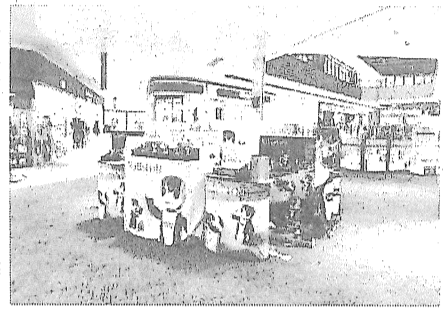


小田急沿線のエリア特性を生かす POPPUPSスペース提供サービス開始



小田急エージェンシー
営業本部 プロモーション部
柴田 雄介氏

発等を目的に、今年6月からPOPPUPSを開発しスペース情報スペース提供サービスを紹介。利用者はエリア「ODAKYU」を1カ月単位でPOPPUPS「X」をPSHOPの展開が



▲スペースの例

従来の賃貸借契約と開始した。は異なり、短期間・短時間は営業や曜日ごとの展開など柔軟性を保持した店舗契約として、POPUPが注目される。設立31年目の総合広告会社・小田急エージェンシー(東京都新宿区)と小田急SCデベロップメント(東京都新宿区)は、新たな収益源を模索する中、POPUPに着目。各商業施設の集・販売を実施。企画、設計、施工、運営業務を一体的に担当する。

また、出店場所とする企業と、利用客の体験接点を設け、利用客の来館動機につながる24カ所と多彩な生活により一層彩り豊かな空間を実現。場所の選定理由として、営業本部プロモーション部の柴田雄介氏は「沿線の幅広エリア特性を生かすことが、POPPUPSの最大の強み。具体的には、小田急SCデベロップメントは、各商業施設の共用部等POPPUPSスペースとして提供。事務局及び各商業施設担当と連携し、申込内容の精査を行い、6月25日沿線地域住民は、利用に活用して頂きたい」と話す。例えば、新商品のテストマーケティングやプロモーション活動、ブランドPR

の場として有効的に機能するでしょう。また、今年度同沿線での実績・PR戦略として小田急の交通媒体と連携させることで、効率的な告知・広報・PR活動が可能。PR活動は多く確保したい」と語った。今後小田急エージェンシーは、まず11施設24カ所の反応を見ながら、他のエリアや場所を追加できるスペースがあるかを検討すること。反応や結果に反照し、湘南等が挙げられる。

また、出店場所とする企業と、利用客の体験接点を設け、利用客の来館動機につながる24カ所と多彩な生活により一層彩り豊かな空間を実現。場所の選定理由として、営業本部プロモーション部の柴田雄介氏は「沿線の幅広エリア特性を生かすことが、POPPUPSの最大の強み。具体的には、小田急SCデベロップメントは、各商業施設の共用部等POPPUPSスペースとして提供。事務局及び各商業施設担当と連携し、申込内容の精査を行い、6月25日沿線地域住民は、利用に活用して頂きたい」と話す。例えば、新商品のテストマーケティングやプロモーション活動、ブランドPR