

“顔が見える”サービスでファンを増やす！

地域密着型のスーパーマーケットが生み出した大反響の「商品投稿」とは？



『生鮮館 和光』の執行役員兼鮮魚部門バイヤーの上山亨氏(写真左)。府中店店長兼グロッサリー部門バイヤーの坂本順一氏(写真右)。

JR府中駅から車で15分ほど、住宅街が広がるロードサイドに立地しているスーパーマーケット『生鮮館 和光』府中店。経営する(株)和光(本社・東京都小金井市)は、現在都内に2店舗を展開しており、地域のニーズを捉えた地域密着型の売り方を徹底して地元客を中心に支持を集めてきた。

2015年よりトクバイ(当時は前身となるクックパッドのサービス)の導入を開始。現在は1週間の閲覧数はのべ10,000回超え、フォロワー数も2,500人超と、お客側からの反応も好調だ。今回はそんな『生鮮館 和光』の執行役員兼鮮魚部門バイヤーの上山亨氏と、府中店店長兼グロッサリー部門バイヤーの坂本順一氏に、トクバイ活用術についてお話を伺った。

— 御社がトクバイを導入したきっかけを教えてください。

上山 地域密着型ということもあり、弊社では昔から新聞の折込チラシに力を入れていました。しかし新聞を取らないという方も増えているので、早くから他社のチラシ掲載サイトも利用していたのですが、そこがサービス停止になってしまった。困っていたところ弊社の本部社員からトクバイの話を知りました。早速問い合わせの電話をしたら、料金も安いし、チラシ掲載もできるということですぐ導入を決めたのです。

— 『生鮮館 和光』様は「商品投稿」を非常に活用されており、店員自ら登場したユニークな投稿が人気だそうですね。

上山 弊社ではバイヤーが毎日直接市場に行き、自分たちで目利きして仕入れ、自分たちで売っています。その強みをどうにかしてアピールしようというのが、「商品投稿」を使い始めたきっかけでした。市場で仕入れたばかりの魚等をその場で撮影してアップし、仕入れ力や鮮度をアピールしようと考えたのです。

さらに1年ほどたった頃から、お客様に直に接する販売スタッフを押したら効果的なのではないかということになり、他社との違いやインパクトを考えて、販売スタッフが売り場ですぐに「商品投稿」をし、店員自身も登場するようになりました。ポーズなどはそれぞれのスタッフに任せていて、若手が色々と面白さを工夫しているようです。八百屋さんのように、直にお客様と顔を合わせて会話しながら販売する。そんな相対(あいたい)販売こそが私たちの強みです。



▲各売場で若手社員が撮影し実際に投稿された「商品投稿」

クックパッド閲覧記入書 お気に入り登録数

閲覧数	お気に入り	閲覧数	お気に入り	閲覧数	お気に入り
5月1日 1603	1240	5月14日 993	778	5月26日 904	1351
5月2日 996	1041	5月15日 1491	1067	5月27日 904	1352
5月3日 994	1041	5月16日 1047	1041	5月28日 908	1354
5月4日 1485	1095	5月17日 1049	1041	5月29日 916	1354
5月5日 1217	1095	5月18日 1225	1041	5月30日 997	1353
5月6日 1150	1095	5月19日 1018	1041	5月31日 992	1355
5月7日 1741	1095	5月20日 996	1097		
5月8日 1318	1097	5月21日 1333	1097		
5月9日 803	1097	5月22日 924	1095		
5月10日 998	1097	5月23日 927	1096		
5月11日 1053	1097	5月24日 927	1096		
5月12日 1225	1097	5月25日 946	1097		
5月13日 999	1357				

— お客様の反応はいかがでしたか。

坂本 毎日の店員が登場した売り場での「商品投稿」を始めて、一気に閲覧数がアップしました。登場している販売スタッフは、「あ、あのんだ」みたいに、店内で声掛けされていて人気者になっていますよ。トクバイの閲覧数とフォロー数は毎週統計をとっていて、事務所に張り出してスタッフたちの励みにしています。

トクバイを見ているのは30～40代の主婦の方が中心のようです。店内で「トクバイ」のアプリの画面を見せながら「これはどこにありますか」と聞かれることもあります。いまはトクバイ掲載の商品がすぐ分かるように、特製のPOPを商品横に張り出しています。

— トクバイを使って良かった点はどのようなところでしょうか。

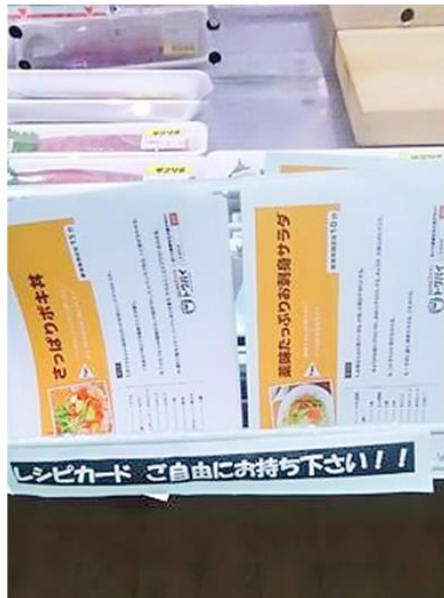
上山 生鮮では毎日新しいものが入ってくるので、その日のものをさっと素早く投稿できるのがよいですね。今では鮮魚や青果などカテゴリごとの担当者がいて、毎日それぞれ売り場でスマホを使って撮影し、その場でアップしています。また弊社では、トクバイの「クチコミ」機能にも力を入れていて、投稿があると必ずお返事するようにしています。お客様から直にコメント頂ける場は少ないので、貴重なご意見が聞けて嬉しいです。ずっと、お客様向けでメルマガ配信も続けているのですが、メルマガは写真がアップできません。画像があるかないかでお客様の反応が大きく違いますので、いずれはトクバイ一本に絞り込みたいところです。

— 今後トクバイで活用したい機能はありますか。

坂本 よりお客様からの反応をリアルに確かめたいので、使った枚数や閲覧数が分かるという、トクバイのクーポン機能に力を入れていきたいと思っています。こちらもスマホからアップできて予約投稿も可能なので、余裕のある時間帯に作業できると思います。また、トクバイから提供されているお勧めレシピも、自店で簡単にプリントアウトできるとのこと。売り出しの食材の近くにレシピを置いて、お客様にお持ち帰り頂けるサービスを考えています。



▲特製 POP の「本日のトクバイ掲載商品」



▲取材翌日に早速「クーポン」と「レシピカード」の運用を始められたとのこと

— トクバイ導入を考えている方にアドバイスをお願いします。

上山 実は弊社では、トクバイ以外にこれまで色々なサービスを導入してきては止めてしまっていて、3か月以上続けられているのは珍しいことなんです。続けられた秘訣は、なんといっても利便性。色々なことをスマホで簡単にできるので、導入しやすく続けやすかったのが一番です。弊社もまだまだですが、色々な機能を積極的に活用すると、お客様に喜んで頂けると思います。

— ありがとうございます。



【この記事に関するお問合せ】

株式会社トクバイ サポート窓口

[電話] (03)6368-1020

[メール] [support@tokubai.co.jp](mailto:support@tokubai.co.jp)

無断転載・複製禁止

(c)2018 Tokubai inc. All rights reserved.