

お店の魅力をSNSでもっと伝えよう！

お店探しはどこから情報を得ている？

「第3回SAGAスマート街なかレポート」では、Googleマップを利用した店舗運営をテーマにしましたが、今回はお店探しの際に、どのようなメディアで、何の情報を得ようとしているのかを調査してみました。

Q.飲食店を検索する際、最もよく利用する手段は？

	グルメサイト	SNS	Google	知人友人に聞く	コンシェルジュサービス	グルメ情報メディア	検索しない
20~29歳	30.0%	22.0%	34.0%	2.0%	4.0%	6.0%	2.0%
30~39歳	35.7%	9.6%	41.8%	4.3%	0.9%	4.3%	3.5%
40~49歳	42.5%	2.9%	41.6%	6.3%	0.5%	2.4%	3.9%
50~59歳	40.4%	1.6%	42.2%	6.6%	0.3%	1.6%	7.1%
60歳以上	47.2%	0.6%	31.5%	8.3%	0.0%	2.2%	9.9%

典拠：テーブルチェック「グルメサイトに関する意識調査」n=1100(単一回答)
2022年6月27日~30日のデータ



現在はグルメサイトとGoogleがメインだが・・・

飲食店を検索する際に最も利用する手段、自分好みのお店をよく発見できると感じるツールとして「**グルメサイト**」と「**Google**」(Googleマップを含む)が年代に関係なく多く支持されています。また、若い世代の多くがSNSを情報収集ツールとして活用しています。今後はさらに、**SNSの影響力が強くなると予想され**、Googleなどの検索サイトやSNSの活用は今後の集客、認知拡大に向けて効果が見込めそうです。

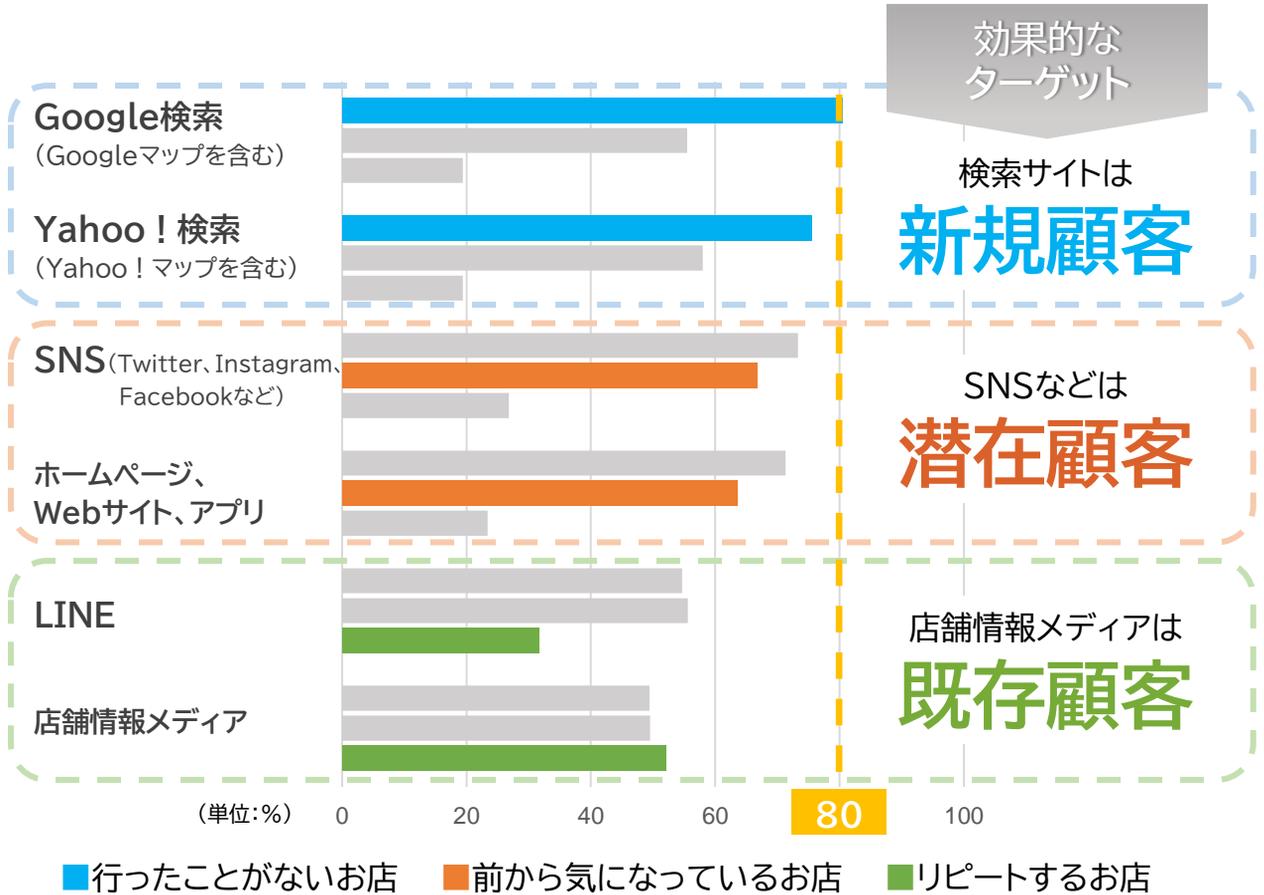
※集客に使えるSNSは、主に次のとおりです。

「LINE」、「Instagram」、「X(旧Twitter)」、「Facebook」



ユーザーは目的によって使い分けている！

お店の情報を調べる際に、利用したことがあるものは？(複数選択)



典拠:株式会社ONE COMPATH 「お店の情報収集や口コミに関する意識調査」
全国の男女8,576人(2022年1月7日~13日)のデータから

「**行ったことがないお店**」はGoogle、Yahoo! で検索したことがある人が**約80%**。お店の情報を幅広く知るために、検索サイトを利用している人が多いようです。

「**前から気になっているお店**」は検索サイトの他に、SNS、オウンドメディア(自社の情報を発信するWebマガジンやブログなどの媒体)を利用する人が半数以上。

「**リピートするお店**」は顧客の店舗への関心度が高いことから、LINEや店舗情報メディアの割合が他のメディアと比べ増加していました。

どんなメディアを使ってお客さんにアピールすれば良いのか、ターゲットの年齢、関心度に応じてWeb情報を充実させる必要があります。

検索サイトとSNSの利点は？

グルメサイトを凌ぐ勢いのある検索サイトとSNS。それぞれ店舗にとって以下のようなメリットがあるのではないのでしょうか。



検索サイト (マップ含む)

- 情報を**網羅的**に表示できる
- お店に辿り着きやすい
- **データ分析**に活用できる
(GoogleマップやYahoo!マップ)

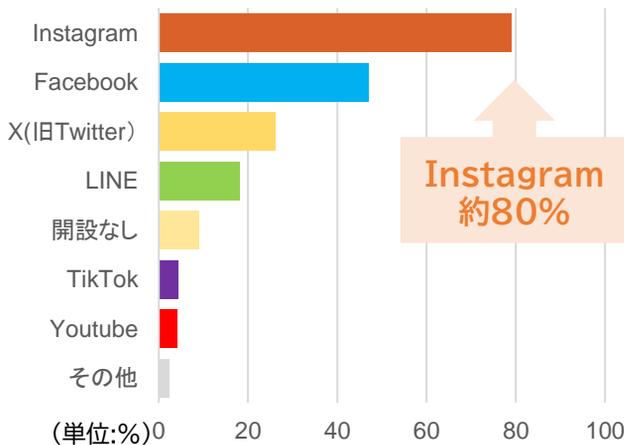


SNS

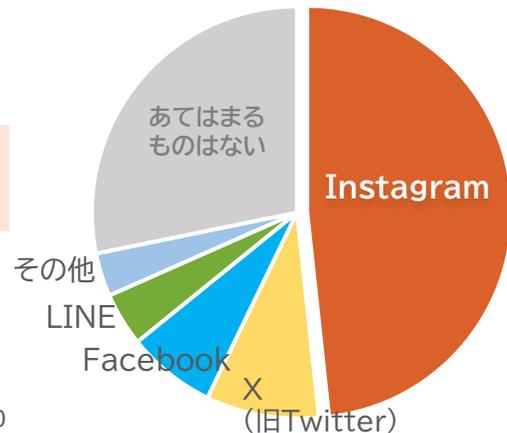
- 写真や動画で料理や店内の雰囲気を**リアルタイム**でユーザーに届けられる
- ユーザーと**コミュニケーション**が取りやすい
- 情報拡散のスピードが速い

Instagramは集客に効果あり！？

アカウントを開設し、運用しているSNSは？(複数選択)



集客・認知拡大・販促に効果を感じたSNSは？



典拠:「シンクロ・フード」飲食店ドットコム会員393人(2024年6月19日)から

飲食店におけるSNSの活用状況についてのアンケートでは、飲食店の**約80%**が

Instagramを運用をしており、「集客や認知拡大に効果を得られたと感じる

SNSは？」という問いには、約半数がInstagramと回答しています。

Instagramは簡単に写真を投稿することができ、視覚的にもユーザーにアプローチしやすく、投稿された写真全体を通して、その**お店の世界観やコンセプトを伝え**

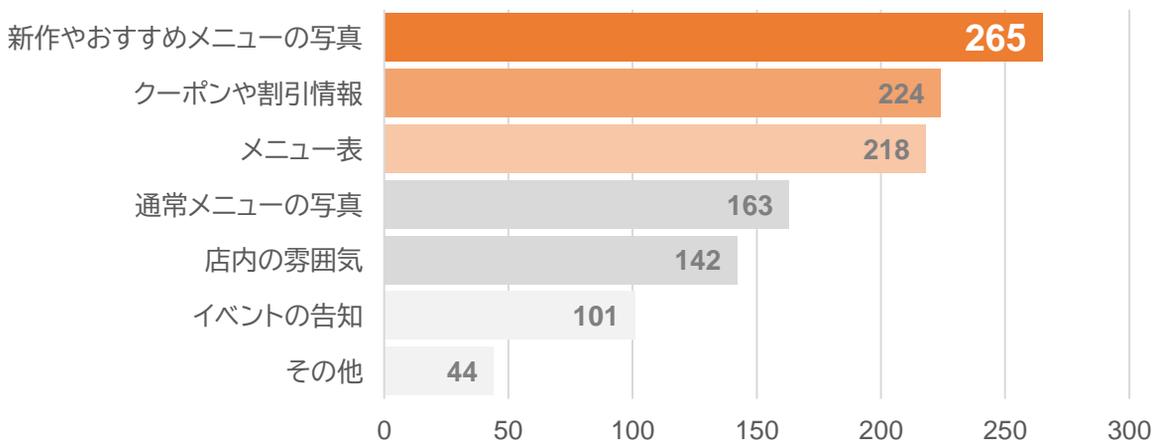
られるのも理由の一つかもしれません。飲食店でなくても、自分のお店の魅力をより多くの人に伝える第一歩として、InstagramなどのSNSを活用してみるのはいかがでしょうか。

Instagram に何を載せる？

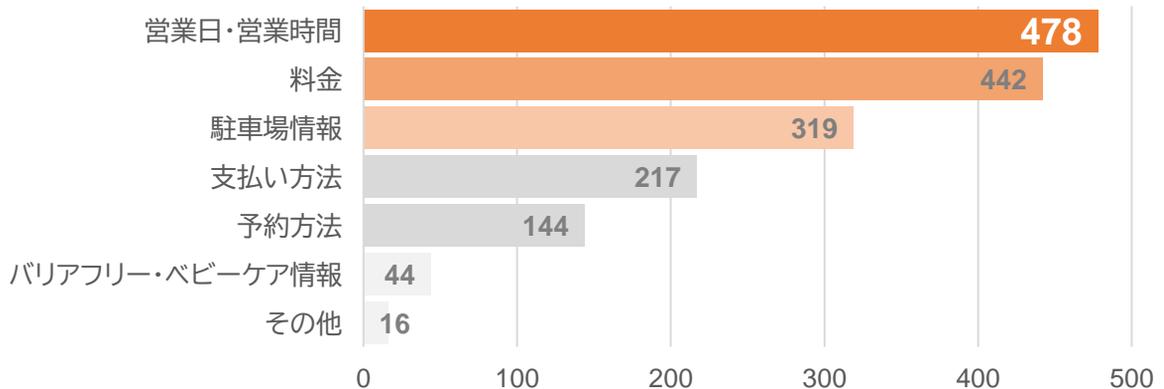
Instagramでお店のアカウントを運用していくには、どんな内容を投稿していくのが良いのでしょうか。サガマチ・ランデブーの会員の方に、「お店のInstagramで行ききっかけになる投稿」と「Instagramのプロフィール欄にあったら嬉しい情報」について聞いてみました。



お店のInstagramで行ききっかけになる投稿は何？



プロフィールにあったら嬉しい情報は？



典拠:サガマチ・ランデブーアンケート調査(2024年3月・4月)のデータから

店舗案内や営業時間など、変更することがない重要な情報はプロフィールに記載し、店内の雰囲気や新作・オススメ商品の写真を日常的に投稿していくことをおすすめします。

自分のお店の参考となるような他店のSNSをフォローして、どのようにアカウント運用を行っているのか、参考にしてみるのもいいでしょう。

お店の宣伝にSNS×デジタルサイネージ

佐賀市の駅周辺では、SAGAスマート街なかプロジェクトの一環で、デジタルサイネージ（多機能型情報メディア）を設置し、情報発信の役割に加え、環境センサーによる計測や人流の測定を行い、データを活用したまちの活性化を目指しています。



デジタルサイネージ

- 人通りの多いところで情報発信
- 幅広い年齢層にPR
- 当日の天気やイベントに合わせて広告を表示
※実証実験中
- Instagramで投稿した画像等を表示

デジタルサイネージは通勤、通学、イベントなどで人が賑わう場所に設置されています。

Instagramとデジタルサイネージを一緒に活用することで、認知度の相乗効果を狙えるのではないのでしょうか。お店や企業の宣伝にデジタルサイネージの利用を検討してみてもいかがでしょうか。

スマート街なかプロジェクトではデジタルサイネージの広告を募集しています。

詳しくは右記のリンクをご覧ください。<https://smart.saga.jp/2024/10/1273/>

SAGAスマート街なかレポートとは

SAGAスマート街なかレポートとは、佐賀市の街なか活性化に役立つ情報をさまざまなデータをもとに分析し提供するものです。どんな要因によって街なかの人の流れが変わるのか？消費行動は？など、ビッグデータからヒントを導きだします。

このレポートは、一般社団法人地域デザイン総合研究所と佐賀大学の学生チームが共同してレポートを作成します。

レポートに関するお問い合わせ

一般社団法人地域デザイン総合研究所（株式会社ローカルメディアラボ内）
TEL: 0952-97-9605 E-MAIL: info@lm-labs.com