

■ ゆかし ご活用企業様に聞く - 株式会社ブルーノートジャパン(ジャズクラブ)



富裕層の方々の社会的な影響力を梃子に、日本文化全体を活性化していこうというYUCASEEのコンセプトに共鳴し、タイアップ記事の出稿を決めました。

株式会社 ブルーノートジャパン ゼネラル・マネージャー 中村克哉氏

ニューヨーク発のジャズクラブ「ブルーノート東京」の中村氏に、「YUCASEE(ゆかし)」にタイアップ記事をご出稿いただいた経緯について伺った。



もくじ

1. ブルーノート東京について
2. これまでのコミュニケーションについて
3. YUCASEE へのタイアップ記事のご出稿を決められた理由
4. 今回、YUCASEE 会員の方にご案内する内容
5. 今後 YUCASEE に期待していること

## ■ ブルーノート東京について

### -- ブルーノート東京について教えてください

ブルーノート東京は、ニューヨークに本店を持つジャズクラブです。1988年・南青山にオープンして以来、東京にとどまらず広く音楽シーンを彩ってきました。現在では、音楽を愛する大人たちが多忙な日々の合間に集い、くつろぎ、感動や喜びを分かち合えるエンターテインメントの場として広くご愛用いただいております。

ブルーノート東京では、ジャズを始めとする多彩な音楽ジャンルのトップアーティストたちが、連日渾身のパフォーマンスを展開しております。おいしいお料理とお酒を存分にお楽しみになりながら、魅力や個性が薫り立つステージを肌で感じていただくことができます。

## ■ これまでのコミュニケーションについて

### -- これまで、どのようなコミュニケーションを展開されてきましたか

ブルーノート東京は、リピーターのお客様がほとんどでしたので、これといった集客のためのコミュニケーションは行ってこなかったというのが実情です。雑誌の記事で取り上げていただけることが多く、特に広告戦略というものはありませんでした。むしろ、既存のお客様の満足度の向上に力を注いでおりました。

## ■ YUCASEE へのタイアップ記事のご出稿を決められた理由

### -- 今回、YUCASEE に広告のご出稿を決められた理由はなんですか

昨年、ブルーノート東京は20周年を迎え、これを契機に、お客様の裾野を広げていきたいと考えて色々施策を検討していた時にYUCASEEに出会いました。

社会に大きな影響力を持つ富裕層の方々に有意義な情報を提供することで社会全体の文化醸成を促進していきたいというYUCASEEのコンセプトは、単なる顧客の獲得にとどまらず、広くJAZZ文化ひいては音楽文化の活性化を目指すブルーノート東京の目指すところと共通するところがあります。YUCASEEのコンセプトにいたく感銘を受け、タイアップ記事の出稿を決めさせていただきました。

実は、過去にYUCASEEのキャンペーンを活用させていただいたのですが、その際来店された会

員の方が、こちらの想像通り、音楽やライフスタイルへの審美眼が高い方だったというのも理由のひとつです。

#### ■ 今回、YUCASEE 会員の方にご案内する内容

-- YUCASEE 会員の方に対して、ブルーノート東京のどのような魅力をご案内いたしましたか

20周年を迎えたブルーノート東京が、今後もJAZZシーンの更なる進化の可能性を目指した取り組みを行っていることをご案内させていただいております。ブルーノート東京は、東京メトロに「音楽トレイン」を走らせる試みを行うことを予定しているなど、今後ますます広く世間に音楽シーンを提案していくことを行っていきます。我々は、音楽がもたらす力を信じていますので。

#### ■ 今後 YUCASEE に期待していること

-- 今後、YUCASEE に期待していることはなんですか

景気が低迷するなかで、富裕層の影響力を梃子に社会を元気にしようというYUCASEEの目指す姿がタイアップ記事にとどまらず、様々な形で実現されることを期待しております。タイアップ記事に限らず、富裕層を通して人々を元気にする取り組みがあれば、ぜひ一緒にさせていただきたいと思っております。

株式会社ブルーノートジャパン様、本日はお忙しい中、貴重なお話をありがとうございました。

---

※ 株式会社ブルーノートジャパンの[Webサイト](http://www.bluenote.co.jp/) (<http://www.bluenote.co.jp/>)

※ 取材日時 2008年2月

※ 取材制作: YUCASEE編集部