

「ハーゲンダッツ ミニカップアイスクリーム」2個分ギフト券が
77%OFFの150円に!
日本初“クチコミ割引”サービスを提供する「Piku割」が
本格的に全国へ展開!!

サイト「Piku割」 URL <http://www.piku.jp/>

脅威的割引率の販売価格で注目を集める「Group Buying(グループバイイング)」をベースとしたサイト「Piku割」(<http://www.piku.jp/>)を運営するピク メディア株式会社(旧 English OK株式会社)は、「ビックリPiku割」として5月24日(月)よりハーゲンダッツのミニカップアイスクリーム、2個分の商品券を77%オフの150円で提供を開始し、本格的に全国へ展開していくこととなりました。今回のハーゲンダッツ「ビックリPiku割」※1の販売期間は5月24日(月)~27日(木)の4日間限定となっています。今後も、続々と全国エリアで購入できる「Piku割」をご提供していく予定です。
 ※1 「ビックリPiku割」=過去に例のない、ビックリするような割引率の商品を「ビックリPiku割」と呼んでいます。

【「Piku割」購入方法】

「Piku割」では東京、埼玉、千葉など各都道府県のエリアごとにページが分かれており、各エリアによって規定購入者数が決められおり、定められた数以上の購入者が集まらなければ、「Piku割」が成立しないシステムとなっています。例えば東京エリアでは、割引成立最低数が50名と定められており、購入者数が50名に達すれば「Piku割」が成立し、購入が可能になります。しかし、50名以上の購入者が、制限時間内に集まらなければ「Piku割」は無効となります。その為、購入希望者は、クチコミの可能性を最大限に活かし「Twitter」や「mixi」などのSNSで商品のPRを行い、購入の促進をします。

※「Piku割」トップページ上に設けられたSNSアイコンをクリックするだけで、Twitterやmixiな情報をアップする機能があります。

「地域」: 購入エリアを選択します。

「購入」: Piku割が気に入ったユーザーは、「購入ボタン」をクリック。

「残り時間、ステータス」: Piku割に申し込める残り時間、および申込者数を表示します。

「Piku割見出し」: 商品紹介

「シェアする」: Piku割を友達にも教えたい、または目標人数にまだ達していないから参加者を増やしてPiku割を実現したいユーザーは、MixiやTwitterなどを通じて簡単にPiku割の情報を大勢に伝えることが可能です。

東京エリア TOP画面

【購入後の流れ】

ハーゲンダッツ「ビックリPiku割」は、規定購入者数に達すれば、購入後に商品券が自宅に郵送される仕組みになっています。当商品券は全国のハーゲンダッツのショップ、近くのコンビニ、スーパーで引換が可能です。(一部取り扱い不可の店舗もございます。)

【概要】

- ・サイト名 : 「Piku割」
- ・URL : <http://www.piku.jp/>
- ・サイトローンチ日 : 2010年4月20日(火)~
- ・提供社名 : ピク メディア株式会社(旧 English OK株式会社)
- ・販売商材 : レストラン食事券、エステ、など「サービス全般」
- ・提供エリア : 北海道・青森・岩手・宮城・秋田・山形・福島・茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川・新潟・富山・石川・福井・山梨・長野・岐阜・静岡・愛知・三重・滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山・鳥取・島根・岡山・広島・山口・徳島・香川・愛媛・高知・福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄

■ご取材に関するお問い合わせ■

Piku割 PR事務局 (株)プラチナム内)

TEL: 03-5572-6073 / FAX: 03-5572-6075 担当: 久野・柴・與芝

なぜこのような割引が可能なのか？

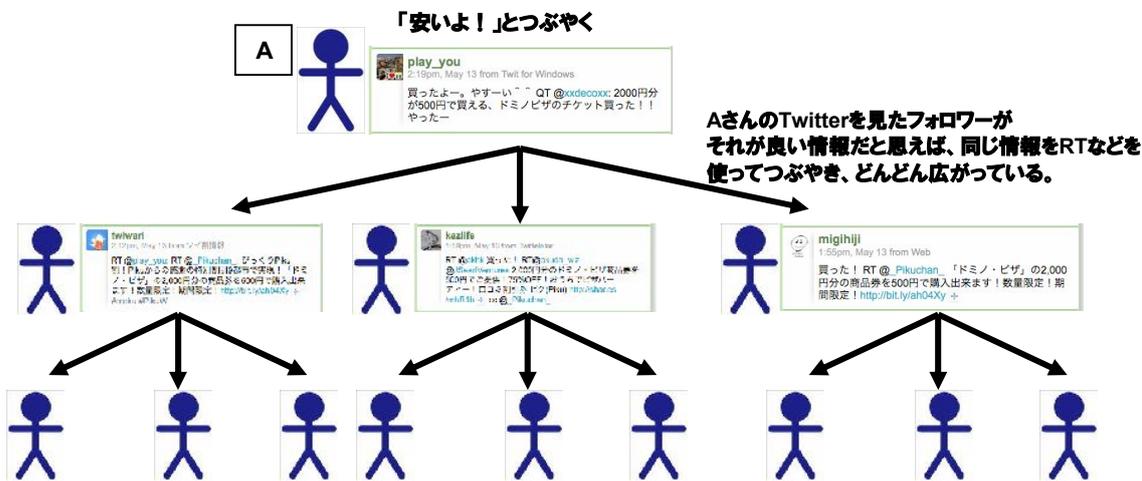
「Group buying」システムとは？

①「購入希望者が一定数以上に達すると値引きが成立」

30人など一定数以上購入希望者が集ると値引きされた値段でサービスや商品を購入することができます。「Piku割」のようなサイト運営業者は、商品やサービスを提供している業者(以下、パートナー)に対して、購入希望者を一定数以上集める代わりに、そのパートナーの商品やサービスを値引きしてもらい、購入希望者とパートナーの間を仲介しています。但し、購入希望者を集められなかった場合は割引は無効になり、会員に課金されることはありません。

②「TwitterやmixiなどSNSと連動させて購入者を集める」

mixiやTwitterのつながりを利用して規定人数以上のグループに対する割引が実現できます。消費者が、サービスや商品を購入するためにmixiやTwitterなどのSNSを利用して周囲に購入を促すことができるため、消費者自身がSNS上で商品をPRしてくれることとなります。まさにクチコミの可能性を最大限に活かしたシステムです。既存のマスメディアよりも普段常にコミュニケーションをとっているSNS上の情報の方が信頼性が高く、興味をもってもらえる可能性が高いといえます。



③「短い時間制限を設け、紹介するのは毎回1商品のみ」

3日間、2日間もしくは24時間以内など短い時間制限を設けることで、購入者の危機感をかきたてることができます。また会員に対して登録すれば毎回商品をメールで知らせてくれるシステムになっているため、1商品のみにとすることで、パートナーとしては必ず消費者にリーチさせることができます。消費者としても選択肢が多すぎて結局どれがいいのか分からないということにはならず、毎回その商品はアリかナシかを判断すればいいだけです。

アメリカのサイト「Groupon」は大成功！ 掲載1年待ちも！！



<http://www.groupon.com/>

「Group buying」のシステムを利用して成功させ、創業2年で売上300億円超、利益40億円超という驚異のソーシャルコマースサイト「Groupon」があります。各都市(現在55都市)ごとに1日1品提供し、会員数は300万人、現在約40分野の商品を扱っています。創業以来約2年間で300万件以上の取引が成立しています。

毎日商品が1000人以上の購入者に落札されており、多いものでは3000人に達する商品もあります。パートナーとしても、それだけの購入者を確実に確保できることこのビジネスモデルに賛同し、現在では掲載が約1年待ちの都市もあるようです。

■ご取材に関するお問い合わせ■
Piku割 PR事務局 (株)プラチナム内)
 TEL: 03-5572-6073 / FAX: 03-5572-6075
 担当: 久野・柴・與芝

■サイト内容に関するお問い合わせ■
Pikuサポート
 TEL: 03-5336-9236 / FAX: 03-5336-9237
 担当: 谷口・景山