

データマーケティング株式会社

## 某大手飲食チェーン店舗における LINEクーポン導入の経過と期待値

代表取締役CEO 加藤 将太

2020年6月30日(火)

概要：某飲食チェーンにおいてLINEの時限クーポンによるリピート施策を実施

## ■実施概要

※守秘義務の関係で、少し数字を変えています。

- 客単価1,000円
- 粗利率65%(650円／人)
- 座席数40席・1日8回転・320人／日来店
- 月間来店人数10,000人／月(1店舗あたり)
- 月商1,000万円、粗利650万円／月  
→経常利益250万円／月 (減価償却を除く)



結論：LINEクーポン導入で来店客数139～222%、粗利111～166%になる

## ■来客数

139～222%にUP↑

## ■粗利計

111～166%にUP↑

## ■キャンペーン概要

※店頭へのPOP設置以外の新たなシステム・設備の導入なしに、LINE会員制度を導入。

- ゴールド会員：200円OFFクーポン配布
  - シルバー会員：100円OFFクーポン配布
  - 通常会員：不定期にシルバー会員の募集を配信
- \* 会費無料。店頭でPOPのQRコードを読み込めば会員登録完了。
- \* 使った翌日またLINEクーポンが届く(毎日使える)
- \* 2週間来店がない場合会員ランクが一つ下がる(期限2週間)
- \* シルバー会員が1度来店すれば翌日ゴールド会員に
- \* 店頭でのテイクアウトにも使える。約3日ごとにLINEで期限を通知

概要：通常構築に数ヶ月かかる会員システムをLINEだけで1日で導入可能

# LINE会員制度

残りあと  
14日06時間04分05秒03  
で期限切れとなります

ご利用の店舗  
ゴールドクーポン(200円OFF)  
クーポンご利用可能

ご利用の店舗限定  
全メニューに使える  
**200円OFF**  
ゴールドクーポン

▼友だちも今すぐ200円OFF!▼

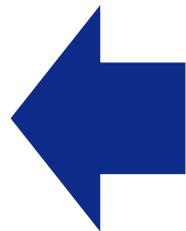
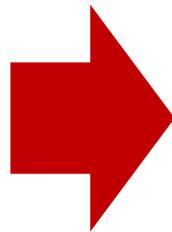
友だちにも教える(クーポンURLコピー)

※初回のみお会計350円、2回目以降700円  
につき一人1回1枚使えます  
※使ったらその翌日また(最大毎日)貰えます  
※店頭でのテイクアウトにも割引有効!  
※宅配には使えません

お店のスタッフに  
この画面を見せてください。  
Show this screen to a store staff.

使用済みにする (Use)

2週間  
未使用



1回使用

200円OFF

残りあと  
14日06時間04分05秒03  
で期限切れとなります

ご利用の店舗  
シルバークーポン(100円OFF)  
クーポンご利用可能

ご利用の店舗限定  
全メニューに使える  
**100円OFF**  
シルバークーポン

▼友だちも今すぐ200円OFF!▼

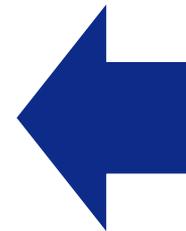
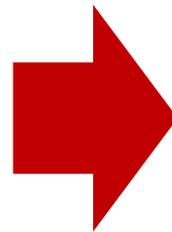
友だちにも教える(クーポンURLコピー)

※初回のみお会計350円、2回目以降700円  
につき一人1回1枚使えます  
※使ったらその翌日また(最大毎日)貰えます  
※店頭でのテイクアウトにも割引有効!  
※宅配には使えません

お店のスタッフに  
この画面を見せてください。  
Show this screen to a store staff.

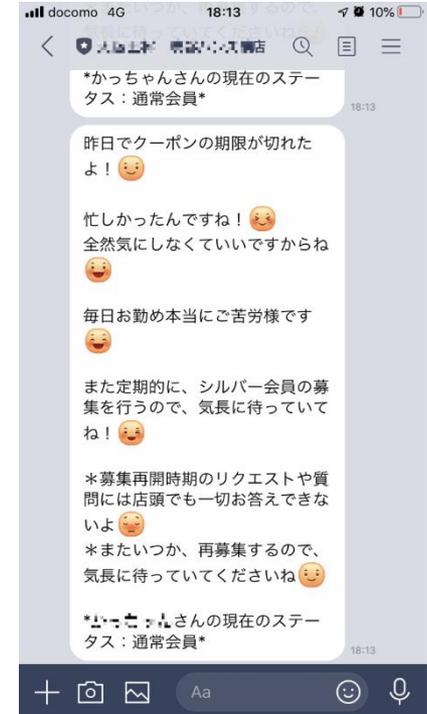
使用済みにする (Use)

2週間  
未使用



再募集に  
応募

100円OFF



※期限切れ通知 &  
不定期で再募集

通常会員(クーポン無し)

概要：どんな飲食店・店舗にもクーポン制度は適用可能

# ■平均一人当粗利の最大「20%～33%」が割引額

残りあと  
14日06時間04分05秒03  
で期限切れとなります

ワールドクーポン(200円OFF)  
クーポンご利用可能

全メニューに使える  
??? 円OFF  
ゴールドクーポン

▼友だちも今すぐ200円OFF!▼

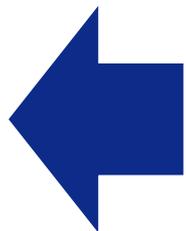
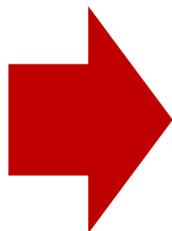
友だちにも教える(クーポンURLコピー)

※初回のみお会計350円、2回目以降700円  
につき一人1回1枚使えます  
※使ったらその翌日また(最大毎日)貰えます  
※店頭でのテイクアウトにも割引有効!  
※宅配には使えません

お店のスタッフに  
この画面を見せてください。  
Show this screen to a store staff.

使用済みにする (Use)

●●日  
未使用



1 回使用

残りあと  
14日06時間04分05秒03  
で期限切れとなります

シルバークーポン(100円OFF)  
クーポンご利用可能

全メニューに使える  
??? 円OFF  
シルバークーポン

▼友だちも今すぐ200円OFF!▼

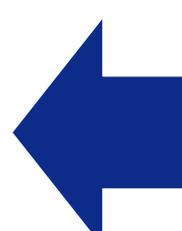
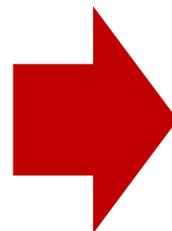
友だちにも教える(クーポンURLコピー)

※初回のみお会計350円、2回目以降700円  
につき一人1回1枚使えます  
※使ったらその翌日また(最大毎日)貰えます  
※店頭でのテイクアウトにも割引有効!  
※宅配には使えません

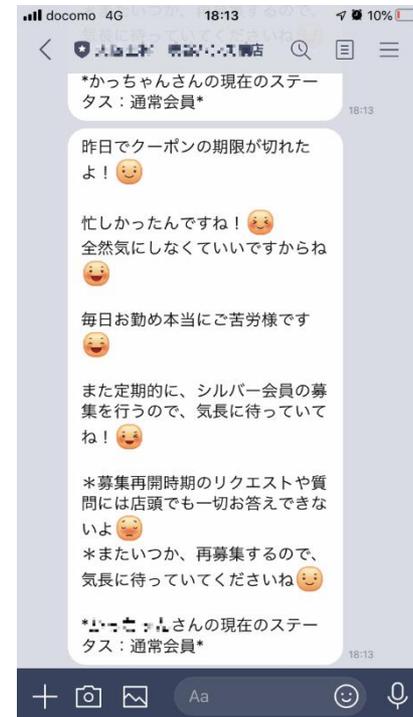
お店のスタッフに  
この画面を見せてください。  
Show this screen to a store staff.

使用済みにする (Use)

●●日  
未使用



再募集に  
応募



※期限切れ通知&

不定期で再募集

通常会員

(割引なし)

ゴールド会員

(粗利の20～33%引)

シルバークーポン

(ゴールド会員の半分)

# 某店舗実施結果

※実施期間：2020年4月～6月。

コロナ影響下でも、コロナ影響なしの時に比べてリピーター増加を確認。

実施期間が3ヶ月のため、最終的に期待できる効果に若干の幅を持たせています。

# 大幅に改善！

## 初来店者の30日以内再来店率

	導入前 ※コロナ前	導入後 ※コロナ影響下で	クーポン効果
初回来店者	10.9%	19.2%	失客率 <b>20%減</b> に相当
2回目来店者	20.7%	27.9%	失客率 <b>20~33%減</b> に相当
3~4回目来店者	27.4%	42.1%	失客率 <b>20~最大50%減</b> に相当
総合評価	コロナで客足が安定しない中で、失客率20%減の来客を実現しつつ、全体では失客率33%減も見えてくる再来率を達成している。 コロナ影響が明けて安定すれば、更にリピート率増加・来店ペース短縮による客数の増加が見込める。 更に、30店舗で並行してキャンペーンを行うことにより、更に『足を運びやすい』状態を実現し、全体で <b>失客率20~33%減、またはそれを超える客数・利益が期待できる。</b>		

※実施期間（2020年4月~6月末）の初回来店者の1ヶ月以内再来率が大幅に改善傾向。  
クーポン登録時のアンケートで「初めて来店」と回答した者の30日以内の再来率。

結論：LINEクーポン導入で来店客数139～222%、粗利111～166%になる

## ■来客数 139～222%にUP↑

来店客数		登録者のうち初回来店者の割合	
		当初半年 50%～	半年～1年が 経過後（辛め） 65%前後
失客率	20%減	139% <b>悪くて</b>	154%
	33%減	190%	222% <b>良くて</b>
	50%減	297%	370%

## ■粗利計 111～166%にUP↑

粗利計		登録者のうち初回来店者の割合	
		当初半年 50%～	半年～1年経過 後・辛め 65%前後
失客率	20%減	111% <b>悪くて</b>	117%
	33%減	146%	166% <b>良くて</b>
	50%減	222%	270%

結論：LINEクーポン導入で来店客数139～222%、粗利111～166%になる

## ■ 来客数 139～222%にUP↑

来店客数		登録者のうち初回来店者の割合	
		当初半年 50%～	半年～1年が 経過後（辛め） 65%前後
失客率	20%減	139% <b>悪くて</b>	154%
	33%減	190%	222% <b>良くて</b>
	50%減	297%	370% <b>（最高数値）</b>

当初半年は、「元々リピーターなのに更にクーポンを登録する」割合が高い（初回来店者割合が50%～と少ない）ため、客数・効果がやや減。時間が経過するに連れ、右の数字に近づく。

失客率は悪くて20%減、普通33%、良くて50%減となった

※保守的に見積もるため、採用せず

## ■ 粗利計 111～166%にUP↑

粗利計		登録者のうち初回来店者の割合	
		当初半年 50%～	半年～1年経過 後・辛め 65%前後
失客率	20%減	111% <b>悪くて</b>	117%
	33%減	146%	166% <b>良くて</b>
	50%減	222%	270% <b>（最高数値）</b>

※保守的に見積もるため、採用せず

# 某店舗：コロナ影響なし／影響ありの時のクーポン導入効果（月間）

## 某店舗（月間）

	コロナ影響なし		コロナ影響あり（客数33～66%減）	
	（クーポンなし） ※コロナ前実績	（クーポンあり） ※コロナ明け	（クーポンなし） ※某店舗未対策	（クーポンあり） ※某店舗（一定期間経過後）
来店人数 （月間）	10,000 人	13,947 ～ 22,240 人	33%↓ 6,600 人 66%↓ 3,300 人	33%↓ 9,205 ～ 14,678 人 66%↓ 4,603 ～ 7,339 人
売上 （月間）	1,000 万円	1,395 ～ 2,224 万円	33%↓ 660 万円 66%↓ 330 万円	33%↓ 921 ～ 1,468 万円 66%↓ 460 ～ 734 万円
粗利計 （月間）	650 万円	723 ～ 1,076 万円	33%↓ 429 万円 66%↓ 215 万円	33%↓ 477 ～ 710 万円 66%↓ 239 ～ 355 万円
固定費 （月間）	400 万円			
純利益 （月間）	250 万円	323 ～ 676 万円	33%↓ 29 万円 66%↓ ▲185 万円	33%↓ 77 ～ 310 万円 66%↓ ▲161 ～ ▲45 万円

- コロナ影響あり：客足33%ダウンで29万円の黒字を+77万円／月、ゆくゆく+310万円／月にしていける予測
- コロナ影響あり：客足66%ダウンの場合▲185万円／月の赤字を、▲161～ゆくゆく▲45万円／月の赤字に抑えられる
- コロナ影響なし：クーポン導入で、利益が従来の+250万円／月から、+323～676万円／月に増加

※下限～上限を計算

# 某店舗：コロナ影響なし／影響ありの時のクーポン導入効果（月間）

## 30店舗での結果（月間）

	コロナ影響なし					コロナ影響あり（客数33～66%減）								
	（クーポンなし） ※コロナ前予測		（クーポンあり） ※コロナ明け			（クーポンなし） ※未対策だった場合			（クーポンあり） ※対策した場合（一定期間経過後）					
来店人数 （月間）	300	千人	418	～	667	千人	33%↓ 66%↓	198 99	千人 千人	33%↓ 66%↓	276 138	～ ～	440 220	千人 千人
売上 （月間）	300	百万円	418	～	667	百万円	33%↓ 66%↓	198 99	百万円 百万円	33%↓ 66%↓	276 138	～ ～	440 220	百万円 百万円
粗利計 （月間）	195	百万円	217	～	323	百万円	33%↓ 66%↓	129 64	百万円 百万円	33%↓ 66%↓	143 72	～ ～	213 107	百万円 百万円
固定費 （月間）	120 百万円													
純利益 （月間）	75	百万円	97	～	203	百万円	33%↓ 66%↓	9 ▲ 56	百万円 百万円	33%↓ 66%↓	23 ▲ 48	～ ～	93 ▲ 13	百万円 百万円

- コロナ影響あり：30店舗合計で客足33%ダウンで何とか+900万円を+2300万円／月、最終的に+9300万円／月に
- コロナ影響あり：30店舗合計で客足66%ダウンの場合、▲5600万円／月の赤字を、▲4800万円／月、最終的に▲1300万円／月まで圧縮できる見込
- コロナ影響なし：30店舗全てにクーポン導入で、利益が従来の+7500万円／月から、+9700～2億300万円／月に

※下限～上限を計算

※数値は某店舗×30のシミュレーション

クーポンの効果：来店回数139～222%に増加し、来店ペースを1.4～2倍短縮

## クーポンの効果（結果）

■来客回数を

139～222%に増加

■来店ペースを

約1.3～2倍短縮

■その結果、粗利計

111～166%にUP↑