

東急電鉄の流行発信ショップ「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」 4月18日(金)、池袋エリア初となる「池袋店」がオープン

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、2008年4月18日(金)、流行発信ショップ「ranKing ranQueen(ランキンランキン)池袋店」を、東武ホープセンター(池袋駅西口地下1階)内に開業いたします。

「ランキンランキン」は、「流行リモノのテーマパーク」を目指し、話題の商品の情報提供と販売を融合させた流行発信ショップです。2001年7月に東京・渋谷で第1号店を開業して以来、その独自のコンセプトが20～30代の女性を中心に高い支持を受けております。東急線沿線を中心とする首都圏のほか、札幌・福岡でも店舗を展開しており、今回の「池袋店」で12店舗目となります。

「池袋店」は、今年6月14日の東京メトロ副都心線開業に先駆けて行われる東武ホープセンターのリニューアルに合わせて開業します。店舗は、通勤・通学の方がJR線・東武線をはじめとする各路線から副都心線への乗り換えに利用する通路に面した好立地に位置し、通路側にショーウィンドウディスプレイや液晶モニターを設置することで、通路を通行される方に向けてランキン商品や注目商品の情報を発信します。

ランキンランキンは、今回の池袋への出店により日本有数の商業地である渋谷・新宿・池袋の三大副都心に店舗を展開することとなり、より多くのお客さまにヒット商品や注目商品に関する情報発信を行うことが可能になります。今後は、こうした強みを生かし、三大副都心の店舗を核として、各店舗を連動させた商品プロモーションを展開するとともに、ブログ、携帯サイト、雑誌、フリーペーパーなど、各種メディアとのコラボレーションもさらに拡大します。これにより、ランキンランキンの主な利用者層であるF1層(20～34歳女性)をターゲットとした、効果的なプロモーションメディアとしてのランキンランキンの事業拡大を図ってまいります。

「ランキンランキン池袋店」の概要は以下の通りです。

「ランキンランキン池袋店」店舗概要

店舗名称	「ranKing ranQueen(ランキンランキン)池袋店」
出店場所	池袋駅西口地下1階 東武ホープセンター内 所在地：東京都豊島区西池袋一丁目1番30号
店舗面積	約62㎡(約19坪)
開業日	2008年4月18日(金)(予定)
営業時間	10:00～21:00 定休日：1月1日ほか、東武ホープセンター休業日に準ずる
取扱品目	C D、書籍、雑誌、飲料、加工食品、菓子、化粧品、日用品等(全店共通)

以上

参考資料

店舗位置図



店舗イメージ



参考資料

(参考) 「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」の概要

「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」は、「流行りモノのテーマパーク」を目指し、話題の商品の情報提供と商品販売を融合させた「流行発信ショップ」です。2001年7月に1号店となる渋谷を開業し、現在は全国に11店舗を展開しています。

情報感度の高い20代～30代女性を中心に、全店舗で1日約4万人が来店されています。単なる購買目的だけでなく、「情報」を受け取ることのできる「リアルな情報誌」として認知・利用されています。



渋谷店

新宿店

あざみ野店

出店店舗

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)、福岡天神店(福岡県)、北千住店(東京都)、新宿ミロードモザイク通り店(東京都)、自由が丘南口店(東京都)、浜松アップ・オン店(静岡県)、さっぽろ地下街店(北海道)、池袋店(東京都) 4月18日(金)開業予定

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	プロモーションコーナー
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。 ランキングは、東急ハンズ・東急ストア・JR東日本リテールネット・オリコン他、流通・調査会社各社の情報をもとに集計。 ランキングカテゴリーは約300種類。 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。	注目商品を発信する。 ランキンランキンの店舗ネットワークを活用して、話題の注目商品をプロモーションします。 明日のヒット商品が、ここから生まれます。

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(ランクイーン) = 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