



このパッケージは台紙に紙を用いプラの使用量を削減。  
また真空なので賞味期限が長くフードロスの削減にも貢献します。



基本のマークは牛の絵柄ですが  
豚肉のソーセージやベーコンは  
こっそり豚に置き換えています。  
同じ印象にしてマークの変化に  
気づかないようにしています。



養老ミートは和牛販売の横綱をテーマに制作。  
赤・黒を基調色にし、売り場で目立つデザインに。

養老ミートは飛騨牛・和牛の地域一番店ですがロゴ、パッケージ、WEB、広告がバラバラで  
ブランドイメージが安定せず、安価な食品メーカーのようになっていました。  
そこで飛騨牛・和牛に強い専門店という特徴を活かし横綱牛が神社に土俵入り奉納する設定で  
ロゴマークをデザイン。色は赤と黒を基調に木目をサブカラーにすることに。  
高級店の木のまな板にお肉が置いてあるイメージをパッケージにしました。

ロゴ→パッケージ→WEB サイトという流れで制作していますが、  
それぞれ専門性が強く年単位で制作するため  
別チーム、別の時間軸で進行されバラバラになりがちです。  
養老ミートは一貫して同じチームで行うことで統一感のある表現を実現しました。



競り落とした牛は1万頭。

目利きのかで軍配があがる。



飛騨牛専門店では地元では知名度・信頼度No1。  
そこで「肉の横綱」をコンセプトに表現しました。

