

## DtoC ブランドのリアルな接点を実現し、品ぞろえを拡充 渋谷ヒカリエ ShinQs 婦人靴売り場に ショールーミングコーナーを展開

渋谷ヒカリエ ShinQs 3階<ShinQs シューズカレイド>  
9月8日(木)~10月5日(水)開催

株式会社東急百貨店(以下、当社)は、渋谷ヒカリエ ShinQs 3階婦人靴売り場<ShinQs シューズカレイド>(以下、当売り場)にて9月8日(木)~10月5日(水)の期間、DtoCブランド※をショールーミング※2コーナーとして展開します。消費者とのダイレクトな接点を生かして個性的な商品を提案する DtoC ブランドを、通常取り扱っている商品に加え、より幅広い品ぞろえをお客さまに提案するとともに、AI デジタルサイネージや当社従業員の接客により取得したデータを出品ブランドに提供し、マーケティングの支援を行います。

※1. 自ら企画、製造した商品を自社の EC サイトで直接顧客へ販売するビジネスモデル

※2. リアル店舗で商品を見たうえで、商品を EC サイトで購入すること



※ショールーミングコーナーに展開する<MANA>の商品イメージ

### ■背景

当売り場は当社の婦人靴バイヤーがセレクトした商品を取りそろえ、当社従業員が中心となって販売する婦人靴自主編集売り場です。渋谷ヒカリエ ShinQs は自分らしいコーディネート重視する「セルフエディター」をターゲットとしており、当売り場においてもファッションや靴にこだわりのあるお客さまにご利用いただき、常に新たな商品の提案を行ってまいりました。

ユニークな商品づくりをしている DtoC ブランドが、在庫の過剰な負担や販売スタッフの手配などをせずに当売り場への出品が可能になるスキームの構築を目指し、今回のショールーミングを取り組むことといたしました。これにより、小ロット生産のブランドでも出店することができるようになり、より多彩なブランドの商品のご紹介が可能になります。

### ■実施内容

#### (1)販売方法

出品ブランドの試着用のサンプルを店頭で展開し、お客さまにはシューフィッターなどの資格を持つ当社従業員がフィッティングのみを行い、EC サイトで購入していただきます。

## (2) 出品ブランドへのマーケティングデータの提供

<ニューラルポケット株式会社>の AI デジタルサイネージをショールーミングコーナーに設置し売場に立ち寄ったお客さまの属性や興味の実分析と、シューフィッターなどの資格を持つ当社従業員が接客を通じて得たお客さまの商品に対するニーズなどのデータを提供します。

### ■今後の展開

当社はリアル店舗とオンライン販売を融合させる OMO ショップの取り組みを通し、より便利で楽しいお買い物体験を提供してまいります。

### ■実証実験の概要

期 間 : 2022年9月8日(木)~10月5日(水)  
場 所 : 渋谷ヒカリエ ShinQs 3階 ShinQs シューズカレイド  
出 品 ブ ラ ン ド : <MANA>

### ■<MANA>について

“こだわり抜いたデザインと履き心地を追求した 大人の女性のためのシューズ“がテーマの婦人靴ブランドです。

甘いだけではなく、毒気もあってフェミニンだけではなくカジュアルマインドも好き、デコラティブの気分もありながらミニマムも好き。そんな女性のわがままな気分を靴で表現しました。そんな女性たちに『MANA』ブランドを提案します。

<MANA> [MANA Official Site \(mana-l.com\)](https://mana-l.com) <https://mana-l.com/index.html>

### ■<ニューラルポケット株式会社>AI デジタルサイネージについて

エッジ AI 技術の使用で人物などが映りこんだ画像について解析後、即時に破棄することで、個人情報やプライバシーを守りながら来店者分析が可能なデジタルサイネージです。日別・時間帯別の通行者のカウント、年齢や性別の属性分析、放映コンテンツへの興味・関心の可視化など、幅広いデータ取得が可能です。

<ニューラルポケット> <https://www.neuralpocket.com/index.html>

以上