FAの“難しそう”を
“おもしろそう”に変えるアイデア

現状課題

FAが抱える3つの壁

FA=遠い×複雑×無機質=難しそう

壁①『知ってもらう』

日常生活においてFAとの距離は遠く、
認識して触れる機会がほぼないため、
身近に感じてもらえていない。



壁②『理解してもらう』

FAという言葉や具体的な機械名など
専門用語が多くシステムも複雑なため
そもそも理解する気にならない。



壁③『好きになってもらう』

ユーザー自身が能動的に情報を取得し
たり拡散したくなるコンテンツがなく、
応援したいと思うフックがない。



着眼点

FAは、人間味が無い。
知りたい・理解したい・応援したいの**裏には“人間味”**がある。

インサイト

人は顔が見えると、その商品を知りたくなる/愛着が湧く。

類似成功事例

①ファミマ事例：『涙目シール』

値下シールに値下金額だけでなく、キャラクター化された
食べ物が「たすけてください」と喋ることで購入率が向上した事例。

②本田技研工業事例：『擬人化ダンス』

Honda CONNECTのシステム作動を10人のダンサーで表現。
複雑な技術をダンスとして表現することで魅力的に伝達した事例。

コンセプト

擬人化したFAに
自身の魅力を自身で発信してもらう。

FA自身が人になって「ものづくり」のおもしろさを熱弁する。
それを見た人同士が、FAのおもしろさやすばらしさを共有する。

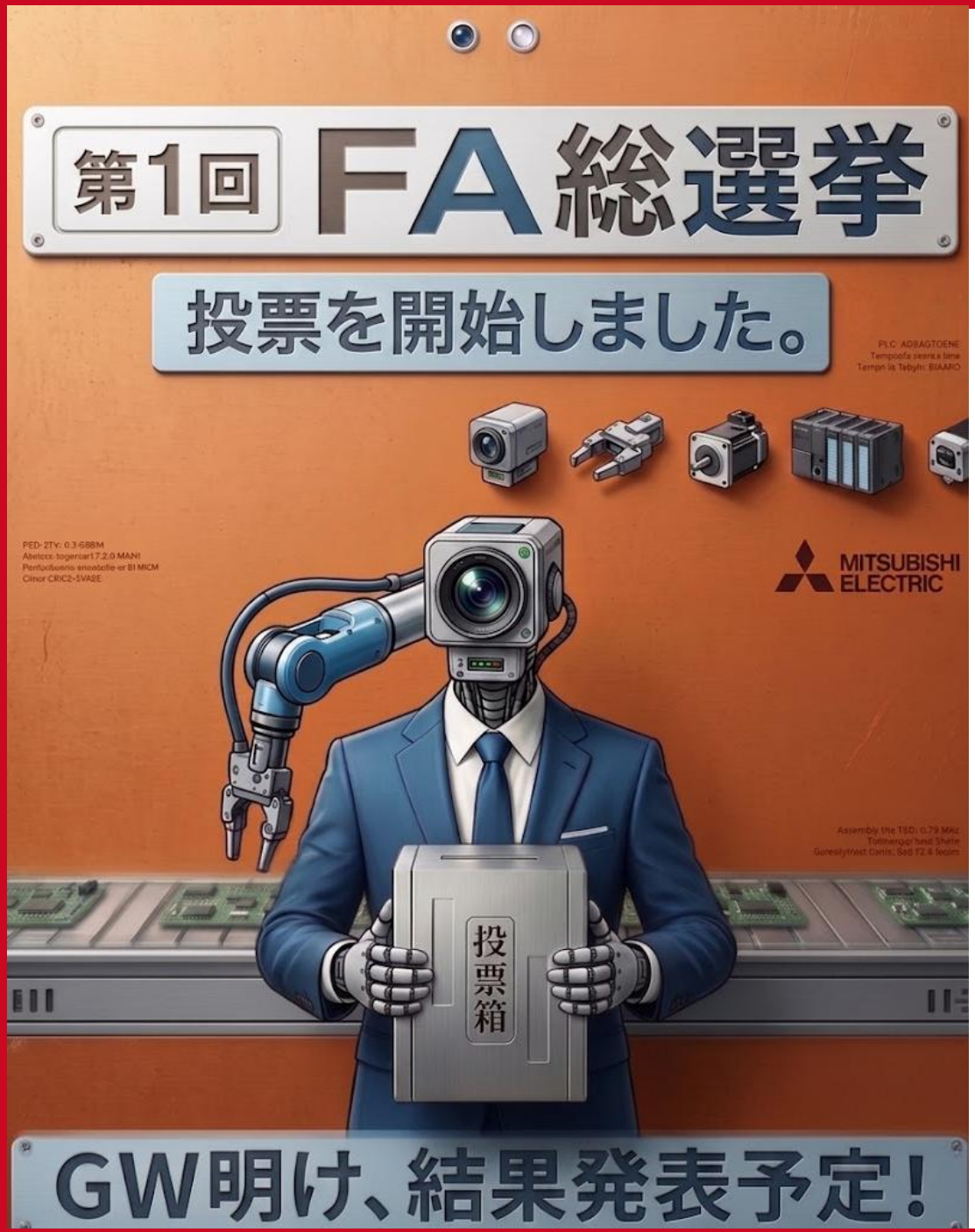
そんなムーブメントを起こせたら・・・

FA＝ 難しい

というイメージが

FA＝ **おもしろい**

というイメージに変わるのではないか。



FA総選挙

ユーザーの推しロボを決める
FA総選挙を開催します。

企画概要

FAを支える機械に政策（製作）方針を掲げる
政治家という人格を与えます。

消費者にとってFAは複雑でイメージがしにくい。
そこで、比較的イメージしやすい機械を擬人化させることで自分事化を誘発。





コアアイデア

総選挙はWebで実施。消費者自らが“知りたい”と
能動的な関心を持つ投票のタイミングで詳細な学習コンテンツへ誘導。

step1
Web投票画面



投票ボタンだけでなく
学習コンテンツを遷移先に設置。

step2
実際のFA映像



消費者がFA本来の“おもしろさ”に
対しても能動的に触れる機会を創出。

step３
投票/結果



投票する頃にはファン化。
結果発表を通して話題化も誘発。

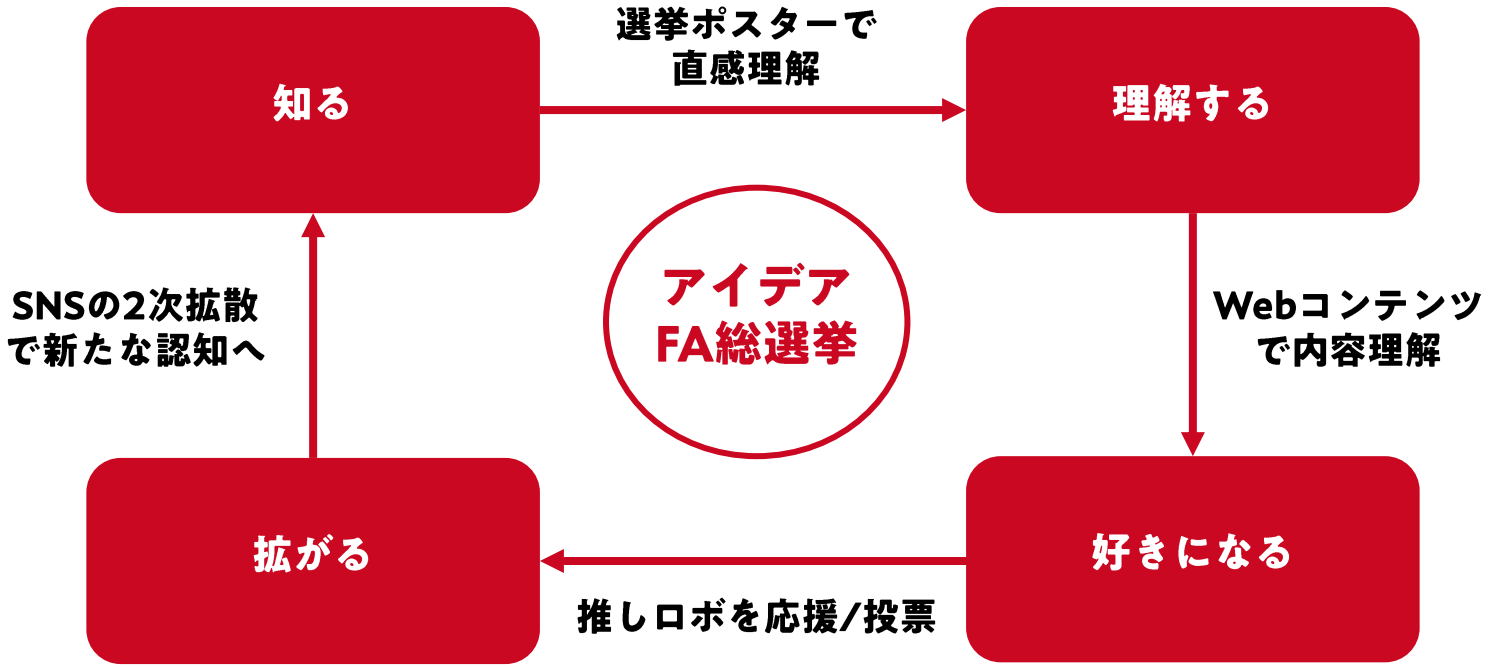
展開案

選挙を模した大型アドトラックとOOHで渋谷をジャック。
SNSでの2次拡散に繋げ、意図的な「バズり」の創出を狙う。



実現する未来

『FA=おもしろそう』の輪を拡げる。



無機質なFAを
人間味のある推しのあのロボに。

“難しそう”と思われていたFAが
“なんか、おもしろそう”に変わる
そんな素敵な未来のきっかけに。