

進級制作企画書

1G12_中山維都

もくじ

1. はじめに
2. 市場調査
3. コンセプト
5. ターゲット
6. タイトル & ロゴ
7. 展開
8. 制作物

はじめに

食べることで毎日を頑張ることができる商品を作りたい
と思い、継続的に食べるイメージのチョコレート効果を
ベースに新シリーズを企画しました。

チョコレート効果とは？

1998年4月に販売開始した、ポリフェノールを
たっぷり含んだ「健康を考えるチョコレート」

市場調査

チョコレートの栄養成分

- ・ カカオポリフェノール
- ・ カフェイン
- ・ テオブロミン



疲労回復に繋がる

チョコレートを食べるのは主にどんな時か？

- 1位…「おやつのときに」
- 2位…「甘いものが食べたくなったとき」
- 3位…「小腹がすいたとき」
- 4位…「誰かにもらったとき」
- 5位…「疲れを感じたとき」



様々なシーンで食べられている

コンセプト

チョコレートでひといき。

ベースブランドイメージ

カカオポリフェノールを
継続的に接種することで、
健康を意識することがで
きる商品

さらに



味をつけることで食べやすく、
朝昼夜ごとのシーンを強調する
ことで疲れたとき、頑張りたい
とき、リフレッシュしたいとき
に食べてもらえるような、日常
に寄り添った商品にする。

ターゲット

忙しい日々を送る社会人

朝昼夜のシーンをイメージした3つの味展開にすることで
ひと息つくときに食べたくなる商品を目指します。

タイトル & ロゴ

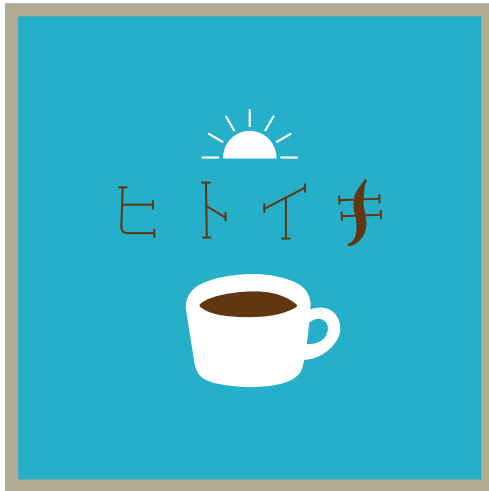
ヒ ト イ キ

この商品をどんな時に食べてもらいたいかを考え、一息つくという言葉からヒトイキという商品名にしました。

カタカナにすることでチョコレートのパキッとした感じを表現しました。全体の文字の線の端に線をつけることで落ち着いたイメージになるようにしました。キの部分は、温かい飲み物の湯気を表しています。

展開

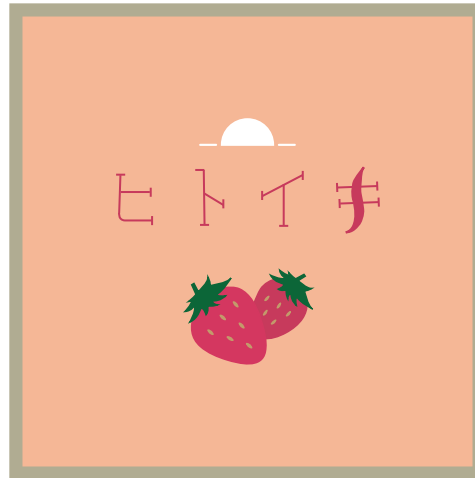
ほろ苦コーヒー味



1日の始まりに食べてもらうことを想定した、ほろ苦くすっきりとした味わい。

朝の空をイメージした水色

ときめくいちご味



休憩時間や小腹がすいた時に食べてもらうことを想定した、繊細で甘酸っぱい味わい。

昼～夕方の空をイメージしたオレンジ色

ごほうびティラミス味



頑張った後のご褒美に食べてもらうことを想定した、甘味と苦味のバランスがとれた大人な味わい。

夜の空をイメージした青色

制作物

食品パッケージモックアップ (箱 3 種類、 個包装 3 種類)

広告ポスター 3 種類

制作物

パッケージデザイン・モックアップ

箱

頑張りたい時に食べてもらうことを想定して、縁起物であるお守りの形をイメージして作りました。

太陽や月のマークはそれぞれのシーンの時間帯を表しています。

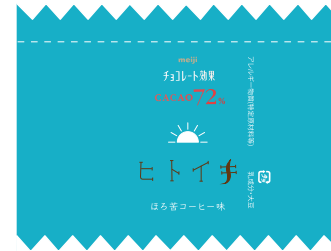
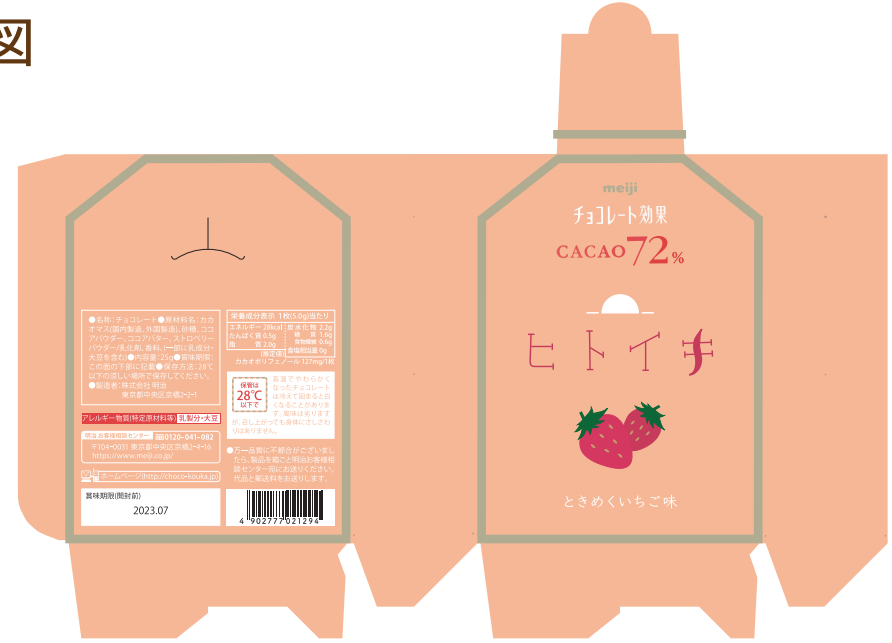
個包装

形は変えずに縦型にし、キリトリ線をつけることで食べやすさを意識しました。



制作物

展開図



制作物

ポスター



商品の位置は揃えて、それぞれのシーンのイメージに合うものと一緒に撮影しました。文字を載せる部分はパッケージと同じ色にしてシンプルで統一感のあるデザインにしました。

ありがとうございました。