

2012年10月4日

報道関係各位

阪急阪神ホールディングス株式会社  
株式会社阪急阪神カード  
日本電信電話株式会社  
西日本電信電話株式会社  
株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ  
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社  
株式会社博報堂

**モバイル会員向けO2Oサービス「SMART STACIA(スマート スタシア)」の提供開始  
およびO2Oマーケティングに関する共同トライアルの実施について**  
～あなたがほしい沿線情報を、その時、その場でお届けします～

阪急阪神グループ各社は、NTTグループ各社および株式会社博報堂の協力を得て、2012年10月6日(土)より新たにモバイル会員向けO2O\*サービス「**SMART STACIA**」を提供開始します。

「**SMART STACIA**」は、スマートフォンやタブレットなどモバイル端末の進化に伴って普及し始めている「必要な情報を、その時、その場で入手」する新しい行動スタイルに対応するもので、阪急阪神沿線のおすすめ情報をタイムリーに提供し、利用者の更なる利便性向上、沿線地域の活性化に貢献するものです。ショッピングセンター、ホテル、エンタテインメント施設、コンビニ、書店、雑貨店など複数の業種業態を対象にしたO2Oサービスは他に例がなくユニークな取り組みとなっています。

また、本サービスの提供開始に合わせて、阪急阪神グループ各社、NTTグループ各社ならびに博報堂は阪神間の中核拠点である梅田(大阪府)・西宮(兵庫県)の主要商業施設において「**SMART STACIA**」会員対象のO2Oマーケティングに関する共同トライアルを実施します。

具体的には、梅田に位置する「阪急三番街」・「HEPファイブ(ヘップファイブ)」・「**NU** chayamachi(ヌー茶屋町)」を中心とした利用者向けの『ウメダ・スタイルクリップ』と西日本最大級の商業施設である「阪急西宮ガーデンズ」利用者向けの『阪急西宮ガーデンズアプリ』の2種類のスマートフォンアプリを無料で提供し新たなショッピングスタイルを体感していただきます。更にスマートフォンアプリの利用状況や鉄道・バスの乗降情報、商業施設での購買情報などビッグデータを分析し、お客様の興味・関心にマッチした情報のタイムリーな提供を可能にするマーケティングおよび技術の検証に取り組みます。

※O2O サービスとは

「Online to Offline」の略で、ネット上(オンライン)からネット外の実地(オフライン)での行動へと促す施策のことや、オンラインでの情報接触行動をもってオフラインでの購買行動に影響を与えるような施策のことで、スマートフォンの普及により利用が拡大し注目を集めているサービスです。

「SMART STACIA」サービスおよび O2O マーケティングの共同トライアルの概要は以下のとおりです。

## 【 I 】「SMART STACIA」について

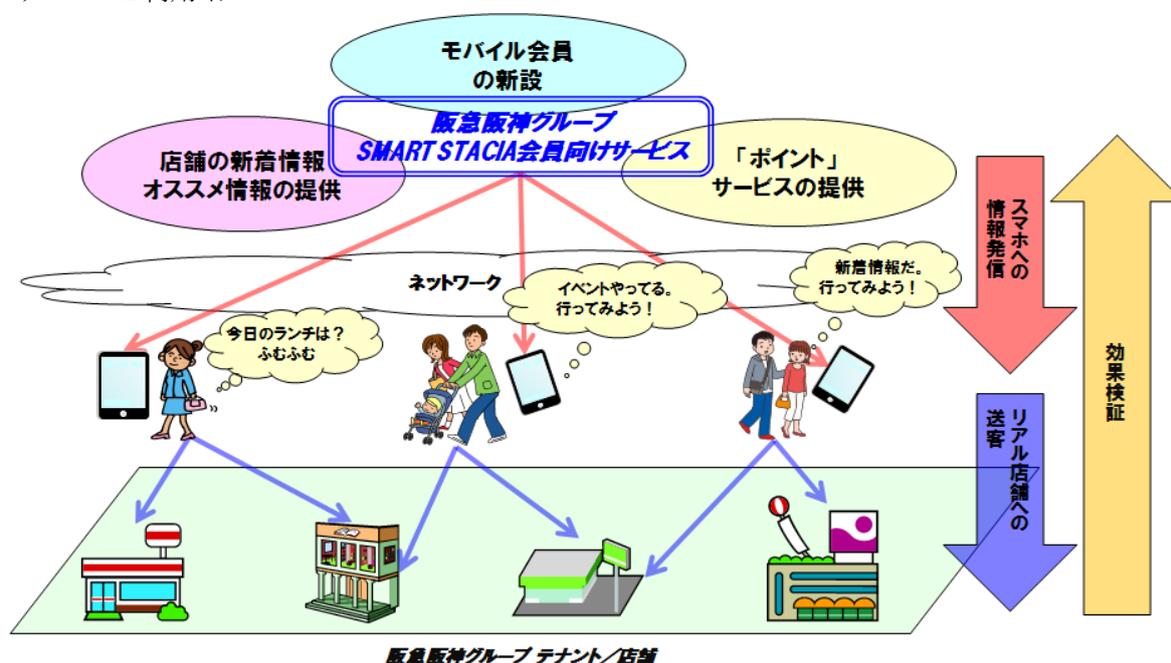
### 1. サービス開始日

2012年10月6日(土)

### 2. 「SMART STACIA」の概要

モバイル端末(スマートフォン、携帯電話)を利用した登録会員制の情報提供サービスです。阪急阪神沿線のショッピングセンターのお得情報のほか、阪急阪神沿線各店で利用できる電子クーポンや、「SMART STACIA」ポイントサービスを提供します。

### 3. サービスご利用イメージ



## 【 II 】O2Oマーケティングの共同トライアルについて

### 1. トライアル期間

2012年10月6日(土)～2013年5月10日(金)

### 2. トライアル概要

「SMART STACIA」会員に対して、『ウメダ・スタイルクリップ』、『阪急西宮ガーデンズアプリ』を提供し、スマートフォンアプリを活用した新しいショッピング体験をしていただきます。

阪急電鉄の乗降情報や商業施設での購買情報、スマートフォンアプリによるチェックインやNFC※端末へのタッチ情報、スマートフォンアプリの利用履歴など、サービスの利用情報をベースにビッグデータ分析を行い、お客様の興味・関心にマッチした情報をタイムリーに提供します。

その他、ソーシャルメディアの活用による商業施設等からの情報発信と「SMART STACIA」会員とのコミュニケーションの活性化に取り組みます。

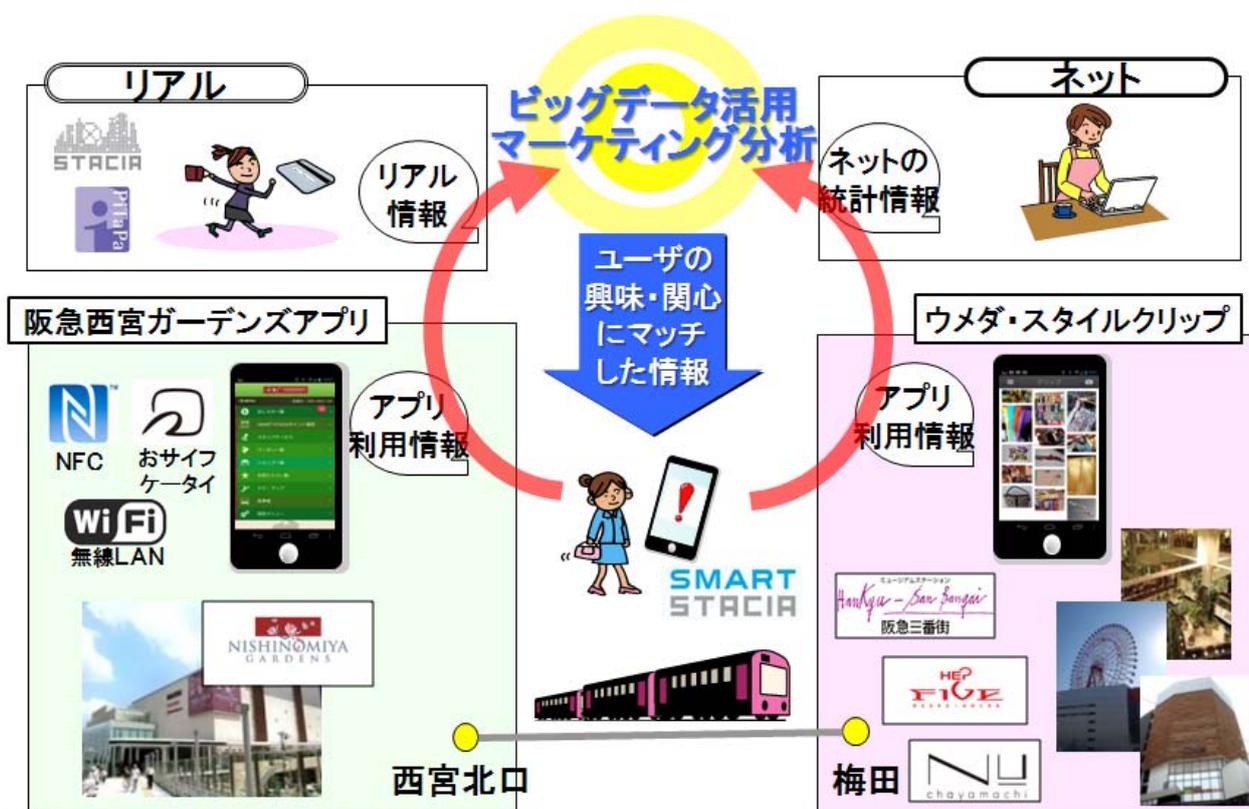
※Near Field Communication:非接触IC通信の国際標準規格

### 3. トライアル実施場所（施設情報）

トライアル対象施設	住所	店舗数	平均集客数
阪急三番街	大阪市北区芝田1丁目1番3号	240	(平日)9万人 (休日)12万人
HEPファイブ	大阪市北区角田町5番15号	174	(平日)3.5万人 (休日)6.5万人
NU chayamachi	大阪市北区茶屋町10番12号	69	(平日)9千人 (休日)1.6万人
NU chayamachiプラス	大阪市北区茶屋町8番26号	23	(平日)9千人 (休日)1.6万人
阪急西宮ガーデンズ	西宮市高松町14番2号	270	(平日)4.4万人 (休日)6.6万人

2012年9月25日現在

### 4. O2O マーケティングに関する共同トライアルイメージ



「おサイフケータイ」はNTTドコモの登録商標です

## 5. 本トライアルにおける各社の役割

### (1) 阪急阪神グループ各社

阪急阪神グループは各種トライアルサービスの提供主体としてフィールド提供を行います。

#### ① 阪急阪神ホールディングス株式会社

- ・阪急阪神グループにおける本トライアルの企画立案、各種マーケティング施策および情報発信の実施、グループ事業間の調整。

#### ② 株式会社阪急阪神カード

- ・本トライアルの利用者基盤である「SMART STACIA」の会員組織および「SMART STACIA ポイント」などサービス全体における運営主体。

### (2) NTTグループ各社の役割

NTTグループはビッグデータを活用したマーケティング分析技術や最新ICTの提供等、主に技術面でトライアルの成果向上に貢献します。

#### ① 日本電信電話株式会社

- ・ファッション等に関するお客様の興味・関心、タイミングに合わせた情報提供や、写真を利用した店舗と利用者、利用者間でのコミュニケーションを可能にするスマートフォンアプリ『ウメダ・スタイルクリップ』の提供。
- ・NTT研究所が開発したビッグデータ分析技術の提供。

#### ② 西日本電信電話株式会社

- ・NTT西日本が現在取り組んでいる新しい生活文化創造に向けた「スマート光タウン(街デジ)」構想の一環として、阪急西宮ガーデンズ270店舗中220店舗以上の協力を得て、街中での利用が進む「Wi-Fi」や今後の普及が想定される「NFC」に着目した新しいショッピング体験のサービス基盤を構築。
- ・GPSでは把握困難な3次元の位置情報(利用者がショッピングセンターなど多層構造のビルの何階にいるのか等)をWi-Fi技術を応用して把握し、位置情報と連動したタイムリーな情報配信を実現する技術の提供。
- ・スマートフォンを“かざす”ことで「便利」「お得」「楽しさ」が得られる各種サービスの仕組みをトータルに提供(約130店舗でのスマートポスター活用、約60店舗での電子クーポン・スタンプカードサービスの導入、館内12カ所に設置された専用端末による来館ポイントシステム、駐車位置記憶サービス等)。

#### ③ 株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ

- ・同社のマーケティング、リサーチビジネスをけん引する株式会社ドコモ・インサイトマーケティング※が持つリサーチノウハウとデータ分析力を活かしたO2Oマーケティング情報の統合的な活用支援を実施。
- ・具体的には、インテージ社の調査データを活用したターゲット層に対するペルソナ分析、商業施設での購買情報・鉄道およびバスの乗降情報に対するビッグデータ分析によるマーケティングインサイトの導出。

※同社と株式会社インテージとの共同出資により本年4月に設立

④エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社

- ・同社グループのオンラインマーケティング支援事業を担うNTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社※との協業により、企業向けソーシャルメディア施策支援ツール(Cotweet/BuzzFinder)、ツールを利用したソーシャルメディアのマーケティングへの活用支援、O2Oサービスの活性化支援、統計分析等のマーケティング分析技術・ノウハウを提供。

※2012年10月1日同社グループのエヌ・ティ・ティ・ナビスペース株式会社を母体にオンラインマーケティング関連事業を統合し設立

(3)博報堂の役割

博報堂は広告ビジネスで培ったマーケティングに関する知見提供により、トライアルの成果向上に貢献します。

- ・ビッグデータを活用したマーケティング分析における手法策定、評価指標設定、効果検証。
- ・同社のフィロソフィーである「生活者発想」に基づいた、生活者への洞察と発見を活かした市場創造。

以上

<添付資料> (別紙) 各アプリケーションのサービス内容

<資料配布先> 青灯クラブ、近畿電鉄記者クラブ、大阪商工記者会、関西レジャー記者クラブ、大阪機械記者クラブ、総務省記者クラブ、東商記者クラブ、情報通信記者会

# (別紙)各アプリケーションのサービス内容

## 「ウメダ・スタイルクリップ」の概要

ご利用可能期間:2012年10月13日(土)~2013年5月10日(金)

店舗と利用者がショップ店員からの投稿写真やコメントを利用してコミュニケーションを図るツールとしてご利用いただけます。

スマートフォンの特色を活かし、タップ操作やスワイプ操作で直感的にご利用可能です。

ご利用いただくほど、利用者の興味・関心にマッチした情報が優先的に表示されます。

写真投稿機能やソーシャルメディアとの連携機能により、より便利にご利用いただけます。

- アプリを利用するためのスマートフォンの条件
  - ・アンドロイドOS 2.3以上
  - ・iPhone (iOS 4.3以上) 10月中旬以降対応
- アプリのダウンロード先
  - ・Google Play / App Store
  - 「ウメダ・スタイルクリップ」で検索する
  - ・SMART STACIAポータルサイト (<https://stacia.jp/smart/>)

## 「ウメダ・スタイルクリップ」の利用シーン



## 「阪急西宮ガーデンズアプリ」の概要

ご利用可能期間:2012年10月6日(土)~2013年5月10日(金)

「阪急西宮ガーデンズアプリ」は阪急西宮ガーデンズのショッピングを「便利に」「お得に」「楽しく」する無料アプリです。

目的のお店までのルート案内をしてくれたり、お気に入りの店舗からのお得情報がその場で得られたり、スマートフォンを「かざす」ことでクーポンやポイントが使える、貯まる……スマホがあなたの「西宮ガーデンズ使い倒しナビ」になります。

### 利用者のメリット

- ①館内全域で無料Wi-Fiが利用できる
- ②来館でSMART STACIAポイントが貯まる
- ③目的店舗へのルート案内をしてくれる
- ④お気に入りの店舗に近づくと自動で最新情報を受信
- ⑤クーポンが利用できる
- ⑥スマートフォンがスタンプカードになる
- ⑦店舗ポスターから簡単にHP等へアクセス
- ⑧駐車した場所をアプリに記憶できる

- アプリを利用するためのスマートフォンの条件
  - ・アンドロイドOS 2.3以上
  - ・おサイフケータイ®対応
- アプリのダウンロード先
  - ・Google Play 「阪急西宮ガーデンズ」で検索
  - ・SMART STACIAポータルサイト (<https://stacia.jp/smart/>)

## 「阪急西宮ガーデンズアプリ」利用シーンと主なメニュー

おサイフケータイはNTTドコモの登録機種です。

~アプリを利用した西宮ガーデンズでの一日~



※アプリ画面はイメージです。