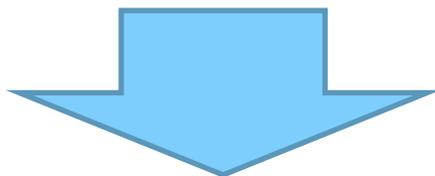


プロジェクトについて

今年年末に発売予定の新商品「生ズワイガニ」の
購買力を上げるための
マーケティング・PR戦略を実行する



一般消費者の購買力を向上させるツールの制作

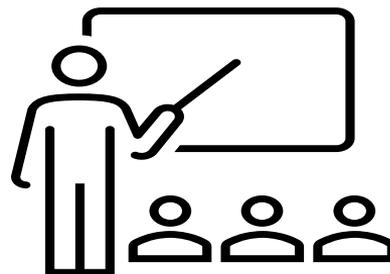
今回のゴール

一般消費者に購買してもらえるようなツールの制作

年末すぐ使える

&

現実的な



活動內容



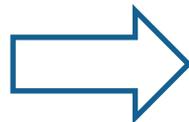
プロセス(今に至るまでの流れ)

▶ 1 週目: 販促方法アイデア出し+情報収集

- ・紙チラシ(なぞなぞ、謎解き)
- ・ラジオ CM
- ・映えフォトコンテスト
- ・YouTube、SNS
- ・ベジタリアンへの訴求
- ・ポップ
- ・QR コードにアンケートをつける
- ・中吊り広告
- ・チラシにあえて小さく広告
- ・カニに合うたれ(独自開発)をつける
- ・スーパーで動画を流す
- ・社員さんの食レポ動画
- ・HP を改良
- ・インフルエンサーマーケティング

情報収集

- ・スーパーとネット販売の比較
- ・カニとお肉の比較
- ・生ズワイガニとボイルの比較
- ・買ってもらいやすくなる情報 など



消費者に合わせた販促ツールを
作成しなければならない

▷ 2～3週目: 販促ツール決定

Q.誰に向けたものなのか

● ペルソナシート

名前	田中 美津代	家族構成	4人(高2, 中3子供)	ビジュアルイメージ
性別	女性	居住地	埼玉県越谷市	
年齢	47歳	趣味	刑事ドラマ・ママ友とランチ	
職業	主婦(パート)	休日の過ごし方	犬の散歩・お弁当作り	
収入	世帯年収600万	好きな雑誌やメディア	朝の情報番組(テレビメイン)	
担当している主な業務	レジ打ち 家事全般 家計を管理	チャレンジしていること	インスタを使いこなすこと 毎日運動すること	
悩んでいること	いかに節約できるか 老化(シミ)	検索(連想)しているキーワード	激安 埼玉 高校 時短 クラシル ワンコインランチ	

- ・ 未販売のため
インターネットや頂いた情報から作成

→情報が不足していることが判明

→情報が得られる+販促できるツール?!





QRコード用ラベル

→情報収集のため



アンケート

→情報収集、販売促進のため



チラシ

→販売促進のため(キャンペーン認知用)



チラシ掲示資料

→販売促進のため(バイヤー向け)

▶ 4～5週目: 販促ツール作成





ラベルについて



QRコード用ラベル

目的: アンケート・キャンペーンに簡単に参加してもらうこと



- アンケート専用のQRコード
カニの写真を利用 →インパクト大
既存のラベルはそのまま→来年も利用できる
コスト削減



アンケートについて



アンケートを取る目的や意図

- **企業視点**

1. アンケートキャンペーンによる購買力向上
2. 来季に向けた情報収集
(具体的な顧客層・商品の強み、弱み)

- **消費者視点**

1. スキマ時間でプレゼントを得ることができる
2. 抽選にあたるかどうかのドキドキ感を無料で味わえる



アンケートのこだわり

- 徹底的に無駄を省くことによって、**スキマ時間**でアンケートに回答できる（所要時間3分が目安）
- 性別・年齢・居住地・世帯年収・同居人数を聞くことでペルソナを深掘り（**ターゲットの特定**）
- 「商品の感想」を記述式にすることで、**強み・弱み**が消費者目線で明確に理解できる
- 気仙沼とゆかりのある商品をプレゼントすることで、**気仙沼の活性化**につながることを期待できる
- https://docs.google.com/forms/d/1N5e7YtNzRWy0EucDJz8bnpXk2PIJ5VqsFusEaK7t_eA/edit

プレゼントのこだわり



A賞 MARINUSコスメセット

- ▶ 想定ターゲットである30-50代の女性を対象にしたプレゼント
- ▶ 上記年代の女性はエイジングケアに関心がある
- ▶ フカコラーゲンミスト(化粧水)
3,300円
- ▶ フカコラーゲンジェル(美容液)
3,300円 を選定



B賞 クラフトビール

- ▶ 化粧品に興味薄い若年層・男性層をカバー
- ▶ ビール離れによるクラフトビールブーム
- ▶ 気仙沼にのみで作られているため、限定感・特別感を消費者に抱かせることができる

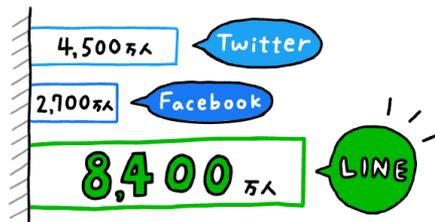




他の提案

▷ LINE公式アカウントを使ったりサーチ

1. 人口の66.7%がアクティブユーザー
2. 幅広い年齢層で男女の偏りなく支持されている
3. アンケートを答えるためには友だち追加が必須となる
4. チャット感覚ででき、各質問に画像も付けられるため利用者の興味を持続させられる
5. 「LINE広告」も魅力的か



LINEのユーザー属性（居住地）

LINEユーザーの居住地は全国の人口分布比率におおむね近い数値です。





チラシについて

チラシを作成する目的

- ▷ キャンペーンのターゲット：スーパーに来てる買い物客（主婦）
- ▷ 生ずわいがにの販売場所：全国各地のスーパー
- ▷ 販売時期：2021年 年末

SNSやインターネット

→ターゲット層に情報が届きにくい・年末まで興味を惹かせることが困難



◎チラシ

スーパーに来た人に直接広報することが可能

その場（生ズワイガニ売り場）で興味を持ってもらうことが可能

完成 チラシ

ここだけの話…

1年間頑張ったみんなに チャ————ンス!

2021年を頑張った皆様へ、
今、【生ズワイガニ】を購入してアンケートに答えると
宮城県気仙沼市の特産品を抽選で30名様にプレゼント!

A賞

気仙沼発 化粧品
kesemo MARINUS



B賞

気仙沼発 クラフトビール
BLACK TIDE BREWING



開催期間

2021年12月01日(水)
～2022年1月31日(月)

5分で簡単! 参加方法

- ①対象商品「生ずわいがににハーフポーション」を購入
詳しい対象商品は裏面をチェック!
- ②商品のラベルにあるQRコードを読み込む
- ③サイト内のアンケートに回答する
- ④アンケート内で欲しいプレゼントを選択し、メールアドレスを入力

サンプルは
こちら



応募完了!

当選者には入力いただいたメールアドレスにご連絡いたします。

年末はすき焼き?お寿司?

いやいや、かにでしょ!



気仙沼発・カネダイの生ズワイガニは
新鮮な美味しさを急速凍結。
むき身だから身入りは心配なし。
ぷりぷりの蟹の旨味・甘味
極上の贅沢をご家庭で。

【生ズワイガニ】キャンペーン対象商品はこちら!



2種の選べるプレゼント!

A賞

MARINUS
KESENUMA



kesemo MARINUS 化粧水・美容液

気仙沼産フコカラゲン、厳選した植物エキスや
保湿剤、良質なオイルが配合されています。
肌の『保湿度』を高め、透明感があり、
なめらかなハリのある肌へと導きます。

B賞



BLACK TIDE BREWING

クラフトビール Tsubaki 4本セット

シーズン特有のフルーティーさとアブリコット由来の優しい
酸味が合わさり、爽やかな一杯に仕上がりました。
ラベルには気仙沼の大島で咲き誇る椿の花模様
があしらわれています。

詳しくは [マリナスコスメ](#) [BTB クラフトビール](#) で検索!

お問い合わせ先



株式会社 **カネダイ**

宮城県気仙沼市川口町一丁目100番地

TEL : 0226-23-1721

ここだけの話…

1年間頑張ったみんなに チャ———ンス!

2021年を頑張った皆様へ、
今、【生ズワイガニ】を購入してアンケートに答えると
宮城県気仙沼市の特産品を抽選で30名様にプレゼント!

A賞

気仙沼産 化粧品
kesemo MARINUS



B賞

気仙沼産 クラフトビール
BLACK TIDE BREWING



開催期間

2021年12月01日(水)
～2022年1月31日(月)

5分で簡単! 参加方法

- ①対象商品「生ずわいがに」ハーフポーションを購入
詳しい対象商品は裏面をチェック!
- ②商品のラベルにあるQRコードを読み込む
- ③サイト内のアンケートに回答する
- ④アンケート内で欲しいプレゼントを選択し、メールアドレスを入力

サンプルは
こちら



応募完了!

当選者には入力いただいたメールアドレスにご連絡いたします。

年末はすき焼き?お寿司?

いやいや、かにでしょ!



気仙沼産・カネダイの生ズワイガニは
新鮮な美味しさを急速凍結。
むき身だから身入りは心配なし。
ぷりっぷりの蟹の旨味・甘味
極上の贅沢をご家庭で。

【生ズワイガニ】キャンペーン対象商品はこちら!



2種の選べるプレゼント!

A賞

MARINUS
KESENUMA



kesemo MARINUS 化粧品・美容液
気仙沼産フココラーゲン、厳選した植物エキスや
保湿剤、良質なオイルが配合されています。
肌の『保湿力』を高め、透明感があり、
なめらかなハリのある肌へと導きます。

B賞



BLACK TIDE BREWING
クラフトビール Tsubaki 4本セット
セゾン特有のフルーティーさとアプリコット由来の優し
い酸味が合わさり、爽やかな一杯に仕上がりました。
ラベルには気仙沼の大島で咲き誇る椿の花模様が
あしらわれています。

詳しくは **マリナスコスメ** で検索! **BTBクラフトビール** で検索!

お問い合わせ先



株式会社 カネダイ

宮城県気仙沼市川口町一丁目100番地

TEL: 0226-23-1721



チラシ
受取人

このチラシは
有益である!

→ 僅か1秒

凡庸なものよりもインパクト
があるキャッチコピーの方が
興味を惹く

当選人数について

- ▷ 予算：300,000円 - 125,000(ラベル代)
=175,000 円 = プレゼントに充てることのできる費用

・フカコラーゲンミスト(化粧水) 3,300 円
・フカコラーゲンジェル(美容液) 3,300 円

A賞：7,320 円 $(620+100+3,300+3,300) \times 15(\text{名}) = 109,800$ 円

クラフトビール Tsubaki 350ml $\times 4$ 2,860 円

B賞：3,580 円 $(620+100+2,860) \times 15(\text{名}) = 53,700$ 円

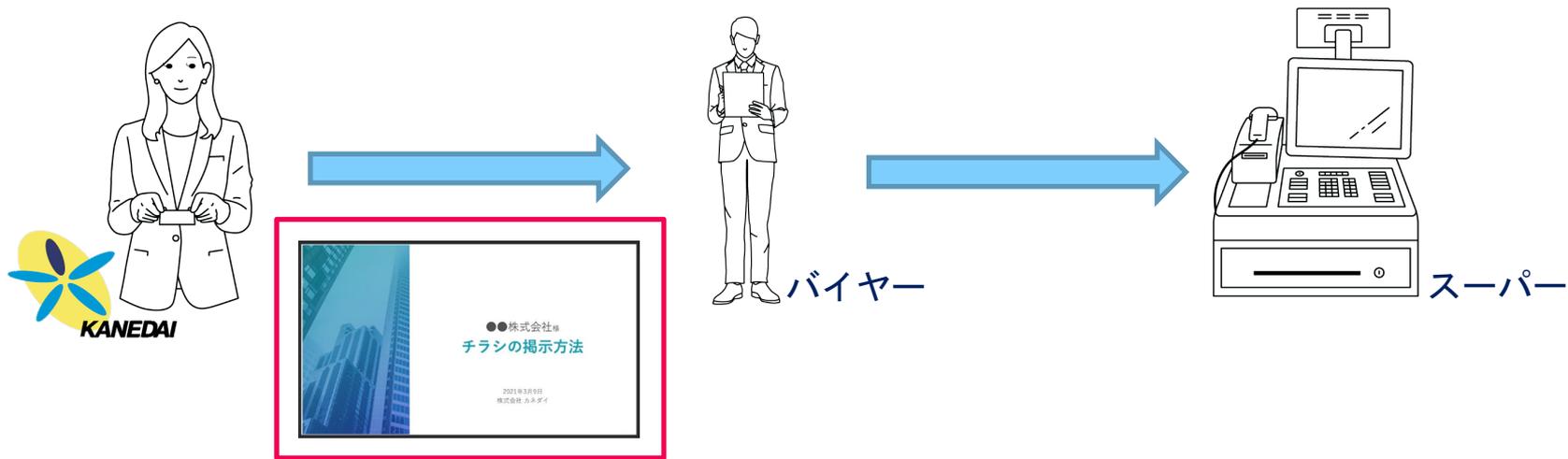
 合計:163,500 円

- ▷ 費用: ラベル代 + A 賞 + B 賞 = 288,500 円



チラシの掲示方法資料 について

資料作成の活用方法



〈目的〉

- ▶ チラシの宣伝効果を高めるため
- ▶ バイヤーにキャンペーンの存在を知ってもらうため



●●株式会社様 チラシの掲示方法

2021年3月9日
株式会社 カネダイ

0

本チラシについて

ここだけの話...
**1年間頑張ったみんなに
チャーンズ!**

年末はすき焼きがお寿司?
いやいや、かにでしょ!

アンケートに回答するだけで
抽選プレゼントキャンペーン

生ずわいがに購入
→商品パッケージにあるQRコードを読み込み
→アンケートに回答
抽選で30名様にプレゼントを贈呈

【開催期間】
2021/12/01(水)~2022/01/31(月)

株式会社 カネダイ

1

売り場における本チラシの掲示方法

想定される売り場の種類は以下の通りです。

- 1 通常の海産物売り場
- 2 季節の海鮮関連コーナー
- 3 年末年始関連棚

次ページからこちらの3つの売り場ごとにチラシの掲示方法を説明していきます。

株式会社 カネダイ

2

掲示方法①

通常の海産物売り場

左の図のように商品の値札の隣に貼ってもらうことができれば、消費者の目につきやすく興味を持ってもらえると考えられます。
今回は前面チラシであるため、裏も消費者に見てもらえるように壁に面していないような部分に置くことが効果的です。

株式会社 カネダイ

3

掲示方法②

季節の海鮮関連コーナー

左の写真のような場所に商品が陳列される場合は、思方巻のチラシがある部分が理想的です。
白いチラシの部分に掲載してもらうことになった場合はチラシ表面を掲示してもらい、おまわり目につきにくいですが、下の部分にチラシ裏面を多めに貼ってもらえれば目につきやすくなるのではないのでしょうか。

株式会社 カネダイ

4

掲示方法③

年末年始関連棚

年末年始関連の棚があった場合はその一部にチラシを掲載するとより購買意欲向上に繋がるかと考えられます。
例えば、床に拡大したものを貼ってもらうことやチラシを数枚並べることで華やかな売り場になるため、消費者が立ち止まりやすくなります。
また、売り場自体が遠くからでも目につきやすくなり、客寄せ効果が十分得られる可能性があります。

株式会社 カネダイ

5

掲示方法①



通常 of 海産物売り場

左の図のように商品の値札の隣においてもらうことができれば、消費者の目につきやすく興味を持ってもらえると考えられます。

今回は両面チラシであるため、裏も消費者に見てもらえるように壁に面していないような部分に置くことが効果的です。

掲示方法②



季節の海鮮関連コーナー

左の写真のような場所に商品が陳列される場合は恵方巻のチラシがある部分が理想的です。白いチラシの部分に掲載してもらった場合はチラシ表面を掲示してもらい、あまり目につきにくいですが、下の部分にチラシ裏面を多めに貼ってもらえれば目につきやすくなるのではないのでしょうか。

掲示方法③



年末年始関連棚

年末年始関連の棚があった場合はその一部にチラシを掲載するとより購買意欲向上に繋がると考えられます。

例えば、床に拡大したものを貼ってもらうことやチラシを数枚並べることで華やかな売り場になるため、消費者が立ち止まりやすくなります。

また、売り場自体が遠くからでも目につきやすくなり、客寄せ効果が十分得られる可能性があります。

目標達成度

達成度

▷ 短期的な功績

1. アンケートキャンペーンによる購買力向上
2. チラシによるカニの知名度・認識度向上
3. 気仙沼産商品の知名度向上

▷ 長期的な功績

1. 顧客情報の収集→セグメンテーション分析（地理的変数・人口統計分布）
2. 商品の強み・弱みを知れる
→今後PRするべきところ、改善するところが見える

達成度

▷ 出来なかったところ

- カニを他の商品と差別化する

→カニ本来の魅力を伝えきれなかった

- 長期的な顧客の獲得

→今後LINEやSNSを利用することでリピーターの獲得が見込まれる

- 実際に販売に携わり、データを分析する

→インターン期間的に年末には関わらず

感想・気づき

研修も含めて約5週間みっちりマーケティングを学び、実践することが出来ました。今後どのような道に進むかはわかりませんが、確実にこの経験が生かされると思います。お世話になった方、本当にありがとうございました。

販促ツールを作成するためには、商品そのもの・販売場所・ターゲットとする消費者の情報など多様な情報を調査する必要があることを実感しました。また、集めた情報を生かし、販促に最大限の効果があるツールを制作する難しさを感じましたが、充実した5週間でした。ありがとうございました！

思っていた以上に販促ツールを作成するにはたくさんの情報が必要であることに加えて意識しなければならないことが多く存在することが分かりました。販促ツールを作るだけでなくその後の分析などもしてみたいと考えるようになるなど新たな興味に繋げることができました。