

SHIBUYA109 が若者マーケティング研究機関を設立 「SHIBUYA109 lab. (シブヤ 109 ラボ)」が始動

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：木村 知郎／以下、当社)は2017 年より開始した若者マーケティング機能のさらなる確立と情報発信を目的として、「SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)」を設立したことをお知らせいたします。

当社では2017年4月の会社設立と同時にマーケティング専任チームを組織し、「around20(20歳前後の若者)」と名付けた彼ら・彼女たちの実態を調査すべく、活動を続けてきました。今回、若者の「今」と「未来」をさらに探るべく、「SHIBUYA109 lab.」を設立。若者と同じ目線で物事を見ることで、新しい時代を生きる彼らの熱量を発信し、企業と若者の架け橋となるようなマーケティングデータを提供してまいります。今後は蓄積したマーケティングデータを基に、様々な企業の商品開発等のマーケティングサポートサービスの提供を予定しています。

「SHIBUYA109 lab.」所長には、当社のマーケティング戦略部所属の長田 麻衣(おさだ まい)が着任。毎月およそ200人のaround20と直接コミュニケーションをとり収集した若者のトレンドや意識について、SHIBUYA109 lab.ならではの観点から分析・発信してまいります。

なお、「SHIBUYA109 lab.」の設立と同時に、活動内容を発信する特設サイト(<https://shibuya109lab.jp>)もオープンいたします。過去の調査内容や、SHIBUYA109 lab.サイトでしか見ることのできない対談を随時公表予定です。

詳細は別紙の通りです。



SHIBUYA109 lab.活動イメージ

≪別紙≫

■ SHIBUYA109 lab.とは



SHIBUYA109 lab.

「SHIBUYA109 lab.」の設立にあたり、「若者に常に向き合ってきた SHIBUYA109 と、企業と若者の間に立ち、架け橋になっていきたい SHIBUYA109」を表現するため、シンボルロゴを作成しています。このロゴは SHIBUYA109 の象徴とも言えるシリンダー（円柱型の建物外観）と、シリンダーが立つ東京・渋谷のスクランブル交差点を抽象化しています。

SHIBUYA109 事業のエンジンは、約 40 年渋谷の中心に立ち続けてきたことで培われた“若者たちとの関係性”と、“それを資源として備える企業としての特色”です。このロゴは場所を含めてこそその特色を表現するために、シリンダーのみではなく、交差点までをふくめています。

また、俯瞰の構図によって、若者やマーケティング事業にとってのクライアント、いずれかに偏ることのない中立的な存在の表現を目指しています。

■ 「SHIBUYA109 lab.」サイトコンテンツ紹介（一例）

- ・ 東大研究員×フリー×SHIBUYA109 lab.連載企画／プリ帳 HISTORY



日本のガールズカルチャー史上、切っても切れないものの一つ、プリントシールをまとめた「プリ帳」。この「プリ帳」を、“盛り”を研究する久保友香先生、誕生以来若い子たちを魅了し青春を写し出してきたプリントシール機シェア No.1 のフリー株式会社、長年若者の流行を見続けてきた SHIBUYA109 が考察し、日本のガールズカルチャーを独自の切り口で見つめます。

サイト開設にあたっての第 1 回では、プリントシールを知り尽くす「GIRLS'TREND(ガールズトレンド) 研究所」所長の稲垣涼子さんをゲストに迎え、実際の「プリ帳」を見ながら 1990 年代と現在でも変わらない、女の子の価値観を探ります。

■ 「SHIBUYA109 lab.」サイト

<https://shibuya109lab.jp>

■ SHIBUYA109 lab.

SHIBUYA109 のターゲットである「around20(20 歳前後の若者)」を中心に彼ら・彼女たちの実態を調査し、SHIBUYA109 独自の分析を加えるマーケティング専任研究機関。

- ・ 設立：2018 年 5 月 17 日
- ・ 所長：長田 麻衣（株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント マーケティング戦略部所属）

◀過去の活動▶

第 1 弾：2017 年 12 月、女子高生・女子大生の冬休み意識調査について発表。「冬休み一番楽しみにしているのは“クリパ” という結果に。

第 2 弾：2018 年 3 月、学生 500 人を対象に悩みごとや相談方法について調査した結果、「進路(就職・進学)」のことを「学校やバイト先の友達」に「直接会って相談する」人が多いことが判明。

第 3 弾：2018 年 4 月、1 都 3 県に住む男女 500 人を対象に、自分が若者である時・あった時の「渋谷」での過ごし方について調査。渋谷は「デート・エンタメの街」から「友人と過ごす街」に変化していることが判明。

■ SHIBUYA109 エンタテインメントについて

会 社 名：株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント

事 業 内 容：SHIBUYA109 事業および関連する事業

資 本 金：326 百万円

株 主：東京急行電鉄株式会社 100%

設立年月日：2017 年 4 月 3 日（月）

代表取締役：木村知郎

本社所在地：東京都渋谷区道玄坂一丁目 10 番 7 号

店 舗 数：5 店（SHIBUYA109、MAGNET by SHIBUYA109、SHIBUYA109ABENO、SHIBUYA109KAGOSHIMA、109MEN'S 天神コア）

テナント売上高：242 億円（2016 年度）

子 会 社：東急商業發展（香港）有限公司

※SHIBUYA109（香港・ハーバーシティ）の運営・管理など

ホームページ：http://www.shibuya109.co.jp/