

**4hearts**  
love life live like

New York Trend Magazine  
Variety Shop

## SAMPLE



## 【序文】

STORYは、数ヶ月単位でコンセプトを変え、ポップアップショップ型の店づくりを行う。コンセプトに合わせ、店舗空間、マーチャンダイジング、商品が全く違ったお店を体験できるお店として2010年に創設者のRachel Shechtman（レイチェル・シェヒトマン）がチェルシー地区にストアをオープン。

2018年にはMacy'sがSTORYを買収し、STORYのビジネスモデルを傘下である百貨店Bloomingdale's（ブルームングデールズ）に導入し、コンセプト型のPOP-UP SHOPをオープン。そして、STORY at Macy's（ストーリー・アット・メイシーズ）として第一弾のコンセプト「COLOR（カラー）」をひっさげ、全米15都市、36店舗で同時オープンしている。

※このサンプルページでは、STORY at Macy'sの前、2018年に実施されたテーマのご紹介となります。

## テーマ「WORK / SPACE」

忙しいニューヨーカー達。自分のビジネスを持つ人、女性専用のコワーキングスペース「The Wing」が人気だったり、オフィスに働く働き方以外の様々な働き方をしているニューヨーカー達。

そんな中、今回のストーリーは仕事のやり方や場所、仕事のアイデアを探求する事をテーマとし、オープンした。店内のデザインは、オフィス風。無料で使えるデスク（個室）を用意した他、仕事では欠かせないコーヒー（スターバックス）など、商品を販売するだけではない、サービスの提供も行われている。

## シェアスペース

ワーキングスペースとして、使用できるサロンエリア。隣には、スターバックスのバリスタによるコーヒーの販売。  
このSTORY限定の豆を使用したコーヒーを飲みながら作業が可能となる。

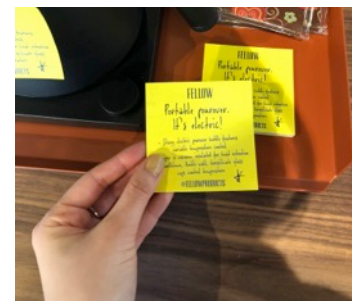


◀  
スターバックスによる  
コーヒーバー

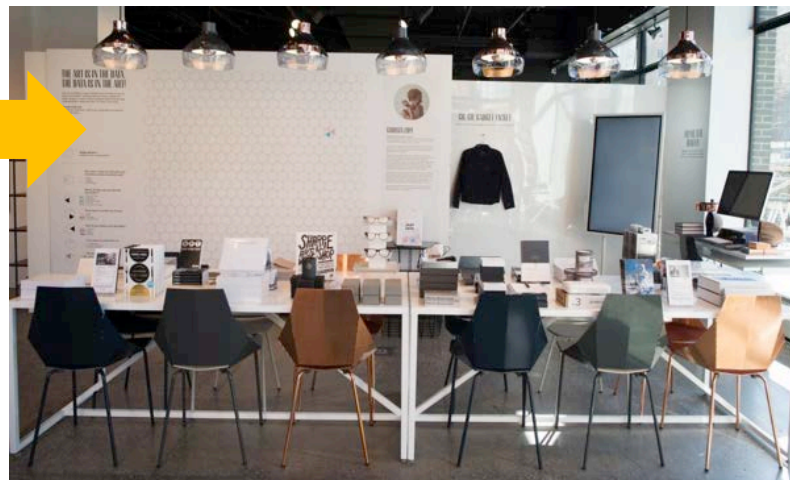
## POPの使い方

オフィスでは欠かせないポストイット。

商品のプライスタグ（説明書き）は、ポストイットに手書き文字で印刷されている。商品の横に置かれたポストイットは、フレイヤーとしての役割もしており、自由にはがし、持ち帰る事も可能。購入希望の際は、このポストイットを渡せば、レジで商品を引き取り、購入が出来る。



## 商品の見せ方

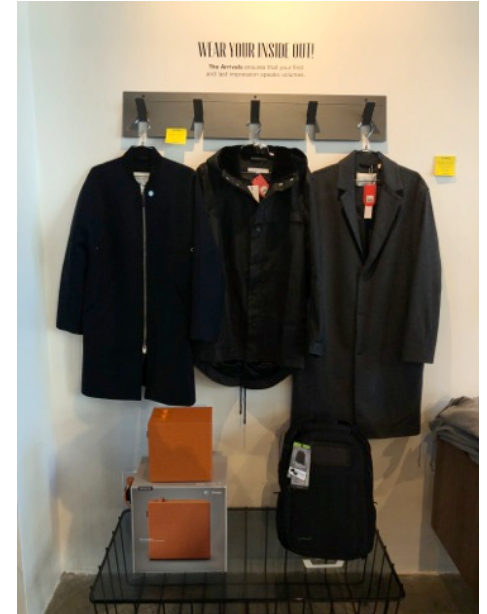


会議室風の長テーブルにはディスプレイされる、アイデアを探求する商品、オフィスのシチュエーションで役立つ商品が並ぶ。家具は、Blu Dotというブランドの商品。



会議室にあるホワイトボードをイメージしたディスプレイ。Levi'sは、テクノロジーを搭載したジャケット（googleとのコラボレーション）を販売。ホワイトボードを使い商品の説明を行う。

## 商品の見せ方

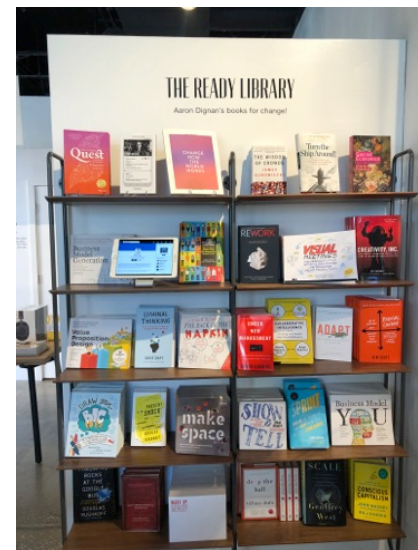


アーバンなワーキングスタイルをする人に向けたアパレルは、機能性にファッション性も含まれたNYブランド、**The Arrivals** , **Grovenmade**, **MM.LaFluer**の限定商品を取り扱う。

## 色別ディスプレイ



## カラフルでPOPなディスプレイ



ビジネス関連、マインド、自己啓発本などビジネスシーンに役立つ本がセレクトされる。

## 予約制のコーワーキングスペース

入り口正面に用意されたパブリックのサロン、ワーキングスペースに加え、予約制の個室スペースも用意。働く際に必要な設備は全て整い、終日無料で利用する事が可能。予約はウェブサイトから。



ワーキングスペースの前にも関連商品が並ぶ



シンプルなワーキングスペースには、自分のPCなどを持ち込み、作業を行う

### 【設備】

- ・利用は完全無料（2部屋）
  - ・WiFiの完備
  - ・毎日11:00am-6:00pmまで利用可。
- すでに予約が集まっており、平日はキャンセル待ちの状態。

## テクノロジーを使ったディスプレイ

過去のSTORYでも何度か使用されているデジタルPOP。画面の前の商品を手に取ると、画面にその商品説明が流れる。

