



第53回 日本プロモーション・マーケティングショー2024

第2回 JPMヤングクリエイティブ・アワード

部門別 課題

協賛

象印マホービン株式会社

パナソニック株式会社

江崎グリコ株式会社

2024年7月





ディスプレイ部門 課題

協賛社3社より、計3つの課題が出題されています

※次頁以降に記載

象印マホービン株式会社 課題

商品名 (カテゴリー)	ステンレスマグボトル SM-WM48 (かっこいい柄) 、SM-WH48 (かわいい柄) https://www.zojirushi.co.jp/syohin/bottle_tumbler/bottle/smwh-smwm/
商品特性	<ol style="list-style-type: none">① 「栓 (せん) 」と「パッキン」をひとつにした『シームレスせん』 面倒なパッキンの付け外しがないから洗やすく、毎日のお手入れがとってもラクです。 パッキンをなくす心配も、つけ忘れによる漏れの心配もありません。② 本体内面コーティング『ラクリアコート* (プラス) 』 ・はっ水性が高いから、汚れやニオイがつきにくくサッと洗い流せます。 ・サビに強く、塩分を含むスポーツドリンクもOKです。③ 『ステンレス真空二重まほうびん』 保温/保冷力が高く、飲みごろの温度を長くキープします。④ 『飛び散り抑制機構』 キャップが勢いよく開かず、水滴が飛び散りにくくなっています。
メーカー希望 小売価格	オープン価格
ターゲット	小学校 低～中学年
主要チャネル	総合スーパー、雑貨店、家電量販店
目的	<p>普段使用する水筒の容量サイズについて、5～9歳の児童を対象に調査を実施したところ「450～550mL」が最も多い結果となりました。そこで、子供たちが好きなデザインを採用した480mLのマグボトルを発売。従来の「かわいい」に「かっこいい」も加えて子供向けのラインアップを拡大しました。</p> <p>一方で、安心して子供が使えるよう清潔を保つために毎日のお手入れがラクであることはとても重要だと考えます。ユーザー満足度97%、とその高いお手入れ性が評価されている「シームレスせん」は親御さんにとってとてもうれしいポイントです。</p> <p>皆さんには、思わず「欲しい！」と言ってしまような子供心をくすぐる、また、親御さんにとってもベネフィットが伝わる展示提案をお願いしたいと思います。</p>
その他与件	<p>水筒の持ち運び方について、「カバン入れ」が多い高学年に対して低～中学年では「肩掛け持ち」の割合が高いことから、水筒カバーも同時購入されることが多いとのこと。</p> <p>象印では子供向けとして「かっこいい」「かわいい」どちらのカバーも発売していますので、水筒とカバーのセット展開も提案して頂けると嬉しいです。</p>

パナソニック株式会社 課題

商品名 (カテゴリー)	電池がどれでもライト BF-BM11M-W (LEDライト 懐中電灯)
商品特性	単1形～単4形の電池がどれでも1本で使用可能なLEDライト ・停電時に懐中電灯、ランタンとしても活躍。 ・握りやすいハンドルのユニバーサルデザインで、持ち運びもラクラク。 ・小雨の中でも使える防滴構造。
商品価格	オープン価格
ターゲット	停電や災害時の備えとして、幅広い世代をターゲット
主要チャネル	家電量販店、ホームセンター、ECサイト等
目的	・もしもの備えに役立つ 単1形～単4形の電池がどれでも1本で使用可能。 電池が足りないとき、使わない機器から1本でも取り出せば使用できます。 ・前にも横にも照射し、懐中電灯としてもランタンとしても活用可能。 懐中電灯として、前方を明るく照らしたり、立てて置いてランタンとしても使用できるので、食事や作業時などに両手が空くので便利です。
その他与件	(参考情報) https://panasonic.jp/flashlight/anybattery.html

江崎グリコ株式会社 課題

商品名 (カテゴリー)	ZEP PIN <甘口> <中辛> <辛口> (高付加価値型カレールウ)
商品特性	まさに「絶品」。濃厚な大人の味わい。デューセルソースと40数種スパイスで仕上げた、大人向けの本格派のためのカレールウ。 ペー斯特をセンターインすることで濃厚なコクと風味豊かな上質な味わいを追求しました。 <デューセルソース> マッシュルームと香味野菜を炒めた、風味・コク付けのためのソース
商品価格	386円(税別) ※価格は参考小売価格（お店によって異なる場合があります）
ターゲット	時間や気持ちにゆとりのある50～60代主婦
主要チャネル	全国全業態
目的	「おいしさ」を求める「こだわり」強いお客様の利用が多いことが仮説。 品質感・プレミアム感・差別性を落とさずに、より日常での使用機会を増やす。 カテゴリー課題のひとつである買上点数及び客単価のアップに貢献する。
その他与件	【公式】江崎グリコ（Glico）ホームページ-商品・キャンペーン https://www.glico.com/jp/product/food_curry/zeppin/



売り場デザイン部門 課題

協賛社課題 2 つ、フリー課題 1 つが出題されています

※次頁以降に記載

パナソニック株式会社 課題

商品

「電池がどれでもライト BF-BM11M-W」を中心とした
電池防災グッズ (LEDライト 懐中電灯)

課題

**あなたが考える、
次世代の「パナソニックの電池防災グッズ」の
売り場イメージをデザインしてください。**

「電池がどれでもライト」を中心とした「もしもの備え」に役立つパナソニックの
電池防災グッズの売り場デザインをお願いします。

備災の重要性を訴求しながら、災害時に頼りになるだけでなく、
いつもの生活でも役立つグッズであるという気づきを与える提案をお願い致します。

その他与件

対象商品

下記URL「もしもの備え パナソニックの電池防災グッズ」に掲載の商品

<https://panasonic.jp/battery/contents/safety.html>

- ・ライト、ランタン
- ・モバイルバッテリー
- ・乾電池

※全ての商品を含まなくても、

「電池がどれでもライト BF-BM11M-W」を含んで頂ければ、一部の商品でも構いません。

※作品制作に商品画像を使用する場合には、

[パナソニック株式会社WEBサイト上のも](#)をご使用ください。

実際の売り場の写真使用は不可です。

江崎グリコ株式会社 課題

商品

商品名 ZEPPIN <甘口> <中辛> <辛口>
(高付加価値型カレールウ)

課題

**あなたが考える、
次世代の カレールウ及びカレー売り場イメージ を
デザインしてください。**

その他与件

【公式】江崎グリコ (Glico) ホームページ-商品・キャンペーン

https://www.glico.com/jp/product/food_curry/zeppin/

※作品制作に商品画像を使用する場合には、

江崎グリコ株式会社WEBサイト上のものをご使用ください。

実際の売り場の写真使用は不可です。

フリー商品 課題

商品

商品もしくは商品カテゴリーは自由にご選択してください。

※対象は、スーパーマーケット/家電量販店/ドラッグストア/コンビニ/専門店/その他で

実際に販売されている 商品カテゴリーと致しますが、実在する商品ブランドは使用しないでください。

たとえば、商品カテゴリーとしてペットボトルのお茶を選択した場合、

「お〜いお茶」「綾鷹」「伊右衛門」「生茶」など、実在するブランドは使用しないでください。

★詳細は応募要項をご確認ください

課題

あなたが考える、

次世代の [売り場イメージ] をデザインしてください

その他与件

※実在するブランドの写真使用は不可

※実際の売り場の写真使用も不可

★詳細は応募要項をご確認ください

JPM