

2009年1月19日より、
「PASMO」、「TOKYUポイント」、東急線駅売店「toks」、東急線電車内広告を
組み合わせた新しい広告手法の実証実験を行います

東京急行電鉄株式会社
株式会社東急エージェンシー
株式会社東急ステーションリテールサービス
東急カード株式会社

東京急行電鉄株式会社（本社：東京都渋谷区、社長：越村 敏昭）、株式会社東急エージェンシー（本社：東京都港区、社長：五十嵐 正）、株式会社東急ステーションリテールサービス（本社：東京都目黒区、社長：瀧澤 清一）、東急カード株式会社（本社：東京都渋谷区、社長：和田 哲）の4社は、2009年1月19日(月)より、「PASMO」、「TOKYUポイント」、東急線駅売店「toks」、東急線電車内広告を組み合わせた新しい広告手法の展開に向け、実証実験を行います。

この実験は、東急カードが発行するクレジットカード「TOP&カード」のオートチャージサービス機能付PASMOの電子マネーを使い、toksで対象商品（不二家カントリーマアム、5枚入り税込み105円）を購入したお客さまに、通常のお買物で貯まる「PASMO電子マネーTOKYUポイント」（1）とは別に、TOKYUポイントを10ポイント（10円相当）付与するものです。キャンペーンの告知には、東急線電車内の中ぶり広告と、toks店頭液晶モニターを使用します。

この実験の目的は、

- 通勤・通学者の利用が多いPASMOをツールとして用いること
 - 鉄道利用者に最も近い「買場」である駅売店のtoksを対象店舗とすること
 - 電車内の中ぶり広告で対象商品を告知し、駅構内でもtoksモニターで再度、注目を喚起すること
- が、通常の広告より強力に対象商品の購買促進につながるのかどうかを検証することにあります。

今回の実験を通じて、PASMO電子マネー、TOKYUポイントを使った広告の可能性を広げると同時に、東急グループ各社が連携してグループ事業のシナジーを創出するサービスの開発を目指します。

（1）東急線駅構内のPASMO電子マネー加盟店・飲料自販機および首都圏のam/pm（一部店舗を除く）をご利用の際、TOP&カードによるオートチャージサービス機能付PASMOの電子マネーでお支払いいただくと、決済金額の200円(税込)ごとにTOKYUポイントが1ポイント付与されます。

実験の詳細に付きましては別紙をご覧ください。

(別紙)

<実験概要>

○実験期間 2009年1月19日~2月1日

○広告主 株式会社不二家

○対象商品 「カントリーマアム バニラ 5枚入り」「カントリーマアム いちご 5枚入り(季節限定)」
(税込み各105円)



○対象店舗 PASMOMでの決済が可能な「toks」全店舗(80店)

○キャンペーン告知媒体

東急線全線の電車内・中づり広告スペース(中づり広告の掲出は 2009年1月19日~1月27日)



【中づりポスターデザイン】

「toks」店頭の「toksモニター」



PASMOは(株)パスモの登録商標です。

(株)パスモ商標利用許諾済 第60号(株)東急ステーションリテールサービス許諾)

PASMOマーク およびPASMOは(株)パスモが本商品・サービスの内容・品質を保証するものではありません。

(株)パスモの都合により予告なくPASMOカードが交換されることがあります。

(株)パスモでは、本件に関するお問い合わせをお受けすることはできません。

以上