



高品質なキッチンペーパーを
バズらせるアイデア



【課題】
高品質なキッチンペーパーを
バズらせるアイデア

旭化成ホームプロダクツ(株)

応募される企画で解決したい課題

現状の課題	「リードクッキングペーパー」は不織布構造（フェルトタイプ）になっているため、他のキッチンペーパーと比べて「吸油性」「吸水性」「濾しスピード」などの機能優位性がある。一方、高品質であるがゆえに、価格面では他社品よりはるかに高い状態になっているため、安価なキッチンペーパーとの差別性を訴求して、顧客に手に取ってもらえる商品を目指したい。
何を（商品、サービスなど）	リードクッキングペーパー
誰に（ターゲット）	リードクッキングペーパーの未使用者
解決したい課題	（上記の補足です） ・50～60代では商品認知度・使用経験率が高い一方、若年層においては認知・使用ともに低水準に留まっている。そのため、若年層もターゲットに含めた施策を強化し、売上拡大を図りたい。

市場の背景/動向

- ・キッチンペーパー市場のカテゴリ伸長は横ばいが継続する中、足元の物価高を背景により安価なプライベートブランドに顧客が流れる傾向がある。
- ・リードの主な購入経路は店頭であるため、店頭での露出量の最大化と視認性の向上が重要となる。
- ・リードのような不織布タイプのクッキングペーパーの競合はほとんどおらず、売り場における競合は紙タイプのキッチンペーパーとなっている。



高品質なキッチンペーパーを
バズらせるアイデア



【課題】
高品質なキッチンペーパーを
バズらせるアイデア

旭化成ホームプロダクツ(株)

商品サービスの特徴

- 高い吸油・吸水性を誇るフェルトタイプ素材を採用。高い吸油性により摂取カロリーをダウン！
- 厚手の不織布となるため、フワフワな触感
- 濾しスピードに優れていることから、早くスムーズに油や出汁を濾すことが可能
- ※他社のキッチンペーパーは紙タイプが主で肌触り・機能も異なります

注意点

<p>表現上のルールや トーン&マナー</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 他社商品を貶めるような表現は避けてください。 Ex.) ○○より2倍吸う！、もう他のキッチンペーパーを使えない • 芸能人の起用を前提とした企画にしないでください
<p>商品・サービスの加工</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 商品・サービスの原材料や構成に大きく改良を加える（新たな製造ラインが必要になるような）ものは避けてください。
<p>その他</p>	<p>（下記については訴求できない点になります）</p> <ul style="list-style-type: none"> • 丈夫で破れにくい／すぐに油こしできる（冷ましてからの使用が原則）／料理がおいしくなる／繰り返し使う／鮮度保持 • 顔を拭く／髪の毛を拭く。