Google Maps for Work

「店が探しにくい」とのクレームも Google Maps for Work 導入で一掃。アクセス数 150% 増に貢献！

株式会社 セブン & アイ・フードシステムズ

〒131-0041
東京都墨田区八広 1－25－12
http://www.7andi-fs.co.jp/7fs/

セブン&アイ・ホールディングスのグループ企業。レストラン事業、ファストフード事業、ファストフード事業、給食事業の 3 事業を基本にフードビジネス全般を手がける。関東地区を中心に、国内に約 390 店舗を展開するファミリーレストラン「デニーズ」を主力とする。

ファミリーレストラン「デニーズ」などのレストランチェーンを展開する、株式会社セブン&アイ・フードシステムズ。スマートフォン（スマホ）ユーザーの拡大を機に「デニーズ」のホームページをリニューアルするとともに、店舗検索サービスに Google Maps for Work を導入し、再構築した。これにより、格段に利便性を向上させ、アクセス数も 150% 増という成果を上げている。

（写真右）執行役員　販売促進部長
日比浩介氏
（写真左）販売促進部　総括マネジャー
瀬戸昭広氏

課題と効果

課題 1

リニューアル前の店舗検索は、
地図表示画面にユーザーが到達するまでに
3 ～ 4 クリックもの操作が必要。
さらに画面の小さなスマートフォンでは
操作しにくく、使い勝手が悪かった。

効果 1

**ユーザーの位置情報と連動し、
最寄の店舗を地図上に表示。
初回のアクションで地図画面が
表示されるようになり、即座に
当該店舗に誘導できるようになった。
スマートフォンではタップだけで
目的の店舗ページを表示可能に。**

課題 2

リニューアル前は「地図が使いづらい」
「店が探しにくい」といったユーザーから
のクレームが月に 1 ～ 2 件発生。
“サイレントマジョリティ” はその数十～
数百倍は存在していると想定できた。

効果 2

**当該クレームはゼロになり、
ユーザー満足は確実かつ大幅に向上。
デニーズのホームページへの
アクセス数 150 % 増にも寄与。**

何が問題だったか？　「店が探しにくい」とのクレームが発生

リニューアル前の「デニーズ」の公式サイトは、完全にパソコンでの閲覧を前提に構築されたものであった。

「スマホが普及していることはもちろん認識していましたが、自社のホームページがスマホに対応しているかどうかまでなかなか意識が及ばずにいました。ところが、調べてみると 70 % 近い人がスマホでアクセスしていることが判明したのです。しかし、スマホにも最適化されるデザインにしていなかったので、スマホでは使いづらい状態でした。そこで、全面的にリニューアルすることにしたのです」と販売促進部総括マネジャーの瀬戸昭広氏は説明する。

また、リニューアル前はメニューや店舗の紹介から会社案内までが網羅された、狙いの不鮮明なものであった。そこで「リニューアルにあたり、社内でホームページは何のためにあるのかといった議論を行った」と執行役員販売促進部長の日比浩介氏は言う。

その結果、ホームページは「デニーズ」を利用する顧客のためという位置づけにし、まずは商品であるメニューをクローズアップさせる方針となった。

「その次に、その料理はどこで食べられるのか、という順番で店舗情報を充実させることにしたのです」（瀬戸氏）

その一環として、地図情報も見直すことになった。瀬戸氏は次のように続ける。

「スマホで店を探そうとすると、都道府県レベルから入力しなければならず、目的の店に辿り着くのに 3 ～ 4 クリックの操作が必要でした。また、夜の屋外では画面の小さなスマホではその操作もやりづらく、改善の必要性を強く感じましたね」

「『地図が操作しづらい』『店を探しにくい』といったクレームが、お客様から月に 1 ～ 2 件は寄せられていました。この数だけを見ると少ないように思えますが、陰にはおそらく 10 倍、100 倍のサイレントマジョリティがいたと思います」と日比氏は打ち明ける。

どのような施策を講じたか？　最も使われている Google マップ一つに絞る

瀬戸氏らは、スマホでも最も使われている地図情報システムは Google マップであることを確認、「使い勝手の良さは広く認知されていることを再認識した」と言う。

唯一の懸案であった導入コストは想定の枠内に収めることができ、2014 年 6 月、Google Maps for Work などの導入を決定。「デニーズ」の公式アプリ「デニモバクラブ」でも同じ地図情報システムを連携させるための技術的な調整にやや時間がかかったものの、順調に同年 11 月、リニューアルされたホームページが公開となった。

どんな効果があったか？　クレームがゼロに。アクセス数 150% 増に寄与

Google Maps for Work の導入で、GPS との連動によりユーザーがいる最寄のデニーズ店舗を即座に表示できるようになった。これで、新メニュー情報を見て「食べたい」と感じたユーザーを即座に店舗に誘導できる機能が整ったことになる。リニューアル後、新メニューを公開すると 4 ～ 5%ほどアクセスが増え、地図がクリックされる件数も増えた。

「このリニューアルは着実に来店の動機づけに結びついていると思います。リニューアル前にあった『使いづらい』といったクレームもゼロになりました」と日比氏は顔をほころばす。瀬戸氏も、次のように補足する。

「各店舗をよく巡回している弊社社長が『新しいホームページの地図は素晴らしい』と会議などの場で何度も口にしていました（笑）。リニューアル前から店舗情報を調べる際にホームページをよく使っていたので、その違いが鮮明に分かったのだと思います」

また、各店舗別にそれぞれの店舗スタッフが自分で情報を更新できる仕組みを導入したので、頻繁に行われる店舗改装時の閉店情報などもキメ細かく表示できるようになった。

「それまでは、ホームページの更新を制作会社に依頼しなければならず、1 ～ 2 日かかっていましたが、リニューアル後は自分たちで数分でできるようになりました。この改善効果も大きいですね」（瀬戸氏）

この結果、アクセス数は 150 % 増。「ホームページ全体のリニューアル効果にもよるが、とりわけ地図の使い勝手の向上が大きな要因であると捉えている」と日比氏。

今後は、地図を活用したスタンプラリーのような販促イベントを展開したり、Google Maps for Work を「デニーズ」以外の店舗検索サービスにも利用していく。

「さらに、Google インドアビュー を導入して個店の PR も検討したいと考えています」と日比氏は結んだ。

Google Maps を活用した、デニーズの店舗検索のホームページ（上）とスマートフォン（右）の画像（【苺デザート】フェア開催時より）。

デニーズ公式アプリ「デニモバクラブ」より。

今回の導入プロダクト「Google Maps APIs」

Google Maps APIs とは API の集合体で、カスタマイズされた Google マップに独自のデータをオーバーレイすることができます。衛星画像、ストリートビュー、高度プロファイル、経路、スタイル付きの地図、ユーザー層、アナリティクス、場所の広範なデータベースを含む Google の強力な地図作成プラットフォームをご利用いただければ、優れたウェブ アプリケーションとモバイル アプリを作成することができます。正確なグローバル カバレッジとアクティブな地図作成コミュニティによって日々更新されている Google Maps APIs を取り入れることで、ユーザーは継続的に改善されているサービスを活用することができます。

お問い合わせはこちらから
http://goo.gl/FEpnXt

Google Maps API for Work の詳細については、右記URLもしくはQRコードからアクセスしていただくか、同ページ「お問い合わせ」よりお問い合わせください。

© Copyright 2016 Google
Google は、Google Inc. の商標です。その他すべての社名および製品名は、それぞれ該当する企業の商標である可能性があります。