

企画書

Metro Ad Creative Award

来年60周年を迎える「味ぽん」ブランドを、もっと好きになってもらえるような広告

NAOKI AOYAGI

商品やサービスの訴求ポイント

「味ぽん」なら1本で失敗なく簡単に味付けが決まる。

制作意図

「味ぽん」の味付けの汎用性は素晴らしいものがあり、どんな家庭にも一本はあるような存在。ただその特徴を言語化しようとする、競合でそれらを網羅できるような商品も今はたくさんある。そんな状況で「より好きになってもらう」を実現するためには「言語化」よりもオリジナリティのある「ビジュアル」で見せることで消費者の気を引くことができると考えた。規則的に横に並んだ人物たちが様々な食材をお箸で持ち、「あ」「じ」「ぽ」「ん」と口で発している様子をオリジナルイラストでビジュアライズし、その先に商品の写真をレイアウト。どんな食材にも合う味ぽんならではの特徴をイラストで表現することで第一印象としてのインパクトを演出し、よくよく口元を観察すると「あ」「じ」「ぽ」「ん」と発していることがわかる、というロジックでまとめた。

来年60周年を迎える「味ぽん」ブランドを、もっと好きになってもらえるような広告



mizkan
味のぽん

鶏もも・おろし・焼肉・焼魚
サラダ・きょうざ・大根おろし
かつおのたたき