

**リトルプラネット KITE MITE MATSUDO（キテミテマツド）内に
ピープルの知育玩具体験エリアをオープン
リアルとデジタル双方の体験で顧客生涯価値（Life Time Value）を向上！**

株式会社 NTT ドコモ（以下、ドコモ）、ピープル株式会社（以下、ピープル）、株式会社リトプラ（以下、リトプラ）は、2023年3月8日（水）から、次世代型テーマパーク「リトルプラネット KITE MITE MATSUDO（キテミテマツド）」（千葉県松戸市）内に、ピープルが販売する玩具とドコモが提供するデジタル技術を組み合わせた体験エリアをオープンします。体験エリアでは玩具で自由に遊べるほか、自宅で Web アプリを活用した施策を提供することで、より商品を楽しめます。リアルとデジタル双方の体験により、顧客生涯価値（Life Time Value、以下 LTV）の向上をめざします。



体験エリアイメージ

期間：2023年3月8日（水）～（終了時期未定）

場所：「リトルプラネット KITE MITE MATSUDO」千葉県松戸市松戸 1307-1 キテミテマツド 6階

https://litpla.com/space/litpla_matsudo/

体験料：無料（別途リトルプラネット入場料が必要）

営業時間：パークの営業時間に準じます。

特設サイト：<https://the-st.com>

本取り組みでは、ドコモが開発を進める RaaS ソリューション「THE-ST（ザスト）」を活用します。

「THE-ST（ザスト）」は、メーカーと消費者を繋ぐ顧客接点をデジタルによって進化させ、メーカーのストーリーテラーとして、消費者のカスタマージャーニーに沿った体験を提供するプラットフォームです。

消費者は「商品を実際に使用してみたい」、メーカーは「消費者との直接的接点を持ちたい」など、リアルへの強いニーズがありますが、これまでの同様のソリューションは消費者に対して、新たな商品との出会いを提供し、商品販売をゴールとした取り組みが主流でした。

ドコモは、「THE-ST（ザスト）」の活用により、購入者を対象に、自宅では体験できないデジタルを組み合わせた店舗体験と自宅でもより楽しめる Web アプリの提供によるデジタル体験で、購入商品のファン化を促進し、メーカーへのブランド好感度を高めます。

■実施内容

店舗では、ピープルの主力知育玩具商品である「ねじハピ」と「ピタゴラス」を体験できます。「ねじハピ」エリアでは、DIY 玩具である「ねじハピ」を自分好みにカスタマイズし、エリアに設置されたお部屋を自由にデコレーションして楽しめます。「ピタゴラス」エリアでは、磁石でくっつく知育玩具である「ピタゴラス」を複数個使い、自宅ではできないような自分だけの大きな街を作れます。さらに、体験中に作った玩具を 3D スキャナで読み取り、その上自由に絵描きをする体験で、自分だけのオリジナルデータを作成できます。体験にあたってドコモが提供する「THE-ST（ザスト）」の Web アプリを利用します。「THE-ST（ザスト）」のアプリには体験価値を高める機能が複数用意されています。一つ目はミッション機能で、用意されたミッションをクリアしながら体験をすることでゲーム要素を持たせています。また、ミッションには自宅で遊ぶものも用意されており、自宅での遊ぶ楽しみを増やします。二つ目は体験記録機能で、店舗で作成した 3D データを確認し、思い出を振り返ることができます。これら以外にも、より商品のことが知れるコンテンツが楽しめます。

店舗でしかできない体験

作った玩具に
3D お絵描き体験



「ねじハピ」で DIY 体験



自宅でのアプリを組み合わせた体験

ミッション体験



体験記録



※画像はすべてイメージです。

■体験できる商品



「ねじハピ」はこれまで主に男児向けだった DIY 玩具市場の中で「かわいいものが好きだけど、DIY を体験してみたい！」と願うすべての子どもたちに向けた DIY トイシリーズです。カラフルなねじやデコパーツを組み合わせて自分らしいデザインが作れます。ねじが付け外しできるので、気分や使う場所に合わせてリメイクも自由自在です。



「ピタゴラス」は不思議な磁石でピタッ！とくっつく知育玩具です。さまざまな角度から、自分の目で見
て、手で触って、頭を使って遊ぶことで、自然と平面から立体を作り上げるイメージをつかめるようにな
り「空間認識力が育つ」と多くの子どもたちや保護者の方に支持されています。

店舗での体験玩具商品、滞在時間、Web アプリへの来訪回数、体験コンテンツなどの体験データは、個人を特定
しない形で取得し、ファン化につながった要因を特定します。また、そのデータを商品開発やマーケティング全般に活用
できるか検証します。今後、取り組み結果などを踏まえ、効果的に LTV を向上させる手法としての商用提供をめざします。

ドコモ、ピープル、リトプラの3社は本取り組みを通じて、消費者に玩具をより楽しめる新たな体験を提供します。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先

株式会社 NTT ドコモ インノベーション統括部 事業化第一担当

Mail:the-st-support-ml@nttdocomo.com

ピープル株式会社 コーポレート広報担当

Mail:pr.press@people-kk.co.jp

株式会社リトプラ 広報担当 横山

<https://corp.litpla.com/contact>