

問9

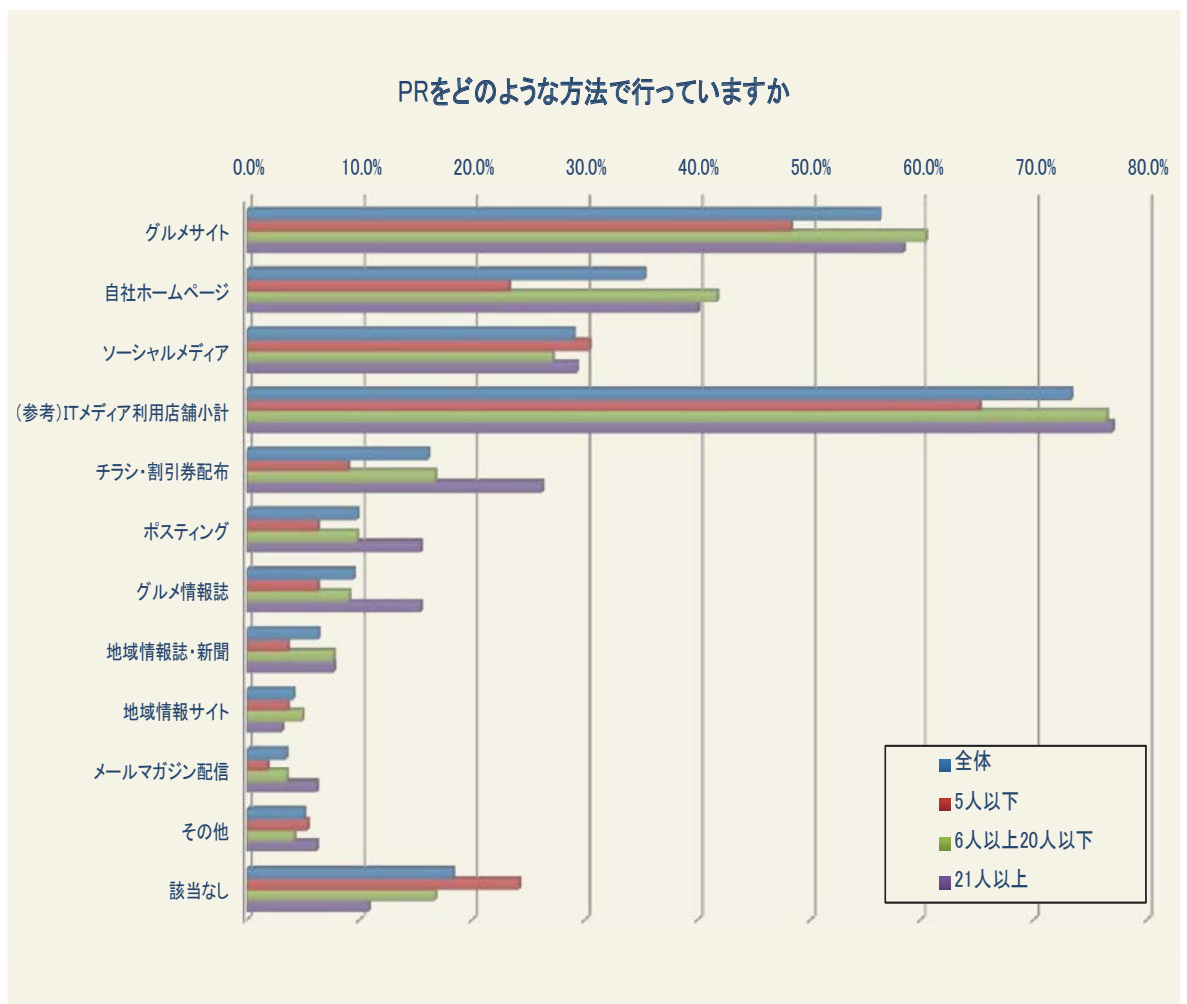
PRをどのような方法で行っていますか。
(該当番号すべてに○)

- 回答選択肢
- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 自社ホームページ | 6. グルメ情報誌 |
| 2. グルメサイト | 7. 地域情報誌・新聞 |
| 3. ソーシャルメディア | 8. ポスティング |
| 4. 地域情報サイト | 9. チラシ・割引券配布 |
| 5. メールマガジン配信 | 10. その他 |

全体で見ると「グルメサイト」が55.8%、「自社ホームページ」が34.9%、「ソーシャルメディア」が28.7%という結果となっており、これらのITメディアを活用している店舗は72.6%(ITメディア

利用店舗小計)にのぼっている。

一方で、「該当なし」との回答も全体で18.1%あり、PRを積極的に行っていない店舗も一定数あることが分かる。



PR方法	5人以下		6人以上20人以下		21人以上		全体	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
グルメサイト	54	48.2%	87	60.4%	38	58.5%	179	55.8%
自社ホームページ	26	23.2%	60	41.7%	26	40.0%	112	34.9%
ソーシャルメディア	34	30.4%	39	27.1%	19	29.2%	92	28.7%
(参考)ITメディア利用店舗小計	73	65.2%	110	76.4%	50	76.9%	233	72.6%
チラシ・割引券配布	10	8.9%	24	16.7%	17	26.2%	51	15.9%
ポスティング	7	6.3%	14	9.7%	10	15.4%	31	9.7%
グルメ情報誌	7	6.3%	13	9.0%	10	15.4%	30	9.3%
地域情報誌・新聞	4	3.6%	11	7.6%	5	7.7%	20	6.2%
地域情報サイト	4	3.6%	7	4.9%	2	3.1%	13	4.0%
メールマガジン配信	2	1.8%	5	3.5%	4	6.2%	11	3.4%
その他	6	5.4%	6	4.2%	4	6.2%	16	5.0%
該当なし	27	24.1%	24	16.7%	7	10.8%	58	18.1%
回答企業数	112		144		65		321	

(注1)複数回答のため割合合計は100%にならない。

(注2)無回答は該当なしと集計した。

(注3)「(参考)ITメディア利用店舗小計」は「グルメサイト」「自社ホームページ」「ソーシャルメディア」のいずれか、もしくは複数利用している店舗の数を合算したものの。

【取組み事例調査から】

- Facebook等のソーシャルメディアを積極的に活用(カレー・カフェ)
- 自社ホームページの充実を図ると共に、メールマガジン等でリピーターの獲得に努めている(和食)
- PRは口コミを主に考えている(イタリアン)
- テレビ、雑誌等のメディア取材は積極的に活用(和食・焼鳥)

ITメディアを用いたPR方法は日々多様化しており、利用数も増加していることから、店舗側もITメディアによる集客効果に高い関心を持っていることが窺える。中でも、「グルメサイト」は、従業員数5人以下の店舗でも48.2%と半分近くが活用している。規模の大きな店舗と比較するとその利用率は10%以上少ないという結

果ではあるものの、その認知度は高い。

「チラシ・割引券配布」「ポスティング」「グルメ情報誌」の利用については、従業員数の規模が大きくなるに従って利用率が高くなっており、小規模な店舗の広告宣伝費に対するコスト意識が表れている結果と考えられる。

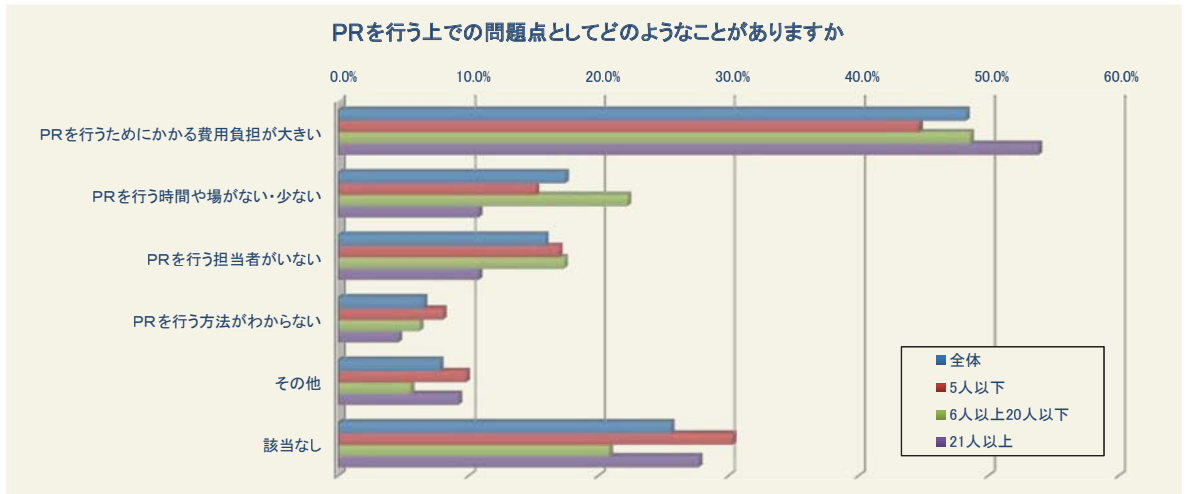
問10

PRを行う上での問題点として
どのようなことがありますか。
(該当番号すべてに○)

- 回答選択肢**
1. PRを行う時間や場がない・少ない
 2. PRを行う方法が分からない
 3. PRを行うためにかかる費用負担が大きい
 4. PRを行う担当者がいない
 5. その他

全体としては「PRを行うためにかかる費用負担が大きい」が48.3%と最も多く、「PRを行う時間や場がない・少ない」が17.4%、「PRを行う担当者がいない」が15.9%、「PRを行う方法が分からない」が6.5%あった。規模別に見ると、

「PRを行うためにかかる費用負担が大きい」は従業員数5人以下(44.6%)と比較すると、規模の大きな21人以上(53.8%)の方が、その問題意識を強く感じていることが窺える。



PRを行う上での問題点	5人以下		6人以上20人以下		21人以上		全体	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
PRを行うためにかかる費用負担が大きい	50	44.6%	70	48.6%	35	53.8%	155	48.3%
PRを行う時間や場がない・少ない	17	15.2%	32	22.2%	7	10.8%	56	17.4%
PRを行う担当者がいない	19	17.0%	25	17.4%	7	10.8%	51	15.9%
PRを行う方法が分からない	9	8.0%	9	6.3%	3	4.6%	21	6.5%
その他	11	9.8%	8	5.6%	6	9.2%	25	7.8%
該当なし	34	30.4%	30	20.8%	18	27.7%	82	25.5%
回答企業数	112		144		65		321	

(注1) 複数回答のため割合合計は100%にならない。
(注2) 無回答は該当なしと集計した。

【取組み事例調査から】

- グルメサイトの費用対効果が明確でない(寿司・イタリアン)

ITメディアは比較的容易且つ低コストで世間に広くPR出来るというメリットがある一方で、その費用対効果が明確でないという声がヒアリング調査でも得られている。公的支援などで、

店舗における現状のPR方法を分析・診断した上で、業種、立地、規模等の条件にあわせて適切な助言を行う仕組みの構築は検討に値する。

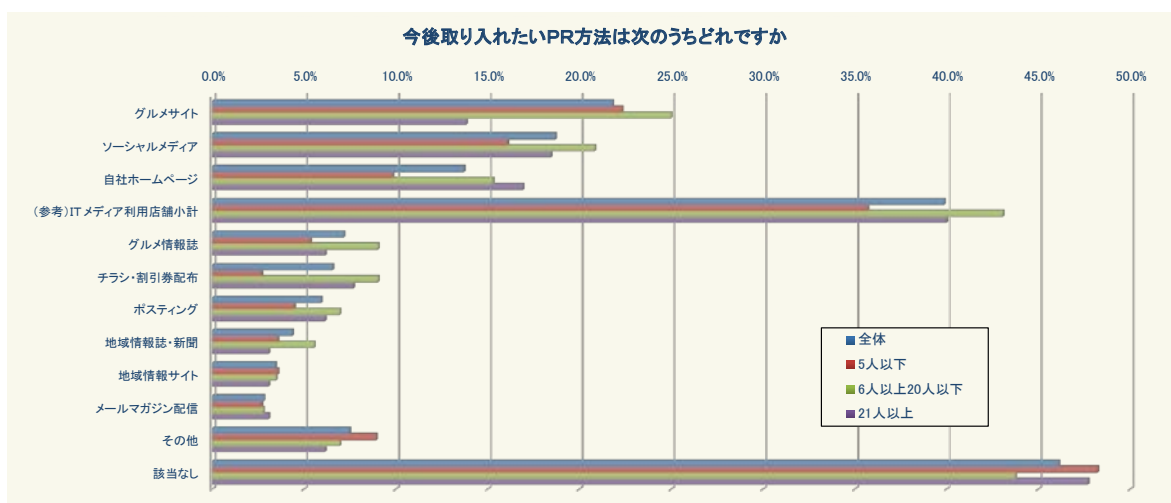
問11

今後、取り入れたいPR方法は次のうちどれですか。
(該当番号すべてに○)

- 回答選択肢**
1. 自社ホームページ
 2. グルメサイト
 3. ソーシャルメディア
 4. 地域情報サイト
 5. メールマガジン配信
 6. グルメ情報誌
 7. 地域情報誌・新聞
 8. ポスティング
 9. チラシ・割引券配布
 10. その他

全体では、「グルメサイト」が21.8%、「ソーシャルメディア」が18.7%、「自社ホームページ」が13.7%となっており、ITメディア利用店舗小計

は約4割にのぼる一方で、「該当なし」は46.1%となっている。



今後取り入れたいPR	5人以下		6人以上20人以下		21人以上		全体	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
グルメサイト	25	22.3%	36	25.0%	9	13.8%	70	21.8%
ソーシャルメディア	18	16.1%	30	20.8%	12	18.5%	60	18.7%
自社ホームページ	11	9.8%	22	15.3%	11	16.9%	44	13.7%
(参考)ITメディア利用店舗小計	40	35.7%	62	43.1%	26	40.0%	128	39.9%
グルメ情報誌	6	5.4%	13	9.0%	4	6.2%	23	7.2%
チラシ・割引券配布	3	2.7%	13	9.0%	5	7.7%	21	6.5%
ポスティング	5	4.5%	10	6.9%	4	6.2%	19	5.9%
地域情報誌・新聞	4	3.6%	8	5.6%	2	3.1%	14	4.4%
地域情報サイト	4	3.6%	5	3.5%	2	3.1%	11	3.4%
メールマガジン配信	3	2.7%	4	2.8%	2	3.1%	9	2.8%
その他	10	8.9%	10	6.9%	4	6.2%	24	7.5%
該当なし	54	48.2%	63	43.8%	31	47.7%	148	46.1%
回答企業数	112		144		65		321	

(注1)複数回答のため割合合計は100%にならない。

(注2)無回答は該当なしと集計した。

(注3)「(参考)ITメディア利用店舗小計」は「グルメサイト」「自社ホームページ」「ソーシャルメディア」のいずれか、もしくは複数利用している店舗の数を合算したもの。

ITメディアの活用によるPRを考えているとの回答が多い傾向にある一方で、「該当なし」との回答が半数近くと高い数値になっている。問9の結果を踏まえれば、「既にITメディアによるPRを実施しており当面は現状維持」と考えてい

る店舗と、「既存のPR方法では効果に限界がある」と感じている店舗が混在していることが推測できる。ITメディアの多様化の進行も踏まえて、低コストでパフォーマンスの高いPR方法の実例を紹介していくことは、有効であると考え