

タイトル

『汐製菓会社の新作 94 サブレ4』

第一幕…奇想天外な発想の幕開け

シーン…汐製菓会社のオフィス

画面が明るく切り替わり、活気あるオフィスの風景。社員たちが慌ただしく動き回り、電話が鳴り響く。デスクには様々な試作品の菓子が並べられている。

汐製菓の社長、汐がオフィスの中心で自信満々に立ち、秘書の塩田と話をしている。

汐…「塩田くん！我が汐製菓の次なるヒット作を発表する準備は整ったぞ！」

塩田（メモを取りながら）…

「今回はどんな奇抜なアイデアですか？前回

の『塩昆布シヨコラ』も斬新すぎて、流石に驚きましたけど…」

汐：「それを超える新作だ！その名も『サブレ』。栗・クルミ味をベースにした究極のナッツサブレだ！」

塩田（少し驚きながら）：

「栗とクルミ…意外とシンプルですね。でも、それだけでは普通すぎませんか？」

汐（自信たつぷりに笑いながら）：

「そこがミソだよ。世界の人々の舌を唸らせるための奥深い秘密が隠されているのさ！」

塩田はため息をつきつつも、期待を込めた表情を浮かべる。

シーン②：試作品開発の舞台裏

オフィス内のキッチンラボ。開発チームが大忙しで新作サブレを調整している。巨大なミキサー、オーブン、そして様々なスパイスや材料が所狭しと並んでいる。

開発担当の河村が試作品を焼き上げ、汐と塩田に見せる。

河村：「これが最新の試作品、『サブレ4』です。」

汐が一つ手に取り、一口食べる。

汐：「うーん、このクルミの風味と栗の甘さ…最高だ！ただ、まだ何かが足りない。」

塩田（試食しながら）：

「確かに美味しいですが、もう少しパンチが欲しいかもしれません。」

汐：「よし、ピーナッツバターを少し加えてみよう。そして、もう一つ秘密兵器だ！」

河村…「秘密兵器…？」

汐が満面の笑みを浮かべながら、棚から特製のメープルシロップを取り出す。

汐…「これをほんの少し加えるだけで、全く新しい次元の味になるはずだ！」

開発チームが再び作業を開始。試作品が完成し、再び試食へ。

塩田…「あ…これ、いいですね！さっきより風味が豊かになりました！」

河村…「確かに！甘さのバランスも絶妙です！」

汐…「これで勝負だ！まずは国内の試食会を開くぞ！」

第二幕…試食会での挑戦

シーン③：地元商店街の試食会

地元商店街のイベントスペース。テーブルに並べられた試作品のサブレヲを囲んで、近隣住民たちが集まっている。

地元の主婦 A：「汐製菓さんの新作？毎回楽しみにしてるのよ。」

高校生 B：「お菓子とか正直あんまり興味ないけど、無料なら食べるか。」

汐がステージに立ち、大きな声で宣伝する。

汐：「みなさん、ようこそ！これはただのサブレではありません。『サブレヲ』は栗とクルミのハーモニーが生み出す究極の味だ！」

来場者が次々とサブレを試食する。

主婦 A：「あら、これは美味しいわね！程よい甘さでお茶に合いそう。」

高校生B：「うわ、クルミがサクサクで意外とウマイ。」

試食会が成功し、塩田が安心した表情を浮かべる。

塩田：「社長、地元では好評のようです。このまま全国展開できますね。」

汐：「いやいや、これはまだ序章だ。次は海外市場だ！」

シーン④：海外進出への準備

オフィスの会議室で、汐、塩田、そして海外マーケティング担当の井口が戦略会議を行っている。

井口：「社長、海外試食会の準備が整いました。まずはアメリカ、フランス、韓国、インドの4カ国です。」

汐：「いいね！それぞれの国の文化に合わせて、追加のアレンジも準備しておこう。」

塩田：「例えば？」

汐：「アメリカではビッグサイズ、フランスでは見た目の美しさ、インドではスパイス、韓国では…SNS映えだ！」

塩田は再びメモを取る。

塩田：「大変な挑戦になりそうですね。でも楽しみです！」

汐：「もちろんさ。面白いことはやりがいがあるんだよ！」

第三幕：世界試食会での大奮闘

シーンのアメリカ試食会 ― スケールの大き
さで勝負

ニューヨーク、マンハッタンの大ホール。試食会
には食に敏感なインフルエンサーや地元メデイ
アが集まっている。巨大な特設ブースには「サ
ブレ4」が並び、目立つバナーには「Nutty
Bliss for All」と大きく書かれている。

汐（高らかに）：

「レディース・アンド・ジエントルメン！今日は、
汐製菓が世界に誇る新作『サブレ4』をお試
しいただきます！」

観客のインフルエンサーたちがカメラを回しな
がら興味津々に試食を始める。

アメリカのフードブロガーA：「ピーナッツバター
味もイケてるけど、この栗・クルミ味、どこと
なくホームメイドの温かさがあるわね。」

フードジャーナリスト田中：「スナック市場ではこういうナチュラルな味が求められている。この栗・クルミはまさにピッタリだ。」

会場内のスクリーンに「栗・クルミ味、大好評！」の文字が大きく映し出される。

塩田（耳打ちで汐に）：

「社長、ピーナッツバターも人気ですが、栗・クルミがメインで注目されています！」

汐：「よし、アメリカ攻略完了だ！」

シーンの：フランス試食会 ― 美食の都での挑戦

場所はパリの老舗カフェを改装した試食会場。洗練された雰囲気の中、フランス人のバイヤーや食通が集まっている。

フランスのバイヤーの…「サブレ？フランスではクッキーのようなものは既に多いが…」

汐がフランス語で挨拶する。

汐…「ボンジュール、メルシー・ポワール・ヴィニール！特にこの栗・クルミ味を楽しんでいたみたい。」

観客たちは微笑みながらサブレを手取る。

フランスの食通ロ…「シンプルだが、非常に上品だ。この栗の甘さが紅茶にぴったり合う。」

フランスのパティシエロ…「クルミの風味がサブレの食感にアクセントを加えている。パリのどこでも売れるだろう。」

会場が感嘆の声で満たされ、塩田が安堵の表情を浮かべる。

塩田…「社長、パリでも栗・クルミ味が主役です！」

汐：「フランス人も愛してくれたとは、最高だな！」

シーン②：インド試食会 – スパイス大国の新たな発見

インド、ムンバイのマーケット広場。試食会は多くの現地住民で賑わっている。汐はカラフルなターバンを巻き、地元の雰囲気完全に溶け込んでいる。

汐：「ナマステ！ サブレはインドのスパイスーな文化とも完璧にマッチします！」

カレー味のサブレが一時的に注目されるが、最終的には栗・クルミ味がじわじわと支持を得る。

インドの屋台オーナーコ：「カレー味も悪くないが、栗・クルミの甘さとナッツの食感が素晴らしいね。」

インドの若者D:「これならどんなチャイとも合う。家族みんな楽しんでる味だ。」

シーン8: 韓国試食会 - SNS映えでバズる栗・クルミ

ソウルの高層ビル内の試食イベント。最新の「FDスクリーンにはリアルタイムのSNS投稿が流れている。キムチ味のサブレが一時的に注目されるが、栗・クルミ味が次第に「安定の美味しさ」として定番化する。

韓国のインフルエンサーE:「キムチ味はネタだけど、結局何回も食べたくなるのは栗・クルミ味だね。」

バイヤーF:「確かに。ファミリーマートで売ったら間違いなくヒットするだろう。」

SNS上で「#サブレヤ」「#栗クルミ最高」といったハッシュタグが次々とトレンド入りする。

塩田：「社長、韓国でも爆ウケです！SNSも大盛り上がりですよ！」

汐：「これでアジア市場も攻略完了だ！」

第四幕：世界的な評価と感動のクライマックス

シーン6：グローバル試食会の総括

帰国後、オフィスで行われる最終報告会。井口が各国のデータをまとめてプレゼンをしている。

井口：「各国での試食会の結果を総合すると、全ての市場で一番支持されたのは…」

『栗・クルミ味』です！」

社員たちが拍手喝采する中、汐が満足げに胸を張る。

汐：「よし、やっぱりシンプルが一番だな！みんな、これからも世界に面白い商品を届けるぞ！」

社員たちが一斉に「はい！」と元気よく応える。

シーン①：祝賀パーティーと次なる挑戦

オフィス内で祝賀パーティーが開催され、社員たちはそれぞれのお気に入りの味を手にとり、笑っている。

塩田（笑顔で汐に近づき）：

「社長、本当におめでとうございます。でも、もう次の新作を考えているんですね？」

汐（ニヤリと笑い）：

「次は…栗と何を組み合わせるか、楽しみにしておけ！」

社員たちが笑い声を上げ、楽しげな雰囲気
の中でエンディングへ。

エンドロール

社員たちと世界各国のバイヤー、試食会の
様子が映し出される。

おわり

第一幕：奇想天外な発想の幕開け (約20分)

シーン1：汐製菓会社のオフィス(約1分)

- ・ 汐が新作「サブレッタ」のアイデアを発表
し、塩田とともに開発に向けての意気
込みを見せる。

- ・ 開発チームの反応と汐の突飛な発想が描かれる。

シーン②：試作品開発の舞台裏（約13分）

- ・ 汐製菓の研究開発チームが試作品を作る過程。

- ・ 栗・クルミ味のサブレの試食と改良が進み、最終的にピーナツバターとメープルシロップが加えられる。

- ・ 汐と塩田、開発チームのキャラクターが描かれ、映画のコメディ要素が強調される。

第二幕：試食会での挑戦（約30分）

シーン③：地元商店街の試食会（約7分）

- ・ 地元の試食会で、住民や高校生たちがサブレを試食。

- ・ 汐のプレゼンが盛り上がり、地元での好評が描かれる。
- ・ 塩田が「国内では好評ですが、次は海外市場」と意気込む展開に繋がる。

シーン④：海外進出への準備（約8分）

- ・ 汐、塩田、井口が会議で海外進出の計画を立てる。
- ・ アメリカ、フランス、インド、韓国というターゲット市場と、それぞれの文化や味覚を意識したアレンジが決定される。
- ・ 次の試食会に向けた準備のシーン。

シーン⑤：アメリカ試食会 – スケールの大き

さで勝負（約8分）

- ・ ニューヨークでの試食会。アメリカの反応と、栗・クルミ味の人気が浮き彫りになる。
- ・ インフルエンサーやメディアに取り上げられる様子を描く。

シーン9：フランス試食会 | 美食の都での挑
戦（約7分）

- ・パリでの試食会。フランス人の食通たちが味に感動し、栗・クルミ味が高評価を得る。
- ・フランス独特の美意識が、サブレの魅力を引き立てるシーン。

シーン10：インド試食会 | スパイス大国の新たな発見（約8分）

- ・インドでの試食会。栗・クルミ味がスパイス文化に調和し、現地の人々に好評を得る。
- ・チャイとの相性が強調されるコメディシーン。

シーン11：韓国試食会 | SNS映えでバズる栗・クルミ（約8分）

- ソウルでの試食会。SNSインフルエンサーたちが盛り上がり、栗・クルミ味がバズる様子。

- SNS映えするサブレのビジュアルが重要な要素となる。
-

第三幕：世界的な評価と感動のクライマックス（約20分）

シーン6：グローバル試食会の総括（約10分）

- 海外試食会の結果を汐が発表。全世界での評価を受けて、栗・クルミ味が圧倒的な人気を誇る。
- 汐、塩田、開発チームが成功を祝うシーン。

シーン7：祝賀パーティーと次なる挑戦（約10分）

- ・ 汐製菓のオフィスで祝賀パーティーが開かれ、社員たちと喜びを分かち合う。
- ・ 塩田が次の新作について質問し、汐が次のアイデアを暗示する。
- ・ 未来への意気込みを込めたエンディング。

エンдрロール(約3分)

- ・ 各国の試食会のハイライトや、SNSでの反響が映像として流れ、エンディングテーマが流れる。

まとめ

- ・ 第一幕(20分)：汐製菓の新作開発のスタートと試作品の調整。

- **第二幕（30分）**…アメリカ、フランス、インド、韓国での試食会を描き、栗・クルミ味が徐々に評価されていく。

- **第三幕（20分）**…世界的に評価され、祝賀パーティーで次の挑戦を予感させる。