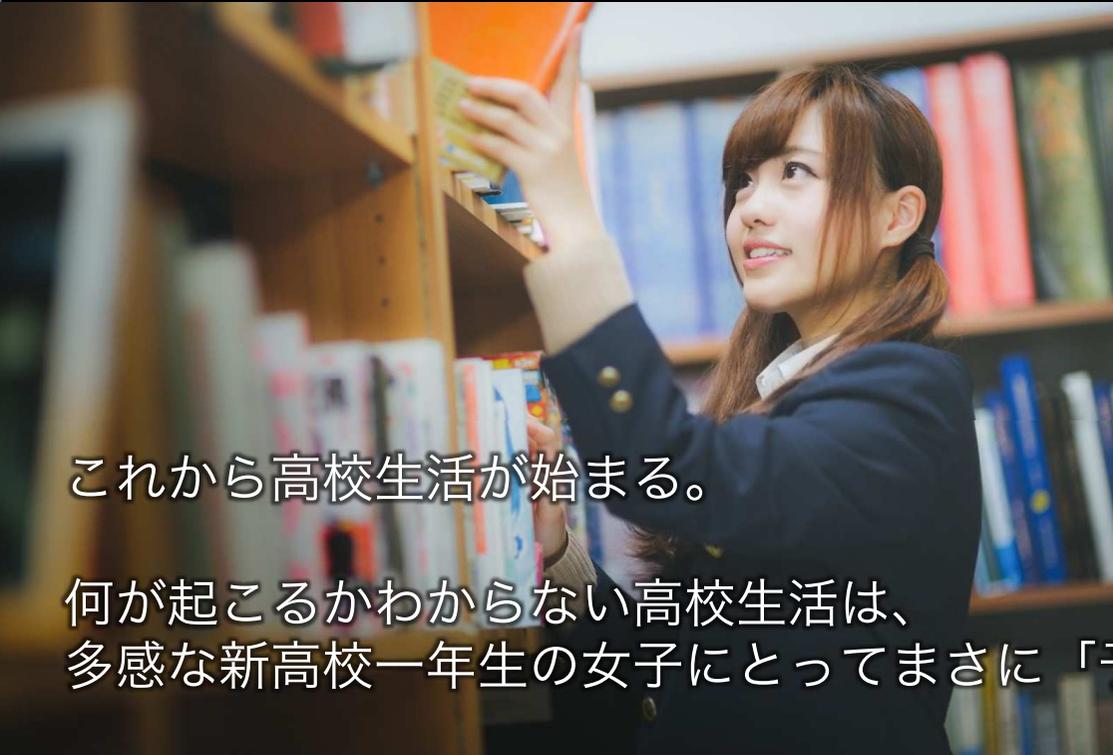


青春に刻まれるほどの  
**「予想外」な空間**

# はじめに

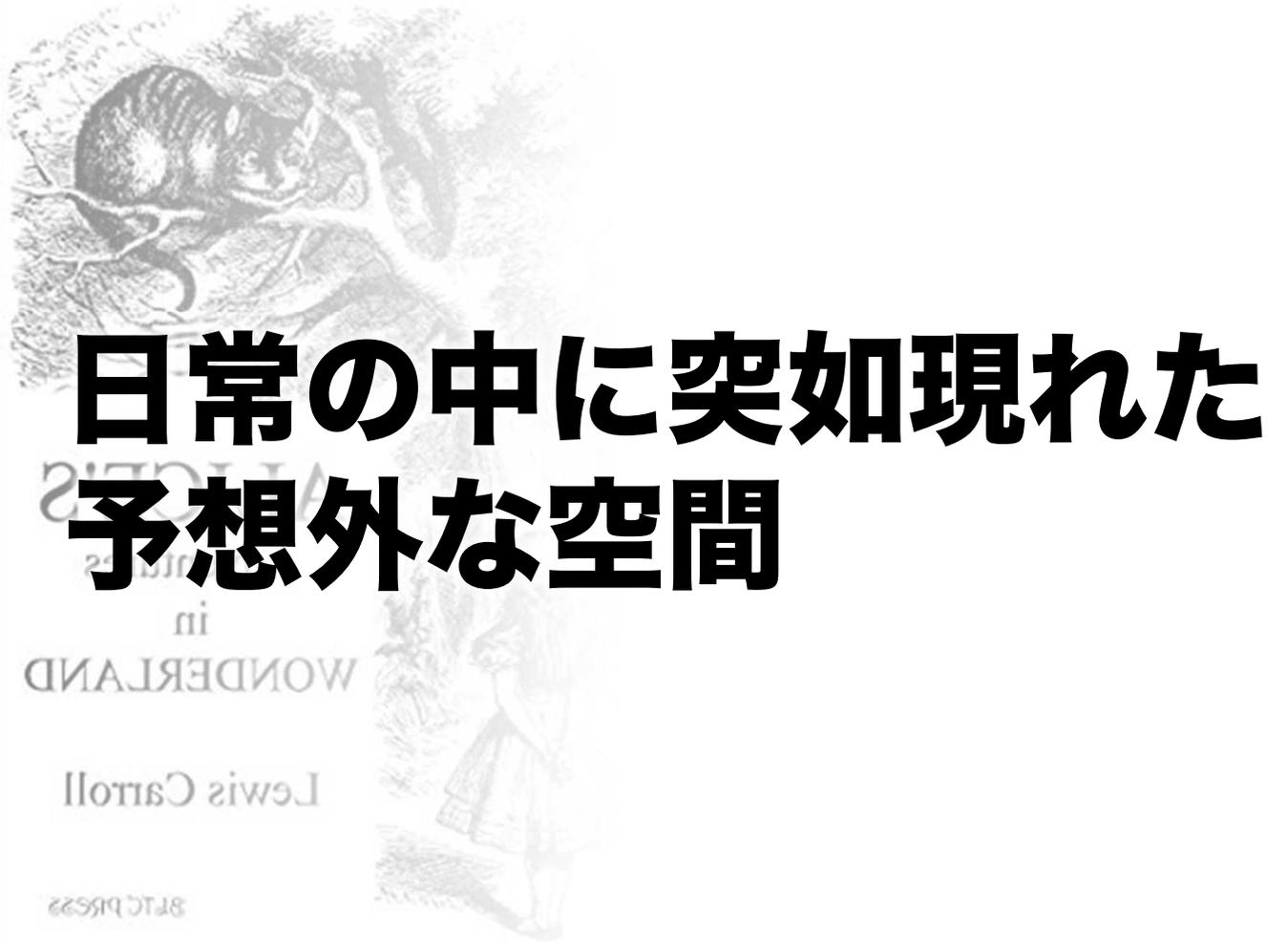
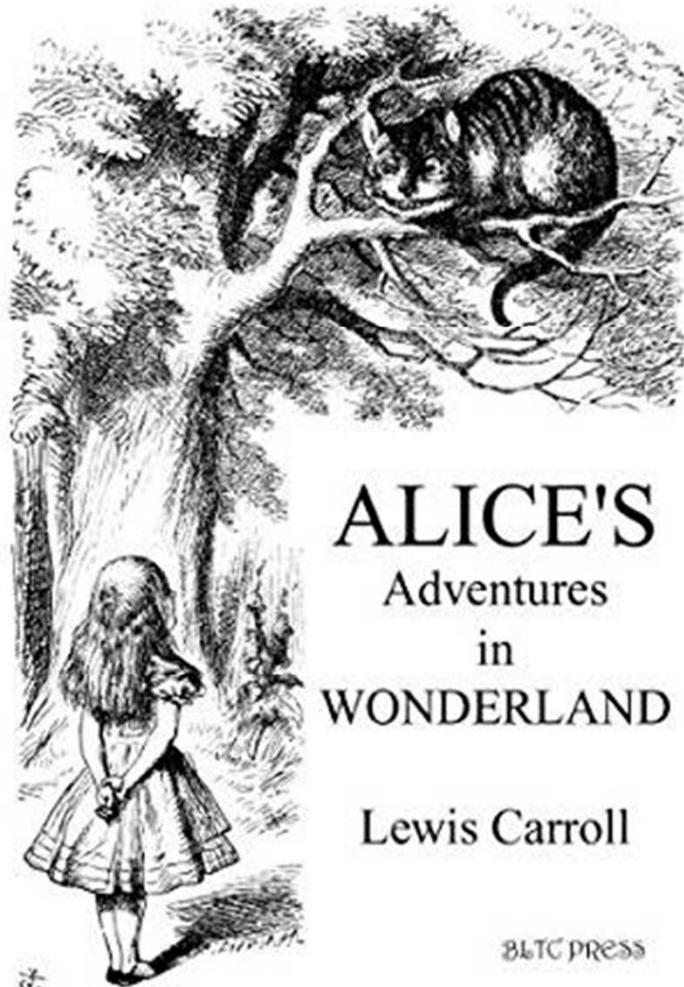


これから高校生活が始まる。

何が起こるかわからない高校生活は、  
多感な新高校一年生の女子にとってまさに「予想外な場所」です。

そんな「予想外な場所」に向かう新高校一年生女子の気持ちに寄り添いながら、  
ソフトバンクならではの“青春に深く刻まれる予想外”を表現しました。

# アイデア



『鏡の国のアリス』より

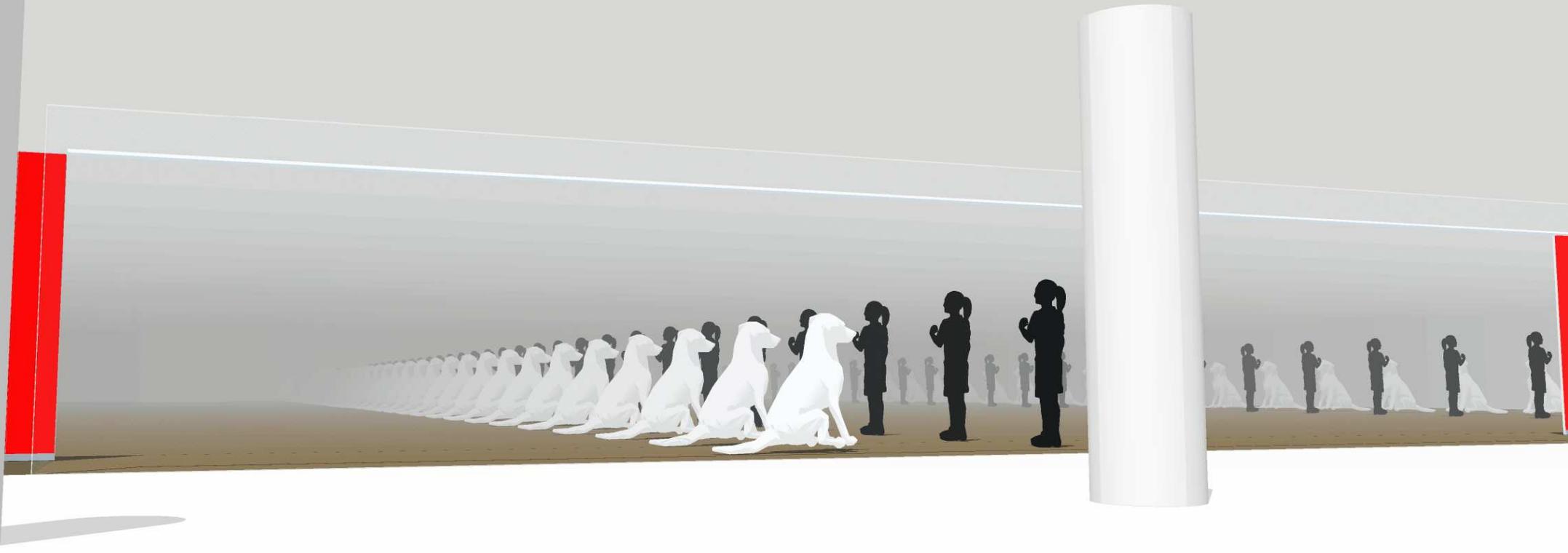
# 企画意図

主人公の女の子が突然予想外な空間に迷い込むというストーリーは、昔から多くの女子の気持ちを捉えてきたモチーフのひとつです。

本企画では、学校への通学や友人との遊びなどで多くの高校生が日常的に利用する新宿駅で突如非日常的な空間を作り出すことによって、ターゲットの新高校一年生の女子が思わず友達や家族に教えたいくなるような予想外な体験を提供します。



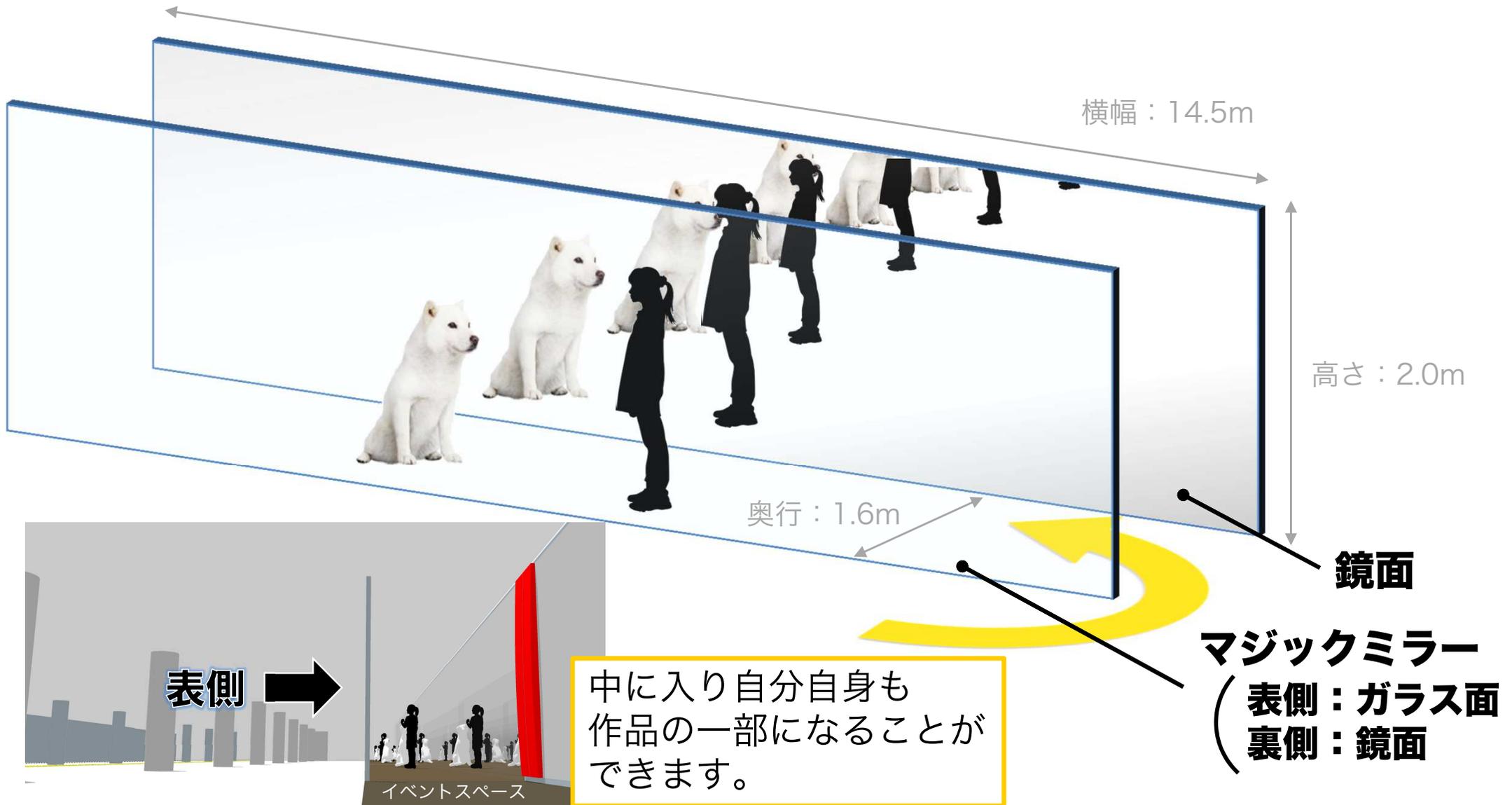
# イメージ



新宿駅のプロムナード上に、無限に広がる鏡の空間を出現させます。また、そこにはソフトバンクのシンボルである「お父さん犬」が無限に座っています。日常で見慣れた空間がある日不思議な空間に様変わりすることによって、見る人が思わず足を止め写真に撮りたくなるような気持ちにさせます。また、鏡の空間の中には自分自身も入ることができ、不思議な体験をした記憶としてソフトバンクのブランドとともに「予想外」な体験を青春に深く刻み込みます。

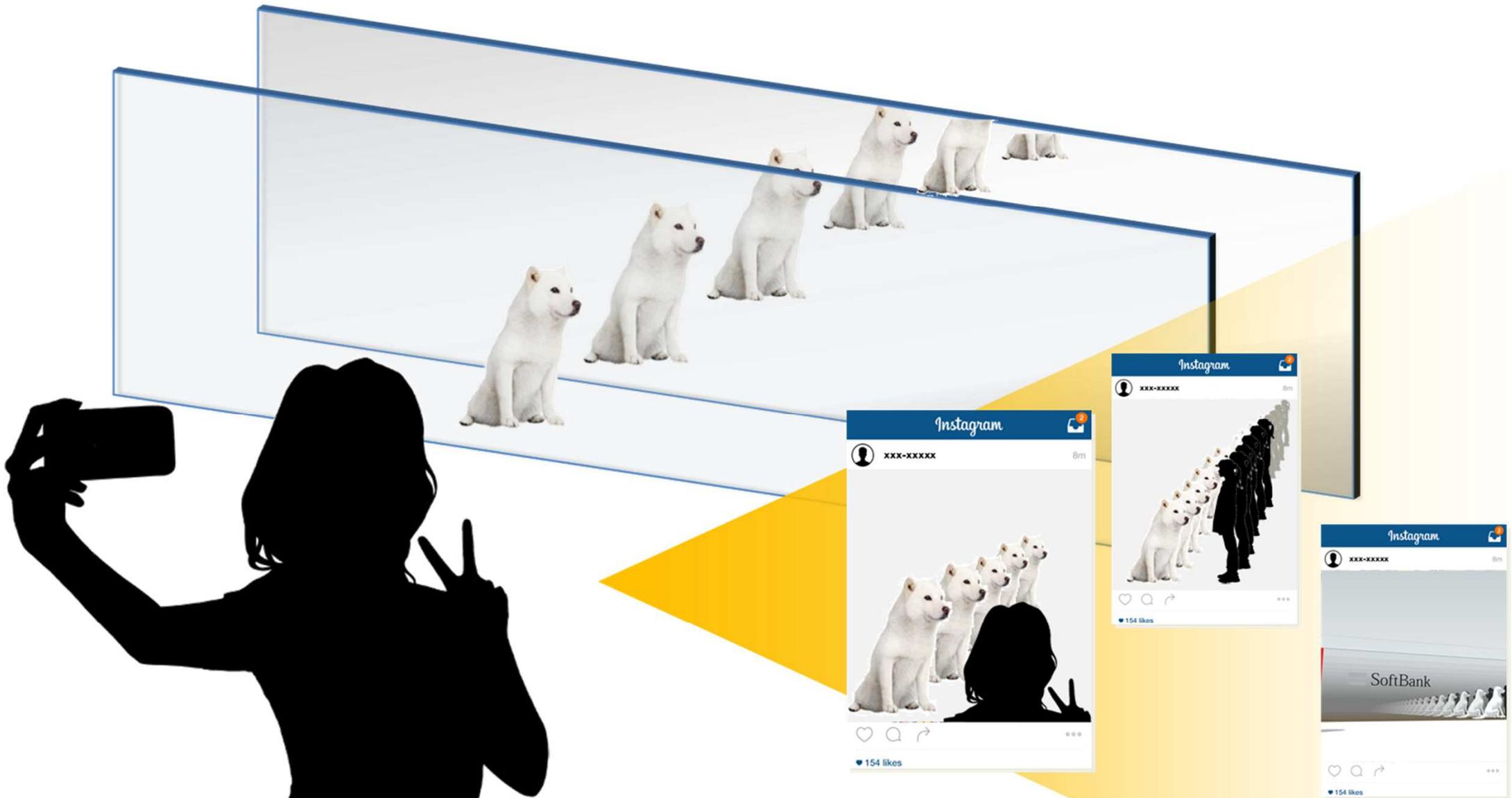
# 仕組み

マジックミラーと鏡面を平行に配置することで、表側から見た際に内部の空間が無限に広がっているように見せることができます。



# 波及効果

思わず出会った「予想外な」空間は、セルフィーや友達同士の撮影、また単純な被写体として写真に撮られることを想定しており、SNS上でも共感を得られることが期待できます。



# 参考

マジックミラーと鏡を使用して無限の視覚空間を作り出す方法は、芸術家マーク・ジャスティニアニ氏の得意とする表現手法です。  
本企画でも、彼の監修によりソフトバンクならではの空間を作ることを想定しています。



Tunnel (2017)



Ecopraxia (2014)