

つくる旅、のこす旅、旅の中に MUJI to GO

## 世界同時キャンペーン「MINI to GO」実施のお知らせ



無印良品を企画、開発する株式会社良品計画(東京都豊島区/代表取締役社長 金井政明)は、「良い旅を・良い品と」をコンセプトに無印良品を編集したカテゴリー「MUJI to GO」の世界同時キャンペーンを昨年に引き続き実施します。2013年のキャンペーン名は「MINI to GO」。MUJI to GOのアイテムと3Dフィギア(ミニチュア・Miniature)を連携させた動画発信、プレゼント企画、売場およびWEB展開で、世界中に無印良品とそのコンセプトを発信します。「MINI to GO」は7月12日～8月15日、世界5カ国に展開するMUJI to GO単独店13店舗を含む全世界の無印良品で実施されます。なお、上海の新旗艦店、無印良品上海 APMでは、7月5日のオープン日より全世界に先駆けてキャンペーンが開始されます。

### つくる旅、のこす旅、旅の中に MUJI to GO

無印良品はいつも人々に寄り添っていたいと考えています。

日常でも非日常でも、どんな時にも邪魔にならず、必要な時に必要な役割を果たす。

MUJI to GOは日常と非日常の交差点を「旅」と位置づけ、7,000アイテムから選び抜かれた商品群。

しかしその佇まいは、決して主張するものではありません。

旅に寄り添う無印良品を世界の人々に伝えたいと考えたとき、私たちが出会ったのは OMOTE 3D SHASHIN KAN(オモテサンドウシャシンカン)を開催し、話題となったクリエイティブ・ラボ PARTY。

あまりに突飛な組み合わせと思われるかもしれませんが、言葉を超えて伝える力を3Dフィギアに感じたのです。

「既存の概念に捉われず、新しい価値を創造する」という思いは、無印良品と PARTY が共有するものと考えます。

無印良品は旅をモチーフに3Dフィギアで、いつもそこにある無印良品を表現します。

リアルな旅を道具として作る無印良品と旅を形として残す3Dフィギア。

つくる旅、のこす旅、そのどちらの旅にも無印良品が存在します。

### 「MINI to GO」3Dフィギア(MINIATURE)で表現する MUJI to GO の世界

旅をモチーフに3Dフィギアでいつもそこにある無印良品を表現するにあたり、私たちが考えたのは、本物の家族が旅をし、目的地である地球の裏側＝背中で自分たちの旅を形に残した3Dフィギアと対面するというストーリー。ストーリーを映像化し、WEBやSNSで発信することで、MUJI to GOの世界観を拡散させていきます。キャンペーン期間中には、全世界から選ばれた1家族にお好きな目的地と同様の旅をプレゼントするほか、世界4都市の旗艦店で3D体験ができる施策を実施します。なお、事前の映像制作、旅のプレゼントにおいては、全日本空輸株式会社(以下、ANA)に全面的な協力をいただきます。

#### 【キャンペーン期間中のプレゼント概要】

- WEBで応募いただいたお客様から抽選で1家族様にANA就航便の発着するお好きな区間の旅とフィギアをプレゼント
- 世界4都市の旗艦店(有楽町、グランフロント大阪、上海 APM、ニューヨークタイムズスクエア)では、ご来店いただいたお客様のために3D画像を体験できるブースを設置し、撮影した画像をプレゼント
- 世界の無印良品にて、日本円換算で3,000円相当以上をお買い上げのお客様から抽選で合計10家族に3Dフィギアをプレゼント(当社指定の日時に指定店舗にて撮影可能なご家族に限ります)

以上