



これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

- その提案は以前、自分が出した提案ですか? NO!
- その提案は自分一人ですぐできるものですか? わかりません!
- その提案が実現したらある程度の成果はありそうですか? わかりません!
- その提案は他部署・他拠点の人に共有したいものですか? YES!

社外秘

ユニークなキャラでゲッчу!

クラウン オリジナルキャラクターによる
メディア戦略・新規顧客開拓の提案



これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

ものすご～く単純に考えて 「受注が増えれば、利益が増える」

製造部にはまだ余力があるように思います。
この提案では「受注と生産のバランス」、
「受注内容」は、考慮せずに話しを
進めさせて頂きます。

※1

「閑散期の受注を増やしたい」
「余力のある機械、部署の受注を増やしたい」
…等は別の提案が必要です。例えば…
・閑散期のご注文は割引するとか?
・余力のある機械を使ったオリジナル商品開発とか?

「大口戻の受注を増やしたい」
「リピート性のある受注を増やしたい」
…等はこの提案の先の話しになります。
ターゲットの絞り込み(※15)、マーケティング(※16)、
あるいは画期的なアイデアが必要?

「潜在的クライアント」

クラウンにはユニークな商材があり、
それを求めているけど、まだ知らない
「潜在的クライアント」は、
まだまだいると思います。

※2

※2 この
「潜在的クライアント」を
「新規クライアント」に出来れば…

「新規顧客からの受注」

と

「既存顧客からの新規受注」

「新規顧客からの受注」は、

- ・メディア戦略がうまくいけば、
受注数の大幅増が見込める。
- ・適正価格での取引がしやすい。

「既存顧客からの新規受注」は、

- ・受注数の大幅な増加は難しい。
- ・原価高騰時の価格改定が難しい。

※3

もちろん既存顧客は大切です。
既存のお客様をないがしろに
してはいけません。

新規顧客 からの受注を 増やすには?

※4

「潜在的クライアント」を
「新規クライアント」に導くには…

これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

まずは クラウン(商品)を 知ってもらう!

つまり

「メディア戦略」です。

※5

※5

「メディア」=「伝える媒体」

・展示会

・紙媒体(名刺、封筒、パンフ、カタログ、プレゼン資料等)

・インターネット(自社ホームページ等)

・SNS(自社facebook等)

・マスメディア(テレビCM等)

…などなど、

ターゲット(潜在的クライアント)が目にするとと思われる

メディアに戦略的アプローチをします。

どうやって 知ってもらう? メディアに何をする?

企業理念を語る?

「お客様の商品を守る、運ぶ、魅せる」
とか?
「お客様の商品と環境を守る」
とか?
※6

※6

そんなの誰も見ません。
まずは目を引くものに
しないと…

動植物を起用する?

「花」、「赤ちゃん」、「動物」等は
視覚で認識すると、本能的に
目で追ってしまいます。

※7

少しばかりは目を引くかも
しませんが、
まだまだ弱い!

じゃあ どうする?

タレント、アイドル を起用する?

ターゲット(潜在的クライアント)
の好感度が高そうな
タレントやアイドルを
起用する? ※8

※8

うまくいくかもしれません、
かなりのコストがかかります。
起用したタレントさんが
何か不適切な言動をすれば、
イメージダウンになることも?

これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

クラウン オリジナルキャラクターです！

目を引くキャラクターをメディアに登場させ、
そのキャラクターを通して、
間接的にメッセージを発信します。

パンフ、カタログ等の商品、商材を伝える資料に!
展示会のマスコットとして!
テレビCMに!

※9

- ※9
動物やタレント、アイドルの起用と比較すると、
・いつでもどこでも出演OK。
・出演料0円(コストがかかりません)。
・問題行動を起こしません。
・こちらの意のままに動いてくれます。

世間では…

さまざまな組織、団体だけでなく、
期間限定のイベントでも
オリジナルキャラクターを作成し、
メディア戦略につなげています。

※10

ミライトワ&ソメイティ
(東京オリンピック&パラリンピックマスコット)

ゆるキャラ キモカワ

まずは目を引かなければ
見る人に覚えてもらえません。
無難にカワイイだけでなく、
ひとクセ持ったキャラクター
がイイと思います。

※11

※11
お父さん犬、くまモン、
ふなっしー、ぐでたま、
野良スコ、ウサビッチ
…etc

それでは 私が考案した クラウン オリジナルキャラクター を発表します！



これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です



※12

「テッテツテツテツテッテ！ ゲロッパ！」の
「ジェームス・ブラウン」を師と仰ぎ、
「サタデーナイトフィーバー」的なディスコ調の
ノリな「クラッパくん」。
現代日本の閉塞した経済に躍動感を与えるのは
彼しかいない！？

これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

冗談です

この企画書の趣旨は
私個人の
キャラクター作成・提案
ではありません。

じゃあ何？

これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

「社内公募」 にしたらどうでしょう?

盛り上がると思いません?

仮に、このプロジェクトを一部の社員で遂行して、
「キャラクター創りました」
「みんなで可愛がってネ」
と言われて、皆さん愛着持てます?

※12

※12
このプロジェクト自体を社内イベントにして
会社全体で遊んでしまおう!
というコンタンです。

例えば… 社員の家族も 巻き込んでみたり?

子供や女性の感性は
「ゆるキャラ・キモカワ」
にピッタリ

クラウン60周年 のイベントとして どうでしょう?

例えば… 60周年記念式典 で発表・表彰したり?

スクリーンで発表!採用された
キャラクターの着ぐるみ登場!
採用された社員は賞金
ゲット!…など

例えば… 審査委員は 社外の人にしてみたり?

まじめなおじさんに
「ゆるキャラ・キモカワ」の
審査は難しい?

※13

ここでも
子供や女性の感性
を取り入れたい

例えば… 新入社員に プロジェクト運営を 任せたり?

新人の若い情熱がプロジェクト
を盛り上げる?

※14

彼ら彼女らも達成感、誇り、
同期の結束、自社への愛着
などを得られるのでは?

これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

余談

1

2

他にもキャラクター考えました

戦隊モノ

キャラクターは“一匹”じゃなければいけない?
そんなことはありません。

例えば、「カラフル戦隊 段ボールマン」みたいな「戦隊モノ」
カラフルレヘッド！ バリットイエロー！ マイクロピーンク！…
など、商材別にキャラクターを使い分けるのも面白い。



IMAGE

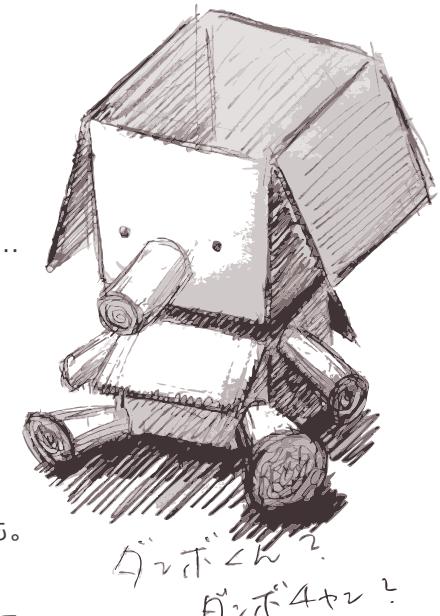
「ダンボくん」 or 「ダンボちゃん」

象の「ダンボ」と「段ボール」を
かけてます。
ビジュアルはともかく…
ネーミングが気に行っています。

「ターゲットの絞り込み」を、例えば…

- ・中～大企業
 - ・電化製品製造メーカー
 - ・製品箱担当者
 - ・40～50代 男性
- …のように“男性”と絞り込むなら、
「ダンボちゃん」(女の子)がいいかも。

“戦隊モノ”も同じですが、同業他社に
こういうキャラクターでメディア展開されるとヤダなあと思います。



三次元で再現できるモノがいいかも

展示会などで着ぐるみなどで演出すると目立ちます(バエます)。

これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

余談

1

2

備考

マルチメディア・メディアミックス

いろいろな媒体の中から適切な(複数の)媒体を使って宣伝効果を上げよう…という考え方。

例えば…

街の和菓子屋さんが季節限定の栗羊羹を宣伝したいとして、今までには「チラシ」を近隣にポスト投函して宣伝している。

これを…

近隣に伝えるなら「のぼり旗」をお店の前に掲げたらどうか?

販路拡大のため「WEBやSNS」で情報発信したらどうか?

お客様の行動を調査した結果、電車を利用して家に帰る際に立ち寄るパターンが多いので、電車に「中吊り広告」を掲載したらどうか?

…といったメディア戦略。

クロスメディア

上記と同じく、いろいろな媒体を使い、さらにそれらを連動させることで、相乗効果を生み、それぞれの媒体の弱点も補う…という考え方。

例えば…

テレビCMから「続きはWEBで」
チラシのQRコードからスマホサイトへ
WEB、SNSでサービス券を発行
…といったメディア戦略。

※15 ターゲットの絞り込み

新規顧客はほしい、でもどんな顧客でもいいわけではないと思います。

街の小さな和菓子屋さんから

お饅頭の箱を、半年1000個の受注

…では、時間やコストばかりかかり、利益が出ない。

中~大企業、例えば電化製品製造メーカーから

製品個装箱を、毎月1000個の受注

…の方が利益率が高い。

…というようにターゲットを絞り込むことで、単純な受注数の増加だけでなく、受注の質、内容にも配慮したメディア展開は可能です。

――――――

思い切ったメディア展開で、YouTube、インスタグラムなどの動画系SNSで、クラウンオリジナルのゆるキャラ・キモカワキャラクターをバズらせる!

…といったことを考えるなら、潜在的クライアントからターゲットを絞り込むのではなく、流行の発生源である、若い女性(女子高生、女子大生、OL、主婦等)をターゲットにしたメディア展開になります。

※16 マーケティング

私はマーケティングの知識、経験がありません。

「消費者動向」というふうに捉えています。

ターゲットのニーズ、嗜好、行動パターン、価値観等を把握し、それに沿ってメディア展開をすることが重要です。

社内公募はある程度選択肢を?

まったく自由に応募を募っても、社員には取つつきにくいかもしません。

その場合は、選択肢を用意した方が良いかもしれません。



これはB級提案の条件を満たしていない「勝手にC級提案」です

提案は以上です。ご精査の程よろしくお願ひいたします。

WEBから閲覧、PDFダウンロードできます。

