

商品をその場でネット購入したくなる広告

WEB専売品「しあわせの激辛」のトライアル購入促進

ハウス食品株式会社



一般流通ではなくネット限定での販売ということ、激辛市場がコアであることから

商品価値の認知が不足している。



激辛ながらもしっかりおいしい、
辛さとおいしさが両立している。

idea

辛いだけでなく 幸せな世界へ。

常にストレスに晒されているビジネスパーソンが、通勤電車の中でふと目を止めて、思わずその旨味と辛味を想像してしまうような、鮮烈でインパクトのある広告を考えました。ただ「辛そう」とだけ感じさせるのではなく、どんな商品なんだろう?と検索してもらうため、唐辛子モチーフや炎、「辛」という文字などを使って画面を構成し、ちょっと不思議な激辛の世界を表現しました。

辛いだけではない上質な、**激辛の極楽へようこそ。**



