

松屋を象徴する自主編集売場「デザインコレクション」をバーチャルストアで体験

# DESIGN COLLECTION VIRTUAL STORE

デザインコレクション バーチャルストア

## 11月17日(水) オープン

[https://matsuya.dio.land/design\\_collection/](https://matsuya.dio.land/design_collection/)



11月17日(水)、松屋銀座ウェブサイトにて、松屋初のバーチャルストア「デザインコレクション バーチャルストア」をオープンします。コロナ禍の行動規制により、急速に普及したインターネットでの買い物。松屋もお客様の購買方法のひとつとして、オンラインストアの強化を進めてまいりました。そして今回、リアル店舗ならではの商品発見やブランド体験を実際に店舗に行かなくても楽しめるバーチャルストアを松屋銀座ウェブサイト内に開設し、百貨店らしいオンラインストアの実現を目指します。

「デザインコレクション」は、1955年に松屋と日本デザインコミッティーが協力して作った、松屋銀座7階にあるデザインのセレクトショップです。すべての商品が日本デザインコミッティーメンバーの審美眼により選び抜かれたセレクトショップの草分け的存在であり、松屋のアイデンティティーとも言える大切な場所。バーチャルストアには、デザインコレクションで扱う約700点のうち、創設当初から愛され続けた物や最新アイテムなど、デザインの珠玉ともいえる約100アイテムを出品し、100点全て「松屋オンライン」で購入いただけます。

制作は、これまで国宝や世界遺産、寺社文化財などのデジタルアーカイブを制作してきた株式会社DiO。8Kを超える高細密な画質や商品の360°回転など様々な仕掛けで、VRでも商品の素材感やショップの隅々まで再現し、没入感のある来店感覚を体験いただけます。

- |         |   |
|---------|---|
| ■ サイト名  | デザインコレクション バーチャルストア   |
| ■ URL   | <a href="https://matsuya.dio.land/design_collection/">https://matsuya.dio.land/design_collection/</a> |
| ■ 狙い    | ①百貨店らしい買い物体験を追及したオンラインストアの構築<br>②「デザインコレクション」の更なる認知度拡大と新規顧客の開拓<br>③バーチャルから実店舗への集客                     |
| ■ ターゲット | デザインへの関心が高い、暮らしを豊かにしたいと考える方   |
| ■ 取扱商品  | 約100点(家具/時計/文具/玩具/食器/家庭用品/ガラス製品/その他)  |
| ■ 目標    | ECだけでなく店頭も併せて売上増を狙う。デザインコレクションとして年間売上前年比125%を目指す  |

## デザインコレクション バーチャルストア 導入の目的

### ①百貨店らしい買い物体験を追及したオンラインストアの構築

デザインコレクションの売場を自由に歩いて商品を発見する買い物の楽しさをバーチャルで再現します。

### ②松屋のシンボルであるデザインのセレクトショップ「デザインコレクション」の更なる認知度拡大、新規顧客の開拓

松屋を象徴する存在であるデザインコレクションをより多くの方に知っていただく機会を創出します。

### ③バーチャルから実店舗への集客

従来百貨店を利用しない方がVRでデザインコレクションを体験することにより、松屋銀座への来店のきっかけとなることを期待します。

## デザインコレクション バーチャルストアの特徴

### ①8Kを超える高画素、高細密な画像と複合的な新規技術での演出でリアル店舗を再現

売場をそのまま高精細写真で再現することにより、リアルな風景を損なわないため、照明のもたらず雰囲気、厳選された商品が並ぶレイアウトの妙なども感じられ、画面上でも没入感のある来店体験をしていただけます。

店内を周遊すると一人称視点で、一步一步店内を自分で歩みを進めるような期待感を与えてくれます。

高精細に360°見渡すことができ、リアルな視線誘導や歩く感覚の再現で、来店体験を演出します。

### ②商品を360°回転（360°回転商品：開設時28点）

デジタルで買い物する際の見えない面がある煩わしさを解消するとともに、店頭では中々見られない面を見られる発見もあり、お客様の満足感を高めます。

### ③商品特性に応じて動画でプラスアルファの情報を提供（動画紹介商品：開設時11点）

美しい音色とユーモラスな動きのオルゴールや、小気味良い音を鳴らして落ちるマテリアルの動きや音の魅力や、折りたためる椅子やワンプッシュで開閉する折り畳み傘の機能性を分かりやすく動画で伝えます。

商品特性に応じて、動画で機能や特徴を確認。対面での接客に近い細やかな情報を提供します。

## デザインコレクションとは



松屋銀座7階「デザインコレクション」は、1955(昭和30)年にオープンした、デザイン・セレクトショップの先駆的な存在です。商品を選定しているのは、日本のグッドデザイン運動の展開を趣旨として、1953年に設立された日本デザインコミッティー(発足時は国際デザインコミッティー)のメンバーたちで、「デザインコレクション」は現在に至るまで、その中心的な活動のひとつとなっています。現在も2カ月に1度選定会を行い、商品が入れ替わっており、コミッティーメンバーの目で選び抜かれた、機能的で美しいデザインの生活用品の数々が約700点並んでいます。

(画像左)1955年 真剣なまなざしで商品選定を行う剣持勇、滝口修造、岡本太郎ら創立メンバーたち。

(中央)1950年代 初期の売場(当時の名称は「グッドデザインコーナー」) (右)1960年代

創設当初から愛され続けた物や最新アイテムなどデザインの珠玉ともいえる約 100 アイテムをラインアップ

実店舗に並ぶ約 700 品の中から、デザインの珠玉ともいえる名品 100 アイテムを揃えました。造詣をVRで多角的に見せることで、名品の美しさを改めて感じることができ、100 点全て「松屋オンラインストア」で購入が可能です。また、実店舗同様に選定者からのコメントが見られるだけでなく、日本デザインコミッティーの活動や選定者のプロフィールを知れるなど、インターネットならではの派生も楽しめます。展開商品は今後動向を見ながら追加していく予定です。

◎アイテム数 全 56 種類 100 アイテム (うち、360° 回転商品:28 動画撮影:11 )

家具／時計／文具／玩具／食器／家庭用品／その他



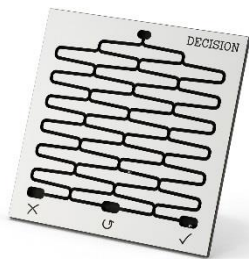
日本工業デザインのパイオニア、柳宗理による日本のミッドセンチュリー家具の代表作

**バタフライスツール** 51,700 円 1956 | 天童木工 | 柳宗理

(選定者・佐藤卓氏コメント)

すでにスツールの歴史にその名を残した柳宗理デザインによる名作です。成形合板という素材だからできる「折り」や「曲げ」により生まれる美しい形を、柳氏は手の感覚を頼りにうまく引き出しました。2枚の板と留め具だけで、蝶が舞うような形を作っています。

バーチャルストアでは **360° 回転**



ドイツの壁掛けの玉落とし

**DECISION** 19,250 円 Country Living | ブルクハルト・ヴェンデル

(選定者・渡辺カ氏コメント)

この玩具がコミッティーで取り上げられたのは、それほど昔のことではないが、これで遊んでいる人たちが何人か売り場で見たことがある。まったく単純な玩具だが、その単純さが魅力になっているのだろう。インテリアとしてもすばらしい。

バーチャルストアでは **玉が落ちる様子を動画で紹介**



デザインコレクション創設当初から愛されるベストセラー

**G 型しょうゆさし** 大:1,870 円 小:1,650 円 1958 | 白山陶器 | 森正洋

(選定コメント)

人差し指でキャップを押さえ、親指と中指でボトルを支える。醤油をさす行為が作法として決定される形である。モノの形だけでなく、それを持つ手の形とそれを使う所作のすべてが統合されたデザイン。蓋の摘みに小さな穴があり指で押さえて醤油の量を調整できる。

コンテンツ制作:株式会社DiO

2017 年設立。VRコンテンツ配信、京都を中心とした国宝や世界遺産、寺社文化財などのデジタルアーカイブを制作。松屋銀座「デザインコレクション バーチャルストア」が初の百貨店向けVR+Eコマース事業となります。

**DiO**  
Digital  
information  
Omnichannel