

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「大人のタリーズ誕生！ “プライムファイブ 東急プラザ銀座店” 」
- 2) 「レシート画像投稿でポイント “メーカー’ s ポイント” 」
- 3) 「クックパッド、食のトレンド情報がわかる “たべみるニュース” の提供を開始」

1) 「大人のタリーズ誕生！ “プライムファイブ 東急プラザ銀座店” 」

タリーズコーヒー初の“バールスタイル”となる「タリーズコーヒー プライムファイブ 東急プラザ銀座店」が誕生。3月31日、東京都内“最大”の店舗として銀座にオープン。

同店は、銀座・数寄屋橋交差点に誕生する新たな商業施設「東急プラザ銀座」の地下1階にオープン。「Creative Japan～世界はここから、おもしろくなる」という同施設のコンセプトにもとづき、日本という国をタリーズ流に表現した店舗限定メニューや、季節ごとに厳選されたコーヒー豆を使った「プライムシズナルコーヒー」などが提供される。

フランス料理出身のシェフが素材にこだわり店内で仕込むという店舗限定メニュー、注目の一品は、黒毛和牛のローストビーフを特製ブレッドでサンドした「和牛のローストビーフサンド」。魚醤の「いしる」を使ったソースにディップして味わうそうだ。

また、コーヒーと相性の良いスイーツも豊富にラインナップ。タリーズのケーキに加え、和スイーツや、代々木上原のブーランジェリー&カフェ「Main Mano (マンマーノ)」のオリジナルスイーツなどが用意される。

店舗所在地は、東京都中央区銀座5-2-1 東急プラザ銀座B1階。営業時間は7時30分-22時。

内装も高級感があり、従来のタリーズとはまったく違うものに仕上がっている。お皿も食材も高級なものを使っているためメニューの単価は高いように思える。高級感のある銀座には合う業態だが、他の場所での展開も今後あるのか気になるところだ。

2) 「レシート画像投稿でポイント “メーカー’ s ポイント” 」

株式会社ドゥ・ハウスは3月、生活者向けの新サービス「メーカー’ s ポイント」をスタートした。サイトに掲載されている商品を購入しレシート画像を投稿すると、ポイントが貯まるサービス。対象商品は食品が中心のため、毎日の買い物を通じて楽しくポイントを貯められるほか、サイト内に開設されたメーカーのファンクラブに参加することで、キャンペーンやイベント情報を得ることができる。

日本に住んでいれば誰でも利用できるサービスで、会員登録後サイトに掲載された対象商品を店舗で購入し、レシート画像を投稿するたびにT-POINTやナナコ、ワオン等の現金や電子マネーに交換可能なポイントが貯まる。対象商品は「たまご」や「野菜」「お肉」などの食品をはじめ、日々の買い物で購入するようなものが中心だ。

また、サイト内にはメーカーのファンクラブページが開設されており、ファンクラブに参加（無料）すると、商品に関するキャンペーンやコンテストなど、さまざまなイベントを楽しむことができるという。

今後は、食品メーカーを中心に、掲載商品数、イベントやキャンペーンなどの開催数を増やし、消費者が楽しめるサービスを展開していく予定と言う。

ポイントカードを持参しなくてもあとでまとめて自宅でポイント加算でき、しかも自分で加算先が決められるというのは魅力的だ。同社は以前からポイントサイトを展開しているが、そちらは抽選形式のため新サービスの方がより気軽に参加できる。無駄なくお得に利用できると思う。

3) 「クックパッド、食のトレンド情報がわかる“たべみるニュース”の提供を開始」

クックパッドは、「クックパッド」で人気の検索キーワードや、テレビで紹介された料理情報をスマートフォンで手軽に見られるサービス「たべみるニュース」の提供を開始した。提供コンテンツは以下の通り

テレビ速報：テレビ番組で取り上げられた料理の話題をまとめて閲覧できる。番組内で一緒に取り上げられているメニューや、レシピに含まれる材料も表示され、これらの検索頻度の推移も把握できる。

検索データランキング：検索が伸びている食材やメニューがわかる「きてるランキング」や、前年の検索データを基にこれから検索が増加する可能性のある食材やメニューがわかる「これから旬ランキング」を閲覧できる。

キーワード詳細：上記コンテンツに登場するキーワードについて、検索頻度の推移や直近3ヶ月間に取りあげられたテレビ番組一覧、クックパッドで当該キーワードを検索した時に表示される新着順の上位3レシピを閲覧できる。

生活者の日々の食ニーズである検索データとテレビで紹介された料理情報を組み合わせることで、トレンドの早期発見や話題作り、売場作りのヒントとしての活用が期待できる。

「たべみる」自体のサービスは以前からマーケティング活動支援として開始されていたが、今回はテレビ速報のコンテンツなどより消費者の動向が何に影響されてのことか分かりやすくなる。食にも毎年はやり廃りがあるが、事前に早めにトレンドがわかれば売場づくり・売上にも大きく活用できるだろう。