

ウィークリーニュースレター8号 2026

<東横INNがコレクターを生む>

先週、シールを販売するたい焼き屋さんを紹介しました。そんな矢先に似たような記事を読んだので紹介します。これは先週紹介したシール販売の先に見える世界かもしれないと感じたのでご紹介！

ビジネスホテルの東横INNは今年の5月高知県で1棟開業します。これで全都道府県にホテルが完成。全国制覇を果たすことになります。東横INNのコンセプトはワンプライス。宿泊施設の料金が上がる昨今、平日、休日問わずプライスは1つと決めています。宿泊者にはとても優しい料金プラン。全国を飛び回る営業マンや推し活するオタクに支持されているホテルです。そんなホテルが1個300円のバッジを販売しています。これはそのホテルでしか手に入らないバッジ。つまり東横INNの数だけ種類があるバッジといえます。このバッジのコレクターが生まれているそうです。

出張って意外と温泉や食事など楽しむ人が意外と少ない。1人で過ごすので楽しみがないそうです。そんな小さな楽しみを見出したのがバッジのコレクション。消費者心理としてはお金がかからず楽しめる遊びです。数多く集めているだけで少しだけ誇れます。

<収集癖をくすぐる>

先週紹介したシール交換はまさにコレ。人は何かを集めたくなる癖があります。私もビックリマンからプロ野球チップスカードを集めました。興味ない人からするとゴミ。でも当人にとっては代えがたい存在になってしまう。この癖をくすぐることができれば来店頻度は上がります。

<期間限定メニューと絡めてみる>

期間限定メニューを提供してしまよ？販売サイクルはそれぞれ。これからだと桜餡。春になると抹茶。夏はレモンでしょうか？お店が発行するスタンプカードもいいですがシールを張って季節メニューシールを貼る専用カードがあっても面白いのでは？

スターバックスでは豆を購入するとシールが付いてきます。それをコーヒーパスポートという冊子に貼る。その冊子に豆の風味や香り、味を記録する。この行為が実は沼ります。



人は空欄や空白があると埋めたくなる心理が働きます。この冊子を手にしたら最後。スターバックスで豆を買い続けることになります(笑)私、一時期豆を買い続けていました。まんまとやられましたね。

季節メニューのシールとカードをセットで配布すればどうでしょう？シールでカードを埋める行為は意外と楽しい！店員さんにスタンプを押しもらえるよりも能動的な行動になります。来店頻度を上げるツールとして活用できます！冊子をマネタイズできれば更に売上アップ！お客様との関係性は深まるはず。因みに…東横INNのバッジは宿泊しなくても買えます！

<2月の当選番号確定！！当選番号が5個です！>

2022年3月からスタートした納品書番号のおみくじです！今一度、ルールのご説明。納品書の番号が抽選対象の数字です。下の番号と一致した場合、納品書の金額から10%オフします。自動的にオフはしません。お客様から「当選しました！」とメールか電話、LINEでご連絡をいただくと確定です。申告の締切は翌月の1日が締め切りです。「3852」「3921」「3986」「4058」「4166」最後のチェックを忘れずに！！

