

～ Facebook や Twitter などのソーシャルメディアが有料広告媒体よりも人気に！～  
飲食店.COM が飲食店で利用している販促方法のアンケート結果を発表！

2011年9月1日

飲食店の総合支援を行う株式会社シンクロ・フード(代表取締役:藤代真一)は、同社が運営する「飲食店.COM」(<http://www.inshokuten.com/>)において、会員登録をしているユーザーに対してアンケートを実施し、属性ごとによく利用されている販促方法をまとめましたのでお知らせいたします。

今回の調査は、飲食店.COM 会員(これから飲食店を開業予定の方、既に店舗を運営されている方が混在)に対して、飲食店の開業や運営に関する様々な質問項目を設け、飲食事業者のニーズや開業・運営の動向などの実態を明らかにすることを目的としました。

その中から今回は属性ごとの販促方法についてまとめました。調査結果から、以下のポイントが明らかになりました。

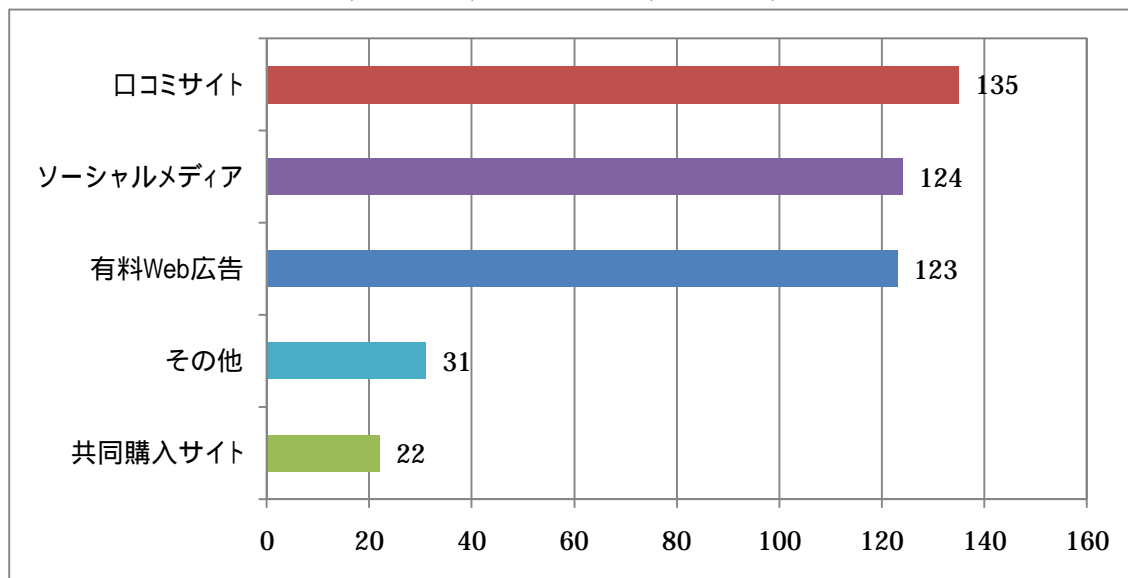
**(1)店舗の開業後におこなう販促サービスでは、食べログに代表される口コミサイトが最も人気が高い**

店舗開業後におこなう(予定含む)販促サービスでは、食べログに代表されるような無料で登録できる口コミサイトが最も人気が高い。【図1】

次いで Facebook や Twitter などのソーシャルメディアの利用、そして、ぐるなびやホットペッパーなどの有料 Web 広告という順となった。

その他には、フリーペーパーやチラシ配布などの回答が目立った。また、最も低かったのがグルーポンやポンパレなどの共同購入サイトとなり、全体の1割以下となった。

【図1】店舗開業後におこなう(予定含む)販促サービス(複数回答)



**(2)属性ごとに見た人気販促サービスの傾向について**

上記の販促サービスを利用する会員は、属性ごとに傾向がわかれている。以下に属性ごとに取得した傾向を表示する。

**(2-1)出店済の会員とこれから初めて出店する会員との人気販促サービスの傾向**

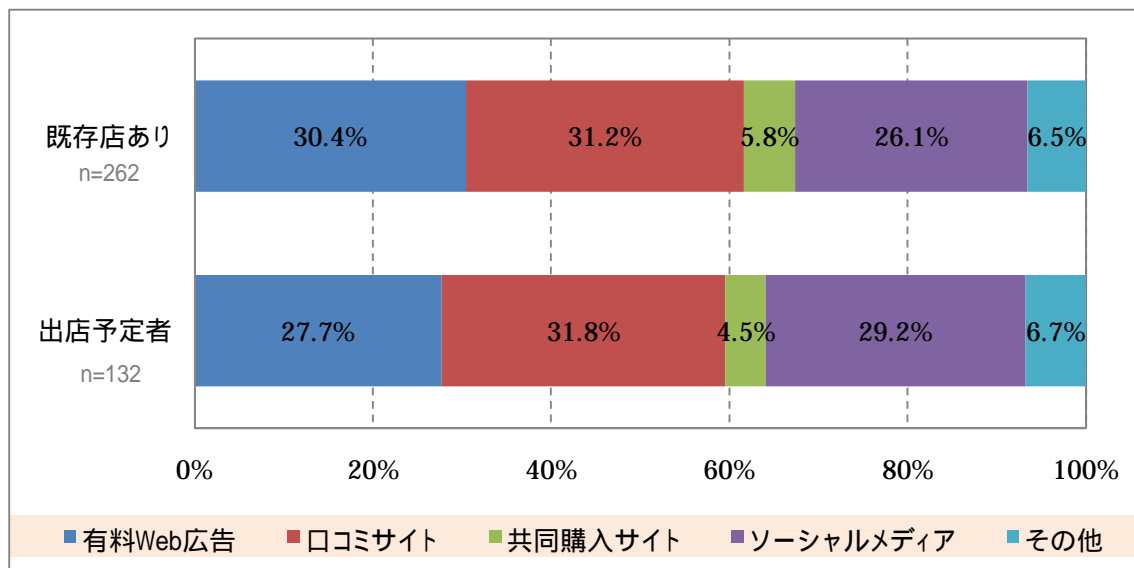
既に1店舗でも店舗を持っている出店済の会員(既存店ありと表記)とこれから出店をおこなう予定の会員(出店予定者

と表記)とでは、出店予定者の方がソーシャルメディアや口コミサイトの利用に対して積極的な姿勢であることがわかった。【図 2-1】

出店予定者のソーシャルメディア利用は 29.2%と、出店者の 26.1%に対して 3.1%高い。逆に有料 Web 広告利用は 27.7%と、出店者の 30.4%に対して 2.7%低い。

初出店者は、ソーシャルメディアのトレンドに合わせて、積極的にソーシャルメディアを利用していこうとする傾向がうかがえる。

【図 2-1】既存店ありと出店予定者の属性ごとの利用(予定含む)販促サービス(複数回答)



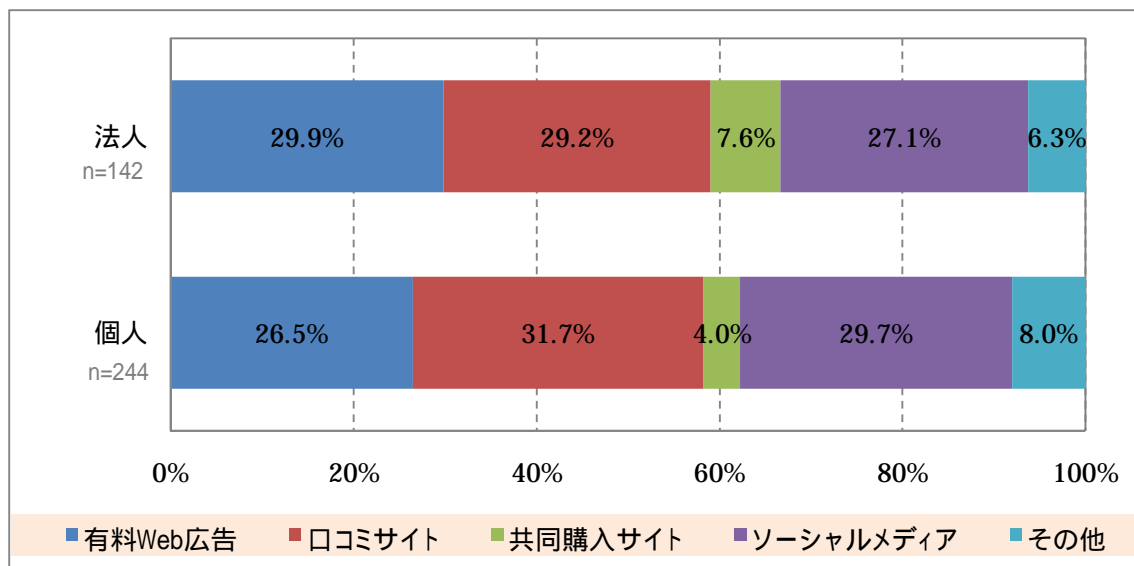
### (2-2) 法人事業の会員と個人事業の会員との人気販促サービスの傾向

事業形態として、法人事業及び個人事業別に見た際に、販促サービスの利用傾向としては、法人事業が有料 Web 広告や共同購入サイトの利用に対して積極的であることがわかった。【図 2-2】

法人事業では有料 Web 広告利用は 29.9%となり、個人事業の 26.5%に対して 3.4%高い。

また、共同購入サイト利用は 7.6%と、全体の平均値と比較してもかなり高い数値になっている。

【図 2-2】法人事業と個人事業の属性ごとの利用(予定含む)販促サービス(複数回答)



### (2-3) 年代別にみた人気販促サービスの傾向

年代別の人気販促サービスの傾向では、20代の会員がソーシャルメディアの利用に対して積極的で、50代以上になると有料Web広告に対しての積極性が見られた。【図2-3】

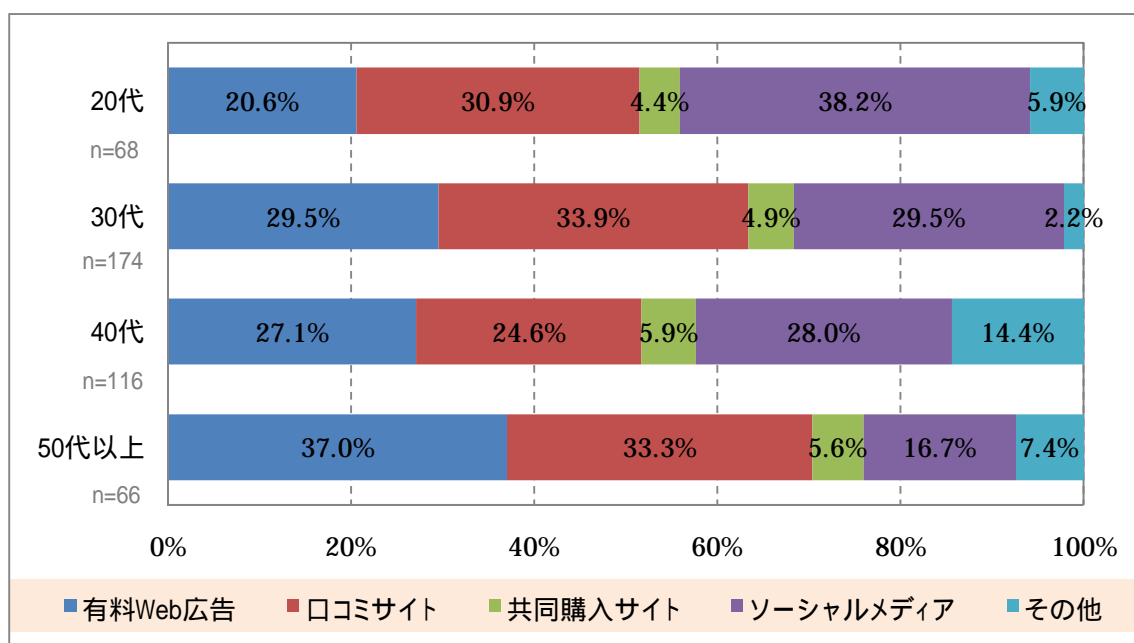
20代ではソーシャルメディア利用は38.2%と他の年代に対してかなり高い数値になっている。

30代では口コミサイトの利用が33.9%を占めており、40代はそれぞれの販促に対して平均値と大きな差は発生していない。

50代以上になると、ソーシャルメディアの利用が16.7%と低く、逆に有料Web広告の利用が37.0%と高い数値になっている。

年代別でソーシャルメディアや有料Web広告などの投資に対する捉え方や考え方に違いがうまれてきていることがうかがえる。

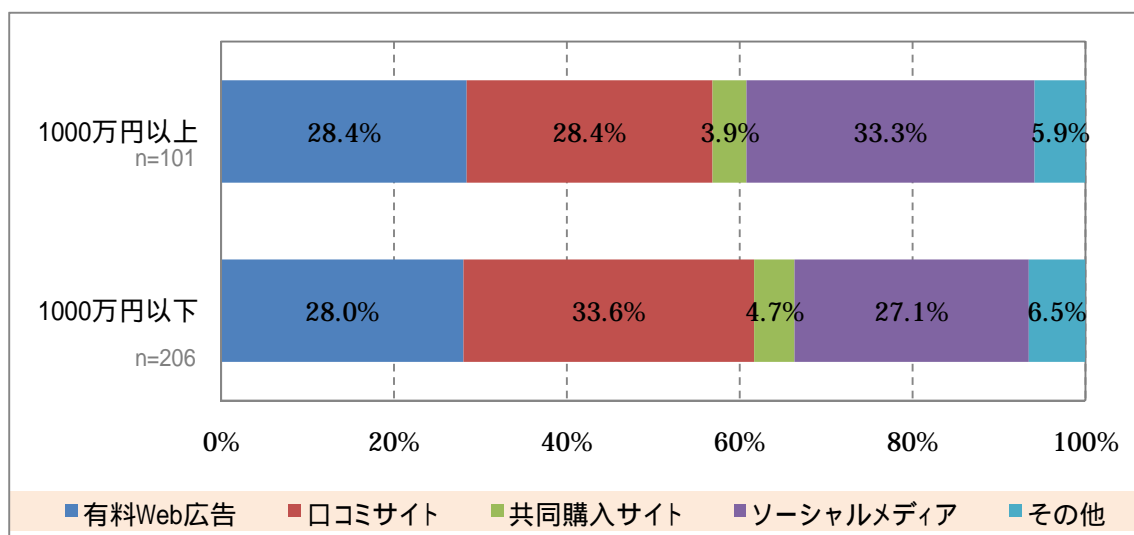
【図2-3】年代別の利用(予定含む)販促サービス(複数回答)



#### (2-4) 開業予算別にみた人気販促サービスの傾向

開業時の予算を、1000万円以上と1000万円以下に分けた場合に、1000万円以上の会員はソーシャルメディア利用が33.3%、1000万円以下だと27.1%となり、6.2%の差が発生している。逆に1000万円以下の会員は口コミサイトの利用が33.6%、1000万円以上だと28.4%となり、5.2%の差が発生している。【図2-4】

【図2-4】開業予算別の利用(予定含む)販促サービス(複数回答)



「飲食店.COM」(<http://www.inshokuten.com/>)では、今後も飲食店事業者の動きやニーズを常時モニターし、会員様が満足のいく出店ができるようにサービスの向上を行ってまいります。

株式会社シンクロ・フードについて

- ・本社 東京都渋谷区恵比寿 1-21-8 セラ 51 ビル 7 階
- ・代表者 代表取締役 藤代真一
- ・事業概要 当社 HP(<http://www.synchro-food.co.jp/>)

飲食店の出店・開業支援サイト「飲食店.COM」(<http://www.inshokuten.com/>)

居抜き店舗の買取査定サイト「居抜き情報.COM」(<http://www.inuki-info.com/>)

飲食業界専門の求人サイト「求人@飲食店.COM」(<http://job.inshokuten.com/>)

飲食店のニューオープン情報サイト「飲食店 PR.COM」(<http://www.inshokutenpr.com/>)

店舗デザインのポータルサイト「店舗デザイン.COM」(<http://www.tenpodesign.com/>)

オフィスデザインのポータルサイト「事務所デザイン.COM」(<http://www.jimushodesign.com/>)

インテリア業界専門の求人サイト「求人@インテリアデザイン」(<http://job.tenpodesign.com/>)など

本件に関するお問い合わせは、下記にお願いいたします。

株式会社シンクロ・フード PR 広報部

住所:東京都渋谷区恵比寿 1-21-8 セラ 51 ビル 7 階

TEL: 03-5798-4022 Mail: [support@synchro-food.co.jp](mailto:support@synchro-food.co.jp)