日清オリエンの読み解き

事実整理 ― 説明動画 20分54秒 ＋ 課題PDF 25ページ

この資料の約束

- オリエンで言われたこと・書かれたことだけを載せる
- 解釈と仮説は入れない
- **太字**は原文そのまま
- 解釈は別紙に分けてある

課題の絶対条件

対象	2027年度／完全メシ カレーメシ
年度予算	**4億円**
目標	**年間20億円・約100万ケース**
時期・回数・手法	すべて自由

話しているのは誰か

日清食品ホールディングス

宣伝部　戦略PR室　室長

以降の発言はすべて同氏のもの

最重要指示

52.6% → **2〜3%**

ブランド認知率　　購入率

ブランド認知度を上げるのではなく、売上につなげたい

過去施策の自己評価

- 認知度は一気に上がる。ほぼ全て当たっている
- **売りの継続につながっているかは厳しい**
- **もっと小さい施策の方が当たっているかもしれない**
- ABテストを何百パターンも継続中

名指しで挙がった3例

- ビートたけし　—　認知は上がった
- 堀江氏　—　理解度は上がった
- ダイアン津田氏　—　相当バズった

共通の問い　手に取る理由になったか

評価軸（質疑応答より）

企画の精度や内容は正直あんまり興味ない

売れればなんでもいい

それが正しいブランドの売り方であれば

20億の提案を4億で持ってくるのはなし

チャネル（質疑応答より）

- 中心はGMS・スーパー・コンビニ
- ドラッグストアもある。オンラインは大きくない
- 構成比と配荷率の数字は非開示

現在の配荷率、売上率は考えなくて結構

追加提案の枠

- ・4億円案があった上で、超過提案も受け付ける
- ・予算は度外視。上限は**100億円**
- ・時期・長さ・手法も度外視
- ・カレーメシ以外の完全メシでも可

締めの発言（原文のまま）解釈は付けない

- 20億、30億の追加提案を持ってくるっていうのは、
- **一生この業界にいられないか、大成功するかどっちかの博打**
- 覚悟してやってみていただければ

守るべき制約

薬機法	痩せる／健康になる／完全な栄養　**すべて不可**
ステマ	PR表示を全件管理できる設計か
エビデンス	臨床試験の結果はIRにあるが、**広告では言えない**

商品ファクト

- 483kcal ／ 熱湯5分
- たんぱく質 20.1g （通常カレーメシは 7.8g）
- 食塩 2.9g ／ 食物繊維 8.0g
- PFC　16.2% ／ 27.2% ／ 56.6%

ブランドファクト

30 → 50 → 70 → **100億円**

（2022～2025見込）

- ・シリーズ累計 7,200万食 ／ ブランド認知 52%
- ・購買層　男性63%・30～60代が中心
- ・主食／間食／職域／外食／海外へ拡大

資料にある2つのターゲット記述

想定ターゲット　p.6

- 想定　健康が気になり始めたが行動が伴わない人
- 想定　栄養管理を面倒だと思っている人

主要購買層　p.20

- 実態　男性63%、30〜69歳男性で約49%

並置のみ。解釈は加えない

オリエンに無かった情報

完全メシ カレーメシの現状売上	チャネル別の構成比・配荷率
リピート率・購入頻度	通常カレーメシとのカニバリ方針
原価・売価の可動域	味の評価データ

聞けていない、または非開示の数字