横須賀市内事業者のオンライン活用事例！ ～カギロイ

≪出席したセミナー≫
・「もっと注目される！SNS アカウントの育て方」
≪活用しているコンテンツ≫
・SNS（Facebook/Instagram）

一度見たらファンになる！独創的なマガジン風コンテンツ

■マガジン風の独自のスタイルがオシャレ



５年程前 Facebook にて投稿開始。お店感を出さず、マガジン風で認知してもらえたらいいなと思って、写真、ロゴ、テキストを載せたスタイルの画像投稿をしています。メッセージやダイレクトメールで感想を送ってくれたり、マガジン風のスタイルをお客さんが真似て投稿してくれたりするのも嬉しいです！投稿画像が雑誌の表紙スタイルのため、「中面ページも作って」と要望を受けることもあります。

最近は、見せ方をアレンジしたいと思っていて、「カギロイ文庫の書籍」を紹介するスタイルにしてみました。帯と背表紙に伝えたいことを存分に載せて、本物の書籍のように見えるようこだわりました。特に背表紙は、平面の画像では表現できない部分なので、立体的に見えてとても気に入っています。このシリーズの制作作業は、正直手間がかかるのですが出来上がりが自分でも楽しみで、シリーズ化しようと計画しています。

「MOVEON!」セミナー「もっと注目される！SNS アカウントの育て方」では、講師の方からマガジン風のコンセプトや世界観について褒めて頂き、自信につながりましたし、このスタイルのファンをもっと増やしたいというモチベーションも上がりました。

■毎週金曜日にカギロイを思い出してくれるように

金曜日の SNS 投稿を習慣化しています。通知がきたら内容を確認しなくとも、必ずカギロイ通信だとわかってもらえるように、投稿のタイミングを金曜日の夕方に設定しています。タイムリーに見てもらえなくても、そういえば、カギロイが投稿しているはず！と金曜日に思い出して遡ってみてもらえると嬉しいです。



■こだわり①～旬の情報を

意外と知らない季節の旬の食材の紹介や、収穫時の写真から旬を感じられるよう意識しています。レシピや調理方法など料理の豆知識なども書き込んでいるので、楽しく読んでほしいです。「カギロイ通信見ました！」「レシピ作ってみました！」という反応がお客さんからあると会話が広がって、見ていてくれることが分かるとより親近感がわきます。

■こだわり②～入荷状況やお店の PR はしない



「本日のおススメはこちらです！」と紹介する SNS はよくあると思いますし、その投稿が来店のきっかけに繋がることも多いと思います。しかし、逆に当日中にお店に来られない方もいて、その方に、「食べたかったのに今日はお店に行けないから残念だな」という思いをしてほしくないため、飲食業ではよくある入荷情報の発信はあえて控えるようにしています。でも、横須賀市内のイベントには来てね！と案内して横須賀の PR は欠かさず行っています。

■投稿の準備



月曜日から投稿の構想を考えています。旬の食材の情報はもちろん、流行りのフレーズやトピックをタイムリーに写真やテキストに加えるなど、遊び心を忘れずに楽しく制作しています。写真も得意ではなかったですし、デザインを学んでいませんでしたが、実際に毎週、写真を何十枚も撮っていると次第に楽しくなり、今では趣味の領域に入っています。毎週投稿を楽しみに待っていてくれるフォロワーの方に、どうしたら楽しく読んでくれるかなと考えている時間はいつも充実しています。来店してくれるお客さんから声をかけてもらえることが嬉しいので頑張り続けることができます。

■今後のチャレンジ！

SNS でよく見る 60 秒ほどのレシピ動画を撮りたいです。課題は、撮影時のマンパワーや編集にかかる時間の確保が厳しく、なかなかチャレンジできていません。でも、静止画やテキストだけでは伝わりきれないニュアンスも、レシピ動画

なら調理方法の全体像のおおまかな流れを伝えられるので、見て頂いた方がより料理を身近に感じて作りたいと思える動画を今後は作りたいです。

また、フォロワーの数ももっと増えてくれたら嬉しいので、今まで読んでくれている方も、新たにフォローしてくれた方も楽しめるような投稿を続けていきます！