

Sakainoma café and hotel 熊

2021 年 09 月 10 日 | 株式会社インフィクス



SAKAINOMA HOTEL 熊 「市井の隠れ家」

SAKAINOMA ホームページ : <https://sakainoma.jp>

以下のようなコンセプトの「SAKAINOMA」について、公益社団法人日本青年会議所 地域グループ デジタル推進委員会のサポート（メンタリング）の元、デジタル化計画を策定、実施しました。本メンタリングの過程と、結果をご紹介します。

SAKAINOMA CONCEPT

SAKAINOMA とは“堺の間”

“空間”と“時間”と“行間”をテーマに

今昔入り交じる堺という町にひそむ上質を楽しむ。

堺旧市街地を中心に観光やまち歩き、ゆったりとした堺暮らしを体感してもらうことで堺をより楽しめるエリアにしていくプロジェクト。

堺市内にまだ多く残る町屋や古民家をリノベーションしたホテル。

現在、堺市内に三箇所、点在しています。

堺の町を一つのホテルとして楽しんでもらうために、

スタッフがコンシェルジュとなり、

滞在中の楽しみ方やおすすめのお店を紹介しています。

【メンタリング1回目】課題抽出と解決策の策定

第1回のメンタリングでは、デジタル化に際して、SAKAINOMA ではどのような課題を有しているのかを調査しました。本メンタリングでは、IT の専門家にご参加頂き、SAKAINOMA の現状分析と、デジタル技術によって解決できる課題か否かの分類をしました。

<現状について>

SAKAINOMA はカフェとホテルを併設したスペースであり、それを店主とアルバイト2名の合計3名で運営されています。3名それぞれは業務が立て込んでいる状態が多く、自動化できる作業については自動化したいということでした。

また、新型コロナウイルスの影響により収益が減少しており、特にPRについても課題があるとのことでした。現在、公式ウェブサイト運用には力を入れており、様々な記事を通じて堺の楽しみ方やホテルの魅力を発信されていますが、より多くの方にSAKAINOMAを知って頂くにはどうしたら良いか悩まれていました。

以上のような状況下であるため、「なるべくコストをかけずに行えるデジタル化」を探ることになりました。

<解決策について>

まず、ホテルの無人化について提案を行いました。これによって従業員にPC操作を教えることなく、ホテル運営業務のうちのチェックイン対応時間を削減できます。しかし、この案については費用面の問題と、室数があまり多くなく、対応時間の削減効果が限定的であることから排除しました。

次に、PRについてです。PRについてはLP（ランディングページ）の作成とSEM（サーチエンジンマーケティング）を提案しました。ウェブサイトを作成し、キーワード連動型の広告を出稿するというものでした。しかしながら、現在のウェブサイトは非常に出来が良く、新しく作らなくても良いのではないかという意見が専門家からも強く発せられたこと、また、LPの作成はコストがかかることから、広告運用のみの解決策が採択されました。

<メンタリング結果>

以上の結果として、課題は「新規顧客の獲得」、解決策は「インターネット広告運用」ということになりました。

【メンタリング 2 回目】導入ツールの策定

第 2 回のメンタリングでは、第 1 回で出した結論である「インターネット広告運用」についてどのように行っていくかということをお話ししました。インターネット広告運用については、様々な手法がありますが、店主が PC 操作可能という点、完全外注では手数料が予算の 20% 程度かかるという点から、なるべく安価に広告運用を行い、効果を最大化できる手法を探りました。

<ツール選定の経緯>

まず、前述したように、完全外注した場合について考慮した結果、手数料率の高さが課題となりました。これに関して、月額予算の最低額が 50 万程度に設定されているケースが多く、現在の規模感に合わないことも問題点として挙げられました。

次に、完全に店主が運用するという案も挙げられました。専門家からも、確かに学習すれば運用できないことはないというご意見を頂きましたが、それでは広告効果が最大化されにくい点、学習の時間を取れない点が問題となりました。

以上の経緯から、個人での運用をサポートしてくれるツールがないかを探りました。その結果、株式会社 Shirofune の「Shirofune」というツールが候補として挙がりました。Shirofune は、導入すると AI が広告運用についてアドバイスをするというツールです。簡単に導入でき、広告運用についてキーワード候補を示してくれたり、運用の改善策を示してくれたりします。また、コストも非常に安く、予算額の 5% という金額で 사용할 ことができます。

<メンタリング結果>

Shirofune の導入という結論で合意しました。次回メンタリングまでに担当者が株式会社 Shirofune に問い合わせ、使用方法について細かく聞くとともに、予算についても相談します。

【株式会社 Shirofune】<https://shirofune.com/>

【メンタリング 3 回目】導入ツールについての詳細説明

第 3 回のメンタリングでは通常、開発会社との打ち合わせや予算感のすり合わせを行います。本件については既製品であるため、使用方法の説明を行いました。

Shirofune では、Google や Yahoo! の広告だけでなく、Facebook、Instagram、Twitter 広告の運用アドバイスも可能となっています。

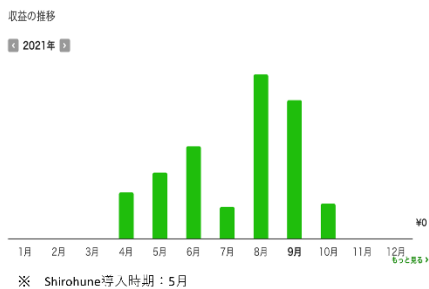
アドバイスは具体的なので、「アドバイスを讀んだあと自分で考える」といった時間はほとんど必要ないのが特徴です。また、運用成果のレポートも自動作成されるため、広告代理店でも導入されているとのこと。

説明の結果、これなら忙しい中でも広告が安価に運用できるということで、ご安心頂きました。

<メンタリング結果>

使用方法の詳細を説明し、デモを行いました。その結果、直後より Shirofune に登録、ツールを使用し始めました。

【効果】ワーケーションやディユース利用の顧客増加に繋がった



7月は一時的に収益減となったものの、狙ったキーワードであるワーケーションやディユースが増加しました。Shirofuneのキーワードアドバイスの効果は大きく、非常に短時間の作業で簡単な設定を行うだけで広告出稿が可能になったので良かったです。

会社名：株式会社インフィクス
代表：間宮吉彦
主な事業：商業施設のコンセプトワーク・建築・デザイン・設計・監理・スタイリング
所在地：大阪府大阪市中心区北浜2丁目1-14 KITAHAMA
BOAT HOUSE 3F
創業：1989年



ここからアプリの事例ページはこちら