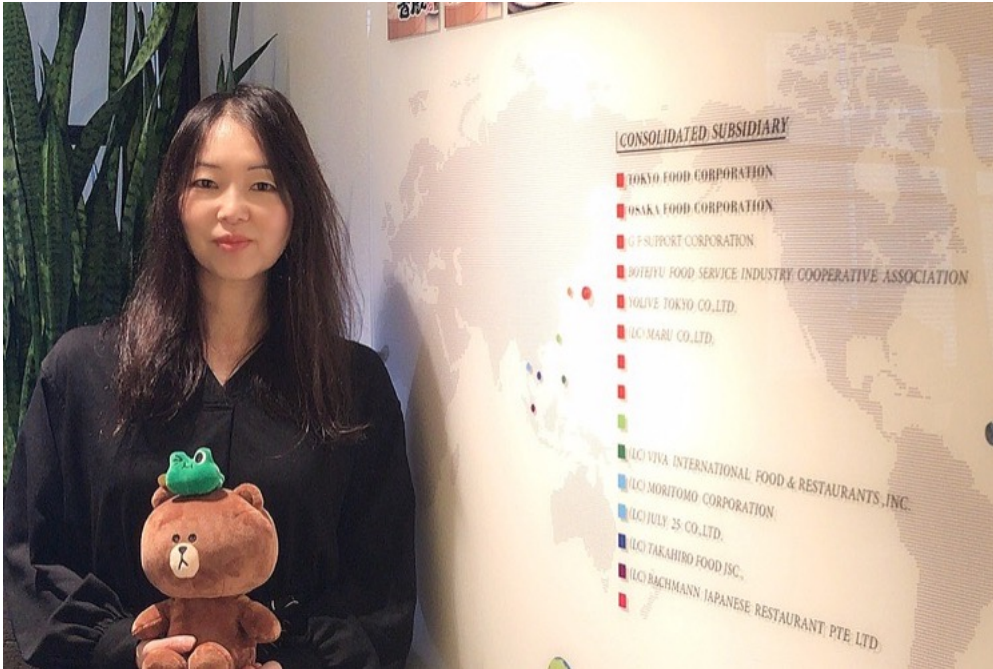


友だち数49万人！ ユーザーに来店を促すお好み焼店クーポン活用とは



企業紹介

BOTEJYU Group
Est.1946

BOTEJYU Group
ホールディングス株式会社

業種：飲料・食品・外食
事業概要：お好み焼の飲食店チェーン

モダン焼発祥の店として、国内外合わせて約100店舗を展開するお好み焼店「ぼてぢゅう」は、効率的なユーザーコミュニケーションを目的に2017年10月にLINE公式アカウントを開設しました。以降、来店者数の拡大を目指して主にクーポンを活用した新規集客に力を入れています。ぼてぢゅうを運営するBOTEJYU Group ホールディングス株式会社（以下、ぼてぢゅう）マーケティング戦略本部 岡本美奈子氏に、LINE公式アカウントを活用した取り組みや得られた成果について話を聞きました。

目的

- ・ユーザーコミュニケーションを活発にして若年層のファンを獲得し、来店を促したい

施策

- ・月2回、ユーザーの生活サイクルに合わせてメッセージ配信。お得なキャンペーンやデザートプレゼントなど、メリットのある情報を発信
- ・友だち登録を条件としたクーポン、いつでも使用可能なクーポンなど、各種割引クーポンを配信して来店を促進

効果

- ・一連のクーポン施策の結果、各店舗のLINE公式アカウントの友だち合計数が49万人を突破
- ・2021年8月に新規開店した店舗では、コロナ禍でも72件のクーポン利用を開店月に記録

若年層のファン獲得に向け、LINE公式アカウントを開設

ぼてぢゅうは1946（昭和21）年に大阪府で創業して以来成長を続け、現在、国内で63店舗（フードコートを含む）、海外で35店舗を展開しています。主メニューであるモダン焼のほかにも、現地の食材を使用したご当地メニューを用意するなどして、地域や年代を問わず多くのユーザーから支持を集めています。

「日本全国に出店していますので、販促も各地のタウン誌にクーポンを掲載したり、地方新聞の折込広告に出稿したりと、さまざまな手法を取ってきました。しかし、紙媒体は費用対効果が分かりづらく、リーチできる対象も限られるのが課題です。

また、創業から75年以上経つと、



ご愛顧くださるお客さまも高齢化してきます。既存のお客さまを大切にしながら、若年層のファン獲得を目指すにあたり、人々の日常に浸透したLINEであれば効率的な情報発信が実現できると考えました」

2017年10月にぼてぢゅうブランドをはじめとした48店舗でLINE公式アカウントを一斉に開設。

「メールマガジンよりも気軽に開封してもらえるのもLINEの強み」と岡本さんが語るように、メッセージ配信を中心に各種情報をユーザーに届けています。

各種クーポン施策で 49万人の友だちを獲得

LINE公式アカウントから届く情報はユーザーのスマホにプッシュ通知が可能のため、高い開封率が期待できます。その特徴を生かして、お得なキャンペーンやデザートプレゼントなどユーザーメリットのある情報のほか、定期的に各種クーポンを配信してユーザーの来店を促しています。

「若年層のファン獲得を目指すにあたり、
LINEであれば効率的な情報発信が実現できると考えました」

BOTEJYU Group ホールディングス株式会社
マーケティング戦略本部 課長 岡本美奈子氏



いつでも100円OFFクーポン



LINEの友だち限定で、いつでも使える割引クーポン

利用データ
72件 / 2020年8月
(ぼてぢゅう食堂 西葛西店)

390円OFFクーポン



ぼてぢゅうの日(毎月10日)に配信される割引クーポン

利用データ
56件 / 2020年12月
(ぼてぢゅう 調布ハルコ店)

友だち登録クーポン



友だち追加を条件に使える割引クーポン

基本データ
開封率 **80**%
(アカウント運用開始以降の平均)

※実績はぼてぢゅう調べ

「配信からある程度時間が経っても、クーポンのことを思い出したお客さまが週末に来店し、利用いただいたと分析しています。また、あくまで店舗スタッフの感覚なのですが『同じお客さまがしばしば来店し、クーポンを使用してくれる』という声も報告されており、リピートにも一定の効果が出ていると考えています」

若年層のファン獲得に向け、LINE公式アカウントを開設

友だち追加したユーザーが利用可能な友だち登録クーポンについては、開封率が高い店舗では90%を超えたケースもあります(同社調べ)。メッセージ配信のほかにも、店舗によってはテーブルの上に設置したPOPやスタッフからの声かけでもクーポン利用を促しています。

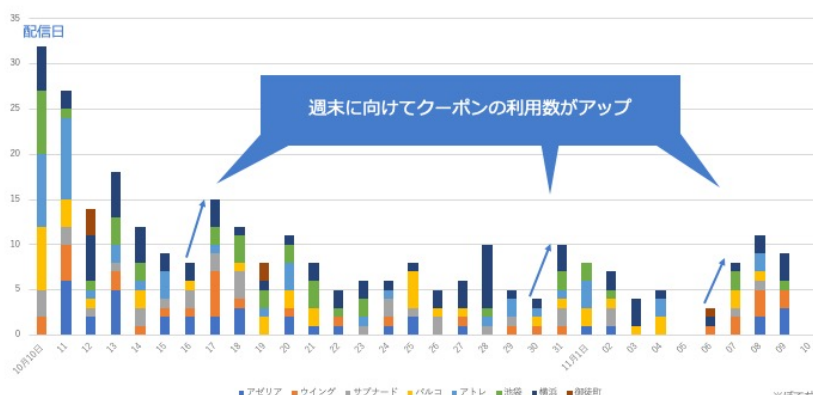
「通常価格でもご利用いただけるお客さまに対して割引クーポンを勧めるわけですから、短期で見れば売上げが下がってしまいます。しかし、LINE公式アカウントを友だち追加いただくことでその後も直接コミュニケーションを取ることができま

すし、定期的にお届けするクーポンで再来店を促すことができれば、長期で見れば売上げアップが見込めます。これは大きなメリットです」

実際に2020年10月10日に配信した「豚玉500円クーポン」の利用件数を調べたところ、配信直後の利用が最も多く、その後は約1か月にわたって週末の利用数が増えたことがわかりました。

各種クーポン施策を継続した結果、LINE公式アカウントを開設した全51店舗のアカウントで約49万人の友だちを獲得(2021年3月時点、同社調べ)。中には、3万人もの友だちを獲得した店舗もあるといいます。

ぼてぢゅう
「豚玉500円クーポン」の利用件数推移



コロナ禍における新店 オープンでもクーポンで 集客

育成に一層力を入れていきたい
と考えています」

(公開：2021年3月)

2020年以降、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大によって、さまざまな業種の企業・店舗が影響を受けています。その中でLINE公式アカウントが集客やリピーター育成に貢献できる価値について、岡本さんは次のように語ります。

「2020年8月にオープンしたぼてぢゅう食堂西葛西店では、開店のタイミングに合わせて配信した割引クーポンを72人のお客さまにご利用いただきました。この人数は店舗アカウントの友だちの約5%にあたりますが、お客さまにメリットを感じていただける情報発信ができていると感じます。

LINE公式アカウントはブロックされない限り、お客さまに直接情報を発信することができます。お店に足を運んでもらうことがなかなか難しい状況でも、ぼてぢゅうを思い出していただければ、また次の機会へとつなげられる。2021年はショッピングカードの機能を利用して、リピーター