

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(改定版)

2013年6月5日に発行いたしましたリリースの内容が変更になりましたので、改定リリースを発行いたします。主な変更点はキャンペーンの核となる店舗であった上海新旗艦店が入居するショッピング施設・上海APMのオープン日が急遽延期になったことによるものです。

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。

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都市の大型店で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都市の大型店(有楽町、グランフロント大阪、上海正大広場、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