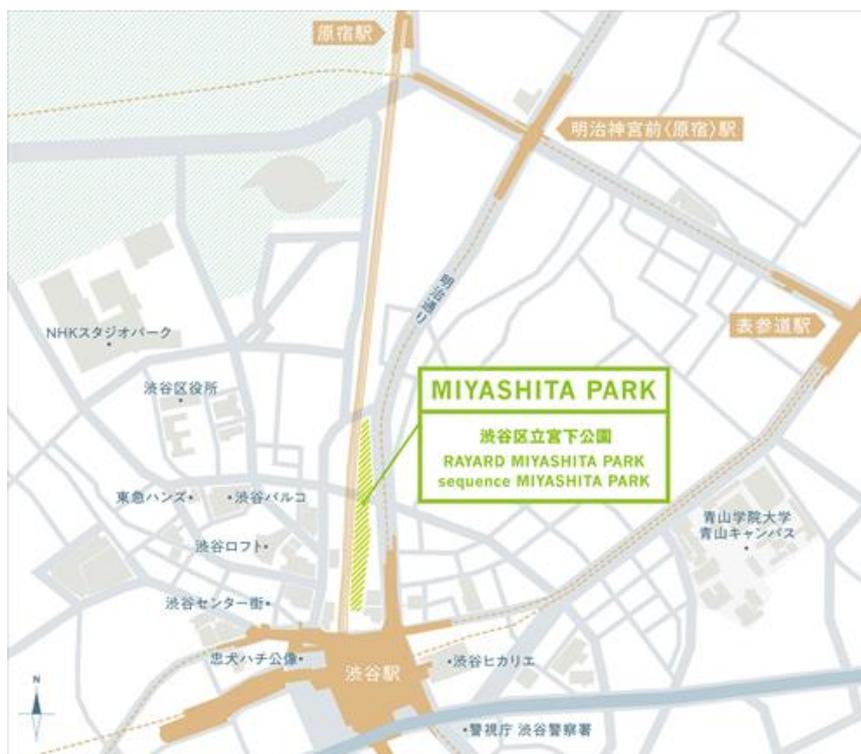


<添付資料①>MIYASHITA PARK概要

街区・施設名称	MIYASHITA PARK 公園 渋谷区立宮下公園 商業施設 RAYARD MIYASHITA PARK ホテル sequence MIYASHITA PARK
所在(住居表示)	東京都渋谷区神宮前六丁目20番10号他
交通アクセス	JR山手線、埼京線、湘南新宿ライン、東京メトロ半蔵門線、銀座線、副都心線、東急東横線、田園都市線、京王井の頭線「渋谷」駅より徒歩約3分
営業時間	営業時間が変更になる場合がありますので、最新の営業時間は施設ウェブサイトをご確認のうえ、お越しく下さい。 ●渋谷区立宮下公園 公園：8:00～23:00 スポーツ施設：9:00～22:00(受付は21:30まで) ●RAYARD MIYASHITA PARK ショップ：11:00～21:00 ※一部、営業時間の異なる店舗がございます。 レストラン・フードホール：11:00～23:00 ※一部、営業時間の異なる店舗がございます。 ●sequence MIYASHITA PARK VALLEY PARK STAND：8:00～22:00 (LO 21:00) Dongxi 亜細亜香辛料理店：7:00～23:00 (LO 22:00)
施設ウェブサイト	MIYASHITA PARK 公式ウェブサイト (miyashita-park.tokyo)

位置図



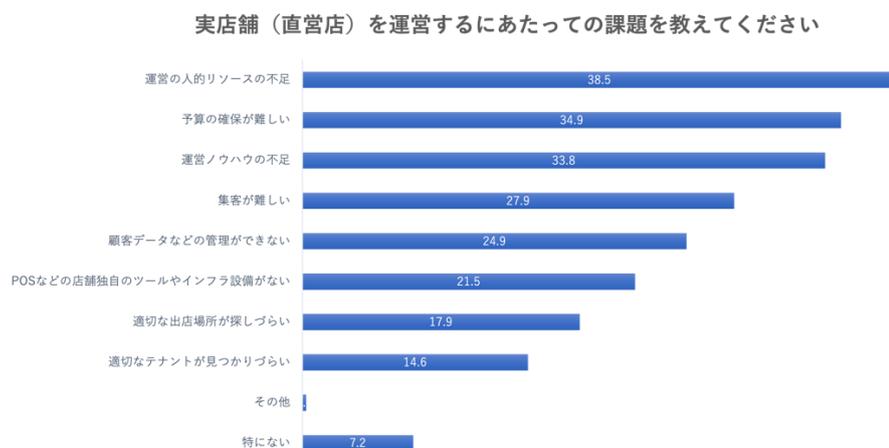
<添付資料②>SUPER STUDIO実施の調査について

SUPER STUDIOが本年5月に行った独自調査では、リアル店舗の運営経験があるECブランド、運営経験がないECブランド共に、リアル店舗運営における課題は「運営の人的リソース不足」や「運営ノウハウの不足」と回答。また、リアル店舗の運営経験があるECブランドは「販売チャネルごとの販売データや顧客データなどの統合ができていない(できていても人力でのエクセル入力など、アナログな処理をしている)」と回答した割合が約6割を占め、要因として半数以上が「データを保有する主体者(小売やモールなど)が異なるため」や「販売チャネルによってシステムが異なるため」と回答。調査結果よりリアル店舗運営における人的リソース、運営ノウハウ、販売チャネルごとのデータ統合に課題があることが浮き彫りになりました。

- ・調査集計期間:2023年5月27日～29日
- ・調査対象:経営層・販促・マーケティング・PR業務に関わるECブランドの担当者512人
- ・調査テーマ:EC事業者のOMOの実態と消費者の購買動向に関する調査

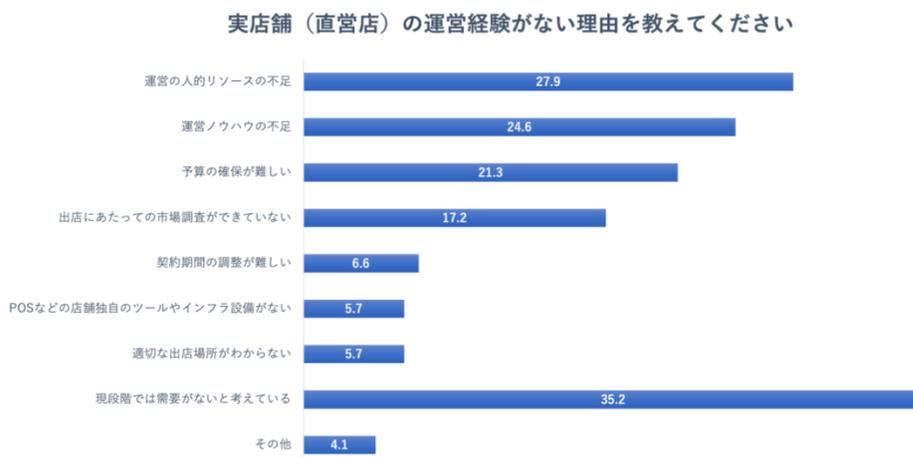
【リアル店舗の運営をしたことがある方(複数選択可)】

リアル店舗(直営店)運営における課題は、「運営の人的リソースの不足」が38.5%、次いで「予算の確保が難しい」が34.9%、「運営ノウハウの不足」が33.8%となった。



【リアル店舗運営をしたことがない方(複数選択可)】

リアル店舗(直営店)運営の経験がない理由は、「運営の人的リソースの不足」が27.9%、次いで「運営ノウハウの不足」が24.6%、「予算の確保が難しい」が21.3%となった。リアル店舗(直営店)を運営したことがある方の課題と同様の課題が上位に。



【オンラインとオフラインのデータ関連の課題(複数回答可)】

「販売チャネルごとの販売データや顧客データなどの統合ができていない(できていても人力でのエクセル入力など、アナログな処理をしている)」が最多で58.3%、「複数の販売チャネルを介した分析ができていない(各々で見た際に販売チャネルごとの価値が不明)」が45.4%、「販売データや顧客情報の全てを自社で保有できていない」が38.9%という結果となった。オンライン・オフラインの販売データの統合、データの処理方法(効率化)などが大きな課題に。

オンラインとオフラインのデータ関連の課題

