

2013年6月28日

流行発信ショップ「ranKing ranQueen(ランキンランキン)」と 美容情報特化型 SNS「美プリ！」・女性誌 web「with online」が 初のコラボレーション！！

～業界初の O2O2O(オフライン to オンライン to オフライン)が実現！！～

株式会社東急レクリエーション

株式会社講談社

株式会社東急レクリエーション（本社：東京都渋谷区、取締役社長：佐藤仁）と、株式会社講談社（本社：東京都文京区、代表取締役社長：野間省伸）はオンラインとリアルショップを融合させた新たな取組みを実施いたします。

東急レクリエーションが駅ナカ立地で展開する「ランキンランキン」は「いま流行っているランキング上位商品」と「これから流行りそうな注目商品」のみを取り扱い、1日約20,000人が来店する流行発信ショップです。一方、講談社が運営する「美プリ！」は34万ダウンロード（2013年6月現在）されたコスメ好きの女性のための美容情報特化型 SNS アプリ、「with online」は女性総合誌「with」公式サイトとして月間120万PVを誇り、女の心の「かわいくなりたい」「キレイになりたい」「大人になりたい」をバックアップするオリジナルコンテンツが充実した web サイトです。

いずれも共通してコアターゲットである高感度な20～30代女性の支持を多く受けていることから、このたびオンラインとリアルショップの垣根を越えてコラボレーションする運びとなりました。ユーザー参加型の企画を連動して行うことで、情報の受発信に強い関心を持つユーザーとの多面的なコミュニケーションを図るとともに、ヒット商品の創出にチャレンジしていきます。

コラボレーション内容については以下のとおりです。

ランキンランキン×美プリ！

流行発信ショップ「ランキンランキン」が注目する美容関連商品を「美プリ！」ユーザーがモニターとして使用し、商品情報やコメントを“マイポーチ”に登録します。その情報を見た一般ユーザーからの「いいね！」数でランキングを決定します。ランキンランキンでは店内に「ランキンランキン×美プリ！」の特設コーナーを設置し、ランキングを発表するとともに展示販売します。

ランキンランキン×with online

いま注目の商品を、with 読者モデルで構成される「with online girls 委員会」メンバーが座談会で試用または試食します。with online の特設ページで商品紹介とメンバーのコメントを掲載するとともに、ランキンランキン店内にも「ランキンランキン×with online」のコーナーを設置し、コメントを紹介しながら商品を展示販売します。

いずれの企画も1ヶ月ごとに商品を入れ替え、季節やトレンドに合わせて商品を紹介していきます。今後は、20～30代を中心とする美容情報や流行に敏感な女性に注目商品を訴求できる場として、新商品の販売支援にも取り組んでまいります。

「美プリ！」「with online」及び「ランキンランキン」の詳細については、別紙のとおりです。

【お問い合わせ先】

株式会社東急レクリエーション ランキンランキン本部

担当：阿部

電話：03-3462-8850

株式会社講談社 メディア事業局 業務推進部

担当：山口・石井

電話：03-5395-4090

【別紙1】

「美プリ!」 「with online」の概要

【美プリ!】

■「美プリ!」は創刊15周年を迎える美容誌「VOCE」から生まれた、美容情報特化型SNSアプリです。美意識の高いユーザーがコスメアイテムで繋がることでコミュニティを形成し、顔の見えるユーザー同士でのレコメンドや購入報告などのポジティブなクチコミ発信が行われています。



■メディアデータ（2013年6月現在）
累計アプリDL数：340,000DL
月間PV：3,000,000PV/月

「美プリ!」画面

■「美プリ!」には以下の機能及びコンテンツがあります。

- ポーチ機能 …気になるコスメアイテムをクリップし、自分だけの「ポーチ」を形成。
- クチコミ投稿 …「VOCE」の公式サイト「i-VoCE」内「コスメデータベース」と連携。
- いいね!・コメント・シェア …投稿されたアイテムや記事を共有。Facebook・Twitter・mixiへ反映も可能。
- ランキング …投稿、ユーザー、話題のポーチ、「i-VoCE月間ランキング」をリアルタイム掲載。
- VOCE本誌記事 …人気の美容記事や美容ジャーナリスト・齋藤薫さんの連載記事を展開。

- iOS版 <https://itunes.apple.com/jp/app/id479856032>
- Android版 <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.kodansha.android.voce>
- Twitter @bipulivoce

【with online】

■20代お仕事ガールのお手本となるデイリーコーディネート、ヘアアレンジ、着回しなどの情報が高い人気を誇る、女性総合誌「with」の公式サイトです。通販サイト「お買い物 with」との連携だけでなく、本誌でも活躍する読者モデル群「with girls 委員会」のメンバーによる部活動など、オリジナルコンテンツが充実しています。



■メディアデータ（2013年6月現在）
月間PV：1,200,000PV
月間UU：250,000UU

「with online」画面

■「with girls 委員会」とは。

誌面タイアップやWEBでの部活動、イベントなどで活躍するスターメンバー17名を中心に、全国47都道府県に各5名以上の会員が所属し1,000名規模で構成。「美白モテ部」などの部活動でのブログ記事発信や商品企画への参加、座談会など、お仕事ガールのオピニオンリーダーとして幅広く活躍しています。

- WEBサイト <http://with.woman.excite.co.jp>
- Twitter @with_magazine
- facebook <https://www.facebook.com/with.magazine/>

【別紙2】

「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商品販売を融合させた「流行発信ショップ」です。現在は首都圏に4店舗を展開しているほか、コラボレーションショップを展開しています。



新宿店

自由が丘店

あざみ野店

- ・新宿店 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)
- ・自由が丘店 東急東横線・大井町線 自由が丘駅構内
- ・あざみ野店(神奈川県) 東急田園都市線あざみ野駅 改札前
- ・北千住店(2013年3月開店) 北千住駅構内北側千代田線連絡地下通路

※コラボレーションショップ(運営:東武商事株式会社)

「One Two Tree! with ranKing ranQueen」東京スカイツリータウン・ソラマチ1階

- 具体的には、以下の2つのコンセプトを持った業態です。

ランキングコーナー	プロモーションコーナー
<p>ヒット商品を発信する</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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・JR 東日本リテールネット他、流通・調査会社各社の情報をもとに集計。 ● 食品・飲料・雑貨・書籍など、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>注目商品を発信する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。

■WEBサイト <http://www.ranking-ranqueen.net/>

■公式ブログ <http://ameblo.jp/rankingranqueen/>

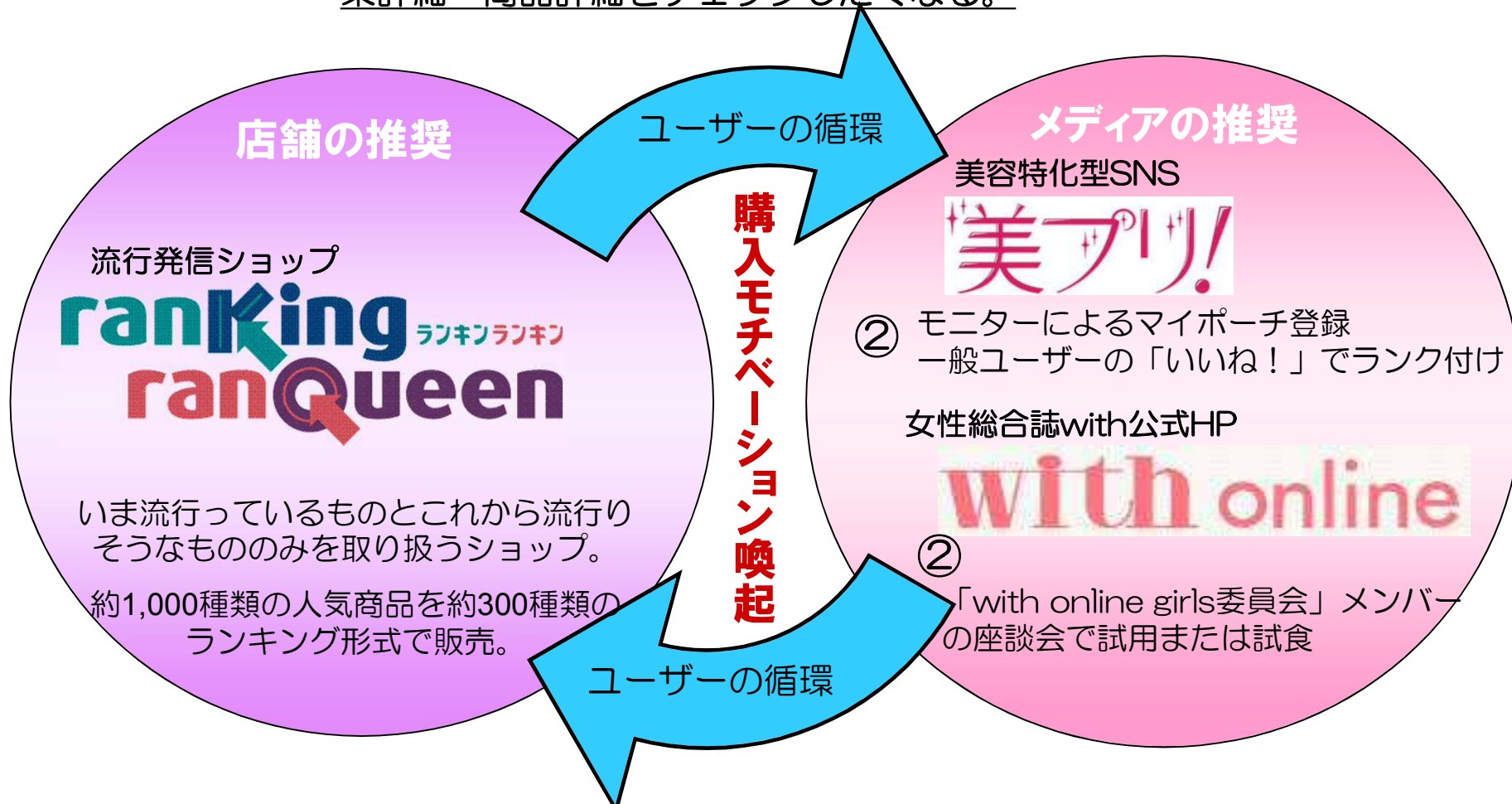
■モバイルサイト <http://tokyu.jp/rk-rq/>

■Twitter 広報(@rkrq_press)
あざみ野店(@rkrq_azamino)

自由が丘店(@rkrq_jiyugaoka)
北千住店(@rkrq_kitassenju)

Offline to Online

- ① 店舗で商品を手にする。さらにオンラインでの結果詳細・商品詳細をチェックしたくなる。



Online to Offline

- ③ オンラインの結果をチェック。それを購入できる店舗へ足を運びたくなる。