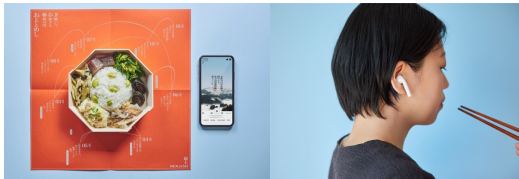


エリアアクティビティ			
広告主名	ルミネ	期間	2021年5月14日 ～ 2022年5月23日
商品（サービス）名	旅ルミネ	地域	日本 東京 / 山形県 最上地域
施策名	聴いて 旅する 幕の内 「おととめし」	使用媒体	店頭/OOH/オンライン
1. 施策を行った背景や課題 コロナ禍でも旅したいという欲求を叶えられないか。 新型コロナの流行で人の移動や密集が制限され、旅に出ることは難しくなった。旅を通じて日本中の人をつなぐことを目指してきた旅ルミネ。移動や密集を避けた生活を送りながらも、「旅をしたい」という欲求に応えられないか？ 旅に出かけたような気分を味わえる新たな体験を提供する必要があった。 2. 解決方法（SOLUTION） 「聴きながら食べる」これまでにない体験。 旅をしながら楽しめる、日本のお弁当文化に注目。 旅先の食材で作ったお弁当を、そのおかずとつながる現地の音やそこに暮らす人の声からなる音声コンテンツを聴きながら食べる、新たな体験を発明し提供。  3. 結果 旅への欲求を叶えた以上の結果。 お弁当は毎日完売。新しい体験を発明し旅への欲求を叶えただけでなく、コロナ禍で「黙食」が進むランチタイムに「聴食」という新しい食の楽しみかたを提案した。 この仕組みは、地域の暮らしを体験できるソリューションとしての可能性を示すことができた。日本各地から賛同の声や地元の「おととめし」を作りたいと反響があり、続編が展開されている。 4. 企画のポイント あえて耳と舌に情報を絞ってアプローチすることで、 聴きながら味わうと音と味が重なり合う、 脳内からショートトリップしたような感覚を実現した。 オフィス街の主要駅に位置する自社の駅ビルでお弁当とオーディオコンテンツをセットで販売、 コロナ禍のランチタイムを、 お弁当で地域を旅をするという体験に変えた。			



課題 移動や外出の自粛が求められるコロナ禍。人々は旅をしたい欲求や旅先の人と出会う機会を制限される日々が続いていた。

アイデア 旅先の食材で作ったお弁当を、そこに暮らす人の声やその土地の音からなるオーディオとともに味わう。「聴きながら食べる」ことで旅気分を感じる新たな体験。

結果 旅への欲求を叶えただけでなく、「黙食」が進む中「聴食」という食の楽しみかたを提案。お弁当やオーディオが楽しく進化できる可能性を示した。