

“なつかしさを武器に”

イライラバー

# ターゲットインサイト

30～50代サラリーマン男性に向けた  
体験型のプロモーション



## おじさんは、やらない！

恥をかきたくない・そんなノリじゃない



そんな“おじさん”を、  
強く引き込むプロモーションを提案します

# コンセプト

動きにくいおじさんを動かすには、  
彼らの“感情を触れ動かす”試作が効果的



おじさんのリアクションが一番いい感情は、  
“懐かしさ”だ！

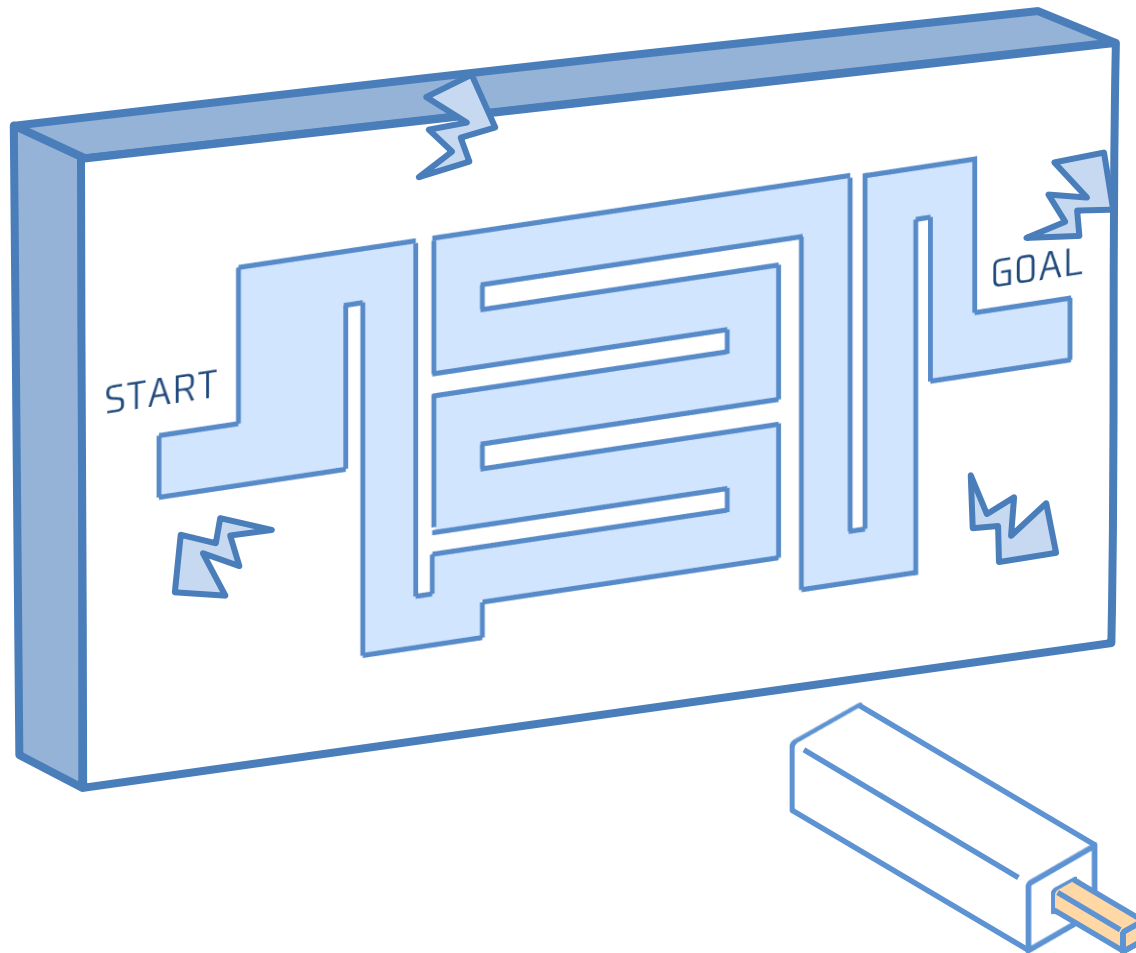
# ターゲットシーン



- ▶ 部の飲み会の後..
- ▶ 仲間と楽しい帰り道..
- ▶ ふと目を向けると..

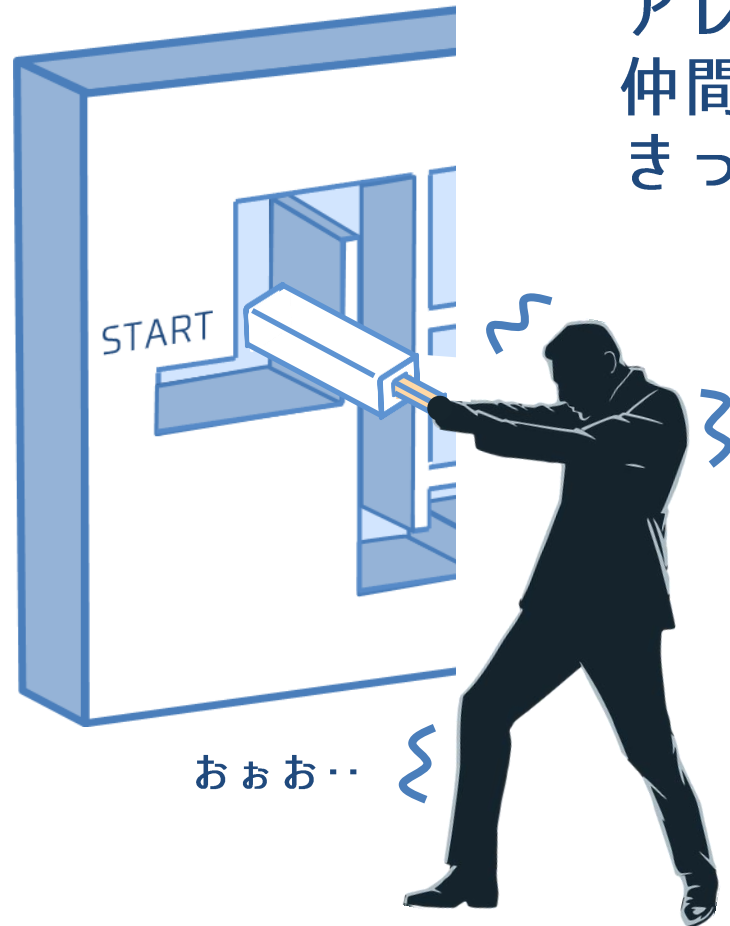
「おお！懐かしい！一回やってみたかったんだ！」

# アイデア イライラバー



# アイデア

きっと誰もが“やってみたかった”  
アレを、ホームランバーで再現！  
仲間と駅にきたほろ酔いおじさんは、  
きっと体験してみたくなるはず！



# 期待効果

“いつも高品質で、なかなか当たりがでない”  
ホームランバーの特徴≡サラリーマンの境遇  
⇒ホームランバーを握りしめた日を、  
彼らはきっと忘れない

