

# SNS活用による「カラオケ女子会」の取り込み

ikunoPR (株) PR プロデューサー 笹木 郁乃氏

## 女子会の場所を決定するAさん

20~30代女性のSNSを見てみると、「女子会」は常にさまざまな場所で開催されていることがわかります。

一言で「女子会」といっても、華やかなものから、しっとりした女子会まで。

女性が2人以上集まって盛り上がっていったら、それは「女子会」と言えるのだと思います。

「女子会」を企画する際に、必ず話し合われるのが、

「どこで会おうか? (どこで女子会をしようか?)」

という場所についてです。



Instagramでの「女子会」写真の投稿は、仲間と楽しんでいる集合写真が中心

女性というのは、基本的に同調ができる生き物です。そのため、面倒見がいい誰かがリーダーシップをとって提案してくれた場所に対して、否定する人はいません。

・Aさん「ここ、行ってみたいんだけど、どうかな?」

・その他「いいね!! ありがとう!!」

私は、約200人の女性コミュニティをもっていますが、みんなのやりとりをみると、だいたいこのような調子です。

つまり、感度が高く面倒見のいいAさんのような人の「場所リスト」に挙がれば、女子会の候補先として、積極的に採用されることが増えるはずなんです。

## Aさんのリサーチ源

通常、感度の高いAさんは、さまざまなSNSの情報や、幅広い友人からの情報を得ています。

彼女たちは、「情報弱者」ではなく、「情報通」です。情報弱者というのは、メルマガや広告などの発信で、純粋に動いてくれる方です。

たとえば、今人気のある広告タイアップの一つの商品として、「LINEスタンプ」販売権利があります。

自分が気に入ったLINEスタンプを無料で入手できる代わりに、そのスタンプを作成した企業のお知らせが届くというものです。

これは、多くの若者に対して、DMを送ることができるので、企業にとってとても人気のサービスのようです。

ただ、情報感度の高い女性は、スタンプの入手後に、すぐに「情報拒否」設定で、DMが届かないようにしてしまいます。実際、全体の8割の方が情報拒否をしてしまうようです。

そして、Aさんのような感度の高い方は、間違いなく情報拒否をするパターンのタイプだと思います。

そのため、いまの時代は、「広告」や「お知らせ」としてではなく、第三者の純粋なシェアで反応してもらうことを最重視しなければなりません。

つまり、まずは発信力の高い著名人やインスタグラマー、ブロガーなどに対して、純粋に「女子会」として活用してもらう提案を行ない、それを発信してもらうことが近道となります。

## この人が使っているなら

「この人が女子会としてカラオケを使っているなら、私も使おう!」

「あの娘が、あそこのカラオケで女子会をしているんだ。次は私も真似しよう」。

多くの情報が溢れている時代。決め手は、「私も使ってみよう」。これに尽きます。

つまり、カリスマ性をもった著名人や有名な情報発信者などが、みんなここで女子会を楽しんでいるという現象をつくるのが第一です。

こうしたカリスマ性があり、発信力・影響力のある女性達には、無償でもかまわないので、カラオケ女子会を体験してもらい、シェアしてもらうべきです。

## PROFILE

ikunoPR (株) PR プロデューサー  
笹木 郁乃氏

国立大工学部機械システム工学科を首席で卒業後、大手自動車系メーカーの研究開発職として働く。その後ベンチャー企業へ転職し、PR・マーケティングを兼務。売上1億弱の会社を、5年で売上120億円規模となる異例の急成長に貢献。結婚、出産、仕事復帰を経て、2016年2月よりPRプロデューサーとしてSNSのみで起業。約1年間で370名もの経営者・個人起業家に対し「PR術」を講義し、認知・集客・売上アップの際に頼られる「PR塾」へと成長を続けている。  
<http://ikuno-pr.jp/>



「女子会」では、ベストショットを狙って何度も写真撮影が行なわれる

女性は好き嫌いがあります。タレントのAさんが利用していたという情報には反応しなくても、「Bさんが行っているなら私も行こう!」などと、“刺さる”相手が人により変わってきます。そのため、できるだけ幅広いバリエーションのカリスマ女性に利用してもらうことをお勧めします。

## どんなサービスがあると発信してもらえる?

それでは、女性は、どんな状況で、無条件に情報発信したくなるか?

これまで500名の女性にSNS発信を伝えてきていますが、確実に言えることは、「自分が最高に可愛く写真に映れたとき」です。

ナイトプールが流行ったのも、多くの女性が、水着姿のセクシーで可愛い瞬間の写真を、「ナイトプールにきました」という言い訳をつけて情報発信し、それをさらに多くの女性がシェアしたからです。

つまり、ポイントとしては、  
・自分が可愛く映るに相応しい素敵な雰囲気の一部

・自分が可愛く映る丁度いい照明  
・トイレに行った際に可愛かった自分といった条件が揃っていれば、写真を撮りたくなるものです。そして、いい写真が撮れると発信したくなります。

仕掛けとして、カラオケ施設ができるアイデアとしては、

・トイレの鏡を大きく。そして、自分が可愛く肌も綺麗に見える照明を準備しておく(トイレで見た自分がブスだと、その後、写真を撮りたくなります。女性は単純なのです)。

・トイレのメイクアップ台などに、メイクアップできるアメニティなどを完備しておく(ヘアアイロン、ヘアワックス、ヘアスプレー、最新マスカラ、最新アイシャドウ、チークなど)。

・要望があれば、写真の撮り方がうまい店員さんが、センスよくお客さまのスマホ等で写真を撮ってくれるサービスをする

といったことがあげられます。

常に心がけることは、女性のお客さまが、自分を可愛く撮影できるポイントや、仕掛けを用意することです。

## リピートしてもらうには?

女性客に情報発信してもらうための方法をお伝えしましたが、重要なのは、その後もそのお客さまにリピートしていただくことだと思います。

リピートしていただくためには、表面的なことだけではなく、心からサービス全体に満足してもらうことが必要になります。

女子会という視点でいうと、満足につながるポイントは、以下になります。

- ・料理の美味しさ
- ・メニューの豊富さ
- ・料理提供の早さ
- ・館内の清潔感
- ・店員さんの接客
- ・カラオケ機種の中身の充実

女子会に、料理はつきものです。料理への満足度が、リピートにつながるという過言ではないと思います。

つい最近、女性同士でゆっくり話したいし、周りがガヤガヤしているのも嫌なので、カラオケ施設で女子会をしようと提案し、実施しました。

ただ、残念ながら、その店では、  
・料理が届くのに40分近く待たされた。  
・待たされた挙句、料理があまり美味しくない。

ということがあり、参加した仲間は「やっぱりカラオケのご飯は微妙だね」となってしまいました。

私は、カラオケ業界を盛り上げたいという思いもあり、この連載を書かせていただいているだけに無念な思いでした。

パートスタッフが中心のため、冷凍食品が主体となるのはわかりますが、調理や提供の仕方に工夫することで、満足度は高まるはずなんです。是非とも、チャレンジしていただきたいと思っています。