



# 販促コンプレゼンテーション

Mar, 2024

◆最終ページに課題概要シートがございます



今回の課題について

飲みたくなる・買いたくなる

# アイデア募集



エナジードリンク非ユーザーに  
モンスターを飲みたくなる、買いたくなる

そんなアイデアを大募集します！



**WHAT IS MONSTER ENERGY ?**







# WHAT IS MONSTER ENERGY ?

MONSTER ENERGY

・モンスターエナジーはアメリカ発祥のエナジードリンクで、世界中で販売されている商品です。



・日本国内では、モンスターエナジー 355mlを中心商品として複数フレーバーを展開しています。

・2012年以降コンビニ・スーパー・ドラッグストア・EC・自販機等で発売し、2019年以降カテゴリーシェア NO.1ブランドに成長しています。

・アスリート、アーティスト、eスポーツチーム、イベントなどへのスポンサードや、スポンサードコンテンツを活用したコミュニケーション・街頭でのサンプリング、またプロモーションを行っています。



NEW  
0カロリー  
#グレーフレーバー





## WHAT IS MONSTER ENERGY ? : ブランドコンセプト

ブランドコンセプトは

**“A LIFE STYLE IN A CAN !”**

Monster represents a lifestyle.

Monster is aggressive, cool, sinister, dark, mysterious and fun. Monster is about action sports, punk rock music, partying, girls, and

**living life on the edge.**

MONSTER ENERGYはただの飲料水ではありません。  
エッジの効いたエクストリームなブランドであり  
**ライフスタイルブランド**です。







# ブランドコンセプトをもう少しわかりやすく

モンスターはTVなどの広告ではなく、ブランドがサポートする様々なコンテンツを通じて、消費者が熱狂する本物の体験を提供することにこだわっています。最先端をいくアスリートやアーティストを通じ、彼らとの特別な体験や時間を共有する機会、また彼らが実際に使用したグッズなどをプロモーションに使用します。モンスターエナジーは、1本の缶にライフスタイルを詰めこんでいるのです！



## モーター & アクションスポーツ

- モンスターアスリートは個々にスタイルを持ちファンを魅了する
- 現代版のヒーロー



## ミュージック

- ファン層を定義づける存在
- メタル、パンク、ロック、カントリー、ヒップホップ、EDM



## モンスターガール

- イベントやツアーをサポート
- スーパークロス、ドリフト、MotoGPなど



## ゲーミング

- FPS系ゲーム
- 世界で活躍するeスポーツやストリーマーをサポート



## サンプリング

- 日本各地でゲリラサンプリングを実施





# MONSTER商品ラインナップ

## MONSTER ENERGY

王道のエナジーフレーバー



## MONSTER ULTRA

0カロリー・0シュガー



## MONSTER JUICE

果汁 x エナジー







# MONSTERターゲットについて

現在のメインターゲットはZ世代を中心にした10代~20代です  
オケーションは仕事・学校・スポーツ・遊びなど...  
全てのユーザーが私たちの消費者です。





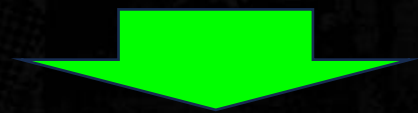
**MONSTER NEXT STEP is....**





## 課題のブレイクダウン 市場背景→解決したい課題

1. モンスターは日本での発売以降急激な成長を続けてきました。  
現在エナジードリンクNO.1ブランドとしてカテゴリーを牽引しています。
2. 特にコロナ後の消費者動向としてコロナ前には完全に戻らず  
モンスターを飲むオケーションが減少傾向にあります。
3. 直近ヘビーユーザーが急拡大し、ロイヤルユーザー化が進んでいます。  
反面で新規率のは鈍化傾向にあり、カテゴリー外からの流入が必要です。



今までエナジードリンクを飲んだ事のないユーザーのトライアルを取り、購入に繋げたい。  
モンスターを飲んだ事はあるが、日常的に飲んでいないユーザーの購入に繋げたい。







# Promotion

テレビCMなどでの広告コミュニケーションや  
新コピーでのリブランディングアイディアは募集しておりません。  
以下に続く4Pを踏まえたアイディアを募集します。

テレビCMなど、広告が施策の起点となるアイディアは  
実現性の問題からNGとさせていただきます。  
新しいユーザーに飲んでもらう・買ってもらう、  
広告に頼りきらない新しいプロモーションアイディアお待ちしております！





# Price

**消費者にとってただのプライスプロモーションに見えない、  
新しいオケージョンに繋がるアイデアを募集します。**

**高単価はモンスターの強みであり、単純な値引きは想定していません。  
消費者にとって新しいオケージョン獲得の為、  
プライスを使う方法は歓迎です。**







# Place

現在のコンビニ・スーパー・EC・自販機に限らない展開と、  
新しいドリンクシーンに繋がるアイデアを募集します。

現在の主戦場のチャネルでの新規ユーザー獲得アイデアは大歓迎です。  
サウナやフィットネスジム等新しいPlaceでの新規ユーザーを獲得したいです。





課題4Pポイント：Place



# Product

**今回新商品・既存品商品自体の変更アイデアは募集しません。  
新商品の打ち出し方等のアイデアは大歓迎です。**

開発時間の観点で新商品自体のアイデアはNGとさせていただきます。  
新しいユーザー獲得の為の打ち出し方は大歓迎です。







## トーン&マナー

1. ブランドのコンセプトや「野性を解き放て」というキャッチコピー変更はナシとしてください。
2. ブランドコンセプトはモンスターの公式HPをご参考にして下さい。
3. 他飲料やブランドとの比較広告は今回はご遠慮下さい。

自由な発想のアイデアをお待ちしておりますが、表現、企画案について次の2点だけ避けてください。

- ・公序良俗に反する表現の使用
- ・商品の中味やパッケージデザインの変更





**最後に纏めとして、  
モンスターは発売後順調に成長を続けてきました。**

**今後日本市場で更に成長を続けるため、  
エナジードリンクカテゴリー外のユーザーに  
飲んでもらう・買って貰う事が求められます。**



A motocross rider in a white and black patterned suit and a yellow and blue helmet is performing a stunt on an orange and white KTM motorcycle. The rider is positioned in front of a large black sign that reads 'MONSTER ENERGY' in white and green letters. The sign is mounted on a structure with flames on either side. Below the sign, the word 'FINISH' is written in large white letters on a black background, with a green Monster Energy logo on the right. The background is a dense green forest.

MONSTER  
ENERGY

FINISH

オリエンテーションは以上です。  
皆様からのたくさんのアイディアお待ちしております！



エナジードリンク非ユーザーに  
MONSTERを飲みたくなる  
買いたくなるアイデア募集



## 応募される企画で解決したい課題

現状の課題	<p>MONSTERは発売以降急成長を続け、2019年からエナジードリンクNO.1ブランドとして成長を続けております。ブランド認知度が特にZ世代に高い反面、コロナ後の2022年エナジードリンクカテゴリー新規ユーザー獲得率は鈍化傾向です。エナジードリンク外のユーザーをMONSTERに流入させる新しいアイデアを求めています！</p> <p>今回募集するアイデアの4Pの留意点は下記です。</p> <p>Promotion: 今回テレビCMのアイデアは募集しておりません。その他アイデアは最も募集しております。</p> <p>Price: 消費者にとってただのプライスプロモーションに見えない、新しいオケージョンに繋がるアイデアを募集します。</p> <p>Place: 現在のCVS・SM・EC・自販機に限らない展開と、新しいドリンクシーンに繋がるアイデアを募集します。</p> <p>Product: 今回新商品・既存品商品自体の変更アイデアは募集しません。新商品の打ち出し方等のアイデアは大歓迎です。</p>
何を (商品、サービスなど)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ MONSTER ENERGYブランド355ml各商品</li> <li>・ 特に主要商品は ENERGY 355ml / MONSTER PIPELINE PUNCH 355ml</li> </ul>
誰に (ターゲット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ メインターゲットはZ世代</li> <li>・ 購入ボリューム層は10代~40代男性</li> </ul>
解決したい課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今までエナジードリンクを飲んだ事のないユーザーのトライアルを取り、購入に繋がりたい</li> <li>・ MONSTERを飲んだ事はあるが、日常的に飲んでいないユーザーの購入に繋がりたい</li> </ul>

## 市場の背景/動向

- ・ MONSTERはエナジードリンクNO.1ブランドとして急成長を続けてきたが、現在は安定成長期に入っている
- ・ 特にコロナ後の消費者動向として、コロナ前には完全に戻らずMONSTERを飲むオケージョンが減少している
- ・ MONSTERとしてはヘビーユーザーが急拡大し、ロイヤルユーザー化が進んでいる
- ・ 反面で新規率の成長は鈍化傾向にあり、エナジードリンクカテゴリー外からの流入が求められる

## 商品サービスの特徴

- ・ MONSTER ENERGYはアメリカ発祥のエナジードリンクで、世界中で販売されている商品です。
- ・ 日本国内では、ENERGY 355mlを中心商品として複数フレーバーを展開しています。
- ・ 2012年以降CVS・SM・Drug・EC・自販機等で発売し、2019年以降カテゴリーシェアNO.1ブランドに成長しています。
- ・ アスリート、アーティスト、eスポーツチーム、イベントなどへのスポンサードや、スポンサードコンテンツを活用したSNSでのコミュニケーション・街頭でのサンプリング、また店頭販促プロモーションを行っています。

## 注意点

表現上のルールや トーン&マナー	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ブランドのコンセプトや「野性を解き放て」というキャッチコピー変更はナシとしてください。</li> <li>2.ブランドコンセプトはモンスターの公式HPをご参考にして下さい。</li> <li>3.他飲料やブランドとの比較広告は今回はご遠慮下さい。</li> </ol> <p>自由な発想のアイデアをお待ちしておりますが、表現、企画案について次の2点だけ避けてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公序良俗に反する表現の使用</li> <li>・ 商品の中味やパッケージデザインの変更</li> </ul>
商品・サービスの加工	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品 (中味・パッケージデザイン) 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。</li> </ul>