

# 「ほめられちゃった青果シリーズ」ブランディング

お客様との共感から、「買うシーン」「作るシーン」「食べるシーン」を売り場で連想させる

## ■ DATA ■

ブランド名 : ほめられちゃった かぼちゃ / ほめられちゃった たまねぎ

業種 : 生鮮食品

クライアント名 : エム・ヴィ・エム商事株式会社

エリア : 全国スーパー

開始時期 : 2013年5月

## ■ 概要 ■

依頼背景 : 青果に付加価値をつけて販売したいとの依頼で、ターゲットの明確化と、家族に「ほめられる」をコンセプトに、売り場のイメージを覆すイラストやデザインで購買意欲を刺激するよう計画。第一弾は煮くずれなどの失敗をしないかぼちゃを、第二弾は炒め物専用のたまねぎとして発売。

ターゲット : 20~30代主婦

コンセプト : お客様の共感を通じて、青果売場を『楽しめる場』に変える

- 開発内容 :
- |   |   |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 調査、企画立案 | <input checked="" type="checkbox"/> 写真撮影        |
| <input checked="" type="checkbox"/> コンセプト   | <input checked="" type="checkbox"/> イラスト、キャラクター |
| <input type="checkbox"/> 商品企画               | <input type="checkbox"/> 店舗デザイン                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> デザイン監修  | <input type="checkbox"/> ディスプレイ                 |
| <input type="checkbox"/> ロゴマーク<br>(商標登録含む)  | <input type="checkbox"/> ユニフォーム                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> ネーミング   | <input type="checkbox"/> コンセプトムービー              |
| <input checked="" type="checkbox"/> ライティング  | <input type="checkbox"/> プレスリリース                |
| <input type="checkbox"/> WEB                | <input type="checkbox"/> 取材記事企画、制作              |
| <input checked="" type="checkbox"/> パッケージ   | <input type="checkbox"/> 申請書制作                  |
| <input type="checkbox"/> 交通広告、ポスター          | <input type="checkbox"/> SNS監修                  |
| <input type="checkbox"/> サイン                | <input type="checkbox"/> イベント企画、運営              |
| <input type="checkbox"/> カタログ、パンフレット        | <input type="checkbox"/> イベント展示物                |
| <input type="checkbox"/> 名刺、ショップカード         | <input type="checkbox"/> 研修<br>(販売計画、理念浸透)      |
| <input checked="" type="checkbox"/> 店頭ツール   | <input type="checkbox"/> 翻訳                     |
| <input type="checkbox"/> 会社案内               |   |

(炒め専用 ほめられちゃった たまねぎ)

### ■ 店頭ツール

・ビニール袋 : 「北見黄」という従来名を「ほめられちゃった たまねぎ」に変更。1個入り、3個入りのパッケージをそれぞれポップなイラストと北見黄の黄色をコンセプトカラーとして展開。

1個入り / 表面



裏面



3個入り



店頭



・スウィングPOP :



(ほめられちゃった かぼちゃ)

### ■ 店頭ツール

・シール : 「栗将軍」という従来名を「ほめられちゃった かぼちゃ」に変更。かぼちゃ断面の反対色となる赤色と緑色を起用し、更にポップなイラストで売り場で目を引く工夫をした。



店頭

・POP : シャキシャキ食感がどんな料理に適するのかを訴求。



・POP : 味と食感に加え、オイルやバターと一緒に食べる提案を。

