

ネットとリアルの相乗効果でより便利な生活を支援 Yahoo! JAPANとローソンが連携

ヤフー株式会社
株式会社ローソン

ヤフー株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：井上雅博、以下「Yahoo! JAPAN」）と株式会社ローソン（本社：東京都品川区、代表取締役社長 CEO：新浪剛史、以下「ローソン」）は、昨年末より両社のお客さまへインターネットのプラットフォームと店舗の利点を活かした新しいサービスについて協議を進めてまいりましたが、この度合意に達し連携することとなりました。

Yahoo! JAPANは、1か月あたり約5,230万人のユニークカスタマー数（※1）を誇り、昨今ではスマートフォン版Yahoo! JAPANのトップページPV数が17倍に増加する（2009年12月比）など、PCのみならずケータイ・スマートフォン・TVなど様々なデバイスに最適化されたインターネットサービスの提供を行っております。

ローソンは、日本全国に約10,000店舗を展開しています。また、約3,200万の会員を有する共通ポイントプログラム「Ponta」に参画し、購買データを分析しお客さまのご要望に合った商品の提供に努めております。

両社は、それぞれが持つ情報やプラットフォームを活用することで、お客さまのより便利な生活をサポートできる提案を検討してまいりました。連携の詳細は以下のとおりです。

<連携の背景および概要>

スマートフォンやタブレット端末の普及などにより、日常生活における情報量は大幅に増加し、複雑化しています。またそれに合わせて位置情報を活かしたサービスやアプリの普及も加速度を増し、買い物をする場所や方法は多様化、商品やサービスは様々なチャンネルに分散しています。

今後両社は、ECモールでの連携、購買履歴の分析、位置情報サービスと店舗の連携を進め、情報と環境を整え、お客さま一人一人の嗜好に合ったサービスを提供することを目指します。インターネットの利点である検索性や品揃えの多様性、コンビニエンスストアの利点である現物があることと近さの利便性を組み合わせ、お客さまの「欲しいものを」「欲しいときに」「欲しいところで」お求めいただけるサービスを実現してまいります。

具体的な実施項目は、次のとおりです。

<実施項目>

Yahoo! JAPANとローソンは、それぞれのプラットフォーム・ノウハウ、会員基盤を活用し、以下のサービスを共同で展開いたします。

1. Yahoo! JAPANのネットサービスとローソンのリアル店舗の連携
2. プラットフォーム・ノウハウを活かしたショッピングモールの連携
3. スマートフォン向けアプリの連携
4. おすすめ情報発信の連携

1. Yahoo! JAPANのネットサービスとローソンのリアル店舗の連携

<位置情報サービス＝「Yahoo!ロコ」での連携：2011年6月より順次実施>

「Yahoo!ロコ」とは、行きたいエリアや今いる場所を検索するだけで、その地域周辺のいろいろなお店や施設などのあらゆる情報を地図と一緒に見ることができる、日本最大級のジオサービスです。地図上にローソングループの店舗を表示し、簡単に探すことができるようになります。また、そのローソン店舗の近くのお客様にお得な情報などをお届けし、来店を促進します。

<Yahoo!ショッピングの人気商品をナチュラルローソンで販売：第一弾2011年8月>

Yahoo!ショッピングに出店しているストアの人気商品を、ローソンの店舗で販売しYahoo!ショッピング上でも告知します。お客様は人気のお取り寄せ商品を店頭で気軽に購入できます。まずは、ナチュラルローソンからスタートし、第一弾として東北の産品を予定しています。売上の一部はNPOなどの団体を通じて被災地支援に役立てます。

<Yahoo!ショッピング出店ストアへ購買データの提供：（開始時期は未定）>

ローソンの購買履歴などを検証するCRMを使って、購買データをYahoo!ショッピングに出店しているストアに提供します。

2. プラットフォーム・ノウハウを活かしたショッピングモールの連携

■ECモール連携

ローソンが運営するECモール“Loppi”（ロッピー）※において、Yahoo!ショッピングに出店しているストアの商品（約20,000店舗、約5,000万点）が購入できるようになります。Ponta会員はPontaポイントを獲得できます（ポイントの利用は2012年前半を予定）。Ponta会員に対してはECモール“Loppi”のお得な情報を発信し、ネットの利用を促進します。

また、将来的にはYahoo! JAPAN IDを使ったログインも可能になるよう検討しております。

※「Loppi」＝“LAWSON Online Shopping”＝ローソンのECサービス全般の名称
これまでは、ローソン店頭のマルチメディアキオスク端末の名称として使用してきましたが、今後ローソンが本格的にECサービスに参入することから、ECサービス全般の名称に拡大。店頭端末を利用したオンラインショッピングサービスから領域を拡大し、本格的ECサービスとして開始予定。

<ローソンのプロの担当者が厳選した商品をピックアップ>

ローソンが運営するECモール“Loppi”（ロッピー）において、食品類を中心に、ローソンのプロの商品担当者が、ネットショッピングモールの品質基準に加え、最も高い品質基準と言われているコンビニ業界の商品知識と目利きの力でおすすめ品をピックアップいたします。万が一不具合があった際、返品可能な「ローソンあんしん保証」制度をスタートします。

3. スマートフォン向けアプリの連携

<2011年12月配信予定>

リアルとネットの連携を促進するために、専用スマートフォンアプリを開発し無料で配布します。時間や場所を限定した特典の配信などをアプリ搭載端末向けに配信し、両社サービスのご利用促進につなげます。

4. おすすめ情報発信の連携

<2012年春より随時実施予定>

Yahoo! JAPAN IDをベースとした履歴（閲覧、検索、商品購入など）とローソンを利用されたPonta会員の購買履歴を活用し、お客さまにあわせた情報やキャンペーンの案内などを、お客さまの承諾を得たうえでスマートフォン端末やメールで提供いたします。

お客さま一人ひとりに合わせたお奨め情報を、きめ細やかに送りたいと思います。

※1Nielsen Online「NetView」、2011年4月、家庭もしくは職場からのアクセスによる。