

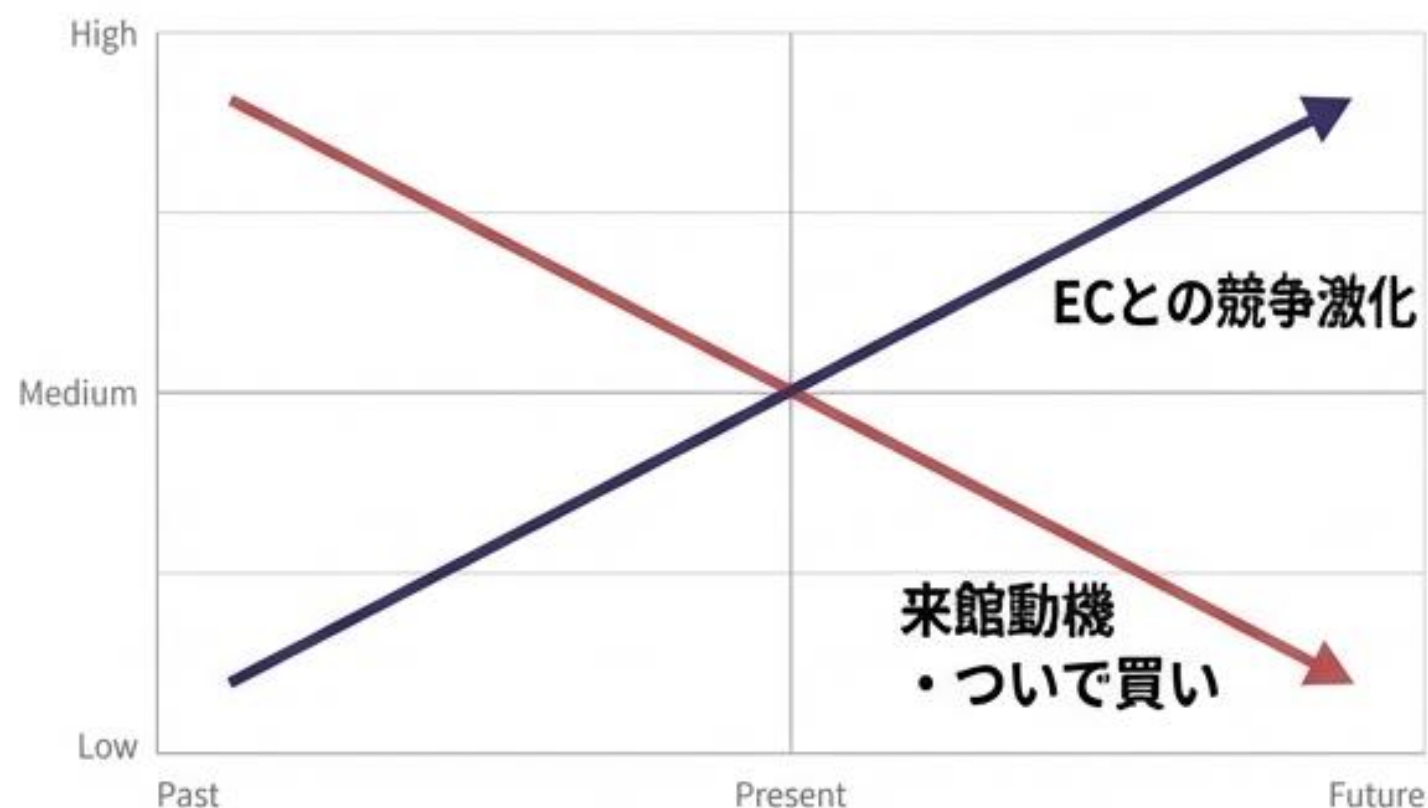
IMMERSIVE VR POP-UP EXPERIENCE

商業施設向け
没入型VR体験導入のご提案

Crowtec マドリード / 東京

現代の商業施設における 構造的課題

👉 目的来店化とイベントのマンネリ化。
消費者に「行く理由がない」状態。



来館動機の減少
(「ついで買い」の消失)

ECとの競争激化
(モノを買うだけのオンライン完結)

体験価値の不足
(従来の催事では呼べない新規客層)

ECでは絶対に提供できない価値の創出

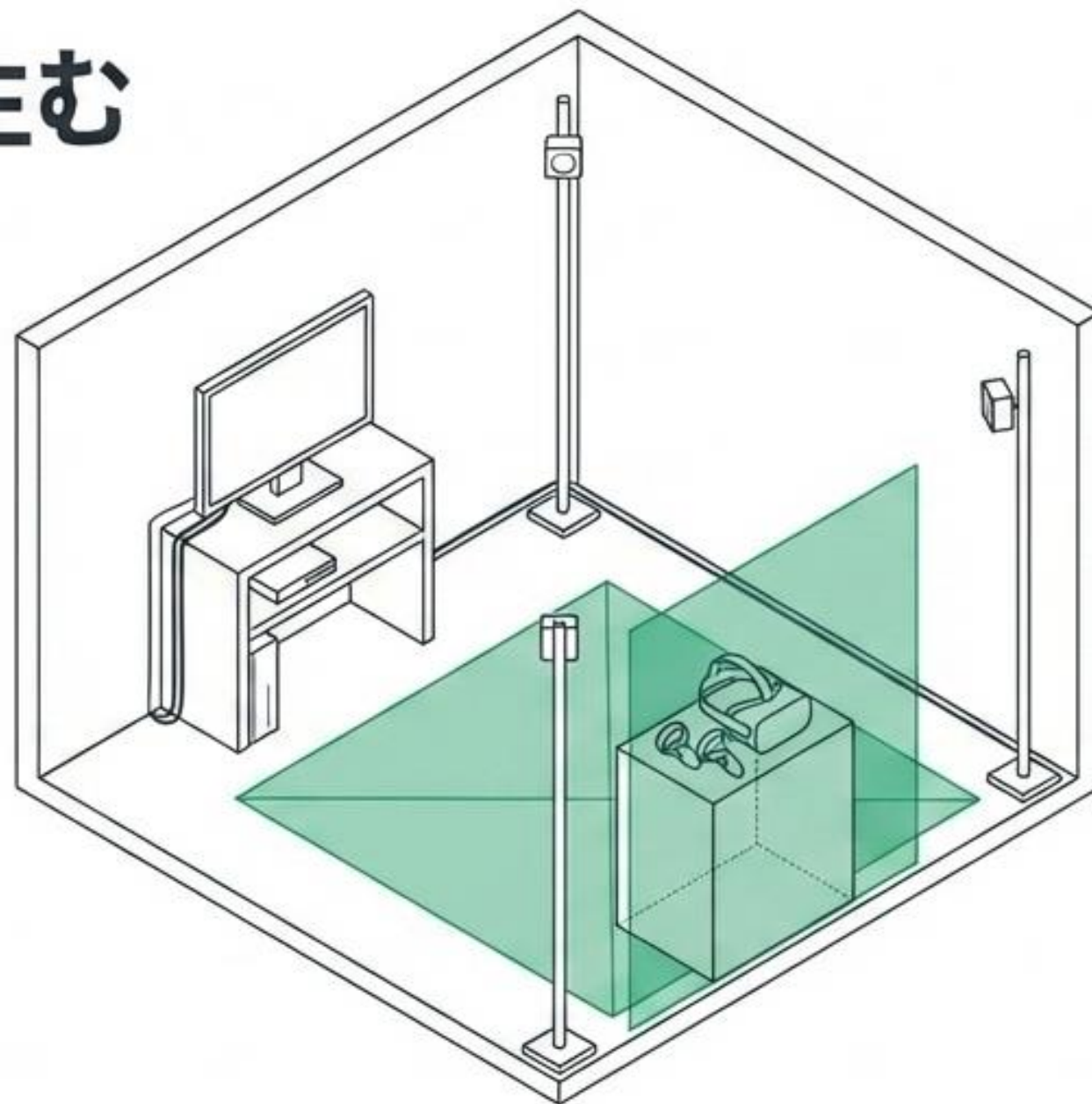
~~モノを~~
売る場所



👉 体験を
売る場所

「来店目的を作る」という古い思考から脱却し、
施設そのものを「体験しに来る場所」へとアップデートする。

最小スペースで最大の熱狂を生む 「VRポップアップ」



10~30m²

(わずか1坪から導入可能)

3~5分

(高回転のショート没入体験)

1~2名

(最小限のオペレーション人員)

顧客層に合わせた柔軟なコンテンツ展開



イオンモール・ららぽーと系

テーマ：家族・週末集客強化

コンテンツ：子供向け安全VR、教育型体験（宇宙・恐竜など）。



都市型施設（渋谷ヒカリエ等）

テーマ：若年層・SNS映え

コンテンツ：ホラー体験、絶叫系、IP連動（アニメ・ゲーム）。👉 SNS拡散爆発



百貨店（高島屋・三越等）

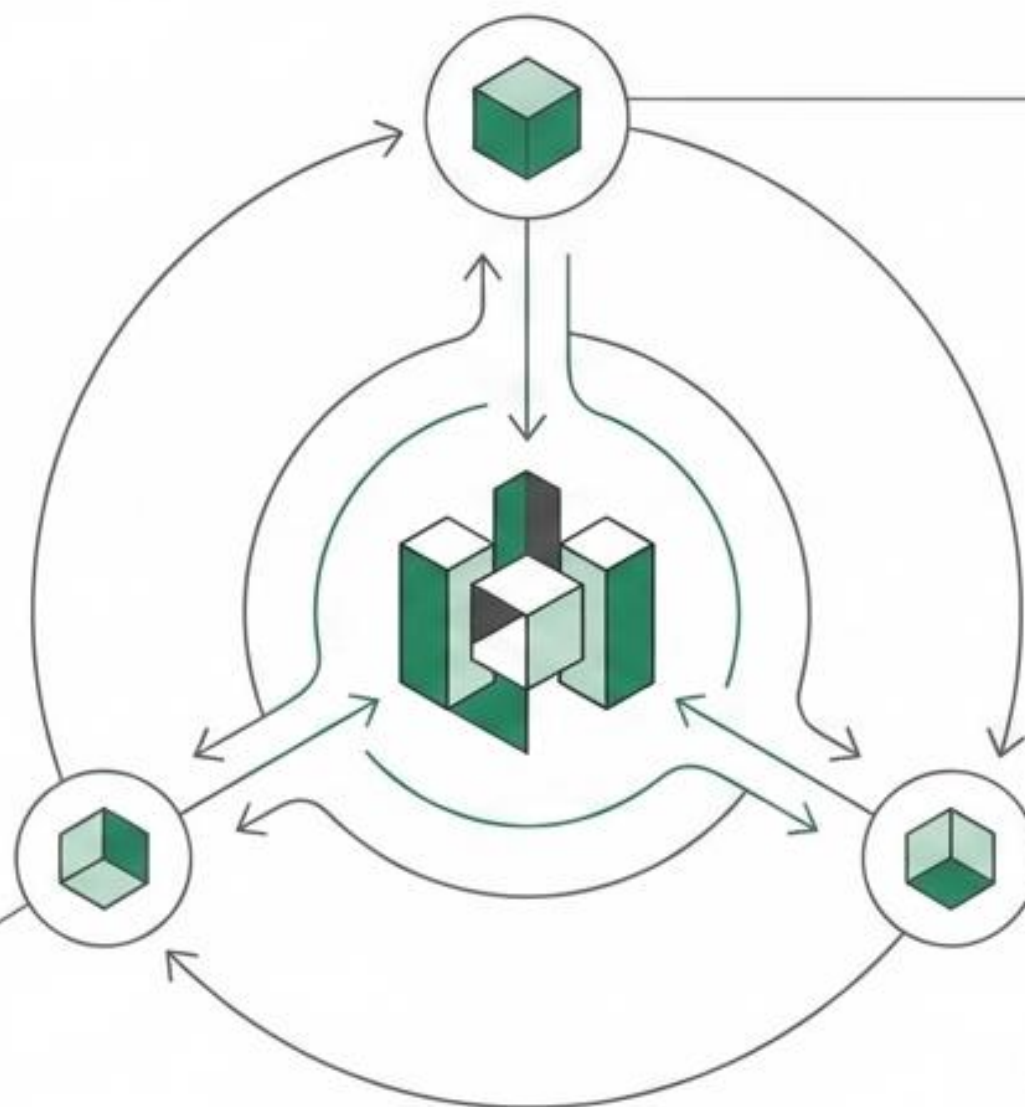
テーマ：高付加価値体験

コンテンツ：世界観光体験（インバウンド向け）、アート没入空間。

他施策との圧倒的な違い：「体験」×「回転」×「拡散」

	体験	回転率	拡散力	必要面積
物販イベント	[中]	[中]	[低]	[大]
展示イベント	[弱]	[高]	[中]	[大]
フードイベント	[中]	[低]	[高]	[大]
VR体験	[最高（没入）]	[高（3～5分）]	[最高（非日常）]	[極小（10m²～）]

施設価値を最大化する収益化構造



モデル①：単体課金

1回 800円～1500円。1日50～150人の高回転により、月額80万～300万のダイレクト売上創出。

モデル③：テナント連動型

「館内で〇〇円以上お買い上げで1回体験」という特典化。購買意欲を直接的に刺激し客単価UP。

モデル②：イベント集客型

入場無料（施設負担）で強力な集客フックとし、館内の回遊を促進。シャ効果でテナント全体の売上を底上げ。

導入前後の劇的なインパクト（事例ベース）

+10~30%

来館者数

新たな目的来店を創出

+20~50%

滞在時間

館内での滞留・回遊を促進

3倍

SNS投稿数

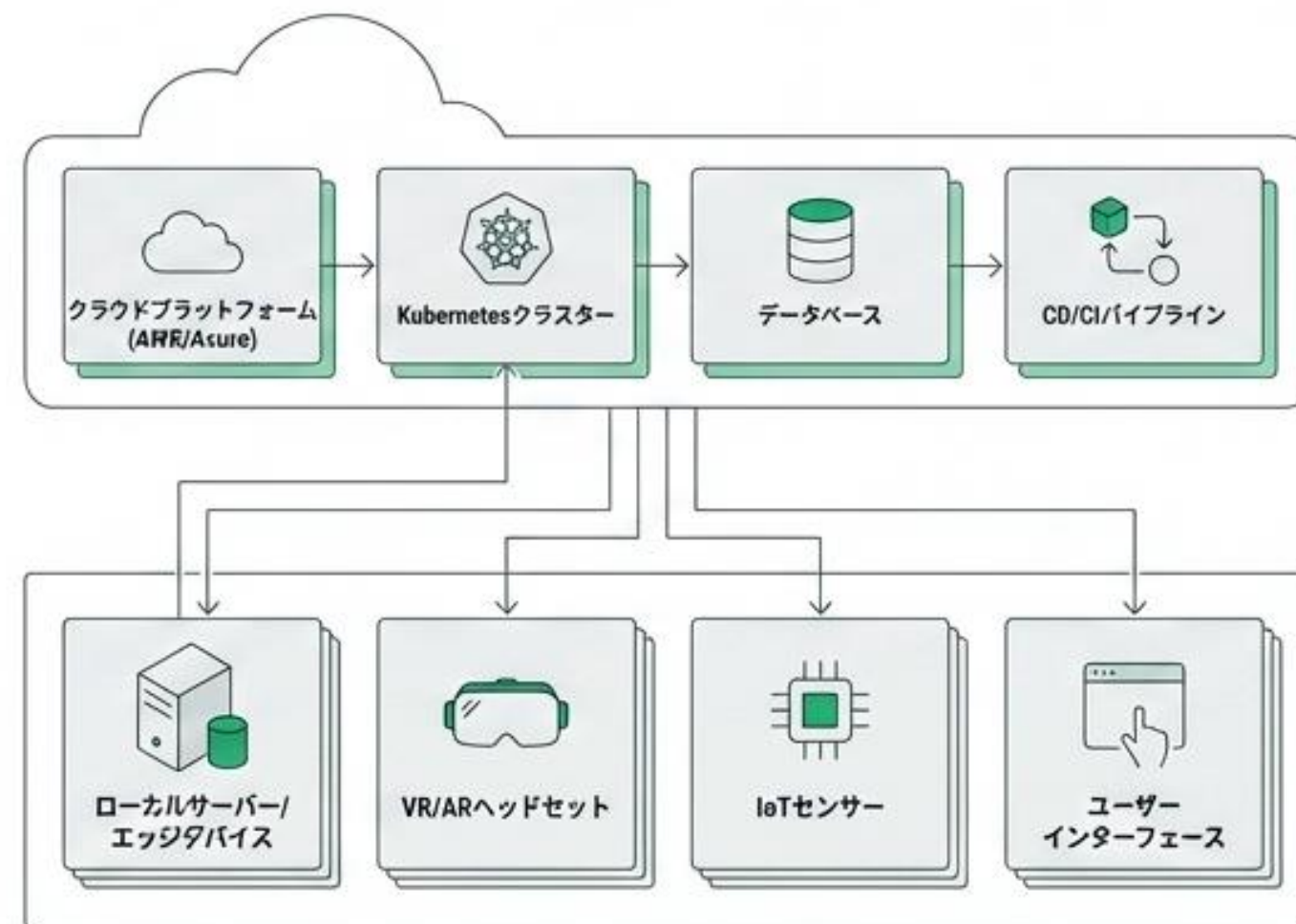
非日常体験による自発的なUGC発生

※言語の壁を超えた体験により、インバウンド層の取り込みにも直結。

エンジニアリングのプロフェッショナルによる確実なデリバリー

Crowtecは、ウェブ、バックエンド、および没入型スタックに強力な技術的知見を持つエンジニアリング集団です。

- 没入型体験デザイン**
共有およびマルチユーザー体験の高度な設計
- DevOps & クラウド運用**
ダウンタイムのないインフラ監視と安定稼働
- エンドツーエンドの提供**
プロトタイプから本番稼働、継続的改善までの高い信頼性



企画から稼働まで、最短1.5ヶ月の シームレスな導入プロセス

01

企画とコンセプト (2週間)

スコープ定義、施設要件および
戦略的整合性の確保。

02

設計・開発・準備 (3~6週間)

明確なマイルストーンに基づく
ハードウェア手配とコンテンツ
の最適化・頻繁な検証。

03

運用とサポート (1週間~)

機材設置、スタッフ研修。稼働
後はモニタリング・反復・長期
的な技術的サポートを実施。

フレキシブルな導入プラン

イベント単発プラン

50万～150万円

週末や大型連休の
スポット集客に最適

RECOMMENDED

常設・月額運用プラン

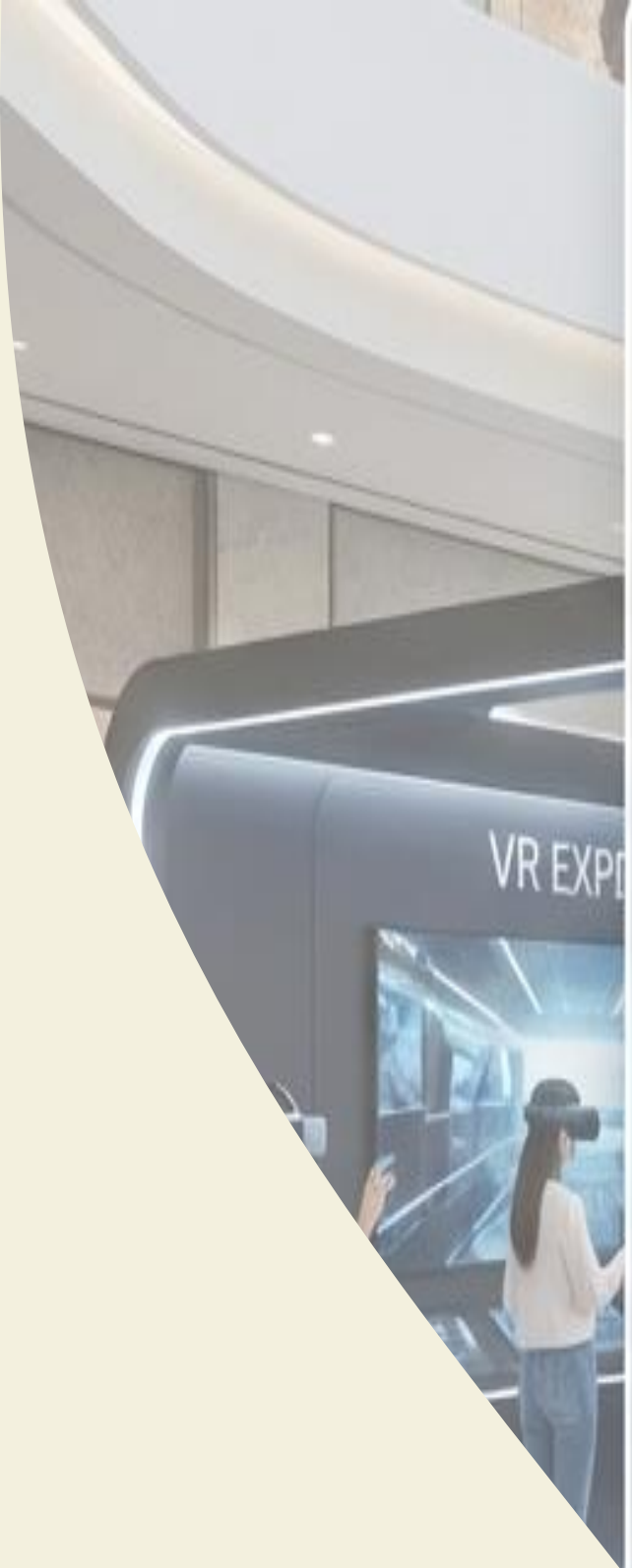
初期：150万円～ / 月額：10万～30万円

スモールスタートで
継続的な収益基盤を構築

プレミアムIPコラボプラン

初期：300万～500万円

圧倒的なSNSバズと広域集客
を狙う最大規模の施策



「1坪で売上と熱狂を 作る装置。」

ECでは体験できない価値を共に創り、
次世代の商業施設を実現しましょう。

