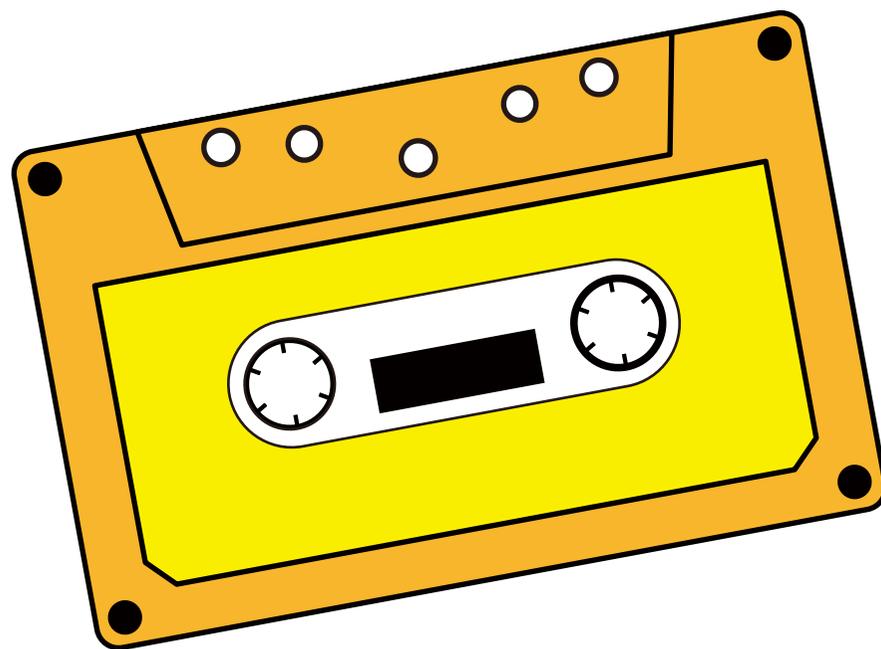


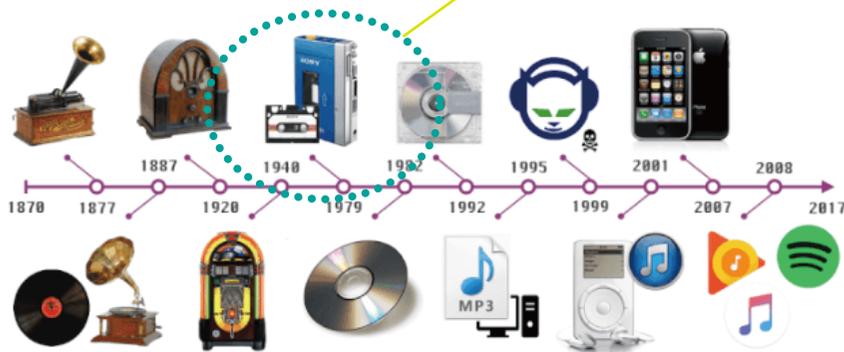
カセットテープの販売店



市場調査

1940年頃～1982頃まで音楽録音ツールとして発達

🎵 音楽産業の歴史と発展



【音楽学】音楽産業の歴史と発展～レコード・CD・MP3・ストリーミング～
<https://xera.jp/entry/musicology> より引用

- # cassette store day
- # 非日常感
- # エモい
- # 温かみがある

あなたが、アナログ的な要素のある商品・サービスを
 購入・利用したことがあるランキング

4位

【購入・利用したことがあるランキングTOP10】		
1位	年賀状	43.6%
2位	手書きの手紙	36.1%
3位	レンズ付きフィルム・ 使い捨てカメラ	31.1%
4位	カセットテープ	30.0%
5位	着物・浴衣	25.2%
6位	アナログ手帳	23.7%
7位	インスタントカメラ	23.4%
8位	本屋巡り	21.2%
9位	銭湯	20.7%
10位	オルゴール	20.5%

【使用・利用してみたいランキングTOP10】		
1位	アナログ手帳	72.0%
2位	手書きの手紙	71.1%
3位	着物・浴衣	70.3%
4位	純喫茶	68.3%
5位	昭和居酒屋・食堂	68.0%
	オルゴール	
7位	本屋巡り	66.9%
8位	銭湯	65.8%
9位	インスタントカメラ	65.3%
10位	年賀状	64.2%

※使用・利用してみたいランキングに関しては「使ってみたい」「まあ使ってみたい」の合計値
 アイリサーチ「若者の消費トレンドに関するアンケートモニター調査」
<https://monitor.i-research.jp/report/money/report39.html>

SWOT 分析

Strengths

ビジュアル

程よい雑音

アナログ感

Weaknesses

レコーダー必要

不便さ

定年劣化

Opportunity

レトロブーム

海外で特に人気

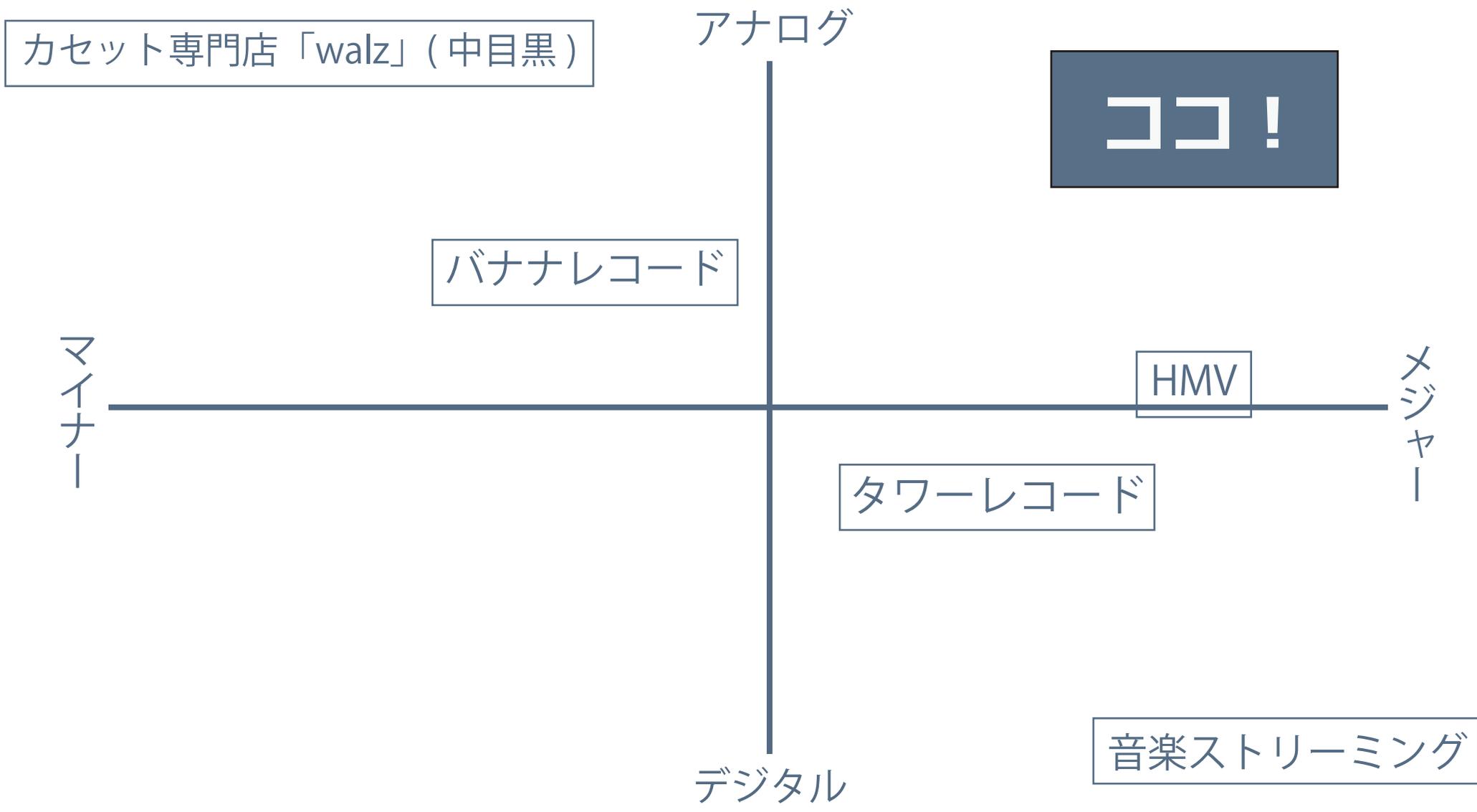
アーティスト販売
(山下達郎、chilli beans、BTS…)

Threat

手軽な音楽媒体が豊富

ストリーミング

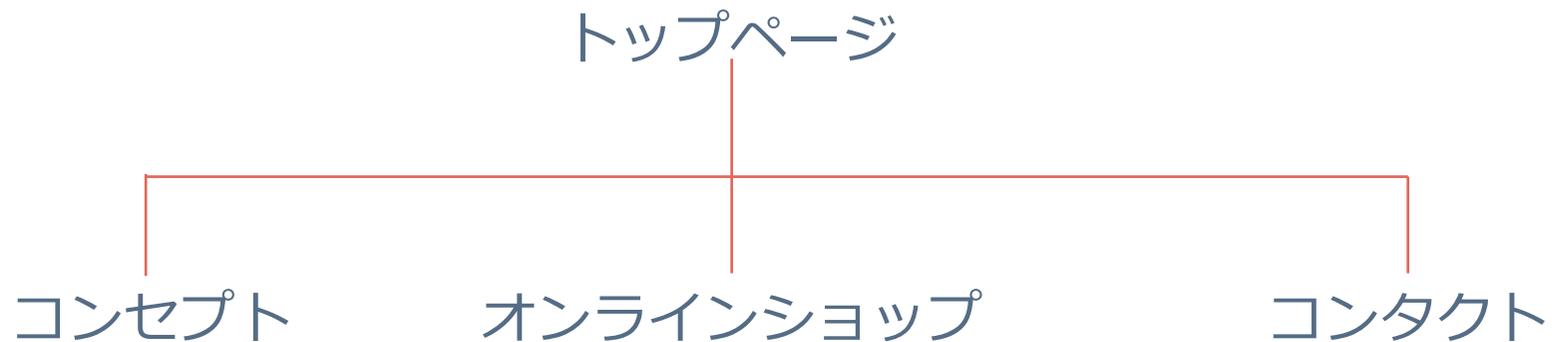
ポジショニングマップ



要件定義

カセットテープを使用したことがない 10-20代に
カセットテープの良さを知ってもらい、購入してもらおう。

サイトストラクチャー



ペイドメディア

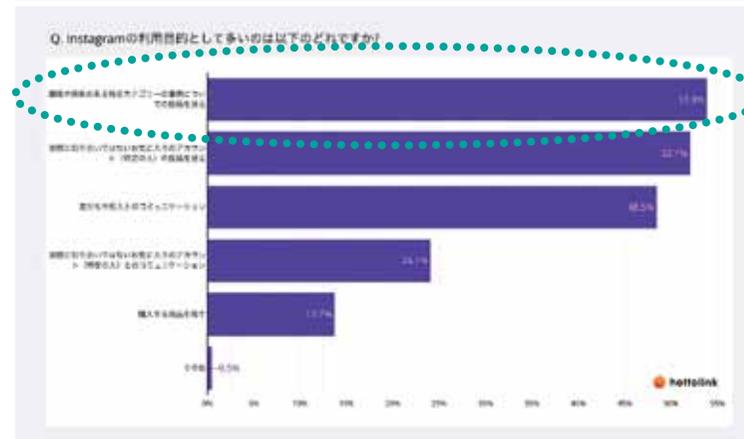
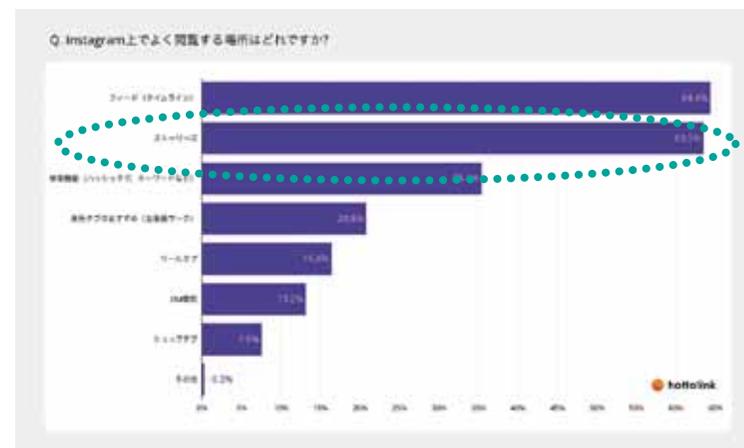
インスタグラムのストーリー広告

理由

- SNS の利用調査によるとターゲット層の 10-20 代がインスタグラムの使用率が高い。
- 興味関心に合わせてターゲティングができること。
- 利用ツール「フィードとストーリーズ投稿が 6 割」
- 利用目的として「趣味や興味ある投稿見る 50%」
- 全画面画像によってインパクトを与えられる。

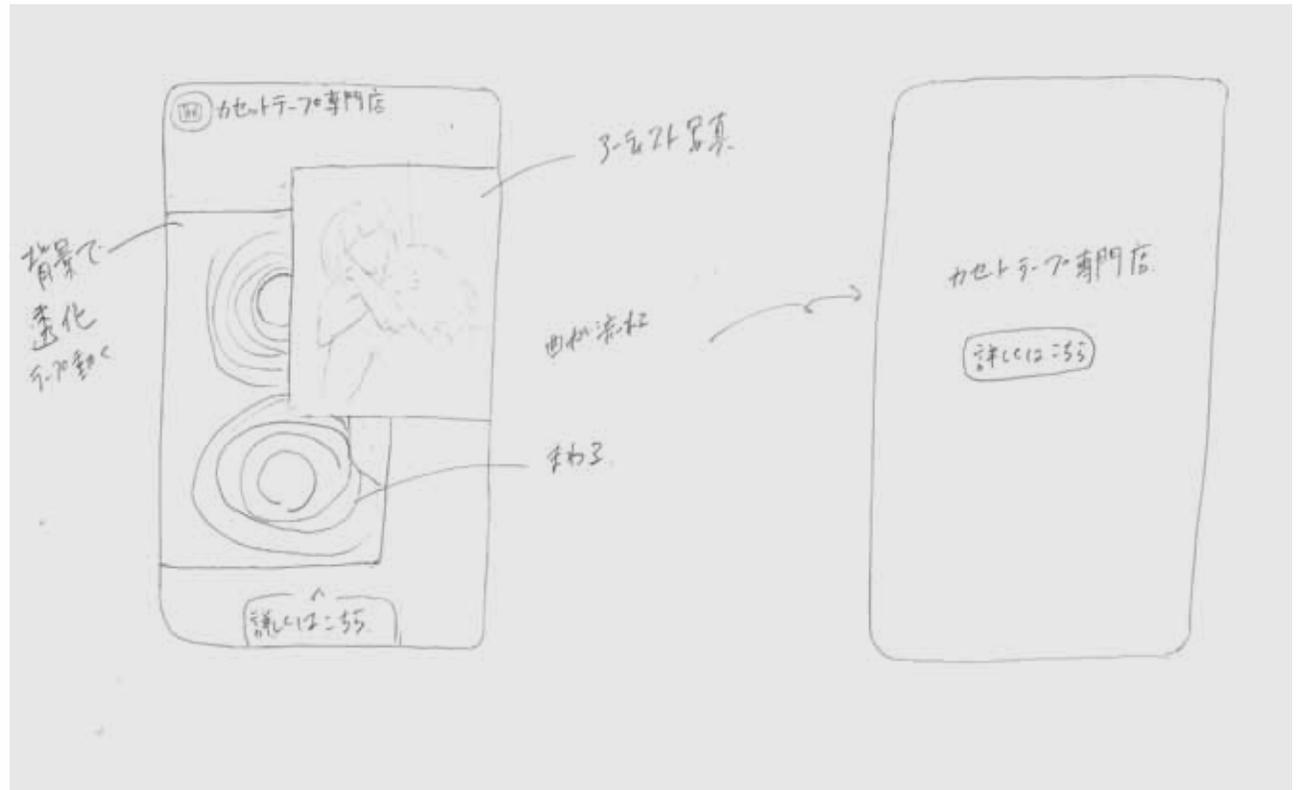
期待される効果

- 若い音楽好きな人にカセットに興味を持つことができる。



プロモーション

表示されると楽曲が流れる。
カセットテープ専門店と
分かるように背景に配置。
全面にアーティスト写真を
載せてインパクトを持たせた。



ペルソナ

名前 瀬口 みのり

年齢 20 歳

性別 女

職業 大学生

家族 母、父、兄

SNS Instagram、Twitter を利用

趣味 音楽鑑賞、ギターを弾くこと



詳細情報

大学で軽音サークルに所属。

バンドで活動しており日々明け暮れている。いつか自分の作品を残したいと考えている。

流行りの邦楽をよく聴いている。

流行りものに目がなく、常にアンテナを張ってチェックしている。人と被るのが嫌い。

KGI KPI

年商 1000 万円
KGI 85 万 / 月
売上 425 本



単価 平均 2500 円

インディーズ 2000 円

メジャー 3000 円