

令和6年7月25日発行



第6号 流通通信

～起業家精神～

新たな価値を創造し、社会の発展に貢献する

文責：長谷川 修 哉

編集：吉 田 研 二

商品企画のワークショップ

日 時 令和6年7月16日（火）

対 象 3学年流通経済科 36名

講 師 濱野販促企画株式会社

プランナー 濱 野 綾 香 様



【概要】

本日は「牛乳消費拡大事業」の一環として、濱野販促企画株式会社の濱野綾香さまから、生徒の牛乳を活用した商品企画について、アドバイスいただきました。商品名とキャッチコピーの関連性、消費者へ与える印象効果、製造元へのプレゼンのポイントなど、プランナーの視点からアドバイスいただき、生徒によってたいへん有意義な時間となりました。

生徒は今月下旬に松屋さまへ企画商品のプレゼンを行い、その後、9月以降の商品化を目指して本事業は展開されていきます。今後も動向にご注目ください！

この度お世話になりました濱野さまに、心よりお礼申し上げます。ありがとうございました。

【生徒の学びと感想】

錦玉羹はみんなが知っているものではないので、商品の説明をキャッチコピーに入れなければいけないことや、商品名をつけるときは開発背景を感じられるような名前にすることを学んだ。また、プレゼンをするときは商品の魅力を言葉で盛り込んで伝えることや、大きな声で自信を持ってプレゼンをするとうまいとアドバイスを頂いたので、それを活かせるように頑張りたいと思った。

濱野さんからのアドバイスは、自分の班への言葉だけでなく、他の班へのアドバイスも参考になるものばかりだったので、すごく勉強になる良い時間だと思った。(S.S)



商品名はマイナスな言葉を避ける。キャッチコピーに商品名を入れない。この2点がいますぐ変えられるものだから考え直そうと思う。やっぱり商品を買ってもらうためには、あまりマイナスな言葉はいれないほうが手に取ってもらいやすいんだなって思った。

特に勉強になったのは、キャッチコピーに商品名を入れないこと！！！！キャッチコピーはその商品を目立たせるものだから商品名とは別の言葉を使ってつくる。

直すところがたくさん出てきたし、学べたことも数分間でたくさんあったから、来週のプレゼンまでに改善して、うまく自分たちの商品を伝えたいと思った。(S.K)



商品名とキャッチコピーで言葉が似ていたりするのが良くないのは知らなかったし、強い印象を与える言葉を付け足してより良いものにしていきたいと思いました。

牛の顔の形をしたモナカだから、イメージキャラクターをつくることで印象に残るというアドバイスをいただき、挑戦してみたいと思いました。牛の可愛さを全面に出してもっと推していくとより良いと言ってもらったので頑張っていきたいです。

モナカの形は最悪、四角でもよいという話が班内で出ていたけど、やっぱり買って食べるときにも楽しめるのは牛の顔の形だから、これだったら売れると思ってもらえるようなプレゼンが大切だと思った。(K.H)

子供でも大人でも一緒に楽しめるようにと消費者のことを考えていたけど、生産者のことを考えてなかった。提案した商品は製造工程が長くて手間がかかりそうなので、製造工程をもっと簡素化し、生産者が商品化しやすい商品を作る。

キャッチコピーはインパクトがあり、なおかつ商品の良さやこの商品考えた理由をキャッチコピーに取り入れてみると、提案した理由や商品の魅力が一発で伝わることを学んだ。(M.R)

商品名はもっと鉋路らしさを出せるように改善すると良いとアドバイスをいただいたので、パッと見て鉋路らしさを出せるような名前を考えようと思いました。

キャッチコピーは商品パッケージやポスター、ポップなどにも使うから、商品名は入れずに流れるように商品名とつながるキャッチコピーを作ろうと思いました。

名前などを考えるときは、お客さんが見てすぐにどんな商品なのか、また、ほしいと思える商品かどうかを考えようと思いました。(M.S)

