2021年6月30日

各　位

会　社　名　株式会社アイリッジ
代 表 者 名　代表取締役社長　小田 健太郎
（東証マザーズ　３９１７）

共同出店型ショールーミングストア　キラリナ京王吉祥寺「INSEL STORE」提供開始

本日、当社子会社である株式会社Qoilが下記のプレスリリースを発表しましたので、別紙のとおり、お知らせします。

記

コロナ禍で変わる購買行動に向けた共同出店型ショールーミングストア
キラリナ京王吉祥寺「INSEL STORE」提供開始
～ニューノーマルな買い物体験を提供する、京王電鉄では初の体験型店舗～

以　上

PRESS RELEASE

2021年6月30日
株式会社Qoil

コロナ禍で変わる購買行動に向けた共同出店型ショールーミングストア キラリナ京王吉祥寺「INSEL STORE」提供開始
～ニューノーマルな買い物体験を提供する、京王電鉄では初の体験型店舗～

株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所マザーズ：3917、以下「アイリッジ」）の連結子会社でマーケティング事業を展開する株式会社Qoil（コイル、本社：東京都目黒区、代表取締役社長：小田 健太郎、以下「Qoil」）は、京王電鉄株式会社（本社：東京都多摩市、代表取締役社長：紅村 康、以下「京王電鉄」）と共同で、2021年6月30日、京王電鉄が展開する商業施設「キラリナ京王吉祥寺」（東京都武蔵野市）にCo-Retailing（共同出店型）ショールーミング※ストア「INSEL STORE」をオープンします。「INSEL STORE」は、出店者であるD2C※ブランドと消費者のリアル店舗での接点創出を支援するサービスです。新型コロナウイルス感染症の影響により購買活動を変化させている消費者に向けて「ショールーミングによるショートタイムショッピング」や「直接試してから買えるEC」としてニューノーマルなお買い物体験を提案します。なお、キラリナ京王吉祥寺「INSEL STORE」は京王電鉄では初めての導入となる体験型店舗です。

※ショールーミング：小売店で確認した商品をECで購入し、指定先に配送する仕組みのこと

※D2C（Direct to Consumer）：自社で企画・製造した商品を自社サイトで直接販売する企業のこと



INSEL STORE KICHIJOJI

●「INSEL STORE」提供の背景

新型コロナウイルス感染症による外出や営業の自粛などによりリアル店舗の売上が伸び悩む中、商業施設をはじめとしたリアル店舗においては、「物を売る場」というだけでない新たなビジネスモデルの構築が求められています。一方、ECの売上は好調な状況が続いており、中でもアパレル（衣類・履物）は2021年6月の総務省家計調査でも対前年名目増加率36.5%で旅行関係費に続く2位になるなど、大きな需要があることが伺えます。しかし、ECを基本とするD2Cブランドはコロナ禍の影響はあまり受けていない半面、特にアパレルブランドにおいては、試着ができずサイズ感が分かりづらいことがいま以上の成長・拡大をしていく上で大きな課題となっていました。

そこでQoilでは、商業施設と連携してD2Cブランドと消費者とのリアルなタッチポイント創出を支援するサービス「INSEL STORE」を企画し、このたび京王電鉄と共同でキラリナ京王吉祥寺「INSEL STORE」を立ち上げました。

●「INSEL STORE」の特長

「INSEL STORE」はD2Cブランドに向け、複数ブランドにより商業施設のスペースをシェアするCo-Retailing（共同出店）と、店頭データの取得・分析・活用を可能にします。従来のポップアップストアとの

大きな違いは、店舗はあくまでショールーミングの場と位置づけてサンプル品のみ陳列し、購入はECに遷移してもらうモデルである点と、Co-Retailingによりスペースや運営に必要なリソースを共有・効率化しつつ相互に集客し合える点、店頭の行動データも取得しECでのデータと合わせて分析・活用ができる点です。店頭在庫が不要のためコンパクトなスペースで出店費用が抑えられ、また、販売スタッフやデータ取得に必要な機器準備等もデータ取得に必要な機器準備等もすべてパッケージ内に含まれていることから、人件費やオペレーションコストも削減できます。

お客さまは「INSEL STORE」を通じて、通常は手に取って素材を確かめたり試着をしてフィット感を確認したりできなかったD2Cブランドの服やバッグ、アクセサリー等を自由に試すことができます。気に入った商品はECサイトで購入し、自宅など希望の場所への配送で受け取ることが可能です。また、出店ブランドは一定の周期で入替を行うため、一つの店舗で様々な商品に出会えるだけでなく、いつ来ても新しい商品に出会うことができます。

＜従来のポップアップストアと「INSEL STORE」の違い＞

従来のポップアップストア	INSEL STORE	INSEL STOREのメリット
基本その場で購入のため在庫確保・管理が必要	購入は EC に遷移するため陳列はサンプルのみでOK	スペースが小さく少品番でも出店可能。出店コストもダウン
基本1店舗1ブランドのため、スペースや運営に関わるすべてを自社で準備が必要	Co-Retailingによりスペースや運営に関わるリソースをシェアできる	コストを抑え、効率的な運営が可能。相互集客も期待できる
購買データを取るためには別途機器導入が必要	EC同様の購買データの取得が可能（パッケージ内に含まれる）	データを活用した店舗運営ノウハウの蓄積が可能
スタッフ派遣が必要	スタッフ派遣の必要なし（パッケージ内に含まれる）	コストと工数を抑えた出店が可能

●今後の展開

世界の小売業界のトレンドは現在大きな変革期を迎えており、先行する米国では、アパレル、ビューティー、ホームグッズ、ペット、フィットネスなど、さまざまな分野の40以上のブランドが揃う「Neighborhood Goods」をはじめとして、幅広いジャンルのD2Cブランドを集めたリアル店舗が広がってきています。Qoilでも、今回の共同事業を基軸として、将来的には食品やインテリアなど、衣食住に関わるD2Cブランドへの展開を目指します。今後は、これまで20年以上手掛けてきた店頭プロモーションおよびプロデュースの経験をもとにリアル店舗のマーケティング支援を行うとともに、ウィズ/アフターコロナにおいてますます重要になる、OMO※を実現するリアル店舗づくりを支援してまいります。

※OMO（Online Merges with Offline）：スマホアプリから店舗へ集客したり、アプリ（オンライン）と店舗（オフライン）の区別をせずあらゆるユーザー体験をデータ化し、そのデータを活用して最適なユーザー体験等を提供する取り組みのこと

●キラリナ京王吉祥寺「INSEL STORE」詳細

・オープン日：2021年6月30日
・場所：キラリナ京王吉祥寺3階（京王井の頭線改札階）
・面積：約59㎡
・出店可能ブース：約20ブース

〈初回出店ブランド一覧〉 ※2021年6月30日時点

PMC PERMANENT		PMC PERMANENT

良いモノは流行から距離を置き長く使われつづけるモノ。そして古く感じることがない。不要なものを可能な限り削ぎ落とし、実用性やライフスタイルに溶け込む観点でモノを作り、取り入れている。SHOPオリジナルのラインナップ。

MEAN		MEAN

高品質な素材と縫製技術、立体的で着やすいカッティングやシルエットの美しさ、見た目だけでない内面の豊かさを引き出すことを目的に、ディティールにこだわったアイテムをラインナップ。

ISAAC REINA		ISAAC REINA

アイザック・レイナは母国のバルセロナで建築を学び、2006年に自身の冠ブランド”ISAAC REINA”を立ち上げる。Maison Martin MargielaやBalenciagaなどのブランドと積極的にコラボレーションも行っている。

P.M.C		P.M.C

チューブ状のスチールチェアがイメージソースとなったアクセサリー。1920年代、自転車をイメージソースに、地元の配管工と協力して生まれたとされる同素材を用いた家具は、現代でもモダニズムを代表する家具のアイコンとされ、芸術性と生産性を両立させるまさにバウハウスの哲学を体現するデザインになっている。

BLAW		B L A W

コンセプトは“良いモノは流行から距離を置き、長く使われつづけるモノ”。さまざまなカルチャーを取り入れながらも不要なものを可能な限り削ぎ落とし、普遍的かつ機能的なプロダクトを生み出している。ヨーロッパを中心としたミリタリー、ワークウェア、ドレス、アクセサリーなどリサイズしたアイテムを展開。

BRăILA		BRăILA

高品質なフランスオーガニックの生地とシルエットを引き出すために計算されたパターンが特徴。着る者のパーソナリティを映すような独特の美しさを放つ、人が着ることで初めて完成するシャツを展開。

RAUMNEST		RAUMNEST

絵画や彫刻などの芸術作品から、建築や家具などの商業デザインまで幅広く手掛け、世界で活躍する現代美術家西川勝人と、ファッションデザイナーであり、空間やビジュアルなどをトータルでディレクションする丹羽俊介のユニット。利用する人、また展示する作品や商品を主体においた考え方で、オリジナルの家具を展開。

ease style		easestyle

アパレルメーカーに長年勤めた経験を持つタレント「かんだま」の、モノトーンコーデをより楽しんでもらいたいという気持ちから生まれたブランド。メイクアップだけでなく、〈ファッション×リップの組み合わせ〉でスタイルを提案している点が「ease style」最大の特徴。

●キラリナ京王吉祥寺施設概要

(1)所 在 地　　東京都武蔵野市吉祥寺南町2丁目1番25号
(2)開 業 日　　2014年4月23日
(3)敷地面積　　約3，400㎡
(4)延床面積　　約28，000㎡
(5)階　数　　地下2階～地上9階
(6)駐 車 場　　約110台
(7)ホームページ　http://www.kirarinakeiokichijoji.jp/

●株式会社Qoil

株式会社Qoilは、クリエーションデザイン、データサイエンス、デジタルテクノロジーを活用したマーケティング事業等を行っています。株式会社デジタルガレージ マーケティングテクノロジーセグメント ビジネスデザインカンパニーを前身とし、会社分割により2018年6月に新設されました。プロモーションからコンバージョン、リレーション領域にてリアル/デジタルの垣根を越え、メディア・クリエイティブのプランニングから制作・実行、データ解析やCRM実行まで一気通貫のマーケティング・ソリューションをご提供します。
https://www.qoil.co.jp/

●株式会社アイリッジ

株式会社アイリッジは、「Tech Tomorrow：テクノロジーを活用して、昨日よりも便利な生活を創る。」という理念のもと、スマートフォンを活用した企業のO2O(Online to Offline)/OMO(Online Merges with Offline)支援を軸に、フィンテック、不動産テック、VUI(音声インターフェース)等、幅広い領域で事業を展開しています。O2O/OMO支援ではアプリの企画・開発における業界トップクラスの実績に加え、アプリのマーケティング施策にも強みを持ち、ユーザーごとに結び付きの強さを判断し優良顧客へと育成するファン育成プラットフォーム「FANSHIP」を通じて、購買促進やCX改善の支援を行っています。
https://iridge.jp

INSEL STORE お問い合わせ窓口(出店関連のお問い合わせもこちら)
insel-store@is-n.co.jp

以 上

お問い合わせ先
報道関係 広報担当 Email：pr@iridge.jp TEL：03-6441-2325
株式会社Qoil　TEL：03-6367-1070