

愛媛県県民文化会館 リブランディングプロモーション

「新しいケンブン New Culture, New Experience」というコンセプトを元に、文化の見聞を広める場所として認知を図り、利用を促進するため、文化施設に対して実際の行動が期待できる20代後半から40代の女性にしっかりと刺さるビジュアル作りと、地域メディア「マチボン」との連携など、インフルエンサーや影響力のある店舗、作家、アーティストを幅広く巻き込む事に留意した企画の方向性で、プロモーション施策を展開しました。



略称「ケンブン」の積極使用/
プロモーション用キャラクター考案

広報誌「KENBUN JOURNAL」の発行



「ケンブンマーケット」
集客人数
3,600人



動画は
イベント
当日の
ケンブンマーケット

「ケンブンマーケット」のプロデュース/ 広報ビジュアル(2024年10月開催)

丹下健三設計によるモダン建築の愛媛県県民文化会館。通称「ケンブン」へもっと気軽に足を運んでもらえるよう、年に1回のクラフトマーケットを開催。主なターゲットは、グルメ・すてきな雑貨などを好む20代後半から40代の女性。地域メディア「マチボン」と連携し、ターゲットに対し影響力が強く感度の高い店舗選定を行いました。ビジュアルはケンブン外観と集まる人々のイラストで、ゆるりとしたやさしい手ざわり感を表現。40店以上の店舗が並び、職人による手仕事のワークショップも開催したイベントは、初開催で集客人数は3,600人となり、ケンブンの周知とともに愛媛の文化の周知にも繋がりました。



毎回テーマを変えた、1テーマ朝市
「ケンブンモーニングマーケット」も

より持続的な集客・周知を目的に、月1の1テーマ朝市を計6回開催。テーマをイラストで表現し、毎月の期待感を煽りました。



2024年11月『summer madness』
2024年12月『オガニコ・ヨガ』
2025年2月『チョコと珈琲』
2025年4月『珈琲と古いもの』
2025年5月『こなもんのかなまたち。』
2025年6月『世界は〇〇で出来ている。』

2024年1月『民謡・ラブソング』



興行イベント「KENBUN CULTURE CLUB」のプロデュース/ 広報ビジュアル(2025年1・3月 計3回公演)

ケンブン主催による興行カルチャーアイベントシリーズ「ケンブンカルチャークラブ」を企画運営。
サブカルチャーを好む層に向け、サーカス公演やアーティストによるコンサート、マルシェを開催しました。

