

# 行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイトン」

※カイトンは商標権未確認の仮称

2023年7月

櫻田 航大

# 議案書：行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイトン」

<b>件名</b>	行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイトン」の提案		
<b>種別</b>	審議 ・ 報告 ・ <b>その他</b>		
<b>ゴール</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイトン」の展開について、是非の確認を行う</li><li>「カイトン」のサービス内容について、改善点や課題の確認を行う</li></ul>		
<b>目次</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>サマリ①：行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイトン」</li><li>サマリ②：「カイトン」検討デザイン</li><li>背景：2020年代の国内環境</li><li>問題：新しい飲食店の開店に“気づけない”</li><li>企画：行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイトン」</li><li>利用イメージ：「カイトン」の利用イメージ</li><li>ターゲット：「カイトン」ターゲットとニーズ</li><li>ビジョン：「カイトン」が描くビジョン</li></ul>		<b>備考 その他</b> <ul style="list-style-type: none"><li>当企画について、メインターゲットとなる顧客セグメントからの意見等は確認していないため、企画の大枠が固まり次第、実態との整合の確認を進めたい</li></ul>

## サマリ①：行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイテン」

- コロナの5類移行を背景に、消費者の消費行動が少しずつ活性化し、飲食店業界も活気を取り戻しつつある
- 若年層の女性を中心に、“カフェ巡り”や“飲食店開拓”という名目で、周辺の行ったことがない飲食店を利用するケースが散見
- また、若年層の女性は飲食店選びの際に、話題性を重視する傾向にあり、新規オープン店への関心は高い
- しかし、周辺の飲食店のオープン情報をリアルタイムに取得することは難しく、“たまたまSNSで見つけて”利用することがほとんど
- そこで、行動範囲周辺の飲食店の新規オープン情報を自動通知するサービス「カイテン」を企画した
- 「カイテン」を通じて、話題性の高い飲食店を求める利用者へ新規オープン店の情報を提供し、飲食店業界の成長に貢献する

# サマリ①：行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイテン」

## ターゲット (持っている価値観)

### 【メインターゲット】

- 20~30代キャリアウーマン



### 【持っている価値観・特徴】

- 飲食店選びの際には、おしゃれそうなイメージや話題性を重視し、オープン直後の飲食店に強い関心を持つ
- 飲食店の検索には、グルメサイトの他にSNSを活用する
- 休日は“カフェ巡り”や“飲食店開拓”と称して、行ったことのない飲食店の利用を楽しむ

## ターゲットの理想 (本当はこうありたい姿)

- 自身の行動範囲の周辺で新たにオープンした飲食店の情報をキャッチして、飲食店を利用したい

## 課題/インサイト (現状と理想のギャップ)

- 飲食店の開店情報の見える化

## ターゲットの現状 (現在の当たり前行動)

- SNSやグルメサイトを定期的に巡回し、新規店の情報があればアクセスを確認する

## 提供価値 (課題を充足する価値)

- 利用者の行動範囲の周辺で新規オープンした飲食店の情報を、能動的に提供する



## ソリューション (価値を生み出す手段)

- 行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイテン」



- 「カイテン」の利用者はまず自身のスマホに「カイテン」アプリをインストールし、スマホを持ち歩くことで、「カイテン」が自動で利用者の行動範囲を分析
- 飲食店の開業申請情報や飲食店からの掲載依頼を元に、飲食店の新規オープン情報を「カイテン」が取り込み、上記で分析した利用者の行動範囲付近であれば、スマホを通じて利用者へ通知する

# 背景：2020年代の国内環境

- コロナ：コロナ感染拡大により飲食店業界がダメージを受けたが、5類への移行に伴い再興に向けた取組が進む
- 車離れ：若年層を中心に車を持たない車離れが進み、行動範囲も職場や自宅周辺を中心にシュリンクしつつある
- SNS：SNSの発達を背景に、モノやサービス、飲食店の判断基準における“話題性”の比重が高まりつつある

## ■背景：2020年代の国内環境

### コロナ

- コロナ感染拡大と5類への移行



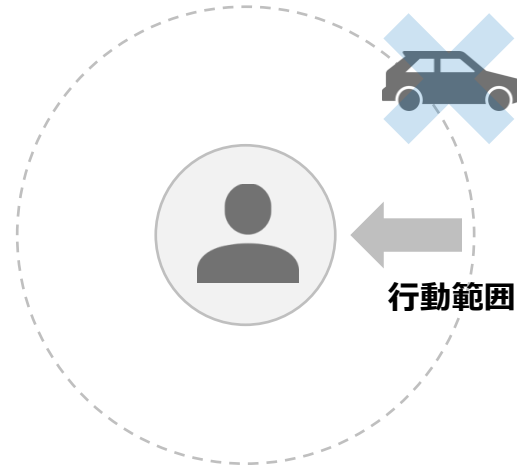
厚生労働省HPから抜粋

<https://www.mhlw.go.jp/stf/corona5rui.html>

- コロナウイルスの感染拡大により、飲食店業界が大きなダメージを受けた
- 2023年にコロナが5類へ移行し、飲食店業界の再興に向けた取組が進む

### 車離れ

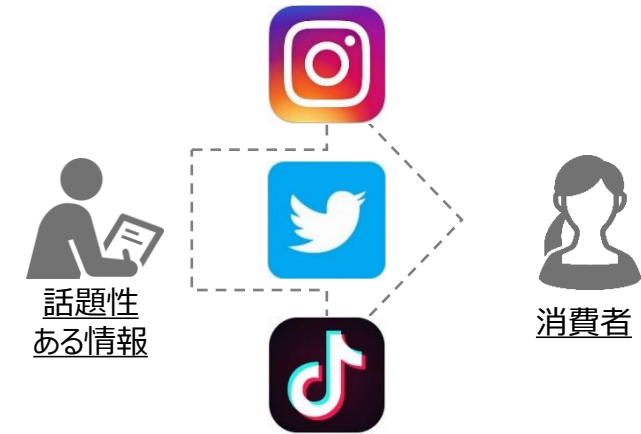
- 車離れによる行動範囲の縮小



- 若年層を中心に、車離れが進行
- 車を持たない世帯の行動範囲について、職場及び自宅周辺の比重が増す

### SNSの発達

- SNSの発達による消費行動の変化



- SNSの発達により、モノやサービスの判断基準における“話題性”の比重が高まる
- 特に飲食店選びは、SNSにUPするために話題性のある店だけを探すケースも散見

# 問題：新しい飲食店の開店に“気づけない”

- SNS利用：世界の情報が掲載されているため、行動範囲内にある飲食店のオープン情報に触れることは少ない
- 行動範囲の縮小：車離れ等による行動範囲の縮小は、周辺の飲食店のオープン情報との接点を狭める
- 問題：SNSで飲食店を探し、かつ行動範囲が縮小しつつある現状、周辺の新しい飲食店の開店に“気づけない”

## ■問題：新しい飲食店の開店に“気づけない”

### SNS

- SNSにより集まる情報



SNSからは広範囲な情報が入るため  
周辺の飲食店オープンに気づけない

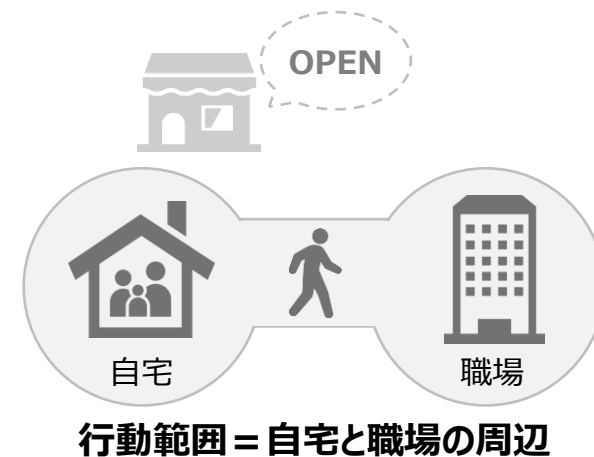
### 飲食店の開店に…

気づけない

情報収集の主な手段であるSNS、  
生活動線において、周辺の飲食店の  
新規オープンに気づきにくい

### 行動範囲

- 行動範囲の縮小

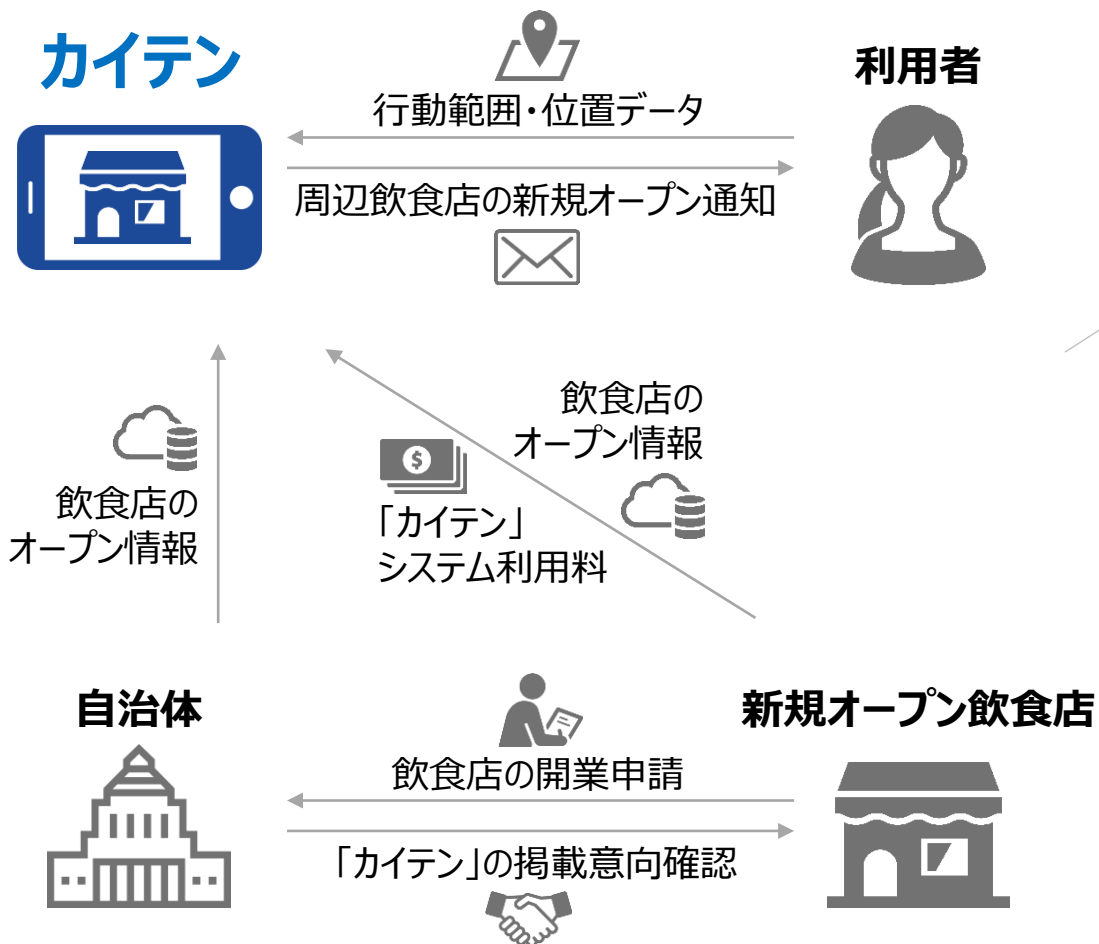


行動範囲が非常に限定的で、周辺の  
飲食店の新規オープンに気づけない

# 企画：行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイテン」

- 「カイテン」：利用者の位置情報を取得し、行動範囲周辺の飲食店の新規オープン情報を自動通知するサービス
- 利用者：「カイテン」アプリを入れて生活するだけで、周辺の飲食店の新規オープン情報を受動的に得ることが可能
- 新規オープン飲食店：オープン時に周辺の消費者へ効率的にPRすることができ、常連客の早期獲得が期待できる

## ■企画：行動範囲周辺の飲食店の開店を自動通知するサービス「カイテン」



### ○マーケティング・ミックス



#### Product(モノ)

- ✓ 周辺飲食店のオープン情報を自動通知するシステム
  - ・ スマホの位置情報から利用者の行動範囲を自動で分析し、周辺の飲食店の新規オープン情報を自動通知するサービス



#### Price(価格)

- ✓ 100千円/回
  - ・ 新規オープンする飲食店から広告費として費用を回収



#### Place(流通)

- ✓ アプリケーション
  - ・ 位置情報取得や利便性の観点でアプリ提供



#### Promotion(広告)

- ✓ WEB広告&飲食店からの斡旋
  - ・ アプリの拡販と親和性の高いWEB広告及び利用する飲食店からの斡旋によるPR

## 利用イメージ：「カイトン」の利用イメージ

- Step 1：アプリインストール：アプリを入れて生活することで、スマホの位置情報から行動範囲を自動で分析
- Step 2：飲食店オープン通知：行動範囲内で飲食店が新規オープンすると、「カイトン」が自動で通知
- Step 3：飲食店利用：「カイトン」を通じて発見した新規オープン飲食店を利用

### ■利用イメージ：「カイトン」の利用イメージ

#### Step 1 アプリインストール

アプリをインストールして生活することで、スマホの位置情報から行動範囲を自動分析



#### Step 2 飲食店オープン通知

行動範囲内の飲食店新規オープン情報をキャッチし、アプリが自動で通知



#### Step 3 新しい飲食店を利用

「カイトン」を通じて発見した新規オープン飲食店を利用





# ターゲット：「カイテン」ターゲットとニーズ

- メインターゲット：経済力と話題性への関心の双方を併せ持つ20~30代のキャリアウーマン
- サブターゲット：経済力は高くないものの、話題性への関心を持つ学生や若年層の主婦をサブターゲットに設定
- 「カイテン」に予約機能や、友人を誘いやすい機能等を実装することで、ターゲットへのスムーズな普及を図る

## ■ターゲット：「カイテン」ターゲットとニーズ

	20~30代の キャリアウーマン	学生	20~30代の 主婦
市場規模	約20百万人	約3百万人	約4百万人
サービス との親和性	外食を頻繁に利用できる 十分な経済力を持つ 最新の情報や話題性に 高い関心を持つ	経済力は高くない 平日休日問わず自由な 時間を多く持ち、かつ 話題性に高い関心を持つ	経済力は高くない 子育てで自由な時間は 少ないが、SNS利用は 多く話題性に関心アリ
セグメント のニーズ	平日は忙しいため、飲 食店が混む土日にもス ムーズに飲食店を利用 したい	友人と一緒に飲食店を 利用したい	小さな子供を連れて 利用できるか知りたい
サービス の工夫	「カイテン」の通知を受け た飲食店を予約できる 機能の実装	同じ飲食店の通知が 送られた友人が見える化 され、友人を誘うことが できる機能の実装	「子供連れの歓迎」情 報も合わせて通知する

## メインターゲット ペルソナ



- 年齢 28歳
- 性別 女性
- 職業 会社員
- 世帯 一人暮らし
- 収入 年収400万
- 働き方 フルリモート
- 居住地 京都府
- 趣味 カフェ巡り
- 悩み 店探しが大変

- 飲食店やカフェ巡りを趣味としてきたが、周辺の店は行き尽くし、新規オープン店に関心を持つが、SNS等で新規オープン店を探すことに手間を感じている



**飲食店の新規オープン**は街に活気を与え、地元経済の活性化を見込むことができるイベントと言える

また、SNSの普及等を背景に、新規オープンした飲食店はその話題性から、一時的に高い顧客ニーズを期待することができる

しかし、車離れ等により行動範囲の縮小により、“周辺の飲食店の新規オープン情報”を見つけることが難しくなりつつある

「カイテン」を通じて、周辺の飲食店の新規オープン情報を手軽に獲得できる仕組みを構築し、飲食店業界の成長に貢献する