

魅力ある店舗やイベント、SNS等での情報発信でまちのにぎわいを創出

(OK COFFEE Saga Roastery 佐賀県吉野ヶ里町)

カテゴリー
B-1. (2)(3)
B-2. (2)

取組の背景・課題 - 町をにぎやかにしたいとの思いから、人が集まる場所としてコーヒー店をオープン

- 店主は、祖父の代から約85年間吉野ヶ里町で印鑑の持ち手の部分を製造・販売する企業の3代目社長。生まれ育った地元に対して貢献したいとの思いから、人々が交流できる拠点として、2019年に駅前の旧商店街地域にコーヒー店兼焙煎所を開業。人が集まるための店舗設計や情報発信に注力。

カテゴリB-2(2) 直接声が届きやすい体制・仕組み

人が集まり、スタッフと顧客、顧客同士の対話がうまれる店舗

- 店内は顧客同士の目線が気にならないプライベート空間となるように配置、それでいてスタッフと顧客、顧客同士で対話しやすい距離であり、かつ、開放的なデザインを実現。
- 店内奥にあるソファ席は、子連れの顧客もくつろげて子供へ目が行き届くように、また、店舗入口は大きな窓として、外から店内の様子を確認できるように設計。晴れた日は店舗前に木製ベンチを設置し、顧客以外も利用可能。
- コーヒーの価格を390円（R6.3時点）に抑えるなど、人が集まりやすい店舗を展開。顧客との対話から、家庭でも楽しめる商品や、顧客への新たなサービスが生まれた。

カテゴリB-1(2)(3) わかりやすい情報提供、新たな魅力の発信 新規顧客獲得のための情報発信、販売方法工夫

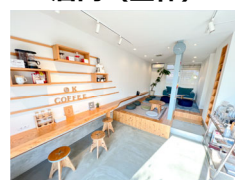
イベントやSNS等による情報発信で、お店のファンとして新規顧客を獲得 周辺への相乗効果で町のにぎわい創出へも貢献

- 当店のロゴが入ったコーヒーカップを持った顧客にコーヒーを無料配布するイベント「FREE COFFEE WALK」を不定期に開催。4時間で600人近い参加者が町を闊歩する大イベントに発展。地元以外からも集客することで新規顧客の獲得や、近隣飲食店へ足を運んでもらうことで、町のにぎわい創出も図っている。
- 町から依頼を受けて、町民向けにコーヒーの淹れ方の講座を行うなど地域のイベントに積極的に関与。短期的な売上を目的とせず、あくまで店舗や地域へ足を運んでもらうきっかけ作りとして実施。
- SNSでは、コーヒー等の商品や店内の様子に限らず、店長・スタッフの店内や各種イベントでの活動の様子等を積極的に発信。新規顧客の獲得に加えて、当店のファン作りや顧客来店時にスタッフ等との対話のきっかけ作りが図れている。

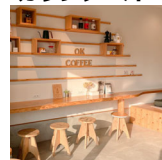
取組効果

- 居心地良い店内や手頃な価格で商品を提供し、顧客と店長・スタッフとの距離感も近いことで、顧客の来店するリピート率が高い。
- 店舗を中心とした地域へ集客が増えることで、町のにぎわい創出にも貢献

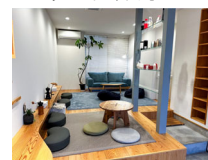
店内（全体）



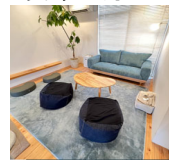
カウンター席



テーブル席



ソファ席



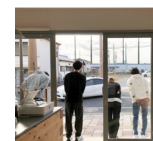
店舗外観



店舗前ベンチ



新たに生まれたサービス



スタッフ全員でお見送り

FREE COFFEE WALK 2024



町民向けコーヒー講座



イベント出店



ポイント

- ハード（店内設計）とソフト（イベント開催やSNS等での積極的な情報発信）の両面で、お店と顧客の関係性や距離感を縮めている。

OK COFFEE Saga Roastery

<https://www.rakuten.co.jp/okcoffee>

所在地：佐賀県吉野ヶ里町

従業員数：20名（2024年3月現在）

〔作成日：2024年3月●日〕

※ この事例集は、企業への取材を元に九州経済産業局消費経済課が作成しています。取材や資料提供等については当該企業から協力を得ていますが、記事の内容・表現等は九州経済産業局の編集によるものです。
なお、この事例集は消費者とのコミュニケーションにより成長を図る企業の取組事例を紹介することを目的としています。掲載されている商品・サービス等について、九州経済産業局として推奨したり、その内容を保証することを目的していません。