# 国分ブランド(tabete)春夏商品「ひる麺」の棚入れを促進するための活動内容及び予算案

#### 1.活動目的

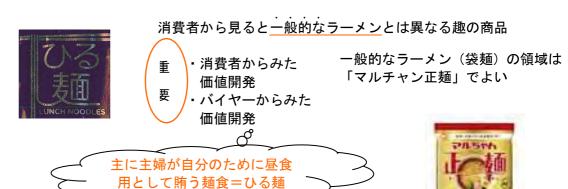
- ◆出荷可能な「ひる麺」において小売店バイヤーの共感を得るように、導入促進を目的とした企画を"消費者目線"で考える。
- ◆最終的には、商談時のプレゼン資料(小売店向けプレゼンシナリオ)を作成する。またパッケージ上に表現できていない切り口はPOPや試食販売時に おける試食場所・試食内容・お客様向けの推奨シナリオ・POPスタンド・配布物で補う。

### 2. ひる麺の位置づけを考える

`\ マルチャン正麺で十分 『ひる麺』は<mark>こだわりのある麺</mark>×<mark>スープ</mark>=麺食愛好家好みの商品 また、スープに個性があることから"どんな麺食に仕立てるか"という<u>創作クッキング魂に訴える商品</u>でもある

『ひる麺』は一般的なラーメンとは異なる





一般的な

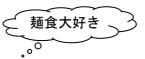
ラーメン好きなら

# 2. ひる麺の位置づけを考える (続き)

◆消費者データを使用し、背景を固めます

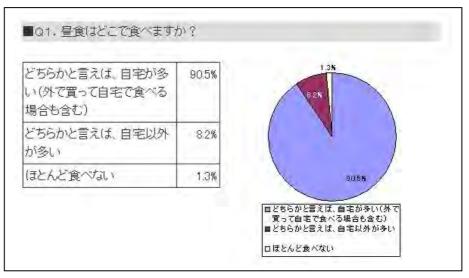
# ひる麺の訴求ポイント

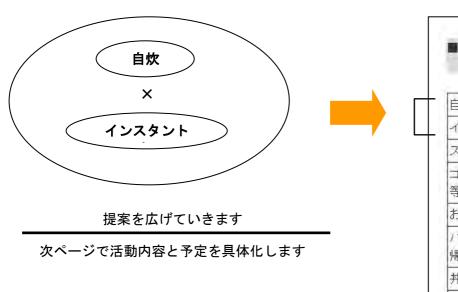




は主婦層の昼食ニーズ に応えます

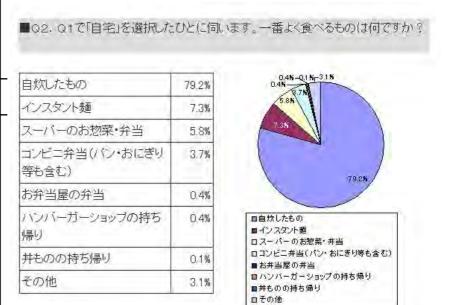
\*関東・関西在住/30~40代専業主婦の昼食実状 N=1855





# 3. 活動内容/進行ステップ

- ①売場環境や消費現場からみた「ひる麺」の価値創造とバイヤーから みた取扱メリットを創出する
- ②消費者と食生活の変化、消費者と麺メニュー、消費者と袋麺・ラーメン消費の動向を把握(手中に収める)し、加味しながら「ひる麺」の市場性を裏付ける情報素材を御社及び当社保有のデータより消費者目線でピックアップする。
- \*保有・オープンデータの活用によりスケジュールリスク・調査コストを極力抑える。
- ③消費者目線でバイヤーに売込む為の、データストーリーを作成する。
- \*バイヤー説得素材や販促案の検証を兼ね、消費者を対象にした情報収集を検討・実施。
  - ②③の状況判断により、狙いたい情報を効率的に収集するため 方法論を検討する。
  - ➡ 複数の web 調査会社より、最適社を選ぶ。
  - 弊社モニターの活用 ex,メール・電話ヒアリングなどによる 量の担保と質的情報(店頭&HUT)の収集 など



#### 着地点

#### 消費者からみた価値開発

# 4

#### バイヤーから見た価値開発

オープンデータ 過去販売実績及び分析

- \*当社による収集
- \*御社提供

消費者からみた有益性を考察しながら情報を収集し 「ひる麺」の優位性を導き出す

> 消費者による背景情報を収集 (バイヤー説得素材として活用する)

商品存在価値に合致した消費者ニーズと小売各社からみた取扱いメリットを創出

# データストーリーの構成& プレゼン資料の作成







# 予算案

- \* 既存資料・オープンデータの考察とデータストーリーの構成
- \* 収集資料の整理→消費者の視点でバイヤーアプローチに向けた 有効情報を絞り込む
- \*収集資料に基づく企画活動(バイヤー向け資料の作成)

・消費者情報の収集

- →手法の検討
- →設計・実査管理
- →企画活動(取扱促進のためのバイヤー向け提案)

50 万円

<sub>-----</sub> 手法検討へ -

Web 60~65 万円 others 35~50 万円 企画 20 万円

#### 具体的な展開案への落とし込み

- ✿PKGを補完する
- ☆店頭におけるPOP
- ☆試食販売を利用したプロモーション
- ☆店内で実施可能な企画 ex. 関連販売時のシナリオ
- ☆小売店をサポートする販売促進案 ex 折込チラシ