

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「パナソニック、誰でも参加できる食コミュニティ“EATPICK”をスタート」
- 2) 「医療支援に“白いボタニスト”」
- 3) 「J-WAVE×ビームスレコース、ライブハウス支援Tシャツを受注販売」

1) 「パナソニック、誰でも参加できる食コミュニティ“EATPICK”をスタート」

パナソニックは5月12日、食のコミュニティサービス「EATPICK」を開始した。EATPICKは、食べるという意味の「EAT」と、選ぶという意味の「PICK」を合わせ、さらに「いいトピック」という意味を込めた。専用アプリではなくWebサービスのため、Androidスマホ、iPhone、パソコンなどさまざまな環境で楽しめる。

さっそく会員登録してみたが、1週間の献立、下ごしらえのタイミングなどがわかりやすい「EATPICK ナビ」、カレーなど好きなテーマで食に関する情報交換ができる「コミュニティ」など、新しいアイデアに出会えそうなサイトになっていた。まずは1日当たり1万PVの閲覧、将来的には100万人の無料会員の獲得を目標としている。

EATPICKの特徴は、レシピ投稿をするメディア機能、情報交換ができるコミュニティ機能、こだわりの食材を購入できるEC機能といった3つの機能を備えたこと。会員登録すると、「マイルーム」という自分だけのスペースが作られる。気になるトピックを保存して、自分の関心や好みにあった情報を整理できる。「カレンダー」機能で毎日食べたものを記録すれば、食生活を見直すきっかけにもなるだろう。パナソニックアプライアンス社の藤田彩佳さんは、「最近は自炊をがんばった！ 麺類が続いているかも——など、食に関していろいろなことがわかりますよ」と話す。カレンダー機能は、一日に複数の写真を登録できるため、食事の記録、デパ地下やスーパーで見つけた気になる食材のメモ、おいしいレストランのメモなど、とても重宝しそう。

コミュニティでは、食に関する情報交換ができる。旬の食材から食べ歩きまで、コミュニティはさまざま。ユーザー同士のほか、食の専門家である「EATPICKアンバサダー」とも交流できて、日常的な食のトピックから、マニアックな話題まで語りあえそうです。例えば「カレーの会」では、お気に入りのカレーショップ、スパイス、秘伝のルーなどをテーマにしている。

コロナの影響もあり、情報サイトやレシピサイトは特に重宝される時期だろう。SNSを中心に「つながり」を意識したコミュニティが増える中、閲覧者にとってはツールが増えすぎてどれを利用したらいいかわからないという声も少なからずあると言える。例えば各スーパーが自社で紹介しているレシピについても、こういったまとめサイトで一括して見られれば探す側としては楽で有難い。各社特色もアピールポイントも変わってくるのではないだろうか。情報に溢れる今、広く普及し利用されるコミュニティツールの特徴も探っていきたい。

(2020/05/13 マイナビニュース)

2) 「医療支援に“白いボタニスト”」

I-ne (アイエヌイー、大阪市) は主力ブランド「BOTANIST (ボタニスト)」の期間限定商品を26日から販売する。シャンプーとトリートメントのラベルをほぼ真っ白に変えた。セット価格は490ミリリットルで税別2800円と通常と同程度で、自社サイトなどで販売する。新型コロナウイルスに関わる支援の一環で、収益は全額を寄付する。

通常の商品はラベルに大きく「BOTANIST」と書かれているが、今回は医療現場で着られる白衣をイメージし、文字を極力小さくして余白を増やした。収益のほか、シャンプーやトリートメント、ハンドクリームの現物を大阪府看護協会に各1000個寄付する。

I-neによると、白には「未来への希望」という意味があり、医療現場に身を置く人たちへの敬意を示したいと考え、限定商品を発売したという。ボタニストは植物由来成分を配合、シャンプーなどのヘアケアだけでなくボディーケア商品もそろえる。I-neはブランドを通じて新しいライフスタイルを提案する取り組みも進めている。今回の医療現場への支援も消費者ができる社会貢献の1つとして話題を呼びそうだ。

また、外出自粛で家で過ごす子どものために、ひまわりの塗り絵を自社サイトなどで購入した人に提供する。ベランダで育てられるミニひまわりの種も提供するという。塗り絵、種とも数量限定で先着順。

様々な企業や機関が厳しい状況に置かれる今、うまく需要を汲んだ取り組みではないだろうか。製品のもともとのファンはもちろん、この状況下何かできないだろうか考える人たちにも「日用品」という身近な接点で医療従事者を応援できるのは良いことだ。収益や現物の寄付など世の中に役立っていることはもちろん、社風や製品のもつイメージともリンクしており企業自体のプロモーションにもつながっていると言える。

(2020/05/18 日経MJ)

3) 「J-WAVE×ビームスレコーズ、ライブハウス支援Tシャツを受注販売」

J-WAVEが、ビームスレコーズ (BEAMS RECORDS) とコラボレーションしたTシャツの受注販売を開始した。イープラス (eplus) が運営するグッズ販売サイト「e+ Shop」で6月7日23時59分まで受け付けている。価格は各税込3,960円。Tシャツは、J-WAVEが音楽関係者を支援するために発足したプロジェクト「#音楽を止めるな」の一環で発売。デザインは、イラストレーターのたなかみさきやアーティストの加賀美健、れもんらいふの千原徹也などJ-WAVEにゆかりのある人が担当したという。絵柄は全14種類を用意し、サイズは各種類S~XLを展開する。

売り上げの一部は、ライブプロモーターのヴィンテージロック (VINTAGE ROCK) を通じて東京都内を中心としたライブハウスに全額を寄付するという。

この動きに賛同してライブハウスを支援したいと思う人はもちろん、「ライブハウスには行かない・行けないけどアーティストTシャツは欲しい」という人もいるだろうから、間接的な支援を可能にするアイデアが良いと思った。アーティストたちには人を動かすそうした力があると思う。もちろんこれですべてが救えるというわけではないだろうが、様々な形で支援の輪は広がるということを再認識した。

(2020/05/15 FASHIONSNAPE.COM)