



20代男女にカラムーチョのブランド価値を伝える中吊り広告

「退屈で平凡な毎日」

20代の彼らは飽き飽きしている。

自由で開放的だった学生生活を終え、毎日仕事や生活に追われる日々。

変わり映えも、刺激もない日々に最も退屈さを感じているのが彼らである。

**「通勤電車の車内は、
一日の中でもその退屈さを最も色濃く感じてしまう空間」**

カラムーチョの持つ「エキサイティングでエネルギッシュな気持ちになれる」という提供価値は、電車の中吊り広告でこそ、最も強く彼らに伝わる。

中吊り広告では、カラムーチョのエキサイティングさを直感的に伝えることが効果的である。

エキサイティングでヒリヒリするイメージを、「闘牛」を使って表現した。

カラムーチョの「ムーチョ」の語源はスペイン語。

情熱の国スペインを象徴する「闘牛」は、

カラムーチョの持つエキサイティングさを直感的に表現するのに最適である。

パッションナブルでワイルドなマタドールが、戦いの際に手に持つ「マント」と「剣」は

エキサイティングなスナックであるカラムーチョ、まさにそのものである。

デザインイメージ



掲出イメージ

