

三越伊勢丹×デジタルハリウッド大学大学院 産学連携プロジェクト**伊勢丹新宿本店メンズ館****「PITTI IMMAGINE UOMO at ISETAN MEN'S」キャンペーンにて
最新のデジタル技術を使用した、店頭デジタルプロモーションを展開**

株式会社三越伊勢丹（東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：大西洋）は、デジタルハリウッド大学大学院（東京都千代田区、学長：杉山知之）と、産学連携プロジェクトとして、あらたに最新のデジタル技術を使用したデジタルプロモーションキャンペーンを伊勢丹新宿本店メンズ館全館にて、7月20日（水）から8月9日（火）まで約3週間にわたり開催します。

**■取組の背景と目的**

三越伊勢丹グループでは、2015年から全社キャンペーンの“彩り祭”などを通じ、デジタルとファッションが融合するあらたなライフスタイル提案や、人工知能を活用した接客サービスなどを通じて、お客さまにあらたな体験・感動をご提供するとともに、デジタル戦略を推進して参りました。

デジタルコミュニケーションを通じ、世の中にあらたな価値をあたえることを目的に活動しているデジタルハリウッド大学大学院が推進している「ファッション×テクノロジー」領域での取り組みに賛同し、2015年12月に、産学連携プロジェクトを立ち上げました。

デジタルハリウッド大学大学院の研究機関である「メディアサイエンス研究所」の研究員であるヒラタモトヨシ氏の総合監修により、7月20日（水）から、伊勢丹新宿本店メンズ館で始まる日伊貿易150周年企画「PITTI IMMAGINE UOMO at ISETAN MEN'S」キャンペーンにおいて、VRや、アクリルの反射を活用した未来型インタラクティブサイネージ、高精細ヴァーティカル収録映像による全館装飾といった映像・音の最先端の技術を利用し、メンズ館全体で、イタリアで開催された大規模なメンズファッションの展示会場にあたかもいるかのような感動を、五感を通じて体験いただくデジタルプロモーションを展開し、ファッションを通じて、あらたなデジタルの市場開拓とあらたな体験の創出に挑戦します。

■伊勢丹新宿本店メンズ館におけるデジタルプロモーション展開内容

①VRを用いた体験「PITTI×VR」

：1階プロモーション、4階インターナショナルラグジュアリー、
5階ビジネススクローリング、6階コンテンポラリーカジュアル

ファッション特化型VRパッケージ「STYLY」
を活用した、業界初の高精細3Dスキャン技術
により、VR空間内に高精細に立体再現された
衣服を「触る」と、そのブランドのバッグ



グラウンドをも同時に体感できるバーチャルリアリティーブランディング作品や、GEAR VRを設置し、館内各所でPITTIや会場のあるフィレンツェのVR映像体験が出来ます。

②アクリルの反射を活用した未来型双方向サイネージの展示

「REFLECTION INTERACTIVE SIGNAGE」

：1階正面入り口

アクリルの反射を活用した未来型
インタラクションサイネージを設置。



第一線で活躍するクリエイターチームと連携し、
イタリアの「Pitti Immagine Uomo」展示会場のイメージを、先端
デジタル技術を用いて店頭に表現します。

③高精細ヴァーティカル収録映像によるメンズ館全館装飾

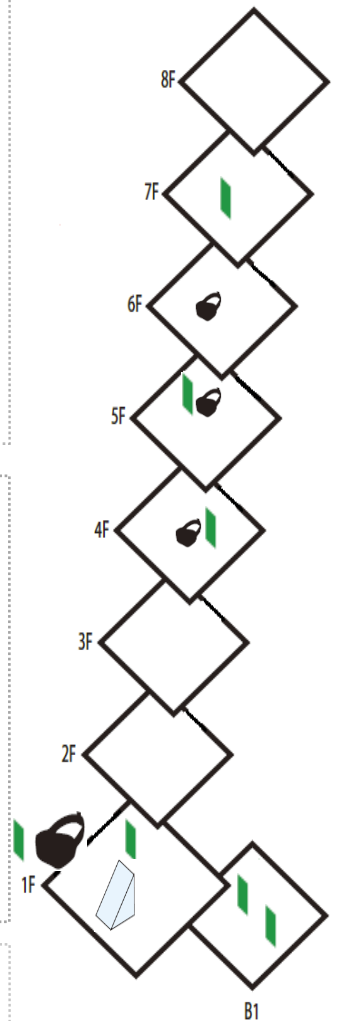
「VERTICAL HIGH-DEFINITION MOVIE」

：地下1階紳士靴・鞆、4階インターナショナルラグジュアリー5階
ビジネススクローリング、7階オーセンティックカジュアル

PITTIを代表するブランドのデザイナー・ディレクターへのインタビ
ュー映像を大型の縦サイネージで館内各所に配置。現地の空気感を伝
える高精細ヴァーティカル収録映像による全館装飾を行います。

「スマートフォンにも最適化した縦フォーマットのブランド映像をメ
ンズ館各階（大型ディスプレイ6枚）と「ISETAN MEN'S net」経由
でユーザーに公開し訴求します。また、AR・VRアプリ「ルクルク」
を店頭サイネージへかざすと伊勢丹メンズ館公式メディア「ISETAN
MEN'S net」へ遷移し、売り場とインターネットの融合を図ります。

伊勢丹新宿本店 メンズ館展開マップ



VR展開



未来型双方向
サイネージ



高精細ヴァーテ
ィカル収録映像

■デジタルハリウッド大学大学院の学生たちと「Pitti Immagine Uomo」で撮影

イタリアで、2016年1月に開催された「Pitti Immagine Uomo」の様子（PITTIを代表するブランドのデザイナー、ディレクターへのインタビューや、会場風景）をヴァーティカル4K・VR・バイノーラルサウンドなどの最先端デジタル手法で収録いたしました。



■9月末に開催の「イタリア展」でも、さまざまなデジタルコンテンツを展開予定

9月末から始まる全国各地の伊勢丹店舗のイタリア展でも、VRを活用し、イタリアの空気を体感できるコンテンツとして、バイノーラルサウンドの手法を取り入れ、イタリアの観光名所やカンツォーネ等の音楽を織り交ぜながら“ファッション”をお届けする予定です。



■日伊貿易150周年企画「PITTI IMMAGINE UOMO at ISETAN MEN'S」キャンペーンとは

- ・会期：7月20日（水）～8月9日（火）
- ・会場：伊勢丹新宿本店メンズ館 各階

1月と6月に開催される、イタリア最大のメンズファッションの展示会「Pitti Immagine Uomo」。イタリア・フィレンツェで開催される大規模なメンズファッション展示会に出展したさまざま



なブランドの16年秋冬のコレクションを、伊勢丹新宿本店メンズ館全館にて約150ブランドを紹介するキャンペーンで、今年で6回目を迎えます。

本年のテーマは、「ジェネレーションズ」。年代に関係なくファッションを楽しむというあらたなトレンドを提案し、メンズ館限定アイテムなども取り揃え、期間中は、メンズ館全館がPITTI色に染まります。

総合テーマ：GENERATION(S)

総合監修協力：合資会社モード・ファクトリー・ドット・コム

VRコンテンツ制作協力：オズミックコーポレーション株式会社/Psychic VR Lab

VR機材協力：マスプロ電工株式会社 (Kodak PIXPRO SP360 4K)、マウスコンピュータ

ヴァーティカル映像収録機材協力：Panasonic (LUMIX DMC-GH4)

バイノーラルマイク機材協力：J.TESORI (3Dio Free Space Omni)

アクリルインタラクティブサイネージ制作協力：navaproducts、elephant design、PROTO-TYPE INC.

お問合せ先 (株)三越伊勢丹ホールディングス 広報

TEL：03-6205-6003 FAX：03-6205-6009