



## 新聞広告を起点としたクリエイティブ戦略で話題に！

# コメダ珈琲に「コメノワール」が登場？！ エイプリルフル広告がSNSを中心に拡散！

昨年に続くエイプリルフル企画第二弾として、コメダ珈琲店とのタイアップ広告を中日スポーツ・東京中日スポーツで掲載した。同店といえば、名古屋の代表的な文化であるモーニングがおなじみとなっており、モーニングの相棒として中スポは外せないアイテムとなっている。そんな御縁もあり、今回のタイアップが実現した。

内容は同社の看板商品である「シロノワール」をもじった「コメノワール」が発売されるというもの。デニッシュの上に、ほかほかごはんののっているという衝撃的なヴィジュアル。

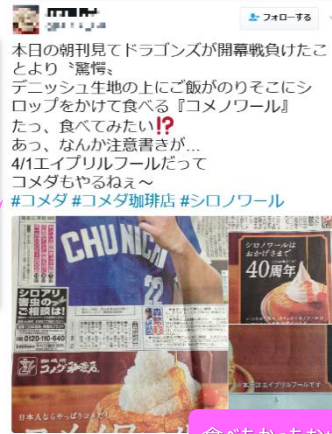
朝のうちから広告画像とともに「だまされた」「面白い」「注文してみたい」「シロノワール食べなくなった」など様々な反響がツイッターやフェイスブックを中心に巻き起こり、事前に用意しておいた新聞広告と同じクリエイティブ内容で公式アカウントが発信をすると、読者の拡散が大爆発。東海地区、関東地区に限らず全国を巻き込む一大ムーブメントとなった。最終的に公式アカウントのツイッターのリツイートは3万超え、フェイスブックのシェアは1500超え、エイプリルフル特集のインターネット記事でも取り上げられるなど大きな反響を呼ぶこととなった。

名古屋本社 スポーツ部 井手翔一郎

### 日本人ならやっぱりコメだ！「シロノワール」ならぬ「コメノワール」の発売をエイプリルフルに告知



### TwitterやFacebook、Instagramなどで拡散！



「コメダ珈琲」公式アカウントのTwitterリツイートは3万超え、Facebookシェアは1700超え！