



#映画館感覚で宝塚いこっ!?

よいこの タカラヅカ

名古屋開催!

宝塚ファンの集いイベント!

周知・申込サイト!

よいこに向けたご提案



市場調査・SWOT分析

Aさん	ファンになったきっかけは不明
Kさん	懸賞が当たりたまま観劇 →すぐにファンになる
青野さん	舞台が好きで、観劇に行った →徐々にファンになる
佐藤さん	趣味探しの一環として、友人に連れて行ってもらった →徐々にファンになる
叔母	先輩に誘われて →徐々にファンになる
大島さん	家族がもともと宝塚ファンだった →知らないうちにファンになる
Cさん	友人に連れて行ってもらった →すぐにファンになる

宝塚ファン
になった
きっかけ

引用 それぞれのファン活動
—宝塚歌劇とファンをつなぐ起点— 高井 美月

宝塚ファンは約9割が女性

引用 観劇行為のメディア論
—「宝塚」を事例にして—
大阪大学大学院人間科学研究科 東 園子

アンケートの通りファンになったきっかけは 他人(友人、先輩、家族)からが57.1%

プラス要因

マイナス要因

内部環境

強み (Strength)

- ネットでは味わえないリアルな体験型！
- 実際に会って友達ができる。
- 初心者でも安心。

弱み (Weakness)

- そもそもあやしい。無理な勧誘されそう・・・
- 実際に参加するので手間や時間がかかる。

外部環境

機会 (Opportunity)

- 初心者向けの宝塚ファンの集まりが名古屋にない。
- 若い人の宝塚人気は高まっている。

脅威 (Threat)

- 初心者に向けたブログやサイトが多く存在する。
- Twitter やオンラインサロンで交流や出会いができる。

SNSでも宝塚が気になる方多数



また、もう観劇をしている方でも
友達がいないので語り合う友達が
ほしいっという声も多く見られた

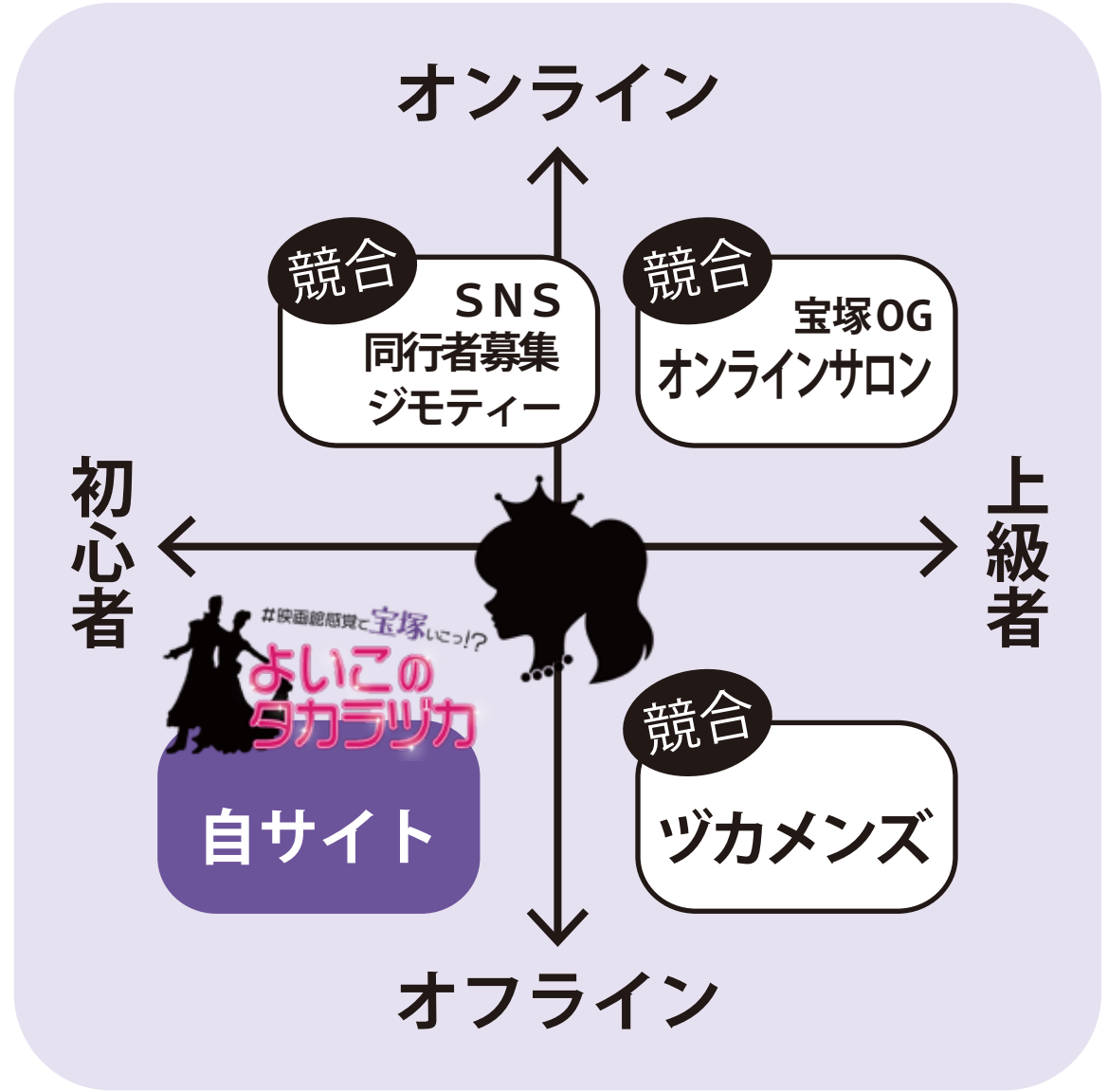


ポジショニングマップ

(体験型)
オフラインの
初心者向け
宝塚イベントは

今のところ
存在しない!

1位に
なれる!!





ペルソナ



基本情報

名前 : 伊藤優子
性別 : 女性
年齢 : 28歳
職種 : 保険会社の営業
年収 : 400万
家族 : 一人暮らし
住居 : 愛知県名古屋市中区
友人 : 広く浅い。親友は1人 (既婚子あり)

行動属性

【趣味】 映画・美術館鑑賞・動画鑑賞
【習慣】 YouTubeで動画を見る
【休日の過ごし方】 美術館か映画に行く
【消費傾向】 安さより質が良いものが買いたい
【情報収集】 Twitter、instagram、YouTube

パーソナリティ

新卒入社 of 保険会社で営業職。バリバリ働いている。要領がよく器用。仕事にも慣れてきてプライベートとの両立もできている。上品で綺麗好き。人と接することが好き。フランス映画が好きで「うたかたの恋」が宝塚で舞台化されていると知り観劇したいと密かに思っている。

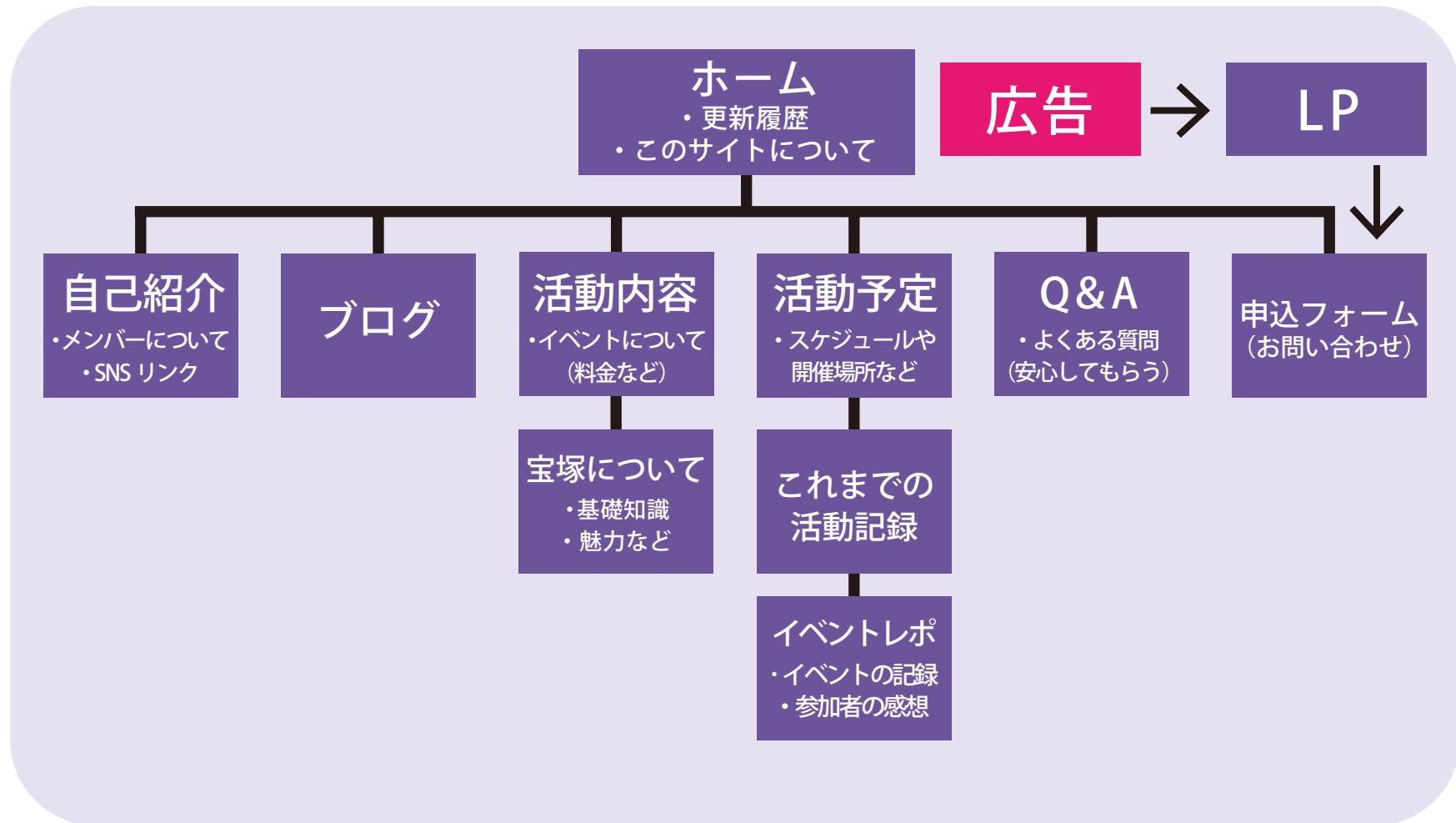
現在抱えている課題

仕事はやりがいを感じているが要領が良い故にマンネリ気味。なので趣味を充実させたいと思っている。友人が結婚や出産等、自分とは違うライフステージに移り遊びに誘いづらく寂しさを感じている。共通の趣味を楽しむ友人が欲しいと思っている。



要件定義・サイトストラクチャー

20~30代の宝塚に興味がある女性 に名古屋で開催される宝塚初心者に向けたイベントに参加申込してもらう。





ペイドメディア及び効果の説明

YouTube

ディスプレイ広告

約80%の社会人がYouTubeで
情報収集をしている。(for, Freelance 調査)

宝塚観劇してみたい！
でも一緒に行く人いないし…
SNSだと顔が分からないし
怖いな…。
宝塚語りながらお茶とかしたい～！！

宝塚、気になるなあ…
今日も動画みよっと…



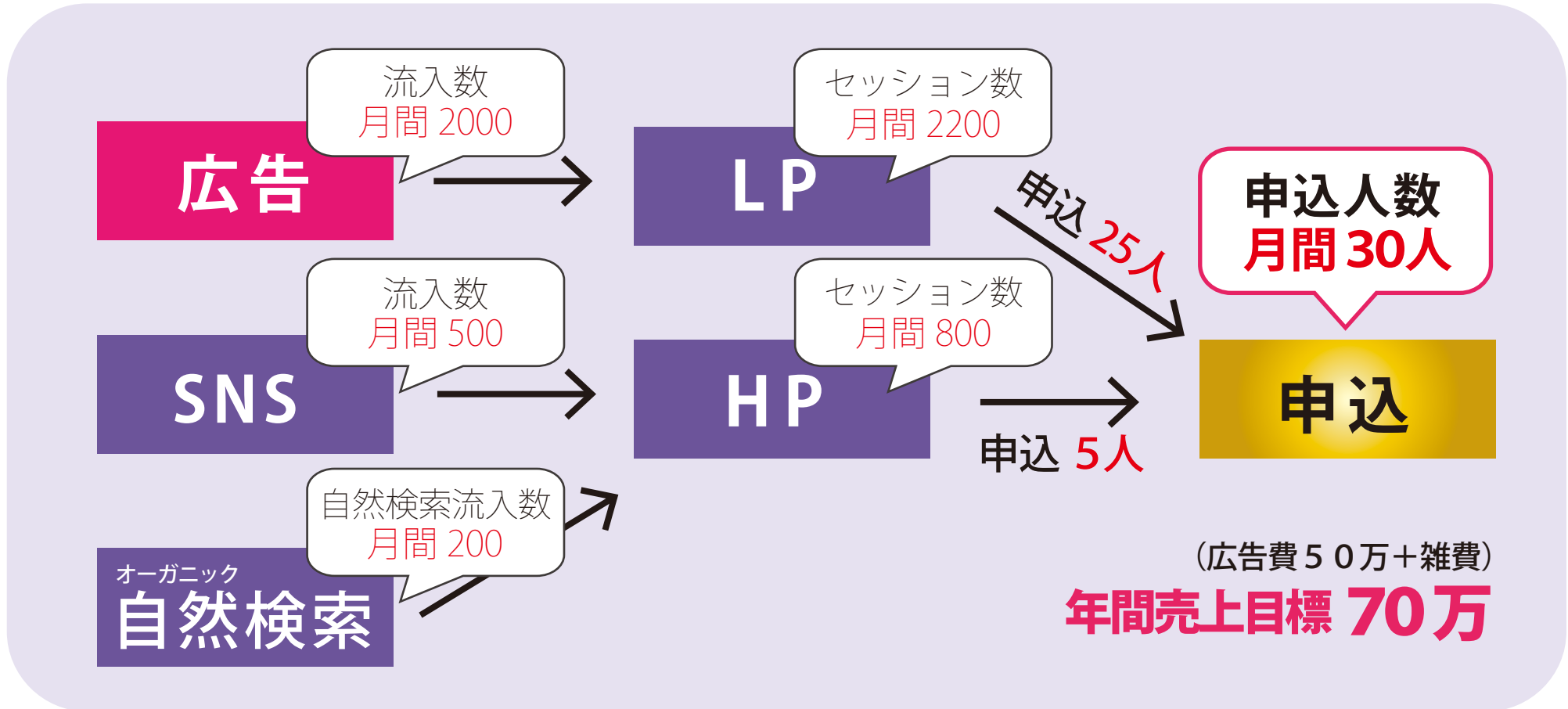
えッ！
名古屋で宝塚ファンの
イベントが…！？
ポチッ！

動画を視聴して情報収集、「宝塚友達がほしい…」と思っているユーザーに効果的な広告です。



コンバージョン KGI・KPI

コンバージョン・・・イベントへの参加申込



KPI : セッション数 月間3000

KGI : 月間申込人数 30人