

SNS の活用でお客様との距離を縮め幅広い層のファンを獲得

2021 年 02 月 15 日 | FUK COFFEE



FUK COFFEE（フックコーヒー）は2016年に福岡に1号店をオープンしたコーヒースタンドです。名前のFUKは福岡空港の空港コードから名づけました。このコーヒースタンドは、旅行・空港・飛行機をテーマにしており、福岡の他にも、長崎（NGS）、大阪（OSA）、広島（HIJ）と、現在では全国で4店舗を展開しています。今後も全国に店舗展開を検討する中で、SNSを活用してお店の認知度を上げ、集客を増やしています。



店長・バリスタ：下神明郎さん

当店が空港コードを名前に使用している理由は、2つあります。1つ目は「旅とコーヒー」というコンセプトでお店を立ち上げようと考えたこと、2つ目は空港コードを店名に使用することにより、店舗展開をした際にも店舗名が被らず、地域性を出ることができることです。現状、新型コロナウイルスの蔓延があるため、海外展開は考えておりませんが、まずは日本全国に店舗を拡大していきたいと考えています。Go To トラベルキャンペーン時は、多くの旅行者の方にご来店いただきました。

福岡に来て、旅の最初にご来店してもらったり、最終日に寄ってもらったりと、各地の店舗を訪れていただくことで、旅を楽しむための1つの記念や記録として活用してもらいたいという気持ちがあります。福岡空港から天神まで近いですし、天神駅から徒歩5分という好立地が強みの一つになっています。店舗では各店舗の限定ドリンクやスイーツを月替わりでご提供するなどして、店舗ごとに特色を出すようにしています。特に飛行機のラテアートは、お客様にとっても喜んでいただいています。そのほか、カフェセット、マグカップ、Tシャツ、バッグ、キーホルダーといったグッズ展開にも注力しています。グッズは、どの商品も旅や空港をイメージしたデザインです。

【課題】情報発信や集客に必要な手法や SNS の活用法に対する知見が浅かった

SNS に関してはお店がオープンする前から活用していましたし、プライベートでは個人的にも利用していました。ただし、特別な知識や運用方法を習得していたわけではなく、日常の写真を撮影して、それに対するコメントを書いてアップする程度です。そもそも SNS をビジネスに活用する術や知見が浅いため、最初はフォロワーも全く増えませんでしたし、反響も多くありませんでした。

SNS を使うこと自体に抵抗はなかったのですが、店舗 PR などの広報的な役割として SNS を利用するためには、どんな活用法があるのか知る必要がありました。今までは、直感的に写真を撮影したりコメントを添えたりするだけで、戦略的に活用できていないことは分かっていたので、実際に反響の大きいインフルエンサーの SNS を見て学んだり、どのように情報をアウトプットしたら興味を集めることができるのかを検証する必要があると考えていました。

SNS にはさまざまな種類・ジャンルがあるので、運用のしやすさや私たちのサービスや店舗の雰囲気合った、相性の良い SNS を導入すべく、まずは試してみようと思いました。

【導入】商品をより美しく PR できる写真に特化した SNS を導入

旅をテーマにしたコーヒースタンドという特徴や商品力を発信するためには、写真に特化した SNS が一番であることから Instagram を導入することにしました。商品の並べ方、色合いや光の加減、背景など、写真はできるだけキレイに、映えるように、美味しそうに撮影するよう意識しています。

画質が悪くても美味しそうに見えなくなってしまう場合があるので、スマホではなく一眼レフを使用して高画質で撮影しています。また、アップする写真同士の統一感にも気を付けました。

現在、SNS のほかに、グッズを見て購入することができるオンラインショップも導入しています。直接お店に来ることができない方でも私たちのことを知り、商品を購入していただける場となっています。



【効果】お客様の声を直に感じられるツールとして SNS の効果は絶大

Instagram や口コミなどを通して認知度が向上し、テレビの取材やカフェ関連の雑誌取材を受けるようになりました。オープン当初と比べると業績は順調に推移しておりますが、これは SNS の効果が大きいと思っています。SNS は海外の方にも見ていただけるため、新型コロナウイルスが流行する前は海外のお客様がたくさん来店してくださったこともありました。売上効果は絶大だと感じました。

双方向のやり取りができる SNS を使用していると、DM で気軽にお問合せいただけることもあり、お客様との距離がとても近く感じられます。商品だけでなく店舗や接客内容を褒めていただく場合もあるので、本当に嬉しく思います。

時には、私たちのほうから「次にどんなドリンクを飲みたいですか」といったフォロワーの方をはじめとするお客様に質問を投げかけることもあります。すると、お客様から反応がたくさん返ってきます。お客様のリクエストを受けて新しいドリンクやスイーツを商品化することもあるため、1 人ひとりの声を大切にできるツールとして重宝しています。お客様とお互いに情報のシェアをし合うことができ、最近ではフォロワー数も増えました。SNS には相乗効果があると思います。

【展望】あらゆる SNS を試してその時々ベストを模索していく

SNS は今や集客を考えるうえで不可欠なツールの 1 つといえるかもしれません。それぞれの店舗に適した方法やツールがあると思いますが、まずはやってみることで視野が広がるので、試してみる価値はあるのではないのでしょうか。

今後は、さらに多くの SNS を活用していきたいと考えております。現在は写真や文章が中心ですが、短い動画をアップして、さらに若い層にも受け入れられるような情報を発信していけたらと思っています。

また、今後の店舗展開においても SNS の活用による効果的な情報発信を行い、全国に私たちのファンを増やしていきたいと考えています。

社名：FUK COFFEE

Instagram：

<https://www.instagram.com/fuk.coffee/?hl=ja>

代表：代表取締役社長 古舘伸二

主な事業：飲食事業（旅をテーマにしたコーヒースタンドの運営）

所在地：福岡県福岡市中央区春吉 3-21-17

創業：2016 年 4 月 1 日



ここからアプリの事例ページはこちら