

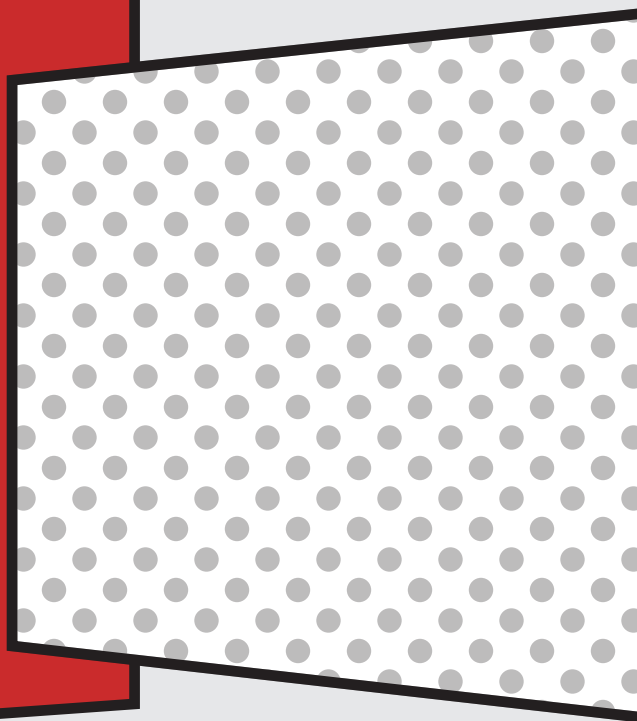
進級制作



1F11 高村奈月

目次

- 01 目的
- 02 背景
- 05 ブランドの紹介
- 06 課題
- 07 解決策
- 08 ターゲット
- 09 コンセプト
- 10 タイトル
- 11 シリーズ展開
- 12 パッケージ
- 15 ポスター



日本におけるジビエ需要の増加

ジビエとは？

狩猟によって得た
野生鳥獣の肉

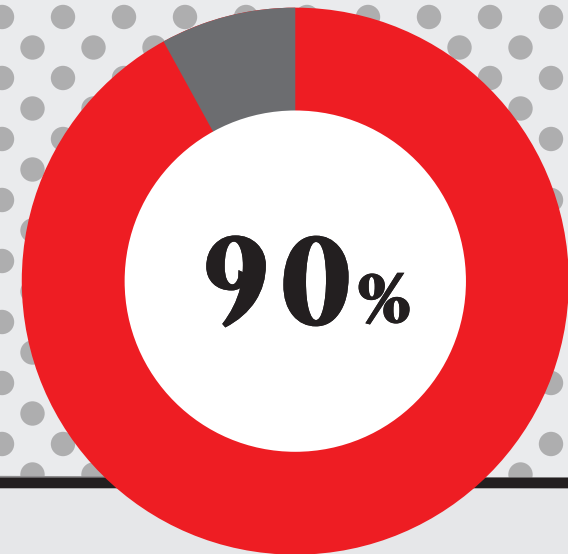


背景

日本で捕獲されているシカやイノシシは
合わせて年間120万頭
しかし、その9割以上が廃棄されている

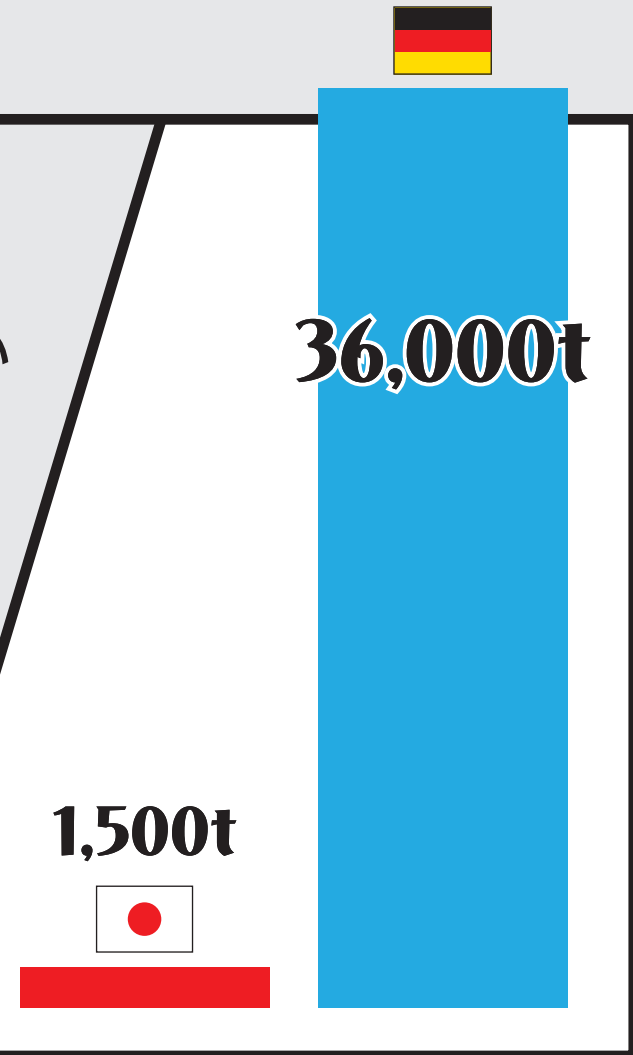


利活用すべき



ジビエとしての利用

日本ではジビエはあまり一般的ではない
一般の食材として親しまれているドイツ
と比べるとジビエとしての年間利用量は
約23倍もの差がある



ブランドの紹介



ジビエジャポン

房総地域で捕獲されたイノシシ・シカの質の良い生肉のほか、ハンバーグやカレー、餃子などの加工品を主に通販で販売

馴染みの無い人へジビエを販売するのは通販では難しい

課題

1

味のイメージ



2

安全性



3

食べる機会



4

食材として定着



解決策

1

味の付いた
加工品に

2

国産ジビエ認証
の認知

3

手軽に売る・買う
食品に

4

子供の頃から
慣れ親しむ

ターゲット

年少～小学校低学年の子供とその家族

子供向けにすることで子供だけでなく、
その家族など多くの世代に親しまれやすく

コンセプト

楽しくて美味しいジビエ

多くの人に受け入れられやすく
気軽に食べられる新しいジビエ



タイトル

STORY

商品を食べることで
シカレンジャーに変身し、
房総の自然環境のバランス
を保つ戦士となる。



シリーズ展開



鹿まんレッド



鹿ぱいイエロー



鹿さんどグリーン

パッケージ



POINT

- ・ 見た目からワクワク
- ・ 持ち運びしやすい
- ・ 認証マークを強調



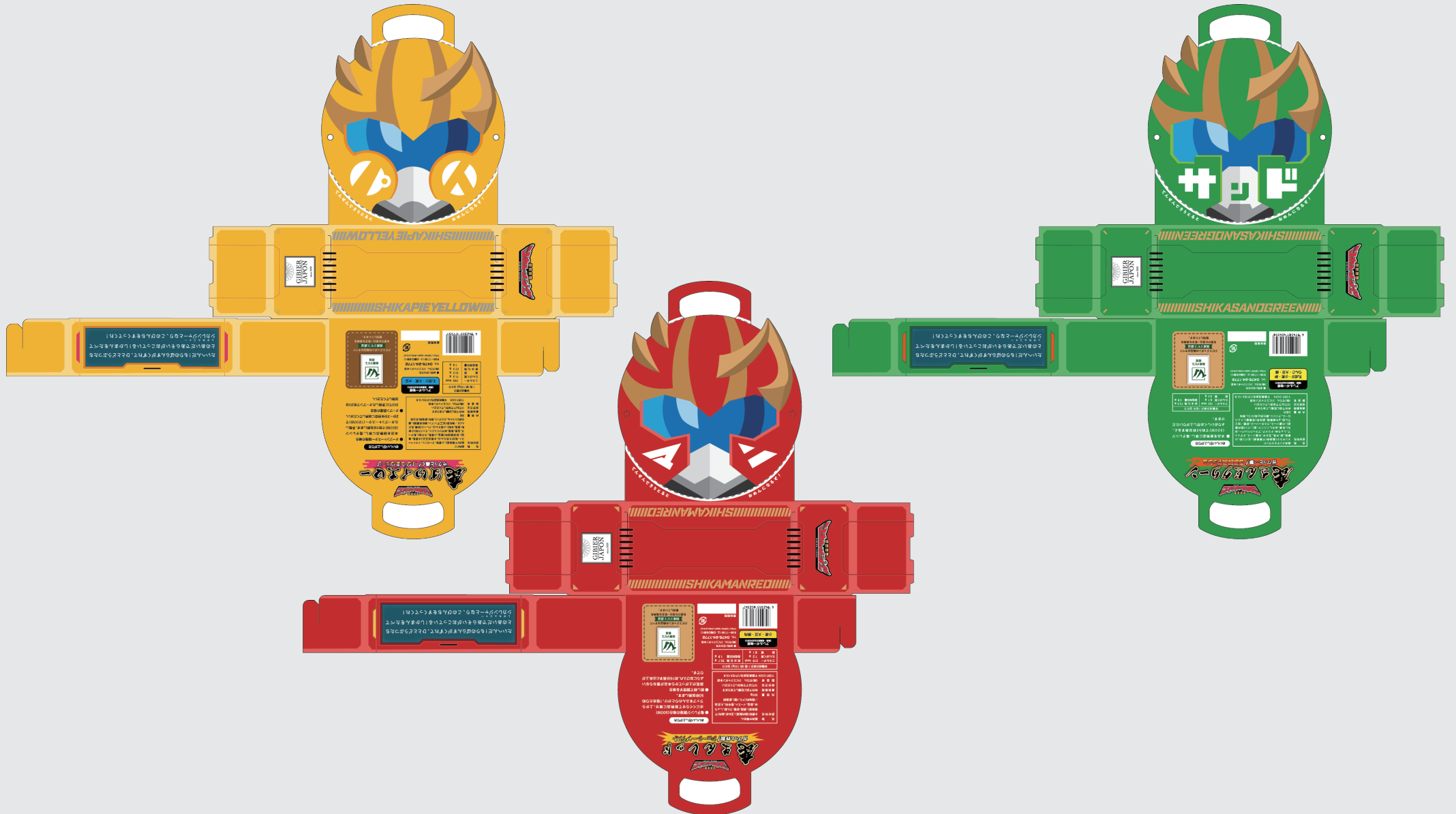
パッケージ



POINT

- ・ 開封時にストーリーが出現
- ・ お面を作って遊べる
- ・ 個包装にもレンジャーの顔

パッケージ



ポスター



食べて
遊んで
守るんだ。

令和3年、全国で開催されたシカは約72万頭。
そのうち、食肉として利用されたのはわずか9万頭。
毎年、捕獲個体の8割以上は利用されずに捨てられる。
循環しよう。自然の恵み。守ろう。豊かな自然。

シカ肉の安全と安心を確保するために、
すべて国産のシカ肉を使用しています。
安心・安全な肉を使用しています。




食べて
遊んで
守るんだ。

令和3年、全国で開催されたシカは約72万頭。
そのうち、食肉として利用されたのはわずか9万頭。
毎年、捕獲個体の8割以上は利用されずに捨てられる。
循環しよう。自然の恵み。守ろう。豊かな自然。

シカ肉の安全と安心を確保するために、
すべて国産のシカ肉を使用しています。
安心・安全な肉を使用しています。




食べて
遊んで
守るんだ。

令和3年、全国で開催されたシカは約72万頭。
そのうち、食肉として利用されたのはわずか9万頭。
毎年、捕獲個体の8割以上は利用されずに捨てられる。
循環しよう。自然の恵み。守ろう。豊かな自然。

シカ肉の安全と安心を確保するために、
すべて国産のシカ肉を使用しています。
安心・安全な肉を使用しています。

