Shopify で
ネットショップ
構築します

## EC サイト制作サービス

EC サイト導入に必要な全てを揃えた
パッケージサービスをスタートしました。
「非対面型ビジネス」を支援します。

お気軽にお問合せください

## ほやほやバックナンバー、無料で資料請求受付中！

**ほやほやバックナンバーの資料請求はこちらから！**

TEL　0120-117-854
MAIL　info@appcooking.jp
URL　http://appcooking.jp　受付時間 10:00~18:00(平日)

アプリクッキング 公式アプリ

App Store からダウンロード
Google Play で手に入れよう



Web サイトは　アプリクッキング　で検索！

NEW APPLICATION・PR・MAGAZINE

# できたて ほやほや DX デラックス

## ECサイトを検討されてる方必見
## 今の時代に必要なDXとは？

Story by AppCooking

今月号は新しくアプリを制作された方たちの取材と新型コロナウィルスが流行中に立ち上げた EC サイトで売上が向上した美容院の取材をさせていただきました。EC サイトや公式アプリにご興味がある方のご参考になれば幸いです。

2020
10月号

Let's think together APP-DX

みんなで考えてアプリでDXしよう

# アプリでできる、DX

今、世界的に注目されている「DX」。DXとは、「デジタルトランスフォーメーション」の略で、「デジタル技術を浸透させることで人々の生活をより良いものへと変革すること。既存の価値観や枠組みを根底から覆すような革新的なイノベーションをもたらすもの」という意味合いがあります。そしてDXは、中小企業の大きな経営課題とも言えます。なぜかというと、DXの事例の多くは"大企業"によるものですが、しかし今「ウーバーイーツ」を始め、多くの「DX」が中小企業を席巻している状態です。「弊社でDXは難しそう!?」と思っている方も、まずはできるところから取り組んで見るのはいかがでしょうか。そこで今回は、アプリでできるDXを、事例とともにご紹介していきます。



## 1 クーポンをアプリに

お客様の立場としては嬉しい「クーポン」。クーポンは、集客に大きな影響を与える手段の一つです。スマホが普及する前は「紙媒体」のクーポンが多く、よくチラシなどにもついていたりしました。紙のクーポンになると、まずクーポンをお財布に入れてもらう必要がありましたが、お客様はアプリを持っておくだけでいいので、クーポンを活用してもらいやすくなります。更に、紙のクーポンは一度発行するとやり直しが難しいですが、アプリのクーポンは、変更が簡単に行える為、お客様の反応を見ながらA・Bテストを行うことも可能。効果の検証ができ、クーポンの効果を最大化することができます。

## 2 ポイントカードをアプリに

どんな業種の店舗でも多く取り入れられているポイントカード。常連のお店などがあれば特にポイントを活用したいと思う方は多いのではないでしょうか。しかし、毎日は使わないけど、いつ使うかもわからないポイントカードを持ち歩くのは、ただただお財布がかさばるばかり。そんなポイントカードがアプリの中で管理することができたら･･･。お財布の中がスッキリするだけでなく、「ポイントカードを忘れた!」なんてことも無くなりますし、ポイントを使うときにレジ前でもたつくこともありません。店舗にとってもポイントカードの制作費、印刷費の削減も図ることができます。

## 3 DM・チラシをアプリに

ほとんどの店舗では、DMやチラシを作ってお知らせを配信していると思います。DMは他の情報に埋もれてしまいますし、チラシはまず、紙の印刷に費用がかかる。その点、DMやチラシでお知らせしている内容をアプリで配信することによって、紙の印刷費用もなくなり、どれだけ配信先が増えても、一括で配信できるだけでなく、他の情報に埋もれることもなく、お客様のスマホにダイレクトに情報を届けることができます。DMやチラシでのお知らせをアプリから配信することにより、費用を削減できるだけでなく、効率よく、確実に、その情報を届けることができるのです。

## 4 決済をアプリに

アプリで予約や決済ができるということは、アプリをダウンロードしているロイヤルカスタマーにとって便利になります。また、アプリのプッシュ通知を活用して、アプリ利用者限定のお得な情報を発信すれば、ダイレクトに来店率が上がります。お店によっては雨が降った日限定でポイントアップクーポン配信を行う店舗や、来店客数が芳しくない時に突発的なタイムサービスをすることもあります。そのような時もプッシュ通知をうまく使えば、直接的な来店率アップへもつなげられます。

## ほやほやDXとは

「今日は何があったの？」「こんなことがあったんだ！」家族で食卓を囲む時に生まれる、たくさんの会話。できたて”ほやほや”の料理を囲みながらたくさんの会話が生まれるように、できたて “ほやほや”のアプリを見ながらより良い未来を話し合うきっかけを作りたい。そんな思いから”ほやほや”は生まれました。皆様と共創し、共に成長を目指せる会社。そんな会社になるため、皆様へアプリの事例を提供していこうとアプリクッキングは約3年間”ほやほや”を通してできたてのアプリの情報をお届けしてきました。2020年からは、できたてアプリ情報だけではなく、「デジタルトランスフォーメーション」にも着目し、アプリで何をどのように「デジタルトランスフォーメーション」したのか？という部分にフォーカスをあてることで企業の「デジタルトランスフォーメーション」が促進できればと考えています。アプリを中心に関わるすべての人がプラスになることを願い、「ほやほやDX」にアップデートしました。



10月号

## CONTENTS


アプリでできるDX —— 01 ~ 02

ほやほやDXとは / インデックス —— 03 ~ 04

公式アプリ「懐石かつら」のアプリ活用法 —— 05 ~ 06

公式アプリ「Soi CROP」のアプリ活用法 —— 07 ~ 08

アプリクッキング代表が考えるDXとは —— 09 ~ 10

「ECOO」の施策したDXの結果 —— 11 ~ 12

# 懐石かつら 公式アプリ

## お客様の声を受けて、完全個室の懐石料理を提供

大阪にある会員制の懐石料理のお店、かつらさん。本店の和彩厨房 KATURA（かつら）さんから歩いてすぐの場所にお店を構えています。2020年9月23日にオープンし、料理は旬の食材を手間をかけて仕込みをした本格懐石料理をご提供されています。沢山ご要望いただいていた、「貸し切りで宴会をしたい」や「個室でゆっくり食事をしたい」という声に応え、完全個室で美味しい料理を楽しめます。

## 会員制の懐石料理から公式アプリが登場！

公式アプリを導入しようと思ったきっかけは、アプリクッキングさんのアプリを導入されているかたからの紹介です。小規模事業化持続化補助金のことも教えてもらったので、補助金で作ろうと思いました。
懐石かつらのオープンと同時にアプリもリリースしたいなと。ベーシックタイプのアプリは誰でもダウンロードできるオープンなものですけど、懐石かつらは会員制のお店にしているので、ログイン機能もついているプロモデルがぴったりだなと思いプロモデルで作ることにしました。

## 顧客の皆様にダウンロードされて、リリースからすぐに3桁

顧客の皆様がすぐにダウンロードしてくださったので嬉しかったですね。
現状、本店（和彩厨房 KATURA）では LINE@ を使って予約をとるかたもいらっしゃいます。懐石かつらのほうではアプリのチャット、もしくは予約サイトを通して予約をしてほしいと思っています。

でも正直、アプリはダウンロードしてくださったものの、現状は電話で予約がくることが多いんです。やっぱり電話となるとその分時間も取られるし、せっかくアプリもありますので、今後はアプリを通してチャットか予約フォームから予約してもらえたら嬉しいですね。

## アプリを窓口に、より良いアプリにしていきたい

アプリからの予約がメインになるように、もっとアプリもより良いものにしていきたいですね。「お問い合わせはこちら」を「予約窓口」にしたいなー。そして予約窓口ボタンを上に持ってきたりとか…使ってもらえるアプリにしていかないと意味がないと思うんですよね。アプリの整理ってきっとだれでもするじゃないですか。そうなったときにまずどれを消すかって、自分が使わないアプリからだと思うんです。なので、普段からお客様に使ってもらえるアプリになるようにしていきたいです。

あとはフッターが「HOME」になってサイドメニューが「TOP」になっているのが違和感あるので、これも変えたいですね。サイドメニューももっと減らしたいし…管理画面でいろいろ変更していこうと思います。やっぱりアプリに関しては、極力「シンプルに、見やすく」これにつきますね。シンプルで見やすくを第一に、それから使ってもらえる内容を盛り込んだアプリに育てていきたいです。

### PROFILE

懐石かつら

阪急梅田駅近く梅田ロフトから歩いて 3 分ほどの場所にお店を構える懐石かつら。2020 年 9 月 23 日、本店の和彩厨房 KATURA（かつら）から歩いてすぐのところに、会員制の懐石料理屋懐石かつらをオープンしました。料理は旬の食材を手間をかけて仕込みをした、本格懐石料理です。完全個室制なので、お子様連れや大切なお客様とのお食事にも安心してご利用いただけます。

## お客様一人ひとりを心から綺麗に、心から寄り添ったサロン

ＪＲ福島駅から車で5分のところにあるSoi CROP（ソイ クロップ）さん。デザインカラーが得意で多くの人気を集めており、ヘアだけではなくまつ毛エクステンションやネイルなどトータルでお客様に提供しているサロンです。リラックスマッサージやスキンケアにも重点を置いており、一人ひとりのその日のコンディションを見極めて最適な薬剤を調合します。
お客様一人ひとりに心から寄り添ったサロンを目指されている、素敵な美容室です。

## アプリで予約窓口を1つに

LINEをやってない人もたまにいるので、連絡手段がなかなか難しいなと思っていました。そこでアプリから予約が入ったりすると、アプリ作ってよかったし嬉しいなって思います。
軌道にのったら運用の面でも、快適になると思いますし、いろんな媒体から予約を受けるよりも、窓口を1個に統一させたほうが運用する側も管理しやすいです。一回来てもらって、ここで全部うちのすべてが揃ってるよって感じにすると、HOT PEPPER BEAUTYを検索してるときに安いからこっちの別の美容室に行こうかなというようなこともなくなるかなと思います。お客様とのコミュニケーションを大切にしたいので、もっとお客さんと密に繋がっていきたいですね。
HOT PEPPER BEAUTYもサロンボードやレジ管理などができるのはすごくいいなと思っているので、ライトなプランにして継続しつつ、顧客のつながりや窓口は公式アプリに集約するっていうのが使い方としてバランスがいいなと思っています。



## アプリの機能でお客様とのコミュニケーションを

スタンプカード機能はよく使っています。あとはニュースをとにかく更新しようかと思っているのですが、日頃の営業でまだ出来ずって言うところです。（笑）アプリを配信するルーティンを作りたいなと試行錯誤中です。
あとシェアカルテは便利ですね。お客様も相談しやすいと言ってくれます。ネット予約だと予約が取りづらいこともありますが、直接お問い合わせしてもらえると予約が取れる場合もありますしね。

## 施術中のアプリのご案内はどのように？

基本は店内のポップでご案内しています。お会計のところにアプリのポップを貼ってるので、そこで QR コードからアプリをダウンロードしてもらっています。「今日からポイントつきますよ」とご説明もしています。後からやるよりも、説明できる店員がいる場のほうがお客様もアプリ使うのに心強いと思っていらっしゃるみたいで、それこそ「桃子さんやってもらっていい？」とお客様にスマホ渡されてその場でやっちゃったりします。( 笑 )

## 今後はお客様に有益な情報をどんどん配信したい

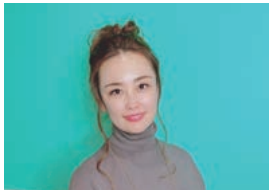
ニュース配信で note の紐付けをしたので、そこから進めていきたいです。少し時間はかかってしまいますが、頑張って書いたのでお客様に読んでいただけたらなと思っています。美容関係の情報とか知りたいお客様も多いと思いますし。うちはお店の物販もとてもいいんですけど、スキンケアだったり、成分の話とか「どうしてこうなるのか」っていうのを文章にしようと思って書いてたら。とんでもない量になりました。（笑）
うちのコンセプトでもあるのですが、長くお客様と付き合っていきたいからこそ適当な記事は書きたくなくて。誠実な記事を少しずつですが増やしていけたらなと思っています。

今後はアプリに合わせて YouTube も紐付けていきたいです。ただ動画が撮れないっていう。（笑）お客様にファンデーションの使い方なんかを LINE などで送ってるんですが、今後はアプリをダウンロードしてくれた人限定で公開していけたらとも考えています。

### PROFILE

Soi CROP（ソイ クロップ）

福島県福島市にある Soi CROP（ソイ クロップ）はお客様一人ひとりを綺麗に、お客様の心に寄り添ったサロンになりたいという想いで、お客様の悩みを改善するために悩みを聞いて解決させていただくお手伝いをしています。スキンケアやリラックスマッサージにも重点を置いており、まつげエクステンションも施術しています。新しいものにどんどん挑戦していくサロンです。



アプリクッキング代表が考えるDXとは

# 中小企業のDXこそアプリ活用を!

新型コロナウイルスの流行により、世の中には様々な状況が変化しました。それにより企業はDX（デジタルトランスフォーメーション）を意識する、または働き方の変化によるDXの必要性に迫られるようになりました。
とは言ってもDXの幅は広く何から手をつけるかは難しく、それを考える人材も不足しています。さらに予算の問題も。私が考える、中小企業のDXにおいてまず意識したいことは３つです。

## 1 一気に全部やろうとしない

できるとこから少しずつ「早く」やることが重要です。全体連携を考えだすとどこから手をつけるかが難しくなります。部分的にできるとこをまずは洗い出してDXすることで、作業の効率を高めていく。そうすることで今いる人材の時間を確保していくことが大事です。

**例えば電話受付をチャットに、会員証をアプリに、広報誌をアプリになど、できるところから!**

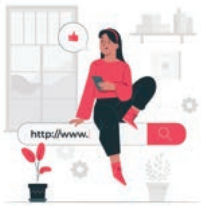
## 2 お客さまや取引先が便利になることから手をつける

日本の企業にありがちなのが、社内のDXから始めること。しかし、それは効果的ではありません。はじめに管理に考えがいきがちですが、そうなるとセキュリティなど様々な課題が出てきて、ますますDXは進みません。それよりもオペレーションに目をむけるべきであり、オペレーションが便利になることで人材の時間を作ります。これを利益と考えましょう。

**顧客にとってはホームページよりもアプリのほうが手軽で便利!愛着もわきやすい!**

## 3 広告中心のマーケティングからオペレーション中心のマーケティングに

日本の中小企業の多くは広告中心のマーケティングをしていますが、これだけSNSが広まり個人が発信力を持つ時代、広告よりも顧客のオペレーションを便利にすることが効果的です。新規顧客の獲得よりも、顧客をファンにすること。ファンになるには顧客と企業が便利で快適にコミュニケーションできるかが重要になります。




**ユーザーの行動の導線にアプリを入れることで、あらゆる情報へのアクセスが容易になる!**

今年から新型コロナウイルスが流行したことにより、日本全体がDXに急速に対応していかなければならない状況下にあります。その中で店舗販売だったものをECサイトで販売、さらに社内連絡を紙媒体の連絡から社内アプリへと、DX化を進めてきたのが美容室のECOOさんでした。
ECOOさんは以前に店舗の公式アプリを制作されていました。公式アプリは「顧客の囲い込み」を一番の目的として導入されていますが、ホットペッパービューティーだけだとアプローチしきれない部分をアプリで補えたらとも考えておられます。成人女性の9割はスマホを持っている、そういう現代の生活スタイルを考えると、スマホに自分の店舗のアプリを入れてもらえるのはやはり強いと思い、一度来ていただいたお客様へのアプローチとしてはアプリが最善なのではと、アプリに魅力を感じていただいているとのこと。

今回はDX化したことで、どのように変わったのかについて取材させていただきました。

## 社内アプリで管理をスムーズに

社内アプリを作ろうと思ったきっかけはものすごく単純なことで、やっぱり店舗数が増えてくると「アレやった？」「コレやってないよね？」といった食い違いが増えていくんですよね。情報伝達は正確にしたいのでアプリを考えました。
アプリをいつでも見られるというのがよくて、うちはスタッフのレッスンをしているんですけど、アプリに動画をあげておくだけでも１人でお店で練習ができるというメリットがあります。とりあえずこれさえ見ればスタッフがわかるようにと思い、勤務体制などもアプリにのせてあります。
情報の所在が明確ですし、社員のモチベーションの維持にもなりますし、「さっき話したけどな」「さっき言ったけどな」ということが防げるのがいいですね。

## スタッフさんからは社内アプリの評価はどうでしょうか？

スタッフからは好評ですね。何も言ってこないし。(笑)
新しいことを決めたり追加したらアプリを見てくださいねという感じで使っています。管理する側からだと効率的ですね。時間をかけずにできるので楽です。とてもシンプルですし。
グループLINEとかね、連動してガンガン使ってましたけど、ノートに投稿しても全然見ないですよね。(笑)流れていっちゃうし、あとから見たいときに読めない。
ぱっとみたときとかも最後まで読めないですし、後で読もうってなっても忘れてしまうこともありますね。
社内みたいに内向きなことに関してはまだまだアナログが多いですよね。まぁ日本自体がまだアナログだなと思います。こういうアプリをやることによって、「あ、割とちゃんと先に進んでるんだな」って実感できます。それにブランディングにも繋がるのですごくいいと思っています。

## 社内アプリの機能はどう使われていますか？手間とは思われますか？

手間だなとは感じないですね。
それに社内アプリに関してはそこまでプッシュ通知は使ってないですし、お客様に送っているのもHOT PEPPER BEAUTYのDMを送るのと変わらないので、そこまで感じていないです。必要な項目って限られてますからね。あんまりややこしくなるとだんだん使わなくなってくるから、シンプルなほうが良いんじゃないかなって思います。

### 管理画面もシンプルに。貴重なアドバイスをいただきました

まぁデメリットっていうか、アプリの管理画面が各項目ごとにめちゃくちゃわかれているじゃないですか。あれだけ何とかならないかなーって思うことはあります。今の仕様だと各項目にボタンがありますからね。

### 弊社としての回答

今の管理画面はいろいろな業種のかたが工夫してアプリを使えるような仕様になっているので、いまはこの形になっています。今後もっと店舗にアプリがあるのが当たり前になってきたら、管理画面なども業種ごとに展開していければと考えています。
どうしても業種によってはこの機能は使ってる、この機能は使っていないというのがあるので、こちらとしてはお客様のやり方をみて勉強させていただいている部分があります。
貴重なご意見ありがとうございました！



## 新型コロナウイルスをきっかけにECサイト（Shopify）を立ち上げ

ECサイトのほうはもともとのきっかけは新型コロナウイルスの流行で。2週間休業しなくてはいけなくなったんです。商品は店舗のみで販売していたんですけど、単純に休業すると売上が０になりますよね。その間にECが動いてくれてたら少しは足しになるし、お客様もお店閉まってても商品を購入できるので良いかなと思いました。
あとは、今後オリジナル商品を増やすにあたってはECは絶対必須だなとは思います。とくにうちの場合は電車を乗り継いでこられるお客様が多いので、そうなるとサロン帰りにシャンプーやトリートメントを買っていくのかって考えると、やっぱり荷物になるじゃないですか。だからECで購入できたらいいかなーと思って。

でも、デメリットもありますね。基本メーカー商品って売れないんです。転売行為になってしまうので。うちは交渉して新型コロナウイルスの流行中だけ販売してるんです。だからうちも今はメーカーの商品も扱ってますけど、それが終わったらオリジナル商品に移行していこうと思っています。

## 先駆けてECサイトの運営に移行

うちはほんとに、徐々にオンラインに移行していこうと考えています。
EC サイトも徐々にアップデートして改善していけばいいと思っています。Shopify も「え？こんなことできたの？」というような機能がすぐ追加されますしね。Instagram と shopify の連携もできるらしいので、自社商品に関しては instagram と shopify を連動させるのもいいかもなと思っています。今後も EC サイトを良くしていくように力をいれていきたいです。

### PROFILE

ECOO

大阪市の心斎橋駅･四ツ橋駅より徒歩 2 分の場所にある、ECOO( エクー ) 南船場店。「ナチュラルでヘルシーなテイストのヘアスタイル」と「ブリーチなしでも赤味を抑える技術」が大好評で、「やりすぎず、ラフ過ぎない」お客様の自然な魅力を最大限に引き出します。また、「外国人風透け感スタイル」をコンセプトにしたヘアセット専門サロン「set room ECOO」を展開している他、近年では４月１日には ECOO 心斎橋店を OPEN しました。