

2019年4月23日

本物の食材で調理器具の使い心地をお試しできる「キッチン総選挙」など
今年のGWは“知って嬉しい”体験をたくさんご用意します！

～東急ハンズが考える共創マーケティング、始めます～

2019年4月27日(土)～5月6日(月・振休) 全国の東急ハンズ店舗にて

株式会社東急ハンズ(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:木村 成一)は、2019年のゴールデンウィークの特別企画として、普段は店頭でお試しいただけないスグレモノ・グッズを特別にお試しいただく「使えば驚く! バイヤーおすすめグッズをお試し!」を実施いたします。

東急ハンズはブランド・ステートメントとして「ここは、ヒント・マーケット。」を打ち出し、何かをつくりたい、はじめたいお客様に「きっかけ」を提供する店舗であることを目指しております。

今回のゴールデンウィーク企画ではそれをさらに推し進め、店頭ではお試しいただくことが難しかった調理器具をはじめ、お客様に「気づき」を楽しんでいただけるような商品の体験の場を豊富にご用意いたします。元号が変わり、10連休という長い休暇となる今年のゴールデンウィークは、東急ハンズで“生活雑貨の再発見”を楽しむのはいかがでしょうか。きっと、日々の暮らしがステージアップするグッズとの出会いがあると思います。



「使えば驚く! バイヤーおすすめグッズをお試し!」企画の一つ “キッチン総選挙”

東急ハンズ型の共創マーケティングを推進したい

「商品の魅力を伝えるにはどうしたらよいのだろう」という課題は常に考えています。たとえば調理器具では、「実際に使ってもらえれば商品の良さを実感していただけるものが多い」と思いながら、店頭で試していただくには安全面、衛生面など多くの障壁があることでこの足を踏んでいました。しかし、体験した人だけがわかる感覚をお客様と共有し、それを発見した嬉しさや感想をお客様の言葉で教えてもらえたら、そこからまた多くの人に伝える表現や仕組みを見つけられるのではないかと思います。

オムニチャンネルの時代となり、われわれ小売業界においても店舗の役割が変わりつつあります。リアルの販売チャネルというだけではなく、商品の魅力に気づいてもらい、お客様との共感をつくり、さらにそれを発信していく場になっていかなければならないと考えています。私たち東急ハンズらしい共創マーケティングを推進し、お客様と一緒に“感動”を創る店舗に進化していきたいと思っております。



東急ハンズ 営業企画部
藤澤恵美子

「使えば驚く！バイヤーおすすめグッズをお試し！」実施概要

一見、なんの変哲もないように見える商品なのに、実際に使ってみると、その便利さに驚いてしまうような“隠れたスグレモノ”を、東急ハンズのプロのバイヤーが厳選してご紹介します！

第1回 キッチン総選挙 ～感動したグッズに熱き一票を！～

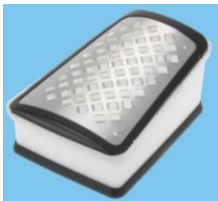
キッチングッズはデザインも気になりますが、使いやすさを試してみたいと思ったことも多いはず。GW 期間中は店頭いきゅうりや大根、にんじんなど実際の食材をご用意しますので存分にお試しください。そして「コレは！」と思ったグッズに、店頭もしくは twitter で投票してください。投票して下さった方の中から抽選で10名様に、バイヤー選りすぐりのキッチングッズセットをプレゼント！（選挙結果は6月5日にWEB公開予定）

◆実施期間：4月15日(月)～5月26日(日)

※食材を使ったお試しは4月27日(土)～5月6日(月・振休)

◆当選発表：6月5日(水)以降、当選された方へ個別にご連絡します

※名古屋店・名古屋 ANNEX 店では実施いたしません



【エントリーNo.2】

「プロおろしV」

湾曲したおろし金の刃が互い違いになっており、軽々とおろせる。力加減で粗さの調節も可能。



【エントリーNo.4】

「フィットカットカーブキッチンバサミ」

根元から刃先まで切断に最適な刃の開き角度を保ち、軽い力でしっかり切れる。



【エントリーNo.1】

「ハンディチョッパー・ネオ」

ハンドルを引くだけでみじん切り、つぶす、まぜるが手軽にできる。細かさも調節可能。



【エントリーNo.3】

「プレミアム ゼスターグレーター」

アメリカの木エヤスリメーカーが独自の技術で開発した刃は、切れ味が良く目詰まりしない。



【エントリーNo.5】

「セレクト 100 T型ピーラー」

切れ味のよい刃に等間隔の溝をつけてあり、むいた皮がくっつきにくい。

自分にぴったりのノートに出会おう

文具担当バイヤーが厳選した個性的なノートを、少しお高めのものまで自由にお試しいただけます。自分にぴったりのノートとの出会いを楽しんでください。

◆実施期間：4月22日(月)～5月6日(月・振休)

※店舗により一部取扱商品が異なります

※名古屋店・名古屋 ANNEX 店では実施しません。



実はとってもおいしい、ふっくらパン

もしもの時の災害備蓄用のパンは意外とバリエーションがあります。試食してみることで、備蓄の意識が高まるかもしれません。

◆実施期間：4月27日(土)～5月6日(月・振休)

※東京店・国分寺店・高崎店・アトレ川崎店・川崎ダイス店・ららぽーと湘南平塚店・長野店・金沢店・あまがさきキューズモール店・桑名店・名古屋店・名古屋 ANNEX 店では実施いたしません



スケーティングで体幹を鍛えよう！

トレーニング用品として、またダイエット・ツールとしても近年、注目されているスケーティングボードをご体験いただけます。スタッフがサポートしますので初心者でも安心です。参加賞もご用意！

◆実施期間：4月27日(土)～5月6日(月・振休)

※国分寺店・高崎店・ららぽーと立川立飛店・ららぽーと湘南平塚店・長野店・金沢店・あまがさきキューズモール店・桑名店・奈良店・名古屋店・名古屋 ANNEX 店では実施いたしません



スタビライザーでノンブレ体験

動画で記録したり編集して楽しむことが増えると、困るのが「手ブレ」。歩きながらの撮影や、動くものを撮影する時のマストアイテムです。今回は、その違いをご体験いただけます。

◆実施期間：4月27日(土)～5月6日(月・振休)

※国分寺店・高崎店・ららぽーと立川立飛店・アトレ川崎店・ららぽーと湘南平塚店・長野店・金沢店・あまがさきキューズモール店・桑名店・名古屋店・名古屋 ANNEX 店では実施いたしません



★東急ハンズのゴールデンウィーク企画の詳細につきましては下記サイトをご参照ください。

<https://www.tokyu-hands.co.jp/gw/>



公益財団法人
流通経済研究所
主任研究員
池田 満寿次 氏

「共創マーケティング」の有用性と可能性

「共に創る」という形容の通り、生活者の意見やアイデアを積極的に取り入れながら、モノを開発・提供するアプローチを共創マーケティングと呼びます。SNSの普及を機に企業間での関心が高まり、昨今においても有効なマーケティング手法の一つとして認識されています。

その多くは商品開発を最終ゴールに置くため、新商品の発売以降も継続するケースは意外に少ないのですが、発売後も途切れることなく、生活者と共創する視点を備えることが本来は望ましいでしょう。また SNS の他に、生活者と意見を交わす接点として「店舗」の活用余地も大きいと考えます。店舗

には不特定多数の人が訪れます。例えば、そこで商品の試用・体験を促し、意見などを集めることができれば、意外な利用アイデアや魅力の再発見につながったり、その声を売場で紹介することで新たな需要を開拓できる可能性もあります。

平成の時代に育まれた共創マーケティングの担い手は、メーカーが中心でした。これからの令和の時代においては、店舗という生活者との接点を有する小売業が共創マーケティングを発展させる担い手になるかもしれません。