

2026 年 2 月 27 日

東芝テック株式会社

購買行動とクーポンを起点とした「謎解きキャンペーン」を実証実験

～購買体験を楽しむ新たな販促モデルを検証～

東芝テック株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：錦織弘信、以下「東芝テック」）と株式会社ハレガケ（本社：東京都豊島区、代表取締役：黒田洋介、以下「ハレガケ」）は、東芝テックが提供するクーポン発券クラウド基盤サービス「テッククーポンデリ」とハレガケが有する謎解きイベントの企画・運営ノウハウを組み合わせた「謎解きキャンペーン」の実証実験を 2026 年 2 月 28 日より開始します。

本取り組みは、消費者の購買行動やクーポンを起点として謎解き体験が進行する販促施策の検証です。



食品・消費財メーカーの販促施策には、値引きや特典付与など、消費者の購買を後押しする多様な取り組みがあります。東芝テックとハレガケは、消費者のニーズが多様化する昨今、楽しさや発見などの消費者体験を価値として提供する販促手法に着目し、価格施策とは異なる切り口として本キャンペーンを企画しました。

本キャンペーンは株式会社スーパーアルプス（本社：東京都八王子市、代表取締役：松本英男、以下「スーパーアルプス」）が運営するスーパーアルプス多摩境店において、対象商品を含む一定金額以上の買い物に謎解きへの参加が可能となる二次元コード付きクーポンを発券します。謎解きを完遂する

と、特定の商品を割引価格で購入することが可能です。

実証実験では、キャンペーンへの参加率および完遂率を測定することで、物語や謎解きといった参加型コンテンツを用いた販促手法の有効性を検証します。あわせて、運用上の課題や、新規顧客獲得の可能性、さらに来店頻度の低い若年層の来店動機になり得るかについても検証を行います。

<本実証実験の概要>

- ◇実施内容： 消費者の購買行動やクーポンを起点として謎解き体験が進行する販促施策として「謎解きキャンペーン」を企画、実施し、その有効性をキャンペーンの参加率や完遂率から検証
- ◇各社の役割：
- 東芝テック： 本キャンペーンおよび実証実験の企画・実施、ならびに「テッククーポンデリ」と POS システムの連動によるクーポン発券
- ハレガケ： 謎解きの企画および Web サイトの制作・運営
- スーパーアルプス： 実施店舗の提供

東芝テックとハレガケは、本実証実験を通じて得られた知見をもとに、「テッククーポンデリ」の券面を活用した体験型サービスの販促メニュー化を検討していきます。今後は、食品・消費財メーカーと連携の上、テーマやシナリオを柔軟に設計できる購買体験施策を販促メニューとして展開し、リテールメディアの新たな可能性を広げていく予定です。

<本キャンペーンの概要>

- 実施期間：2026 年 2 月 28 日（土）～3 月 8 日（日）
- 発券期間は 2 月 28 日（土）および 3 月 1 日（日）の 2 日間
- 実施店舗：スーパーアルプス 多摩境店
- 参加方法：実施店舗にて対象商品を含む一定金額以上の買い物を対象に、お会計時にクーポンを発券します。クーポンに表示された QR コードからキャンペーンサイトにアクセスすると参加可能です。

なお、本キャンペーンを含む「テッククーポンデリ」の新たな取り組みは、2026 年 3 月 3 日から 6 日に開催される「リテールテック JAPAN 2026」の東芝テックブースにて紹介する予定です。

本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

東芝テック株式会社
経営企画部 コーポレートコミュニケーション室
TEL：03-6830-9151