

#01 | **コンセプト(訴求ポイント)の考察**

Jazz Giantとの繋がりと野性味を感じさせる音色

Jazz Giantsとの繋がり／スイング／バップ／実験的な音／豪快／NY／ストリート／視覚障害／感性・感受性
／野生

#02 | 各種考察と分析

1. ペルソナ像の考察

JAZZ ライブの会場に足を運ぶ層は、大まかに分けて a. リスナー層と b, プレイヤー層に大別される

リスナー層

- ・中高年 (40~60代)、やや男性が多い
- ・ボーカルありの編成の方が集客率高



雰囲気良くアルコールを嗜む空間として

音楽性・プレイスタイル・人間性による訴求

プレイヤー層

- ・自身も演奏する層
- ・年齢層は幅広い。ただしビギナー層は若い人も目立つ



自身の演奏の参考あるいは手本となる演奏を求めて

演奏技術の高さによる訴求

“Kojun Satoファン”の獲得

2. ユーザーの行動心理の予測

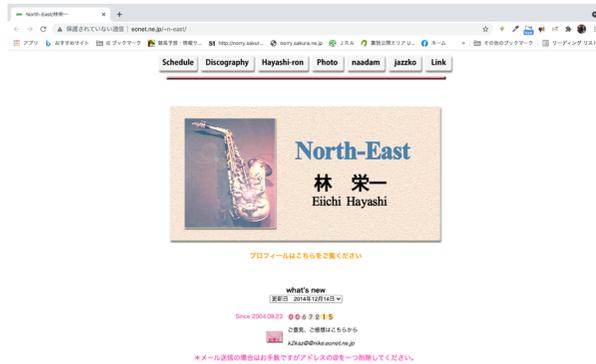


友人知人といった属性のユーザーを除き、**同じチャージを払うのであれば、より有名なプレイヤー・より良いと言われているプレイヤーのライブに足を運ぶのでは?**と思われる。いわゆる普通のロックバンドと異なり、Jazzは個人名義での活動が多く、一定期間でメンバー交代を繰り返すパターンが散見され、『**どれだけすごいプレイヤーと共演しているか**』という**も未知のプレイヤーの評価基準**として機能しているものと考えられます。そして、師弟制度的なニュアンスもまだ残っていて、『**〇〇に師事**』など**といった情報も、プレイヤー選定の要素**になっているものと思われます。

リスナー・プレイヤー共、いわゆる『Jazzのウンチクを語る』といった、かなり知識の豊富な方も多く、著名なジャズプレイヤーの名前・プレイスタイル等は熟知しているものの、大抵はすでに他界されているか海外等で、**実際生で耳にする機会**は少ないのでは?と思われる。『**〇〇を彷彿とさせるプレイ**』等、**著名なプレイヤーとのプレイスタイルの類似性を明示**することも、プレイヤー選定の1つの要素になるのでは?と思われる。

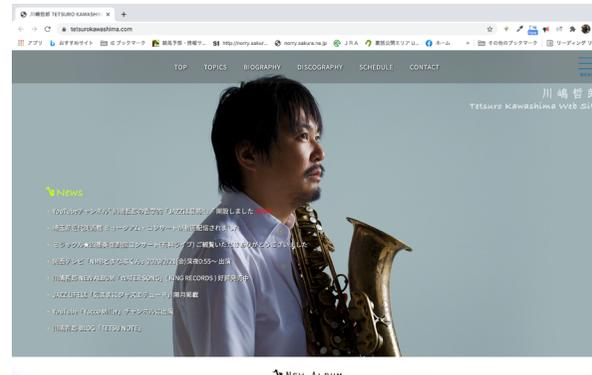
また、特にリスナー層に関しては『**雰囲気よくアルコールを嗜む空間**』として、**比較的足を運びやすい店・最良の店に流れる傾向**があるように思われます。

3. 競合の分析



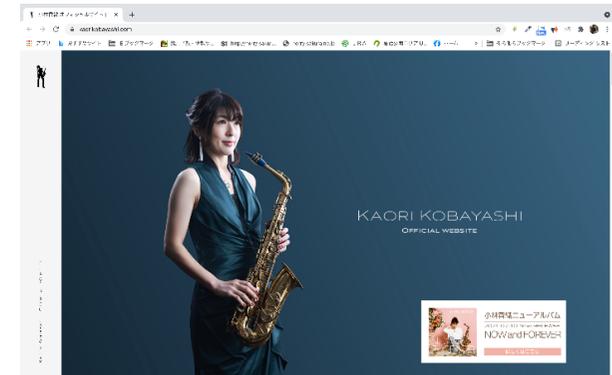
North-East | 林栄一
<http://www.eonet.ne.jp/~n-east/>

- Home
- Profile
- Schedule
 - ↳ 音楽教室のページへ
- Album
 - ↳ 音源



Ttsuro Kawashima Web Site | 川島哲郎
<https://tetsurokawashima.com/>

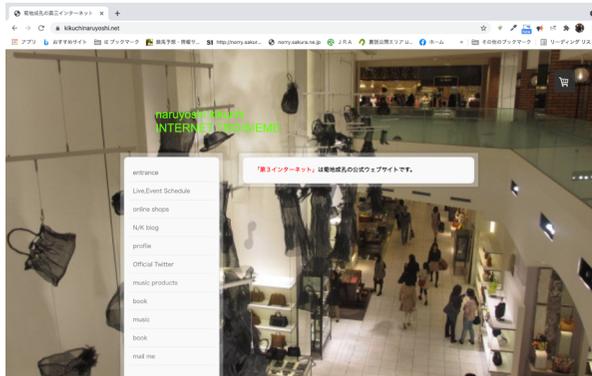
- Top
 - ↳ news/new album/movie/Biography/Schedule/Contact
- Topics
 - ↳ 記事一覧→詳細へ
- Biography(TOPのページ内リンク)
- Dicography
- Schedule(TOPのページ内リンク)
- Contact(TOPのページ内リンク)



小林香織オフィシャルウェブサイト
<https://kaorikobayashi.com/>

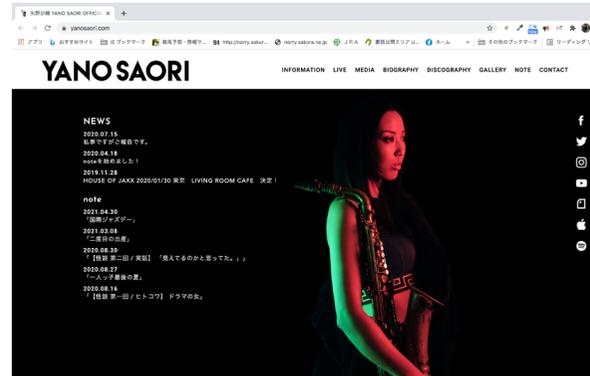
- TOP
- LIVE SCHEDULE
- NEWS
- PROFILE
- DISCOGRAPHY
- MOVIE
- GALLERY
- CONTACT

3. 競合の分析



菊地成孔の第3インターネットラジオ
<https://www.kikuchinaruyoshi.net/>

- entrance
- Live,Event Schedule
- online shop
- N/K blog
- profile
- official Twitter
- music products
- book
- music
- book
- mail me



YANO SAORI | 矢野沙織
<https://www.yanosatori.com/>

- Infomation
 - ↳ News/Insta timeline
- Live
 - ↳ Ture Aechives
- Media
- Biography
 - ↳ Profile/Biography
- Discography
- Gallery(Instagram)
- Contact
 - note/ameblo/facebook/twitter/instagram/YouTube/Apple music/Spotify



Erena Terakubo | 寺久保エレナ
<https://www.jamrice.co.jp/arena/>

- Top
- News(TOPのページ内リンク)
- Schedule
- Biography
 - ↳ 音楽教室のページへ
- Dicography
 - ↳ 音源
- Contact
- Mail Magazine
- Blog (ameblo)
 - ameblo/facebook/twitter//Apple music

3. 競合の分析 #01

ほとんどのミュージシャンはBlogとSNSの運用に留まっている

JAZZミュージシャンで本格的なサイトを持っている人は大御所クラスか、プロダクションがらみがほんどのように思われる。またサイトを持っていても個人で作成したと思われるものがほとんどで、旧態依然としたものが散見される



**クオリティの高いサイトを提供できれば
ブランディングの面でかなりの優位性を得ることができる**

3. 競合の分析 #02

本場のミュージシャンとの繋がりの明示が見受けられない

Profile文章内で本場アメリカでの経験について言及しているものは散見されるものの、強みとして強く押し出している競合は現時点で皆無。



**NYでの経験、Jazz Giantsとの繋がりを全面に押し出すことが
ブランディング、競合との差別化につながる**

3. 競合の分析 #03

自身の特徴・強みを明示しているサイトが皆無

ライブスケジュールやディスコグラフィ、略歴等の羅列で止まっていて、他者と比べて自身の特徴・強みが表現されているサイトが皆無（自身が伝えたい内容を、ただ伝えて終わりになっている）。まだそのミュージシャンをあまり知らないユーザーにとって、ライブに足を運ぶ動機付けが弱く、差別化が図られていない



色彩豊かな音色、古典的ビッグトーン、野生を感じさせる野太さ、生々しさ等、プレイスタイルの明示による差別化

4. 他のプレイヤーとの差別化

以上を踏まえ、競合との差別化のポイントはこのような感じになるのでは?と思われます

著名なJazz Giantsとの交流・評価とニューヨークでの経験

ジョー・ヘンダーソン氏やルー・タバキン氏、ルー・ドナルドソン氏といった、ジャズファンなら誰でも知っているような著名なジャズプレイヤーとの縁がストロングポイントではないか?と思われます。また、これらプレイヤーからの評価が演奏技術の高さの担保になるのでは?と思われます。

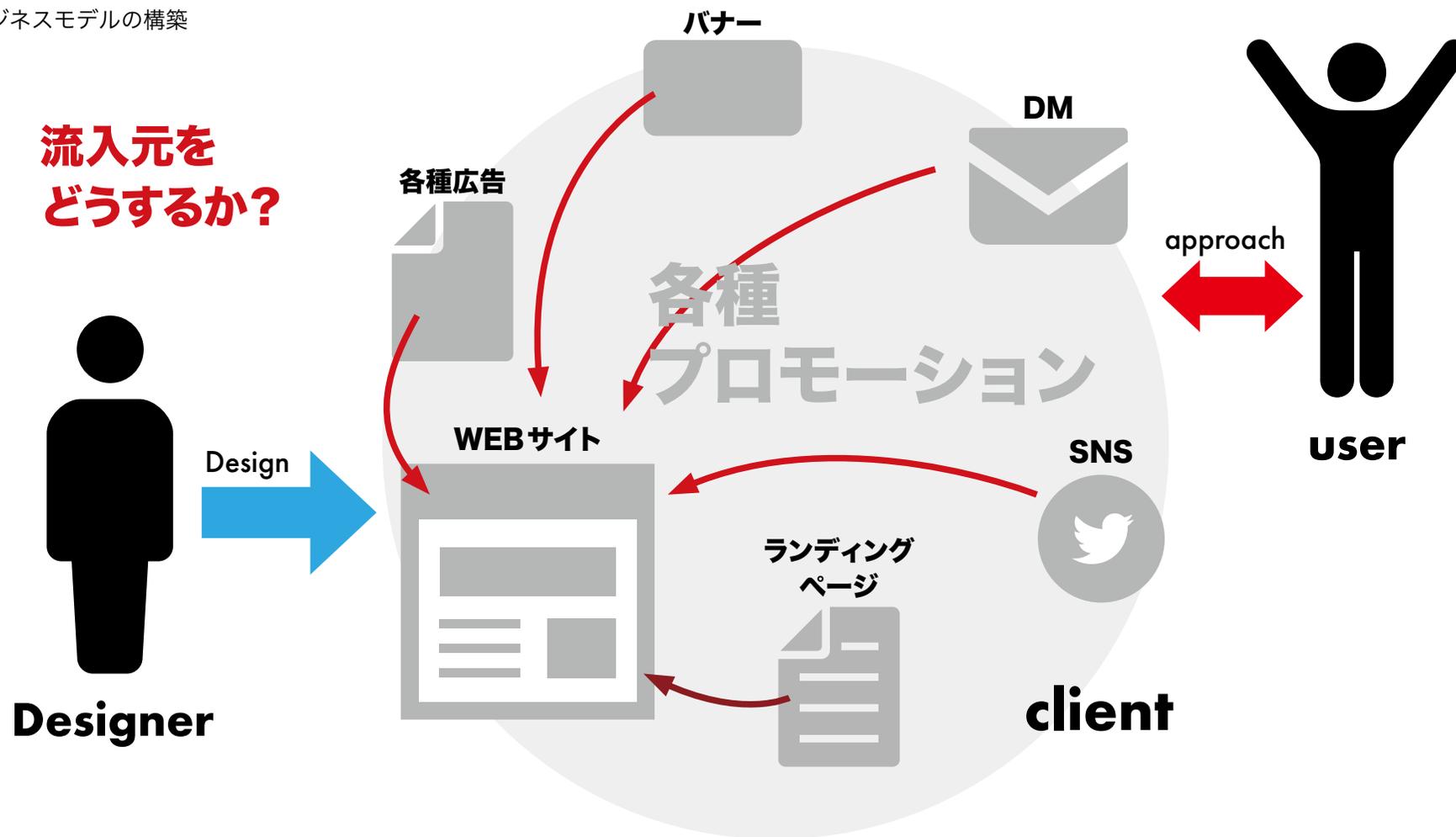
野生を感じさせる古典的ビッグトーン

プレイスタイルの特徴を明示することで、新規の方にも音のイメージを想起しやすくし、ライブ参加のきっかけにしてもらうことが可能になるのでは?と思われます。

~~健常者にはない、研ぎ澄まされた感性~~ ←これはちょっと難しいか?

#03 | 各種SNSの運用

1. ビジネスモデルの構築



単にサイトを開設しただけではさほど集客は望めず、**サイトの流入元をどうするか?**という問題が発生するものと思われます。現状、主にコストの面において、各種広告を打って行くというのは考えづらい状況と考えられるので、いかにユーザーとの接点を増やしていくか?というのが重要になってくるかと思います。

2.各SNSの動向

【参考】【2021年9月版】人気ソーシャルメディアのユーザー数まとめ

<https://www.comnico.jp/we-love-social/sns-users>

【参考】SNSの特徴と使い分けとは？SNSを上手に活用した販促方法をご紹介します！

https://hansokunodaigaku.com/koukoku_post/4095/

近年、twitterは安定した増加傾向にあると思われませんが、**特に10～20代のInstagramの利用率の伸びが顕著**で、**facebookは鈍化傾向**にあると思われます。また、**facebookは広報的性質**、**twitterは即時性**、**instagramは感性と世界観**を表現しやすい、という特色があるので、これらを適切に使い分けるべきかな？と思います。

#03 | 今回のご提案内容

1. サイトタイトル

Kojun Sato —— 佐藤公淳 Official WEB Site ——

4. サイトのテーマ・目的

Jazz Saxophonist 佐藤公淳ファンの醸成

アーティストの音楽性・人間性を見せ、Kojunブランドの認知・向上を狙い

ライブ集客

ライブ依頼(出演・共演)

レッスン依頼

に繋げる

2. サイトコンセプト（訴求ポイント）

Jazz Giantとの繋がりや野性味を感じさせる音色

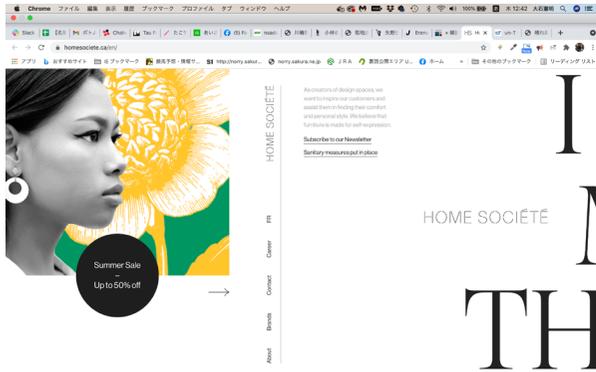
競合サイトを見る限り、サイト構成にあまり戦略的意図が感じられず、ただ単にプレイヤー側が発信したい情報を発信して終わりになっているものも多く見受けられます。よって、競合との差別化の項で導き出された、『著名なJazz Giantsとの交流・評価とニューヨークでの経験』『野生を感じさせる古典的ビッグトーン』を全面に出して訴求するのが適切ではないか?と思われます。

3. デザインのテイスト (トーン&マナー)

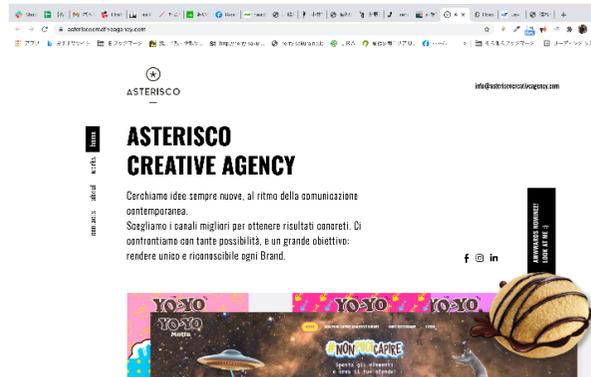
7色のアクセントカラーと洗練された力強いタイポグラフィ

色彩豊かな音色とNYでの経験、野生を感じさせるプレイスタイルを考慮し、多色表現ながら洗練かつ力強い表現を目指します。

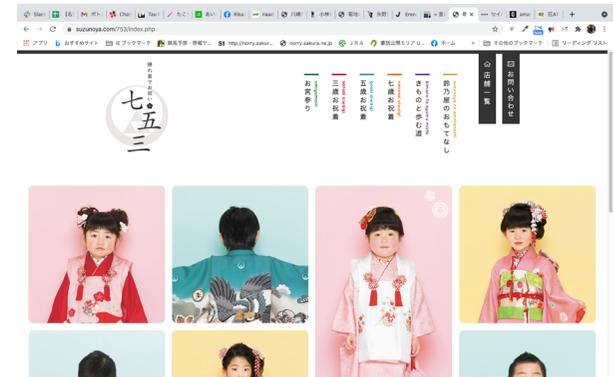
5. 参考サイト



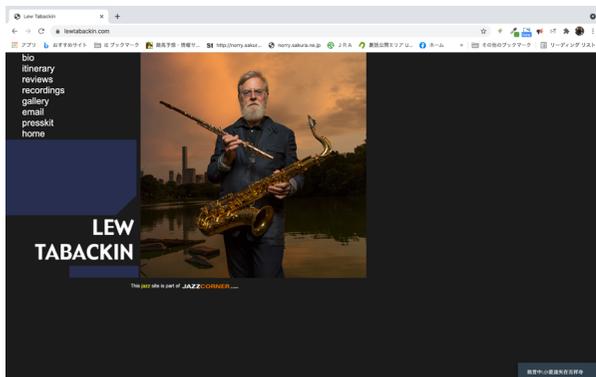
HOME SOCIÉTÉ
<https://homesociete.ca/en/>
 ※レイアウト面



ASTERISCO CREATIVE AGENCY
<https://asteriscocreativeagency.com/>
 ※レイアウト面、配色面



着物 鈴乃屋 お祝着コレクション
<https://www.suzunoya.com/753/index.php> ※配色面、特にナビゲーション周り



LEW TABACKIN
<https://www.lewtabackin.com/>
 ※構成面



indigo jam unit
<https://www.basisrecords.com/indigo/>
 ※タイポグラフィ他

6. ターゲット層

Jazz ファン (リスナー・プレイヤー) 全般



リスナー
50代男性



プレイヤー
20代~30代
男女

6. 検索キーワード

Sax、Jazz、サックス 都内、ライブスケジュール、サックス レッスン など

#04 | **ロゴタイプ**

4. ロゴタイプ



Jazzのジャケット等でもよく使われる、Helveticaという書体をベースに、野太さ、野性味を表現するため少し太くし、また少し柔らかみを加味したタイポグラフィーとしております。jの英文字はテナーサクスを連想させるものとしております。

#05 | 構成内容(ワイヤースケッチ)

7. サイト構成図 ※将来の拡張性を考え、複数ページで構成



構成案（ワイヤーフレーム）は下記を参照してください

<https://xd.adobe.com/view/d9c13949-2935-49dc-8b81-3013102f051a-8c92/>

#06 | **WEBの仕様**

1.WEB仕様

ステータス	新規立ち上げ
URL取得	新規取得
ドメイン	未定 (独自ドメイン取得or初期ドメイン)
仕様サーバー	未定 (レンタルサーバー仕様)
対応ブラウザ	Google chrome、safari (mac) 、firefox、Microsoft Edge (win) 、いずれも最新版
ターゲットモニターサイズ	レスポンシブ対応。1920×1080px、375×667px、360×660px、1366×768px、2560×1440px (WQHD) 。モニター解像度のシェアを参考に、クライアント様の閲覧環境を考慮
備考	WordPress導入予定。音声読み上げ考慮。

ご静聴ありがとうございました