

2022年3月10日

株式会社 NTT ドコモ

三井不動産株式会社

リアルとメタバースの2つの空間で様々なスマート玩具を体験できるストア

「NEW POINT×THE-ST」

～ドコモと三井不動産により、ららぽーと TOKYO-BAY に期間限定オープン～

株式会社 NTT ドコモ（以下、ドコモ）と三井不動産株式会社（以下、三井不動産）は、小売向けの新たなサービス提供方法である「RaaS（Retail as a Service）」領域にて協業し、2022年3月18日（金）～4月5日（火）の期間限定で、三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY にてスマート玩具を扱うポップアップストア「NEW POINT×THE-ST」（以下、本ストア）を開催^{※1}いたします。

本ストアは、「The 2nd ROOM」のコンセプトのもと生まれた、“過ごす”中での商品体験を重視しドコモが開発を進めている RaaS ソリューション「THE-ST（ザスト）」と、D2C ブランドのデジタルとリアル両面の取り組みをサポートする三井不動産のブランド支援プロジェクト「NEW POINT」それぞれの強みを掛け合わせ、商品を自由に試し、スペックや口コミだけではわからない魅力が体験できる新たなおもちゃ選びを提供いたします。

NEW POINT×THE-STの特徴

- ・生活者のシーン毎にテーマを設けブランドをキュレーション
- ・リアルとメタバースの2つの空間で深いブランド体験を提供
- ・オンラインとオフラインの生活者行動から顧客インサイトを分析



- 営業時間 2022年3月18日（金）～3月25日（金）
12:30-19:00
2022年3月26日（土）～4月5日（火）
10:30-19:00
- 会場 三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY
北館1F 東の広場
- 出展企業 株式会社タカラミー、株式会社セガトイズ、
ココ株式会社、株式会社ほぼ日、
株式会社バンダイ、ソースネクスト株式会社、
株式会社ジオジャパン ※順不同

■RaaS ソリューション「THE-ST」について

昨今、小売業界では DX 化がより求められている一方で、生活者は商品を実際に使用あるいは触ってみたい、企業は生活者との直接的接点を持ちたいなど、両者ともにリアルへの強いニーズを持っています。こうした背景を受け、ドコモは、生活者により深い商品体験を提供し、企業にはオンライン・オフラインの購買行動を可視化する「体験型店舗」を実現する RaaS 領域の新たなソリューションとして「THE-ST」の開発を進めています。

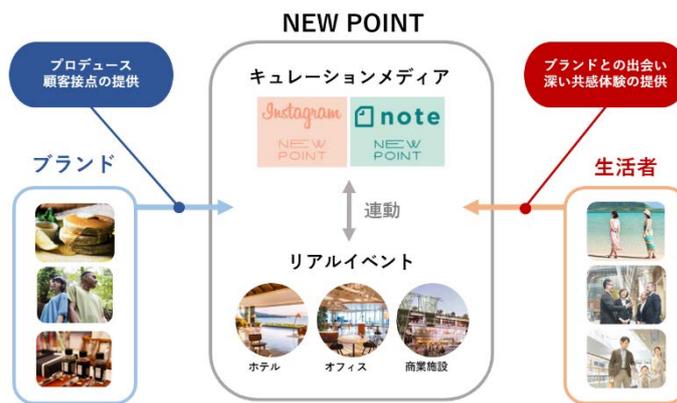
本ソリューションは、クラウドカメラを利用して店内環境を DX 化し、オンライン上の購買行動と組み合わせた分析が可能です。さらに、店舗をバーチャルに再現したメタバース空間はアバターを自由に動かしながら商品を探したり、解説映像を見たり、非現実空間ならではの演出を楽しめるなど、ゲーム要素を交えて商品理解を深められる機能も有しています。なお、本ソリューションは、今回の取り組み結果なども踏まえながら、商用提供をめざしてまいります。



■ブランド支援プロジェクト「NEW POINT」について

本ストアは、三井不動産が展開する D2C ブランド支援プロジェクト「NEW POINT」と「THE-ST」による共同企画です。

「NEW POINT」はこれまで生活者のシーンに合わせブランドをキュレーションし、オフラインとオンラインで生活者とブランドが深く交わるような場を創出してきました。感性を共にするブランドが集う SNS やリアル場に、店舗づくりのノウハウや什器、販売スタッフをシェアできる仕組みを掛け合わせて、ブランドのファンづくりをデジタル・リアル両面で総合的にサポートしていきます。



■ポップアップストア「NEW POINT×THE-ST」について

本ストアでは、生活者（体験者）は専用の Web サイトから商品を検索し、店舗での体験を予約のうえ、店舗で商品を体験し気に入れば D2C サイトなどで購入ができます。店舗では全 7 種類の「スマートトイ」を 30 分間自由に試すことができます。また、店内に設置した端末からアクセスできるメタバース空間では自由に動き回りながら商品情報を視聴し、楽しみながら商品理解を深められます。

「スマートトイ」は、プログラミング教育の推進という観点で注目を集めており、生活者からの購入前体験を求める声が大きく、メーカーにも、実際の子どもの反応や保護者のインサイトを知りたいというニーズがあることから、今回取り扱うことになりました。



本ストア開催を通じ、ドコモは「THE-ST」のサービス性を検証し、三井不動産は「NEW POINT」の支援メニューの拡充性を検証します。ドコモと三井不動産は、本取り組みを通して、リアルとオンラインの 2 つの空間で味わうことができるおもちゃ選びの新体験を提供します。

特設サイト <https://the-st.com/newpoint>

SNS (instagram) https://www.instagram.com/newpoint_pj/

※1 ポップアップストア「NEW POINT×THE-ST」の利用は、1 回 30 分間で事前の予約が必要です。
 なお、利用料金は無料です。詳しくは[特設サイト](https://the-st.com/newpoint)をご覧ください。

※ 本発表は、重複して配信される場合がございますが、あらかじめご了承ください

| 本件に関する報道機関からのお問い合わせ先 | |
|---|----------------------------------|
| 株式会社 NTTドコモ イノベーション統括部 事業化第一担当 Mail: the-st-support-ml@nttdocomo.com | 三井不動産株式会社 広報部 03-3246-3155 |

RaaS ソリューション「THE-ST (ザスト)」について

(1) 概要

「THE-ST (ザスト)」は「The 2nd ROOM」のコンセプトのもと、ドコモが開発を進める“過ごす”中での商品体験を重視する RaaS 領域のソリューションです。

サービス名にはヒトの五感である「触覚= Tactile」、「聴覚= Hearing」、「視覚= Eye」、「嗅覚= Smell」、「味覚= Taste」それぞれの英語の頭文字を取り、通常店舗では得られがたい深い商品体験を提供していきたいという想いを込めました。

消費者には RaaS での商品体験だけでなく、リアルとメタバースの2つの空間で楽しめる新たな商品体験を提供していきます。また出展企業には生活者が商品を知る・買うといった WEB サイト内の行動とセーフィー株式会社が提供するクラウドカメラを利用して店舗での行動を俯瞰して分析できるダッシュボードを提供し、商品開発やマーケティングに活用することで、より魅力的な製品・サービスを生活者に提供できる支援を行います。

今後もファッションやアウトドアなど五感を刺激するような様々なカテゴリで展開することも視野に入れながら開発を進めています。



(2) コンセプト

ここは、陳列された商品を眺めるのではなく、

商品のある世界へと入り込み、

そこで過ごす間に商品を体験する、あなたの“第2の部屋”。

自分の部屋にいるかのようにくつろいで、「見て、触れて、使う」。

だから、「感じて、浸って、気づきがある」。

そんな、五感を刺激する新しい場所。

(3) □□

*THE-ST

D2C 支援プロジェクト「NEW POINT」について

生活者に新しい価値と豊かな暮らしを提供する D2C ブランドに対し、ブランディングやマーケティング戦略の策定から、店舗出店や購買体験の設計までを総合的に支援するパイロットプロジェクトです。

生活者のオンライン購買や共感消費が増えている昨今、こだわりの意思や商品を持つブランドが深く生活者と交わることができるプラットフォームを構築し、日本初のデジタル×リアルのプロデュース業をめざしています。

「地方ものづくりブランドを味わえるイベント」「贅沢な休憩にぴったりの 1 杯が見つかるイベント」など生活者のシーンに合わせたキュレーションを行い、人々が行き交うデジタルとリアルの場でブランドと生活者の深い顧客接点を創出しています。

「NEW POINT」ロゴ



※なお、本取り組みは、SDGs（持続可能な開発目標）における 2 つの目標に貢献しています。

目標 9 産業と技術革新の基盤をつくろう
目標 17 パートナーシップで目標を達成しよう



■株式会社 NTT ドコモ 会社概要

- ・ 営業開始日 : 1992 年 7 月 1 日
- ・ 代表取締役社長 : 井伊 基之
- ・ 会社所在地 : 東京都千代田区永田町 2 丁目 11 番 1 号 山王パークタワー



■三井不動産株式会社 会社概要

- ・ 設立日 : 1941 年 7 月 15 日
- ・ 代表取締役社長 : 菰田 正信
- ・ 会社所在地 : 東京都中央区日本橋室町 2 丁目 1 番 1 号

