

<News Release>

報道関係者各位

株式会社 ipoca

2013年11月6日

計5枚

日本初、リアル店舗の集客から購買までを繋ぐ O2O アプリ 『NEARLY (ニアリ)』を開発

-アンチ“ショールーミング”としてリアル店舗への来館・購買を支援-

リアル店舗の効果的な販促をモバイルで実現する O2O サービス「タッチャン」を運営する株式会社 ipoca（本社：東京都中央区銀座、代表取締役：一之瀬卓、以下 ipoca）は、12月中旬より新サービス『NEARLY (ニアリ)』の提供を開始します。

【NEARLY ロゴ】



【『NEARLY (ニアリ)』とは】

JR 駅ビルなどの商業施設や柏レイソルと商店街など、全国約 1500 店舗、50 万人のユーザーに利用されているサービスである「タッチャン」で蓄積してきた O2O の独自ノウハウに基づき開発された、集客のみならず、実際の購買を促す機能を実装した「購買サイクルを一気通貫する、日本初の O2O サービス」です。

(Android/iPhone 版)

ユーザーひとりひとりの趣向に合わせた情報配信機能、ゲーミフィケーション要素を通してユーザーに楽しい買い物体験を提供し、購買を促進するインセンティブ機能、ユーザーの行動ログからリアル店舗では現状可視化できていないデータなどを生成する分析機能を実装しています。

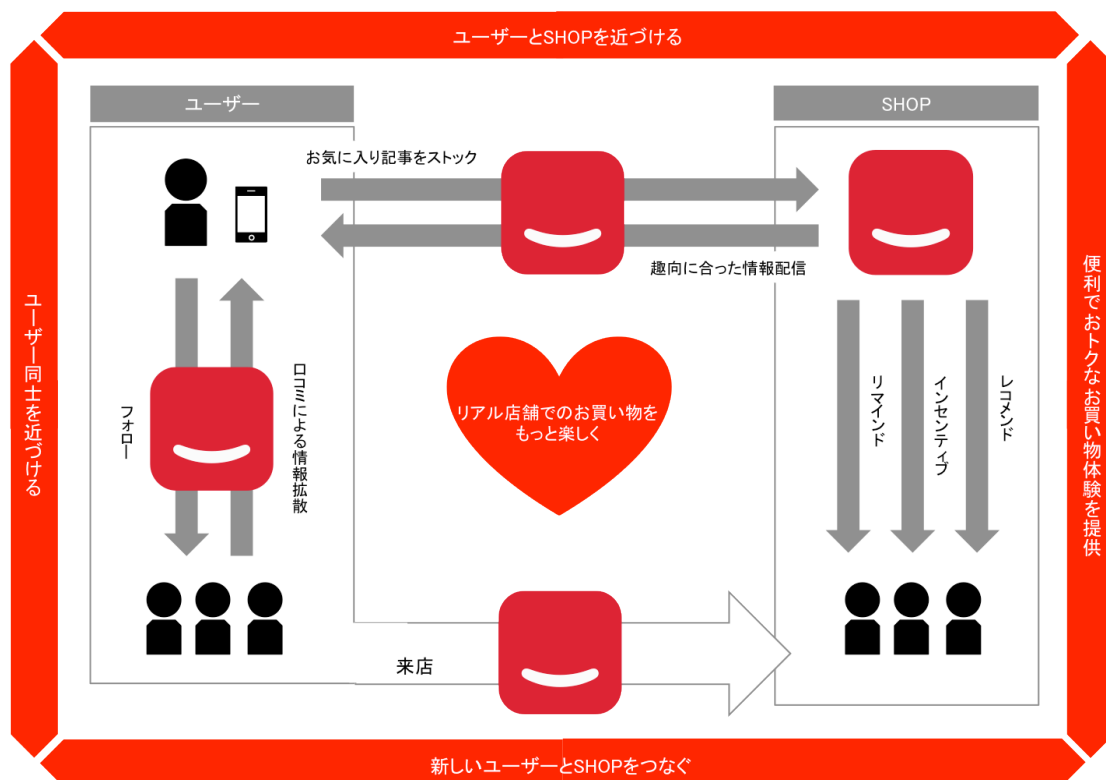
上記機能を用いてリアル店舗の集客から購買、その後の分析といった販促活動のPDCAサイクルの実践を強力に支援します。

当サービスの開発は、商業施設に特化したプロパティマネジメント企業である株式会社丹青モールマネジメントの運営ノウハウの提供やアドバイスの元、行っています。

【サービスコンセプト】

リアルなお買い物体験において、「商業施設・店舗」と「ユーザー」の間や、「ユーザー」と「ユーザー」の間で、コミュニケーションを促進する場（プラットフォーム）を提供し、リアルなお買い物体験をもっと楽しく、もっと便利に、もっとお得にすることをサービスのコンセプトとしています。

『NEARLY』を利用したコミュニケーションの流れ



【サービス特徴】

・ユーザーは GPS 情報を用いて近隣のおトク情報（商品／サービス情報・セール情報・イベント情報など）を、写真を用いた直感的なデータで、自身の属性や趣向に合ったものを受信することができます。また NEARLY 上ではリアル店舗でのお買い物情報が様々なカテゴリーで整理されるため、情報を容易に検索することができるプラットフォームとなっています。

・商業施設や店舗は、ipoca で準備した配信用アプリを通して、スマートフォンやタブレットから写真を撮ってアップしたり、紹介文を書くだけの簡単動作で情報配信が可能となっています。

既存の Facebook や Twitter など、施設で運用している媒体との相互連携も可能なため、運用負荷が軽減されつつ、最新・新鮮な情報を数多くアップすることが可能です。

また、従来のチラシや施設 HP、メルマガでは効果測定ができなかった、情報配信に対するユーザーからのフィードバックを分析データとして測定することが可能となっています。

・館内では、来館時のチェックインアクションや購買に合わせて、リアルタイムにレコメンド情報を配信し、館内回遊を促進します。

・ゲーミフィケーション要素と演出を用いてポイントインセンティブの付与を行うが、購買を担保にポイントをアクティベーションする機能により、購買まで繋がるサービス設計となっています。ユーザーが貯めたポイントは、ipoca 側で準備した景品や商業施設で利用可能な金券と交換が可能となっています。

・おトクな情報を簡単にストックでき、それを整理したりカテゴライズしたもの（お気に入りメモ）をユーザー同士で評価・共有する機能により、ロコミやユーザー同士のコミュニケーションを促し、予想もしなかった商品との出会いを演出します。

・NEARLY 上での行動ログを用いた分析機能を実装しています。施設利用ユーザーの属性分析や・商圈分析・買い回り分析などを実装しているほか、売れ筋アイテムの情報を事前に把握できたり、従来のハウスカード、ポイントカードでは把握できなかった「来館非購買者」などの動きを捕捉することも可能となっています。

【従来の販促施策との違い】

交通広告、フリーペーパー、チラシといったリアルでの販促施策やメールマガジン、web 広告、ソーシャルメディアなどデジタルでの販促施策はマス向けとなり、多大なコストや労力がかかっています。

『NEARLY (ニアリ)』はユーザーひとりひとりに合わせたアプローチが可能となるため、今までの販促施策では難しかったユーザーとの密なコミュニケーションを簡単に実現します。

【他社 O2O サービスとの違い】

昨今乱立する O2O ソリューションのほとんどが、既存の媒体をデジタルに置き換えただけの再利用や、クーポンやポイントを誘因材料に集客に特化したものであるのに対し、『NEARLY (ニアリ)』では集客のみならず、実際の購買を促す機能を実装した「購買サイクルを一気通貫する、日本初の O2O サービス」となります。

【開発背景】

昨今の小売市場においては、E コマースの伸長による店舗のショールーミング化が常態化しており、ショールーミング化を促すサービスも登場しています。私たちは E コマースが台頭してシンプルなライフスタイルになりつつある今だからこそ、IT 技術を使ってリアル店舗での買い物の楽しさを見つめ直す必要があると考えています。

一方でエンドユーザー側ではリアルな情報が整理されて届いていないというコミュニケーションのミスマッチが起きています。

リアルな情報を整理し、ユーザーがほしい情報を確実に届けることで新しい「つながり」を生み、楽しく行動的なライフスタイルの実現を目指し開発を行っています。

【今後のビジョン】

ipoca ではこのサービスを、今後日本のみならず世界へ提供していくことで『リアルな「つながり」を ReDesign し、世の中に新しいライフスタイルを提供する』というミッションの実現へ邁進致します。

【ipoca（イポカ）とは】

代表取締役の一之瀬が、税理士として数多くの中小企業や個人事業主へ経営コンサルタントをする中で、エンドユーザーの再来店をより手軽により安く実現するための技術や市場の研究を重ね、モバイルを用いた O2O 販売促進サービス「タッチャン」を考案。07年8月 ipoca を設立。国や東京都の助成金も受け開発。経済産業省後援「IT Japan Award 2008」（審査委員長：安西祐一郎慶應義塾長）などこれまでに7つの受賞実績を持つ。現在、タッチャンの導入は日本中へと広がり、JR 駅ビル CoCoLo 新潟など全国の商業施設や多くの個店、商店街のほか、柏レイソルなどのスポーツ施設やボートレース場など様々な分野で導入されている（タッチャン導入店舗数は約1500）

【本リリースに関するお問い合わせ、取材のお申込み】

- ◆株式会社 ipoca（イポカ）担当：神田、武部
- 東京都中央区銀座 8-5-6 中島商事ビル
- TEL : 03-5537-6685
(月～金 10:00-18:00)
- [mail:office@ipoca.jp](mailto:office@ipoca.jp)