

**東急電鉄の流行発信ショップ「ランキンランキン」で
タッチパネル機能付き液晶ディスプレイとFeliCa対応携帯電話を使った販促実験を開始**

東京急行電鉄株式会社

東京急行電鉄（本社：東京都渋谷区、社長：越村敏昭）では、2006年3月31日（金）から9月30日（土）までの6カ月間、流行発信ショップ「ランキンランキン」の渋谷店（東急百貨店東横店西館2階コンコース）で、「タッチパネル機能付き液晶ディスプレイ」と「FeliCa対応携帯電話（以下、FeliCa対応ケータイ）」を使用した同店への集客・販売促進実験を行います。なお、本実験はソニー株式会社と共同で行います。

本実験では、ランキンランキン渋谷店の店頭に、タッチパネル機能付き40型液晶ディスプレイと、同ディスプレイからFeliCa対応ケータイへのデータ送信を行うリーダー・ライターを設置します。お客さまが液晶ディスプレイに表示されたメニューのアイコンにタッチすると、ランキンランキンの新商品情報やランキング情報などが画面に表示されます。さらにFeliCa対応ケータイをリーダー・ライターにかざすことにより、同店の割引クーポンがFeliCa対応ケータイに送信され、これを同店のレジで提示すると、割引優待を受けられる仕組みです。

液晶ディスプレイの情報をFeliCa対応ケータイで受信するには、フェリカネットワークス株式会社が提供する「かざボン（各種情報を簡単にFeliCa対応ケータイに持ち出すことができるサービス）」の携帯電話用アプリケーションが必要です。各FeliCa対応ケータイから無料でダウンロードできます。

当社では今回の実験によって得られるデータをもとに、お客さまとの双方向サービス機能を搭載した「映像表示装置（サイネージ）」が、集客や販売促進に寄与するかを検証し、今後各施設の新たな販売促進に役立てていきたいと考えています。

「ランキンランキン」は、東京急行電鉄が開発・運営する新しいコンセプトのショップです。売り場は売れ筋上位商品をランキング順に展示・販売するコーナーと、メーカーなどの新商品を展示・販売するコーナーで構成されています。今、何が売れているのかがすぐ分かり、実際に商品を購入することもできることから、20代女性や若者を中心に人気を集めており、現在8店舗を展開しています。

実験の詳細は別紙の通りです。

* 「FeliCa」は、ソニー株式会社が開発した非接触ICカードの技術方式です。

* 「FeliCa」は、ソニー株式会社の登録商標です。

* 「かざボン」はフェリカネットワークス株式会社の登録商標です。

以上

(別紙1)

実験の概要

1. 実験名称

「ランキンランキン渋谷店・サイネージ実験」

2. 実施主体

東京急行電鉄株式会社、ソニー株式会社

3. 目的

お客さまとの双方向サービス機能(タッチパネルや携帯電話をリーダーにかざすことによる情報取得など)を搭載した「映像表示装置(サイネージ)」が、集客や販売促進に寄与するかを検証します。

4. 実験期間

2006年3月31日(金)から9月30日(土)(予定)
3月31日(金)～4月9日(日)はテスト稼働期間

5. 設置場所

渋谷駅構内(東急百貨店東横店西館2階コンコース)の流行発信ショップ「ランキンランキン渋谷店」の店頭

6. 実験内容

(1) サービス内容

主な設置機器

ソニー製・タッチパネル機能付き40型液晶ディスプレイ
ソニー製・FeliCaリーダー/ライター「PaSoRi」

液晶ディスプレイに表示される主な情報

ランキンランキンの「話題の新商品」
同「一番人気」
同「今週注目のランキング」
同「ランキング一覧」

FeliCa対応ケータイを使ったサービス提供の流れ

液晶ディスプレイの「かざボン」のアイコンにタッチ
かざボン対応ケータイをリーダー・ライターにかざす
ランキンランキン渋谷店の割引クーポンが携帯に送信される
同店のレジで携帯の画面を提示すると割引優待

液晶ディスプレイの情報をFeliCa対応ケータイで受信するには、フェリカネットワーク株式会社が提供する「かざボン(各種情報を簡単にFeliCa対応ケータイに持ち出すことができるサービス)」の携帯電話用アプリケーションのダウンロードが必要です。各FeliCa対応ケータイから無料でダウンロードできます。

かざボン対応ケータイをお持ちでない方向けに、QRコードによる割引クーポン提供も行います。

(2) 実験効果の検証方法

液晶ディスプレイのタッチパネルの利用回数や、クーポンの利用状況、利用者アンケートなどを実施して効果を測定します。

(別紙2) 画面イメージ

話題の新商品 (イメージ)



クーポン取得画面 (イメージ)



(別紙3) 「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」の概要

「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」は、情報受発信拠点として膨大な量の情報の中から取捨選択した「話題」の提供と商品販売を結びつけることで、「リアル」と「バーチャル」を融合させた新コンセプトのショップです。2001年7月に1号店となる渋谷店を開業し、現在は全国に8店舗を展開しています。



渋谷店

新宿店

あざみ野店

- ・渋谷店(東京都)
 - ・新宿店(東京都)
 - ・自由が丘店(東京都)
 - ・東急田園都市線あざみ野店(神奈川県)
 - ・大手町店(東京都)
 - ・上大岡店(神奈川県)
 - ・福岡天神店(福岡県)
 - ・北千住店(東京都)
- 東急百貨店東横店 西館2階コンコース
 - JR新宿駅東口改札前(JR東日本グループとの業務提携にて運営)
 - 東急東横線・大井町線 自由が丘駅構内
 - 東急田園都市線あざみ野駅構内 改札前
 - 東京メトロ丸の内線大手町駅直結 大手町ビル地下2階
 - 京急線・上大岡駅直結 京急百貨店1階 生活雑貨館
 - 天神地下街 東2番街
 - 東武伊勢崎線北千住駅構内2階コンコース

具体的には、以下の2つのコンセプトを持った新しいタイプの業態です。

ランキングコーナー	新商品コーナー
<p>ヒット商品を発信する 各種売れ筋上位商品のみをランキング順に陳列・販売。</p> <p>ランキングは、東急ハンズ・東急ストア・東日本キヨスク・オリコン他、流通・調査会社各社の情報をもとに集計。</p> <p>食品・飲料・雑貨・CD・書籍など、各ジャンルごとに「これがヒットしている」という、商品の今が発見できます。</p>	<p>新商品を発信する。 店舗内の新商品スペースを広告媒体としてメーカー各社様にお貸しして、新商品を陳列・販売。</p> <p>「今、これが新しい」という情報をお客様に伝えながらセールスできる新しい広告媒体。販売終了後にPOSデータをご提供。</p> <p>明日のヒット商品が、ここから生まれます。</p>

店舗名称の「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」とは、

「順位、序列」を意味する英語「ranking」の文字が「ran」と「king」に分割できることから、「king」の対義語である「queen」を「ran」と組み合わせた言葉を並べたものです。「ranKing」には「ランクの王様 = 売れ筋上位商品」という意味を、「ranQueen」には「ランクィーン(ランクイン) = 今後ランクアップを狙う商品」という意味を持たせ、店舗コンセプトを象徴させています。

以上