

SNS で「映え商品」を拡散、飲食店の新たなスタイルを確立

2021 年 01 月 29 日 | 北海道めんこい鍋 くまちゃん温泉



「北海道めんこい鍋 くまちゃん温泉」は、「フィギュアレストラン」（しゃぶしゃぶのスープの素をフィギュアのように成型して提供するレストラン）という新たなスタイルを確立した飲食店です。若い世代をターゲットとするため、オープン当初から Instagram の投稿を開始しています。コロナ禍で飲食業界が落ち込む中でも、全国からの集客に成功しました。



株式会社イートアンドインターナショナル取締役執行役員：宮本真史さん

当店の特徴は、しゃぶしゃぶのスープの素をクマの形に成型している点です。Instagram の世界で言うところの「映え商品」を取り入れ、今までになかった「フィギュアレストラン」という新たなスタイルを確立しています。食事も観光も楽しめるような感覚をお客様にもってもらうことが目標です。店舗には女性のお客様が多くいらっしゃいます。また 1 人鍋ができる点も当店の特徴です。様々なタイプのお客様が楽しみやすいスタイルを提供しています。

【課題】新たな飲食店のスタイルを確立したかった

まず店舗のコンセプトを考えた際、北海道ブランドを生かすことを考え、「北海道＝熊」を連想しました。そこから、お客様に楽しんでもらう要素を思案した結果、「北海道のアイコンである熊をしゃぶしゃぶのスープにしてみよう」と思いついたのです。私は、店を訪れたお客様に対し、何か新しい体験をしてもらいたいと考えています。美味しいだけでなく、食事を楽しんでもらい、記憶にも残してほしい、そうした気持ちがありました。しかし、フィギュアレストランというコンセプトを前提として考えたとき、普通の飲食店とターゲットが少々異なります。具体的には、「可愛い」「楽しい」を体験・共有したい若い方達、それも地域密着型でなく全国からの来店を実現する必要がありました。

【導入】Instagram で若い人々に対してお店を発信

若い人々にお店を知ってもらう方法を考えたとき、思いついたのが SNS でした。そこで、お店の魅力を広く発信することを目的に、若年層の間で流行している Instagram のアカウントを立ち上げました。当店がオープンする前までは別の店舗の運営にも携わっていたのですが、その当時も、SNS を活用したからもっと幅広い方々に店舗を知ってもらえるのだろうなと感じつつ、何を投稿したらいいのかよく分からなかったため、手付かずの状態でした。しかし当店の場合、クマという分かりやすいコンセプトがあるので、発信する内容が明確です。お店をオープンするのとほぼ同時期から、クマ型のスープの素と料理を撮影した写真を中心に Instagram の投稿を始めました。

Instagram を更新するにあたっては、私 1 人が主導するのではなく、お客さんと関わる時間が一番多く、なおかつターゲットとの年齢層も近いお店の若いスタッフにもアドバイスをもらっています。その方がお店のイメージや雰囲気を的確にお客さんに伝えられるからです。SNS を使いこなせる若い方たちの力を借り、お店一丸となって Instagram を運用しています。



【効果】Instagram が拡散されお店が大盛況に

Instagram でお店の情報を発信した結果、コロナ禍にもかかわらず多くのお客様が足を運んでくださいました。「Go To Eat キャンペーン」の際は国内に住む外国籍の方も多かったですね。

SNS 上でフォロワー数が多いインフルエンサーの方も何度か訪れてくれました。インフルエンサーの方がお店の写真を投稿することで、そこから更に反響が生まれ、バイラルに知名度が広がっていきます。他にも、Instagram で発信を続けていると、Instagram 経由でメディアから取材依頼がくることもありました。メディアに掲載されれば知名度は更に広がるので、これもまた良い循環です。

全国各地からお客さんが来店してくださり、くまちゃん温泉を目的に北海道まで足を運んでくださるお客さんもいらっしゃいました。売り上げも当初の見込みの 1.5 倍まで増加しました。

Instagram のフォロワー数は、当初 1,000 人を目標としていましたが、現在のフォロワー数は約 3,000 人にのぼっています。コロナ禍で飲食業界が落ち込む中、こちらからフォローをせずともフォロワーが増え続けているので非常に良い傾向だと考えています。フォロワー数が 1,000 人を超えたあたりから明確な集客効果がでてきたので、今後もフォロワー数を拡大する取り組みを続けていきます。

【展望】飲食業界の新たな成功モデルを

SNS を上手く活用して、想像以上の効果がありました。昔とは違い、人々の情報源は手元にあるスマートフォンです。マーケティングや宣伝方法は、時代にあったものに変えていかなければなりません。加えて各種 SNS は無料で使えるのも嬉しいポイントですね。今後実施したいと考えているのは、「くまちゃん温泉」というスープの素を成型した商品の通販です。北海道まで来られない人にも、当店の魅力を届けたいと思っています。仮にくまちゃん温泉の通販を始めるとしたら、その際にも Instagram で築いた土台が活かせるはずです。

また当店は、当初から海外展開を視野に入れてスタートしています。今はコロナ禍でなかなかアクションが起こせませんが、ゆくゆくは反響がある台湾や韓国への展開を目指しています。

コロナ禍での飲食店は、新しいスタイルを築き、成功モデルを作っていくことが必須です。くまちゃん温泉のヒットをきっかけに、新しい飲食の楽しみ方や体験を提供していきたいと思っています。

運営：株式会社イトアンドインターナショナル

HP：<https://www.kumachan-onsen.jp/>

店名：北海道めんこい鍋 くまちゃん温泉

代表：取締役執行役員 宮本真史

主な事業：飲食業

所在地：北海道札幌市中央区南 6 条西 4-1-10

創業：2020 年 3 月



ここからアプリの事例ページはこちら