



ENTERTAINMENT POPUP SPACE
DISP!!!
 ★★

ポップアップストア、ショールーム、タッチ&トライ、ギャラリー……
 SHIBUYA109とエンタテイメントの融合で新たな感動体験を！

Point 1

Branding

ブランディング
 プロモーション

Point 2

Support

ストア構築・運営
 全面サポート

Point 3

Hybrid

リアル&デジタル
 ハイブリッド

Concept

エンタテインメントの持つパワーと、SHIBUYA109のファッションやインキュベーションが融合する、新しいカタチのポップアップストアです。

【DISP!!!】というネーミングは「Discover Project」の略で、「人々に感動を与えるプロジェクトがここから生まれる！」という思いが込められています。

音楽・アーティストだけでなく、アニメやゲーム、お笑いなど・・・幅広いエンタテインメント・コンテンツに対応可能です。

エンタテインメントとは、人々に感動をあたえるもの。そして「ここでしか見れない！買えない！」リアルな感動体験こそが、SNS時代に求められるブランディング。SHIBUYA109がサポートします。

東京【渋谷】のSHIBUYA109を中心としたネットワークを活かし、大阪、福岡、鹿児島、香港の連動が可能です。

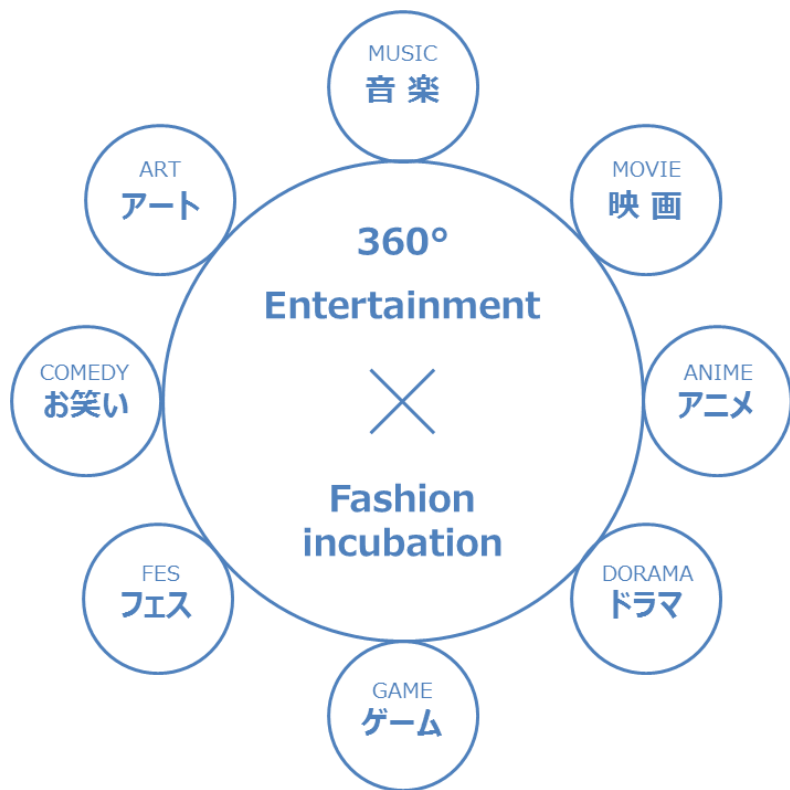
TENJIN
FUKUOKA

SHIBUYA
TOKYO

ABENO
OSAKA

KAGOSHIMA

HONG KONG



エンタテインメントとは **感動** を与えるもの

限定アイテム

イベント・コミュニケーション

空間演出

ここでしか見れない！買えない！
リアルな感動体験創出

SHIBUYA109による
万全なサポート体制

店づくり

モノづくり

販売体制

SHIBUYA
TOKYO

〒150-0043
東京都渋谷区道玄坂2-29-1 SHIBUYA109 8F
店舗TEL : 03-3477-5095

ABENO
OSAKA

〒545-0052
大阪府大阪市阿倍野区阿倍野筋一丁目6番1号あべのキューズモール2F SHIBUYA109ABENO内
店舗TEL : 06-6632-0109

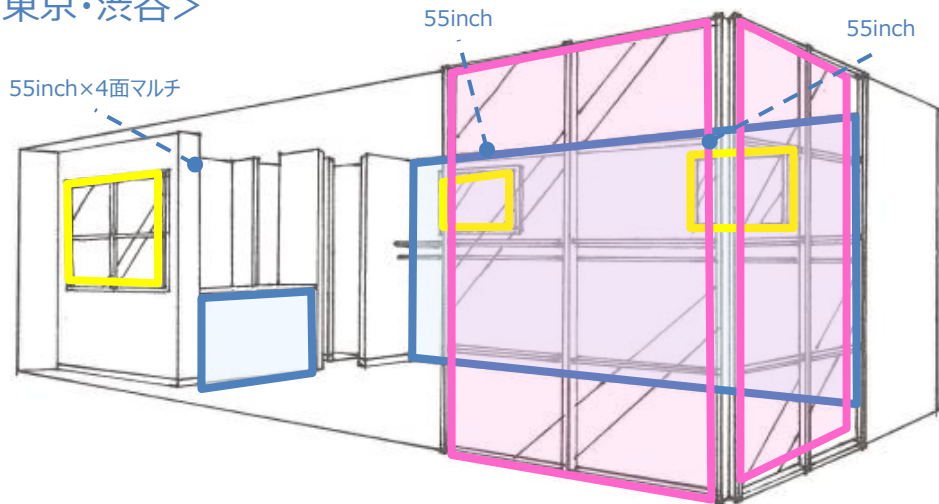
Point 1

Branding

ブランディング プロモーション

ショーウィンドウ、壁面、床面にはシートで世界観を表現できます。サイネージ（3面）でスピーディー＆スマートに店舗デザインが可能です。什器も豊富に取り揃えております。リリース発信、SNS拡散、SHIBUYA109館内ポスター、109NEWS・・・等、各種プロモーションもサポートいたします。

<東京・渋谷>



<大阪・阿倍野>



- ショーウィンドウ（正面・側面）
- 壁面（正面・側面・床面）
- サイネージ（リンクレイシステム）

Support

ストア構築・運営
全面サポート

【販売体制】

店舗運営から品揃えまで営業代行・サポートします。

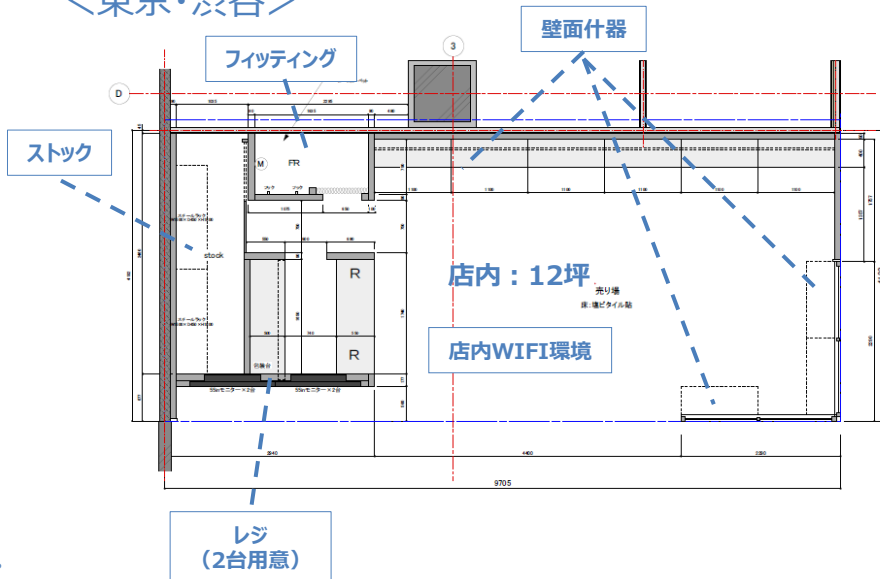
【店舗内装】

音響・照明・ストック・レジ・フィッティングすべて完備。
什器も多数取り揃えております。

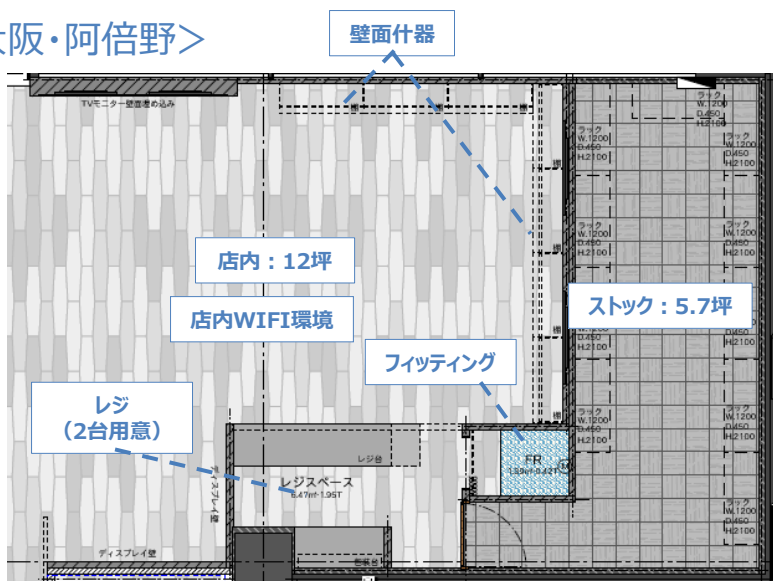
【イベント・コミュニケーション】

握手会・撮影会等、ファンが喜ぶイベントも実施可能。
企画から実施までサポートします。

<東京・渋谷>



<大阪・阿倍野>



Hybrid

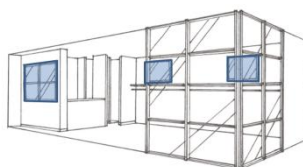
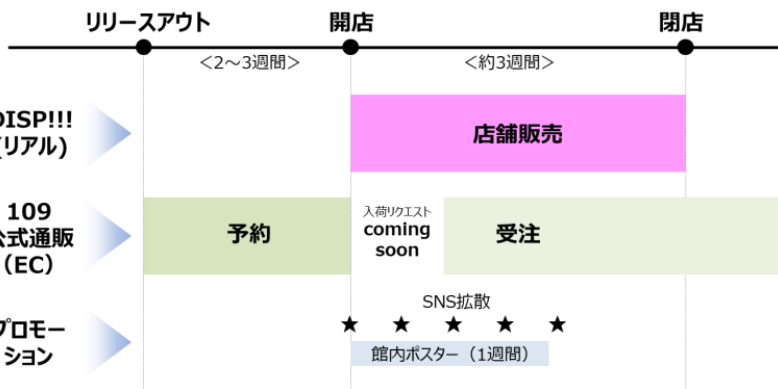
リアル&デジタル
ハイブリッド

【109公式通販 (EC) 連動】

SHIBUYA109に來れない全国のファンに向けて、109公式
通販で販売が可能です。ポップアップストア開店前の「予約」と、
閉店後の「受注」で在庫リスクの軽減も可能です。

【デジタルサイネージ (リンクレイ)】

リンクレイ専用アプリを画面にかざすと、限定動画を見れたり、
デジタルコンテンツをダウンロードできたりします。



LinkRay

來店いただいたお客様に対し、インタラクティブ体験
を提供する特殊なサイネージ。

109公式SNS



フォロワー
12万人



フォロワー
2.5万人



友達数
5.5万人

SHIBUYA109公式SNSにて、ブランディング・プロモーションをサポートいたします。オープン告知をはじめ、会期中のイベント情報の拡散や、109通販への遷移など、SNSの特性に合わせたアプローチいたします。

※告知強化のためにもSNSキャンペーンへのご協力をお願いします。



Twitter



Instagram



LINE

RT企画によるPOPUPSTOREの情報拡散や、LINEのカレンダー企画による会期中のイベント告知など、キャンペーンと組み合わせた施策を実施

109公式アプリ



SHIBUYA109公式アプリでは、キャンペーンや施策の発信だけでなく、渋谷にいるユーザーにタイムリーに店舗情報のアプローチが可能（ジオ・セグメントプッシュ機能）です。

※アプリ内にバナーを掲出することもできます。



109ニュース

109 ニュース

シブヤ編集部
月間110万PV



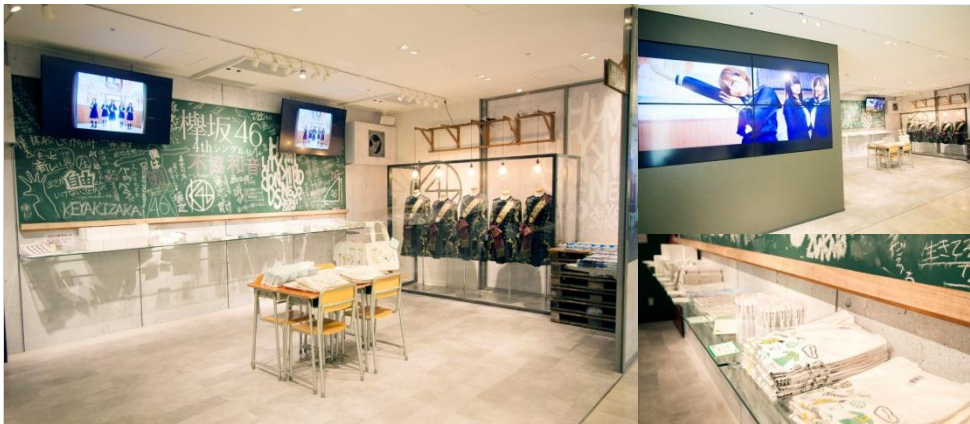
フォロワー
5.5万人

SHIBUYA109が運営する「109ニュースシブヤ編集部」ではニュース形式で記事配信が可能です。提携ニュースサイトのネットワークにより、多くの拡散が実現できます。さらに109ニュース公式Twitterでの発信や109公式SNSと組み合わせて拡散させることもできます。



photo library

過去実績集



POP UP STORE

渋谷：2017/4/4(火)~5/7(日) (34日間)
EC：2017/5/15(月)~5/31(水) (17日間)

欉坂46 POP UP STORE

<STORY>

2017年4月5日にリリースされた4th シングル「不協和音」の持つ世界観を映像や店舗装飾で表現。

メンバー全員が描いたイラストをデザインに用いたSHIBUYA109限定アイテムの販売、昨年紅白歌合戦で着用した衣装展示、ここでしか見ることのできないレア映像など、様々な仕掛けを展開。冠番組「欉って、書けない?」で紹介されたことで初日から多くのお客様が来店された。

<ITEM LINE UP>

メンバー21人全員が描いたイラストがTシャツやタオルになって登場。さらにリング、イヤリング、ネックレス、ヘアタイなど、109限定のアクセサリも展開。

ご購入いただいたお客さまにはSHIBUYA109限定ショッパーで商品をお渡ししました。



POP UP STORE

渋谷：2017/5/12(金)~5/31(水) (20日間)
EC：2017/5/23(火)~5/31(水) (9日間)

MONSTA X POP UP STORE

<STORY>

5月17日に日本デビューを控えたK-POPアーティスト「MONSTA-X」。同日発売の日本デビューシングル「HERO」のリリースに合わせ、PVの世界観を表現。Zepp Nambaのショーケースで着用した衣装展示、オリジナルアイテムや限定ショッパー（期間を分け計2種類）の配布などを実施。

また、来日・リリース・KCON出場で盛り上がるタイミングに合わせ、メンバー来店イベントを実施。多くのファンが集まった。

<ITEM LINE UP>

定番のTシャツやタオルに加え、スマホリングやメンバー別ネームプレート（ランダム）、トラベル用アイテムの販売。

購入者先着特典のショッパーや、メンバー来店時記入の店内サインを目的に、複数回来館される方も多かった。



POP UP STORE

渋谷：2017/6/2(金)~6/9(木) (8日間)

女囚セブン×新しい学校のリーダーズ 花園刑務所渋谷109出張所

<STORY>

テレビドラマ「女囚セブン」と、その主題歌を担当した「新しい学校のリーダーズ」の展示および物販。

ドラマ撮影に使用した衣装や小道具の展示、花園刑務所の囚人風写真が撮れる牢屋フォトスポットでドラマの世界観を再現。

<ITEM LINE UP>

- ・新しい学校のリーダーズアイテム
- ドラマ主題歌「毒花」のCD等
- ・SNSキャンペーン

『あなたのはみ出した罪はなんですかの競技大会』牢屋フォトスポットで撮影した写真と、自信のセンチメンタルな罪をTwitterで投稿すると、リーダーズサイン入りアイテムやクオカードをプレゼント。



<STORY>

LA出身の若手デザイナー「エスターキム」と、WCのコラボ第4弾を記念し、アートとファッションの融合をテーマに、エスターキムならではのかわいらしい世界観を演出。新商品の先行販売や完売商品の再入荷などに加え、WCらしいユーズド感のある商品が勢ぞろいした。

<ITEM LINE UP>

- ・コラボ第4弾アイテムを先行販売
エスターキムのウサギバックやぬいぐるみなど、アパレル以外のアイテムも好評
- ・店頭に置いた缶バッチガチャが好評
- ・エスターキムの世界観に合うテイストの商品を多く集め、SKU数も豊富に取りそろえた

POP UP STORE

渋谷：2017/6/11(日)~6/29(木) (19日間)

エスターキム×WC



<STORY>

6月28日にアルバム「#TWICE」を発売し日本デビューしたことを記念し、「TWICE×109 #SUMMER SALE 2017」と題し、夏のセール全館タイアップを展開。渋谷・阿倍野の同時POPUP展開、写真展、館内BGM・館内装飾ジャックを実施。連日多くのファンが来館した。6月30日には「Mステ」に出演、翌7月1日開店前に109へ来館。お客様の前にサプライズ登場した。(添付写真※着用アイテムは、すべて109ブランド)

<ITEM LINE UP>

リボンチョーカー・マグカップ・ラウンドマット・缶バッチ・ヘアピンなどすべて109限定商品で構成。LIVE会場では販売しないものや、アパレルアイテムを用意。開始数日で多くのアイテムが品切れとなった。7月2日のショーケースアイテムも販売した。

POP UP STORE

渋谷：2017/7/1(土)~7/30(日) (30日間)
EC：2017/7/21(金)~7/31(月) (11日間)

TWICE POP UP STORE



<STORY>

8月4日の実写映画公開を記念し、SHIBUYA109全館キャンペーン+渋谷・鹿児島でPOPUPSTOREを展開。山崎賢人・新田真剣佑・神木隆之介、小松菜奈の人気若手俳優を起用した映画メインビジュアルを使用。上記4名の映画着用衣装を展示し、限定アイテムが当たるマストバイキャンペーンを実施。

<ITEM LINE UP>

原作者「荒木飛呂彦」の映画描き下ろしイラストを使用したポップコーンケース (109限定) を販売した。

POP UP STORE

渋谷：2017/8/1(火)~8/8(火) (8日間)
鹿児島：2017/8/11(金)~8/13(日) (3日間)

ジョジョの奇妙な冒険 ダイヤモンドは砕けない 第一章 POP UP STORE



<STORY>

人気インフルエンサー「田中芽衣」がクリエイティブディレクターを務めるアパレルブランド「mememi」。ECのみで販売していたブランドを期間限定でリアル店舗オープンした。若いファン層に向け夏休みに展開し、来店イベント（チキ会）を実施。特別撮り下ろし映像を店頭で放映し、購入者全員に、限定ショッパー（2色）をプレゼントした。

<ITEM LINE UP>

ECで大人気だったトートバックなど復刻商品や、109限定Tシャツ、新作など・・・

POP UP STORE

渋谷：2017/8/10(木)~8/13(日) (4日間)

mememi (田中芽衣) POP UP STORE



<STORY>

週刊少年ジャンプ連載終了15年のタイミングでPOPUPSTOREオープン。同フロアの「SBY」とのコラボタピオカや、プリクラ「コラボニヨン」とのコラボなど立体的に展開。

また、東日本大震災の被害を受けた福島Jビレッジの復興プロジェクト支援企画として、アディダスとコラボしたグッズも販売し売上金を寄付した。登場人物の誕生日イベントや、作者である樋口大輔先生の来店イベントを開催し、大いに盛り上がりを見た。(8月11日~13日開催の「コミックマーケット」との相乗効果もあった)

<ITEM LINE UP>

缶バッチの種類を豊富に用意したほか、メンバー別ラバーバンドなどを用意。アディダスコラボのサッカーユニフォーム（支援アイテム）も販売した。

POP UP STORE

渋谷：2017/8/14(月)~8/20(日) (7日間)

WHISTLE! POP UP STORE



<STORY>

インフルエンサー事務所「VAZ」の人気YouTuberオリジナルストア。

動画の中の人であるYouTuber約20名が、毎日入れ替わりで来店し、握手会・サイン会・撮影会といった交流イベントを実施。

夏休み後半に展開したことで、10代のファンが押し寄せ、過去に類を見ないほどの大盛況となった。

<ITEM LINE UP>

109限定アイテムをメインに、各YouTuberが監修したアパレル・バック・ステーショナリーなど、100以上のアイテムを取り揃えた、バラエティ豊かなラインナップ。

POP UP STORE

渋谷：2017/8/22(火)~8/31(木) (10日間)

VAZ MART



<STORY>

EXILE TRIBEをはじめ超豪華キャスト陣が贈る、数多くのメディアとエンタメを巻き込み展開中のプロジェクト「HIGH&LOW」の限定ショップ。人気漫画家グループ「CLAMP」が、プロジェクトの硬派な世界観を可愛く描く「g-sword」シリーズの109限定のオリジナルアイテムを販売。

<ITEM LINE UP>

「g-sword」オリジナルグッズ（109限定）ほか、出演メンバーの肖像商品、11月公開の新作映画の特典付きムビチケカードの販売など、プロジェクトに関連した幅広いアイテムを取り揃えた。特にランダム販売のガチャガチャと109限定販売のクリアポスターが人気となった。

POP UP STORE

渋谷：2017/9/9(土)~9/18(月)（10日間）

HiGH&LOW × SHIBUYA109 POP UP STORE



<STORY>

9月22日公開映画「あさひなぐ」と、SHIBUYA109の「学割」キャンペーンがタイアップ。期間中、劇中着用衣装の展示や、写真パネル、ためし読み、フォトブースなどの特別益しビジョンを展開。

またSHIBUYA109全館において、学割ビジュアルや応募型キャンペーンのタイアップを実施した。

EXHIBITION

渋谷：2017/9/22(金)~9/26(火)（5日間）

あさひなぐ（展示）



<STORY>

ファッションレンタルサービス「メチャカリ」のサービスが、SHIBUYA109店頭で受けられる初のリアルイベントを“女性限定”で実施。イメージキャラクターの榎坂46がセレクトしたコーディネートをはじめ、CM着用コーディネートを表示。

初日開店前には、榎坂46のメンバー菅井友香、守屋茜、渡邊理佐の来店イベントを実施。事前の抽選で当選した来場者とのコミュニケーションや、メディア取材を実施した。

EXHIBITION

渋谷：2017/9/27(水)~9/28(木)（2日間）

REAL MECHAKARI SHOP（メチャカリ×榎坂46）



<STORY>

1980年代のレトロ感と、SNS主流の現代の要素をリンクさせた、懐かしも新しい「パックマン」の新ブランド「PAC STORE」。

世界的に有名なキャラクターであるパックマンのアップルを、109らしいかわいいイメージで展開。既存アップル販売の他、今後展開予定の新作の展示、同フロアの「SBY」とのコラボビデオ等、立体的に展開した。

<ITEM LINE UP>

パックマンがデザインされたアップル（ラグランTシャツ、パーカー、ルームウェア）、ステーションリー、雑貨などポップなアイテムを取り揃えた。

POP UP STORE

渋谷：2017/9/29(金)~10/5(土) (8日間)

PAC-STORE



<STORY>

ハロウィンキャンペーンとタイアップし立体的に展開。ブランドコラボアイテム販売、館内謎解き、プレゼントキャンペーンなどを実施。ビジュアルは109初となる【アニメキャラ×モデル】が実現。館内ポスターやアイテムには、安室・赤木といった新しい人気キャラクターを含む5キャラをハロウィン仕様に描き下した最新ビジュアルを使用。渋谷・大阪・鹿児島島の3店舗でPOPUPSTOREを拠点に、全国的なタイアップキャンペーンとなった。

<ITEM LINE UP>

既存商品の他に、今回描きおこしの2頭身イラストを使用した新アイテムや、109コラボの完全限定アイテムを販売。観光客の来店も多く、性別年齢ともに幅広いお客様が足を運んだ。

POP UP STORE

渋谷：2017/10/07(土)~11/05(日) (30日間) 鹿児島：2017/10/07(土)~10/31(火) (25日間)
 阿倍野：2017/10/07(土)~10/31(火) (25日間) EC：2017/10/18(水)~11/05(日) (19日間)

名探偵コナン×SHIBUYA109 STORE



<STORY>

2017年11月8日にアルバム「Finally」の発売に合わせオープン。店内はアルバムビジュアルで世界観を創出。特別衣装やフォトスポットなどの展示も行った。新譜・旧譜の販売だけでなく、25周年記念ライブのガチャガチャを限定販売。またSHIBUYA109地下1階では、ディスコグラフィ展、館内BGMでも期間中は安室の楽曲を流すなど109をジャック。引退発表直後というタイムリーさもあり、初日の開店前から長蛇の列ができガチャガチャは入荷の度に即売するなど、常に多くのお客様が来店した。

<ITEM LINE UP>

25周年記念ライブの限定ガチャガチャは即売。特典付きの新譜はもちろん、旧譜も多くのお客様が手に取った。

POP UP STORE

渋谷：2017/11/7(火)~11/19(日) (13日間)

namie amuro × SHIBUYA109 × TOWER RECORDS POP UP STORE



POP UP STORE

渋谷 : 2017/11/23(木祝)~12/25(土) (33日間) 鹿児島 : 2017/12/06(水)~12/10(日) (25日間)
 阿倍野 : 2017/11/23(木祝)~11/12(日) (20日間) EC : 2017/12/18(月)~12/31(日) (14日間)
 天神 : 2017/11/23(木祝)~11/12(日) (20日間)

BTS x 109 POP UP STORE

<STORY>

BTS x 109 XMASと題し、クリスマスキャンペーンを大々的に展開。全国のSHIBUYA109では、今回のために撮り下ろした限定ビジュアルで一色に染まった。ポップアップストアのほか、応募型キャンペーンやメッセージ企画など、全国的に立体的に展開。キャンペーン初日には全国の店舗で開店前から長蛇の列ができた。メンバー全員がSHIBUYA109に来店し、閉店後の店内でabemaTVの収録を行い、店内にサインを残した。多くのファンが再来店し期間中長期的な賑わいがあった。

<ITEM LINE UP>

第一弾商品はタイアップビジュアル(肖像)を用いたクリスマスらしいアイテム(全て109限定)。第二弾商品は、新譜のジャケットを使用したアパレルを展開した。12/6リリースのCDも多く売れた。



POP UP STORE

渋谷 : 2018/1/02(祝)~1/14(日) (13日間) EC : 2018/1/18(木)~1/31(水) (14日間)
 阿倍野 : 2018/1/02(祝)~1/21(日) (20日間)

BLACKPINK POP UP STORE

<STORY>

「BLACKPINK x SHIBUYA109 WINTER SALE 2018」と題して、ウィンターセールのタイアップを実現。今回のために撮り下ろした限定ビジュアルを使った装飾、ポップアップストア、ブランドコラボアイテム販売、カフェコラボ等、立体的に展開した。1月2日の初売り初日から、ポップアップストア、コラボアイテムを自当てに長蛇の列ができた。ポップアップストアでは、先着で限定ショッパーを配布、コラボカフェでは限定コースターを配布した。

<ITEM LINE UP>

2017年夏の日本デビューショーケースにて販売した商品に加え新アイテムを用意。既存商品が少ないことや、国内オフィシャルの肖像商品がなかったことから、クリアファイルや缶バッジ等の肖像入り新アイテムが人気だった。



POP UP STORE

渋谷 : 2018/1/23(火)~2/06(火) (15日間)
 阿倍野 : 2018/2/09(金)~2/18(日) (10日間)

WACK STORE

<STORY>

BiS、BiSH、GANG PARADEなど人気グループが所属する事務所「WACK」の設立3周年を記念したポップアップストア。WACKファンである人気アニメーター・すしお氏が、メンバー計20名のイラストを描き下ろし、「ミュージック x アート x ファッションの融合」という、まさにエンタメカルチャーで彩られたショップとなった。各グループごとに購入者特典チキ会や、すしお氏原画イラストの展示も実施。

<ITEM LINE UP>

109限定のラバーバンド、先行販売のすしお氏デザインのオリジナルイラストグッズ(アパレル、ステッカー、ポストカード、ポスター、缶バッジなど)が主力となった。ランダム販売であるラバーバンドと缶バッジ(ガチャ)が各20種以上と多い為、推しのメンバーがGETできるまで、何度も購入されるお客様が目立った。



<STORY>

LINEなどのコミュニケーションツールにおいて、公式スタンプランキング上位に位置する日本発の人気キャラクター。すでに韓国や香港で展開してきた、ベタックマ日本初のポップアップストア。109ファイナルセールとの相乗効果で、ベタックマ着ぐるみの館内回遊や、1階イベントスペースでの賑やかしを実施。また、購入者特典として109コラボLINEスタンプを配布した。店頭スタンドパネルや着ぐるみは、国籍を問わず多くのお客様が写真撮影を行い大人気だった。

<ITEM LINE UP>

韓国で販売した既存品の他、109コラボ商品、109限定商品、新品を多数取り揃えた。

POP UP STORE

渋谷：2018/2/8(木)~2/14(水) (7日間)
EC：2018/1/31(水)~2/21(水) (22日間)

ベタックマ POP UP STORE



<STORY>

2017年1月6日からのTVアニメ放送を機にオープン。初のオフィシャルショップを展開したほか、サンリオ男子の登場人物たちが好きなサンリオキャラクターとのブランドコラボを展開。サンリオ男子初となる“カッコイイ”をイメージした描き下ろしイラストを、アイテムに落とし込んだ。

<ITEM LINE UP>

最新ビジュアルの限定商品、既存商品、登場人物が持っているようなサンリオキャラクターグッズを選定して販売した。先着購入者ノベルティもあり、初日は開店前から多くのお客様が来館した。またコラボパネルは、発売前から反響が高く、コラボ店舗向けノベルティも用意した。

POP UP STORE

渋谷：2018/2/16(木)~2/28(水) (13日間)

サンリオ男子×SHIBUYA109



<STORY>

ドラマ・コミック・SNS・オリジナルアルバム・ドームツアー、そして映画と、数多くのメディアやエンタテインメントを巻き込み展開する世界初の総合エンタテインメント・プロジェクト「HIGH&LOW」のオリジナルアイテムを多数取り揃える限定ショップ。昨年9月・DISPにて展開した際に大好評だった為、第二弾として再登場。九州での展開はリアル店舗としては初の試み。

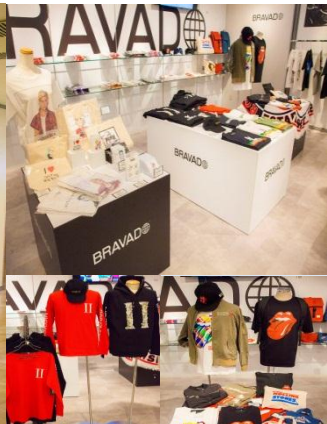
<ITEM LINE UP>

4人組の漫画家グループ“CLAMP”が可愛く描いた作品「HIGH&LOW g-sword」の商品を多数揃えたほか、折り畳みミラー、フレックシール、ハンドタオル、下敷き、カプセルトイはSHIBUYA109先行発売として販売した。

POP UP STORE

渋谷/阿倍野/天神：2018/3/3(土)~4/1(日) (30日間)

HiGH&LOW×SHIBUYA109 POP UP STORE



<STORY>

オンラインでしか購入ができなかった、海外を中心としたHip-Hop、Rock、POPなど様々なジャンルのアーティスト公認アイテムを取り扱うブランド「BRAVADO」が、リアル店舗として日本初出店をしたショップ。音楽とファッションの融合をコンセプトにした、ストリートヴィンテージカジュアルなファッションアイテムを取り揃えた。

<ITEM LINE UP>

US発、ヒップホップシーンで大人気の3人組「Migos」のニューアルバム「Culture II」発売を記念した公式アイテムをメインに、ローリングストーンズ、レディ・ガガ、ジャスティン・ビーバーなど、洋楽の人気アーティストのTシャツ、バッグ、キャップ、アクセサリー、缶バッチ、マグカップなど幅広く用意した。

POP UP STORE

渋谷：2018/4/6(木)~4/22(日) (17日間)

BRAVADO POP UP STORE



<STORY>

LA発ブランド「ラウンジフライ」が日本初となるポップアップストアをオープン。ここでしか見ることのできない、マーベル映画最新作『アベンジャーズ/インフィニティ・ウォー』の撮影で実際に使用されたコスチューム2点（ロキ、スカーレット・ウィッチ）の展示も実施した。

<ITEM LINE UP>

アメリカ・ロサンゼルスで発祥したディズニー、マーベル、スター・ウォーズといったライセンス・キャラクターをモチーフにしたハンドバッグやミニリュック、ウォレットなど。手に取って商品が直接確認できるのは日本初。デッドプール、スパイダーマン、アイアンマン、キャプテン・マーベル、ロキなど、マーベル女子に向けたキャラクター選定も成功の鍵となった。

POP UP STORE

渋谷：2018/4/26(木)~5/20(日) (24日間)

ラウンジフライ ポップアップストア



<STORY>

韓国発13人組ボーイズグループSEVENTEEN（セブティーン）、2018年5月30日に日本デビューすることを記念し、AbemaTVとのコラボのもと実現した、日本初となるオリジナルショップ。シングル広告を含め、阿倍野・天神・NETと立体的に展開した

<ITEM LINE UP>

撮り下ろしビジュアルの缶バッチ、クリアファイルなどPOP UP STOREオリジナルアイテムや、AbemaTVコラボ・購入者限定ノベルティ「オリジナル特典映像」をつけたメモ帳など、普段なかなか手に入らない、コンサートグッズも取り扱った。

POP UP STORE

渋谷／阿倍野／天神：2018/5/25(金)~6/10(日) (17日間)
EC：2018/6/4(月)~2018/6/17(日)

SEVENTEEN POP UP STORE

店内でabemaTVの番組収録を実施し、メンバー全員のサインを店内に施し、地方店にはサイン入りポスターを展開。店舗限定のオリジナルコメント動画も公開し、ファンへのサービスを最大化できた。



<STORY>

熊本で誕生したSNSキャラクター「すこぶる動くウサギ」の国内初POPUPを実施。若者の間で韓国ブームに火が付く中、日本発、韓国で大人気となったキャラクターを逆輸入した。期間中、毎日着ぐるみが来店した他、館のプレスール販促に合わせ、着ぐるみによるダンスイベントも実施した。

<ITEM LINE UP>

国内最多の在庫を展開。韓国で大人気のコンテンツにつき、ハングル記載アイテムもそのまま入荷した。売れ筋のぬいぐるみストラップの他、にんじんペンケースやソックスが人気だった。また、ハングル記載のスマホケース各種が好評だった。

POP UP STORE

渋谷：2018/6/12(火)~6/26(火) (15日間)

すこぶる動くウサギ POP UP STORE



<STORY>

男女6人組のスーパーパフォーマンスグループ「AAA(トリプル・エー)」。8月29日発売アルバム『COLOR A LIFE』の予約開始、新曲解禁を記念し、109夏のセールタイアップを実施した。渋谷・阿倍野・香港・ECのPOPUPや館内BGM・装飾ジャックを実施。MAGNETでは、7階MAG7と屋上展望台をジャックし、コラボフードやクロッシングフォト初のアーティストコラボを実施した。リーダー浦田直也氏もサプライズ来館した。

<ITEM LINE UP>

セールタイアップ時のシンダーをモチーフにしたアクリルキーホルダーをはじめ、クリアファイルや付箋メモを109限定アイテムとして販売。また、AAAサマーグッズやツアーアイテムを先行して取扱い、ランダムスマホリング、クリアファイルを中心に、限定・先行品が好評だった。

POP UP STORE

渋谷・阿倍野：2018/6/30(土)~7/29(日) (30日間)
EC：2018/8/3(金)~8/17(金) (15日間)
香港：2018/8/3(金)~8/19(日) (17日間)

AAA POPUP STORE



<STORY>

韓国発の人気ボーイズグループ「UP10TION(アップテンション)」と「RAINZ(レイNZ)」の日本初オフィシャルストア。「RAINZ」の日本デビューと「UP10TION」の日本3rdシングルリリースを記念しオープン。店内は、それぞれのMVの世界観をイメージして演出。また「RAINZ」のMVで使用された衣装展示も実施し、閉店後、本人来店も実施した。

<ITEM LINE UP>

缶バッジ(ランダム)、アクリルマグネット(ランダム)、クリアファイル、スマホリング、ハンドタオル、トートバッグなどを109限定で販売。ランダムアイテムが売上の要となった。既存のアイテム(ライブグッズやサイン入りCDなど)も取り揃え、LIVE会場では動かなかったアイテムの動きが良かった。

POP UP STORE

渋谷：2018/8/1(水)~8/7(火) (7日間)

UP10TION / RAINZ POP UP STORE



POP UP STORE

渋谷：2018/8/9(木)~9/16(日) (38日間) ※8月31日転換日
阿倍野：2018/8/14 (火) ~9/16 (日) (33日間) ※8月31日転換日

namie amuro POP UP STORE

(第一弾：namie amuro × docomo × SHIBUYA109 × TOWER RECORDS POP UP STORE)
(第二弾：namie amuro Final Space Satellite POP UP STORE)

<STORY>

9月16日に引退した安室奈美恵さんのPOPUP。8月中は第一弾ショップとして、109限定ガチャの販売とラストアルバムの予約〜販売を実施した。また、DISP!!!・IMADAMARKETでドコモの8K対応VR機器の視聴体験も開催。9月1日から第二弾ショップとして、ヒカリエで実施したnamie amuro Final Spaceのサテライトとしてオープン。入場料なしで同展示会の物販アイテムを購入できるほか、109限定ガチャも販売を続けた。館内ブランドのリバイバルアイテム販売、キャンペーン、手形設置など、館全体の施策や、シンダー広告（販売枠）など立体感のある展開ができた。

<ITEM LINE UP>

109限定ガチャ（マグネット、アクリルスタンド/4衣装×4ポーズ×2型=32種）は、毎日並び列ができる大人気アイテム。DVDには、タワーレコード通常特典に加え、109限定でマスクングテープを付け、大きな反響があった。



POP UP STORE

渋谷：2018/9/18(火)~9/24(月) (7日間)

「あんさんぶるスターズ！～3rd Anniversaryファン感謝祭～」

Exhibition Tour 東京会場

<STORY>

イケメンアイドル育成アプリ「あんさんぶるスターズ！」の3周年を記念したキャラバンイベント。大阪、福岡、北海道、新潟など、全国をキャラバンし、東京会場として109にて実施。出演者のサイン色紙の展示や、プレゼントボックスなど3周年を祝った装飾をした。さらにDISPの特徴である大きな4面モニターでアプリの世界観を現実的に表現することで、東京会場ならではの迫力のある演出ができ、お客様の来場を促進させる要因となった。

<ITEM LINE UP>

何十人からなる出演者個々のインタビューなど豪華な内容となったメモリアルブック、キャンパスボード、ポスターなど、3周年を記念した限定アイテムをメインとした。他既存品ではあるが、ブラインド商品のキャラバッジ（全39種）とサインバッジ（全41種）はやはり売上の要となった。



POP UP STORE

渋谷：2018/9/26(水)~9/30(日) (5日間)

<STORY>

関口メンディーがサンリオとコラボしたハローメンディープロジェクトの初開催のPOPUP。コラボアイテムの通常販売を11月に控える話題のコンテンツを、109完全先行にて販売。サンリオ・メンディーご本人からの告知もあり、開催前から大きな反響があり、会期中は毎日入店制限を実施した。本人来店も実施でき、想定以上の反響が出、ガチャガチャを除き毎日アイテムが即完売するほどの人気ぶり。会期終了後通販を実施し、入荷しては完売し…を繰り返し、大成功となった。

<ITEM LINE UP>

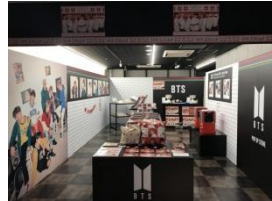
缶バッチ（ランダム）、クリアファイル、ポーチなど、109完全限定アイテムを取り揃えた。アクリルキーホルダーが特に人気で、毎日開店後すぐに即完売となるほどの人気ぶりであった。

Hello Mandy Sanrio characters POP UP STORE

DISP!!! +α 施策事例

他・地方施設 展開 MAGNET / 大阪・阿倍野 / 福岡・天神 / 鹿児島

SHIBUYA109と連動し、他施設や地方での展開も可能。鹿児島においては、DISP!!!ワゴンというポップアップ専用の什器を使用しショップを展開する。
※区画は要調整



109公式EC 導入 TWICE / 名探偵コナン / BTS など

店舗だけでなく、全国のファンへの向けたEC連動も可能。NET通販を並行して実施し、より立体感のある展開が可能。先行予約や受注販売にも対応し、リアル店舗の販売予想が立てられる他、受注販売による機会ロス削減も可能。ファンサービス、売上最大化に大きく寄与している施策。
また、商品および情報をご用意いただければ、「ささげ」「検品」「発送」まですべて包括して実施。

NET SHOPPING



×『SBY』 コラボドリンク ホイッスル! / PAC STORE / WACK STORE など

同フロアにて、展開するショップ&カフェ『SBY』と各コンテンツが会期中に並行し、コラボ施策を実施。各コンテンツに沿ったオリジナルタピオカドリンクを開発し『SBY』にて販売。対象ドリンク 購入者特典として、ポストカードやコースターなどノベルティを配付した。
同フロアの為、必然的に『DISP!!!』→『SBY』へ回遊されるお客様の導線確保がしやすく、相乗効果が大いに期待できる施策である。



×109ブランド コラボアパレルアイテム 名探偵コナン / BLACKPINK / サンリオ男子など

109の人気アパレルショップとのコラボアイテム展開。ファッションに特化した各アパレルブランドが、独自の解釈で製作するアイテムは、ファンに大人気。RASVOAとBLACKPINKのコラボパーカーなどは、販売初日から列ができ、即完売となる大人気アイテムとなった。POP UP STOREと合わせて展開することで、より109に来館したお客様への周知や施策立体感が演出できる。



★LIZ LISA★
チャームマスコット 3,996円

RASVOA

ラスボア



NYLONブルゾン ¥8,532(税込)

OVERブルオーバー ¥5,292(税込)

ツイルベレー ¥4,212(税込)

サスペンダー ¥4,212(税込)

one spo

ワンスポ



パーカー ¥7,452(税込)

スカート ¥7,452(税込)

ウエストポーチ ¥4,212(税込)

Space Information(東京・渋谷)

<サイズ>

店内：W9705×D4182×H2850

正面(A)：W6600×H2850

側面(B)：W1900×H2850

レジ下：W1650×H855

ウィンドウ正面(C)：W2290×H2770

ウィンドウ側面(D)：W2290×H2770

<スペック>

レジカウンター、レジ(2セット)、店内ストック、
フィッティング、音響、照明、映像、什器完備

<音響>

音源：店内映像連携 or ipod等持ち込み
スピーカー：店内×2、店外×1

<照明>

配線ダクトレール×3

LEDスポットライト×

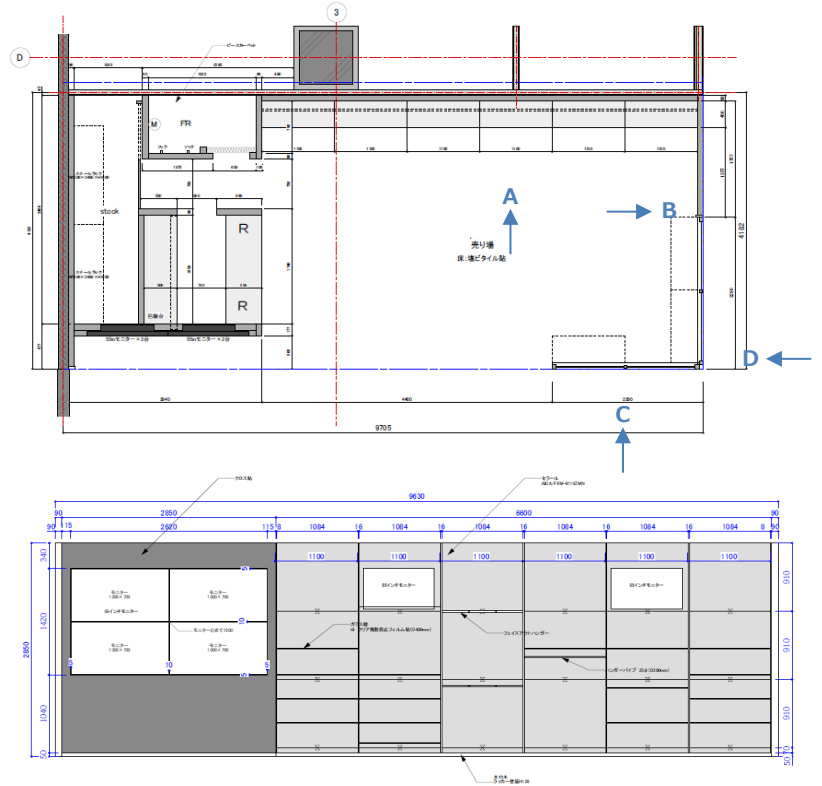
<映像> ※LINKRAY

店外：55inch×4面マルチ

店内：55inch×2

<什器>

壁面什器、平台什器(大・小) ※別紙詳細



Space Information(大阪・阿倍野)

<サイズ>

店内：W6775×D9950×H3700

正面(A)：W4429×H2850

側面(B)：W4425×H2850

レジ下：W1105×H800

ウィンドウ正面(C)：W2310.5×H2850

ウィンドウ側面(D)：W1789×H2850

<スペック>

レジカウンター、レジ(2セット)、店内ストック、
フィッティング、音響、照明、映像、什器完備

<音響>

音源：店内映像連携 or ipod等持ち込み
スピーカー：店内×4

<照明>

配線ダクトレール

LEDスポットライト×21

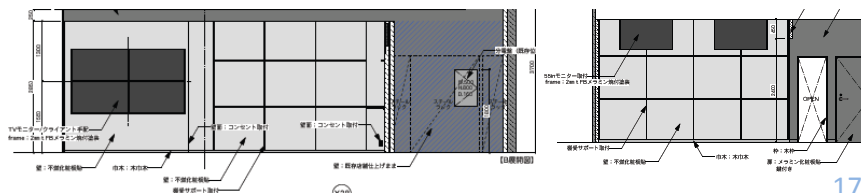
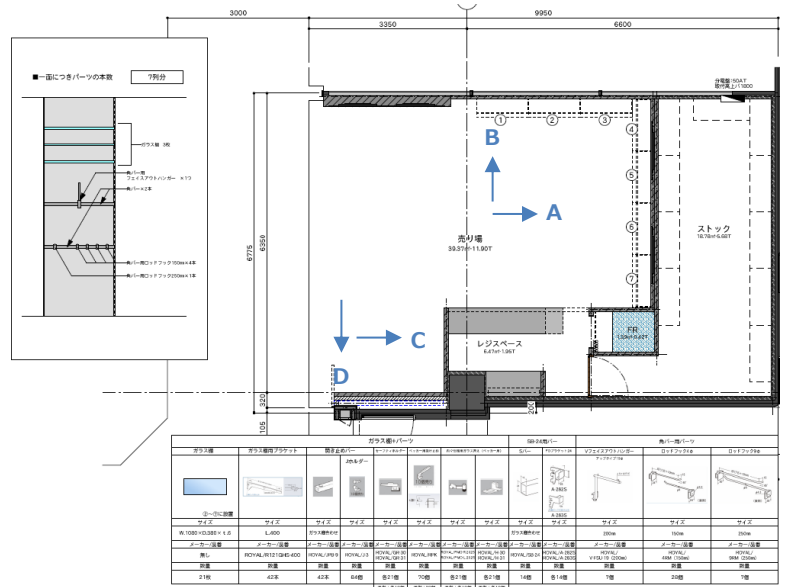
<映像> ※LINKRAY

店内：55inch×4面マルチ

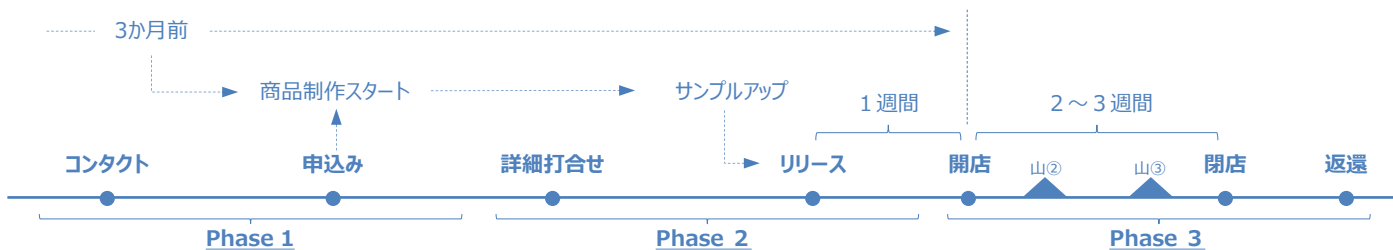
店外：55inch×2

<什器>

壁面什器、平台什器(大・小) ※別紙詳細



TODO & Schedule



<コンタクト>

お互いの実現したいイメージを共有し、今後の進行スケジュールの確認をします。

- 内容・時期
- 商品イメージ
- 販売体制
- イベント・プロモーション

<申込み>

諸条件が整い次第、所定の利用申込書をご提出いただけます。

- 利用規約
- 利用申込書
- 利用確認通知書
- 営業代行契約

<詳細打合せ>

開店に向けた各種詳細打合せを進めます。打合せとメールで進行します。

- 限定商品・販売体制
- 店舗内装
- ネット通販
- 山づくり（新商品・イベント・PR・SNS）

<リリース>

リリースアウト（情報解禁）を起点とした、双方の情報拡散をプランニングします。

- リリース制作
- メディアリスト共有
- ランディングページ
- SNS

<開店～閉店>

販売動向を共有し、リピート発注、在庫の完全消化を目指します。

- 商品販売動向共有
- リピート対応・在庫移動
- 店舗運営（問い合わせ・行列対応）
- イベント対応

<売上金返還>

閉店後、売上金から利用料・諸経費を控除し、指定口座にご返還いたします。

- 15日締め当月末返還
- 末日締め翌15日返還

協議の上、臨機応変に対応いたします。

お問い合わせ：(株)SHIBUYA109エンタテイメント／業態開発部

TEL 03-3477-6723 @ enta@shibuya109.co.jp