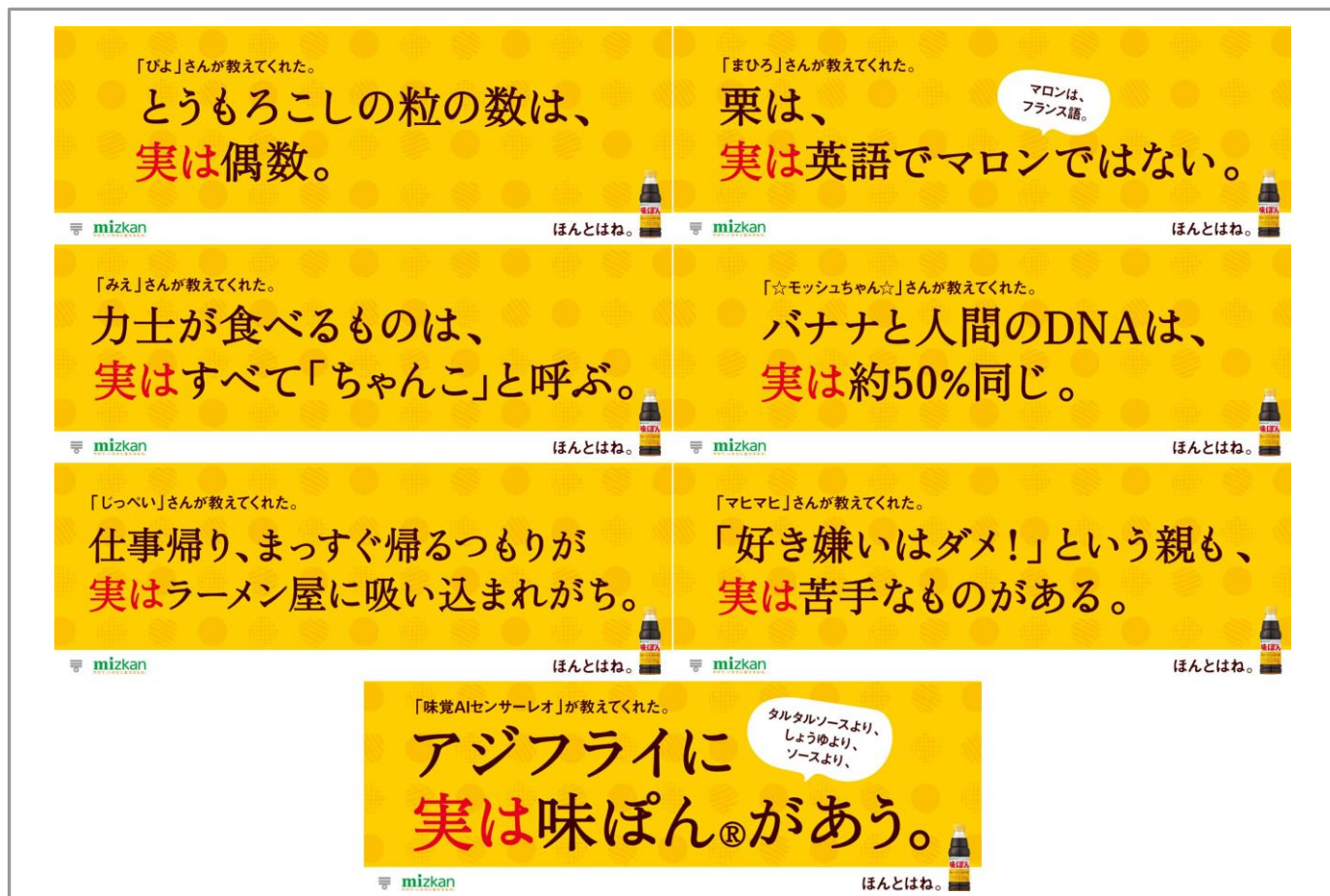


ミツカン福岡・天神で初の駅広告！ 550 案から選んだ「実は〇〇」な生活者の声を発信 ～味ぽん×アジフライの九州での提案～



「びよ」さんが教えてくれた。
とうもろこしの粒の数は、
実は偶数。

「まひろ」さんが教えてくれた。
栗は、
実は英語でマロンではない。
マロンは、フランス語。

「みえ」さんが教えてくれた。
力士が食べるものは、
実はすべて「ちゃんこ」と呼ぶ。

「☆モツシュちゃん☆」さんが教えてくれた。
バナナと人間のDNAは、
実は約50%同じ。

「じっぺい」さんが教えてくれた。
仕事帰り、まっすぐ帰るつもりが
実はラーメン屋に吸い込まれがち。

「マヒマヒ」さんが教えてくれた。
「好き嫌いはダメ!」という親も、
実は苦手なものがある。

「味覚AIセンサーレオ」が教えてくれた。
**アジフライに
実は味ぽん®があう。**
タルタルソースより、しょうゆより、ソースより、

株式会社 Mizkan(本社:愛知県半田市、代表取締役社長兼 CEO:吉永智征)は、同社史上初となる福岡・西鉄福岡(天神)駅での OOH 広告を 2025 年 6 月 16 日より開始します。本施策は、「アジフライに実は味ぽんがあう」をテーマに、生活者から公募した“実は〇〇”エピソードを活用し、味ぽんの新しい食べ方を九州で提案するものです。

広告の背景と目的

味ぽんは、博多の水炊きをヒントに生まれ、長年にわたり全国的に愛されてきた調味料です。現在も新しい使い方を提案し続けています。今回の企画では、福岡県を中心に若年層と家族層に、味ぽんとアジフライがあうという食習慣の定着を目指します。

■広告企画の概要:

- ・期間:2025 年 6 月 16 日(月)から 6 月 22 日(日)
- ・場所:西鉄福岡(天神)駅のコンコース内

■ 広告の狙い

アジフライにソースやタルタルソースをあわせるのが定番とされているなか、実は、「味覚 AI センサーレオ」の診断で、アジフライと相性が最も良い調味料は、“味ぽん”が 97.3 点で比較対象の中で 1 番という結果がでました。(※) 今回の広告では、「アジフライに”実は”味ぽんがあう」ことを、世の中の「実は」の一つとしてとらえ、思っていたことと事実は違うことの「実は」や、思っているけど言えないことの「実は」と一緒に掲出します。驚きや納得、共感をもった「実は」と一緒に掲出することで、記憶に残る広告になることを目指しています。

※参考:[ついに決着！？「アジフライに何をかけるか問題」](#) | ミツカングループ企業サイト

■ 駅での広告展開イメージ



550 案から選ばれた“生活者の声”が駅広告に

■ 「実は〇〇」の募集について

ミツカン公式 X での 5 月 9 日～19 日、および西鉄福岡(天神)駅ときめき広場で 5 月 15 日に実施したサンプリングによりアイデアを募集し、計 550 案から、6 案を選定いたしました。

■ 選定した案について

- ・とうもろこしの粒の数は、**実は**偶数。
- ・栗は、**実は**英語でマロンではない。
- ・力士が食べるものは、**実は**すべて「ちゃんこ」と呼ぶ。
- ・バナナと人間の DNA は、**実は** 50%同じ。
- ・仕事帰り、まっすぐ帰るつもりが**実は**ラーメン屋に吸い込まれがち。
- ・「好き嫌いはダメ！」という親も、**実は**苦手なものがある。

■ 選定に込めた思い

①「実は知らなかったこと、思っていた事実とは違うこと」を伝えるために、情報があふれる中で、正しい情報を伝えたいと考え、思っていたこととギャップや驚きがある文言を選定しました。

②世の中、意外と本音を言えない中で、「思っているけど、言えなかったこと」を代弁して伝えることで、生活者に寄り添い、共感性を持っている文言を選定しました。

■Xでの投稿募集画像と、ときめき広場でのアイデア募集の様子



ミツカンが福岡・天神で OOH 初挑戦、その理由とは？

天神は福岡で常に新しい発見がある場所であり、若年層も多く集まることから OOH 広告の展開場所として最適と考えました。これまでもエヴァンゲリオン風のサイネージや、アザラシが泳ぐ円柱型サイネージ、階段ピアノなど、広告自体が話題となる事例が多く、SNS での話題化も期待しています。

広告の話題化に向けた SNS 施策

広告初日の 6 月 16 日には、九州で活動するママ系・グルメ旅系のインフルエンサー 4 名(総フォロワ数:23 万人)に、Instagram で PR 投稿を実施予定です。広告のユニークさや「アジフライ×味ぽん」の魅力を伝えることで、約 6 万人へのリーチを通じて、駅広告の話題化を図ります。

担当者コメント

2024 年に九州限定の施策として、実はミツカン史上初めての松浦鉄道の味ぽんラッピング電車を運行し、長崎の方に味ぽんへの親しみを持っていただけたと実感しています。2025 年は福岡の方々と新たな接点づくりに向けて、どのような場所と手法が最適か検討を重ねました。その結果、福岡に精通した代理店様のご協力のもと、本企画を実現することができました。

博多の水炊きに着想を得て生まれた味ぽんだからこそ、福岡の方には地元のアジフライをはじめに多彩な使い方を楽しんでいただければ幸いです。(ミツカン営業企画部営業企画 1 課 柳谷、土居)

ミツカンは、企業理念である「買う身になって まごころこめて よい品を」に基づき、商品やメニューを通じて、お客様へ「おいしさと健康」を提供してまいります。

＜西鉄福岡(天神)駅広告に関するお問合せ先＞

ミツカン 営業企画部営業企画1課(九州) 土居 092-281-4183

＜商品に関する一般の方のお問い合わせ先＞

ミツカングループお客様相談センターHP: <https://faq.mizkan.co.jp/>