

# 2003年度 こてっちゃん春のキャンペーン 「こてっちゃんくいしんぼソース味」新発売

## 発売20年ロングセラー商品のおいしさと信頼を提案します

“こてっちゃん”は発売20周年を節目に原料調達から商品そのもの、各プロモーション等すべてを見直し、幅広くさらなる魅力の付加を消費者にアピールしてまいりました。その結果として、「こてっちゃん」のブランド力が消費者に浸透し、消費者の嗜好の変化に対応した改良・改善を続けていることとあいまって「こてっちゃんブランドロイヤリティの復権」という成果に現れました。また、メニュー提案により、食シーンや食頻度に広がりを持たせ、何よりも子供達に人気があり、主婦には調理の簡便性が強く支持されました。さらに、食感・味ともに老若男女に好まれるように商品化していることが、内臓肉としてではなく、むしろ一つの独立した商品としての幅広い認知をいただいております。そこで、2003年度の「こてっちゃん」は販売計画を達成すると共に、(30代から40代の主婦とその子供たち)を取り込む、今後も支持され続ける超ロングセラー商品として、新製品「こてっちゃんくいしんぼソース味」をラインアップいたしました。また、売場を重視した消費者へより商品価値が訴求できる、各種プロモーションを展開してまいります。

## 新発売!「こてっちゃんくいしんぼソース味」の紹介

国内における人口のマスボリュームのひとつである、30代から40代にかけての団塊Jr.世代の家庭をターゲットに、「こてっちゃん」の製品展開を推し進めていくにあたりまして、団塊Jr.世代の主婦とその子供たち(小中学生)をターゲットに“子供たち(小中学生)に好まれる味であり、同時に家族で囲んで食べていただける味”として「こてっちゃんくいしんぼソース味」が製品ラインアップに加わります。

ソース味の代表“お好み焼”・“たこ焼き”・“やきそば”等のメニューは、子供たち(小中学生)の嗜好に合わせていたり、子供たち(小中学生)の食べやすいものを中心構成される家族の食卓に“家族の好物メニュー”として認知されています。「こてっちゃんくいしんぼソース味」も家族の好物メニューとしてエントリーされる味として創り出しました。

## 味

こてっちゃんくいしんぼソース味は「小中学生」をターゲットに、食べやすい甘めのソース味として開発しています。野菜の甘さを活かしつつ、甘さの中にも少しスパイシーさを加え、大人にも飽きのこない味に仕上げました。

## 特徴

こてっちゃんくいしんぼソース味はそのまま焼いても、また、野菜と一緒に炒めてもおいしく召し上がる味に仕上げていますので、家族の好物となる食事(おかず)のバリエーションに役立つ逸品です。

## ターゲット

こてっちゃんくいしんぼソース味はターゲットを「小中学生」の育ち盛りの子どもたちを中心に設定しました。また、その子どもたちを持つ母親(30代から40代)を購買ターゲットに設定しました。

### こてっちゃん製品ラインアップが変わります

新しい「こてっちゃん」製品ラインアップは、子供の好きな“やきにく用”と母親が子供に食べさせたい“野菜炒め用”的基本アイテムが用途別に使い分けが浸透していますので、今後もさらに継続して販売強化を図ってまいります。さらに、昨年度のトレンドスポットアイテムとして登場した“辛いジャン”はブランドのマンネリ化イメージ防止のために開発をおこなった、“くいしんぼソース味”に変わることになり、新たな製品ラインアップを展開することとなります。品揃えの複数アイテム化と消費者の指名買いを促進してまいります。

#### ■ 製品規格

- 業務用: 1kg×4p/ケース(こてっちゃん全アイテム対応)
- コンシーマパック: 250g×10p/ケース(こてっちゃん全アイテム対応)
- コンシーマパック: 130g×20p/ケース(やきにく用のみ)

#### ■ 品質保持期間

未開封で製造日より45日間

#### ■ 保存温度

要冷蔵(10°C以下)

#### ■ 発売日

2003年2月3日より発売開始

#### キャンペーン用トレイパックシール



#### コンシーマパック250g新パッケージ



# 2003年度 こてっちゃん 春のキャンペーンセールスプロモーション実施

2003年度こてっちゃん春のキャンペーン期間:2003年3月1日から2003年4月30日

2003年度は、発売以来おいしさと親しみのあるネーミングで愛され続けて20年のロングセラー商品となった「こてっちゃん」のおいしさと信頼を持って、現ユーザーの消費拡大及び新規顧客の獲得をメインテーマに推進してまいります。さらに、今後も愛され続ける「こてっちゃん」であることを『売場重点対策』と『こてっちゃんくいしんぼソース味』新登場の告知を「2003年度こてっちゃん春のキャンペーン」として、消費者と流通の両方向へ大々的に広告し、一層の認知度を高めると共に消費の拡大を狙ってまいります。そのために、2月3日より新商品を発売開始いたします。また、TV-CM投入や売場対策を重視した売場チェック、試食販売キャラバン、料理メニューリーフレット等しっかり販売のバックアップをおこないます。

## セールスプロモーション

- ◆売場チェック:未納品先や商品陳列状況をリアルタイムで情報収集し、地域毎に未販売先を塗りつぶします。
- ◆試食販売キャラバン:新発売「こてっちゃんくいしんぼソース味」の店頭試食販売を主要得意先及び未納品先に対して、TV-CM放映期間と連動して集中的に実施いたします。
- ◆料理メニューリーフレット:季節の野菜と炒めても簡単、子供たちの好きなメニューにいろいろ変身し、また、家族の好物となるバリエーションを豊富に取り揃えます。(四半期毎に内容を更新いたします)
- ◆多彩な販促POP:料理メニューリーフレットをはじめとするTV-CM連動型POPで店頭の販促を強力にバックアップいたします。

## 【販促ツール】

料理メニューリーフレット、ポスター、ショーアンドプライスカード、メニューPOP(B5サイズ)、店頭用エンドレステープ、店頭用VTR、食品サンプルミニチュアPOP

# **2003年度 こてっちゃん 春のキャンペーンメディアプロモーション実施**

**全国放映のテレビコマーシャルでターゲットへ向けた“新・こてっちゃん”を告知**

## **【目的】**

TVスポットの持つ即効性・浸透性を活かして「こてっちゃん」を一気に認知させ、店頭との連動を図り、効果的な使用で春のキャンペーンの支援もおこないます。

## **【時期】**

春休み直前を考慮にいれて、2月22日から5月5日までスポットを投入し、商品の配荷状況をかんがみながら、出稿のタイミングやGRPの配分を週ごとに調整し、効率的な投下をおこないます。

TV-CM放映地域：関東地域 2,800GRPの出稿を軸に関西、名古屋、福岡、北海道の主要地域へ2,000GRP、そのほかの地域へは1,000GRP出稿と全国放映のテレビコマーシャルを展開し、注目度の高い露出を実現いたします。