



Natural Table Tokyo様 X改善レポート

1ヶ月アクションプラン

ハッシュタグ活用・UGC促進・来店誘導強化による
自然食レストランの認知度向上と顧客エンゲージメント戦略

2025年7月

i アカウント情報とヒアリング概要

✕ 基本情報

- @ アカウント： @natural_table_tokyo
- 👥 フォロワー： 1,000人／フォロー：300人
- 🎯 目的： 来店促進／ファンとの関係づくり
- 📅 頻度： 週5投稿（ランチ情報・食材紹介）

⚠ 現状の課題

- 🍴 投稿内容： メニュー紹介・お客様の声・季節の食材
- 🔍 検索面の課題： 検索に弱い／タグ整理されていない
- 📷 UGC面の課題： ユーザー投稿がほとんどない
- 📈 数値面の課題： 週末来店数の停滞

⚙ 運用リソース

- 👥 運用体制： 2名で週3時間
- 👍 効果的だった投稿： 「農家直送の野菜紹介」投稿が拡散
- 🕒 投稿タイミング： 主に平日の昼前後
- 📋 現状の業務負担： 写真撮影・投稿作成に時間がかかる

👤 ペルソナ情報

- 👤 主要ペルソナ： 自然食志向の20～40代
- 📍 居住エリア： 都内在住のOLや家族層
- ❤ 関心事： オーガニック食材・健康志向・環境配慮
- 📅 来店頻度： 月1～2回（特に週末ランチが人気）

🚩 主要目標：

👥 週末来店数+15%

保存用ハッシュタグ強化

📷 UGC月5件以上

現状整理と今月の目標設定

指標	現状	目標（1ヶ月）	期待効果
 週末来店数	[仮] 約30組/週	約35組/週（+5組）	認知度向上・売上増
 保存タグ活用度	ほぼなし	月20～30件活用	再来店促進・検索流入増
 UGC投稿数	ほぼなし	月5件以上	エンゲージメント向上

💡 主な対策方向

 投稿の保存導線強化
検索されるコンテンツ設計

 UGC促進の仕組み作り
ユーザー投稿を増やす施策

 来店誘導強化
オンライン→オフラインの導線

投稿を"検索される資産"に：保存ハッシュタグ戦略

ハッシュタグで投稿を"探しやすい"、"使いやすい"。後から見返せる資産型コンテンツに変える戦略です。

#ナチュめし保存用

メニュー保存タグ

使い方例：

週末メニューや限定ランチの紹介投稿につける

ユーザーメリット：

後で見返せる／再来店のきっかけになる

#ナチュ旬カレンダー

季節の食材タグ

使い方例：

季節の食材投稿に付けて旬の情報を発信

ユーザーメリット：

「この食材いつ食べられる？」に応える

#今日のナチュごはん

日常メニュータグ

使い方例：

日替わりメニューなど、日常的な情報発信

ユーザーメリット：

日々の来店モチベーションになる

💡 タグ活用によるメリット



検索での発見率UP

特定のテーマで探しやすくなる



保存されやすさUP

後から見返す動機付けになる



再来店誘導

見返した投稿から店舗訪問へ

📷 UGC（ユーザー投稿）促進施策

💡 「投稿したくなる仕掛け」を店内に導入

来店体験を投稿に繋げる自然な導線を作り、お客様とのエンゲージメントを高めます

📋 店内・テイクアウト袋にカード設置

＼あなたの写真、見てみたい／

#ナチュごはん投稿で【焼き菓子プレゼント】📺

📺 今日のごはんやお気に入りメニューをぜひシェアしてね
→タグ：#ナチュごはん + 位置情報

- ✓ サイズ：ショップカードサイズ（9cm×5cm）
- ✓ 設置場所：レジ横・テーブル上・テイクアウト袋

🔄 UGC循環システムの構築



お客様の投稿
特典で投稿モチベーションUP



月1投稿まとめ
素敵な投稿を公式アカウントで紹介



新規顧客流入
リアルな体験が拡散される



ファン化促進
双方向コミュニケーション

★ 実践ポイント

- 📺 特典は小さくても「意味がある」ものに
例：ミニクッキー／選べるドリンク無料など
- 📢 リポストは必ず感謝メッセージ付きで
投稿者の承諾を得てから実施

- 💬 店舗側から積極的な声掛けを
「よかったらタグ付けしてください」など
- 🗣️ 月1回は定期的に投稿まとめを発信
「今月の素敵な投稿」として紹介

曲 "検索される投稿"の型化 ～投稿テンプレート設計～

曜日別で保存型と拡散型の投稿を明確化し、効率的な運用を実現します

曜日	投稿タイプ	内容例	ハッシュタグ例
月曜	保存型	 今週の旬食材紹介 "今週は、香り豊かな有機しそが届きました🌿"	#ナチュ旬カレンダー
火曜	拡散型	 お客様の声リポスト "優しい味で、子どもも完食でした！（@〇〇様）"	#ナチュごはん
水曜	保存型	 保存向けメニューまとめ "自然食カレー好きさんへ▶5つのランチまとめ🍲"	#ナチュめし保存用 #自然食ランチ
金曜	拡散型	 来店促進（予約投稿） "7/6(土)は"トマト祭りランチ"🍅 予約受付中"	#今週のナチュごはん
土曜	保存型	 写真×食材1品紹介 "この彩り、伝わりますか？"無農薬パプリカ"の力✨"	#ナチュ旬カレンダー

💡 テンプレート活用のポイント



事前に作成して時間を節約
月に一度まとめて作成しておく、日々の投稿が楽になります



効果測定して改善
どのタイプが反応良いかを見て、次月に調整していきましょう

≡ 優先すべきアクション項目

i 時間がない中でも成果を出すためには**優先順位**が重要です

高 保存系ハッシュタグ3つ決定&運用開始

所要時間: 0.5h

主要ハッシュタグを決めて全投稿に付与開始

例: #ナチュめし保存用 #ナチュ旬カレンダー #今日のナチュごはん

高 UGC促進カード印刷&レジ横に設置

所要時間: 1h

来店客の投稿を促すカードを作成・設置

店内かテイクアウト袋に入れる / 外注可能

中 月4本「保存型投稿」をまとめて作成

所要時間: 1.5h

事前に保存されやすいまとめ投稿を準備

画像+テキスト / 月1回のバッチ作業で効率化

低 口コミ集めてリポスト

継続的

お客様の声を集めて定期的に紹介

スタッフ間で分担推奨 / 徐々に増やしていく

💡 Point

少人数運用でも効果的に成果を出せる設計です。

まずは「高」優先度の2項目から着手し、その後徐々に拡充していきましょう。

1ヶ月後の成果イメージ



週末来店数

+15~20%増

(約+5~7組/週)

保存投稿→週末来店の導線化



保存タグ活用

月20~30件

(現状比大幅増)

投稿・来店時の誘導で浸透



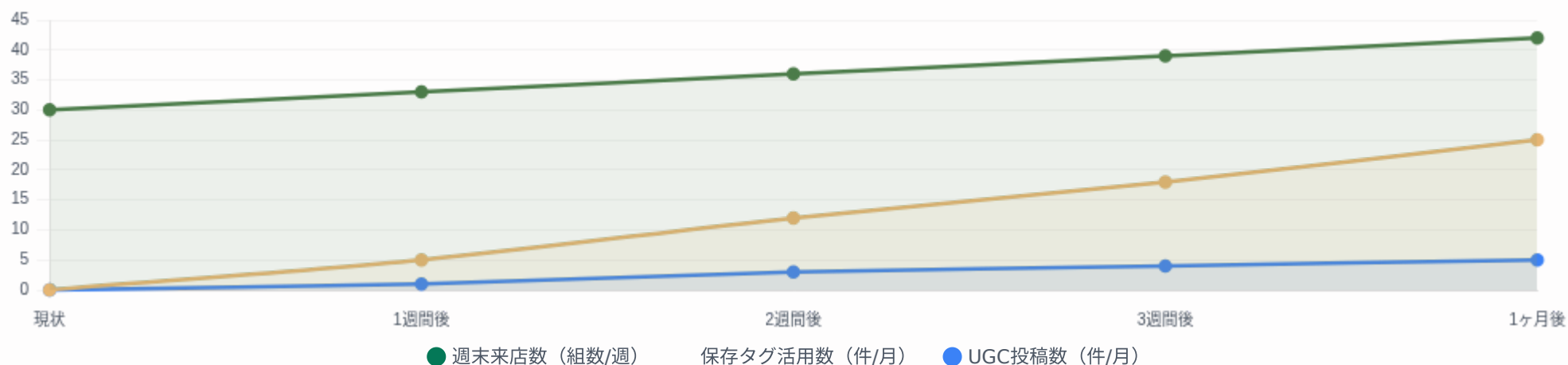
UGC投稿数

月5件以上

(現状比増加)

カード&リポストで促進

成果イメージ予測図



◎ 達成根拠と期待効果



検索流入の増加

ハッシュタグによるディスカバリー強化



保存機能の活性化

保存した投稿からの再来店促進



口コミ拡散の促進

UGCによる信頼性向上と新規顧客獲得



投稿⇄来店の好循環

オンラインからオフラインへの導線確立

🏠 まとめと次月以降の展望

💡 キーメッセージ

"記録したくなる"・"誰かに教えたくなる"お店は、**自然と人が集まります**

日々の投稿に**ほんの少しの"仕掛け"**を加えるだけで、来店数もファンも育っていきます

✅ 少ないリソースでも成果を出せます

👥 2名体制でも週3時間の運用で効果的

📋 優先度の高いアクションから実行

🔄 継続することで効果が広がります

🔍 次月から検索流入ワード分析も可能

📷 UGC（お客様投稿）傾向の分析で改善

🌱 次月以降につながるアイデアの種

デジタル保存拡張

「Googleフォトアルバム」型でまとめ投稿を一括管理

オフライン連携

レシート裏にQRコード→人気投稿へのアクセス

生産者コラボ投稿

仕入先農家さんの声/畑の写真と連動投稿

★ さっそく始めましょう！

まずは「保存系ハッシュタグ3つ」と「UGC促進カード」から！

小さな一歩が大きな成果につながります