2015/08/17（MON）

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】
１）「イオンモール、学生向け特典　67施設、割引など」
２）「会ってみたいTwitter企業アカウントの中の人ランキング」
３）「おつまみ自販機人気　名鉄名古屋駅」
４）「本・グッズ・非常食が入ったコンパクトでデザイン性も高い防災セットが登場」

１）「イオンモール、学生向け特典　67施設、割引など」

イオンモールは17日から31日まで、小学生以上の生徒や学生向けに商品の割引や特典を提供する。運営する SCのうち、67施設で実施する。飲食店やアパレル、雑貨店といった対象の専門店で学生証などを提示すると、10％割引きやポイント2倍などの特典を受けられる。夏休み期間中の来店促進につなげる。

主婦やシニアをターゲットにした特典は当たり前のように普及しているが、「学生向け」というのはスーパーが手がける施設ではなかなか珍しいと思った。またその対象が学生証を携帯している学生ではなく「小学生」以上という点が、各社集客にしのぎを削る中でニッチに目をつけたなと感じる。まだ自分で財布を管理できる年代ではないものの、夏休み期間中は祖父母と買い物に出かけたりおこずかいをもらって買い物をする機会も多いと思うので、効果は大きいのではないか。

２）「会ってみたいTwitter企業アカウントの中の人ランキング」

公式Twitterは企業によって、カラーが随分違う。中には、企業イメージとつぶやきにギャップがあり、それが人気となることもあるようだ。一体どんな人がつぶやいているのか気になる人も多いのではないか。そこで、Twitter企業アカウントの中の人に会ってみたいと思うアカウントを聞いてみた。

■会ってみたいTwitter企業アカウントの中の人ランキング
１位：タニタ@tanitaofficial
２位：無印良品 @muji_net
３位：東急ハンズ @TokyuHands

１位は《タニタ@tanitaofficial》。「はじけている」と、幅広い人から人気を集めている《タニタ@tanitaofficial》は、「ああああついい」など、公式とは思えない壊れかけた口調で暑さをアピールすることもある。「体重計作ってるけど何か質問ある？」といった挑発めいたツイートもあるが、上から目線でしっかりと返答している。

２位は《無印良品 @muji_net》。普段真面目に商品紹介をしている《無印良品 @muji_net》だが、2015年2月には「無印良品のバウムは、恵方巻としてはもちろん、ドラゲナイにもいけそうです。」など、急に思いも取らぬツイートをすることもある。

３位は《東急ハンズ @TokyuHands》。軟式といわれる緩いキャラクターでのツイートだが、「ぶっちゃけ過ぎてる」との声も聞かれるキャラクターで人気を集めている。

企業のツイッター担当者は、日頃表に出ることはないが、もしお目にかかれることがあれば一度会ってみたいかもしれない。

調査方法：gooランキング編集部にてテーマと設問を設定し、gooランキングの投票サービスにてアンケートを行いその結果を集計したもの。

キャラクターを設定することで企業のイメージチェンジを図ることもできるし、たとえば言いにくいこともオブラートに包んで言えたりできる。どんな人が入っているのだろうと期待を抱いてもらえるということはそれだけ惹きつけている証拠であり、ブランドづくりに大きく貢献していると思う。コメントがきっかけで「炎上」しては困るが、冗談も交えながら会話することで顧客との距離はグンと縮まる。これからどんな面白いキャラが出てくるか楽しみだ。

３）「おつまみ自販機人気　名鉄名古屋駅」

名鉄名古屋駅のホームに、珍味のおつまみが並ぶ自動販売機が設置され、人気を集めている。商品は「瀬戸内の天竺鯛（てんじくだい）」 や「おつまみかきフライ」など、東海地方ではこの自販機でしか買えない「レアもの」ばかり。猛暑の中で働くお父さんへの、仕事帰りの“ご褒美”になっている。

自販機は、南区の店舗事業「名鉄産業」が運営。商品は、珍味を取り扱う神戸市の食品メーカー「伍魚福」から仕入れている。売れ筋は「マヨさやえんどう」 や「ハバネロさきいか」で、価格は1個220-290円。15種類あるが、商品を入れ替えていく可能性もあるという。設置は10月31日までの予定だ。

2011年度から「おもしろ自販機コーナー」としてホームの空きスペースを活用。これまで、全国のご当地キャラメルや沖縄のご当地飲料など、2-3ヵ月ごとに内容を変えてきた。今回の珍味おつまみで十種類目となる。
名鉄産業経営企画部の桜井康詞さんは「名古屋エリアではないご当地ものの商品を取り入れて目を引くようにした。珍味おつまみは、学生の方やお酒を飲めない方にもお菓子感覚で食べてもらいたい」と話している。

自動販売機で手軽に、しかも「レアもの」が買えるというのは嬉しい。よく見かけるお菓子の自動販売機はスーパーなどに比べて値段が高いためなかなか買う気にならないが、このような珍味やご当地のものだと手が出やすい。駅などの空きスペースを活用したサービスは設置しっぱなしになりがちだが、期間限定にすることでより価値も高まると思う。

４）「本・グッズ・非常食が入ったコンパクトでデザイン性も高い防災セットが登場」

ディノス・セシールはこのほど、防災セット「ザ・セカンド・エイド」（税別7800円）をディノスオンラインショップで発売した。同商品は、来る9月1日の「防災の日」を前に販売するもので、東日本大震災の経験を教訓に“非常時にそばにあるためには”を追求したコンパクトな防災セット。宮城県・仙台で東日本大震災を経験した高進商事と横浜のデザイン事務所のコラボで誕生した。

大きさはA4サイズのボックスタイプ。備蓄時には場所を取らず置いておけて、非常時には探すことなくすぐに使うことができるとしている。中には「BOOK」と書かれた本と、「GOODS」「FOODS」と書かれた小箱2個入り。

「BOOK」は、携帯・ネットがつながらない災害発生時の生きる知恵がつまったマニュアル。「GOODS」は、断水中でも使えるトイレや身体を拭ける無菌ぬれタオルをはじめ、防寒用ブランケット、マッチ、ろうそく、西暦シール、先割れスプーン、ストロー、おしり拭き、マスク、クリップ付きえんぴつが入っている。
「FOODS」には、そのまま食べられる非常食（さつまいもの甘煮）と飲料水をセットにした。
そのほか、大切なデジタルデータ・思い出を「火」と「水」から守る、本格耐火・防水保管庫「セントリー ポータブル耐水・防火保管庫」(税別9980円)も販売している。
また、文庫本サイズに折り畳んで携帯できる「たためる防災用キャップ」（税別3600円）、LEDライトと電池ボックスが別々で、両手が使えるライト 「どこでもクリップライト」（税別2000円）、ポンチョ型の携帯ブランケット「フード付きアルミブランケット」（税別1280円）などの防災グッズもラインアップ。

デザイン事務所とのコラボでデザイン性が高い点が良いと思った。防災グッズはどうしてもシルバーのリュックのイメージが強いので、これなら見えるところに置いてあっても見栄えが悪くならない。また、マニュアルが同封されている点もいざという時に役立ちそうだ。