

広告主名	赤城乳業	期間	2023年4月25日 ~
プロダクト・サービスブランド名	ガリガリ君	地域	全国
施策名	当たりつき やめるのを やめました	使用媒体	新聞 / TVCM / OOH / ラジオ / オウンドメディア



当たりつき やめるのを やめました。

1本当り ガリガリ君がガリ子ちゃんと交換できます 50円

1. 施策をおこなった背景や課題

コロナ禍の影響で「当たりスティック」廃止？

ガリガリ君の「当たりスティック」は42年続いている仕組み。しかし、コロナ禍の影響で、食べた後のスティックをお店に持って行って交換することが課題となり、廃止に向けて社内調整を進めることになりました。この交換制度は、流通の方々やお客さまのご協力のもと成立しているキャンペーンです。一度廃止になれば、コロナ禍が収束したとしても復活が厳しい事実もありました。

2. 解決方法 (SOLUTION)

「つづけるためご協力のお願い」を広告に

まず全国紙の30段広告やOOHでニュースとして広く知っていただき、続いて、ドアステッカーやWEBなどで、具体的な交換方法を丁寧に解説する動線を作りました。TVCMやラジオのナレーションは、「当たりスティック」継続のために実際に逡巡した赤城乳業社員が担当しております。



大きくお知らせ



丁寧に思いを伝えてお知らせ



具体的な交換方法のご案内

3. 結果

ニュース番組での紹介や約2万いいねなど反響多数

新聞掲載を告知したツイートは、当日に20万以上のインプレッション。トータルで約52万インプレッションを記録。交換方法をはじめとした広告メッセージをきちんと理解いただけていることが特徴でした。さらに、TVのニュース番組では新聞のコピー全て読み上げられるなど、さまざまな媒体で肯定的に取り上げていただくことができました。



4. 企画のポイント

赤城乳業の逡巡を正直に伝える

「当たりつき やめるのを やめました」というキャッチコピーを開発。さらに「当たりつき」継続の意思と、正しい交換方法をお伝えすることを軸に広告施策を展開しました。当たりスティックを継続すること自体は小さな事実かもしれませんが、しかし、様々な要因で効率化が進み、商品のワクワク感や遊び心が失われている現代において、「それでも継続する」という意思表示は、ガリガリ君のブランド、ひいては赤城乳業の企業メッセージである「あそびましょ。」をお伝えする機会になり得ると考えました。





当たりつき やめるのを やめました。

■ 日経新聞 30 段

1本当り ガリガリ君のがりちゃん
交換できます

当たりつき やめるのを やめました。

「当たりつき やめるのを やめました。」のCMを視聴し、ガリガリ君のがりちゃんを交換することができます。交換方法は、ガリガリ君の公式サイトで詳しく説明されています。

ガリガリ君の公式サイト
www.garigaru.com

AKAGI

■ TVCM60 秒

ガリガリ君の当たりスティック

大事

たくさん話し合い

「当たりつき」やめるのをやめました。

ほとんどやめる方向

つづく

当たる →うれしい →ワクワクする

経緯や、ブランドとして大事にしていることを丁寧伝える

逡巡して決断した思いをコピーにして伝える。CMやラジオでは実際に逡巡した社員の声でナレーションを担当

■ ラジオCM 120 秒

赤城乳業 ガリガリ君 120秒 CM 「つづく」編

「当たりつき やめるのを やめました。」のCMを視聴し、ガリガリ君のがりちゃんを交換することができます。交換方法は、ガリガリ君の公式サイトで詳しく説明されています。

ガリガリ君の公式サイト
www.garigaru.com



大きな媒体で広くお知らせする

赤城乳業にとって大きな決断でもあったため小さなニュースには見えなように大きな屋外広告でお知らせ

- 渋谷交差点 OOH
- 新宿ルミネ OOH
- 大阪駅 42m OOH

具体的な交換方法をご案内する

電車のドアステッカーやWEBサイトなど日常的によく目にする媒体でわかりやすくご案内

当たりスティックを換げるためにお願いします。

- 1 当たりスティックをしっかりと握り、大きく揺すります。
- 2 当たりスティックを握り、大きく揺すります。
- 3 当たりスティックを握り、大きく揺すります。
- 4 当たりスティックを握り、大きく揺すります。

AKAGI

当たりつき やめるのを やめました。

1本当り ガリガリ君のがりちゃん交換できます

やめる

ガリガリ君の公式サイト
www.garigaru.com