

「きびだんごのお供に青汁」

日本大学 制作意欲は山々だ班

目次

- 0. クライアント
- 1. 課題
- 2. ターゲット
- 3. 題材
- 4. 作品について
- 5. クロージング
- 6. 班員名(サポートメンバー)

0. クライアント



株式会社伊藤園

「ごくごく飲める

毎日1杯の青汁PET350g」

1. 課題

“ごくごく飲める毎日 1 杯の青汁”を

飲みたくなる「**きっかけ**」を作る

2. ターゲット

栄養バランスが気になる若者



分析の結果

食生活のサポート

3. 題材

どうやったら「**きっかけ**」を
生み出せるのか？



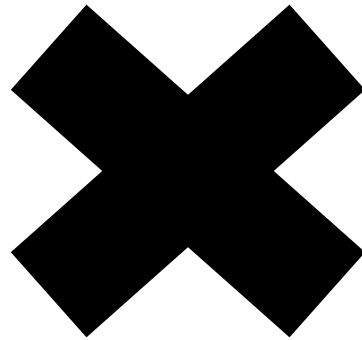
誰もが知る**有名な作品**を用いる



桃太郎



犬、猿、キジ
をお供にする



いつもの
食事のお供に

4. 作品について

① コンセプト

「いつもの食事の**お供**に」



②コピー

『チャチャッとグリーンチャージ』



3: エグゼキューション

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。

③ 3字コンテ

(20秒)

声 (SE や男・女など)	台本	補足
桃太郎	おーい、みんなご飯だぞー！	
いぬ	桃太郎さん。いつもきびだんご ばっかで飽きちゃったんだワ ン。	
桃太郎	え！？だって、みんな好きで しょ？	
さる	好きなことは好きだウキー。	
桃太郎	じゃあ、いいじゃん！	
きじ	栄養のバランスが気になるケーン	
おじいさん	そんな時はこれじゃ！	
桃太郎たち	お、おじいさん！？	
SE	デデン	
おじいさん	「チャチャッとグリーンチャー ジ」 「伊藤園ごくごく飲める毎日1杯 の青汁」じゃ！	

5. クロージング

クライアントのメリット

課題商品が健康的な食生活のサポートに適しているという印象を与えることができる。

消費者のメリット

昔話を用いることで青汁に対する印象をよりプラスに変化させることができる。

消費者が感じること

健康的な食生活のサポート方法の一つとして、課題商品を活用してみようと感じる。



6. 班員名