



おいでよ瀬戸

イベント提案型 廃校レンタルサービス



02 加藤 夕季

市場調査

瀬戸市の廃校の現状



廃校数
5校

現状

上手く活用されていない



廃校を活用するメリット 3つ

高い宣伝効果

地域密着型

既存物件を
使用できる

成功事例の共通点

1. ユニークでユーモアがある
2. 話題性によって集客に成功している
3. 街、地域の特色を活かした事業内容にしている



瀬戸市の廃校で
**イベント提案型
レンタルサービス**

SWOT 分析

Strengths

- ・ 希少性がある
- ・ 非日常空間を味わえる
- ・ 歴史を感じれる
- ・ 広い空間が使える

Weaknesses

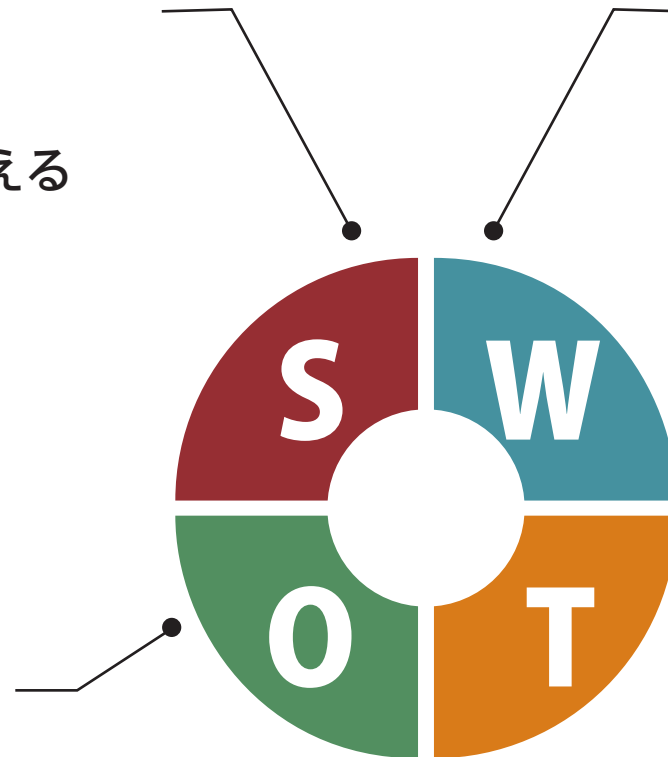
- ・ あまりきれいなイメージがない
- ・ 耐震等の整備費用
- ・ 道が狭くて坂道が多い
- ・ 廃校といっても木造建築ではない

Opportunity

- ・ コロナ禍での意識の変化
(人の多い場所は避けたいなど)
(1グループ貸し切りなどがスタンダードに)
- ・ 助成金、優遇制度がある
- ・ 社会で注目されている

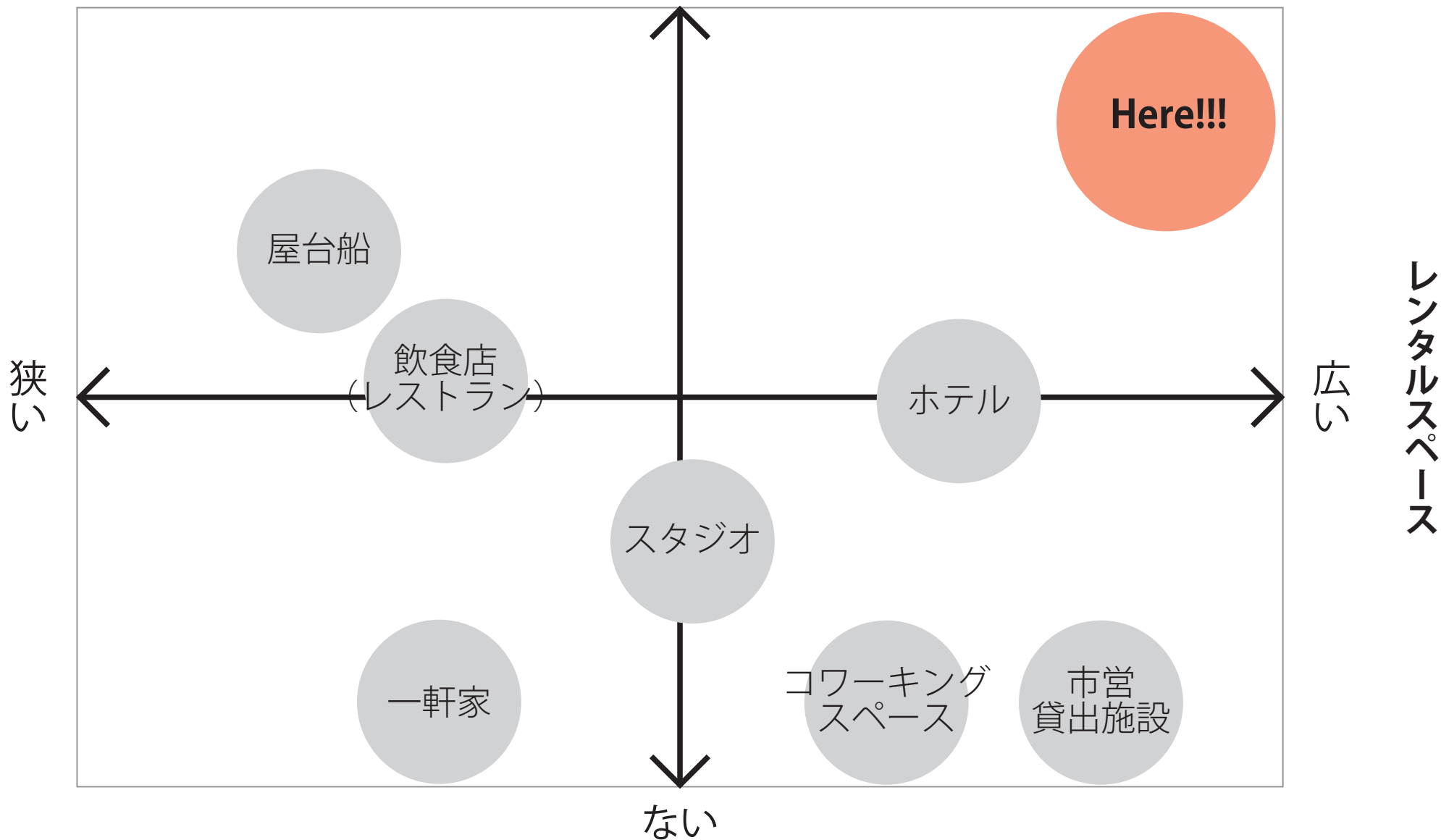
Threat

- ・ 近隣住民のクレーム
- ・ 再生し始めている商店街や
オシャレなご飯屋さんがある
- ・ 駅近、綺麗で新しい他社が多数



ポジショニングマップ

イベント提案
ある



レンタルスペース

ペルソナシート

基本情報

- [性別] 女性
[年齢] 42歳
[職業] 一般事務
[年収] 300万
[居住地] 愛知
[家族構成] 父、娘1人、息子2人
[友人の数] 学生時代：3人
職場：4人
[性格] 安定思考で、穏やか、好奇心旺盛

ライフスタイル

- [趣味] 旅行、映画鑑賞、読書
[休日の過ごし方] 家事、子供達とお出かけ
友人とランチ、飲み会



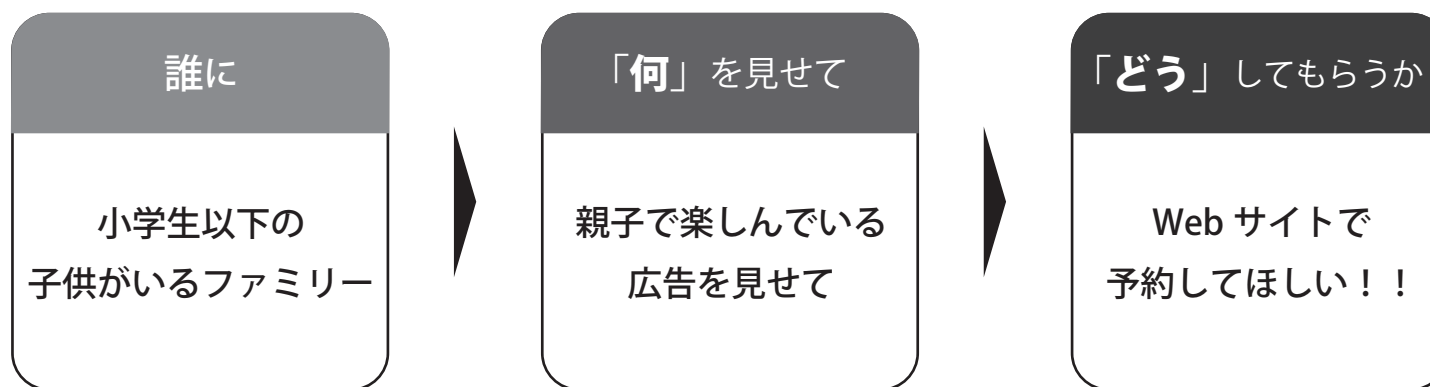
SNS・アプリ

- [利用している SNS]
Line、Instagram、TikTok、YouTube
[よく利用する Web サイト・アプリ]
クラシル、Amazon、さとふる、楽天、Netflix、じゃらん、食べログ、ZOZOTOWN

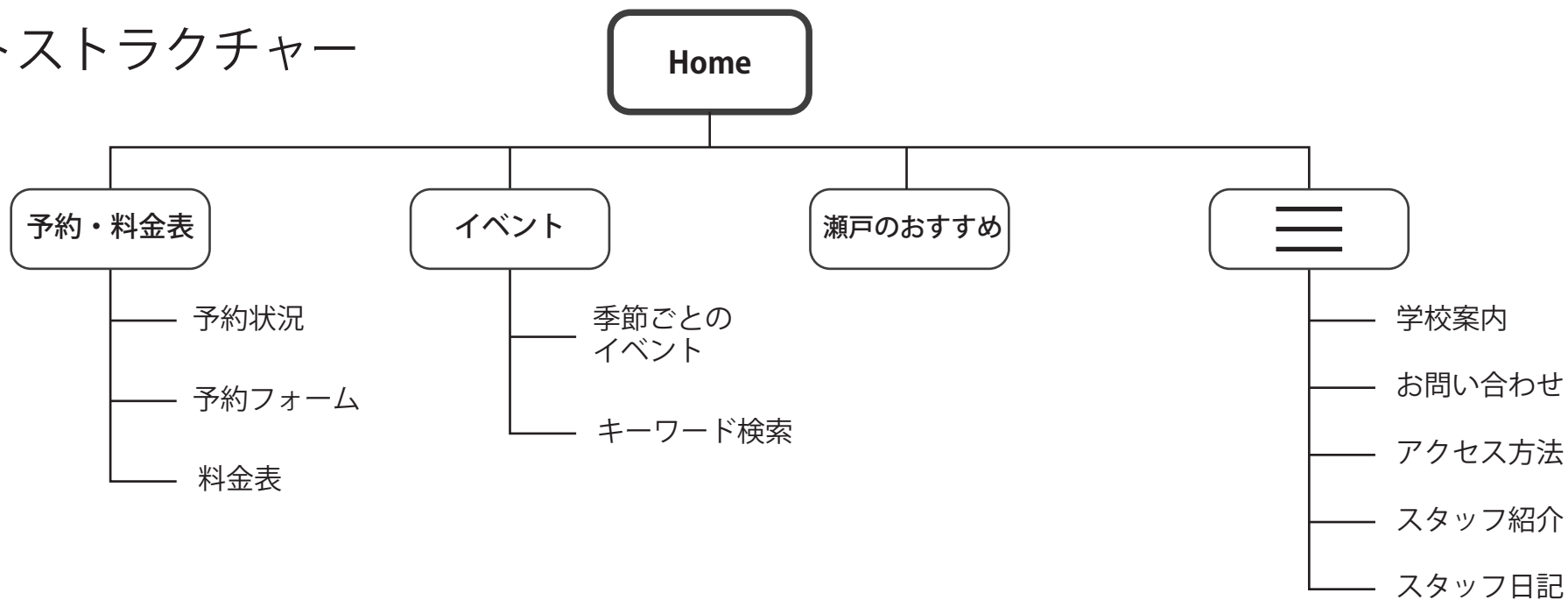
価値観・悩み

- [価値観]
何事も楽しみたい。
経験や体験にお金を使いたいと思っている。
- [悩み]
仕事も、育児も、家事も忙しく中々自分の時間を取れない。リフレッシュしたい。
あまり人混みには行きたくないけど、子供たちに色々な人とコミュニケーションをしたり、自然と触れ合ってもらいたい。

要件定義



サイトストラクチャー



ペイドメディアの選択

選択した理由



主なソーシャルメディアの中で**普及率が最も高い**

36歳以上の方が”お出かけ施設探し”で最も使用している

ラインサービスの**あらゆる配信面**に広告を表示できる

効果の説明

効果 1 **低関心層の方たちにも知ってもらえる**

普段から連絡手段として日常的に使用しているため、
宣伝を目にする機会が多いため

効果 2 **顧客獲得に繋がりやすい**

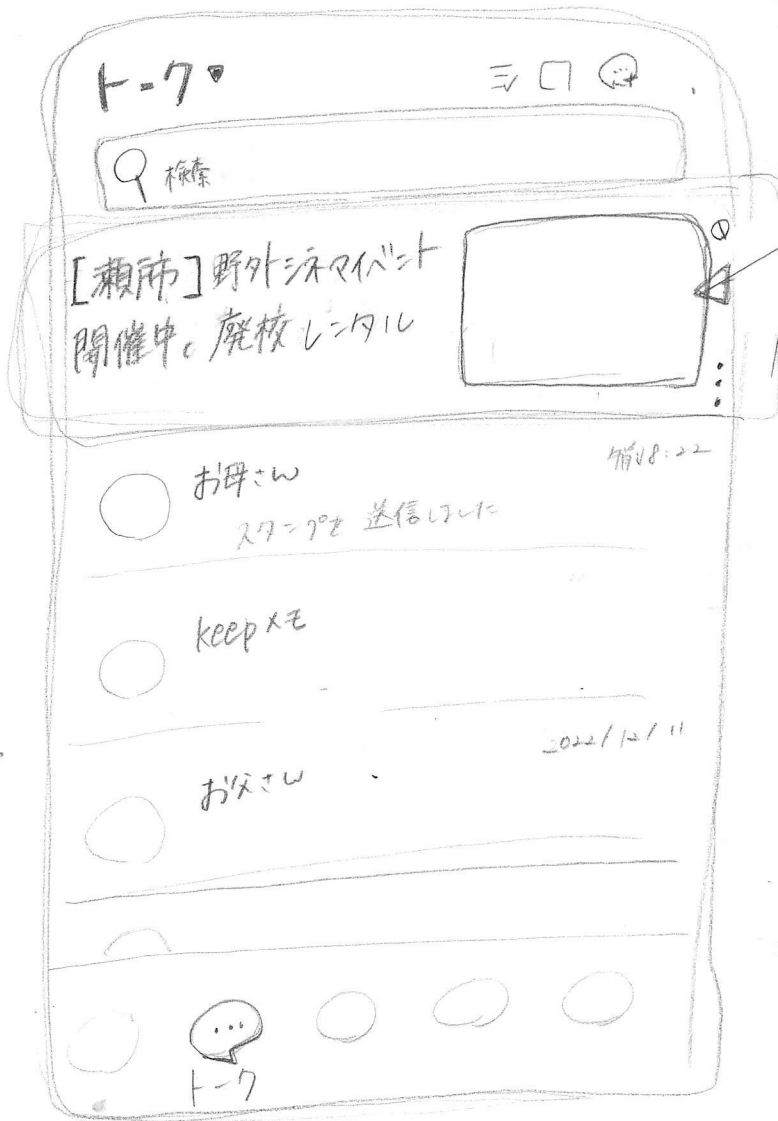
ラインサービスのあらゆる配信面に広告を表示できるので
いろんな方に広告を見てもらえる機会が多いため

効果 3 **情報が広がる**

広告を見た方がそのまま家族や友人に情報を共有できるため

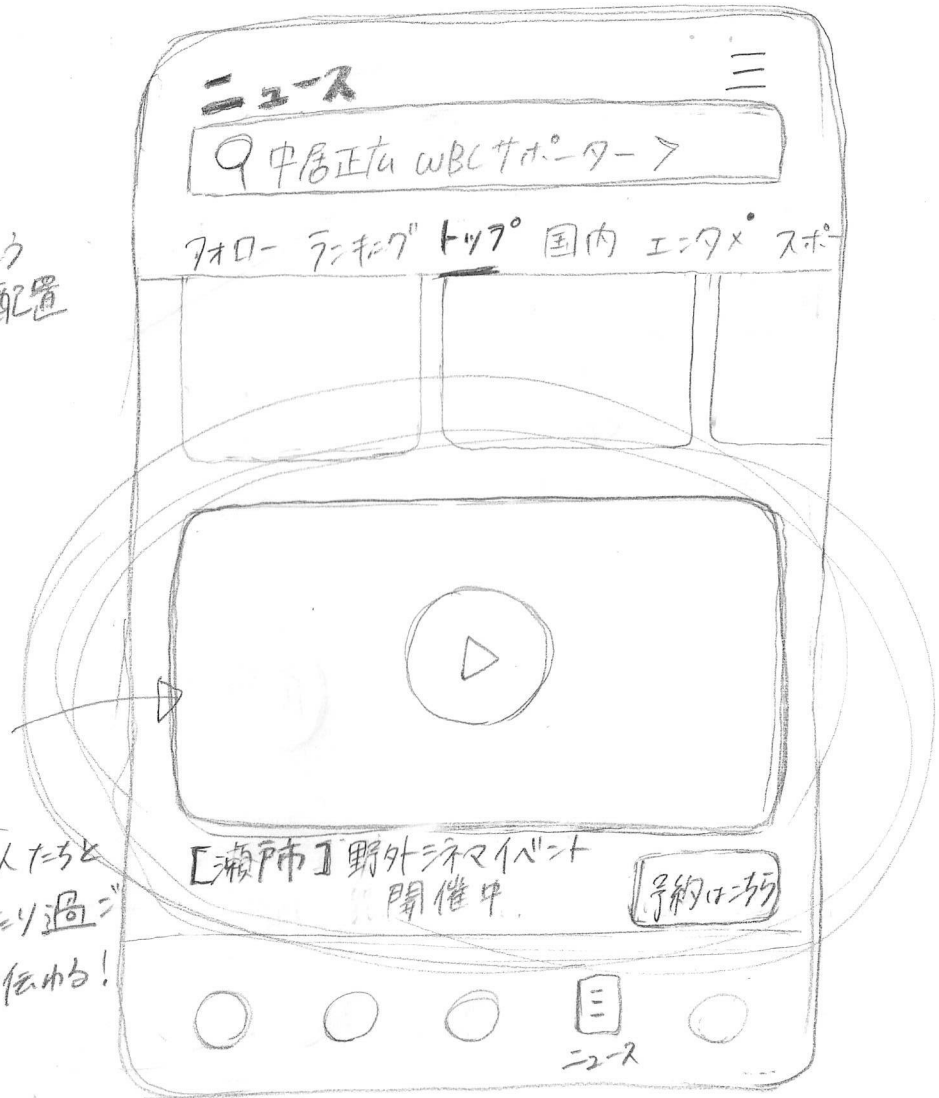
プロモーションイメージ

トーク画面



画像配置
のファミリーで楽しもう
にしている画像を配置

LINE NEWS 画面



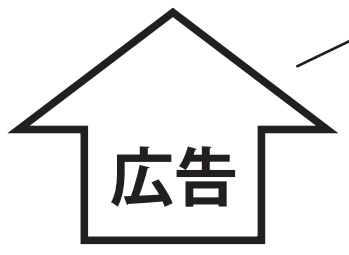
動画や画像配置

↓
ファミリー、友人たちと
楽しもう、ま、た、り、過
しているのが伝わる!

校門から入って

"校内案内 → ファミリーやたじろの人たちから
笑顔で楽しもうにしている姿" という流れの動画

KGI・KPI・CVR



LP
5000
セッション

KPI: 直帰率
90% (500)

644
セッション

**KPI: 予約件数
月間: 60件**

予約 **From** → 予約

KPI: 直帰率
90.6%



1200
セッション

KPI: 直帰率
60% (144)

360
セッション

HP → イベント案内

KPI: 直帰率
70%

**目標: 3,600万/年
KGI: 300万/月
CVR: 0.98%**