



ねこふんじゃった選手権

楽器未経験者でもヤマハ銀座店に行ってみたくなるような広告



楽器未経験者の入りにくさ

楽器に詳しくないと入ってはいけないのではないかと
周りにいる人（客・店員）がみんな楽器経験者で気後れする



憧れはあるけど近寄れない
高嶺の花的な存在となっていること

ターゲット

**楽器はできないが、
楽器へのあこがれを持つ10代～30代の若者**

楽器はカッコいい
やってみたく
という憧れ

楽器屋に行ったら
試しに楽器に触って
みたくもなる

でも知識が無いし
気後れする…

**楽器未経験者の憧れ、経験、音楽好きの
レベルに寄り添うアイデアが必要**

楽器未経験者に身近な音楽経験といえば…

ねこふんじゃった

楽譜無しで誰もが簡単に弾くことができるピアノ曲
途中でクロスさせたりまた戻ったり
なんかスゴく見える。

得意げに弾きまくりがち。

「私、めっちゃ速く弾けるよ」なんていう自慢もあった。

楽器屋にピアノがおいてあるとつい弾きたくなり
唯一弾けるねこふんじゃったを弾いてみたりする。

一方で…

ねこふんじゃったを弾くことに対して

楽器屋



むやみやたらに弾いてて
ちょっと迷惑…
禁止の張り紙まで貼られることも。

楽器未経験者



「ねこふんじゃった」
しか弾けないのに…
楽器に触ってみたいだけなのに…

楽器未経験者をさらに楽器屋に入りにくく
させているのではないか…??

アイデアの方向性 コンセプト



**楽器店で憧れのピアノを弾いてみたい！
せっかくなら自分が弾ける曲を演奏したい！**

**楽器未経験者の憧れや音楽経験に寄り添う体験を提供し
ギャップ、親近感を感じてもらい
楽器店への入りにくさを取り除く**



 **YAMAHA**
Make Waves

アイデア

「ねこふんじやった選手権」開催の宣伝広告

アイデア詳細

誰が最も速く「ねこふんじゃった」を弾くことができるかを競う企画

詳細①

ヤマハ銀座店1階

「key between people」にて

一定期間開催

「ねこふんじゃった」を演奏してもらい速さでランク付けし掲載



詳細②

その時点でランキング1位の人
が演奏する姿を
店内、銀座駅構内で上映

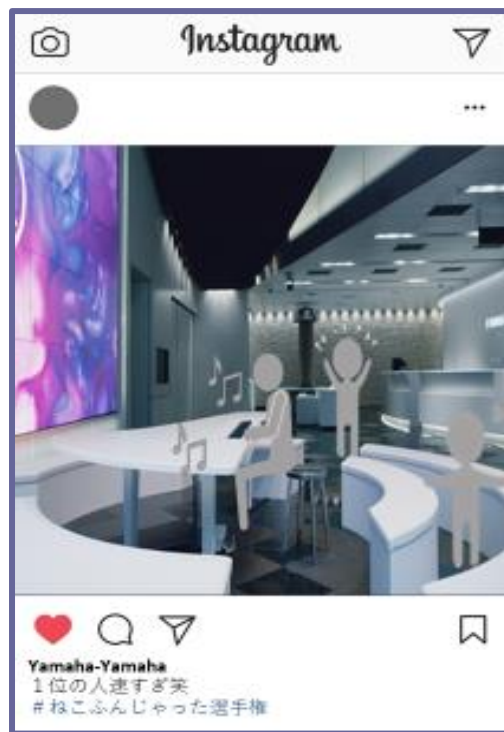


ひろがり

店舗での開催、そしてSNS上での開催により話題に 「あのピアノで弾いてみたい！」と来店意欲向上

広告や店内で演奏する様子の
投稿がSNSで普及

「#ねこふんじゃった選手権」
をSNS上でも開催





楽器未経験者にとって高嶺の花であるヤマハ銀座店で
楽器未経験者がメインとなる企画「ねこふんじゃった選手権」
を開催することにより、話題性や親しみやすさを持たせ
来店のきっかけをつくる。

