

# ほうせい茶販売促進 プロモーション案



Mrs.Greente

村上/比嘉<sup>♀</sup>宮内/橘内/岡村/今野

# 目次

---



ターゲットとスマートフォンの現状



学生のニーズ



ロジックモデル



プロモーション案



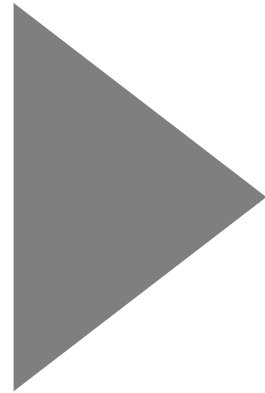
参考文献





# ターゲット

法政大学  
学生



スマホが  
やりたいことの  
妨げになる学生



# ターゲット

ほうせい茶

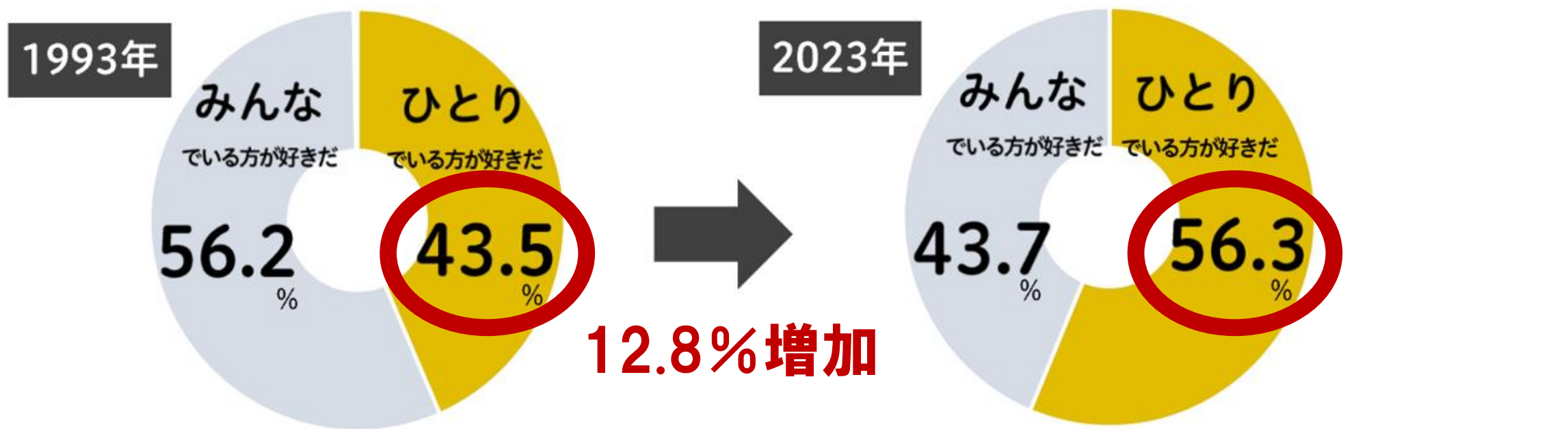
スマホいじり  
抑制のきっかけ  
提供

大学生



# スマートフォンの現状：普及と影響

「みんなであるより1人である方が好き」

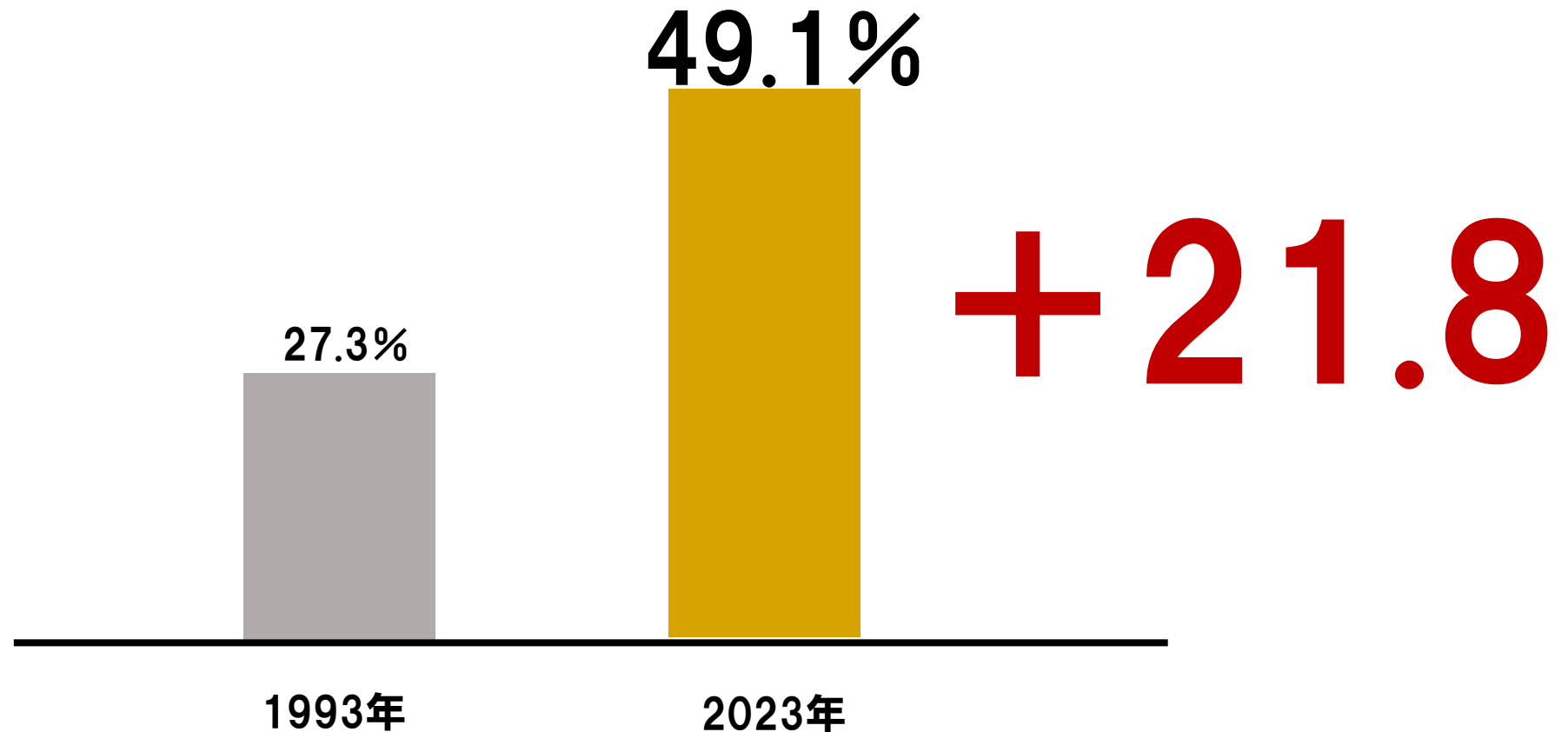


※1993年は無回答があるため、合計しても100%にならない



# スマートフォンの現状：普及と影響

「意識して一人の時間を作っている」

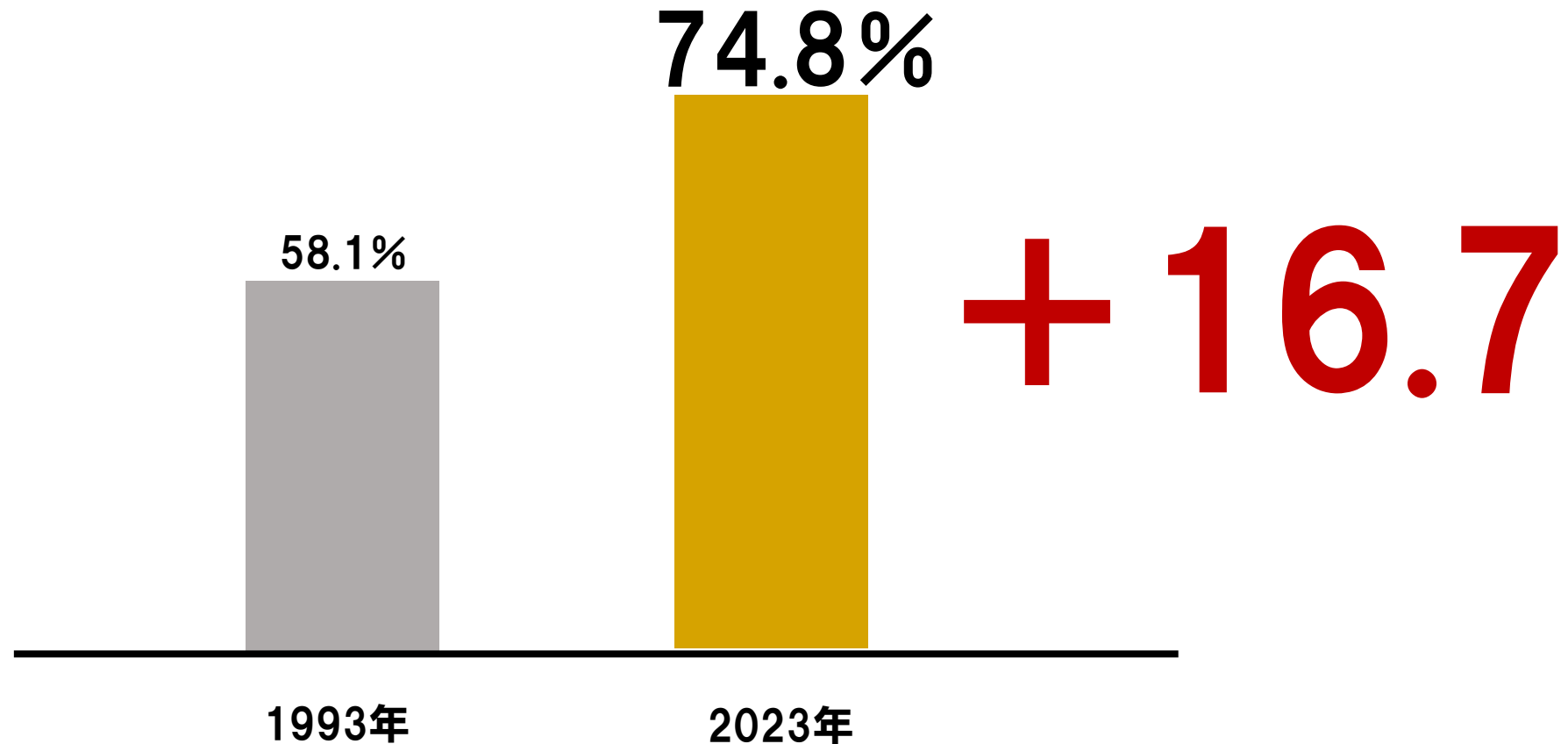


出所：博報堂生活総合研究所「ひとり意識・行動調査1993/2023」より筆者作成



# スマートフォンの現状：普及と影響

「1人で没頭できる趣味を持っている」

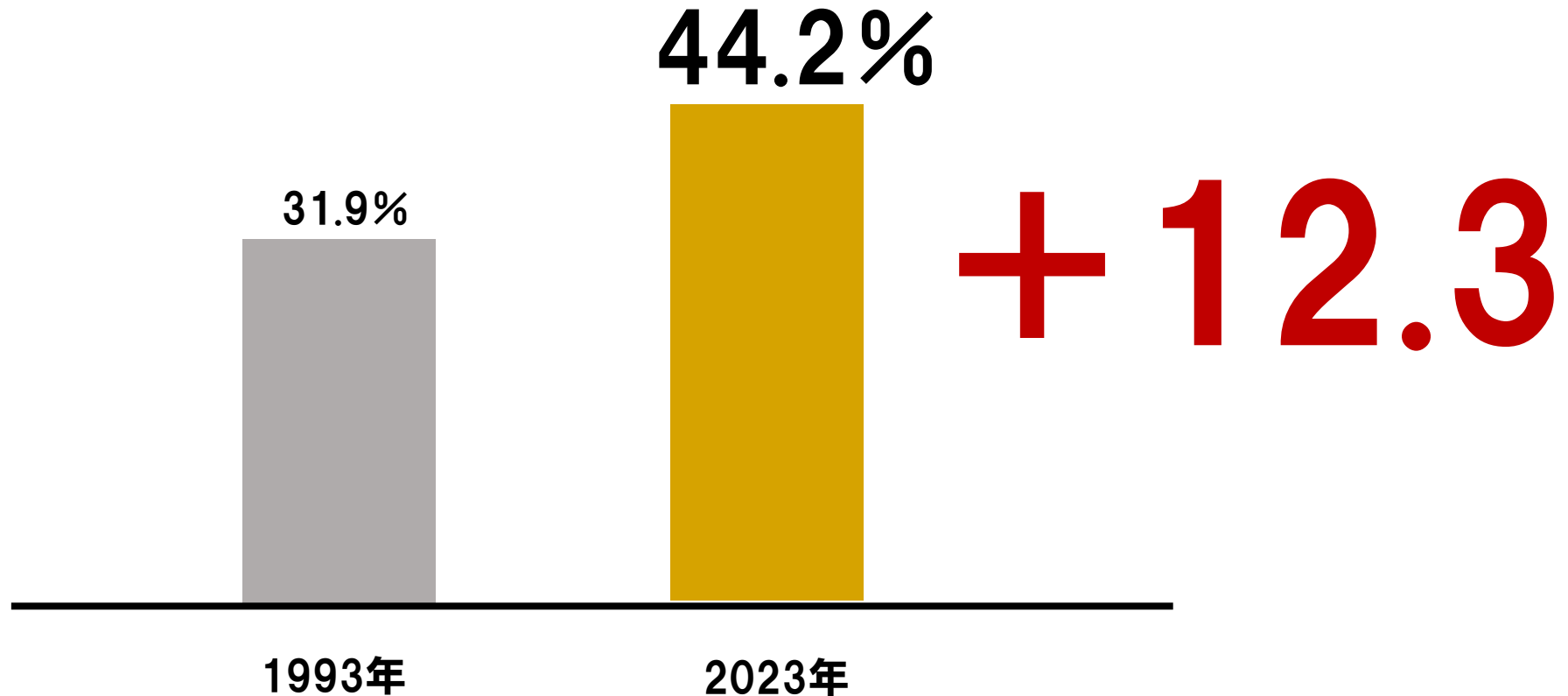


出所：博報堂生活総合研究所「ひとり意識・行動調査1993/2023」より筆者作成



# スマートフォンの現状：普及と影響

「趣味・遊びはみんなでやるより1人が好き」



出所：博報堂生活総合研究所「ひとり意識・行動調査1993/2023」より筆者作成





# スマートフォンの現状：普及と影響



スマートフォンの普及



人々の

**行動変容に影響**



# 学生のニーズ

## 「若年層とそれ以上の人の違い」

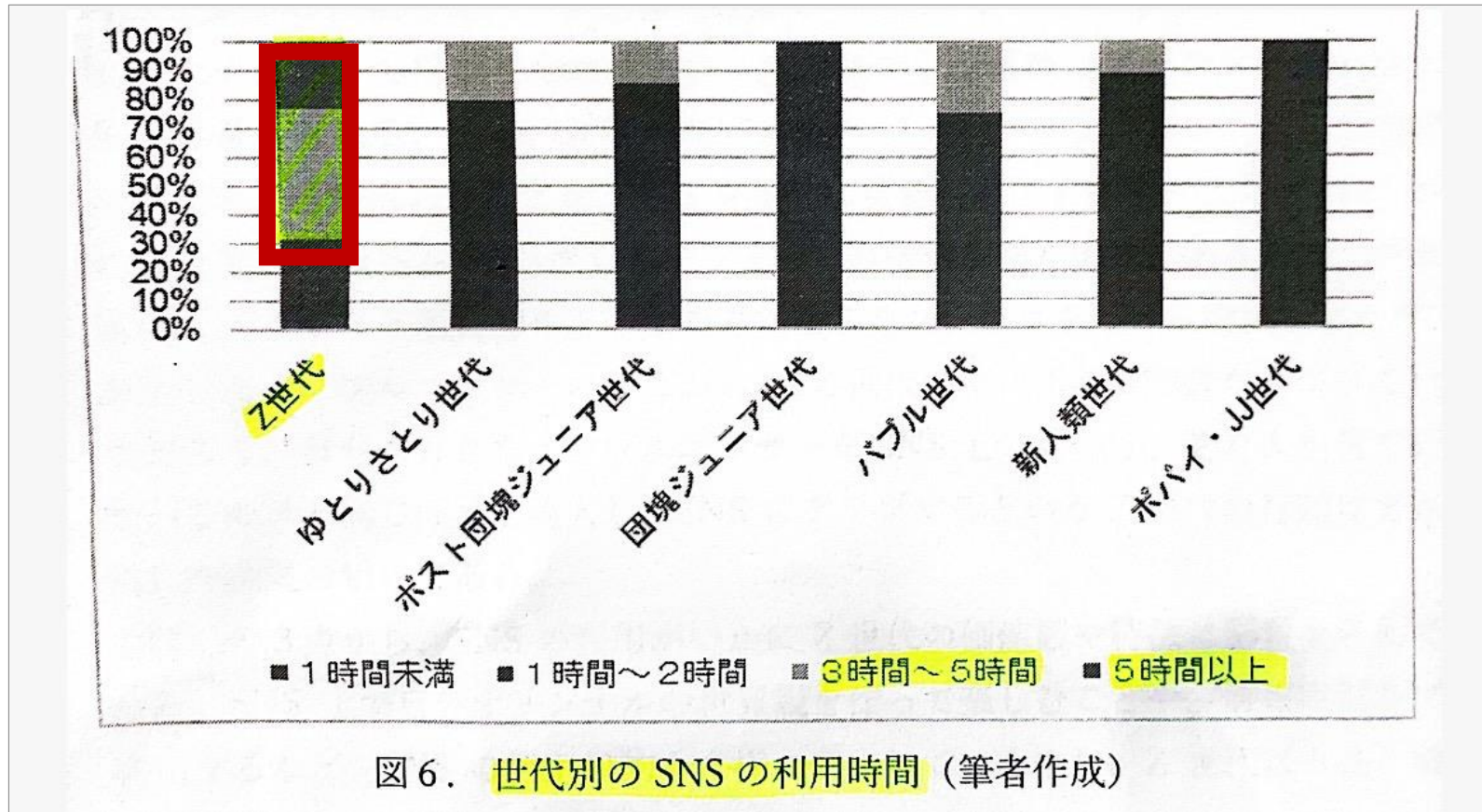


図6. 世代別のSNSの利用時間 (筆者作成)

出所：多摩大学 利用時間調査 P121 筆者作成



# 学生のニーズ

## 「若年層のスマホ利用意識」

表8 スマートフォン利用の際の気持ち（「よくある」「ときどきある」の合計 男女年層別）

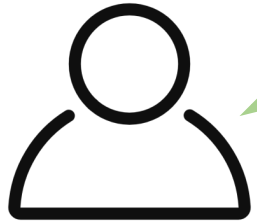
(%)

	全体	男女 10~15歳	男					女				
			16~29歳	30代	40代	50代	60代	16~29歳	30代	40代	50代	60代
時間を忘れて、夢中になってしまう	33	54	61	36	26	16	8	62	50	36	30	13
使っていると楽しい	66	70	86	75	65	65	35	91	84	76	61	38
時間が空いていると、つい使ってしまう	65	58	89	82	69	63	32	91	89	78	61	27
他にやらなければいけないことがあっても、つい使ってしまう	30	47	62	24	26	15	3	61	42	39	24	9
使ったあと、時間をむだにしてしまったと思う	31	37	49	26	28	13	8	54	50	44	34	14

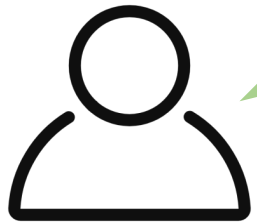


# 学生のニーズ

「スマホ利用どう感じている？」



「本を読もうと思っても**ついスマホを触ってしま**う」



「課題の**休憩時間**でスマホを触ると**ずっとスマホを見ちゃう**」



# 学生のニーズ

## 「若年層のスマホ利用意識」

表8 スマートフォン利用の際の気持ち（「よくある」「ときどきある」の合計 男女年層別）

(%)

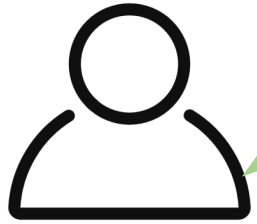
	全体	男女 10~15歳	男					女				
			16~29歳	30代	40代	50代	60代	16~29歳	30代	40代	50代	60代
時間を忘れて、夢中になってしまう	33	54	61	36	26	16	8	62	50	36	30	13
使っていると楽しい	66	70	86	75	65	65	35	91	84	76	61	38
時間が空いていると、つい使ってしまう	65	58	89	82	69	63	32	91	89	78	61	27
他にやらなければいけないことがあっても、つい使ってしまう	30	47	62	24	26	15	3	61	42	39	24	9
使ったあと、時間をむだにしてしまったと思う	31	37	49	26	28	13	8	54	50	44	34	14

出所：NHK 若年層のスマートフォンによるメディア利用行動と利用意識 40P



## 学生のニーズ

「いつ無駄にしたと感じている？」



「**課題**の予定を立てたがスマホゲームをしちゃって**期限ぎりぎり**になった時。けど提出はできてるから悪いとは思わないかな。」



「**課題**提出まで時間があるからSNSに夢中になるけど**適当な内容**で出した時。」



# 学生のニーズ

「いつ無駄にしたと感じている？」



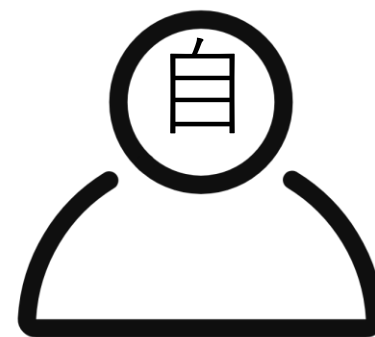
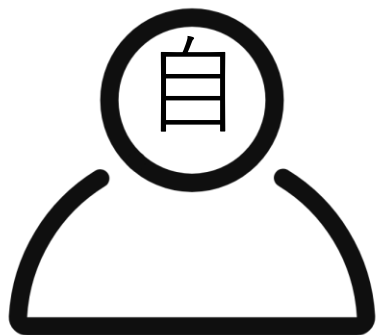
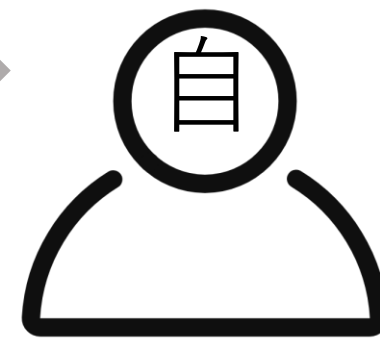
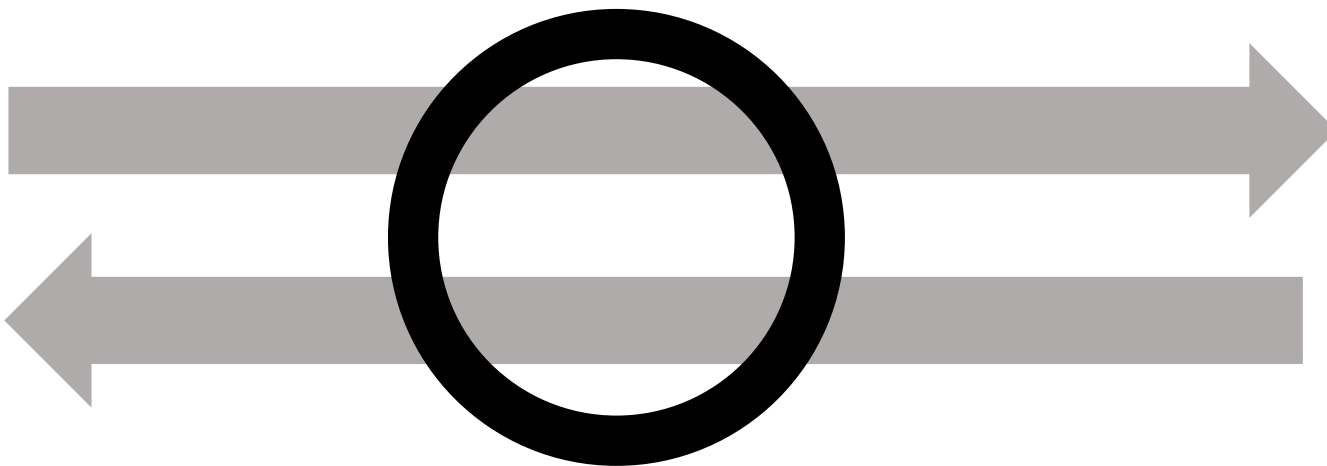
「**語学の勉強**をはじめてもSNSの何日で何点伸びるっていうのを見るとまだいいやと**先延ばし**にしている時。結局**今もできていない**。」



「**資格勉強**しなきゃって思ってもまだ先だからいいやと**だらだらスマホ**を見て一日が終わっている時。**参考書まだみてない**。」



# 学生のニーズ



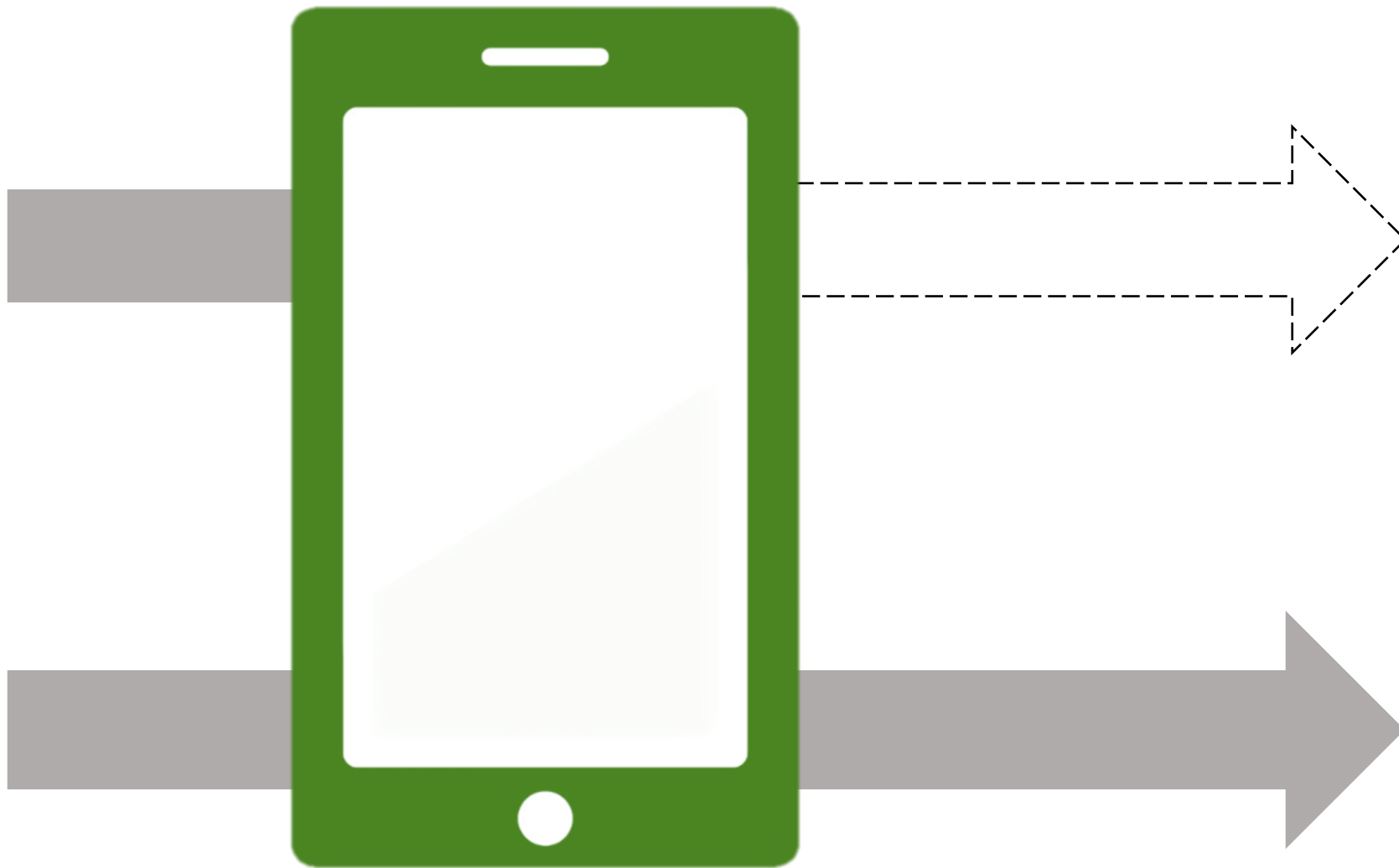




# 学生のニーズ

自発的  
作業

受動的  
作業





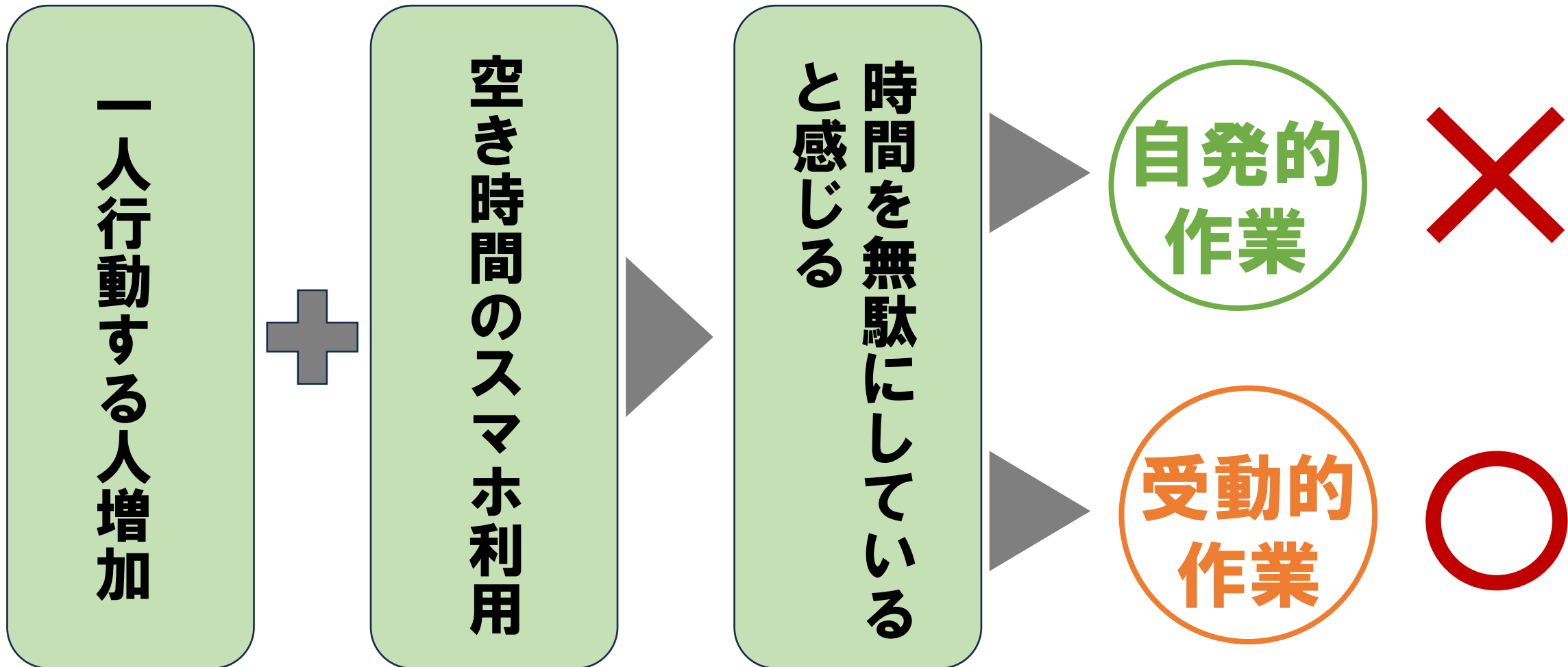
## 学生のニーズ

---

自発的なことをやりたいが  
ついついスマホを触ってし  
まうのをやめたい



# ロジックモデル





# ロジックモデル

自発的  
作業



スマホ抑制を促すステッ  
カー配布とポスター掲示

達成

自発的行動促進



# プロモーション案

やりたいことが  
進まない

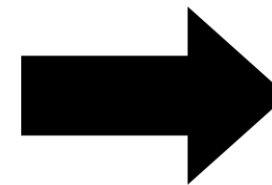


**スマホいじり抑制**

を目的とした

**ステッカー配布**

を行う



ニーズ満たす



**「スマホ見茶ダメ！」キャンペーン**



## プロモーション案：「スマホ見茶ダメ！」キャンペーン

### 〈企画概要〉

ほうせい茶を購入していただいた方に、スマホ抑制を勧めるステッカーを配布したり、ポスターを掲示することで、学生に対し自発的な行動を促す



# プロモーション案：「スマホ見茶ダメ！」キャンペーン

Who

プロジェクト専用の係二人  
(当番制)

When

週一回（曜日は月ごとに変更、ポスターに  
InstagramのQRコードを載せて通知）

What

オリジナルステッカー

How

好きなステッカーを1枚配布&簡単なアン  
ケート（なぜ購入したか・どのステッカー  
が好きか）

Whom

ほうせい茶を買ってくれた人  
(生協でなくても可)

How  
much

無料で提供

Where

生協



# プロモーション案：配布ステッカー

①



②



〈素材〉  
光沢紙or屋内用合成紙

〈価格〉  
各種100枚ずつ  
1枚3・40円  
計7,800円程度





# プロモーション案：配布ステッカー

①



4.5cm →

↑  
4.0cm

②

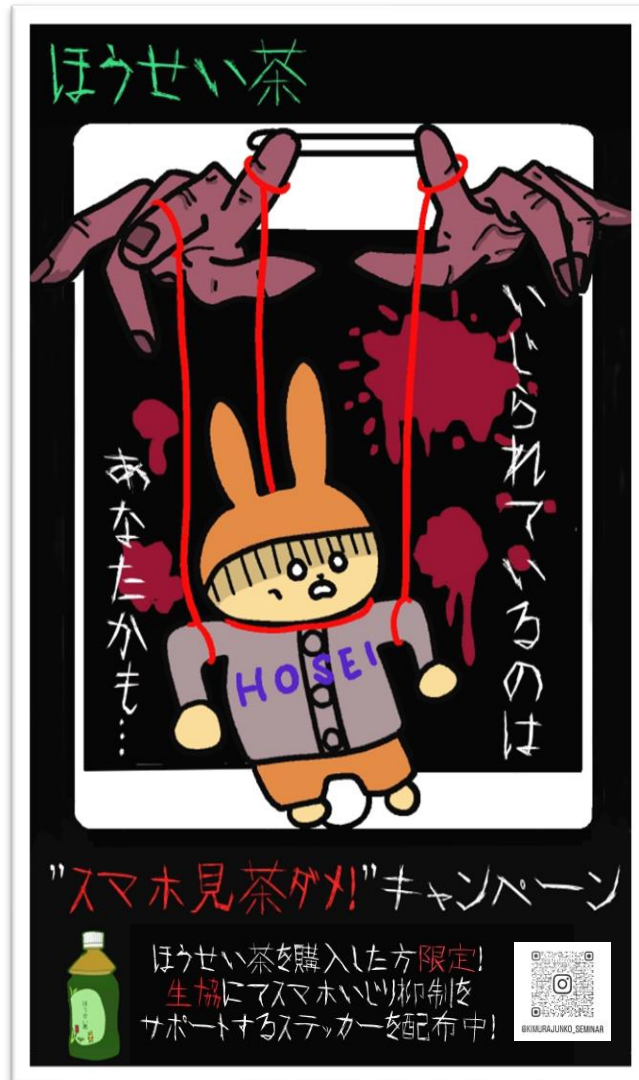


4.0cm →

↑  
3.5cm



# プロモーション案：ポスター



- えこびょんモチーフで親近感
- インパクトのあるホラーテイストで目に留まりやすい



## プロモーション案：効果測定法

### アンケートを行う

- 「ほうせい茶をどこで知ったか」
- 「ほうせい茶を購入した理由」
- 「どのステッカーが1番人気なのか」



ステッカー  
の  
有効性分析



ターゲットのニーズを満たす価値を提供し

ほうせい茶の認知度促進につなげる



# 参考文献

---

- ・ 博報堂生活総合研究所「ひとり意識・行動調査 1993/2023」結果発表  
<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/106979/>
  
- ・ 多摩大学 利用時間調査 P121 pdf
  
- ・ NHK 若年層のスマートフォンによるメディア利用行動と利用意識  
世論調査部 吉田晶代/渡辺洋子  
[https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20200101\\_6.pdf](https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20200101_6.pdf)

ご清聴

ありがとうございました

