

TP A班

タイトル：とりはらえ！青汁の邪
気

目次

クライアント
課題確認
市場環境分析
クライアント分析
独自課題
ターゲット
コアターゲット
コンセプト
プロモーション
スケジュール
拡散方法
効果展望
予算
参考文献

クライアント

クライアント様：株式会社伊藤園様



課題確認

課題確認：若者が「ごくごく飲める毎日1杯の青汁PET
350 G」を飲みたくなるきっかけづくり

市場環境分析

青汁購買実態

ドリンクタイプ

男性の中年層がメインユーザー

青汁の摂取意向

男性 20、9%

女性 23、2%

女性の方が高い！！

20~60代女性へのアンケート調査結果

Q 青汁を飲んだことがない人の飲まない理由

1位	「まずそう」	64、7%
2位	「飲んでも続かなそう」	27、6%
3位	「興味がない」	23、1%

女性の皆さんに聞きました！“青汁”のイメージは？

<https://www.dreamnews.jp/press/0000076982/>

Q 青汁に対するイメージ

1位「健康に良さそう」 71、7%

2位「まずそう」 46、4%

女性の皆さんに聞きました！“青汁”のイメージは？

<https://www.dreamnews.jp/press/0000076982/>

クライアント分析

青汁PET 350Gのコンセプト

「すっきりごくごく飲める！
新感覚の日常ドリンク」

お客様のリクエスト

Q どんなドリンク青汁を買いたいのか？

1位 すっきりごくごく飲める青汁

2位 効果・効能が明確な青汁

3位 ほんのり甘くて美味しい青汁

Q 青汁のイメージ

1位 「まずそう」なイメージ

2位 価格が高い

3位 野菜で食事をする

すっきり
ごくごく
飲める

まずそう

飲みたい青汁の理想と実際のイメージが

相反してしまっている！

実際に飲んだお客様の声

- ・ 本当にごくごく飲める！ていうかお茶！（女性）
- ・ 簡単に飲める、ごくごく飲める。（女性）
- ・ お茶感覚で飲めるさっぱりがお気に入り（男性）
- ・ 青汁が苦手な人でもごくごく飲める（男性）

すっきり
ごくごく
飲みたい！

すっきりごくごく
飲める！
お茶みたい！

飲みたい青汁の理想と実際の声が

合致している！

伊藤園様の商品 認知率



ぐくぐく飲む毎日1杯の青汁

33%



1日分の野菜

89%

知らず仕舞い

最高の月給

の人多し！

もしかして・・・

まずそうなイメージさえなければ

青汁は大人気もの！？

独自課題

独自課題：青汁の悪いイメージを払拭する

ターゲット

ターゲット：若い女性

青汁の摂取意向

男性 20、9%

女性 23、2%

メインユーザー

男性の中年層

中年男性より摂取量は少ないが

実は女性の方が

青汁を飲みたいと思っている！

女性の青汁に 対するイメージ

1位 健康に良さそう

2位 まずそう

青汁を飲んだことのない女性の 飲まない理由

1位 まずそう

2位 飲んでも続かなそう

3位 興味がない

女性の皆さんに聞きました！“青汁”のイメージは？

<https://www.dreamnews.jp/press/0000076982/>

「健康に良い」というイメージを持ちながらも

「まずそう」という理由で

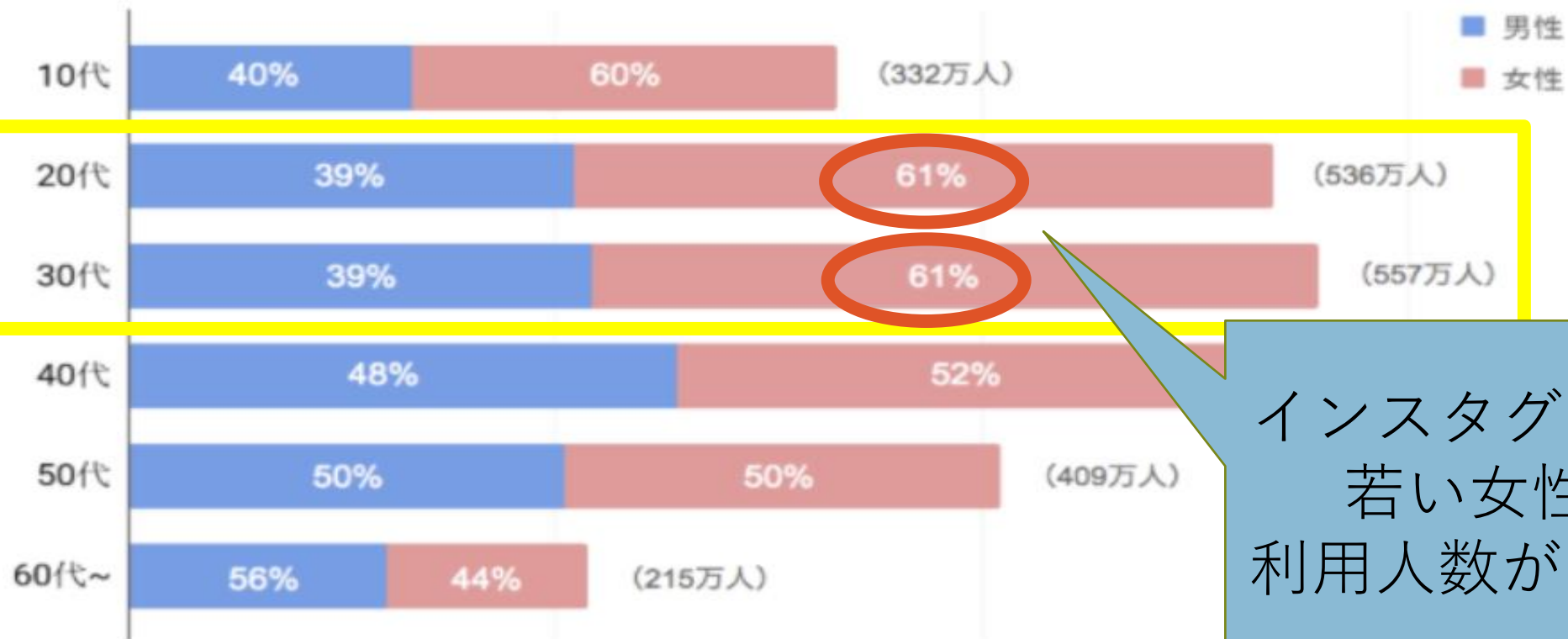
青汁を飲まない人が多い！

飲まず嫌い、

青汁を飲まない人、の人多し！

若い女性のInstagram利用

年齢別・男女別ユーザー層



Instagramは
若い女性の
利用人数が多い！

2020年インスタ流行語

2020年上半期インスタ流行語大賞

～モノ・コト部門～

モノ・コト部門			
1	どうぶつの森	6	タピオカ
2	おうちカフェ	7	鬼滅の刃
3	ダルゴナコーヒー	8	オレオチーズケーキ
4	シアーアイテム	9	おしゃピク
5	マスク	10	ネッフリ

petrel調べ(株式会社バスチャー)

JC・JK流行語大賞2020上半期

～コトバ部門～

コトバ部門	
1	〇〇しか勝たん
2	おうちカフェ
3	密です
4	おしゃピク
5	びえんこえてばおん

※2020年6月 JCJK調査隊調べ(株式会社AMF)

インスタグラムの中で
オシャピクが大流行している！

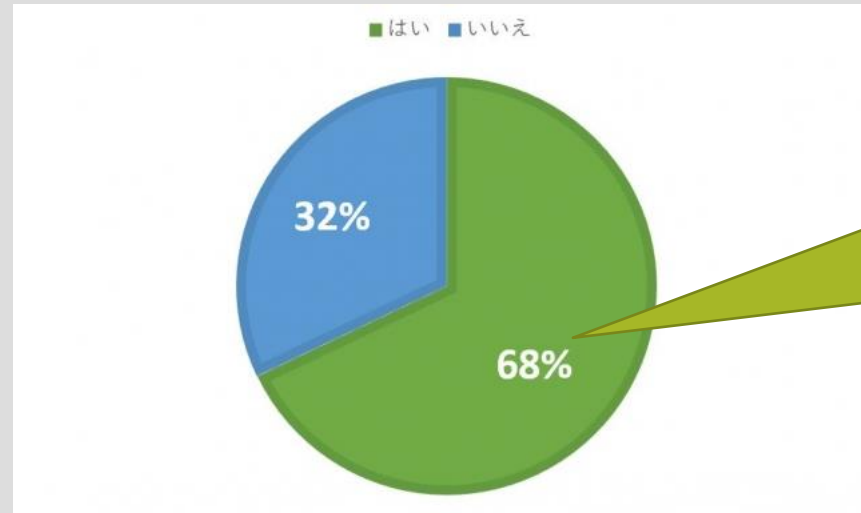
【JC・JK流行語大賞2020上半期】 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000015.000017469.html>

【2020年8月更新】Instagram(インスタグラム)日本のユーザー数・属性・活用シーン https://unique1.co.jp/column/sns_operation

新型コロナウイルスとピクニック

20~50の女性に調査！

Qウィズコロナ時代にピクニックは流行ると思うか？



68%もの女性が
流行ると回答！

ウィズコロナ時代に3密を避けるレジャーとして
ピクニックが流行ると予想できる

ピクニックブームを68%がウィズコロナ時代に予想

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000400.000016067.html>

コアターゲット

コアターゲット

- ・ 飲んでみたいと思っている女性
- ・ 青汁に「まずそう」なイメージを持つ女性
- ・ 飲まず嫌い、知らず仕舞いな女性
- ・ インスタ映えをしたい女性
- ・ 3密を気にせず外出したい女性

これまで「まずそう」というワードは9回

「まずそう」

「まずそう」

「まずそう」

「まずそう」

「まずそう」

「まずそう」

邪気

「まずそう」

「まずそう」

やはり

青汁に「まずそう」という

イメージさえなければ・・・

コンセプト

コンセプト：青汁の悪霊退散！！
マイナスイメージからプラスに変換！

プロモーション

プロモーション名：GREENJUICEオシャピク

①青汁邪気の成仏！

青汁をGREENJUICEと呼んでみる！

「ごくごく飲める毎日1杯の青汁PET350g」のことを
『GREEN JUICE』と呼ぶことを提案

若者の女性には、よりオシャレな印象を与えられたり、
英語な『GREEN JUICE』の方が呼びやすいのではないかと

青汁というワードから想起されるであろう

「まずそう」をとり払う！

①青汁邪気の成仏！

実際のお客様の声を知ってもらう！

「青汁が苦手でも
ごくごく飲める！」
という声があります！

「ていうかお茶！」
「簡単ですっきり！」
という声もあります！



伊藤園様

女性たちに飲んでもらう前に...

実際飲んでみた人の声を伝える！

「まずそう」などのGREENJUICE（青汁）の
悪い固定観念や先入観をとり払う！

②成仏後のGREENJUICE（青汁）との遭遇！ オシャピクセットで出逢う

青汁の悪いイメージを取り払ったところで・・・
オシャピクセットでGreenJuiceとご対面！

オシャピクセット

- ・GreenJuice（青汁）
- ・ビニールシート
- ・カゴ
- ・サンドウィッチ
- ・スイーツ etc...

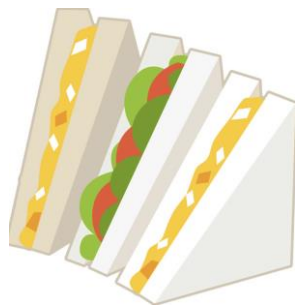
若い女性に人気のオシャレピクニックに
GreenJuice（青汁）を入れることで、
若者の認識へ取り込むきっかけになる

③良いイメージの構築！

実際に飲んでもらう



GreenJuice
(青汁)

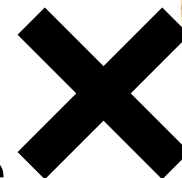


サンドウィッチ

ごくごくお茶っぽく（お客様の声から）、
ご飯などの**主食**にも合うことが
分かってもらえる



GreenJuice
(青汁)



スイーツ

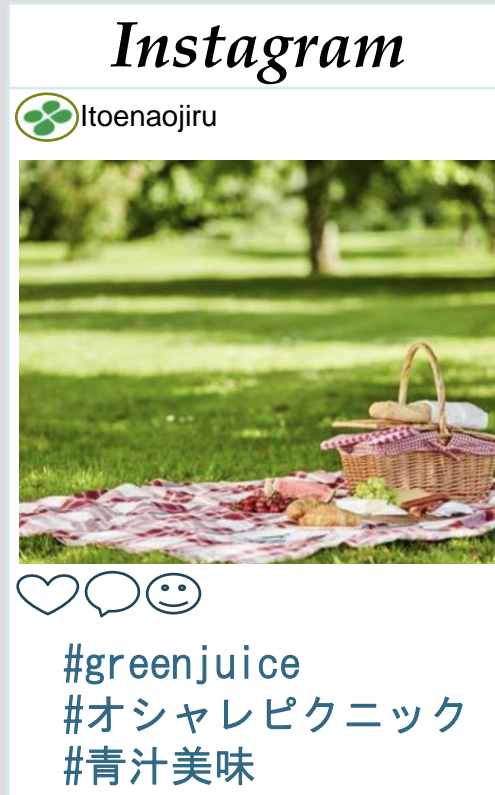
すっきり抹茶っぽく（実際の声から）、
スイーツなどの**甘いもの**にも合うことが
分かってもらえる

GreenJuice（青汁）が様々な組み合わせでも
美味しく飲みやすいことに**知ってもらおう**

④良いイメージの浸透！

インスタグラムに投稿される

(例)



若者の主流のSNSのインスタグラムでオシャレピクとして
GreenJuice（青汁）も投稿される！

- ・オシャレピクということもあり、インスタ映えを狙う女性たちの投稿が期待できる！
- ・#greenjuice などのハッシュタグを使ってもらうことを提案する

インスタグラムなどのSNSの投稿でGreenJuiceが
若い女性たちの間で**拡散**され**浸透**される！

スケジュール

スケジュール

**告知期間：Instagram宣伝2021年1月～
広告掲示2021年3月～**

実施期間：2021年3月20日～4月20日

(野外でも過ごしやすい時期のため)

場所： 都内の公園

拡散方法

拡散方法

- ・ 伊藤園公式 **Instagram** で、#オシャピクや #GreenJuice のハッシュタグをつけ企画の宣伝投稿
- ・ プロモーション開催場所近くの駅など中心に **屋外広告** や **駅ポスター** を掲示

效果展望

効果展望

- ・ 青汁の悪いイメージから良いイメージへの変化
- ・ ピクニックの流行と共に青汁の認知度拡大
- ・ インスタグラムの利用で若者への浸透度向上
- ・ コロナ禍でも利用者の増加見込みが高い
- ・ 実際に飲んでもらう機会の提供

予算

オシャピクセット予算

オシャピクセット 1セット1000円

内訳：レジャーシート200円、カゴ200円

サンドウィッチ300円、スイーツ300円

1日50組 31日間開催

$$50 \times 31 \times 1000 = 155 \text{万円}$$

広告費予算

屋外広告（1週間）：30万円

駅ポスター（1週間）：8万円

駅ばりポスター（1週間）：6万円

広告費合計 44万円

☐ 意外と知らない広告費用。媒体別広告費用17選

<https://www.gentosha-mc.com/column/detail265/>

予算合計

オシャピクセット：155万円
広告費：44万円

合計199万円

参考文献

参考文献

▶伊藤園様クライアント資料

▶女性の皆さんに聞きました！“青汁”のイメージは？

<https://www.dreamnews.jp/press/0000076982/>

▶【2020年上半期】インスタ流行語大賞 モノ・コト部門

<https://numan.tokyo/news/0F2sv>

▶【JC・JK流行語大賞2020上半期】

[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000015.000017469.html](https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/000000015.000017469.html)

▶【2020年8月更新】Instagram(インスタグラム)日本のユーザー数・属性・活用シーン|企業の事例も紹介

https://unique1.co.jp/column/sns_operation/421/

▶【調査】ピクニックブームを68%がウィズコロナ時代に予想

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000400.000016067.html>

▶意外と知らない広告費用。媒体別広告費用17選

<https://www.gentosha-mc.com/column/dertail265/>