

anomaly inc.

CORPORATE MATERIAL





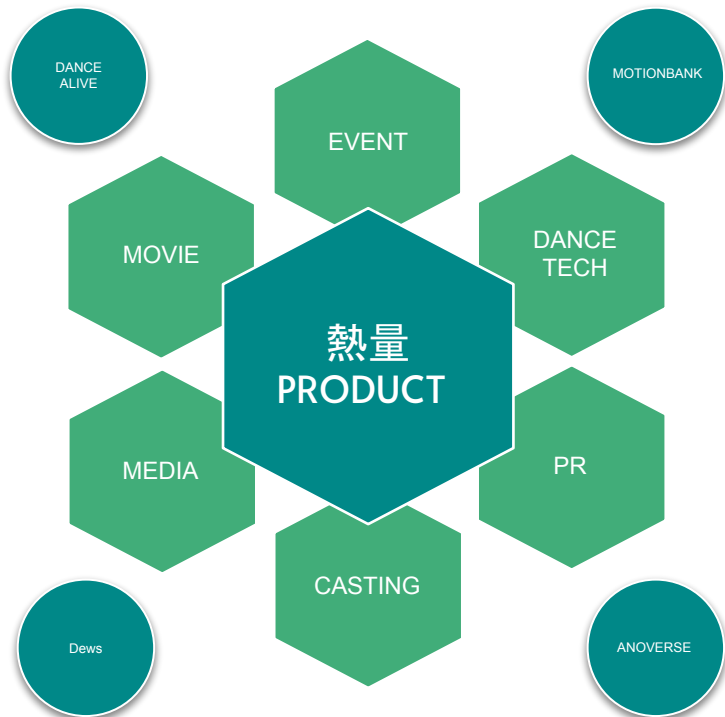
ABOUT ANOMALY

01. 株式会社アノマリーとは？

株式会社アノマリーの事業ドメイン

01.

事業(モノ)



エンドユーザーへのインパクト

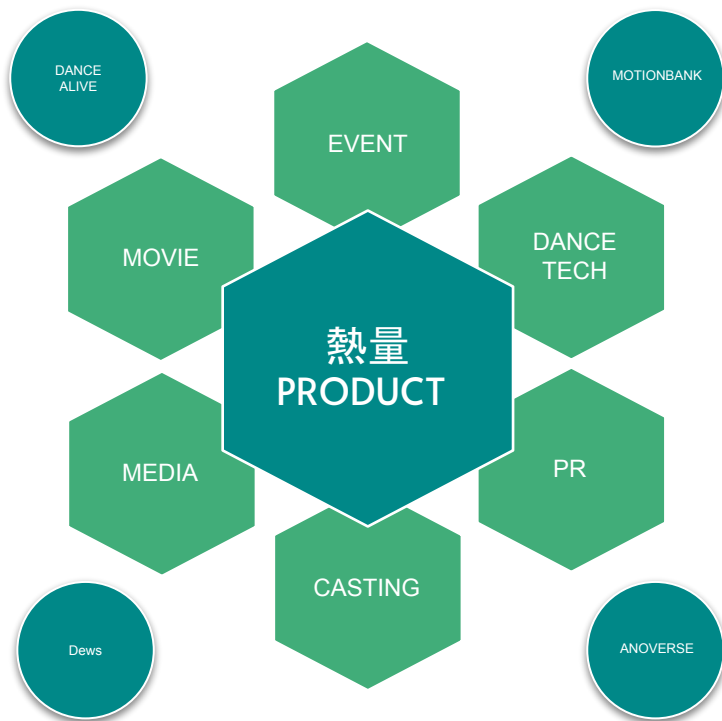
To ユーザー

*アノマリーの顧客 / FUN

- ・情熱で感動を届ける機会提供
- ・熱量で活力を届ける機会提供
- ・興奮する機会/場の提供
- ・新プロダクトに触れる機会の増加
- ・新プロダクトを身近に感じる機会の増加
- ・新しい場を創造し提供
- ・ユーザー自身の成果を見せる場を提供
- ・ユーザーが稼げる仕組みを提供
- ・ユーザーが社会的地位を得る仕組み提供
- ・ユーザーの商材価値の向上を支援

To 企業

- ・企業イメージの向上
- ・熱量のヒト/モノ/コトを提供
- ・ダンス市場の消費者へのリーチ
- ・ダンスとの掛け算による企業価値向上
- ・映像による効果向上による収益機会を提供



明日を生きる
活力
が私たちの商品です!!



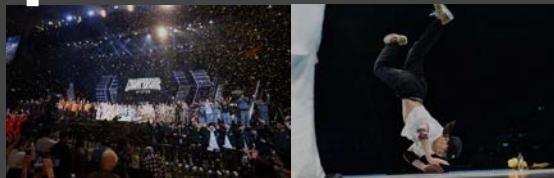


ABOUT DANCE MARKET

02.ダンス市場の現状と今後

ストリートダンスは多世代かつ多角的に文化として根付きつつあります

1 メインストリーム化



ブローグが誕生、オリンピック公式競技に認定され世間に大きく広まった

2 メディア露出



ダンスをメインコンテンツとした地上波番組が増え、ニュース等のメディア露出

3 コミュニティの成長



スタジオ・高校生ダンス部・大学生ダンスサークル、社会人・高齢者などが成長

4 オンラインプラットフォームの普及



1200万本以上



1.5億件以上



6000億回視聴以上

YouTube・Instagram・TikTokなどのSNSでは「#ダンス(#dance)」コンテンツが爆発的にヒット

5 教育の進化



平成20年学習指導要綱改正で経験者が大幅増加

6 グローバル交流

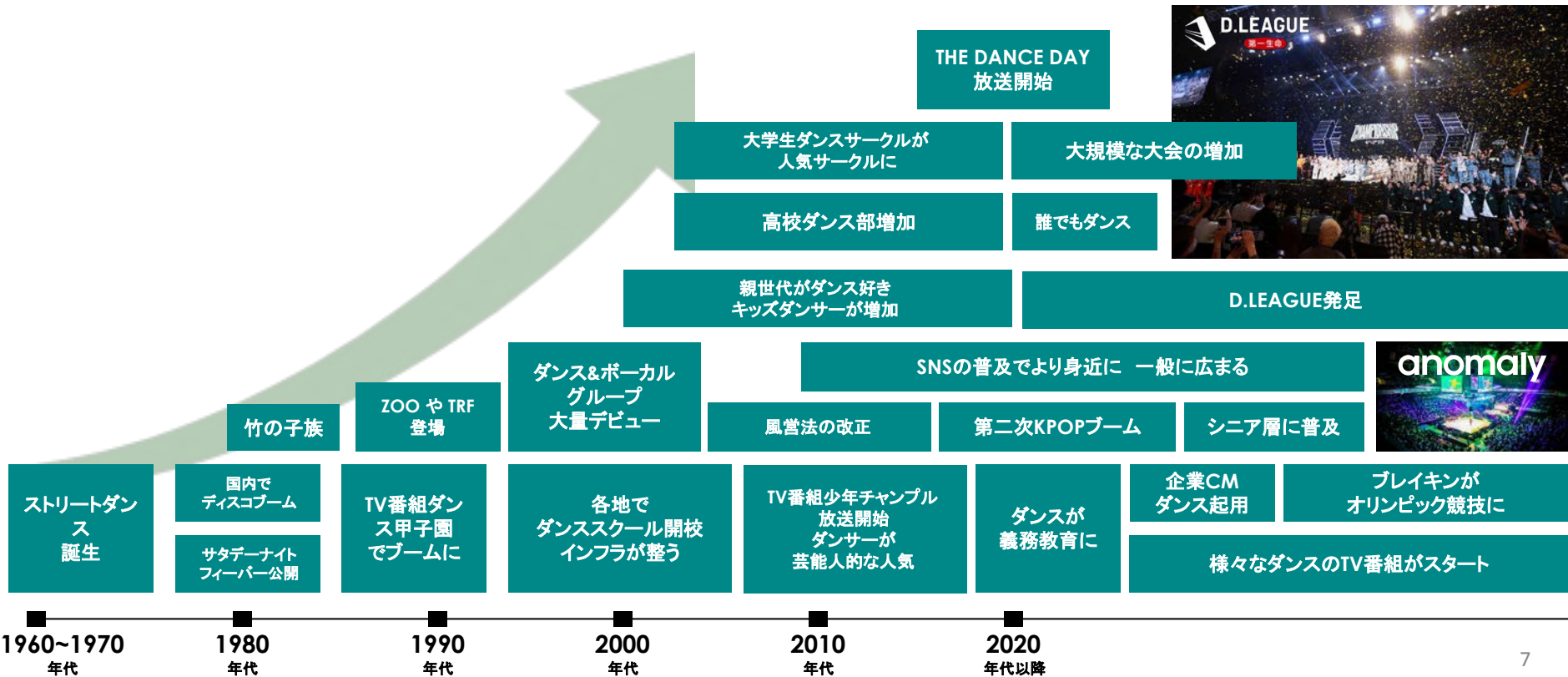


世界各地で国際的なダンス大会がコロナ以降急増

02.ダンス市場の現状と今後

02.

加速度的に増加し、今後ますます定着が広がっていきます



02.ダンス市場の現状と今後

02.

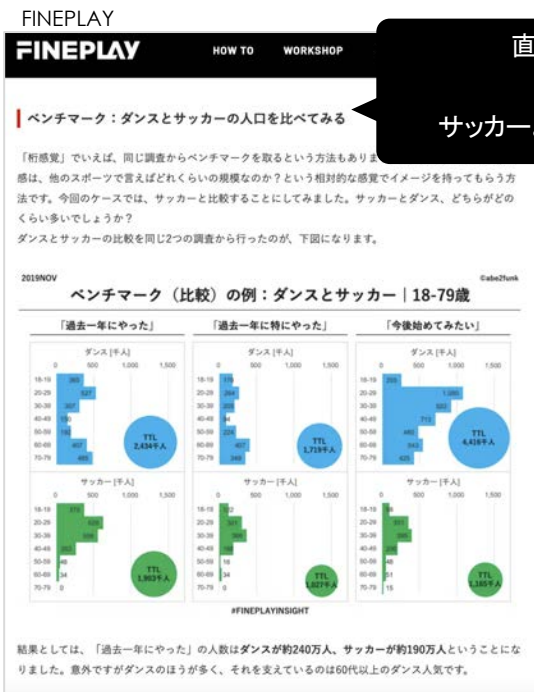
ストリートダンスの競技人口は大幅に増え、サッカーと並びます



日本の競技ダンス人口
600万人



ダンス経験の有無
20代 **7割** | 高校生 **8割**



直近のダンス経験は
サッカーより **50万人** 多い

拡大が見込まれる市場において事業機会獲得に各社が乗り出しています



株式会社マイナビ
若年層とのコミュニケーション

本田技研工業株式会社(Honda)
ダンサーを用いた
クリエイティブ制作

atmos
ダンサーを起点とした
商品開発

アサヒ飲料
ダンサーを用いた
宣伝販促

レッドブルジャパン株式会社
ダンサーを起用し
ブランディング

イオンカルチャー株式会社
ダンスレッスン
プログラム開発

SPINS
ダンサーを起点とした
商品開発

株式会社マンダム
ダンサーを用いた宣伝販促



ABOUT SERVICE

03.PRサービスについて

What We Do

ダンスシーンを中心にした
ストリートカルチャーのコミュニティを通じて
貴社サービスのPR活動を効果的に実施いたします。

ABOUT SERVICE

A. ターゲット

B. 何ができるか

C. 事例

D. 料金

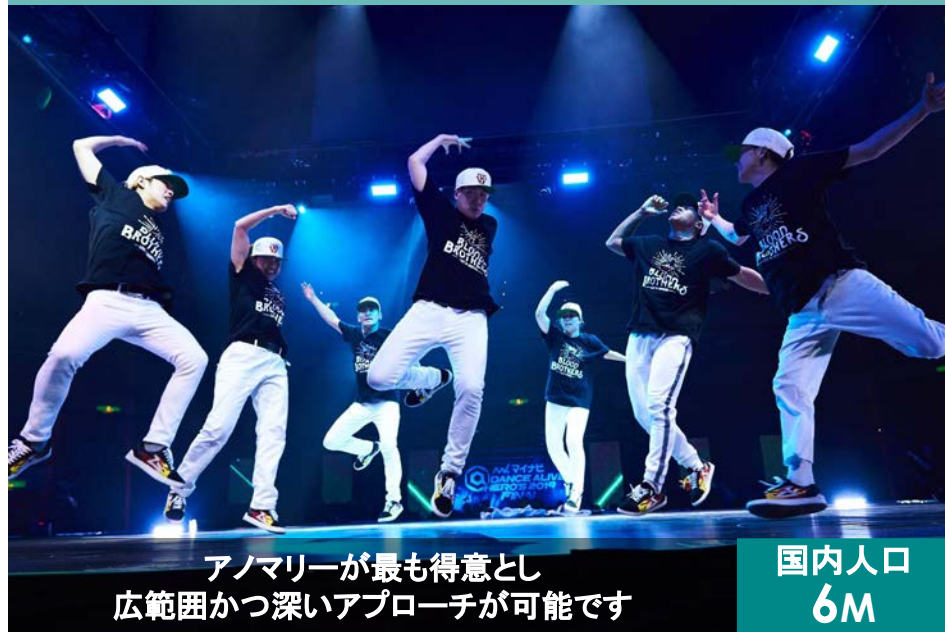


ABOUT SERVICE

A. ターゲット

様々なストリートカルチャーに対して御社サービスをリーチ可能です

DANCE



SKATE BOARD



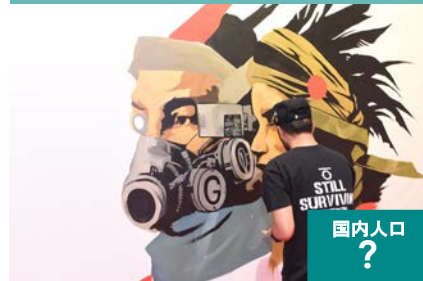
BEATBOX



DOUBLE DOUTCH

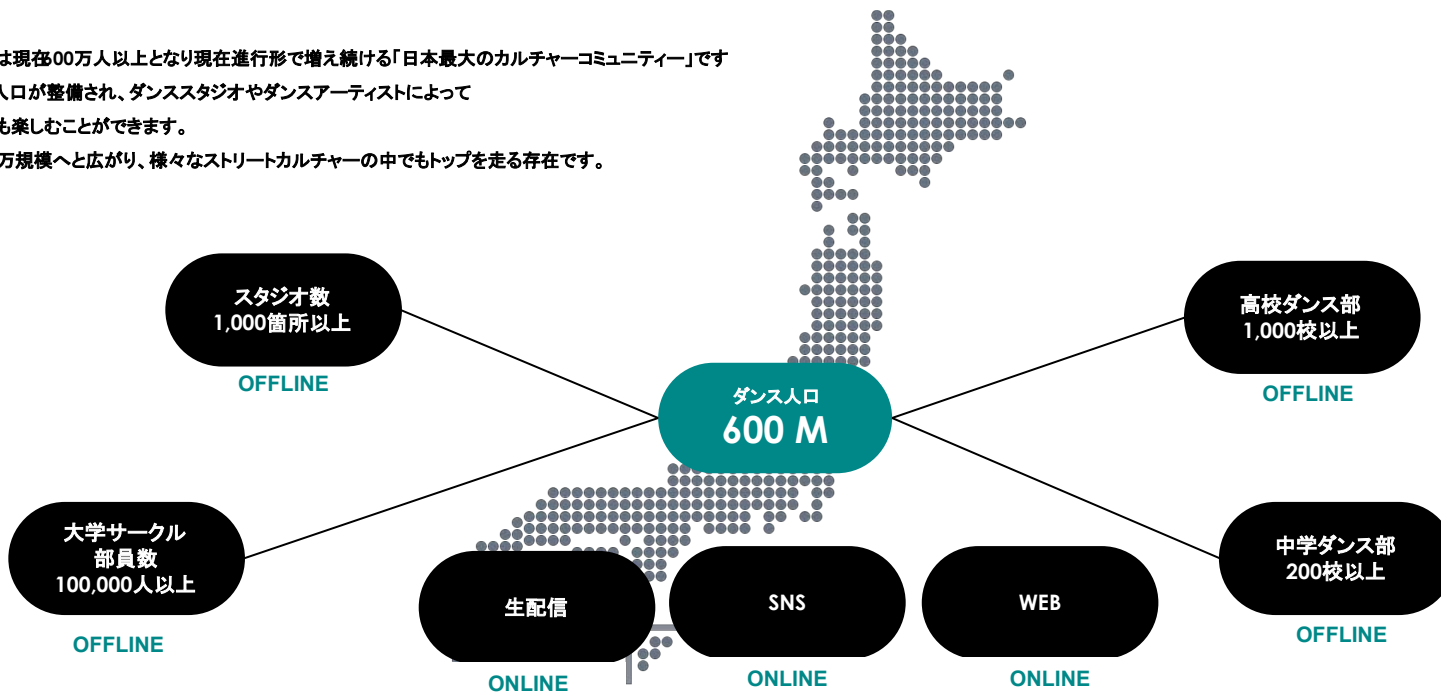


STREET ART



最大600万人のダンス競技人口層にアプローチが可能です

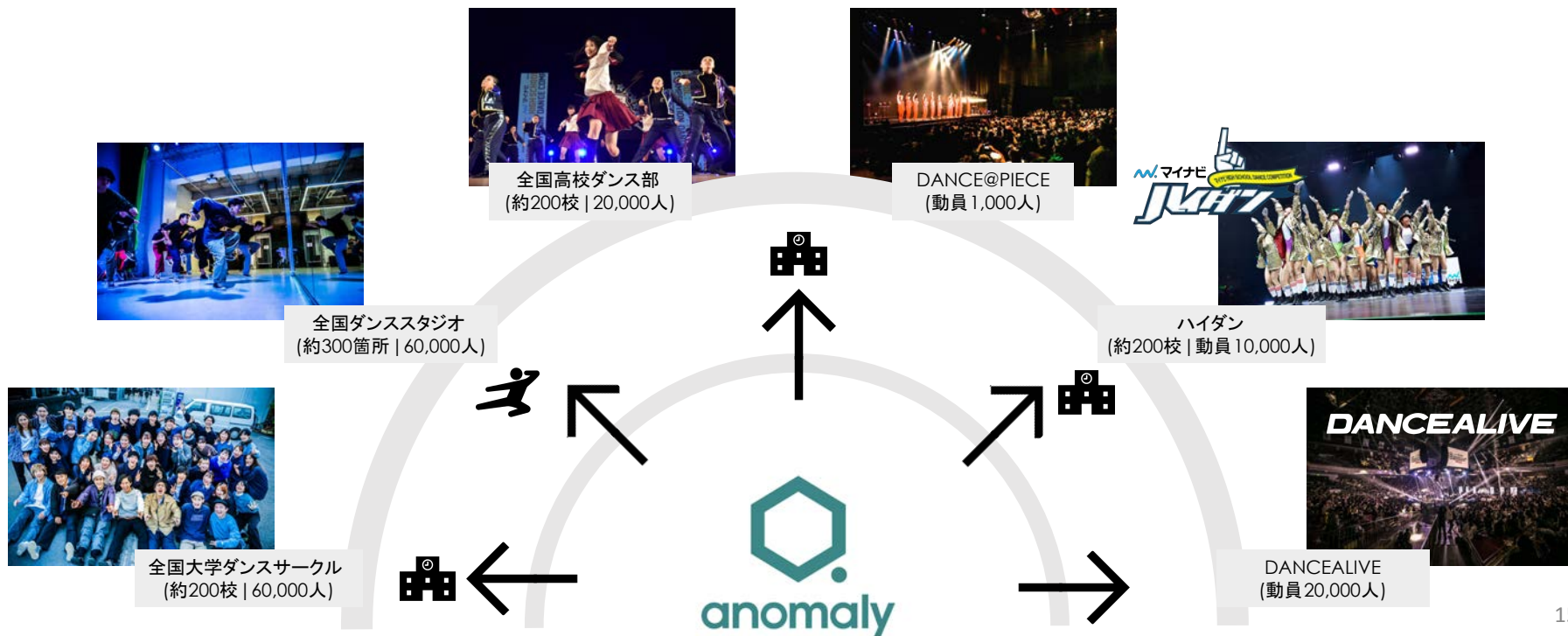
国内のダンス人口は現在600万人以上となり現在進行形で増え続ける「日本最大のカルチャーコミュニティ」です
 学校教育によって入口が整備され、ダンススタジオやダンスアーティストによって
 老若男女がいつでも楽しむことができます。
 数年のうちに1,000万規模へと広がり、様々なストリートカルチャーの中でもトップを走る存在です。



A. ターゲット

03.

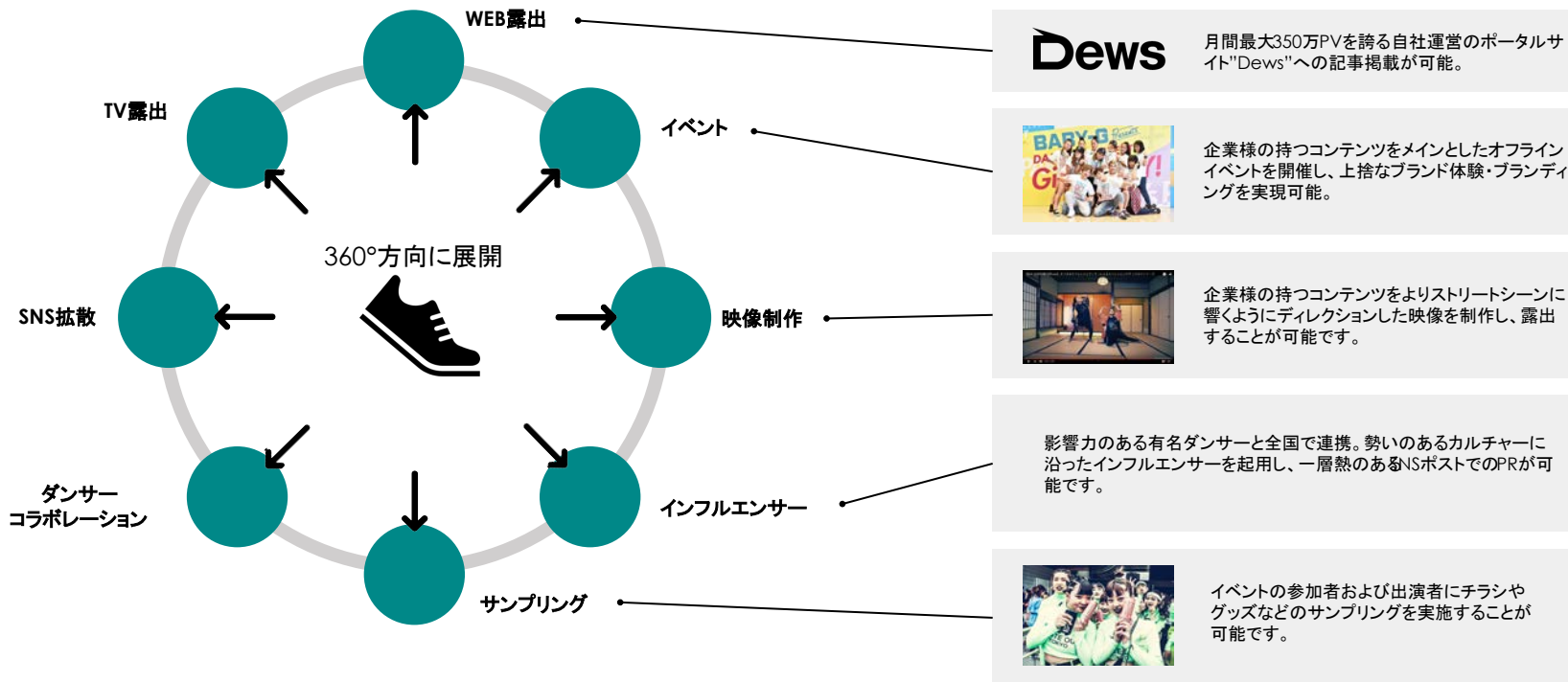
ダンス領域において、スタジオ・高校生ダンス部・大学生ダンスサークル・一般・プロ
ダイレクトに上記カテゴリに対してリーチが可能です



ABOUT SERVICE

B. 何ができるか

600万人のダンス競技人口層に対して様々な手法でリーチ可能です



オフラインにおいて自社主催イベントでのタッチポイント作りが可能です

イベント主催

DANCEALIVE

世界一のブランド



2005年より行っている1on1形式を基本とした世界最大規模のストリートダンスバトル大会。ダンサーが対1で曲に合わせて即興でムーヴずつ踊りあう。流れる曲はDJのみぞ知る。より多くのJUDGE票を獲得した方の勝利。

予選は全国8地区で開催され、年間を通じて決勝大会に進出するFINALISTの座を争う。決勝戦であるDANCEALIVE FINALは1万人以上の動員を誇る。

ハイダン

国内高校一のブランド



全国の高等学校および高等学校に準じる教育機関に在学中の学生を対象としたストリートダンスに特化した競技大会です。毎年全(東日本・西日本)で予選大会が開催され、予選大会を勝ち上がった2校が4月に両国国技館にて日本一を決定します。

規模：日本7箇所(予選6箇所/決勝1箇所)
動員：予選7,000名以上

DANCE @PIECE

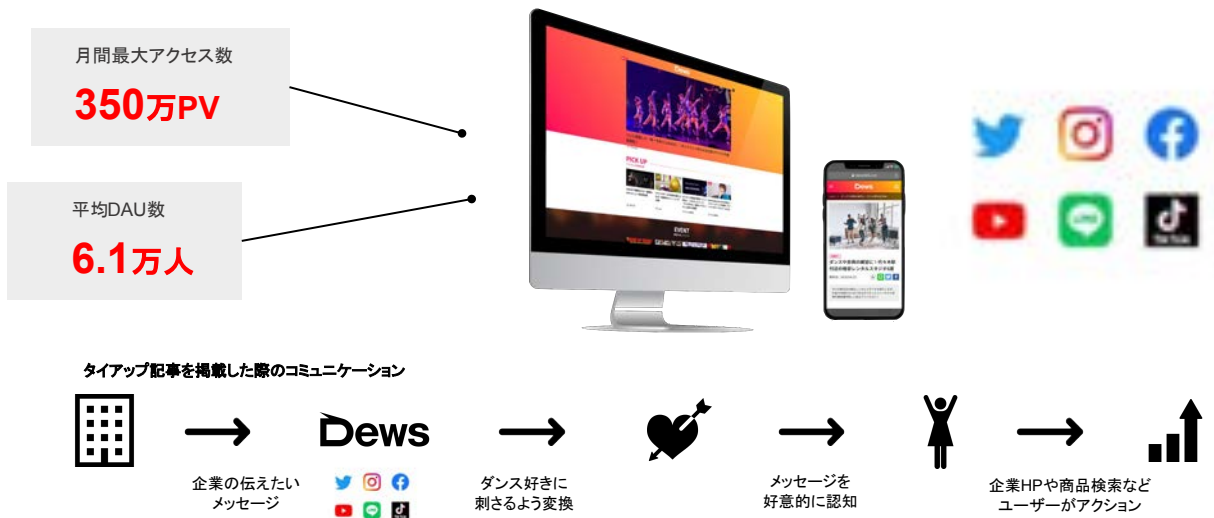
??????



2010年に[MASTER PIECE]として誕生し、2012年より[DANCE@PIECE]として開催。ストリートダンスコンテスト・ゲストダンスショーケース・コレオグラフィショーケース・ダンスバトル・J&A-POP コンテスト・笑1グランプリなどの様々なコンテンツが同時展開される複合型イベント。今をときめく多くの若手ダンサーが過去参加してきた。

規模：渋谷ストリーム(3F~6F)、2STAGE
動員：1,700名

オンラインではダンス業界1位のメディア“Dews”とダンサー所有のSNSを活用します



Dewsを通して発信したいメッセージをより好意的に認知

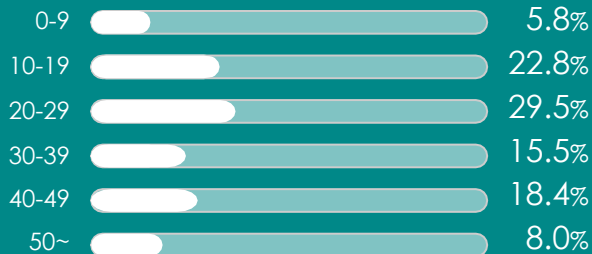
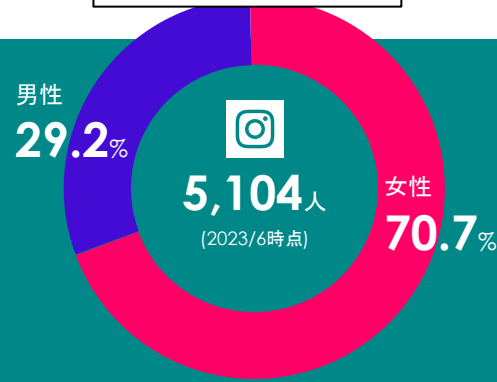
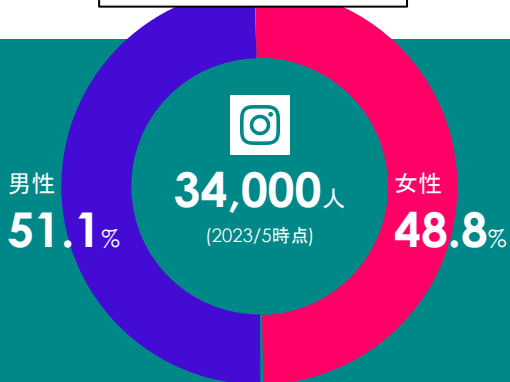
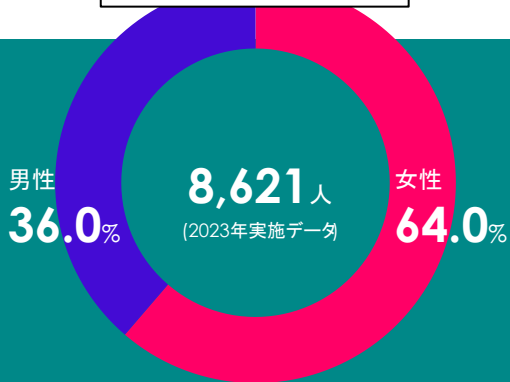
ストリートダンスシーンに瞬間リーチが可能です。

Z世代に対して御社サービスのリーチをすることができます。

自社イベント来場者

ALIVE公式Instagram

ハイダン公式Instagram



B. 何ができるか

03.

イベントやダンスのコミュニティーを活用した様々なPR方法が可能です

#イベント協賛型の事例

冠スポンサーシップ呼称権(全試合対象)
冠スポンサーロゴ露出権(全試合対象)
ゲート・ゾーンネーミングライツ(開幕戦C)
賞金/トロフィー贈呈式露出権(開幕戦C)
WEBサイトデジタルジャック
ブース出展(開幕戦・チャンピオンシップ)
オリジナルムービー・ロゴ
会場内LED看板ロゴ露出権
会場内CM放映権
パンフレット広告露出権
ブース出展権(レギュラーシーズン)
ご招待チケットの提供
チケットキャンペーン利用権
来場者アンケートの実施

#個別メニューの事例

高校生ダンス部に対してのサンプリング
高校生ダンス部に対してのWS開催
高校生ダンサーのインフルエンサーを利用したR
高校生向けフリーペーパーへの広告掲載
高校生ダンス部主催イベントへのブース作成
大学生ダンスサークルに対してのサンプリング
大学生ダンスサークルに対してのWS開催
大学生サークルダンサーのインフルエンサーを利用したR
大学生ダンスサークル向けフリーペーパーへの広告掲載
大学生ダンスサークル主催イベントへのブース作成
ダンス以外のカルチャーに対してのサンプリング
ダンス以外のカルチャーに対してのWS開催
ダンス以外のカルチャーのインフルエンサーを利用したR
ダンス以外のカルチャー向けフリーペーパーへの広告掲載
ダンス以外のカルチャー主催イベントへのブース作成

#オンラインメニューの事例

Dewsジャック
Dews記事広告
Dewsタイアップ広告
Dewsバナー広告
ダンスインフルエンサーを活用したタイアップ企画
ダンスインフルエンサーを活用した商品紹介
ダンスインフルエンサーにイベント参加
ダンスWEBメディアジャック

過去にPR活動を行った事例の一部抜粋①



協賛の目的: ロゴ掲出、ブランド認知、好意醸成

主な協賛施策内容:

- ・冠スポンサーシップ呼称権、各予選会場でのロゴ掲出
- ・パブリシティ獲得の為の PR活動
- ・ブランドムービー作成、会場連動型オリジナルムービー制作
- ・特別ダンス WS実施
- ・ステージコンテンツの提供

etc..

得られた結果:

- ・イベント来場者のブランド認知率 80%以上
- ・マイナビへのポジティブイメージ 90%以上
- ・広告換算額 9.7億円以上



協賛の目的: ダンサーとのコミュニケーション、商品の体験機会の創出

主な協賛施策内容:

- ・ダンススタジオ、大学生への無料ワークショップ
- ・会場でのクリエイティブ露出
- ・映像クリエイティブの作成
- ・イベント内タッチアンドトライ
- ・オリジナル(単独)イベントの実施 など

得られた結果:

- ・期間中 大学生以下若年層の Xperiaブランドの認知 90%以上
- ・大学生 Xperia端末利用率 15%以上UP

過去にPR活動を行った事例の一部抜粋②



協賛の目的:

- ・ダンサーへのドリンクの提供(サンプリング)
- ・ダンスシーンへのエンゲージメント

主な協賛施策内容:

- ・ダンススタジオ、イベント来場者サンプリング
- ・インフルエンサーを使った SNSプロモーション
- ・会場でのクリエイティブ露出
- ・映像クリエイティブの作成

etc..

得られた結果:

- ・既飲率の増加
- ・サンプリング本数 / 4万本-4万5000本



協賛の目的:

- ・新商品のプロモーション
- ・公式SNSの周知

主な協賛施策内容:

- ・ブース設営&フォロー& RT キャンペーン
- ・ステージ命名権使用
- ・イベント内サンプリング

etc..

得られた結果:

- ・SNSフォロワーの増加 / 300フォロワー
- ・新商品の試供品の配布 / 12000個

過去にPR活動を行った事例の一部抜粋③



協賛の目的: 10代、20代の若年層の店舗利用きっかけ / 店舗利用率の向上

主な協賛施策内容:

- ・会場ロゴ掲出、各種クリエイティブ (TVCM/等)作成
- ・ダンサーインフルエンサー起用
- ・イベント飲食ブース出店
- ・全国ダンススタジオ、全国予選でのクーポン配布
- ・優勝者への飲食無料チケット など

得られた結果:

- ・若年層の店舗での飲食、売上向上、ブランディング
- ※全国クーポン配布後のクーポン利用率 20%以上 (10,000配布)



協賛の目的: ブランド認知、店舗への来店誘導

主な協賛施策内容:

- ・会場ロゴ掲出、各種クリエイティブ作成
- ・ダンサーインフルエンサー起用
- ・特別WS実施
- ・会場ブース設置 & 会場アンケート実施

etc..

得られた結果:

- ・ムラサキスポーツのタオルを肩に掛けイベント出演する文化醸成。
- ・アルバイト、新卒採用でダンス経験のある応募が増えた。
- ・各店舗に必ず1人以上ダンス経験のあるスタッフが在籍。
- ・ダンサーのブランド認知率 70%以上(2023年)

D 料金

03.

最上位のプランで洗練されたPR戦略を提供

Platinum Plan

ASK

- PR戦略立案
- PRプラン実施 (ボリューム最大)
- オリジナル PRプラン実施
- 定例会議の実施
- レポートिंगと効果測定
- トラフィック分析
- ソーシャルメディア分析
- コンテンツ制作
- メディアリレーション

最高級のPRサービスでブランド価値向上

Gold Plan

¥ 15,000,000~

- PR戦略立案
- PRプラン実施 (ボリューム大)
- 定例会議の実施
- レポートिंगと効果測定
- コンテンツ制作

中級の価格帯で輝くようなPR戦略を実現

Silver Plan

¥ 5,000,000~

- PR戦略立案
- PRプラン実施 (ボリューム中)
- レポートिंगと効果測定

手頃な価格で効果的なPRを提供

Bronze Plan

¥ 2,000,000~

- PR戦略立案
- PRプラン実施 (ボリューム小)
- レポートिंगと効果測定



ABOUT ACHIEVEMENT

04.成果物とレビューポイント

	成果内容	レビューポイント
1	協賛施策による O2Oブロードリーチの獲得	オフライン:会場来場者数、特設ブース来場者数、商品体験・購入数を測定 オンライン:SNS経由のリーチ
2	サンプリングやCP施策による 認知・商品体験機会の獲得	サンプリング:提供数、顧客アンケート キャンペーン:リーチ数、顧客アンケート
3	インフルエンサー、スタジオ連携による 顧客エンゲージの獲得	インフルエンサー:リーチ、エンゲージ数、CV スタジオ連携:アプローチダンサー数スタジオ数、顧客アンケート
4	自社WEB、SNSを活用した デジタルトラフィックの獲得 テキストマイニングによる示唆獲得	デジタルトラフィック:PV数、クリック数、CV数 テキストマイニング:コメント数と示唆



記載メニュー以外にも様々なPRメニューをご提案可能です。
お気軽にお問い合わせください。
