

「花」カテゴリのイベント集中時期 分析結果

構成1：分析の概要

取得されたカテゴリ一覧

イベントデータに存在するカテゴリは以下の3種類です：

#	カテゴリ名
1	ファミリー
2	花
3	観光

✔ 「花」カテゴリは存在します。合計2件のイベントが登録されています。

構成2：「花」カテゴリの全イベント一覧

イベント一覧

日付	イベント名	年月
2024-04-10	チューリップフェア	2024-04
2024-04-20	春の花まつり	2024-04

集計サマリー

- 合計件数：2件
- 開催月の集中状況：2件すべてが2024年4月に集中（集中度100%）
- 最も早いイベント：2024-04-10（チューリップフェア）
- 最も遅いイベント：2024-04-20（春の花まつり）
- 開催期間のスパン：同月内の10日間

⚠ データ件数が2件と少ないため、傾向の解釈には一定の限界があります。

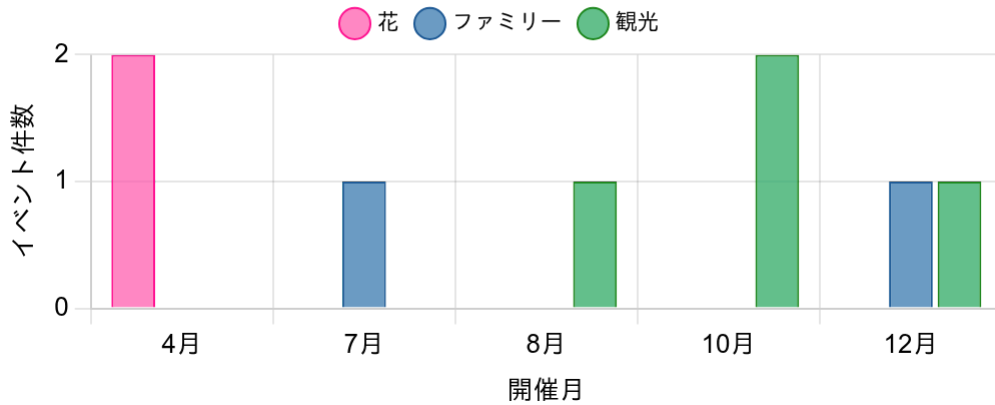
構成3：月別・カテゴリ別イベント件数の全体比較

月別 × カテゴリ別 件数表

月	花	ファミリー	観光	月合計
4月	2	0	0	2
7月	0	1	0	1
8月	0	0	1	1
10月	0	0	2	2
12月	0	1	1	2
合計	2	2	4	8

「花」カテゴリは4月のみ2件が集中しており、他の月には1件も存在しません。

月別・カテゴリ別イベント件数



構成4：数値の根拠と読み取り方

「花」カテゴリの特定月への集中度（計算式付き）

集中度 (%) = 特定月の「花」件数 ÷ 「花」カテゴリ合計件数 × 100

4月への集中度 = 2件 ÷ 2件 × 100 = 100%

「花」カテゴリのイベントは、データ上4月に100%集中しています。

集中している月（4月）の季節的・文化的背景

観点	内容
季節	4月は日本の春本番。桜・チューリップ・菜の花など多くの花が開花する最盛期
文化	花見文化が根付いており、花をテーマにしたイベントへの需要が高い時期
行事	新年度・入学・入社シーズンと重なり、外出・レジャー意欲が高まる
気候	気温が過ごしやすく、屋外イベントの開催に適している

イベント名から読み取れる開催意図の考察

- 「チューリップフェア」（4月10日）：チューリップの開花時期に合わせた展示・観賞型イベント。来場者に視覚的な体験を提供し、集客を図る意図が読み取れます。
- 「春の花まつり」（4月20日）：「春」と「花」を組み合わせた総合的な花イベント。複数種の花を楽しめる祭り形式で、ファミリー層や観光客を幅広く取り込む意図が考えられます。

データ件数が少ない場合の解釈の限界

重要な注意点：現在の「花」カテゴリのデータは**わずか2件**です。

- 2件のデータから「4月集中」と断言するのは統計的に早計です。

- データが今後追加されれば3月・5月にも花イベントが存在する可能性があります。

- 「100%集中」という数値は、データの少なさを反映したものであり、母集団全体の傾向を示すものではありません。

- 少なくとも**10件以上**のデータが揃った段階で、より信頼性の高い傾向分析が可能になります。

構成5：データから読み取れる洞察

「花」カテゴリの季節集中度を他カテゴリと比較

カテゴリ	合計件数	開催月の分散	最多月	最多月への集中度
花	2件	1ヶ月のみ（4月）	4月（2件）	100%
ファミリー	2件	2ヶ月（7月・12月）	7月・12月（各1件）	50%
観光	4件	3ヶ月（8月・10月・12月）	10月（2件）	50%

各カテゴリの月別分散状況との対比

- 「花」カテゴリ：最も季節集中度が高く、4月一点集中型。自然の開花サイクルに強く依存しているため、季節性が最も顕著です。
- 「ファミリー」カテゴリ：夏休み（7月）と年末（12月）の2時期に分散。学校行事カレンダーに連動した分散型の傾向が見られます。
- 「観光」カテゴリ：最も件数が多く（4件）、3ヶ月にわたって分散。秋（10月）に最多ですが、夏・冬にも展開しており、最も通年型に近い分布です。

構成6：アクションアイテム（根拠付き）

1. 集中している時期（4月）のマーケティング施策

施策	根拠	具体的アクション
早期告知キャンペーン	花イベントは開花時期に依存するため、2〜3月からの事前告知が効果的	SNS・メルマガでの開花予報連動告知
来場者データとの掛け合わせ	来場者データと結合し、花イベント来場者の属性を把握	年齢層・居住地別のターゲティング広告
天候データとの連携	天候データと結合し、雨天時の来場数への影響を分析	晴天予報日に合わせたプッシュ通知施策

2. 「花」カテゴリが存在しない月への展開可能性

現在「花」イベントが存在しない月への展開を検討する際の考え方：

- 3月：梅・桃の開花時期。「梅まつり」「桃の花フェスタ」などの展開が自然
- 5月：バラ・藤・つつじの最盛期。「バラ園フェア」などの開催余地あり
- 6月：紫陽花（あじさい）シーズン。雨天でも楽しめる屋内型花イベントの可能性
- 11月：菊・紅葉との組み合わせ。「秋の花と紅葉まつり」として観光カテゴリとの融合も検討可能

3. 他テーブルとの掛け合わせ分析の提案

掛け合わせテーブル	分析目的	期待される洞察
来場者データ	花イベントの来場者数・属性を把握	どの年齢層・性別が花イベントに多く来場するかを特定し、ターゲット広告に活用
天候データ	開催日の天候と来場者数の相関分析	晴天・雨天による来場数の変動を把握し、悪天候時の代替施策を検討
チケットマスタ	花イベントのチケット種別・価格帯の確認	価格設定の最適化や、ファミリー向け割引施策の効果測定
顧客マスタ	リピーター分析	花イベントに複数回来場する顧客を特定し、ロイヤルティプログラムを設計

総括：現時点のデータでは「花」カテゴリは4月に100%集中しており、日本の春の花文化と強く連動しています。ただし、データ件数が2件と非常に少ないため、今後のデータ蓄積とともに分析を継続することが重要です。来場者データ・天候データとの掛け合わせにより、より深いマーケティングインサイトが得られることが期待されます。