

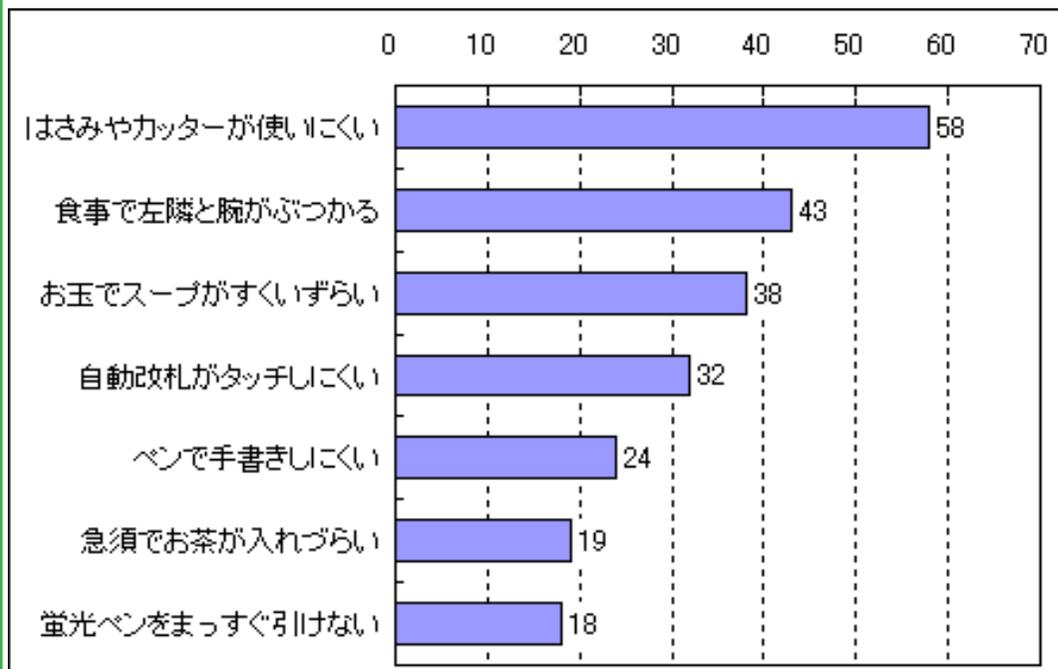
Web マーケティング発表資料

ユニバーサルデザイン商品販売イベント

ひだり EXPO

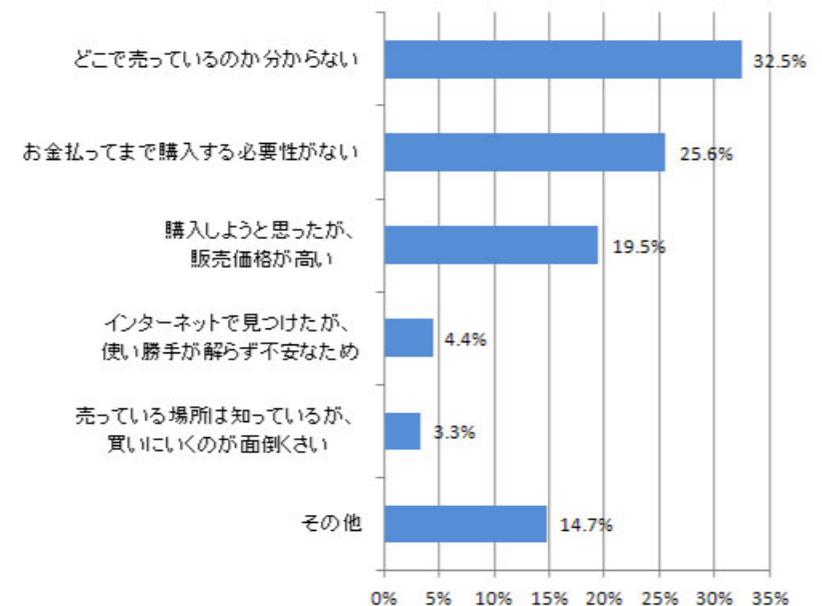
市場調査（国内）

- ・多くの左利きが生活用品に使いにくさを感じている。
- ・左利き用キッチン用品を持っていない理由として「どこに売っているのかわからない」がトップ。



左利きで困ったこと
(回答者数：左利き 104 名 / 単位：%)

左利き用を持っていない理由

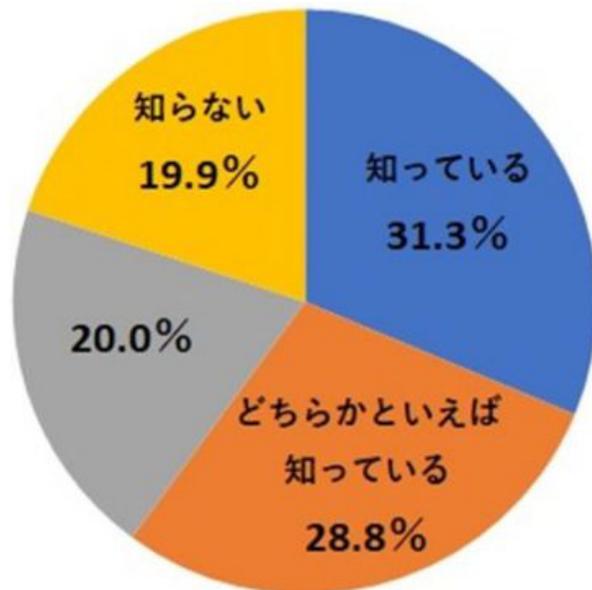


左利き用キッチン用品を持っていない理由
(回答者数：1566 名 / うち左利き 62.8%)

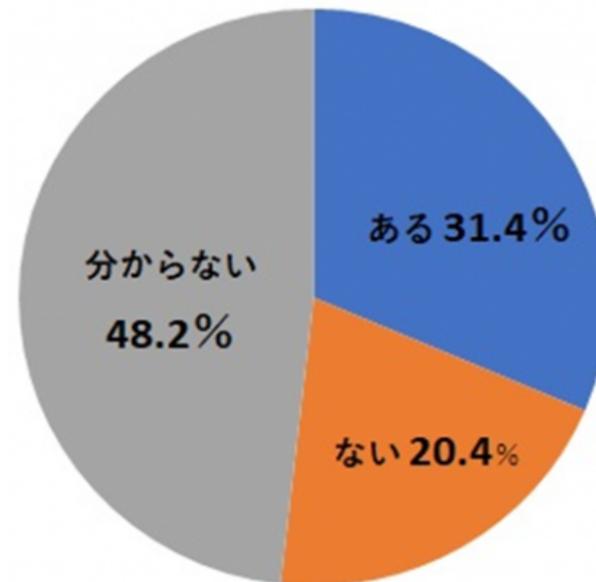
N=1499

市場調査（国内）

- ・ 2022年時点で「ユニバーサルデザイン」という言葉の知名度は**半数を超える**。
- ・ 一方で、ユニバーサルデザインを取り入れた商品を利用した自覚のある人数は**全体の約3割**にとどまっている。



問1：ユニバーサルデザインという言葉を知っていますか？



問2：ユニバーサルデザインを取り入れた商品や設備を利用したことがありますか？

イベント詳細



生活用品の体験

ユニバーサルデザインの生活用品を
実際に使ってもらうことによって、
利き手による違いを体感してもらう。



生活用品の購入

気に入った生活用品はその場で購入
できる。他社製品と比較することも
可能。

著名人のトークライブ

左利き著名人が自身の体験談を話す。
会場で販売している生活用品を使用
するコーナーも。

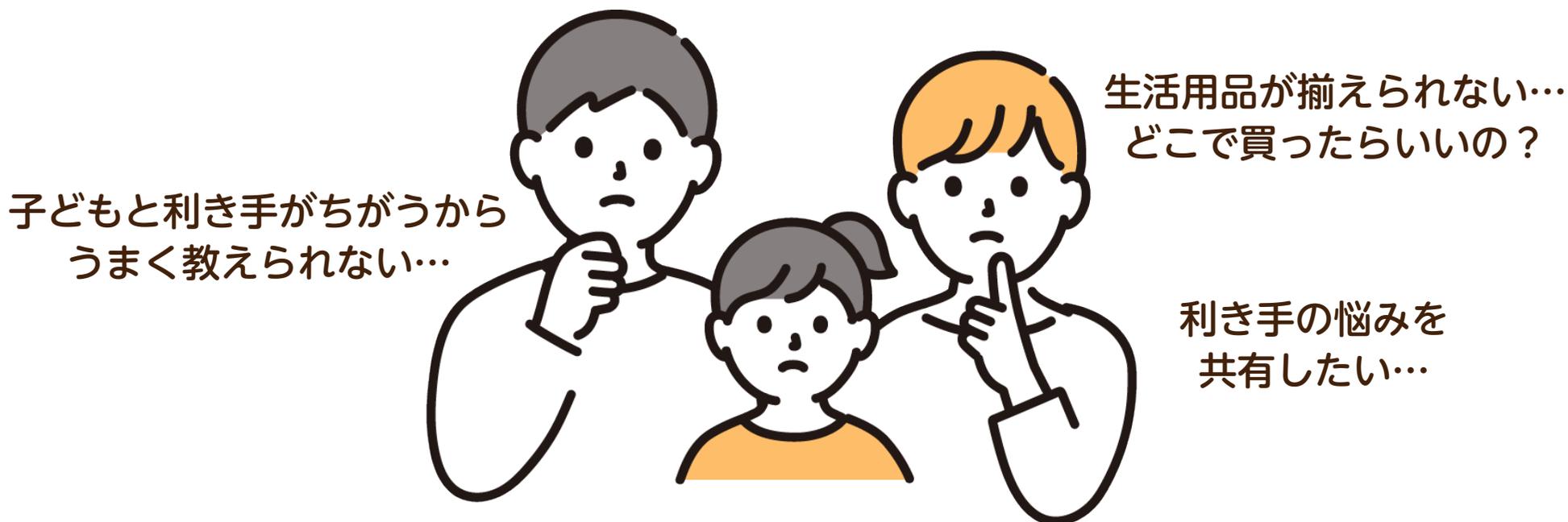
※左利きの利点にはフォーカスせず、悩みを理解し共有する場として開催

※デザインコンセプト：シンプルで目に留まりやすいもの（例：デザインあ）

ターゲット（要件定義）

左利きの家族を持つファミリー層に、ユニバーサルデザインに触れられるイベントへ来場してもらう

- ➡左利きのみならずターゲットを絞らない
- ➡例：両親が40代、子どもが小学生

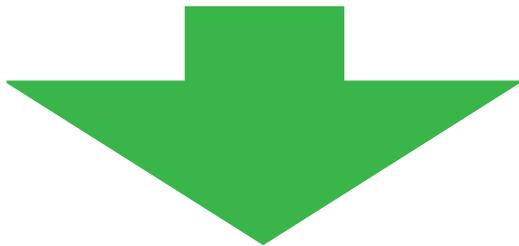


利用サイト

イベント概要の説明、会場チケットを購入してもらうことが目的

1. ランディングページ

- ・ペイドメディアからの集客
 - ・イベントの認知
- ➡商品やゲストを大きく打ち出した、楽しげなデザイン



そのまま予約

2. コーポレートサイト

- ・自然検索からの集客
 - ・イベント予約の説得
- ➡ユニバーサルデザインの必要性など、イベント開催の意義も掲載



チケット予約フォームへ

ペイドメディア

●アフィリエイト広告

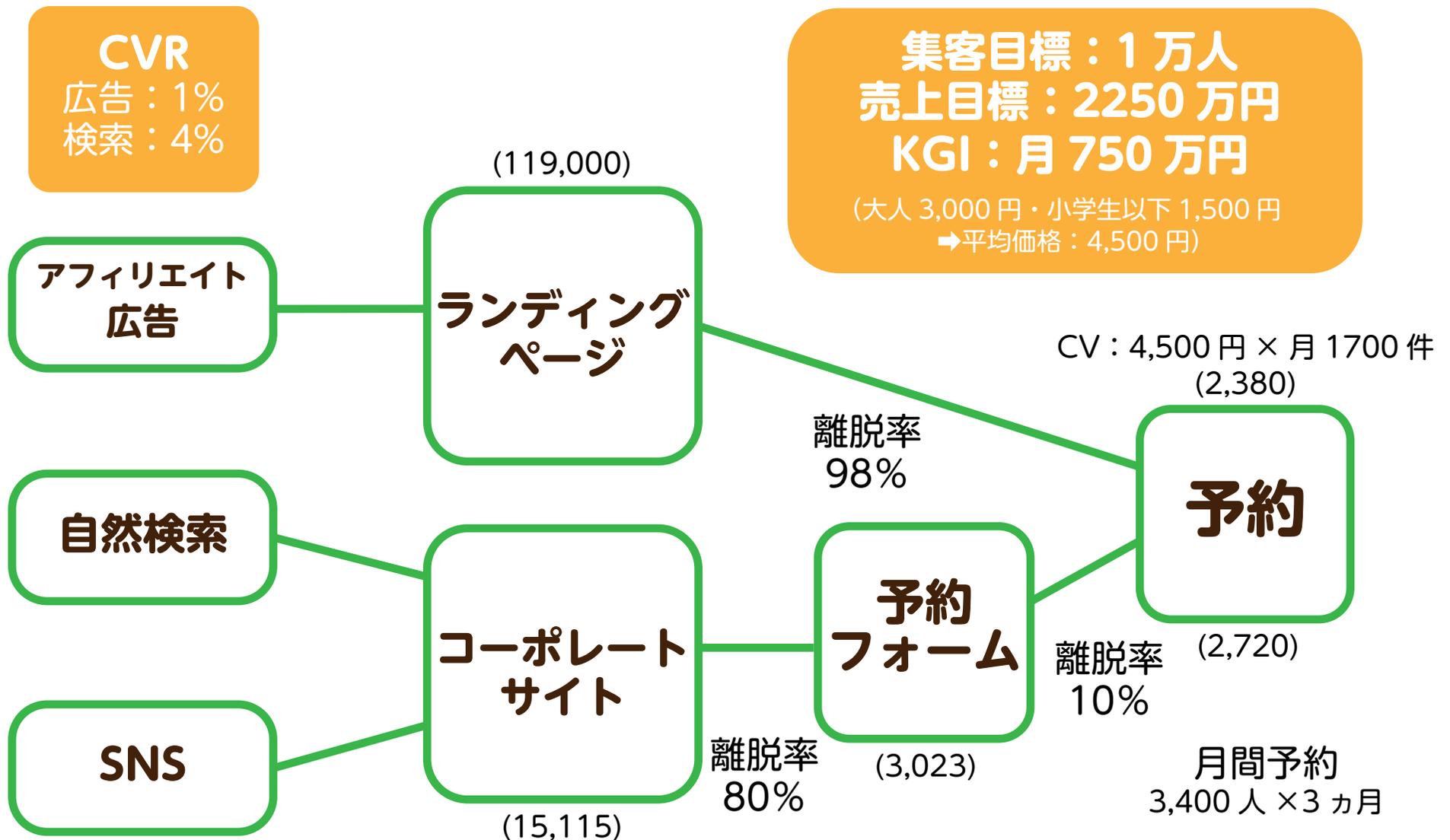
ターゲット層（親世代）の説得が目的。

イベントに登壇する左利き著名人にアフィリエイト広告（ブログやYouTube 動画）を依頼。

ファミリー層に人気のある著名人を起用することによって、イベントの周知とサイトアクセス数の増加が期待できる。

例：玉木宏、星野源、中川翔子など…

KPI ツリー



参考資料

●「ユニバーサルデザイン」を知っていますか？ / データ活用なう

<https://www.navit-j.com/media/?p=74364>

●左利きについてのアンケート（キッチン用品編）結果報告 / 無印良品

<https://www.muji.net/lab/project/left-handedness/120912.html>

●左利きの悩みの実態に関するアンケート調査 / Mpac マーケティング情報パック

https://www2.fgn.jp/mpac/_data/8/?d=201604_05

●フリーイラスト素材：ソコスト

<https://soco-st.com>