

森永 **ミルクキャラメル**

女子はキャラメル味が大好きだ。
なのに、キャラメルは人気がない。

どうして好きになってもらえないんだろう。
その理由は、

固くて食べづらいから。歯の奥につまるから。
女子たちのお気に召さなかったのだ。

でもキャラメルはいつも食べづらい訳じゃない。
ポケットに入れたり、手に持っていたりすると、
その人のぬくもりが伝わって柔らかくなる。
柔らかくなると、ちょっと食べやすくなる。(ほんと)

そんなお菓子、ほかにあんまりない気がする。
もしかしたらキャラメルは、
人の気持ちとか、思いとか、ぬくもりとか。
人のあったかさをつつみこめるお菓子なのかもしれない。

もしそのキャラメルを男子がもらったら、
すっごく嬉しい気がする。
ましてや彼女や気になる女子からだったらきっと嬉しいはず。

今回のターゲットは、20代、30代前半の女子。
恋愛の甘さも切なさも難しさもちゃんと知ってる。
そんな彼氏のいる（もしくは好きな人がいる）
女子の恋愛をキャラメルは応援できないか。

もし、そんな存在になれば、
女子はキャラメルを手にとってくれるんじゃないか。

キャラメルを彼にあげよう。
ふたりで食べてみよう。
ちょっと食べづらくても、
ふたりでその時間すら楽しもう。

キャンペーンタイトルは、

36℃の、恋するキャラメル

キャンペーンロゴ



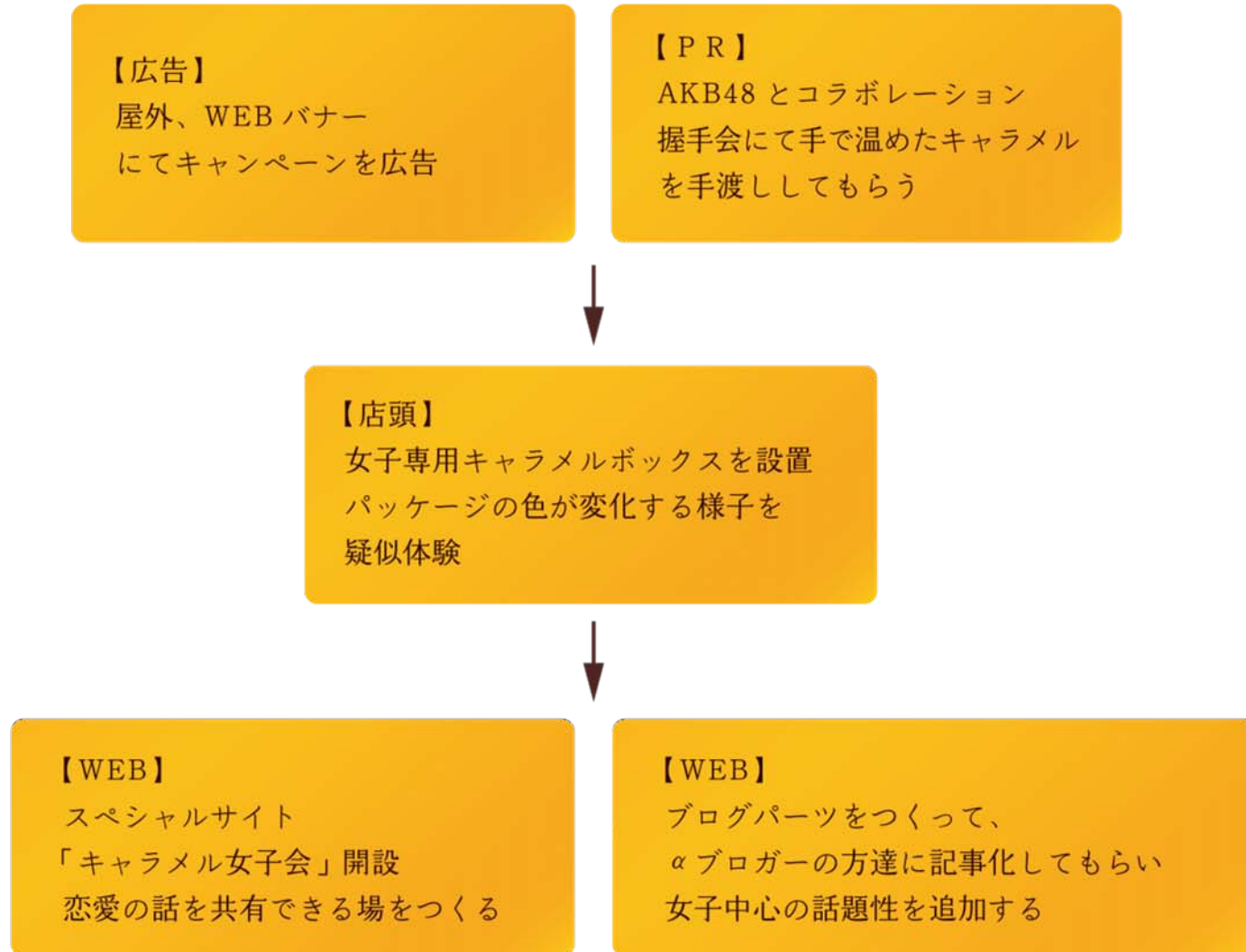
全体のキャンペーンを通じて、
このロゴを使用する。

パッケージ



温度で色が変わる塗料でパッケージを印刷。常温では黄色。30℃以上ではピンクに色が変化するように設定。
これによりキャラメルを渡すタイミングを視覚化する。

キャンペーン概要



キャンペーンイメージ

■ 屋外広告



若者が集まる渋谷109などに屋外広告を掲出。
広告の色を、気温によって変化するように設定。
見る時間によって色が変わることで、注目を集める。

■ WEB バナー



サイト訪問者が住む地域の
「現在の気温」によって
WEB バナーの色が変わる
様子を見せる。
いろいろな色のパッケージを
見せることによって目をひく。

■ 【PR】AKB48のキャラメル握手会



全国で行われるAKB48の握手会
で、メンバーの手からファンに
キャラメルを手渡してもらう。
ニュースにとりあげてもらうことで、
「36°Cの、恋するキャラメル」
キャンペーンの認知率を上げる。



店頭什器イメージ（コンビニ、スーパー、その他雑貨店など）



「女子専用」のキャラメルボックスを配置。

お菓子の売り場でいままではなかった「女子専用」を設けることで、このキャンペーンを目立たせる。

下から温風が吹き込む什器をつくり

パッケージの色の変化を見せることにより店頭で目をひかせる。

■スペシャルサイト「キャラメル女子会」



のろけ・ぶっちゃん・相談 / 報告をユーザー同士で共有できる「キャラメル女子会」という女子限定の掲示板を開設。男子ものぞいたら参考にできるかも。

■ブログパーツ



αブロガーの方達にブログパーツをブログにつけてもらった上に、キャンペーンを記事化してもらい、女子中心の話題性を追加する。また、長年変わらず愛され続けている、森永ミルクキャラメルのパッケージのファンにもブログパーツをつけてもらうことで、話題化をはかる。



日本中の女子の恋がうまくいきますように。

