

2023年5月24日

～新たなマーケティング手法を用いて開発した、Z世代に寄り添ったライフスタイル製品～

味の素(株) Z世代事業創造グループ「粥粥好日®」 第15回 日本マーケティング大賞「準グランプリ」受賞！

味の素株式会社(社長：藤江 太郎 本社：東京都中央区)は、Z世代をターゲットとしたカップお粥「粥粥好日(かゆかゆこうじつ)®」を2022年6月24日より期間限定で販売しましたが、この度本プロジェクトが、三井物産株式会社、株式会社ドットミーと共に、公益社団法人 日本マーケティング協会が開催する「第15回日本マーケティング大賞」の「準グランプリ」を受賞しました。

「粥粥好日®」プロジェクトにつきましては、Z世代の食への不満・インサイトに着目し、SNSのデータからAI予兆分析を用いてコンセプト開発を行い、短期間での商品開発・製造バリューチェーンDX化、また渋谷スクランブルスクエアを拠点としたZ世代を起点としたコミュニティ創出を行い、総数100件のプロジェクトの中から「準グランプリ」に選出されました。

【粥粥好日®】

東洋古来のお粥文化に着想を得た、忙しいZ世代へ向け健康的で満足感があり、ポジティブな日常でいられることを提案する新感覚カップお粥です。

●Z世代の食への義憤(不満・インサイト)から得たコンセプト発想

Z世代の「普段の食事に時間をかけたくない」「時間に関係なく食べたいときに食事をしたい」といった意識は、数年前と比較して増加傾向にあることがわかりました。仕事や学業、趣味などに充てる時間を創出したい意向が強く、「健康的には悪いと思いつつ、結局簡便食に頼ってしまう」といった声が上がっています。また、Z世代では「自分らしくありたい、いつもの自分のコンディションでいたい」という思いを持つ方も多いことがわかっています(当社調べ)。

●SNSのAI予兆分析ツールを用いたマーケティング手法

世界へ目を向けると、コンジーやポリッジといったお粥状の食べ物が、ヘルシーフードとしてSNSを中心に広がりを見せていることから、AI予兆分析ツールにて今後の市場の広がりを予測しました。これらを受け、手軽に罪悪感なく食べられる食事、という課題解決の方向性と、東洋古来から食されているお粥の、やさしい食事、という特徴がマッチすることを見いだしました。

●Z世代に寄り添った製品開発・コミュニケーション

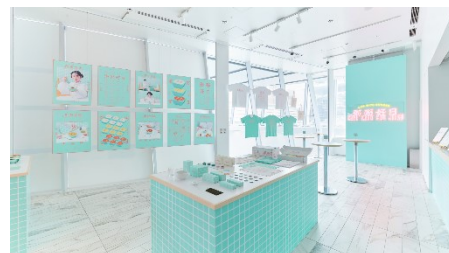
Z世代の価値観を大切にしながら直接の対話を通して意見交換を行い、Z世代の持つ空気感や日常感、健康感を製品に組み込み、社外パートナーと協業し、スピーディーな製品開発・Z世代が自分らしくいられるライフスタイルブランド開発を行いました。発売に当たっては渋谷スクランブルスクエアでポップアップストアを展開するなど、リアルとSNSを融合させた新たなコミュニケーションスタイルを実施しました。



「粥粥好日®」
キービジュアル



「粥粥好日®」
＜鹹豆漿粥(しえんとうじゃんがゆ)＞



ポップアップストア
@渋谷スクランブルスクエア

なお、今回受賞したプロジェクトで実施した期間限定販売での結果を受け、現在、今秋からの「粥粥好日®」の正式な販売再開を予定しています。販売再開時期につきましては改めて詳細をお知らせします。

公益社団法人 日本マーケティング協会が創立50周年を契機に創設した「日本マーケティング大賞」では、総合的に周到なマーケティング計画のもと、市場へのインパクト、独自性、ブランド定着性など、目覚ましい成果を上げたプロジェクトを大賞として選出するとともに、特定の分野でのすぐれたプロジェクトを奨励賞として発掘するなど、マーケティングの意義を高める表彰をおこなっています。

第15回目となる本年は、日本の市場が成熟化する中で、成長につながる創意工夫が凝らされたプロジェクトが多くエントリー、厳選な審査の中から上記が選出されました。

<日本マーケティング大賞 概要> <https://jma2-jp.org/award>

第15回日本マーケティング大賞「準グランプリ」

◇受賞テーマ：Z世代向け ライフスタイル提案ブランド 「粥粥好日(かゆかゆこうじつ)®」

◇受賞企業名・団体名：味の素株式会社/三井物産株式会社/株式会社ドットミー

◇受賞理由：

味の素社は、食品業界では日本初となるZ世代向け事業創出の専任組織を新設。Z世代の義憤を起点にD2C事業を構想し、SNSのAI予兆分析ツールを活用し、SNS分析を着想に活かす取り組みを行った。製造・販売は、三井物産/D2C支援の新会社「.me」(ドットミー)と協業。これにより、大手メーカーとしては異例の速さで、Z世代向けに、レンジで温めるだけで健康的で本格的な世界の味が楽しめる新感覚カップお粥を中心にライフスタイルブランド「粥粥好日(かゆかゆこうじつ)®」を、EC及び渋谷POP UPストアにて新発売した。

また、三井物産/D2C支援の新会社「.me」は、商品開発・原料調達・製造・販売のバリューチェーンのDX化を可能とし、プロジェクトの推進に大いに貢献した。

(日本マーケティング協会発表資料より抜粋)

当社では、常に新たな知見や手法・型を開発、導入しながら、生活者に驚きや感動とともに利用していただける製品やサービスを生み出すことによって、持続的な事業成長を推進していきます。

味の素グループは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに、アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献し、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2022年度の売上高は1兆3,591億円。世界36の国・地域に拠点を置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2023年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先：Pr_media