

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。

「ケンブンマーケット」
集客人数

3,600人



イベント当日の
動画はこちらの
QRコードから

「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、ゆと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本イベントは、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。



「県文夜市」
集客人数
2,930人



「県文夜市」のプロデュース/ 広報ビジュアル（2025年8月開催）

ケンブンによる夏夜市、「県文夜市（ケンブンヨイチ）」を開催。25店舗のカレーや古着、クラフトビールとワインまで揃ったナイトマーケット開催のほか、DJやアーティストによるステージライブ、生バンド演奏による一般参加のKARAOKEや恐怖の世界に没入できるホラーVRコーナーなど、ターゲットの20代後半から40代の女性に加え、子どもや10代の若年層にも刺さるよう企画しました。名称/ビジュアルは 異国の非日常感を出すため、台湾などのネオンサインをイメージ。初開催で集客人数は2,930人となり、ケンブンの新たな夏の風物詩が誕生しました。



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。

