

Tポイント・ジャパンとYahoo! JAPAN、 商店街において「Tポイント」を活用した、初の地域活性の取り組みを開始

株式会社Tポイント・ジャパン

ヤフー株式会社

～祖師谷周辺の3商店街活性化の一環として、「Tポイント」を一斉導入。あわせて、「Tポイント」の新たなビジネスモデルを検証～

プロモーションページURL

<http://biz.points.yahoo.co.jp/promo/soshigaya/>

株式会社Tポイント・ジャパン（以下「Tポイント・ジャパン」）とヤフー株式会社（以下「Yahoo! JAPAN」）は、5月18日（日）より、東京都世田谷区祖師谷の3つの商店街にて、国内最大の共通ポイントサービスである「Tポイント」を用いた地域活性の取り組みを開始いたします。

本取り組みは、小田急線祖師ヶ谷大蔵駅周辺の3つの商店街（祖師谷みなみ商店街、祖師谷商店街、祖師谷昇進会商店街）で構成される、通称“ウルトラマン商店街”に「Tポイント」を導入し、集客に課題を抱える商店街の活性化につなげるものです。また同時に、祖師谷周辺の3商店街をモデルケースとして、「Tポイント」を活用した地域活性化のビジネスモデルの構築のため、Tポイント・ジャパンとYahoo! JAPANが地域商店街と連携する初の試みとなります。開始当初の提携店舗数は41店舗となっており、順次拡大していく予定です。

具体的には、「Tポイント」導入に賛同した各店舗に「Tポイント」専用端末「T-UNIT3」（※1）を設置し、商店街利用客が「Tカード」を提示して買い物をすると「Tポイント」が貯まって使えるほか、さまざまな特典が得られる仕組みを提供するものです。祖師谷商店街と連携する理由としては、同商店街の近隣在住で「Tカード」を有する会員が、他の地域と比べて多い（※2）ことにあり、「Tポイント」を活用した地域活性モデルの検証に最適であると判断したためです。

また今回、Yahoo! JAPANは本取り組みをより充実したものとするために、新たに商店街向けのスマートフォンアプリ「Y!トク from Yahoo! JAPAN（仮称）」を開発し、7月1日（火）に提供を開始する予定です。商店街利用客は本アプリをインストールすることで、「Tポイント」を貯めるごとに「くじ」をひけたり、プレゼントがもらえる「スタンプ」を得られます。インストールしたアプリは、「くじ」や「スタンプ」を得るために都度起動する必要がなく、「Tカード」を提示しての買い物の際に、自動で利用者のアプリに反映する仕様になっています。

店舗は利用客の来店や来店実績をもとに、アプリを通じてイベント情報やクーポン、セール情報を発信できるようになり、タイミングを逸することなく効率的な集客が見込めます。Tポイント・ジャパンとYahoo! JAPANおよび祖師谷周辺の3商店街は、これらの施策により、商店街利用客の回遊性が高まることを期待しています。

さらに今後、利用客の買い物体験をより充実させる手段として、近距離無線通信技術Bluetoothの拡張仕様のひとつであるBLE（Bluetooth Low Energy）を応用した販促施策等を検討しており、同技術を商用化するための実験も行う予定です。

<スマートフォンアプリ利用イメージ>



Tポイント・ジャパンとYahoo! JAPANは、集客効果を検証し、祖師谷周辺の3商店街以外にも、同様のビジネスモデル展開を検討していきます。

今回、本取り組みの開始を記念して、5月18日（日）から6月15日（日）の期間で、提携店全店において、「Tポイント」3倍キャンペーンを実施いたします。さらに6月1日（日）には、「Tカード」や商店街で使えるクーポンチラシを配布するイベントを開催いたします。

<祖師谷3商店街 理事長の本取り組みに対するコメント>

石川征男様（祖師谷商店街振興組合理事長）

「この度、Yahoo! JAPANの提案により、『Tポイント』導入に関して3商店街で何度も検討を重ね導入の運びとなりました。日本で初めて商店街と『Tポイント』との連携ということで期待しているとともに、3商店街が一致協力して『Tポイント』を発展させ、個店、商店街の活性化に結びつけていきたいものです」

渋川嵩様（祖師谷みなみ商店街振興組合理事長）

「商店街として様々な活動を展開しておりますが、又とないビッグチャンスをいただきました。商店街活性化に於いて新たな取り組みの『Tポイント』の導入は無限の可能性を秘めている。このチャンスを生かして個店の繁栄に繋げていきたいと考えております」

田中彰様（祖師谷昇進会商店街振興組合理事長）

「近年、商店街は、周辺的大型店、ネットショッピング等の影響、また経営者の高齢化、後継者の不在などの問題があり、大変厳しい状況になりつつあります。今回の『Tポイント』導入は、大型店のポイントに対抗する目的もあり、チェーン店含め、多くの業種の店舗に参加いただき、

今までにない魅力あるイベントを企画することで、商店街の維持発展が図れると考えております」

＜参加店舗業態＞

■美容・理容：7店 ■健康・保険：3店 ■飲食店：4店
■衣類・クリーニング：6店 ■食品・茶・菓子：6店 ■不動産：3店
■書籍・文具：4店 ■生花：3店 ■その他：5店

計41店舗 ※2014年5月18日現在

＜ウルトラマン商店街の紹介＞

東京都世田谷区小田急線祖師ヶ谷大蔵駅を囲む3つの商店街、「祖師谷みなみ商店街振興組合」（駅改札左の南側）、「祖師谷商店街振興組合」（駅改札右の北側）、「祖師谷昇進会商店街振興組合」（祖師谷商店街を進んだ先）が協力して、2005年4月に誕生した商店街の総称。ウルトラマンを生んだ円谷プロダクションの本社が近隣にあったことが由来となって名づけられました。商店街の各所にウルトラマンのキャラクターがあったり、季節ごとにウルトラヒーローがやってくるイベントが開催されています。

※1 専用のカードリーダーとタブレット端末をセットにした、Tポイント専用端末。イヤホンジャック型のカードリーダーをタブレット端末に差し込むだけで、簡単にTポイントサービスを導入できる。

※2 T会員比率の全国平均は38%。祖師谷エリアの近隣居住者のT会員比率は約70%となっており、検証エリアとして最適と判断。

Tポイント・ジャパンとYahoo! JAPANでは今後も、国内最大の共通ポイントサービスである「Tポイント」の価値を高めるだけでなく、Tポイント・ジャパンとYahoo! JAPANの企業力と強みを生かし、地域活性化をはじめとしたさまざまな取り組みを進め、社会の課題を解決するために尽力してまいります。