

慶応元年創業  
三浦忠教香

野立て看板のリニューアルと  
告知 LINE リッチメッセージのご提案

15 石塚 美花子

# A案

鳥獣戯画風モチーフ × 木目調

伝統を守り伝統を創る

慶応元年創業

三浦忠鼓香

お気軽にお立ち寄り下さい

営業時間  
9:00~  
18:00

不定休



MIURA JAPANESE  
DRUM STORE

# B案

岡崎イメージモチーフ × 水彩調

慶応元年創業

三浦忠鼓香

伝統を守り、伝統を創る

営業時間 9:00~18:00

不定休

どうぞお気軽にお越しください



慶応元年創業  
三浦忠鼓香

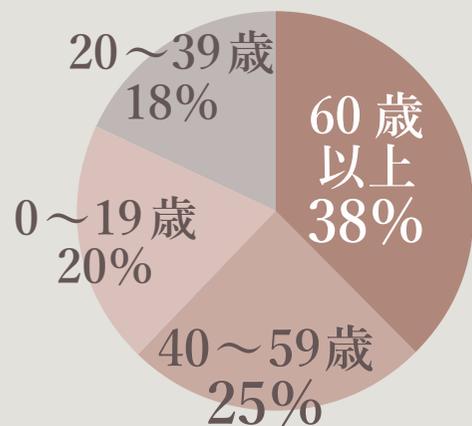
## 現状の課題

和太鼓店と聞くと敷居が高いイメージに繋がりがやすい

看板で親しみやすさや来店のしやすさを  
アピールし集客、売上UPを目指す



## 地域環境とターゲティング



岡崎市本宿町の人口割合

株式会社京谷商店「日本全国地域情報」参照

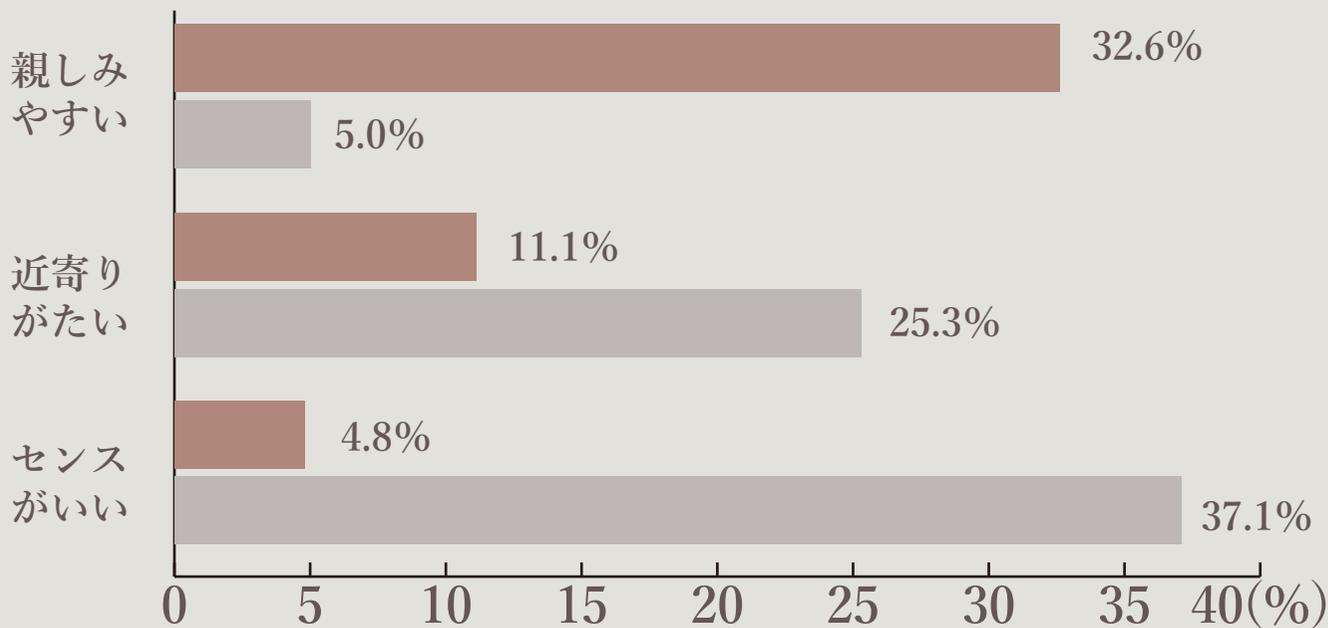


三浦太鼓様店舗周辺環境

ターゲット層を限定しすぎず、人口の割合の多いシニア世代から主婦層、学生まで老若男女問わず地域の方に興味を抱いてもらい親しみやすく気軽に来店できるきっかけとなるデザインが必要

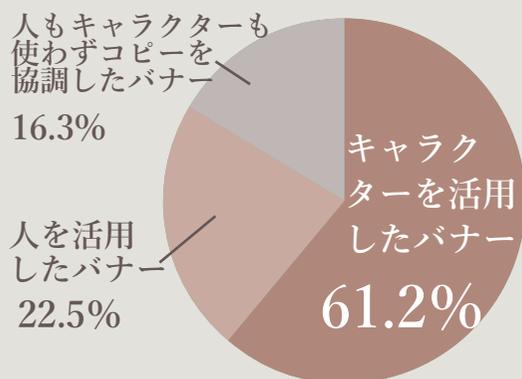
# 親しみやすいデザインとは？

Q. キャラクター系文具・高級文具を持っている男性のイメージをそれぞれお答えください。



株式会社ネオマーケティングアンケート調査参照

Q. 次のバナー広告のうち一番印象に残った広告を1つだけお答えください

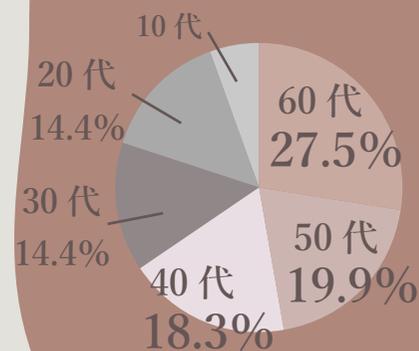


株式会社クオンアンケート調査参照

キャラクターを活用したマーケティングは、「親しみやすい」印象や「記憶に残りやすい」といった効果を消費者に与えるのに効果的

## 鳥獣人物戯画とは？

作者不明の平安時代末期～鎌倉時代初期に描かれた絵巻物。動物が楽しそうに遊ぶ様子が描かれ「日本最古の漫画」とも称される。2021年に東京国立博物館で開かれた特別展ではコロナ禍にも関わらず約13万人が来場。



美術展・博覧会利用層の年代構成 (博報堂 Web マガジン参照)



アパレルブランド niko and... とのコラボレーション雑貨

以上を踏まえて、

**A案**

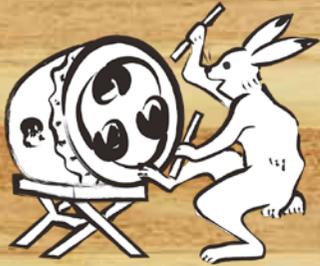
でご提案



伝統を**守**り伝統を**創**る

慶応元年創業

三浦太鼓香



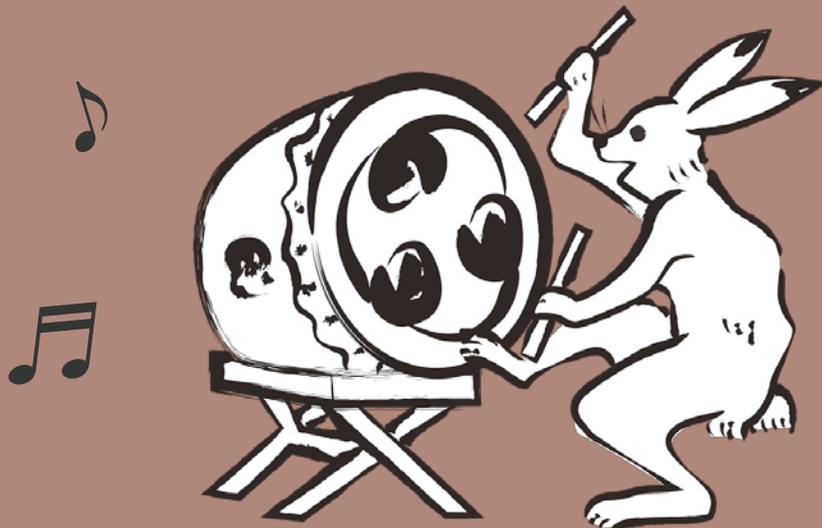
営業時間

9:00~  
18:00

不定休



MIURA JAPANESE  
DRUM STORE



コンセプト：

# 伝統 × 遊び心

## 伝統

神代杉や原料である木材がイメージできる木目調背景

桜の和柄

## 遊び心

親しみのあるキャラクターが楽しく太鼓を演奏しているイラスト

×

=

伝統を重んじながらも「新しさ」「楽しさ」を感じさせる三浦太鼓様のイメージを地域の方に周知いただく

## テーマカラー



キャラクターの存在でデザインがポップに寄りすぎないように、色味で伝統を重んじる雰囲気が出るようにしています。

## 視認性への配慮

看板として遠くから見やすいよう店舗のロゴは文字高約 80cm にいたしました。

また視認性に配慮し、装飾はできる限りそぎ落とし車に乗っていても見やすいよう、シンプルなデザインを心がけました。

店舗外観が黒色でカッコいい雰囲気なので外観と看板をセットで見た時に色味・テイストがマッチするよう建物との相性も考慮しました。



# 店舗設置イメージ



# LINE リッチメッセージ



ご清聴  
ありがとうございました