



報道関係各位

2009年10月8日
ハインツ日本株式会社
<http://heinz.jp>

目黒通りが赤く染まる“逆さケチャップジャック”が スタート、11月3日(火・祝日)まで開催

～逆さケチャップ1,500本ディスプレイも展示～

10月24日から目黒インテリアショップ街(MISC)のお祭“サローネ”と同時開催

洋食ソースのパイオニア、ハインツ日本株式会社(本社:東京都台東区、代表取締役社長:前田英広)は、「もっと食卓にケチャップを」を合言葉に『ケチャップを台所に閉じ込めないで! キャンペーン』を実施中。そのメインイベントとして、目黒通りインテリアショップ街(MISC)を逆さケチャップ1500本で赤く染める“逆さケチャップで目黒通りジャック”が10月2日(金)、いよいよスタートしました。

本イベントは、台所に閉じ込められるのが嫌でオシャレなインテリアショップ街に逃げ出したケチャップファミリーを探すスタンプラリー形式。参加26店舗ではケチャップファミリーに見立てた逆さケチャップ約1500本を、各店の個性とセンスでディスプレイし、それを見つけスタンプをゲットすると、抽選でハインツオリジナルグッズや商品が当たります。参加店の目印は逆さケチャップファミリーのポスターと店内の逆さケチャップ。既に参加したお客様のからは「最近、目黒通りでやたらと目に付くのが、このご家族」といった声も。

注目はMISCのランドマークとも言えるインテリア店「ジェオグラフィカ」(HP <http://www.geographica.jp/>)の1階フロアを赤く埋め尽くした、「ハインツ逆さケチャップ1000本ディスプレイ」。ケチャップがシャンデリアに、フラワースタンドに、植木鉢にとインテリアに大変身。普段は、アンティーク家具で落ち着いた店内が真っ赤に染まった様子に、目黒通りに行く人が驚いて覗き込み、思わず店内に入って来てしまうほどのインパクトがあります。お客様からは「圧巻、アンティーク家具との対比が斬新」といった感想を頂いています。

本キャンペーンではその他にもインテリアグッズとしての逆さケチャップを楽しむ企画が満載です。詳しくはキャンペーン特設サイトをご覧ください。 <http://www.roomflavor.com/heinz>



上段左から ①スタンプラリーポスター
② ジェオグラフィカ店内の1000本ディスプレイ ③ 同 ④ 参加ショップ店内ラリー告知

下段左から ⑤ 参加ショップ入り口のスタンプラリーとMISCサローネのポスター、店内に逆さケチャップディスプレイ ⑥JR目黒駅と逆さケチャップファミリー女の子 ⑦ 目黒通り参加店MAP

<目黒通りインテリア街とは？>

目黒インテリアショップスコミュニティー(MISC)が正式名称。(公式サイト <http://misc.co.jp/>) 目黒通りを中心に集まる数多くのインテリアショップやカフェの中で、約40店舗が地域の活性化を目標に掲げて構成するコミュニティー。

50年代、60年代のアメリカン家具やイギリス、フランスのアンティーク家具、パイン系のナチュラル家具や本格的なオーダー家具、セレクト雑貨を扱うショップや、こだわりのケーキやクッキーをだすカフェなど、様々な個性派ショップの集合体。今回は特にハイツケチャップとテイストがマッチする26店舗にご協力を頂いています。



<逆さケチャップファミリー>

今回のイベントのために、イラストレーター木村タカヒロが率いるクリエイティブ集団「キムスネイク」によって誕生しました。

「逆さケチャップファミリーを探せ！」スタンプラリー概要

- MISCの参加ショップ26店舗(ポスターが目印)を巡り、店内にディスプレイされた逆さケチャップを見つけたら、ラリー台紙に店内備え付けのスタンプを押します。台紙に必要事項を記入して応募すると、スタンプの数によって、抽選で米国ハイツオリジナルグッズやハイツ商品等が当たります。
- ペーパーチャイルド...ペーパー(紙)で出来たキャラクターが実際の世界に存在しているような写真を撮って、キャラクターとコミュニケーションする遊びです。起源は不明ですが日本でも流行の兆しが見えます。ラリー台紙に印刷されているケチャップファミリーを使って作品を投稿して下さい。面白作品は特設サイトで公開します。
- ラリー台紙のQRコードから、キムスネイクオリジナルのケチャップファミリーの携帯待受が無料でダウンロードできます(静止画2点、動画1点)
- ラリー台紙はキャンペーン特設サイトからもダウンロードできます。



キャンペーン特設サイトのトップ画面



スタンプラリー賞品



ペーパーチャイルド



携帯待ち受けの一例とダウンロード用QRコード
(QRデータもご用意しています)

木村タカヒロ氏 プロフィール イラストレーター。セツ・モードセミナー卒業。人間の顔面をメインモチーフに、多彩な表現法を駆使して独自の世界を展開。近年は、「キムスネイク」として、キャラクター、アニメーションの分野にも進出し、個性豊かなバーチャルタレントを生み出すほか、実在タレントのキムスネイク化(キャラクター化)も手がけている。これまでキムスネイク化した芸能人は100名を超える。最近ではフジテレビで放送中の「ザ・ベストハウス123」のアニメーション、GLAY15周年コンサートのアンコールアニメーションを手がけるなど、さらに活動の幅を広げている。キムスネイクHP <http://www.kimsnake.com/>

m&m&m's(エムアンドエムアンドエムズ) プロフィール 三津間智子、ミスミノリコ、macareroの3組4人からなるディスプレイユニット。おしゃれなご祝儀袋、コラージュ作品、アクセサリーなどのオリジナル商品も制作し、その可愛らしさが特に若い女性を中心に人気を集めている。著書に「世界のかわいい紙」「世界のかわいいパッケージ」(ピエブックス)。m&m&m'sHP: <http://www008.upp.so-net.ne.jp/m-m-m/> 三津間智子HP: <http://www.mitsumatomoko.com>

■ 同時実施中:「逆さケチャップでお部屋ジャック」概要 9月14日～11月末予定

- **逆さケチャップがインテリアグッズに!**
「お部屋公開」No.1サイトのルームフレーバー (<http://roomflavor.com>)にて、会員から募集した逆さケチャップをインテリアグッズとして使うアイデアを公開中です。
- **ブログを飾って賞品ゲット!**
自分のお部屋に逆さケチャップを飾って画像をブログで公開して下さった方、また逆さケチャップのブログ素材(無料配布)をブログに公開して下さった方の中から抽選でハインツオリジナルグッズをプレゼントします。

インテリアグッズとしてのアイデアの一例



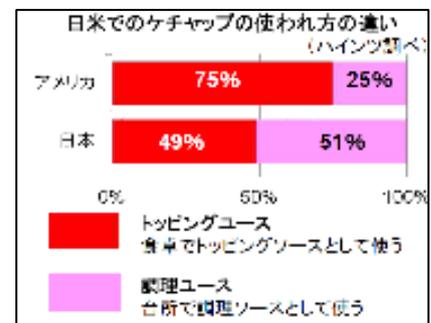
ブログ素材の一例



※ 詳細は、いずれもキャンペーン特設サイト(前頁)をご覧ください。

「ケチャップを台所に閉じ込めないで! キャンペーン」の背景 ～ 台所に閉じ込められている日本のケチャップ

ケチャップが国民的調味料となっているアメリカでは食卓で使われることが多いのに対し、日本では台所で使う率が高いことが当社の調査でわかっています。使用用途の違いに加え、日本には食卓に置けるようなケチャップボトルが少ないことも要因の1つだと当社では見ています。



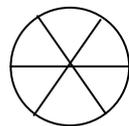
アメリカ生まれのハインツケチャップは、最初から食卓で使うことを考えてデザインされているので、華やかでスタイリッシュなデザインが特長です。「おしゃれなケチャップボトルを食卓に置くことで、食事シーンをもっと楽しく元気にしたい」。このメッセージを伝えるため、台所から逃げ出してインテリアグッズになりきったケチャップたちをイメージした本キャンペーンを展開中です。

※ 詳細は右記リリースをご参照下さい http://www.heinz.jp/download/pr_rl00077.pdf

逆さケチャップ、商品概要



特殊構造ノズル



6分割の切り口

- 商品名: トマトケチャップ 逆さボトル
- 商品特長: 液ダレしないノズルと、逆さに置ける洗練されたデザイン。着色料・保存料は一切使用していません。
- 本体材質: プラスチック。材質がやわらかいので絞りやすく、また、透明感があるのでケチャップの赤が鮮やかに見えます。
- 内容量: 460g / 価格: 273円(税込み)
- 特殊ノズル: 6分割の切り込みが入っている逆止弁が、液ダレを防ぎます。