



浦和GCでは、ホット、アイスとも一杯270円で販売

**省力化の魅力で採用  
香りに誘われグループ買いも  
浦和ゴルフ倶楽部**

「都心から最も近い林間コース」を

一杯の水で、約5杯のコーヒーを抽出する。  
操作や洗浄などの管理はとても簡単で、有田氏によれば、売店の担当スタッフから不満の声はほとんど聞かないという。

キャッチフレーズに、カジュアルな運営で多くの入場者を誇る浦和ゴルフ倶楽部（埼玉県、1962年開場）。今年3月からフロント正面のロビーに、タンク一杯の水でコーヒーを約20杯提供できるDP3000を2台並べて設置している。以前は他社のマシンを置いていたが、「前の機種は、その都度スタッフが操作するタイプでした。そのためフロントが忙しいときは、お客さまにご迷惑をお掛けしていました」（営業課 三上清美さん）

UCCドリッポポッドは操作が簡単。「それでも不安そうな方には、ポッドの密封をフロントで開いてあげて、そのままセットできるようなご案内しています」導入後、1か月の売上げは約200杯。利用者が多いのは、朝・昼食後・チェックアウト前後の3つの時間帯。朝は、レストランを利用する時間の余裕がない方。



- DP3000**
- タンク容量: 3ℓ(約20杯)
  - 初動沸き上がり: 約30秒
  - 抽出時間: 約60秒
  - 本体寸法: 幅230mm、奥行400mm、高さ386mm
- DP2**
- タンク容量: 750ml(約5杯)
  - 初動沸き上がり: 約30秒
  - 抽出時間: 約60秒
  - 本体寸法: 本文参照

[問い合わせ先]  
**ソロ フレッシュコーヒーシステム株式会社**  
〒105-0004 東京都港区新橋6-1-11 Daiwa御成門ビル  
☎03-5400-5614 FAX03-5400-5524  
http://solofreshcoffee.com  
メール info@solofreshcoffee.com

ヒット戦略先取りレポート

# ドリップコーヒーが浸透した時代の顧客満足度&売上げアップツール

## 省スペース、省力化のドリップマシン UCCドリッポポッドシステム



飛鳥CCではコース売店で、スピーディにコーヒーをドリッポ

オフィスでもコンビニでも、ドリッポマシンの普及で、挽きたて・入れたての本格ドリッポコーヒーを楽しむ人が増えた。その美味しさに求めた人は、どこでもその味と香りを求める。従来、ゴルフ場では、ドリッポコーヒーをレストラン以外で提供したり、コースに持ち込みたいという声に応えられなかった。ところが、ロビーやコース売店にUCCドリッポポッドシステムを設置することで、そうしたお客さまの要望に

**コース売店でコンパクトな  
ドリッポマシンで提供  
飛鳥カントリー倶楽部**

1959年開場、奈良県を代表する名門倶楽部の飛鳥CCでは、昨年10月からコース売店（イン、アウト各1か所）にUCCドリッポポッドDP2を導入。お客さまの注文が

れば、その都度、スタッフがマシンにポッド（コーヒー豆が新鮮な状態で封入されたカートリッジ。賞味期限は1年の長期間）をセット。一杯ずつドリッポ（抽出時間は約60秒）し、入れたての香り高いコーヒーを300円で提供している。DP2導入の理由を総務部長の有田幸一氏は、「お客さまの間に、本格的なドリッポコ

ーヒーを求める声徐々に高まりつつあることを考え、手軽に、素早くお出しできる方法を探していたときに、ちょうどUCCさんからお話しがありました」と語る。現時点では、販売数は多い日で10杯程度（平均して入場者の5%程度）とのことだが、「このコーヒーの存在に気がつかれ、さっそく注文。その後も良く飲まれるメンバーさんがいらっしやいます。コンビニなどのドリッポコーヒー人気を考えれば、今後はもっと注目されると思います」さらに、気温の上昇とともに、アイスコーヒーの希望が増えることを想定し、その準備も既に完了しているという。ポッドにはさまざまな種類のコーヒー豆の他、紅茶や煎茶まで20種ほどのタイプがあるのだが、ホットだけでなく、アイス用も抽出できるポッドもある。一つのポッドでホットもアイスも、と手軽なのだ。「アイスコーヒーが新しいサービスとして多くのお客さまに喜ばれることを期待しています」DP2はドリッポマシンとしては業界最小（幅・130mm、奥行・288mm、高さ・224mm）。タンク

朝食時は（人気コースのため）ハーフターンで長い待ち時間があるとき。チェックアウト前後は、やはりレストランを利用せず、ロビーでくつろぐ際に、といった利用パターンが多いそうだ。「レストランは禁煙なので、食後にこのコーヒーを買って喫煙スペースに向かわれる方が多いですね」また、ひとりが購入すると、そのいい香りに誘われ、「私も」とグリー

プ買いにつながるケースも良く目にするそうだ。さらに、ゴルフに疲れた体にうれしくて、コーヒーにもピツタリの甘いスナック類（現在はひと口蒸し羊羹）を並べて販売。月30個ほどの売上げがあるという。本格ドリッポコーヒーの浸透とともに、ゴルフ場における新たなおもてなし&営業ツールとして、UCCドリッポポッドは注目を集めそうだ。