

📍企画案①【オーソドックス・現実的】

「カラフルフレーバーチャレンジ」SNS キャンペーン

企画概要

「選べるって、自由だ。」のキャッチコピー世界観を体現する SNS キャンペーン企画。Z WATER の多彩なフレーバーを活用し、消費者自身が“自分の今の気分”や“自分らしさ”を#カラフルフレーバー というハッシュタグとともに投稿。「あなたの色、見つけよう」をサブコピーに据え、ブランドエンゲージメントを高めつつ、購買行動を促進します。

企画のポイント

- SNS 上の投稿キャンペーンで UGC (消費者発信コンテンツ) を大量創出
- 投稿・シェア・いいね等のアクションに応じたプレゼント抽選
- 店頭 POP・QR コードでも連動し、購入動機を直接喚起
- Z 世代インフルエンサーを起用し、二次拡散を狙う
- 投稿例やテンプレートも用意し、参加ハードルを下げる

📍企画案②【やや大胆・新規性高め】

「私たちがブランドアンバサダー」全国リアル×オンライン共創プロジェクト

企画概要

Z 世代一般消費者自身を「Z WATER 公式アンバサダー」として募集し、実際の商品プロモーションやオリジナルフレーバー企画、ブランド PV 出演などに参画できる“共創型キャンペーン”を展開。SNS での自己表現とリアルな体験を融合させ、「自分ごと化」を極限まで高めることでエンゲージメントの質・量を最大化します。

企画のポイント

- WEB 応募 + SNS 投稿からアンバサダーを選出し、商品/イベント開発を一緒に実施
- 選ばれたメンバーは開発現場や撮影、PR などリアルな体験が可能
- プロセスを SNS で発信し、「自分らしさ」の物語を拡散
- 限定アンバサダーグッズやプレミアム体験を用意し、強固なファン層形成
- 参加者の SNS アカウントをブランド公式サイトで紹介

📍企画案③【前提を崩した大胆発想】

「Z WATER 自分色メーカー」パーソナライズ・プロモーション

企画概要

Z 世代の「個性」「多様性」価値観に根ざし、一人ひとりが“自分だけの Z WATER”をデジタル上で自由にデザインできるパーソナライズ体験施策。専用 Web アプリを通じて、フレーバーやパッケージカラー、キャッチコピーのカスタマイズを遊び感覚で楽しみ、完成した“自分色 Z WATER”を SNS でシェア & 抽選で実商品化。ブランドとの関係性をインタラクティブに深化させます。

企画のポイント

- 好きなフレーバー・色・コピーを自由に組み合わせ、オリジナル商品をデジタルで生成
- SNS シェアで投票・人気ランキングを展開、「共感」や「バズ」を促す
- 上位入賞作品は実際の商品化 & 限定販売 or 店頭 POP 化
- 体験者全員にデジタル証明書や限定スマホ壁紙などをプレゼント
- オンライン・オフライン双方で“自分ごと感”最大化