

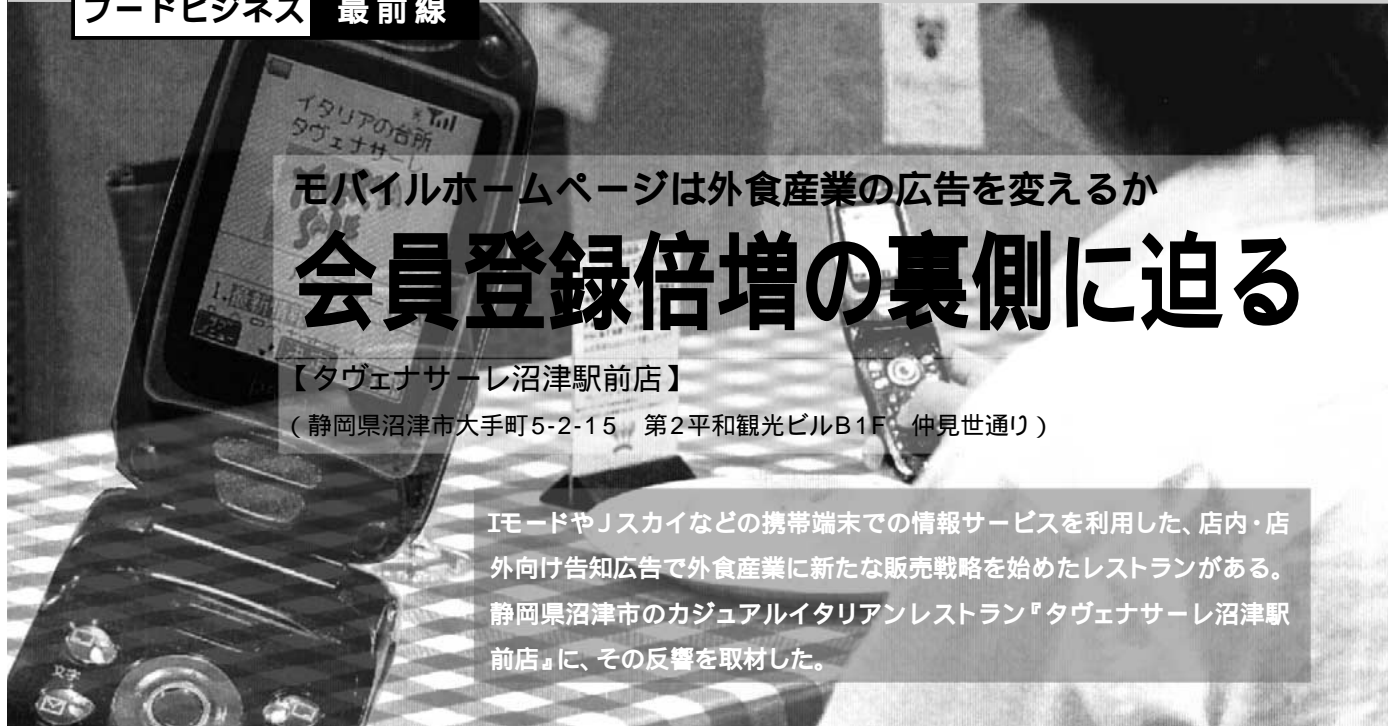
フードビジネス 最前線

# モバイルホームページは外食産業の広告を変えるか 会員登録倍増の裏側に迫る

【タヴェナサーレ沼津駅前店】

(静岡県沼津市大手町5-2-15 第2平和観光ビルB1F 仲見世通り)

iモードやJスカイなどの携帯端末での情報サービスを利用した、店内・店外向け告知広告で外食産業に新たな販売戦略を始めたレストランがある。静岡県沼津市のカジュアルイタリアンレストラン『タヴェナサーレ沼津駅前店』に、その反響取材した。



こちらでは携帯電話のiモードでの広告を始められたそうですが...まず、いきさつから私ども「タヴェナサーレ」では、以前より広告を折込チラシと店内告知に頼ってまいりました。

しかし、カジュアルイタリアンレストランとして四季のメニューの改定を行う、あるいはキャンペーンなどをやる度に新しい広告の制作印刷をしていかなければなりません。

また、季節や時間帯、平日や週末でも売れ筋商品が大きく変わってきますので、何かチラシや店内告知の他に、フレキシブルな広告の展開ができないものかと考えていたところでした。

そこで、オーナーの知り合いの会社で携帯を利用した告知広告をやっていることをお聞きになった訳ですね。

ええ、私どもの社長から説明を受けた段階では、私も半信半疑でしたが、仕様書とマニュアルを送っていただいて、これなら個別の告知が可能なのではないかと思えました。特に即時性の部分で効果があるのではないかと。



具体的にどういったところがお店に合うと感じられたのでしょうか

こちらの卓上メニューをご覧ください。これは全てのテーブルに置いてあるメニューのこの部分に分かりやすい説明が書いてあります。(写真1参照)これで私どものお店に来店していただいたお客さまに、客席から私どもの携帯電話で見られるホームページにアクセスしていただき、その場で簡単なアンケートに答えていただくと本日のクーポンを差し上げたり、金券プレゼントをするわけですが、その際に本日のおすすめなども告知していただいております。

涼しい日には温かいものを、暑い日には冷たい一品をと工夫されているそうですが

これは、気付いた時に私の携帯電話から直接修正ができ、すぐ反映されるので、実に即時性に秀でた効果的な告知ができるというわけなんです。

たとえば天気予報をしっかりとみれば当日のおよその気温はわかる。それでお客さまが来店されたところにどんな食事を欲しているかということを出しておくんです。素晴らしいスピードで反映される訳ですね。それで反響のほうはいかがですか。

ええ週末には家族で外食をされているお客さまが多いわけですが、入口でお待ちになっているお客さまは、時間つぶしに携帯メールをしている方が多い。日常的に見ているわけですから、そこそこの反響があっただけだとはいっていいと思います。



写真1: 利用方法がメニューで確認できる。

現在のところ、来店されたお客さまのうち、半数近くが会員登録されていますね。私どもも、まさかこれほどは思っておりませんでしたから、嬉しい誤算ですね。なるほど、お店とお客さまのちょっと緊張する待ち時間(笑)。これをどうにかしてお互いの利益につなげることはできないものかというのがコンセプトだそうですね。操作自体が難しいということはないんでしょうか

いいえ、実は私もこういったIT系のものは苦手なほうでして、モバイルのWEBサイトでは、専ら天気予報と、ワインのコンテンツを見るくらいでしたけど、実際には新規の



ホームページと違って、フォーマットが準備されていますから、単純入力だけですぐにオリジナルのページが作れるんです。

お客さまの入力の方はいかがですか  
それはもう、私よりずっとお客さまのほうが入力は慣れていらっしゃるわけですから(笑)、スタート時の不安もほとんど抱えず、驚くほどスムーズな導入となりましたね。

現在は当日のサービスもケアできるようになっています。個別な広告訴求はモバイルコンテンツと店内告知だけで完全にまかなえています。ですから先程申し上げた週末のお客さまは店内でお待ちになるとほとんどが、i-modeでの広告を見ておられますね。実際に採用してみて、一番驚かれたことは何ですか

目の前にいるお客さまが、入力された最新の情報(アンケート)が私のモバイルにサーバーを通して直ぐに入りますので、お客さまが現在考えていらっしゃるものがダイレクトに私に伝わることでですね。最初はあまりのスピードにびっくりしました。今後の目標を教えてください

以前はメニューの改定の度にチラシでのアンケートを500通とってました。ただし、当然手入力となりますから集計作業がもう本当に大変で、アンケートが集まると毎日お

店が終わってからデータベースをつくるのに、アシスタントと一緒に何日もかかりましたが、現在はアンケートもお客さまのモバイルからサーバーというコンピュータを通して即時に私の携帯に入ります。

もちろんデータはサーバーの中に入れて大切なデータベースとして自動的に整理され、保存されています。顧客名簿や顧客情報の蓄積も、最初からデータベースになっているので、これをある程度まとめたら、DMなどにも展開してみようと思っています。

それから、常に新しい顧客情報とユーザーの要望を取り入れておく為に、スタート月で400件の登録を期待しております。当然、ブックマーク(お気に入り)に登録していただける努力もしていきたいと思っています。店外での告知方法は考えておいてですか

ええ、感触が良いものですから。社長と相談のうえですが店内での告知以外にもタウン誌の広告やチラシでも積極的なアプローチをしたいと考えております

今後のモバイルでの市場性について、i-modeでのコンテンツサービスや広告はどういった展開になるとお考えですか

現在のところ10人に6人が常に情報端末としての携帯電話をお持ちだそうです。先程お話をあつたように、何といってもその魅力は常に携帯していることと即効性です。今伝えたいことをその場で伝えることができる。ひとむかし前ではとても考えられなかったことですが、このサービスを使えば、私の携帯電話一つでとても簡単に出来てしまうんです。人の集まる場所に出掛けると、公園であれ、駅であれ、メールを送っている人を見ないことはありません。今年の4月の

調査では、インターネットの自宅での機器別利用率を見ると、携帯電話とパソコンの割合が並びつづけます。

今後、中高年代にも携帯電話が普及していけば、その割合はパソコンを越えてしまうでしょう。

家族で共有するパソコンを家に帰って使うより手軽ですし、私のわずかな経験からみても、このようなモバイルコンテンツサイトの需要は大変な可能性を秘めているのではないのでしょうか。

携帯を通してお店の情報を得るといって、お客さまとお店サイドに距離を感じることはありませんか

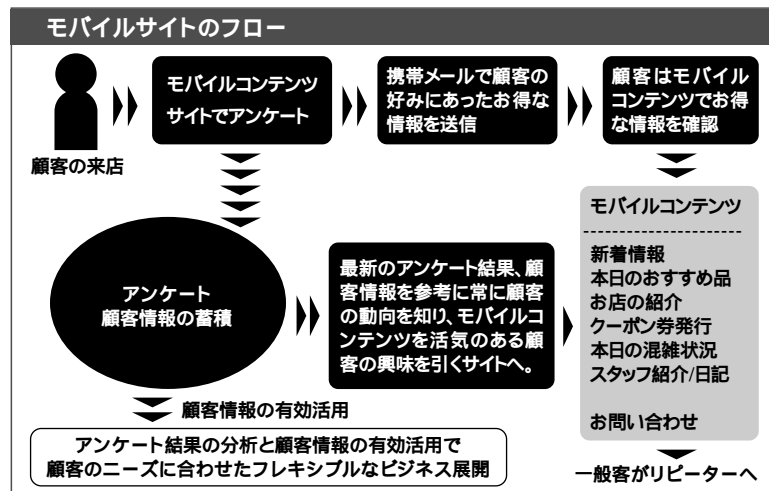
その懸念はありませんでした。毎日通っている家族でも、コミュニケーションの隙間を埋める情報のやり取りはしているわけですから。

電話ではメモを取らなくてはならない用事でも、メールなら保存しておけますから。若い人でもそうですよ。

肝心の集客率についてはいかがですか

お食事を待っていただいている間や、お友達に紹介していただいて、ご自宅でも登録していただけることから、気軽に登録をいただけています。金券やクーポン券を差し上げたりすることでリピートや集客率もじつじつと向上してきています。

オーナーから採用してわずかな期間ですが、反響の大きさに驚いております。状況を見守りつつ、今後は『タヴェナサーレ』で蓄積された経験をもとに、他の店舗での対応を考えたいと思っています。  
株式会社 セント・リングス



店長の長田敏也氏と同サイト「ぼんぼこ」