

CASE STUDY 03 株式会社 ABC Cooking Studio 様

# レシピの提供から、リアルを集客へ。 新たに立ち上げたモバイルサイトを、集客ツールに。



スタジオ営業本部  
企画推進グループ  
グループ長  
久田みゆき氏

20～30歳代の女性を中心に、親子から男性まで通えるカジュアルな料理教室を展開するABC Cooking Studio。従来の枠を超えたスタジオと呼ばれる教室、様々なイベントなどが大きな支持を得て、現在は全国に105のスタジオを展開、会員数も22万に及んでいます。そんなABC Cooking Studioは2009年2月、スタジオへの集客を目指した新規サイトを、公式サイトではなく一般サイトとして立ち上げました。

## サイト開設の最大の目的は、 スタジオへの集客。

最初にモバイルサイトをリリースしたのは2003年です。NTTドコモの公式サイトとして、レシピサイトをオープンしました。その後、昨年あたりから単なる情報提供ではなく、集客のためのリアルなツールとしてモバイルサイトを活用できないかという議論が社内でも高まりました。公式サイトですと、集客面のメリットはあるのですが、タイムリーに企画を立ち上げる上でいくつか制約があったのです。また、キャリアのユーザー構成も変化し、3つのキャリアすべてで見られる必要



性も感じていました。そこで、2009年の2月に3キャリア対応の新規サイトをリリース。料理の「無料体験会」や「1 Dayレッスン」など様々なイベントにご参加いただき、スタジオへの来店促進につなげたいと考えました。新規のお客様にレシピを活用していただき、スタジオへの興味を喚起しながら、実際に足を運んでいただく、そんな流れができればと思ったのです。

## 開発のポイントは 運用のしやすさ。

開発に際しては、運用のしやすさを第一に考えました。弊社のサイトでは新規のイベントやタイアップ企画などをタイムリーに発信していく必要があります。また、スタジオも次々に新しくオープンしているので、その更新も行わなければなりません。そこでCMSツールを導入して、自分たちで更新が簡単にできる仕組みを構築したいと考えました。リリースまで日がなかつたので、パートナー企業の選択では短期間の制作能力が、ポイントでした。その点、IMJモバイルさんは実績

も豊富ですし、レスポンスも早く、ここならお任せできるだろうと思いました。また、女性スタッフの方が参画してくださったのも心強かったですね。弊社は女性向けのサービスを提供していますから、その点でユーザーの立場としても、同じ感覚を共有していただけだと思います。IMJモバイルさんは、一度でこちらの意図通りの対応をしてくれました。細かなことのようにですが、同じ感覚・価値観を共有できるということは、実際の制作に際して品質的にも時間的にも重要な要素だと思います。

## 今後はPCと連動して、 さらに集客につながる展開を。

新規サイトは、おかげさまでいい評価をいただいています。スタジオへの集客に関しても実績が上がりつつあります。特に年齢層の低いお客様などの集客には効果的ですね。弊社では新サービスを次々に企画しています。例えば、この夏には児童書の出版社さんとタイアップしてお子さまを対象に自由研究レッスンを始めたり、地域の特性を活かした地域限定のメニューを開発したり、とアイデアがすぐに具現化されていきます。今後は、そのようなリアルイベントと連動した形で展開していければと思っています。また、会員の方向けにメルマガを送付し、試食などユーザーの特典をからめたプロモーションを展開するのも面白いと思っています。今後も、柔軟な発想でモバイルサイトを活用していきたいですね。

### ●TOPページ



### ●コース紹介ページ



モバイルサイト上にて、充実したコース内容を紹介します。

資料請求や無料体験会の申し込みへの導線を引き、スタジオ誘引を図る。



「ABC Cooking Studio」  
モバイルサイト  
QRコード

### お問い合わせ



株式会社IMJモバイル

〒153-0042 東京都目黒区青葉台3-6-28 住友不動産青葉台タワー  
TEL: 03-6415-4343 FAX: 03-6415-4344  
E-mail imjm\_mag@imjmobile.co.jp  
URL http://www.imjmobile.co.jp/