

日本コカ・コーラとぐるなび、飲食店の活性化に向け “ビバレージマネジメント”プログラムの提供を開始

日本コカ・コーラ株式会社(本社:東京都渋谷区)と、株式会社ぐるなび(本社:東京都千代田区)は、ソフトドリンクを活用したミックスドリンクの導入を通じて飲食店の成長を支援する“ビバレージマネジメント”プログラムの提供を開始しました。

食材、輸送費の高騰や、人材の採用難など、昨今、国内の飲食店経営を取り巻く環境はますます複雑化しています。消費者、特に若者や女性の外食に対する意識やニーズが変化する中で、他店とのドリンクメニューの差別化や、利益率の向上は、多くの飲食店経営者にとっての課題です。

一方、海外の飲食ビジネスでは、飲料販売から得られる利益が重視されており、ドリンクメニューの品揃えや組み合わせ、売価・原価設定などを最適化して、利益を創出する“ビバレージマネジメント”の考え方が浸透しています。飲食店経営の基礎的な知識として“ビバレージマネジメント”を学習科目に取り入れる料理学校も少なくありません。また欧州を中心とした都市部では、ノンアルコールカクテル「モクテル(注:「擬似」を意味する Mock と Cocktail を組み合わせた造語)」が流行の兆しを見せています。

上記の背景をふまえ、2社は今後、ソフトドリンクを活用したミックスドリンクの提案営業活動や、全国各地での飲食店向けセミナーなどを通じて“ビバレージマネジメント”の普及を図り、飲食店のお客様には“脱デフレ”時代の利益創出につながる新たな成長戦略を、消費者の皆様には外食シーンでのより魅力的なドリンクメニューを提供します。

コカ・コーラシステムは、製品や販売機材の導入提案といった従来への活動に加え、今後はミックスドリンク導入による“ビバレージマネジメント”の提案などを通じ、飲食店のお客様の利益向上に貢献することを目指します。また「モクテル」などのバラエティ豊かなドリンクメニューを楽しめる居酒屋・バーなどの取り扱い店舗の拡大を通じ、アルコールを飲みなれていない方や、アルコールが苦手な方でも楽しめる“パーティー”や“飲み会”シーンの創出を図ります。

ぐるなびは、加盟飲食店約16万店と深い絆を持った全国21拠点の営業体制から得られる情報をノウハウとして、飲食店の集客を中心とした販促支援と業務支援を行っています。今後、“ビバレージマネジメント”を日本コカ・コーラと共同で飲食店に提案することで、付加価値のある飲食メニューを創出し、売上向上と業務改善による収益力アップに向けた更なる支援に取り組んでいきます。

2社は今後、2018年内をめどに、“ビバレージマネジメント”プログラムに3万店をリクルートし、参加店において既存のミックスドリンク拡販に加え、新たに和酒ミックスドリンクやモクテルのメニュー化と販促による店舗利益創出を目指し、協業を推進します。

“ビバレージマネジメント”プログラム 2社の取り組みの概要

1. 飲食店への提案営業

- ✓ 店舗のコンセプト、客層の特性やニーズに応じた適切なミックスドリンクを提案し、飲食店様の利益改善や集客増につながる提案営業を実施します。

2. 「ぐるなび大学」などの場を通じた飲食店向け“ビバレージマネジメント”セミナーの開催

- ✓ 飲食に特化した有益な情報を提供する講座「ぐるなび大学」(全国 21 拠点、年間のべ 3000 回を開催)において、随時“ビバレージマネジメント”のセミナーを実施予定です。

3. 「ぐるなび通信」などの飲食店向けメディアを活用した“ビバレージマネジメント”、「モクテル」などの訴求(約 8 万店舗を対象)

- ✓ 飲食店経営者向け情報誌「ぐるなび通信」(月 1 回、約 8 万店舗に配布)において、ミックスドリンクのメリットを訴求します。

4. コカ・コーラ社製品を活用したミックスドリンク提供、導入店舗に対するサポート(2018 年開始)

- ✓ ドリンクメニュー改善提案と販促のサポート
店舗の客層、メニュー特徴、取扱い銘柄と数や販売量に応じて、ドリンクメニューの改善提案をはじめ、レシピ提供、販促資材(POP など)、プロモーション資材を提供します。
- ✓ 奨励コンテストの実施
対象製品 6SKU 以上の取扱いのある店舗において、ミックスドリンクの展開実績に応じた表彰制度を継続的に実施する予定です。

■コカ・コーラシステムについて

コカ・コーラシステムは、ザ コカ・コーラ カンパニーの日本法人で、原液の供給と製品の企画開発をおこなう日本コカ・コーラと、全国 5 社のボトリング会社および 4 社の関連会社などで構成されています。コカ・コーラシステムが国内で取り扱う製品は 50 以上の炭酸飲料および非炭酸飲料ブランドにおよび、世界で最も高い評価を得ているブランドである「コカ・コーラ」をはじめ、「ファンタ」「スプライト」「カナダドライ」などのグローバル・ブランドだけでなく、「ジョージア」「アクエリアス」「い・ろ・は・す」「綾鷹」など、日本市場のために開発されたブランドが含まれます。また、炭酸飲料、スポーツ飲料、缶コーヒーの各カテゴリーにおける販売量は国内最大です。

■ぐるなびについて

1996 年に飲食店検索サイト「ぐるなび」をインターネット上に開設。詳細なメニュー情報や今日のおすすめ情報等を事前に確認してから飲食店に行くという外食のスタイルを定着させました。現在、ぐるなびは「日本の食文化を守り育てる。」という企業使命のもと、日本の外食の健全な発展の一助となるべく、レストラン検索サイトの領域を超えて事業を展開。外食業界の生産性向上に貢献することを目指し、ICT を活用した業務支援と販促支援サービスやインバウンド対応の「ぐるなび外国語版」、「LIVE JAPAN」など幅広い事業に取り組んでいます。

参考資料

“ビバレッジマネジメント”プログラム：2社およびコカ・コーラシステムの協業概念図



“ビバレッジマネジメント”プログラムを通じて店舗等に提供される「モクテル」のメニュー例(左)と、日本酒とカナダドライ ジンジャーエールのカクテル「ジャポネール」の店頭 POP(右)

