

2017年7月

# 『ブランドロゴマーク』を刷新！

冷凍食品は、「最もフレッシュな瞬間と最もおいしい瞬間を閉じ込められる優れた食品」です。また、私たち味の素冷凍食品㈱は、「消費者の深い洞察による発想力と先進性で、冷凍食品にしかできない価値を、我々ならではの技術や知見で製品として具現化し、驚きと感動」を提供してきました。しかしその価値は、まだまだしっかり伝わっていません。そこで私たちは、『味の素冷凍食品㈱だからこそできること』をブランドビジョンとして明確化し、その象徴として『新ブランドロゴマーク』を導入しました。



ロゴマーク全体はフラッグをモチーフに、冷凍食品の価値を指し示す象徴として。ゆるやかに風になびいている様子は、時代の風に応えていく姿勢を。さし色として入るあざやかなブルーは、冷凍のフレッシュさを。

## ブランドビジョン

冷凍食品にしかできないことがある  
冷凍食品だからこそできることがある  
そうわたしたちは追究し続けています  
食材がとれたてそのままにフレッシュであることを  
料理ができたてそのままにフレッシュであることを  
生まれてくるアイデアがフレッシュであることを  
あなたの毎日がフレッシュであることを  
みんなの未来がフレッシュであることを

これからも味の素冷凍食品ならではの技術とひらめきで  
フレッシュな瞬間を応援していきます

**フレフレ！フレッシュ！**

**FRESH FROZEN  
AJINOMOTO**

はじめまして、  
フリーザーペンギンの“あじペン”です。



これからは私たちの冷凍技術で、「できたて」や「とれたて」といった『フレッシュ』を味の素冷凍食品㈱が届けていることを、イメージキャラクターの“あじペン”と一緒に伝えていきます！

凍った世界を楽しく生きる“あじペン”、そのおなかは冷凍庫になっています。世界中のおいしいものを探しては、おなかで凍らせみんなに「フレッシュ」なおいしさをお届けするのが使命です。



## ●『フレッシュ』を浸透させるために…

「パッケージ」や「CMエンドカットでの訴求」、「ビジョンを体現した製品戦略」に加え、冷凍の価値を世の中に普及啓発するための新たなコミュニケーションで、浸透を図ります。