

特集

アフタヌーンティーの魅力解剖

集客が見込める付加価値メニュー

SNS映える華やかさと優雅な非日常を体験できることから、若い女性の間で人気が高まるアフタヌーンティー。ユニークなテーマや独創的な見た目、流行の木箱での提供など、各ホテルが工夫し差別化を図っている。同サービスはアイドルタイムを活用しながら集客や売上に繋げることができるため、ベーカリーでも採用するケースが出てきた。そこで最新のアフタヌーンティー事情を取材した。



アベタイザーはズワイガニやオマール海老等を使ったアミューズ、リンゴのコンポートとフルムダンベルチーズのタルトなどお酒にも合う5種。セイボリー2種、写真映えるブティーフール6種。「素材が重ならないようかつ季節感と味のバランスを意識」。ノンアルコール『ラテ・グラディエンテ』はコーヒーベースでシナモンスティックで混ぜると香りも変化。写真は2名用

セルリアンタワー東急ホテル

「ベロビスト アフタヌーンティー」

(4,600円税・サービス料込)

地上150mの「天空のアフタヌーンティー」

渋谷のホテル最上階にあるバーより、東京の夕暮れを眺めながら楽しむラグジュアリーなアフタヌーンティーとして、限定10組で2015年よりスタート。普段バーを利用しない女性でもシックな雰囲気と上質の味を体験できることから人気メニューへと成長した。

季節感のある素材使いとこだわりのカクテル類とのマリアージュが特徴で、さらにホテルのコンセプト“和モダン”を踏襲し、江戸小紋柄(麻の葉、青海波、七宝)の特製木箱を使用して差別化を図った。「ここにしかない特別感があり、おいしいものを詰め合わせた木箱と素晴らしい眺望で、ピクニックのような気分も味

わえる」と担当者。さらに最高の状態で食べてほしいと、最初に温かいセイボリー系を、時間差で冷たいブティーフールをサービスする工夫も好評だ。20～60代女性を中心にカップルや特別なシーンでの利用も多く、メッセージプレートや花火で演出するなど、満足度を高めてリピーターを獲得している。

アフタヌーンティーのメリット

夜の開店前の早い時間帯に安定した集客と売上を確保できる。またアフタヌーンティーのメイン層である女性にバーという空間を体験してもらえて、来店のきっかけに繋げることができる。



伝統的なキュウリのサンドイッチには、赤キャベツのピクルスと牛肉バストラミを合わせて年末年始を彩る3色のコントラストに。これまでトルティーヤも提供したが「やはりオーソドックスなサンドが根強い人気」



セイボリーは、カクテル類とも好相性の軽く歯切れの良いフォカッチャを選定。三沢徳明ベストリー・ベーカリーシェフが「冬の白い雪をイメージした」というアルザスのタルトフランベ風『クリームチーズとオニオンのフォカッチャ』は酸味と甘味が程良い。『スコモン』は季節毎フレーバーを用意(克蘭ベリー)。クロテッドクリームとジャム付



左)『オペラ』はコーヒークリーム、ジャム、スポンジなど7層からなりクランチが楽しいアクセントに。繊細に巻いた『キャラメルロール』は軽い食感に大人なほろ苦さが広がる。他にピスタチオやフルーツ系を色鮮やかに揃えたブティーフールは華奢な仏製銀器で提供

東京都渋谷区桜丘町 26-1-40F「タワー
バー ベロビスト」/予約制
[https://www.tokyuhotels.co.jp/
cerulean-h/index.html](https://www.tokyuhotels.co.jp/cerulean-h/index.html)