

Cherry Entertainment

『Heroine Music』 コンセプト

① Customer（顧客）

コアターゲット：小劇場界隈の観劇が趣味、応援がライフワーク、物販収集大好き

② Competitor（競合）

地下アイドル、路上ミュージシャン、新人女性アーティスト、配信者、ガールズバー、メイド喫茶、コンカフェ等

③ Company（自社）

若手（フリー）でチケット販売枚数 30～50 程度の舞台女優が個人負担ゼロでCDをリリースできるレーベル

提携アーティストには楽曲提供、ライブ企画、メディア出演、広告露出、タイアップ等のメリット有り

レーベルはCD・物販等の利益で初期投資を回収していくビジネスモデル

強み：楽曲提供・リリース体制が盤石、意思決定が速い、既にファンを持っているアーティストと提携できる、スポンサー付き

弱み：ブランド力が無い、舞台女優へのルートが限定的、マンパワーが限定的

→Heroine Music というブランドとは何か？

・「舞台女優に特化した」「(女優にとって) ノーリスクで新しいことに挑戦できる」「ライブと差が付く」「夢への入り口」となるレーベル

・Customer にとっては新しい分野に挑戦している推しにより思いを乗せることができる

※「金銭的な負担がなく、契約で活動を縛ることもない」ことを徹底することにより、小規模芸能事務所やインディーズレーベルと差別化ができ、また、提携アーティストと揉めた際のリスクヘッジとなる

☆ブランドイメージ（キーワード）

「女優（ヒロイン）」「挑戦」「夢が叶う」「フレッシュ」「今までと違う自分」

☆イメージカラー

☆ロゴのイメージ