

# 近代食堂

# 2

◎携帯クーポン◎メール販促◎ブログ◎ツイッターetc.  
**注目の「携帯販促・ネット販促」**  
**集客成功店の「新」活用術**

ローカル実力店  
 人気イタリア料理店の  
 “安定した強さ”の秘訣  
 埼玉・和光市「ラ・パスタ 陶」

◎この手法に着目すれば不況克服の突破口が!  
**低コストで店を再生した!**  
**ピンチ脱出店の経営改善法**

### ヒット商法最前線

- NEW焼肉で41坪・月商1500万円!  
 埼玉・新三郷「BBQ restaurant ENMARU」
- 農家と飲食店の新しいコラボで評判!  
 東京・六本木「六本木農園」



茶飯の上に「おでんの豆腐」。  
 牛スジ煮込みやサラダが付く  
 ランチ定食(650円)が1日130食、  
 夜の単品(346円)が50食の激売れ!  
 東京・日本橋「お多幸 本店」

**ランチで1日130食の大人気!**

41 **特集**  
 進化するツール、広がる手法を有効に活用する!  
**注目の「携帯販促・ネット販促」**  
**集客成功店の「新」活用術**

- 43 **メール販促 携帯クーポン ブログ ツイッター ホームページ**  
 新たな成功ノウハウが続々!注目の集客成功事例集
- 54 「携帯販促・ネット販促」関連の注目企業に聞く!  
 いま集客成功事例が増えている!  
 各社の新しい「ツール」「システム」レポート

59 **特集**  
 この手法に着目すれば不況克服の突破口が!  
**低コストで店を再生した!**  
**ピンチ脱出店の経営改善法**



### Close up! ヒット商法最前線

- 15 埼玉・新三郷/ BBQ restaurant ENMARU ららぽーと新三郷店  
 リゾート風の空間で「NEW焼肉」。41坪・月商1500万円の大繁盛中!
- 18 東京・六本木/六本木農園  
 都会の真ん中で“顔の見える食材”を。「飲食店×農家」の新スタイルが話題!
- 20 東京・赤坂/創作四川ダイニング 炎麻堂 赤坂店  
 23席で昼120人!旨辛ヤミツキの本格「四川麻婆豆腐」&麺類で大集客



### 22 有名店・繁盛店・最新人気 MENU

居酒屋「新橋 シャモロック酒場」すし店「四代目 鯉寿司 創作何処」牛タン料理店「牛タン創作和食 つづみ留次郎」ラーメン店「らーめん&甘味処 九月堂」広島料理店「銀座 かなわ」イタリアン「グットドールクラッティエーニ 丸の内」韓国料理店「KOREAN DINING&BAR 竈(アグンイ)」町田店 ライスヌードル専門店「雲南米線」そば店「石臼挽きそば 寿」ダイニング「AKAKAGE CHA-YA SHIBUYA」

72 **今月の表紙 旨い×巧い** 東京・日本橋  
 お多幸 本店

125 (35) **郷土料理 Re:Creation** 東京・銀座/六雁  
 じぶ煮/べろべろ(石川県)、じょじょ切り(愛知県)

135 (36) **Restaurant Sweets**  
 東京・曙橋/CUCINA AMANO(クチーナ アマノ)



78 **特別企画**  
 新魅力で評判を呼ぶ!  
**人気の「鉄板焼き&お好み焼店」レポート**

# 「携帯販促・ネット販促」関連の注目企業に聞く！

## いま集客成功事例が増えている！ 各社の新しい「ツール」「システム」「レポート

「携帯販促・ネット販促」の最新事情を知るには、「携帯販促・ネット販促」関連の注目企業が打ち出している新しい「ツール」「システム」

の情報も欠かせない。ここからは、いま集客成功事例が増えている各社の新しい「ツール」「システム」をレポートする。

### ぐるなび

**「訳ありクーポン」など新サービスを展開する「ぐるなび」の携帯販促！**

### 食べログ

**「お客様の口コミ」だけでなく、飲食店が参加できる無料＆有料サービスを実施**

### ヤフー

**「有望な見込み客」を効率的に集客できる「検索連動型広告」**

### ピーカチ

**「困り込み効果」で導入店舗が増加！  
携帯販促システム「P+KACHI」**

お客様の携帯電話を、会員登録にし、ポイント発行やメール配信、クーポン発行、アンケート集計など、さまざまな機能を駆使してお客をリピートへとつなげる携帯販促システム「P+KACHI（ピーカチ）」。

「困り込み」を、飲食店を中心に導入店舗を増やしている。その仕組みは、こうだ。まず、導入店舗は、シリアルナンバー入りの名刺サイズのショップカードを設置。スタッフは会計時やオーダー時などに、お客とコミュニケーションを図りながら、さりげなくカードをお客に渡す。お客にシリアルナンバーを携帯で入力してもらい、店のメールアドレスへ登録が完了。携帯の中に、会員登録が完了。携帯の中に、会員登録が完了。携帯の中に、会員登録が完了。

もポイントが貯まるようになっていく。ピーカチの大きな特徴。それによつてメール配信も、迷惑メールのようには扱われなくなり、メール開封率は90%を誇る。中には、「ポイントを送りたいからどんどんメールを送って」というお客もいるという。

また、ピーカチの会員登録は、来店頻度に応じて5つのステージに分けられている。携帯の待ち受け画面の色もステージごとに変え、最初はホワイトからスタートし、次にオレンジに進み、ゴールド、プラチナ、最後はブラックに変わる。つまり、ブラックの画面は



常連客の証というわけだ。画面には「次のステージまであと〇回」と次の来店を促す言葉も表示されるので、お客のステータス感をくすぐりながら、リピートへと誘導することができる。さらにお客のステージに合わせて、例えば、ホワイトステージの会員のみメールを配信したり、アンケートを実施したり、クーポンを発行することなども可能。それによって、顧客ランクに応じて適した販促が行なえる点もピーカチ独自のシステムと言える。

同様に、アンケートもポイントが貯まる特典をつけることで、約7割の高回答率となっている。そのため、ポイントカードやクーポン発行など直接的な販促ツールとしてはもちろん、顧客のデータ管理を含めたマーケティング機能としても効果を発揮。実際、アンケート機能に重点を置いてピーカチを活用し、お客の声を集めることで改善点を洗い出したり、お客のニーズを引き出すことに成功している店舗も多い。

**全国950店舗が導入**  
このP+KACHI（ピーカチ）システムを提供しているのは、大阪で2軒のフレンチレストランを経営している（株）賑屋。同社では、販促活動の一環として2006年から両店で「スポンサーサーチ」を活用開始。その結果、店舗の認知度を高めるだけでなく、利益と稼働率の向

### エリアのアクセスランキング

1	大阪府大阪市東区
2	大阪府大阪市東区
3	大阪府大阪市東区
4	大阪府大阪市東区
5	大阪府大阪市東区
6	大阪府大阪市東区
7	大阪府大阪市東区
8	大阪府大阪市東区
9	大阪府大阪市東区
10	大阪府大阪市東区

