

2022年9月6日  
株式会社東急百貨店  
株式会社日立製作所

## 東急百貨店と日立がコラボ！

### 小型無人店舗サービス「CO-URIBA」を活用した、新たな買い物体験の実証実験を開始

渋谷3店舗で、コスメ&ビューティー購入者の属性・行動データなどを収集、  
複合的に分析し、店舗間の送客や誘導を促進



渋谷3店舗の東急百貨店 コスメ&ビューティーの「CO-URIBA」イメージ写真

株式会社東急百貨店(以下、東急百貨店)と株式会社日立製作所(以下、日立)は、東急百貨店本店、渋谷ヒカリエ ShinQs、+Q(プラスQ)ビューティー(渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストラン 6階)の渋谷3店舗において、日立の小型無人店舗サービス「CO-URIBA(コウリバ)」\*1 を活用した新たな買い物体験を提供し、店舗間の送客・誘導につなげる実証実験を開始します。

実証実験は、コスメティックフェア\*2 期間中の9月15日～9月21日および10月27日～11月9日の2回において、渋谷3店舗で実施します。具体的には、対象売場の化粧品を購入もしくは対象のビューティー・リラクゼーション店舗を利用したお客さまを対象に、各店舗のフロア内に設置した無人店舗「CO-URIBA」において、他店舗で取り扱う化粧品ブランドのサンプルや店舗で使えるサービスチケットなどを配布し、お客さまの属性・行動データなどに基づき、各店舗への送客・誘導につなげる実証です。商品棚と天井に設置した高精度なセンサーから、利用者の行動ログといったデータを収集、アンケート結果などと組み合わせて分析し、LINEによる販促やサイネージ広告による誘導といったさまざまなマーケティング施策を展開して、店舗間の送客、相互利用を促進します。

東急百貨店と日立は、本実証実験を通じて、新たな買い物体験を実現する「CO-URIBA」の有用性や利用者のニーズなどを検証するとともに、従来、店頭では知りえなかったお客さまの潜在ニーズや興味関心を発掘し、さらなる顧客体験価値やサービスの向上に向けて、取り組みを進めていきます。

\*1 CO-URIBA：小さなスペースを生かし、ともに売り場をつくりたいというコンセプトで提供する、日立の小型無人店舗のサービス。

日立のニュースリリース(2022年2月22日)「スペースを有効活用した新しい売り場づくり！小売DXを加速する無人店舗の実証を開始」

<https://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2022/02/0222.html>

\*2 秋のコスメティックフェアは、8月25日～9月21日、冬のコスメティックフェアは10月20日～11月30日に実施予定です。

## ■実証の背景

東急百貨店は、渋谷地区の新たなランドマークをめざす「Shibuya Upper West Project」に伴う2023年1月31日の東急百貨店本店の営業終了も見据えて、お客さまのさらなる満足度向上に向けたさまざまな取り組みを検討してきました。中でも、コスメ&ビューティーは、食品と並ぶ重点分野であり、お客さまに渋谷地区内における利用を継続的に楽しんでいただくために、異なるコンセプトで展開する渋谷ヒカリエ ShinQs、+Q(プラス)ビューティーの各コスメ&ビューティーフロアのさらなる相互利用、強化を進めています。

こうした背景の中、今回、東急百貨店と日立は、完全無人の店舗サービスである「CO-URIBA」を通じて、「気軽に、興味を持ったブランドのサンプルやビューティー・リラクゼーションなどのサービスチケットが手に入り、それにより新たなコスメ&ビューティーに出会う」という、今までにない購買体験・価値の提供に向けて、両社で検討、実証を開始します。

## ■実証の内容

「CO-URIBA」は、センサーを活用した行動ログの取得、データに基づくデジタルサイネージによる誘導、生体認証などによる本人確認<sup>\*3</sup>や自動決済まで行う日立の小型無人店舗サービスです。今回の実証では、各店舗フロア内に設置した「CO-URIBA」に、他店舗で取り扱う人気ブランドのサンプル&サービスチケットを常設し、化粧品やビューティー・リラクゼーション店舗での施術を4,000円(税込)以上購入もしくは利用したお客さまを対象に、好きなものを2～3点<sup>\*4</sup>自由に選んでいただけます。

\*3 今回の実証では生体認証ではなくLINEアカウントとの連携により本人確認を行うため、入店時に、東急百貨店が運営する公式LINEアカウント「TOKYU BEAUTY LINE 公式アカウント」への友達登録が必要です。

\*4 選べる数は店舗により異なります。

### 1. SNSとの連携により、お客さまへの発信力を強化

「CO-URIBA」に入店する際、LINEアカウントに表示されたQRコードをかざすことで、東急百貨店で保有する利用者の属性情報などと紐づけます。また「CO-URIBA」で取得した行動データと掛け合わせ、興味・関心のあるブランド情報や個別のおすすめ情報をLINEでダイレクトに発信することで、お客さまへの発信力を強化できます。

### 2. お客さまの行動に応じた関連情報の表示で、満足度の高い顧客体験を提供

サンプル品に手を伸ばす・取るといった行動や、入店時に回答するアンケートの結果に応じて、おすすめ商品・

商品を取り扱う売り場などの関連情報を、「CO-URIBA」上部にあるサイネージにリアルタイムで表示します。これにより、お客さまのサンプル&サービスチケット選びを支援し、無人店舗においても満足度の高い顧客体験を提供できます。

### 3. 「CO-URIBA」ならではのデータを活用した分析で、マーケティングの高度化を支援

商品棚と天井に設置した高精度なセンサーにより、「何を手に取ったか」「何を棚に戻したのか」「最終的に何を選んだか」「どれだけ悩んだのか」といった従来は取得できなかった詳細な行動データを収集します。お客さまの属性情報やアンケート結果と組み合わせて複合的に分析することで、東急百貨店だけでなくコスメ&ビューティメーカーにとっても、より新しく高度なマーケティングにつなげることができます。

#### ■今後の展開

1回目(9月15日～9月21日)の実証結果をもとに、2回目(10月27日～11月9日)の実証実験では、さらに質の高い顧客体験の提供をめざすほか、収集データを活用したより緻密なマーケティング施策の企画や展開、効果検証も行う予定です。

今後、東急百貨店と日立は、マーケティング戦略の一つとして、コスメ&ビューティフロアのほか、さまざまな施設に「CO-URIBA」の展開を検討するとともに、日立独自の特許技術 PBI<sup>\*5</sup> を中核とした「生体認証統合基盤サービス」<sup>\*6</sup> を活用した生体認証による手ぶらでの入店や、IoT 決済プラットフォームサービス<sup>\*7</sup> を活用したセンサー情報による自動決済機能など、日立の各種 Lumada<sup>\*8</sup> ソリューションと組み合わせ、お客さまへの新たな買い物体験とサービスの提供に向けて、引き続き実証を進めていきます。

<sup>\*5</sup> Public Biometric Infrastructure の略。指静脈や顔、虹彩などの生体情報を安全に扱うことを可能にする日立独自の認証技術。認証装置で読み取った生体情報をそのままの状態に登録するのではなく、暗号化して復元できない形に変換するため、万が一、システム上のデータが漏えいしたとしても、生体情報を悪用することは不可能で、プライバシーの保護と高度なセキュリティの両立を実現。

<sup>\*6</sup> 指静脈や顔といった生体情報で本人を安心・安全に特定する日立独自の公開型生体認証基盤「PBI」技術を中核とし、さまざまな業態・分野に適用する機能を付加価値として提供するクラウドサービス。 <https://www.hitachi.co.jp/finance/innovation/pbi/>

<sup>\*7</sup> IoT デバイスとリアルタイムに接続し、柔軟かつ迅速な値段設定と決済を支援するプラットフォームサービス。  
<https://www.hitachi.co.jp/loT-Payment-PF/>

<sup>\*8</sup> お客さまのデータから価値を創出し、デジタルイノベーションを加速するための、日立の先進的なデジタル技術を活用したソリューション・サービス・テクノロジーの総称。 <https://www.hitachi.co.jp/products/it/lumada/>

## ■渋谷3店舗の東急百貨店 コスメ&ビューティーでの「CO-URIBA」の利用イメージ



画像はイメージです。商品の種類や陳列は実際と異なります。

## ■Hitachi Social Innovation Forum 2022 JAPAN での紹介について

本取り組みは、日立が 2022 年 10 月 25 日(火)～27 日(木)に開催する「Hitachi Social Innovation Forum 2022 JAPAN」において、ご覧いただけます。「スマート店舗による販売促進とマーケティング分析～東急百貨店との取り組み～」の中で紹介する予定です。

詳しくは、オフィシャルサイト(<https://www.service.event.hitachi/>)をご覧ください。

## ■東急百貨店について

東急グループにおけるリテール事業会社として、東急線沿線を中心に百貨店、SC 店舗および専門店を展開し、渋谷には「渋谷ヒカリエ ShinQs」や「渋谷 東急フードショー」などを出店しています。百貨店事業で培った目利き力、編集力を生かした多事業化戦略「融合型リテラー」を推進しており、お客さまのより豊かな暮らしの実現を目指しています。

<https://www.tokyu-dept.co.jp/>

## ■日立製作所について

日立は、データとテクノロジーでサステナブルな社会を実現する社会イノベーション事業を推進しています。金融・官公庁・自治体・通信向け IT サービスやお客さまの DX を支援する「デジタルシステム&サービス」、エネルギーや鉄道で脱炭素社会の実現に貢献する「グリーンエナジー&モビリティ」、産業流通、水インフラ、ヘルスケア、家電・空調システム、計測分析システム、ビルシステムなどの幅広い領域でプロダクトをデジタルでつなぐ「コネクティブインダストリーズ」と、自動車・二輪車の分野で先進技術を提供する「オートモティブシステム」の事業体制のもと、IT や OT(制御・運用技術)、プロダクトを活用する Lumada ソリューションを通じてお客さまや社会の課題を解決します。グリーン、デジタル、イノベーションを原動力に、お客さまとの協創で成長をめざします。2021 年度(2022 年 3 月期)の連結売上収益は 10 兆 2,646 億円、2022 年 3 月末時点で連結子会社は 853 社、全世界で約 37 万人の従業員を擁しています。

詳しくは、日立のウェブサイト(<https://www.hitachi.co.jp/>)をご覧ください。

■お問い合わせ先

株式会社日立製作所 金融システム営業統括本部 [担当：松浦]

〒100-8220 東京都千代田区丸の内一丁目 6 番 1 号

お問い合わせフォーム：<https://www.hitachi.co.jp/finance-inq/>

以上