

上野concept shopsのご案内



オフライン未経験でも、手間なく簡単に出店でき、
成長につながる「場とサービス」を提供する新しいPOPUPスペースです



D2Cや個人など、これから大きな可能性があるブランドたちに
オンラインからオフラインへの

最初の一步を手助け。

訪れるお客さまにとっては新しい発見と体験を提供し、

いつきても新鮮な顔ぶれ。

マスからパーソナルへの移り変わり、

影響を与えることから、共感されることを目指した、

丸井が提供する「発見」と「体験」の新しい場とサービスのご提案です。

丸井の店舗運営経験を活かして、新しい出店体験をご提供します

スモール
スペース

- ✓ 2坪前後の複数区画
- ✓ 什器・サイン付き
- ✓ カスタマイズ可能

1日単位で
出店可能

- ✓ 最短1日～1ヶ月
- ✓ パッケージ料金
- ✓ 平日・土日祝・月額

店舗運営
サポート

- ✓ 接客スタッフ付き
- ✓ 売場づくりサポート
- ✓ OMOサポート

リアルな製品・サービス体験を通じて、出店目的に応じたサポートを展開します

認知拡大

- ✓ 自社サイトへの誘因
- ✓ SNSフォロワーの獲得



エンゲージメント

- ✓ 顧客への販売
- ✓ コミュニティの形成



マーケティング

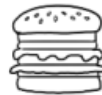
- ✓ 顧客属性の把握
- ✓ ニーズ収集



3つのキーテーマ

3つのキーテーマを軸に、そこに集まるブランドや製品をシーズンに合わせて編集し、お客さまに新たな発見・体験を提供します

サステナブル



ウェルビーイング

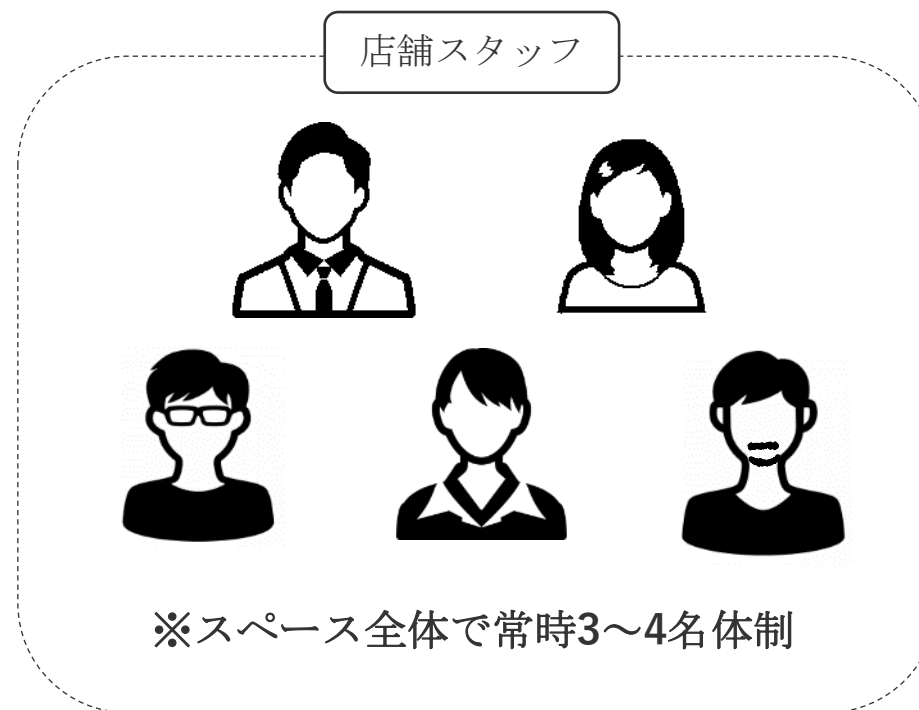


パーソナライズ



小売ノウハウを持つ丸井スタッフが、準備段階から出店の成功をサポートします

- ✓ ゴール設定・施策提案
- ✓ 売場づくりサポート
- ✓ 接客・デモンストレーション
- ✓ 商品の販売・精算
- ✓ お客様の声フィードバック



※出店者さまにさせていただくこと

- ✓ 売場設営・撤収
- ✓ ワークショップなどの企画・運営



オウンドメディアによるPR

epos会員メール / 施設HP掲載



- ✓ 施設HPに出店情報を無料掲載
- ✓ 最大200万人の会員にメール無料配信
(⇒ HP閲覧数をフィードバック)



* 開設検討中

EC・SNSへの送客

スマートプレート設置



- ✓ 各出店ブースに無料設置
- ✓ スマホをかざすだけで指定のWebサイトを表示
(⇒ 読み取り回数をフィードバック)

来店客の定性・定量データの提供



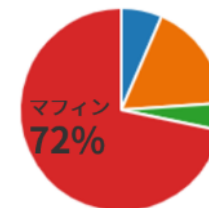
- ✓ 属性・来店動機・認知度・商品に対する要望など、スタッフが接客時に情報収集
- ✓ それをもとに検証、次回アクションへ
(⇒ 集計結果をフィードバック)

●販売点数など

出店期間：6/1(火)～6/10(木)

売上数：812点

買上客数：214人

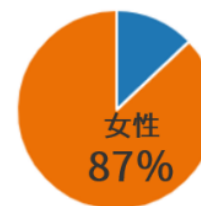


マフィンの買上げがNo.1

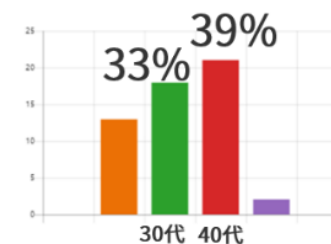
●顧客属性・来店動機など

n=54

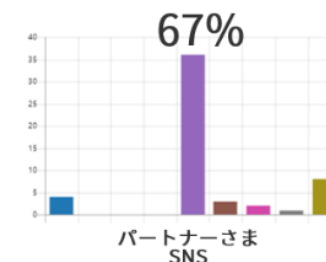
-性別-



-年代-



-ショップへの来店理由-



●お客様の声/スタッフの気づき



・ビーガンだと味がおいしいのか、不安になる方がいたが、自分が食べた感想や、おいしい食べ方をお伝えすることで購入につながりました！

・お友達にもおすすめしたいと、自分用にプラスしてお買い上げになる方が多い



・普段のライフスタイルからビーガンを取り入れている方もおり、良かったことや効果を実感しているからこそ商品に共感していただけた

・コロナで自粛をきっかけにより健康を気にするようになったというお客様が多くみられました

リサイクルポリエステル 仕様の新感覚ランドセル

NuLAND 様



【体験の提供とオンラインへの誘導でエンゲージメントを高める】

- ・子どもの未来のために環境のこと、子どもの身体のことを考え開発されたスクールバッグ。ブース内にはブランドの価値観や機能をPOPでわかりやすく展開
- ・スペースでは体験のみで、購入はクーポンコード付きQRからのEC導線を設計。QRコードからアンケートに答えていくとクーポンが付与される
- ・インスタLIVEなどSNSを活用し、集客と商品訴求を実施。混雑がする土日は予約システムを使用し、しっかり接客を受けたいお客様にも喜ばれた
- ・concept shopsでの出店をきっかけに、丸井他店舗でのイベントも決定

出店時期：6月(30日間)

店頭QRコード回答数：134名 総接客数：140名

出店スペース：新宿マルイ本館 concept shops (8階)



スペース詳細はこちら！

サステナブルヘンプシューズ

BOHEMPIA 様



【SNSフォローによるノベルティ配布などで認知拡大】

- ・ブランドとして初のPOP-UP開催。Instagramフォローによる缶バッチプレゼントを期間中実施
- ・店頭での在庫販売と、ネット販売の両方を実施
- ・スニーカー2足購入で、ヘンプトートをプレゼント
- ・期間中、POP-UP効果により、大口の卸が決定

出店時期：6月(30日間)

SNSフォロワー数：1.8倍

出店スペース：新宿マルイ本館 concept shops (8階)



スペース詳細はこちら！

オーダーメイド家具

Sense Of Fun 様



【LINE@新規獲得でブランド認知拡大/クラファンに繋げる】

- ・ ホッチキスで壁に設置できる「タナプラス」
組み合わせ自由な「FRAMY」の展示
- ・ 出店後のクラファン支援者を集める目的で
出店日に合わせLINE@の立ち上げを行い、新規登録者獲得を行う
- ・ オンラインでは聞けない、実際に商品を手に触れ、試してみることで
お客様からの定性情報を収集

出店時期 : 6月(14日間)

LINE@登録者数 : 116名

出店スペース : 新宿マルイ本館 concept shops (8階)



スペース詳細はこちら！

ビーガン&グルテンフリー

Forest mam 様



【自社SNSでの集客でファン化の実現 / 試食をフックに認知拡大】

- ・卵、乳製品、小麦、白砂糖不使用のグルテンフリー焼き菓子を展開
- ・常設は武蔵小金井1店舗のため、トラフィックの良い新宿への出店でSNSフォロワーが実際に買いにしやすい環境に。
- ・自社SNSでイベント告知や出店状況を発信することで、フォロワーが多数来店。同スペース他ショップとのInstagram相互送客も実施。
- ・個包装した試食で味を体験することで、購入意欲促進につながった

出店時期：6月(10日間)

売上数：800点 買上客数：1日平均 20人

出店スペース：新宿マルイ本館 concept shops (8階)



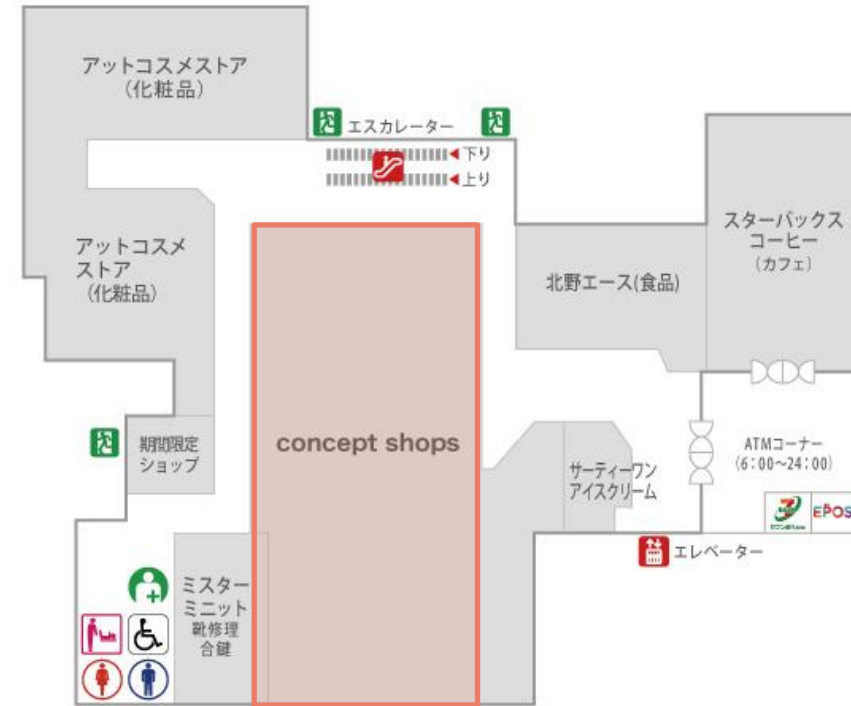
スペース詳細はこちら！

95万人/日の乗降客が利用する
東京東部エリア最大のターミナル駅



入店客数	総取扱高	総フロア	売場面積
730 万人	121 億円	11 B2-9	16,390 m ²

B1



フロア
買上客数
89 万人





- ・ 1 日料金(税込) 19,800円/平日
- ・ 月額料金(税込) 495,000円
- 30,800円/土日祝

※スペース・什器・運営スタッフ・水光熱費・決済手数料などを含む

早割 30 - 15 %OFF

お申込みが

出店 6ヶ月前 30 %OFF

出店 3ヶ月前 15 %OFF

リピート特典 15 %OFF

マルイに直近 1 年間で 2 回目以降のご出店の場合

ご紹介特典 20 %OFF

他社様をご紹介 & 同時にご出店の場合、

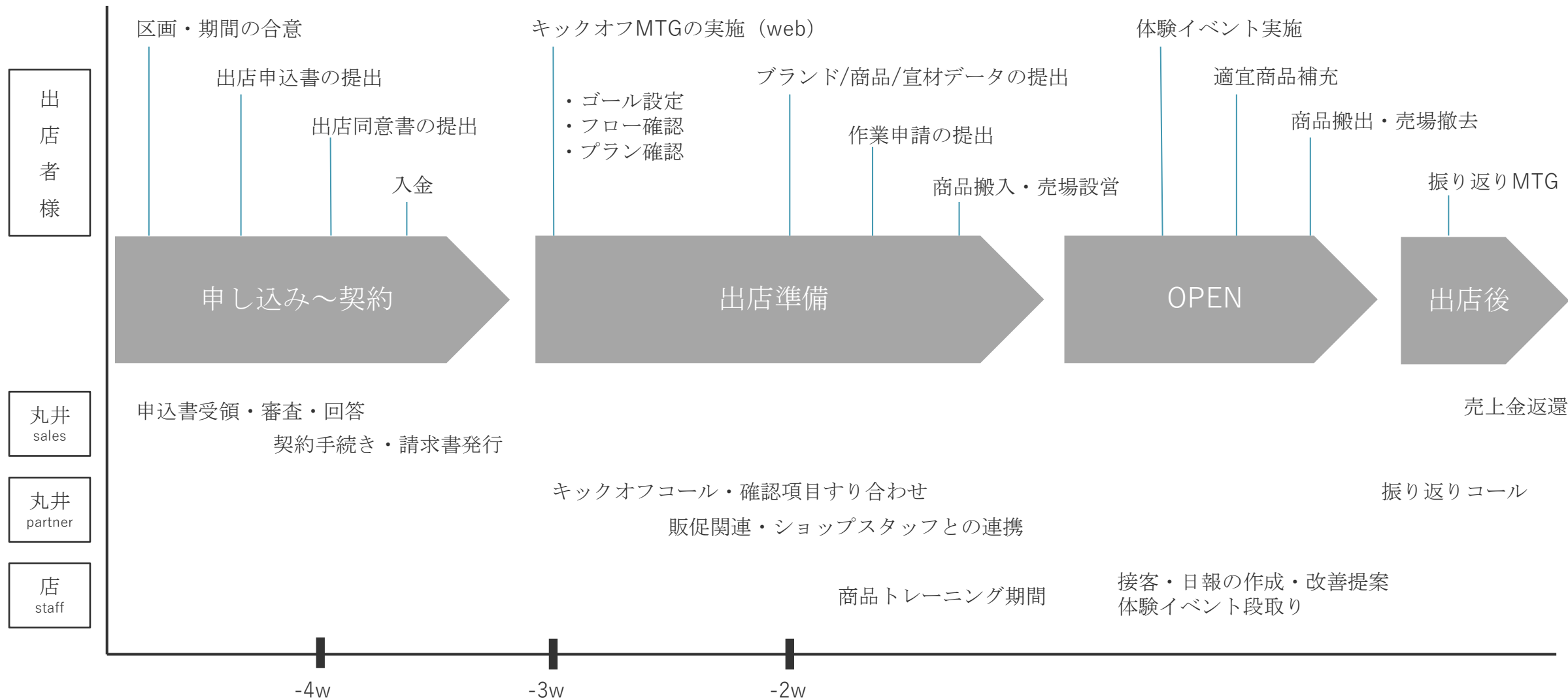
両社に割引

※特典の併用は不可となります

※コンセプトショップス出店時のみに適応されます

※キャンペーン内容は予告なく変更になる場合がございます

※出店までのスケジュール





マルイの出店サービス

OMEMIE

おめみえ

トキメク出会い生まれるところ。

マルイの出店サービス“OMEMIE”では、
煩雑な準備や店舗業務も安心サポート。
どなた様も気軽に、1週間単位からオンラインで出店相談が可能です



<https://omemie.0101.co.jp/>