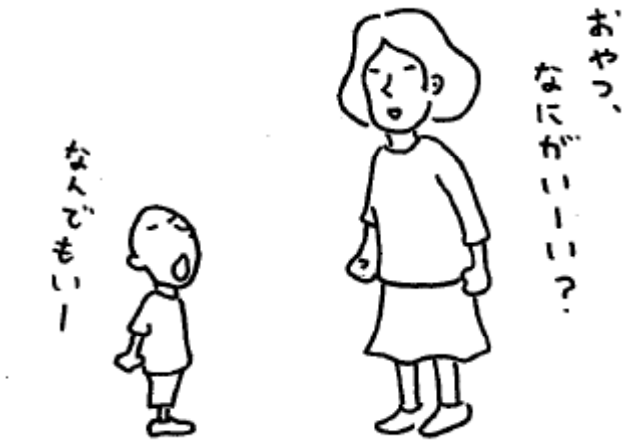
販促会議課題６　カルビー

[応募者ID]3E4C940497



かっぱえびせんは、発売から46年たった今でも、
子どもに人気のロングセラー商品です。
しかし、時代と共に、子どもに人気のお菓子はどんどん増えています。

そんな数あるお菓子のなかで、かっぱえびせんを
母親が子どもに買い与えたくなるプロモーションを考えました。

歌え！小学生！

替え歌ムービーコンテスト

【コンテストの流れ】

①商品を購入する

②その商品を手に持ちながら、

かっぱえびせんのキャッチコピーである、

「やめられない、とまらない」の替え歌をうたう。

（小学生以下限定）

③その替え歌を収めたムービーを専用サイトに

アップロード。

④集まったムービーの中から一般投票で一番を決める。

⑤一番のムービーは、実際にCMとしてオンエアー。

【替え歌ムービー例】

♪しゅくだいが、おわらない♪

小学生以下を対象にしているため、

このように子どもらしいかわいい替え歌が

次々とアップロードされていく。

【替え歌ムービー専用サイトイメージ】

そしてサイト内の投票により1番人気だった替え
歌ムービーは、実際のCMとしてオンエアーされる。

【CM案】

母：もう撮ってますよー。
子：え、もう？
母：はい！どうぞ！

♪三日三晩、怒られた♪

子：三日三晩、怒られた♪

♪かっぱえびせん♪

子：かっぱえびせん♪

NA：カルビー

【企画の効果】

親への効果：

幼稚園から小学生の育ち盛りで、一番かわいいときの子どもを
多くの人に見てもらうことができ、さらに記録として残せるため、
かっぱえびせんを買い与えたくなる。

子どもへの効果：

自分の考えた替え歌ムービーがWEB上で流れるという、
他のお菓子とは違う体験をさせてくれたものとして
かっぱえびせんが記憶に残る。

親子への効果：

かっぱえびせんが、コミュニケーションツールとなり、
親子の距離を縮めてくれる。