

インフォメーションディスプレイ Vol.23



株式会社 ユニクロ  
クリエイティブディレクション本部  
店舗設計部

中向 正博 様

株式会社 ユニクロ 様

ストリートファッションと流行の発信地、原宿にこの春誕生した「UT STORE HARAJUKU.」は、株式会社ユニクロが運営するTシャツ専門店。世界で唯一の「UT」ブランドストアは、Tシャツの新しい売り方、選び方をカタチにした、ユニクロの戦略拠点でもあります。



UT STORE HARAJUKU. 東京都渋谷区神宮前 <http://ut.uniqlo.com/>

ショップという環境は体感メディア。  
商品と映像と空気感が、そのままメッセージです。

PN-465  
12台導入  
(1F 店舗)

Tシャツの未来のコンビニエンスストア。それが「UT STORE HARAJUKU.」のコンセプト。ユニクロのTシャツ「UT」のブランド戦略を具現化した店舗は、端々までデザインが行き届いた空間です。店頭に流れるLED表示に引かれて店内へ。常時500種類以上あるTシャツはペットボトルにパッケージング。カテゴライズされ整然と什器を埋め尽くしています。商品の陳列もしかり、店内にもLEDを設置するなど近未来的な演出が施され、中でも目を引くのが1階の壁面をいっぱいに使って流れる動画。その大きな動きを可能にしているのが、横一列に連結された12台の『PN-465』です。「売り場の演出というだけでなく、商品情報の発信にもつながるよう、商品やWEBコンテンツとリンクするPC映像を流しています。12面を連ねたことでインパクトは抜群。これほど大規模に、売り場に映像を取り入れるのは初めての試みだったのですが、やはり訴求力が違います。」と、店舗設計部の中向様。ユニクロから「UT」へ。商品の見せ方までリデザインされた店舗では、映像もまた緻密に設計されています。



赤・白・シルバーを基調にしたスリッドな印象の店内。一方、商品のタグには手書きのコメントが。硬質感と温かさのバランスが新鮮。1~3Fの店舗、4Fギャラリーの総合ディレクションは佐藤可士和さんとのコラボレーションによるもの。



1F入り口から奥へ続く12連結のマルチディスプレイ。空間イメージに合わせて上下にシルバーのフレームを取り付けた。大きな動きのマルチ表示はベゼルをまたいても違和感がない。

導入時の評価ポイント

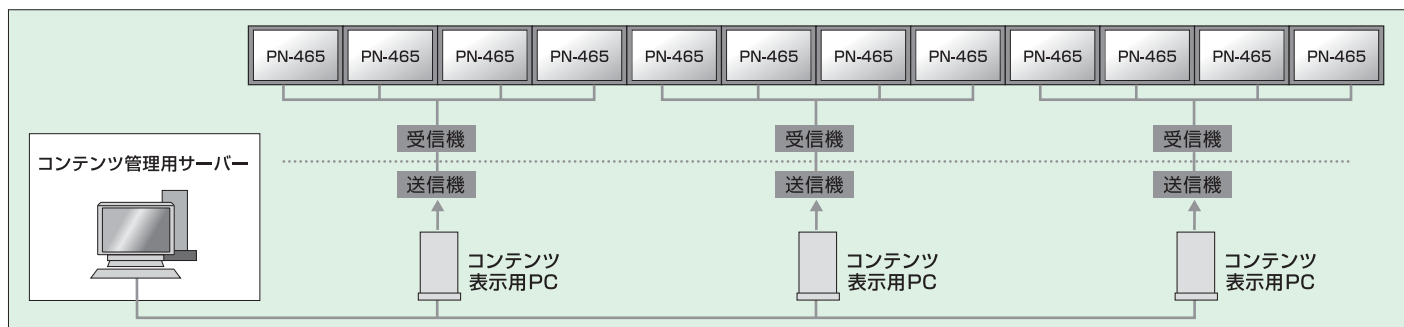
映像と商品の連動が可能な  
マルチモニター機能

明るい店内でも映り込みがなく視野角の広い  
ASV低反射ブラックTFT液晶

Webコンテンツとも親和性のよい  
高精細で色鮮やかな画面

UTブランド戦略の店舗デザインになじむ  
シンプルなデザイン

## ■ システム概略図



## 導入の経緯

ブランド戦略、店舗設計に  
映像の情報発信力を活かす。

「UT」のコンセプトをお客様にどのように訴求するか、企画段階で焦点は「店舗」と「WEB」、二つの情報発信の連動に絞られました。そして、店舗とWEBをつなぎながら「UT」の世界をよりリアルに表現する方法として、ユニクロ様では店舗への「商品と連動した映像」の導入を検討されました。

「DVDの映像を流すだけではなく、PC映像をコントロールすることを考えて検討した結果、行き着いたのは高度な機能、スペックの業務用ディスプレイでした。さらに、マルチ

表示に対応できる機種は限られます。2機種に絞り込み、最終的には、明るい店内の照明に影響されず、どこからでも綺麗で見やすいインフォメーションディスプレイに決めました。」1階に設置したディスプレイを、5階のPCルームから制御する条件もなんなくクリア。何度となくテストを重ね、12画面の映像がスムーズに同期するプログラムも完成。トップクリエイターの英知と彼らの眼鏡にかなうディスプレイがでて、他に例を見ない映像プロモーションが実現しました。



5FにあるPCルーム。3台のPCで各4台ずつの「PN-465」にLANを通じてコンテンツを配信している。コントロールは専用ソフトで。

## 導入後の感想

ショップの空気に溶け込む  
動く「UT」情報。

1階入り口から最初に目にする光景で、このショップのすべてがわかる。大胆な店舗デザインは、「UT」のブランディングに大きな効果をもたらしています。インフォメーションディスプレイと映し出される映像への反応も、手応え十分とか。

「映像と商品がリンクした見せ方、しかも動画をラインで見せるというインパクトのある表現に挑戦してよかった。お客様からは驚き

の声も聞かれますし、TシャツへのこだわりやUTの世界観を受け取ってもらえていると思います。これまでのユニクロの店舗とは違う、商品展開、新しさ、おもしろさが歓迎され、スタッフの励みにもなっています。」



コンテンツはここでしか見られないオリジナル。縦のスピーディなスクロール、4画面をスムーズにつないでいく横への流れと、動きにも特徴がある。

## 今後の展開予定

映像の引力を利用する  
売り場づくりを。

「今回の導入で映像の強さを実感しました。UT STORE HARAJUKU.では、Tシャツに特化した映像を商品展開に合わせて随時入れ替えていく予定です。また今後はユニクロの各ショップも視野に入れて、映像の強みを売り場に活かすノウハウを応用してい

たい。他の店でこのことと同じ展開はできませんが、アイデアや手法をいろいろなタイプの店に拡げていければと思います。」Tシャツは、それ自体がメディアにもアートにもなるアイテム。その可能性の大きさを感じさせる「UT STORE HARAJUKU.」の

展開は、映像の力も取り入れて新しい売り方、買い方の実績をつくりました。ユニクロならではのユニークな戦略は、商品カテゴリーの枠を越え、世界中へ引き継がれていくことでしょう。

## ● お問い合わせは

## シャープ株式会社

情報通信事業本部 ビジネスソリューション事業部  
電話：(03)3260-8217 / (0743)55-6373

2007年8月発行