

ty01

## 企画シート 2021（GR用）

大学名	東京学生広告団体連盟
作品ナンバリング	ty01__gr 「時代は健康」
チーム名	リコピン大好き
メールアドレス	s15201901335@toyo.jp (媒体チームもしくはそれに類する者のメールアドレス)
クライアント名	株式会社あばかど
課題	アボカドを20大男女に手に取ってもらうきっかけづくり
作品タイトル	時代は健康
掲載媒体 (いずれかを丸で囲む)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・雑誌(片面・両面)</li> <li>・新聞(15段・10段・5段) <span style="color: red;">いずれかに丸をつけてください</span></li> <li>・ポスター・駅広告(B0・<b>B1</b>・B2)</li> <li>・車内広告:中吊り(B3・B3ワイド)</li> <li>・車内広告:ドア横ポスター(B3)</li> <li>・車内広告:窓上ポスター(B3・B3変形ワイド)</li> </ul>

### 審査基準

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。

#### 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

ty01

## 企画シート 2021 (GR 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の導入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。)

ターゲットの設定、イメージ↓  
コロナで「病む」若者が多い  
「病む」若者には、健康意識の低い傾向がある。  
アボカドのイメージ↓  
食べづらい  
おしゃれなイメージ  
健康、フレッシュさがある

ty01

## 企画シート 2021（GR用）

## 2：企画概要

1 ページ目と同じ作品タイトルを記入してください。

作品タイトル

時代は健康

コンセプト（ベースとした考え方）

若者の健康意識を高める。

ターゲット

20代前半の病む若者

コピー（無い場合は無しと記入）

「ぴえん」なんて、言ってらんないから。

課題商品

- 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 すっぱイチュウ
- 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み
- 40gハイチュウミニ  60gハイチュウミニパウチ  7粒しゅわラムネハイチュウ

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。

補足

（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。）

## 企画シート 2021（GR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。

掲載媒体の枠を必ず書いてください。



## 設定

- ・ 夜の室内、暗い中をフラッシュで写真を撮ったよう状態
- ・ 人物はしゃがんでおり、俯瞰の視点で撮影
- ・ アボカドは手に持っている
- ・ 人物の表情は笑顔ではなく、真剣な顔

ty01

## 企画シート 2021（GR用）

掲載媒体の枠を必ず書いてください。

※作品に企業ロゴを必ず入れるようにしてください。

※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

ty01

## 企画シート 2021（GR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）

若者の健康への意識が上がる。  
アボカドに対するイメージ向上  
普段の食事の選択肢の中にアボカドが入るようになる。

→若者のアボカド消費率が上がる。

その他