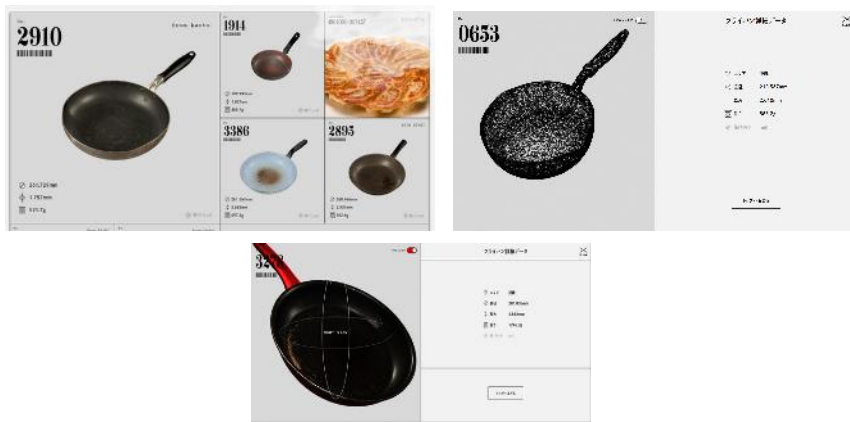


事例) 味の素：「餃子を焼くと焦げるフライパン」のWebサイト

冷凍餃子を焼くと焦げてしまうフライパン3520枚を3Dデータ化し研究開発&一般公開

味の素の冷凍餃子を焼くと焦げてしまうフライパンだけを集めたWebサイトが登場した。全国から提供を受けた3520枚ものフライパンの3Dデータが閲覧可能。サイトは「冷凍餃子フライパンチャレンジ」というプロジェクトの一環で作成されたもので、「味の素の冷凍ギョーザがフライパンに張り付いた」というTwitter (X) に投稿された声をもとに、同様の経験があるユーザーからフライパンを提供してもらい、研究開発に生かすことを目的としている。焦げ付きフライパンのデータだけでなく、焦げ付きやすいフライパンを使用時の焼き方なども公開。



<https://www.ffa.ajinomoto.com/enjoy/frpan/>



ポイント

① フライパン回収後の、研究の途中の様子もマーケティングに活用

集めたフライパンのデータを自社の研究開発に活かす様子をnoteやサイトに進捗報告。最新投稿(2024/1/9)では1週間に1回以上のペースで更新し、従来商品がべったり張り付いてしまうフライパンのうち、26%のフライパンでキレイに焼くことに成功した新規商品の開発を報告。

② 商品へのクレームを連続的な話題化に活用

「フライパンに餃子がくっつく」という冷凍餃子へのクレームを、単なるクレーム処理で終わらせることなく、「永久改良」を合言葉に、より良い商品を開発する自社の姿勢をアピール。当初の呼びかけで実際に収集したフライパンを特設サイトでデータ化し、研究開発に活かす様子を報告。フライパン回収～3Dデータ公開など繰り返し話題化に活用することで、顧客からの信頼を集める。