

AJI-NO-MOTO® renova parceria de sucesso com a Toei Animation para ONE PIECE

Embalagens temáticas colecionáveis retornam em seis novas edições após crescimento de mais de 40% nas vendas em 2024



Crédito: divulgação

São Paulo, janeiro de 2026 – Após um aumento de mais de 40% nas vendas de sua embalagem PET de 100g em 2024, o realçador de sabor AJI-NO-MOTO®, da Ajinomoto do Brasil, renova sua parceria com o lendário estúdio **Toei Animation** e anuncia uma nova fase de sua colaboração com **ONE PIECE**, uma das séries de anime mais populares do mundo. O objetivo é manter a forte conexão com os fãs da série, que demonstraram grande entusiasmo com a campanha anterior.

Nesta nova edição, a marca apresenta seis novas embalagens colecionáveis de edição limitada, disponíveis nas versões PET 100g e Sachê 36g. Além de uma nova versão do Luffy, os consumidores também encontrarão edições estampadas por Law, Buggy, Shanks, Ace e Sabo. Os produtos estarão disponíveis nos pontos de venda em todo o país e na plataforma de e-commerce da empresa, a Loja Ajinomoto. A campanha reforça a estratégia da marca de engajar o público jovem e constrói sobre o sucesso alcançado na primeira fase da colaboração.

Resultados de pesquisa da Kantar após a primeira onda mostraram que a parceria expandiu a aceitação da marca, atingindo um recorde histórico em abril de 2025, e revelaram que os consumidores compraram o produto para uso real, indicando um forte

potencial de crescimento. A nova campanha digital mantém o slogan “*Uma pitada deixa tudo mais gostoso!*”, reafirmando o conceito de que pequenas quantidades de AJI-NO-MOTO® podem realçar o sabor de qualquer refeição de forma fácil e prática.

Segundo Chiara Tengan, Gerente de Marketing da Ajinomoto do Brasil, os resultados superaram as expectativas. “O licenciamento de ONE PIECE foi um grande marco na nossa jornada. O Brasil foi o primeiro país depois do Japão a realizar essa colaboração, e a resposta foi muito positiva. O engajamento foi especialmente forte entre o público mais jovem, que se conectou com o apelo colecionável e aumentou sua frequência de compra. O estudo que conduzimos com a *MindMiners* entre nossos consumidores mostrou que um quinto comprou o produto, 85% relataram estar satisfeitos e 72% declararam intenção de recompra. Ao vincular nosso produto a uma das franquias de anime mais famosas do mundo, não apenas impulsionamos as vendas, mas também rejuvenescemos nossa marca e atraímos emocionalmente novos consumidores.”

Nova campanha digital

A nova campanha digital, veiculada nas redes sociais da marca e na Pluto TV, apresenta os personagens Luffy (GEAR5), Law, Buggy, Shanks, Ace e Sabo, e destaca o poder do umami, reconhecido como o quinto gosto básico do paladar humano, provando como apenas “Uma pitada deixa tudo mais gostoso!”. A ação dá vida à marca AJI-NO-MOTO® de forma leve e divertida.

No comercial, Luffy mais uma vez saboreia seu tradicional prato brasileiro com AJI-NO-MOTO® e se surpreende com uma explosão de sabor, destacando sua conexão com o umami, identificado pelo cientista japonês Dr. Kikunae Ikeda em 1908, descoberta que inspirou a criação do Grupo Ajinomoto. A estratégia de comunicação foi desenvolvida pela Dentsu Creative.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Ajinomoto do Brasil desenvolve projetos e ações alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais justo e sustentável até 2030. Clique aqui para saber mais sobre esses projetos.

A divulgação deste material apoia diretamente os seguintes ODS:



Sobre ONE PIECE

ONE PIECE é produzido pela Toei Animation e baseado no mangá best-seller criado por Eiichiro Oda. Esta icônica série episódica segue o pirata Monkey D. Luffy e sua Tripulação do Chapéu de Palha em sua jornada épica para encontrar o "One Piece", o lendário tesouro de Gol D. Roger, o antigo Rei dos Piratas. Agora, mais de 25 anos desde sua estreia na TV japonesa em 1999, ONE PIECE assumiu seu lugar na cultura pop mainstream, atraindo milhões de fãs de todas as idades e ao redor do mundo. Hoje, a franquia ONE PIECE cresceu além da série episódica original, abrangendo 15 longas-metragens, inúmeros video games, um jogo de cartas colecionáveis e um catálogo em constante expansão de produtos licenciados e entretenimento baseado em localização.

Sobre a Toei Animation Inc.

Com sede em Los Angeles, a Toei Animation Inc. gerencia a distribuição das principais propriedades da Toei Animation — incluindo as franquias Dragon Ball, Sailor Moon, ONE PIECE, Digimon, Os Cavaleiros do Zodíaco e muitas outras — para a América do Norte, América Latina, África do Sul, Austrália e Nova Zelândia. Além disso, o escritório da Toei Animation em Los Angeles também supervisiona todas as categorias de licenciamento de produtos de consumo baseados em suas marcas de cinema e televisão dentro desses territórios. Para mais informações, visite toei-animation-usa.com.

Sobre AJI-NO-MOTO®

AJI-NO-MOTO® é um realçador de sabor que traz o verdadeiro gosto umami para os seus pratos. Feito a partir da fermentação de cana-de-açúcar 100% brasileira, AJI-NO-MOTO® pode ser usado tanto durante o preparo quanto na finalização, deixando qualquer receita ainda mais deliciosa. Além disso, AJI-NO-MOTO® é um aliado importante na redução de sódio nas refeições. Basta substituir metade do sal de cozinha pela mesma quantidade de AJI-NO-MOTO® e voilà — você reduz o sódio em seus pratos em até 37%.

Sobre a Ajinomoto do Brasil

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por produtos de varejo como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, atuando também no segmento de food service. A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto para consumidores quanto como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Seu propósito é contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta por meio de sua "AminoScience", a ciência dos aminoácidos, da produção à aplicação, através de um sistema alimentar sustentável. Para isso, a empresa trabalha com produtos desenvolvidos como parte do Biociclo – um processo de produção circular com impacto ambiental reduzido. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3.000 pessoas e atende tanto o mercado interno quanto o externo. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34.000 pessoas, opera 117 fábricas e comercializa

produtos em mais de 130 países. Em 2024, alcançou receita global de US\$ 10,2 bilhões e receita nacional de R\$ 3,6 bilhões. Para mais informações, visite www.ajinomoto.com.br.

INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL FSB Comunicação
ajinomoto@fsb.com.br