

2002年11月5日

## 東京急行電鉄株式会社との業務提携による駅構内店舗の展開について

～新宿駅に情報発信拠点店舗「ranKing ranQueen（ランキンランキン）新宿店」を開業～

JR東日本では、21世紀の新しい駅づくり“ステーションルネッサンス”を推進しており、その一環として、駅の魅力を向上させるために他の企業との提携による新業態店舗を駅構内に展開していますが、このたび、東京急行電鉄株式会社との業務提携により「ranKing ranQueen（ランキンランキン）新宿店」を開業いたします。

「ランキンランキン」は、情報発信拠点としての駅の潜在的価値に注目し、「駅」を「メディア」としてとらえ、膨大な量の情報の中から取捨選択した「話題」の提供と実際の商品販売を結びつけた新業態の店舗で、ランキング情報をもとにした売れ筋商品の販売、さまざまな新商品情報の発信および展示・販売を行っています。2001年7月に東京急行電鉄株式会社が渋谷駅構内に第1号店を開店し、各種メディアで取り上げられるなど話題を集めています。今回開業する新宿店は、東京急行電鉄株式会社からノウハウ等の提供を受け、店舗運営はJR東日本グループの東日本キヨスク株式会社が行います。

新宿店開業を契機に、新宿・渋谷両店で、東日本キヨスク株式会社が運営する“駅のコンビニエンスストア”「NEWDAYS」等のランキング情報をもとにした売れ筋上位商品の展示及び販売を開始するなど、今までの「ランキンランキン」にはなかった「駅における売れ筋商品」情報の充実を図ります。また、広告媒体でもある新商品展示販売コーナーについては、株式会社ジェイアール東日本企画が広告代理店として広告販売に参加します。

今回の業務提携は、“ステーションルネッサンス”を推進する当社と、情報発信拠点店舗として「ランキンランキン」の展開を図る東京急行電鉄株式会社の目指す方向性が一致し、両社が保有するノウハウや経営資源等を提供し合うことで、「ランキンランキン」のブランド価値を向上させることを目的に実現しました。

- 1 店舗名称 「ranKing ranQueen（ランキンランキン）新宿店」
- 2 開業予定日 2002年12月1日（日）
- 3 場 所 新宿駅東口改札外
- 4 営業時間 10時00分～23時00分（予定）
- 5 取扱品目 CD、DVD、ゲームソフト、書籍、飲料、加工食品、菓子類、  
トイレタリー用品、化粧品、医薬部外品、携帯電話機器、  
PDA（携帯情報端末）、デジタルカメラ、日用品、キッチン用品等
- 6 店舗面積 約75㎡

## 参考 「ranKing ranQueen (ランキンランキン)」の概要

情報受発信拠点としての駅の潜在的価値に注目し、駅を「メディア」として捉え、膨大な量の情報の中から取捨選択した「話題」の提供と商品販売を結びつけることで、「リアル」と「バーチャル」を融合させ、駅を「リアル・メディア」の拠点としていくのが「ranKing ranQueen (ランキンランキン)」の目的です。

具体的には、以下の2つのコンセプトを持った新しいタイプの業態です。

ランキング商品展示販売コーナー	新商品展示販売コーナー
<p><b>ヒット商品がわかる。</b></p> <p>ランキング調査会社や東日本キヨスク、東急ハンズ等から提供を受けるランキング情報をもとに、売れ筋商品を人気ランキング順に展示・販売。</p> <p>例えば「チョコ菓子部門」「洋楽CD部門」「駅のコンビニにおける売れ筋ガム部門」など、さまざまな視点のランキングを集計して商品を陳列。</p> <p>「これがヒットしている」という商品の今が発見できます。</p>	<p><b>新商品を発信する。</b></p> <p>店舗内のスペースを広告媒体としてメーカー等に貸与。</p> <p>発売から6ヶ月以内の商品に限定して陳列し、新商品のニュースな部分をPOPで発信しながら、商品を販売します。</p> <p>「今、これが新しい」という情報をお客さまに伝えながらセールスできる新しい広告媒体です。</p> <p>ここから明日のヒット商品が生まれます。</p>

店舗名称の「ranKing ranQueen (ランキンランキン)」とは、「順位、序列」を意味する英語「ranking」の文字が「ran」と「king」に分割できることから、「king」の対義語である「queen」を「ran」と組み合わせた言葉を並べたものです。「ranKing」には「ランクの王様 = 売れ筋上位商品」という意味を、「ranQueen」には「ランクィーン(ランクイン) = 今後ランクアップを狙う商品」という意味を持たせ、店舗コンセプトを象徴させています。

