

ho01

## 企画シート 2021（TP 用）

大学名	東京学生広告研究団体連盟
作品ナンバリング	ho01_tp「 <u>森のバター育成計画</u> 」
チーム名	TP班
メールアドレス	tkr××@gmail.com <small>(媒体チーフもしくはそれに類する者のメールアドレス)</small>
クライアント名	株式会社あぼかど 森永製菓株式会社
課題	<del>10代後半から20代前半男女に対して、イチゴの新たなイメージを形成し、彼らの販売促進につなげる</del> アボカドを20代男女に手に取ってもらおうきっかけづくり
作品タイトル	<u>森のバター育成計画</u>

作品ナンバリングの作品名と作品タイトル欄の作品名は同じになるようにお願いします。

### 審査基準

#### 1：分析力

- ・商品を正しく分析できているか
- ・市場を正しく分析できているか
- ・ターゲットの分析ができているか

#### 2：企画力

- ・コンセプト設定が明確か
- ・課題を解決できる企画であるか
- ・実現可能な企画であるか
- ・アイディアに独創性があるか

#### 3：表現力

- ・注目され興味を抱かせるものか
- ・媒体の特性を生かしているか

#### 4：広告効果があるか

- ・外部発信ということを念頭に、世の中を動かす、世の中に通用する作品であるか
- ・課題の認知度やブランド力の向上などの効果が望めるか

#### 5：クライアントの要望を満たしているか

- ・クライアントの要望、方向性に沿った作品であるか

ho01

## 企画シート 2021 (TP 用)

## 1: 企画提案の背景

課題を踏まえ、現状分析から企画立案までをまとめてください。(課題の整理・企画の立脚点・ターゲット、市場分析・商品の提供価値など。図の使用可。)

## 課題

~~10代後半から20代前半男女に対してハイチーフの新たなイメージを形成し、彼らの販売促進につなげる~~ アボカドを20代男女に手に取ってもらうきっかけづくり

## 【市場分析】

- ・男性よりは女性の方が売れている
- ・主に20-40代女性が多く買う商品
- ・2015年頃から急激に売り上げ増加
- ・アボカドのメイン料理をサラダとして考えている人は8割
- ・アボカドを家庭で育てられることを知らない人が7割

参考文献「〇〇」URL: \_\_\_\_\_ データがある場合は根拠を示すために必ず参考・引用資料を載せるようにしてください。

## 【企業分析】

全日本アボカド協会の日本シェアは〇〇%

競合は全世界アボカド協会、シェア率は〇パーセント

全日本アボカド協会の他の売れ筋として〇〇が多い

(オリエン資料より)

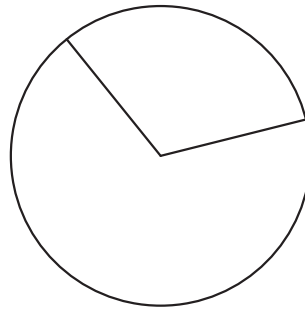
## 企画シート 2021 (TP 用)

## 【ターゲット分析】

- ・コロナ禍によって在宅が増えた人が〇〇%
- ・仕事で忙しい人が〇〇%
- ・一人暮らししている人が〇〇%
- ・20代女性が女性が自炊する割合は〇〇%
- ・おしゃれさを求める
- ・金銭的な余裕を感じている人は〇〇%ほど

社会人1000人によるアンケート

参考文献「〇〇」URL:---



## 【コアターゲット】

- ・20代女性
- ・コロナ禍によって在宅することが多くなった

## 【独自課題】

「アボカドがおしゃれ」という意識を利用し、コロナ禍における生活を楽しませる

## 企画シート 2021 (TP 用)

## 2: 企画概要

一ページ目の作品タイトルと同じものを記入してください。

作品タイトル

森のバター育成計画

コンセプト (ベースとした考え方)

アボカドを育ててもらおう

ターゲット

20代女性

コピー (無い場合は無しと記入)

無し

課題商品

課題商品にはどれかに必ずチェックを入れるようにしてください。  
(今回は例としてアボカドが課題商品になっているのでチェックを入れていません。)

- ハイチュウシリーズ全体
- 12粒 ハイチュウ/94g ハイチュウアソート
- 12粒 うまいチュウ  12粒 すっパイチュウ
- 35g ハイチュウプレミアム  35g ハイチュウプレミアム贅沢仕込
- 40g ハイチュウミニ/60g ハイチュウミニパウチ/90g ハイチュウミニプチパック
- 7粒 しゅわラムネハイチュウ

補足

## 企画シート 2021（TP 用）

## 3：企画内容

実際の展開イメージを事例や絵コンテ・ラフを用いて説明します。

## 森のバター育成計画

→アボカドは食材として浸透しているが、家庭で育てられることを知らない人は多い。そのため、家庭で育てられることも浸透させ、同時にアボカド育成だけでなく、食材として使ってもらう割合も多くしようという計画。

- ① 食べ終わったあとの種からまたアボカドを栽培するためのキットをアボカドとセットで販売。

## 栽培容器・アボカド・育て方の説明書

↓アボカド栽培セットイメージ図

イメージ図

- ② アボカドを栽培している過程をSNSで拡散してもらおう。投稿数によってHP・SNSでレシピを公開。

## 企画シート 2021 (TP 用)

## 【拡散方法】

・社会人が通勤で使う東京メトロ。JR各線の電車内広告(窓上、中づり、ドア横)

・キャンペーン参加者に向けて#森のバター育成計画、というタグで投稿をすすめる。

・Twitterのプロモツイート、Instagramのストーリー広告を打つ

→リーチ数

○○+○○=○○

・キャンペーンをきっかけにアボカドへの興味関心が増加

・アボカドを使ったレシピの波及によりアボカドの購買促進

## 【スケジュール】

○○○○年○月～○○○○年○月

※もし空白のページがある場合はそのページを消すようにしてください。  
また、配布している企画シートで内容が書ききれなかった場合は、  
必要なページのみ増やしてください。

## 企画シート 2021 (TP 用)

## 予算

・HP作成代

〇〇×〇〇×〇〇=〇〇円

URL:-----

・アボカド育成キット作成代

〇〇円(パッケージ費)+〇〇円(容器費)×〇〇個=〇〇円

URL:-----

・レシピ・調理セット代

〇〇円(レシピは社内で考案)+〇〇円(パッケージ代)+〇〇円

(調理セットの材料、予定)×〇〇個=〇〇円

URL:-----

・電車内広告

〇〇円×〇週間=〇〇円

URL:-----

・Twitter広告

〇〇円

URL:-----

ho01

企画シート 2021 (TP 用)  
予算

・Instagram広告

〇〇円

URL:-----

合計

〇〇円



## 企画シート 2021（TP 用）

## 4：効果・展望

この企画（作品）を実施・放映・掲示する意義などを改めて整理し、提示します。

企画効果（クライアントや消費者へのメリット、期待できること）

## 【消費者へのメリット】

- ・栄養をとれる。
- ・コロナ禍における在宅での楽しみを持つことができる。
- ・アボカドを育てることにより、食費が浮く。
- ・アボカドのレシピを多く知ることができ、料理のレパートリーが増える。

## 【クライアントへのメリット】

- ・アボカドを育てることにより、アボカドそのものへの興味を消費者が持つことになる。

その他