



東急電鉄

東急百貨店  
TOKYU

IROYA

報道関係者各位

2016年7月12日

**東急電鉄・東急百貨店が IROYA と業務提携し、オムニチャネルサービスを強化します**

IROYA が独自開発した流通・販売のオムニチャネル支援サービス「Monopos」を導入し

リアル店舗と EC サイトの相互送客を推進

東京急行電鉄株式会社

株式会社東急百貨店

株式会社 IROYA

東京急行電鉄株式会社（以下、東急電鉄）、および株式会社東急百貨店（以下、東急百貨店）は、オムニチャネル化が加速する小売流通業界での対応力強化を目的に、株式会社 IROYA（以下、IROYA）との業務提携（以下、本提携）を開始します。

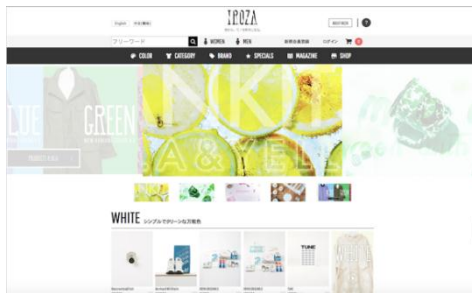
本提携は、EC サイト上での商品の受注から決済に至るまでの全般業務や、倉庫マネジメント、販売などの小売流通業に関する IROYA のノウハウを、東急電鉄のリテール事業、および東急百貨店に導入するものです。

本提携では IROYA が開発し、リアル店舗と EC サイトの在庫管理の連動を可能とした、流通・販売のオムニチャネル支援サービス「Monopos」を活用します。これにより、従来個別に管理されてきたリアル店舗と EC サイトの在庫を、共通したデータベースでリアルタイムに把握・配置し、在庫管理・販売の適正化を目指します。

リアル店舗と EC サイトを連動させた IROYA の持つ商品販売ノウハウを生かし、柔軟な購入環境を顧客に提供することで、リアル店舗と EC サイトの相互送客、および顧客拡大に取り組みます。

東急電鉄と IROYA は、2015 年の「東急アクセラレートプログラム（TAP）」をきっかけとして、本提携に至りました。IROYA は東急百貨店東横店において、同年 11 月のポップアップ出店を経て、本年 2 月に、自社が運営する EC サイト「IROZA」のリアル店舗を、出店しています。

東急電鉄では、2015 年度から、リテール事業のさらなる推進体制強化のため、リテール事業部を設置し、グループとしての総合力を発揮できる環境を整備してきました。東急電鉄、および東急百貨店は、本提携を通じ、オムニチャネル化が加速する小売流通業界での対応力強化を目指すとともに、今後もグループ経営資源を生かした多様な取り組みを推進していきます。





# 東急電鉄

# 東急百貨店 TOKYU

# IROYA

【別紙】

## ■本提携における具体的な施策

### 1) オムニチャネル支援サービス「Monopos」を活用し、新しい流通・販売スキームの開拓へ

「Monopos」は、IROYA が、自社でのリアル店舗及び E コマース運用経験を基に開発した、小売流通事業者に特化したオムニチャネル商品販売システムです。従来個別に管理されてきた EC とリアル店舗の在庫を、共通したデータベースでリアルタイムに把握・配置することで、在庫管理・販売の適正化を実現します。

東急百貨店では、「Monopos」を活用し、東横店のリアル店舗と EC サイトの二つの「IROZA」をいつでもどこでも自由に使い分けすることが出来る新しいショッピング体験を顧客に提供していきます。

また、IROYA が運営する EC サイト「IROZA」に東急百貨店の商品を掲載することで、新たな顧客、販路の創出に取り組みます。「IROZA」は、英語や中国語表記に対応しているため、東急百貨店におけるインバウンド・アウトバウンド対策の強化にもつながります。



### 2) Web マガジンのコンテンツ連携：顧客拡大へ

東急百貨店が運営する Web マガジン「THE SCRAMBLE」と、IROYA が運営する Web マガジン「IROZA MAGAZINE」のコンテンツを連動させ、相互のコンテンツ拡充、および相互送客を図ります。

国内外のアクセス増による、顧客拡大を実現します。



【THE SCRAMBLE & IROZA MAGAZINE イメージ】



# 東急電鉄

# 東急百貨店 TOKYU

# IROZA

### 3) 「東急ベル」 × 「IROZA」 × 「ブランディア」 提携：

#### ブランド品の買い取り・お直しサービスまで一括対応

東急電鉄が運営し、ネットスーパーや家事代行などのサービスを提供する「東急ベル」と、「IROZA」、株式会社デファクトスタンダードが運営する、ブランド品買い取りサービス「ブランディア」の3つのサービスが提携します。

「東急ベル」は「ブランディア」と提携し、「東急ベル」顧客を対象に、ブランド品の宅配買い取りサービスを提供しています。この度、「IROZA」と連携し、「IROZA」の顧客へもブランド品の買い取り・お直しサービスを提供します。また、「IROZA」のデータベースに買い取りデータを蓄積、分析することで、「東急ベル」の今後の商品開発や販売戦略に活用していきます。

#### 東急ベル：

ホーム・コンビニエンスサービス「東急ベル」は、お客さまがご自宅にいながらにして、あらゆる商品やサービスを手に入れることができることを目指す「究極の小売業態」です。専門スタッフ「ベルキャスト」がお客さまのご自宅へ商品やサービスを直接お届けし、「家ナカ」をもっと便利に快適にするためのお手伝いをします。

#### ブランディア：

株式会社デファクトスタンダードが運営する、ブランド品宅配買取サービス「ブランディア」は、6,000種類以上の取り扱いブランドがあり、累計利用者数は150万人を突破しています。査定料や往復送料などがすべて無料となっているほか、当日発送サービス・当日査定サービスなど顧客目線を常に意識し、インターネットとリアルを結びつける仕組みを生かした迅速な対応力が強みとなっています。

IROZA × Brandear × Bell

**買取サービス**  
はじめました！

---

**無料** 査定  
簡単

---

査定額 **30%UP!**  
(東急グループ商品券での受け取り)

---

▼

今すぐ査定！ Web から申し込む  
その他条件につきましては QR コードのリンク先を参照ください

【IROZA 買取サービス DM イメージ】



東急電鉄



IROYA

## ■株式会社 IROYA について

「IROYA」は「色から、モノを好きになる」をテーマに、E コマースサイト&セレクトショップ「IROZA」(<https://iroza.jp/>)の企画運営を行い、リアル店舗と EC 店舗の在庫を連動させたオムニチャンネル展開や、独自の手法でブランドやシーズン、トレンドといった従来のショッピングの形に捉われない新たなスタイルを生み出しています。東急電鉄が手がける「東急アクセラレートプログラム (TAP)」への応募をきっかけに事業共創の検討およびテストマーケティングを経て連携が始まり、2016 年 2 月には東急百貨店東横店に「IROZA」の旗艦店をオープンしました。

## ■東急アクセラレートプログラム (TAP) について

東急電鉄は、法人設立からおおよそ 5 年以内のベンチャー企業を対象に、東急線沿線でのビジネス展開を支援する「東急アクセラレートプログラム」を実施しています。

東急線沿線の生活利便性を高める新規事業を創出することと、渋谷を中心としたベンチャー企業の持続的な成長を支えるエコシステムを構築することを目的に実施するもので、鉄道会社では初の取り組みです。

URL : <http://www.tokyu-ap.com/index.html>

### 【発表各社 会社概要】

#### ■東京急行電鉄株式会社

所在地：東京都渋谷区南平台町 5-6

代表者：代表取締役社長 野本 弘文

設立：1922 年 9 月 2 日

URL : <http://www.tokyu.co.jp/>

#### ■株式会社東急百貨店

所在地：東京都渋谷区道玄坂二丁目 24 番 1 号

代表者：代表取締役社長執行役員 二橋 千裕

設立：1919 年 3 月 7 日

URL : <http://www.tokyu-dept.co.jp/>

#### ■株式会社 IROYA 所在地：東京都渋谷区上原 3-44-9 麺連会館ビル 1F

代表者：代表取締役 兼 CEO 大野 敬太

設立：2013 年 10 月 03 日

URL : <https://iroza.jp/about/company>

以上