



「花、超熟になる」

<https://www.pasconet.co.jp/chojuku/>

受講番号:5

中京大学文学部言語表現学科3年生

向井智美

捨てられない1つ1つのこだわり

和を基調としたデザイン

湯種

ご飯のようなパン



国産小麦 ゆめちから

ユーザーとの
コミュニケーション

毎日食べても飽きない

「超熟」が出来るまでのストーリーに早く触れたかった…！

注目したのはこの3点

①食品PR

②売り場

③ポイント
カード

食品PRの番組には一定の需要があった



ランド ニシダのお悩み散歩

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000023.000020192.html>



公式YouTubeチャンネルの番組
『みんなであむあむ』

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000558.000004867.html>

⇒映像を通せば、より多く人に伝えられるのではないか。

現代人の“倍速視聴”の実態

< 倍速視聴をする大きな理由 >



時間がもったいない…。

演出よりも、内容重視だから。



興味がない内容だと、
長い尺の動画をわざわざ見ようと思わない傾向が見える。

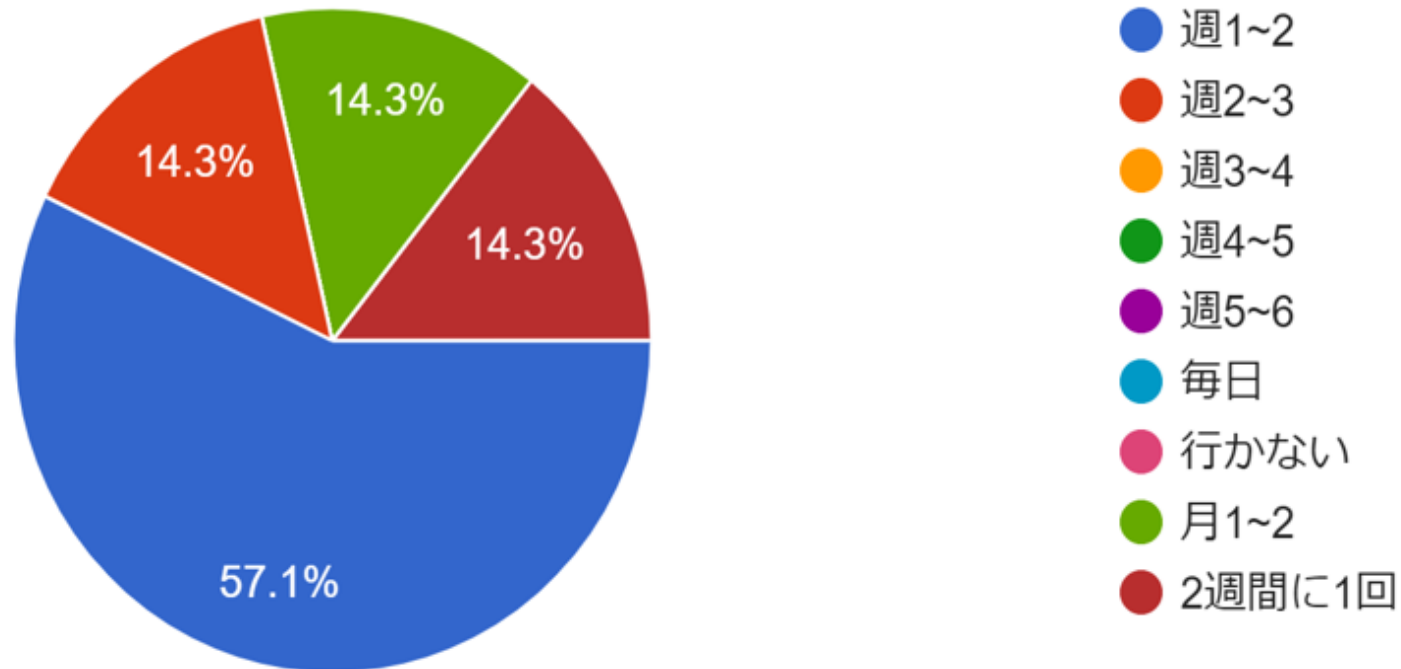
見せ方に工夫が必要だとわかった。
大学生の生活から考えてみる。



大学生に聞いた①

1. あなたはスーパーにどのくらいの頻度で通っていますか？

18件の回答



頻繁に通う
大学生は
少ない…

若者がスーパーに行かない理由



友人A

節約したいけど、スーパーまで行くのがめんどくさい。

近くのコンビニで済ませた方が早いから。



友人T

節約はしたいけど…

時間 > お金

コンビニは菓子パンがメイン



<https://www.boulansserie.com/article2820.html>



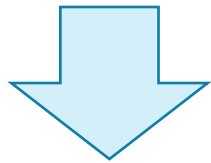
<http://www.gurum.biz/archives/68418457.html>

コンビニではなく、
スーパーに通うモチベーションを
作る必要がある。



店頭映像に注目した

- ・定期的に立ち寄る場所
- ・陳列量も圧倒的に多い



商品を見ていると、
自然と目に入る！



<https://gucci-fuufu.com/news/%E5%A3%B2%E5%A0%B4%E5%B1%95%E9%96%8B-%E4%BA%AC%E7%8E%8B%E3%82%B9%E3%83%88%E3%82%A2-pasco%E3%81%95%E3%82%93%E3%82%B3%E3%83%A9%E3%83%9C%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%96%E9%85%8D%E4%BF%A1%E6%98%A0%E5%83%8F/>

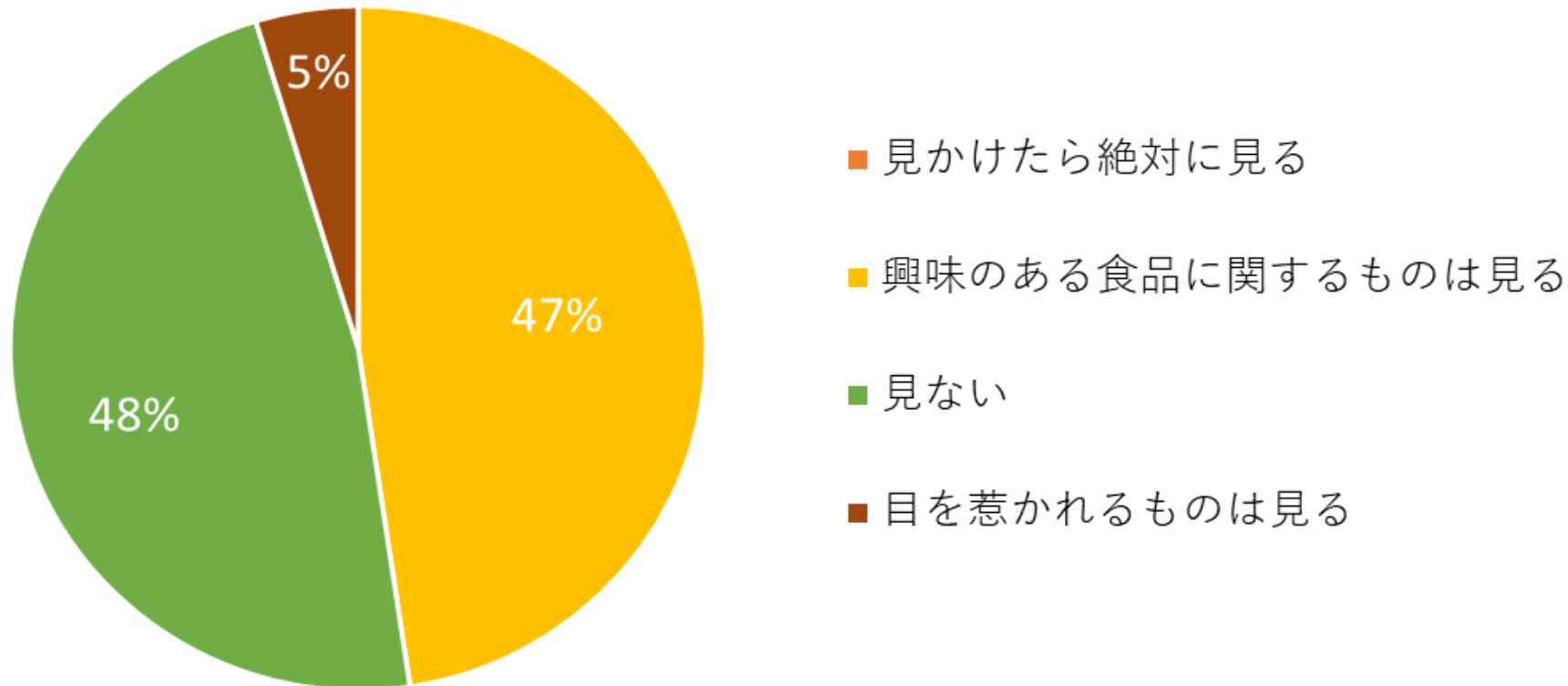
店頭で流されている映像は、
本当に見られているのだろうか…。



大学生に聞いた②

5-1. あなたは、店頭CMをどのくらいの頻度で見えていますか。

21件の回答

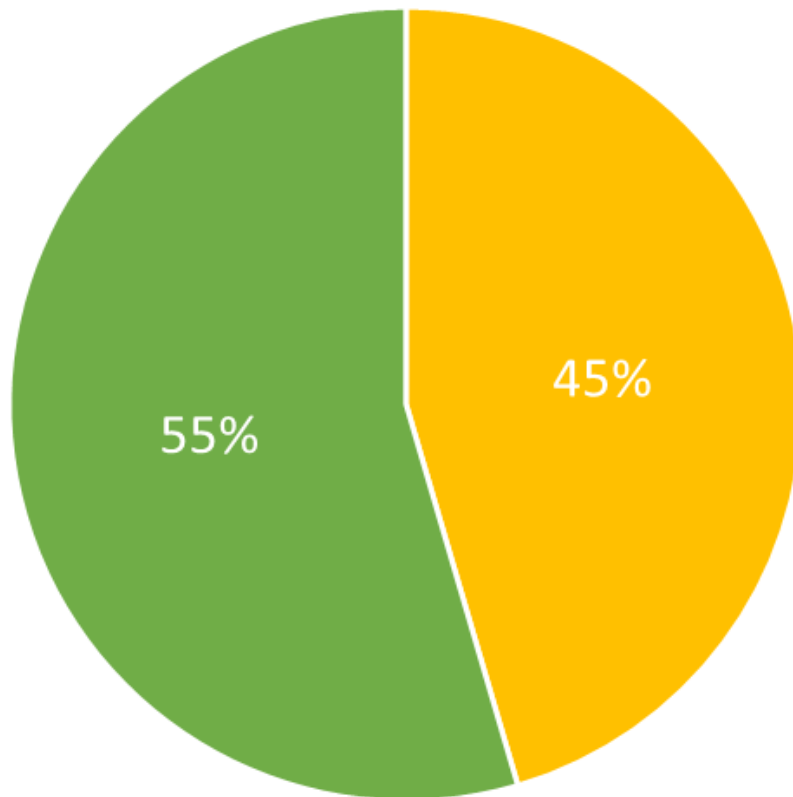


半数近くが見ていない…。
見るとしても興味のあるものだけのようだ。

大学生に聞いた② + α

5-3店頭CMを見る時の視聴態度について、当てはまるものをお答えください。

11件の回答



- 全部見る
- 最初の数秒だけ見る
- 半分ほど見る

最後まで見る人はいなかった。
短尺に需要があるのではないか。

「2日に1回」+「短時間の映像」から…

習慣 + 短編 = 連続テレビ小説

「習慣」+「短編」に需要のあるケース

連続テレビ小説以外にも、人気の短編ドラマは存在する。



https://www.ntv.co.jp/nishikigoi/template_assets/images/ogp_02.png

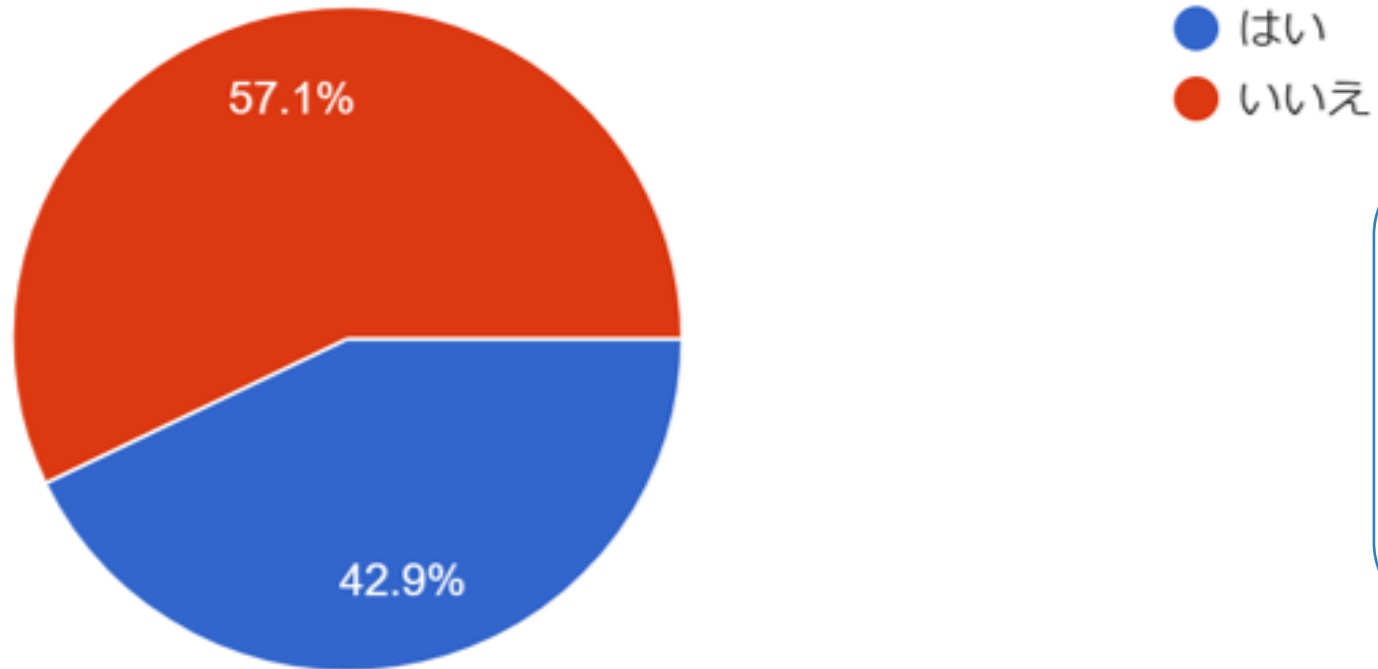


https://twitter.com/clione_staff/status/1059582211467276288?lang=hr

スーパーで連続ドラマを楽しめる環境を作る

大学生に聞いた③

2. あなたはスーパーのポイントカードを持っていますか？
18件の回答



ポイントカードは
持つ学生は
少なかった…。

大学生の新習慣を作りたい

ターゲット層

1人暮らしの大学生



連続テレビ小説 × ポイントカード

店頭限定 連続売り場小説

「花、超熟になる」



「花、超熟になる」

- ☆3日に1回更新
- ☆30秒ムービー
- ☆10話完結型

普段伝えきれていない超熟のこだわりを
お届けします。

実際の店頭イメージ

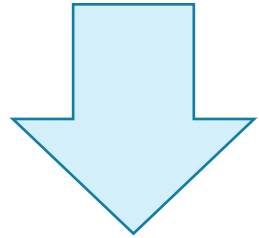
大きめの
ディスプレイ



メインの商品
棚の横に設置

実施場所

敷島製パンの本社が名古屋にある。



アーリープロトタイピングとして、

名古屋市のスーパーマーケット【183店舗】



<https://www.aichi-brand.jp/corporate/type/food/shikishima.html>

(参考元: <https://supermarket.geomedian.com/nagoya/supermarket/>)

第5話 「愛の湯種」

<出演者>

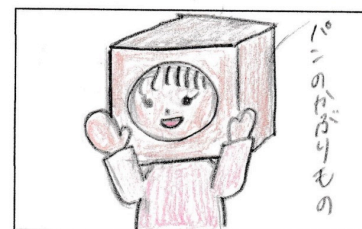
・パンを被った杉咲花さん

【POINT】

- ・惹きつける題名
- ・とても真面目に楽しく伝える
- ・杉咲花さんの親父ギャグ

第5話 「愛の湯種」

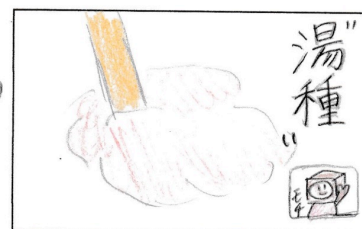
パンをかぶった
杉咲花さん



パンのかぶりもの

杉咲花
こんにちは!!
前回の小麦梁から成長
しました(笑)今回は超熟の
ロトの良さを秘密に迫ります

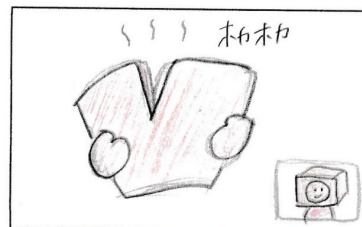
杉咲さん、
自分のパンのかぶりもの
を融かす(ワイフ)



湯種

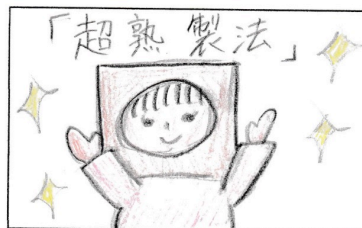
NA (杉咲)
実は、超熟のモチモチ感
はこの「湯種」という
技術のおかげです。

超熟の断面みせる



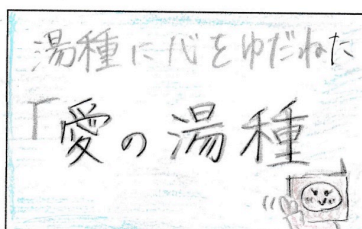
わわわ

NA (杉咲)
そして、ご飯のように
毎日食べても飽きない
パンができました



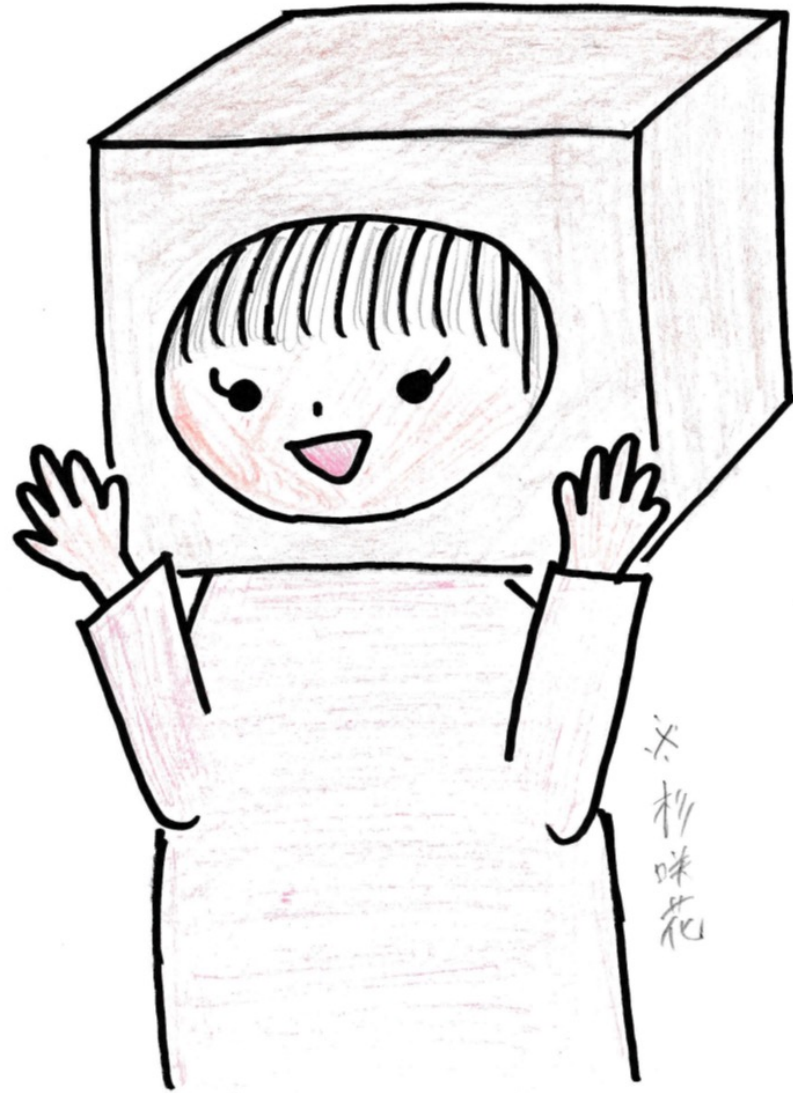
「超熟製法」

NA (杉咲)
今では、さらに湯種が
応用され、「超熟製法」
というPasco独自の
製造レベルアップしました。



湯種に代えておいた
「愛の湯種」

<杉咲花>
Pascoが湯種に代えておいた
「愛の湯種」
次回はその後に密着します。
では、プレゼンターのQRコードを



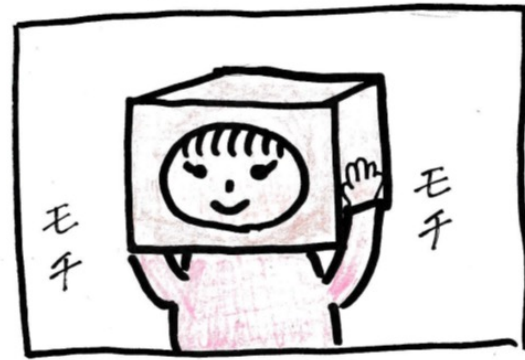
こんにちは!!
前回の小麦姿から
成長しました!
柳味花です。
今回は、超熟の
口どけの良さの
秘密に迫ります。

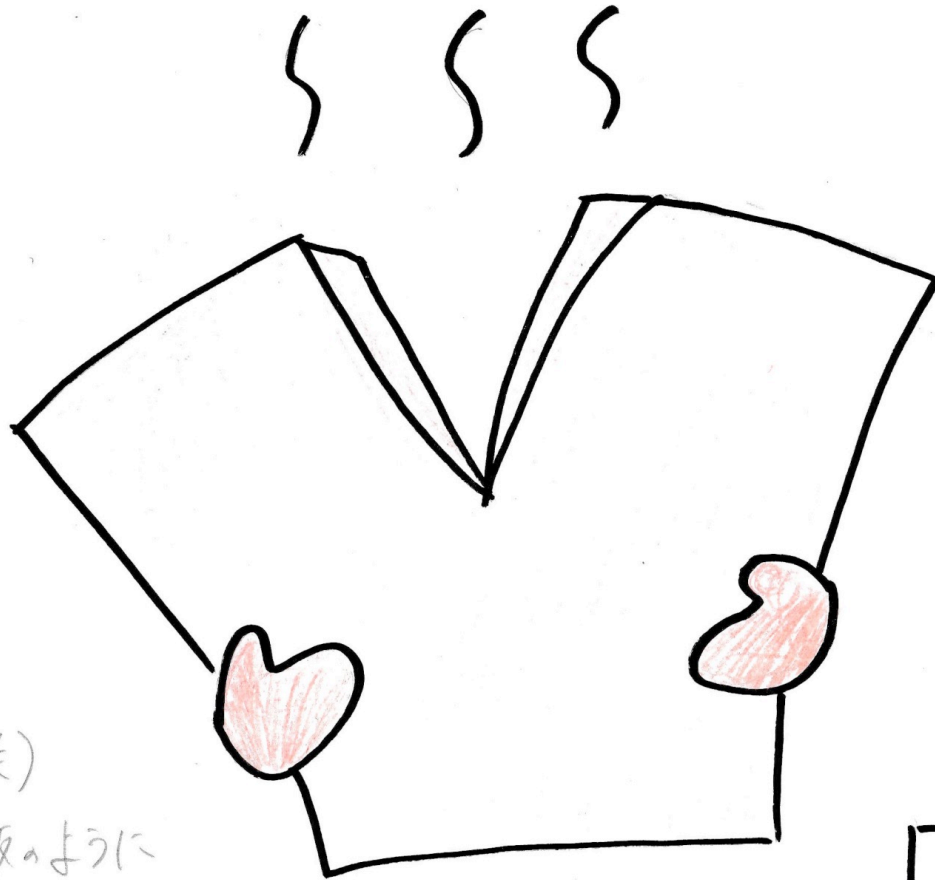
※柳味花

NA(杉味)
実は、超熟の
モ千モ千感は
湯種という
技術のおかげです。



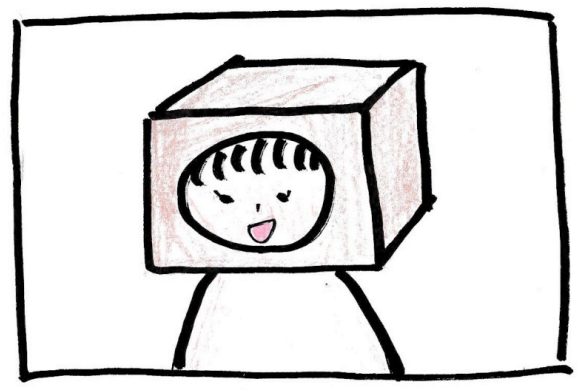
湯種”



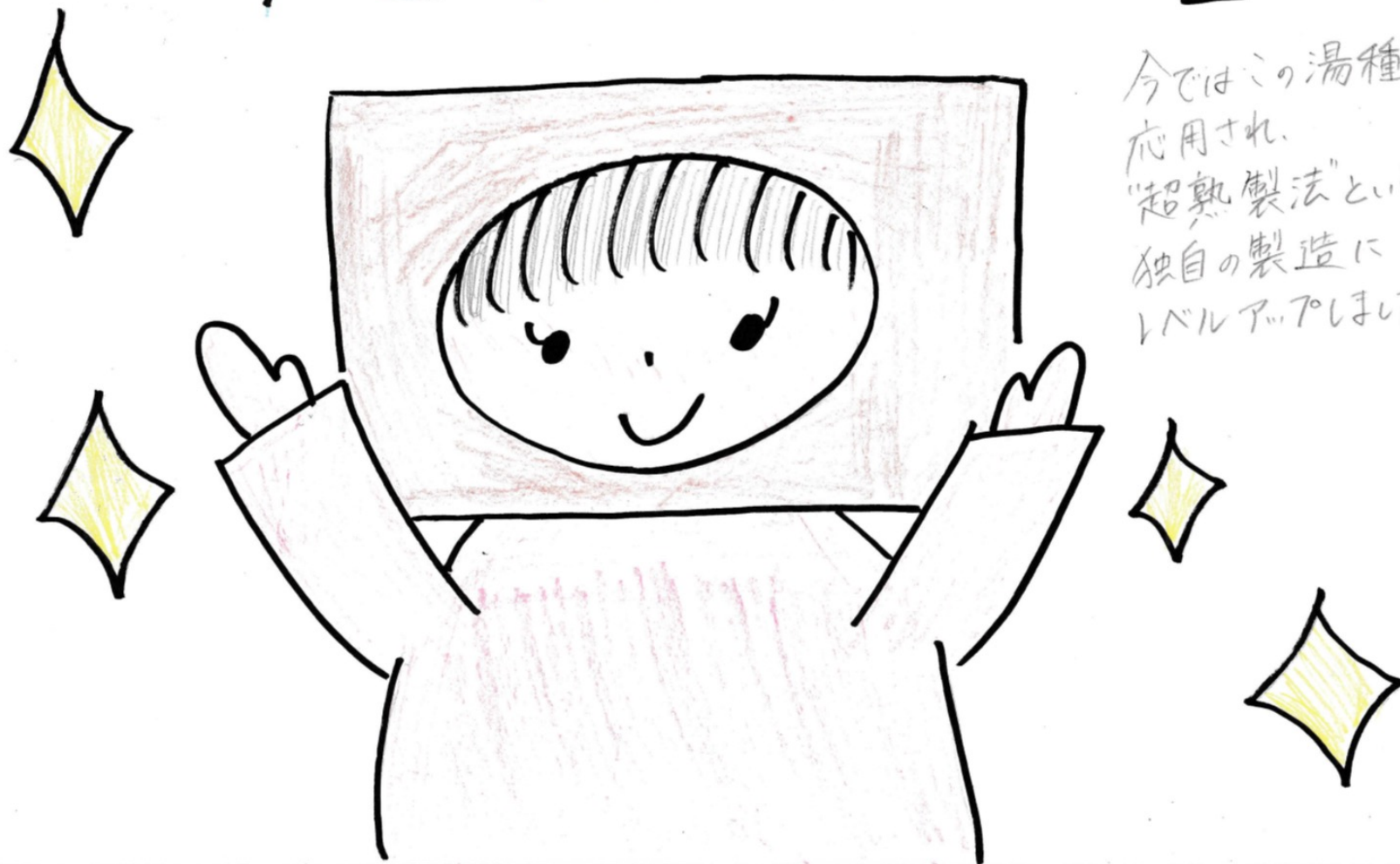


ホカホカ

NA(ホシ味)
そして、ご飯のように
毎日食べても
飽きないパンが
できました。



「超熟製法」

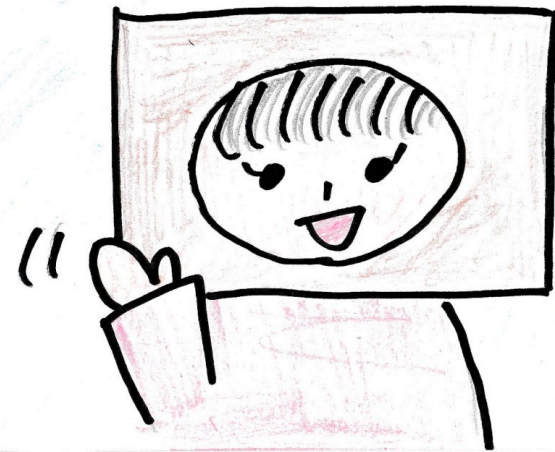


今ではこの湯種が
応用され、
"超熟製法"という
独自の製造に
レベルアップしました。

湯種に心をゆだねた

「愛の湯種」

NA(杉咲)
湯種に心をゆだねた超熟
「愛の湯種」
次回はその後の密着です。
では、プレゼントのQRコードをどうぞ!!



1か月分のストーリー

第一話「小麦 垢ぬけ大作戦」

第二話「畑との別れ」

第三話「麦の修行」

第四話「推してダメならひいてみる」

第五話「愛の湯種」

第六話「アイラブジャ“パン”！」

第七話「はんなり美人なパッケージ」

第八話「国産小麦界のファッションリーダー」

第九話「不動の食パンセンター」

第十話「紡がれるストーリー」

SNS投稿の習慣化

つい目を惹くタイトルで、
#を付けやすい！



話題となる

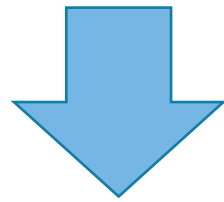
&

コミュニケーションが盛んに！



店頭で流すことのねらい

SNS配信では、スーパーまで足を運んでももらいにくい…。



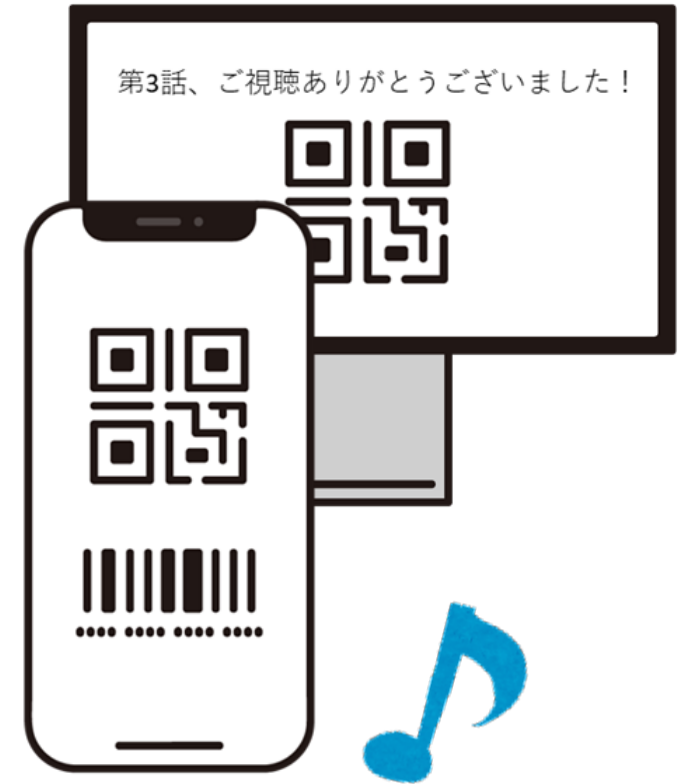
☆その場で、手に取ってもらいやすい！

☆「売り場に通い、買う」習慣がつく！

これまでの「店頭CM」との違い

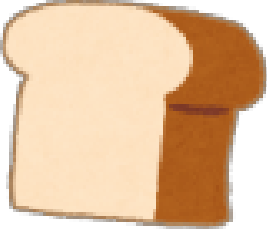
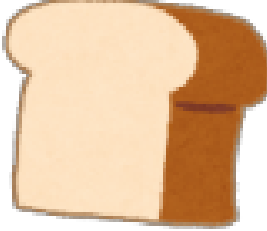

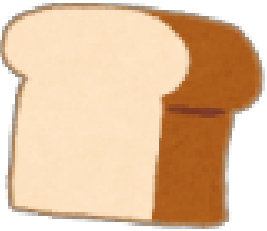
動画終わりの10秒間、
画面にQRコードを表示する。

⇒LINEクーポン等と連携することで、
読み込むとポイントがたまる！



ポイントを貯めて出来ること

<イメージ図>

| | | | | |
|---|--|---|---|------|
|  |  |  |  | 20円引 |
| | | 30円引 | | 40円引 |

さらに全部見てくれた人には…、

☆全員に超熟シリーズプレゼント！

☆抽選で「北海道2泊3日ゆめちから見学ツアー券」プレゼント！

「花、超熟になる」を通して…

コミュニケーションの取りやすさup

ロイヤルユーザーの増加

こだわりをアピール



次世代ユーザーと敷島製パンがより密接な関係に

1人暮らしの大学生に**習慣づけて見せる**
新しいコミュニケーション施策！

店頭限定 連続売り場小説

「花、超熟になる」



ご清聴いただき、
ありがとうございました。

