

SNS Marketing Case Study

導入サービス monipla

Vol.4

はなまるうどんがCRM施策をモニプラに全面移管、顧客データのマーケティング活用を開始 自社コミュニティ経由のクーポン利用率が3倍に上昇！ブランド発信の基盤として展開



会社名	株式会社はなまる
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> セルフ式うどん店の直営店の運営 セルフ式うどん店のフランチャイズ事業の開発、運営
対象商品	セルフ式うどん店「はなまるうどん」
関連サイトURL	https://monipla.com/hanamaruudon

導入経緯

セルフ式うどん店「はなまるうどん」を国内で395店舗展開する株式会社はなまるではこれまで、店舗の販促POPなどを通じて登録されたメルマガ会員約3万人に向けて、定期的にクーポンや店舗情報などを配信してきました。しかし近年、SNSやスマートフォンの急速な普及によって生活者のライフスタイルが大きく変化したことから、従来のメルマガでは顧客とのコミュニケーションに限界があると感じていました。また、お客様の来店目的やメニューへの感想など、顧客の消費動向や嗜好をしっかりと可視化しマーケティングに活用することで、さらなる来店促進に繋げていきたいと考えていました。そこで2015年より、SNSマーケティングプラットフォーム「[モニプラ](#)」を利用して、顧客向けコミュニティサイトの「[はなまるうどん ファンサイト](#)」を開設。従来のメルマガ施策に代わるWebコミュニケーションの“基盤”として、新たなCRM（顧客関係管理）施策を開始しました。

課題と成果

これまで感じていた課題

- 従来のメルマガ施策における様々な問題（メンテナンスの煩雑さ、スマホへの乗り換えによる配信エラー）を解決したい
- 顧客が「常に新しい情報」に触れることができる“ブランド発信の基盤”となる場所をWeb上に構築したい
- 自社コミュニティで顧客ひとりひとりの消費意向を可視化し、来店・販売促進や認知拡大に繋げたい

導入後の成果・結果

- 従来のメルマガを停止しCRM施策を「[はなまるうどん ファンサイト](#)」へ移管、約1年で2万人を超える顧客ネットワークを確立
- Facebook、Twitter、Instagramの公式ページ投稿をファンサイト上へ集約。情報発信の“総合的な基盤”として活用
- 店舗で利用できるクーポンをコミュニティの会員ユーザーへ配信、メルマガ経由と比較して利用率が2%から6%に上昇

■ 具体的な施策内容

2015年11月、3万人の会員ユーザーを擁していた従来のメルマガサービスを停止し、モニプラの「コミュニティ機能」で構築した自社コミュニティサイトへと会員システムの完全移管を行いました。店内ポスターやPOP、キャンペーン、FacebookなどのSNSアカウント、さらにはオウンドメディア（自社サイト）を通じて顧客に向けて再登録を促した結果、従来会員の推定アクティブ率を上回る約3割のユーザーが新たにコミュニティサイトへ登録しました。



移管後は、配信エラーの多かった従来型携帯電話（フィーチャーフォン）への配信を廃止し生産性を改善したほか、登録時に「年齢・性別」といった属性情報のほか「店舗の利用頻度」や「商品選択時に重視するポイント」といった定性的な情報もアンケートで取得し、マーケティングの精度を向上。その結果、コミュニティ会員にメールで配信されたクーポンの利用率がメルマガ経由の2%から6%に向上するなど、CRM施策の大幅な効率化を実現しました。

■ ご担当者様のコメント

株式会社はなまる 経営企画室 販売促進担当 高橋 淳 氏

メルマガのコスト増によりCRM施策を刷新

讃岐うどんの本場・香川県高松市のうどん店から始まった株式会社はなまるでは、乳児からお年寄りまで幅広く食べられる讃岐うどんを多くのお客様に食べていただくため、来店者を対象としたメルマガ配信を行ってきました。しかし、お客様のライフスタイルの変化に加え、データベース管理のメンテナンスやカスタマーサポートにかかるコストが年々増加していることから、より時代に合ったマーケティング施策が展開できないかと考えていました。

そんな中、会員ユーザーをコミュニティサイト上に蓄積しデータ管理やメール配信が容易に行えるモニプラのサービスで当社が目指していた「効率的なCRM施策」が一気通貫で実施できることを知り、2015年より導入を開始しました。



クーポンの利用率が向上、今後はデータのさらなる活用も

従来のメルマガ施策ではすでに3万人の会員を擁していたためシステム移管には迷いもありましたが、店舗ポスターやSNSなどを通じて積極的に再登録を促した結果、従来会員の多くが新規会員としてコミュニティサイトに登録いただき、クーポンの利用率なども向上させることができました。会員登録時に取得するアンケートの回答データをメール配信に活用することができるため、「居住地域」にセグメントされた店舗情報の配信など、データに基づいたCRM施策を開始しています。今後は、例えば「健康に関心が高い方」には体に良いメニューのクーポンを配信するなど、会員ひとりひとりの属性や嗜好に合った情報発信をしていきたいと考えています。



自社コミュニティを「ブランド発信の基盤」に

「はなまるうどん ファンサイト」では、各種SNSに投稿された最新の情報を自動連携できるモニプラの仕組みを利用して、「はなまるうどん」が発信するすべての最新情報を横断的に閲覧できるサイトとして展開しています。今後は「はなまるうどん」以外のブランド情報の発信なども検討しており、SNSやオウンドメディア、会員向けコンテンツなどを網羅した“ブランド発信の総合的な基盤”として活用してまいります。

モニプラの導入をご検討の方はお気軽にお問い合わせください

アライドアーキテクツ株式会社 TEL : 03-6408-2790

お問い合わせフォーム : <https://www.aainc.co.jp/contact/pr/>

＜報道関連・ご取材に関するお問い合わせはこちら＞

アライドアーキテクツ株式会社 社長室 広報チーム TEL : 03-6408-2791 メール : press@aainc.co.jp