

右上の作品ナンバリングは毎ページ必ず書くようにしてください。

tkr01

企画シート 2021 (RA 用)

大学名	東京学生広告研究団体連盟
作品ナンバリング	tkr01_ra <u>「クイズ!アボカド」</u>
チーム名	チーム派遣
メールアドレス	12345678@meijigakuin.ac.jp <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	株式会社アボカド 森永製菓株式会社
課題	10代後半から20代前半男女に対してハイチュウ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
作品タイトル	<u>クイズ!アボカド</u>
秒数	20秒 40秒 60秒

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

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

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

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

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

企画シート 2021 (RA 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。)

アボカドはよく知られた果物⇔健康にいい点は 3割しか知られていない

- ・健康にいい理由をただ説明
→聞いていて飽きてしまう
→聞き流してしまうという問題が発生する
- ・クイズ形式の音声
→「濃厚」「クリーミー」「高カロリー」でチーズやバターを想像させる
→若い男が視聴者を代弁
→「血液サラサラ」「デトックス効果」で想像を裏切る
→最後に答え合わせをして聞き流されない広告に

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。

tkr01

企画シート 2021 (RA 用)

2: 企画概要

作品タイトル

クイズ! アボカド —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

コンセプト

アボカドのいい点を説明文にせずにアピールする

ターゲット

20代男女

コピー (無い場合は無しと記入)

無し

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。課題商品 (今回は例としてアボカドが課題書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 (RA 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。

秒数	音 (男、女、SE など)	台本	補足(BGM など)
10秒	SE	テレン!	
	若い女	突然ですがここでクイズ! これは何でしょう? 濃厚、クリーミー、カロリーは高いけど…	BGM 秒針の音 (チッ チッチッ チ…)
20秒	SE	ピンポン!	
	若い男	ハイハイハイ! バター!	
35秒	SE	ブー	
	若い女	血液をサラサラにしてくれる、サラダやスムージーによく合う、デトックス効果も…	BGM 秒針の音 (チッ チッ チッ チ…)
40秒	SE	ピンポン!	
	若い男	え…トマト……?	
40秒	SE	ブッブー	
	若い女	正解はア・ボ・カ・ド!	
40秒	若い男	なるほど~! アボカドってすげ~! 流石、森のバター!	
	NA	毎日元気に! 企業名(森永製菓)または音声ロゴの記載をしてください アボカドのすすめ! <u>株式会社アボカド</u>	

※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

tkr01

企画シート 2021 (RA 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: アボカドの特徴を知ることができ、購買意欲促進につながる
→特にターゲット層の20代男女はカフェなどでアボカドを食べる
機会の多い存在。近い世代の声によって広告に親近感を覚える。

☆期待できること

アボカドの健康にいい理由が広まり、食べてみようと思う人口が増加する

その他