

商品開発報告書

商品名	CFBオリジナル ゆかり特製お好み焼ソース
販売期間	2023年3月13日～ 完売次第終了 ※4月中旬には完売見込み
販売場所	お好み焼 ゆかり 6店舗 (曾根崎本店・Whityうめだ店・阪急東通り店・富国ビル店・千日前店・天王寺ミオプラザ館店)
販売金額	270円(税込)
販売個数	270本
賞味期限	2024年2月21日
連携先	連携先名:お好み焼 ゆかり 連携先事業内容: 昭和25年に大阪で創業し、観光客も多く訪れる大阪ミナミを中心に、全国で9店舗を展開する、大阪を代表するお好み焼店チェーン。 連携先がCFBに賛同した理由: 大阪とコナモン文化の伝統をしっかりと次世代に継承していくためにも、お好み焼の素材や使用する水に直結する、大阪の自然環境・美化活動にも関心が高く、今回の連携に賛同いただいた。 連携内容: 海洋ごみ問題について考えるきっかけを作ろうと、「CFBオリジナル ゆかり特製お好み焼ソース」を制作・各店舗のレジ横にて販売。店内飲食用の調味料として、各テーブル横にも設置した。 ラベルには、ラジオ大阪リスナーが考案した海洋ごみ問題をに関する川柳を掲載し、大阪の海洋ごみ問題の啓発促進を図った。 川柳を募集した番組にて、商品の完成、販売の様子を放送。 併せて、サンテレビ情報番組でも特集を放送した。
海の学び/メッセージ	商品ラベル(ラジオ番組と連動させた企画): お好み焼ソースを通した海洋ごみ問題に関するメッセージの発信は、コナモン文化に慣れ親しんだ大阪府民には浸透しやすく、より伝わりやすいのではないかと考えた。 ラジオ大阪ワイド番組「みみよりだんご」にて“海をきれいに川柳”を募集。 最優秀作品である「私より海、見て彼が『キレイだね』」を海洋ごみ問題啓発メッセージとして、CFBロゴと併せてゆかり特製お好み焼ソースに掲載した。
商品概要(開発ストーリー)	ラジオ大阪ワイド番組「みみよりだんご」と大阪文化(こなもん)を代表する企業・お好み焼ゆかりが、番組内にて、リスナーと一緒に「大阪の海をキレイにする」ことについて考える機会を設けた。 具体的には、海洋ごみ問題を自分事化するため、まず大阪の海が直面している課題を放送でリスナーに共有。 その上で問題啓発に繋がる「海をきれいに川柳」を募集した。 当初30通ほどの見込みだったが、募集期間1週間で、460通の作品が集まった。 番組スタッフとパーソナリティ、芸人コンビのカベポスターが一つ一つに目を通し、最優秀作品として選ばれた川柳を商品のラベルに掲載、販売した。 店舗販売では、販売開始から1ヵ月で完売間近。来店客からも青いラベルと川柳が目立つので、関心を持った!と好評を得ている。

事業ID: 2022006787

事業名: CHANGE FOR THE BLUE in 大阪 (CFB・海と日本2022)

団体名: CHANGE FOR THE BLUE 大阪実行委員会

極秘



ラベル デザイン



販促用ポップ デザイン



サンテレビ放送映像 キャプチャ



販売の様子①
お好み焼ゆかり 阪急東通り店



販売の様子②
お好み焼ゆかり Whityうめだ店



店内に設置した様子
お好み焼ゆかり 天王寺ミオ プラザ館店