①「ゴミを通した削減」における情報戦略マップ

3月	4月	5月	6月	7月
	・ﾁｰﾑ･ﾏｲﾅｽ６％１周年 ・入学式/入社式	・御手洗新会長が就任 ・家電各社が夏商戦むけ広告を投入	・政府ノーネク月間（1ー） ・エコアジア（24･25） ※改正容リ法施工（？）	・梅雨明け ※本格的な需要期

ステイタス化　（国内外の評判情報を創出フロシキのﾌｧｯｼｮﾝｽﾃｲﾀｽを高める）

- [redacted]
- [redacted]「フロシキのある生活」提案
- 海外ショップでのフロシキ展
  国外での活動実績を情報化
- 海外でのフロシキ受容調査
  海外でフロシキ体験をしてもらい
  その評価･反響の声を
  まとめて国内マスコミに情報提供
- [redacted]とのカップリングで
  フロシキの情報化
- 外国人旅行者
  フロシキPR
  [redacted]
  キャンペーンとの連携

トレンドリーダーによる
フロシキの魅力を訴求

国外でのフロシキの評判獲得

ムーブメント化　（フロシキ･エコバッグ＝カッコイイ認識形成）

- [redacted]
  フロシキ モニター
- [redacted]
  販売開始
- 国外での評価の声を国内メディアで情報露出
- スポーツイベントと連携
  ﾁｰﾑﾛｺﾞ入りのフロシキ･エコバッグなど特別グッズを流通･情報化

若者がフロシキを手にしている様子を情報化

タッチポイント拡大（誰もがフロシキの魅力を体験できる機会の提案）

ﾁｰﾑ員企業の
協力体制強化

流通との
連携強化

- 行楽シーズンの合わせたフロシキ･エコバッグ販売の推進
- 歳時に合わせたフロシキ･エコバッグ販売の推進
- [redacted]
  ﾁｰﾑ員企業による
  [redacted]
- 集客スポットでのフロシキ･エコバッグ活用推進
  - 歩行者天国
    ふろしき包み方ワークショップ
  - [redacted]
  - [redacted]
    サンプリング
- フロシキを活用した
  環境教育の推進
  - 小・中学校にて環境学習実施
- 賛同企業 自社プロモーションでのフロシキ活用推進

想定論調

- ●ふろしきスタイル
  [redacted]
- ●ふろしき普及に
  企業が連携
- ●[redacted]
  10代に高い支持
- ●フロシキ片手に
  旅行が“粋”
- ●パリで大絶賛
  FUROSHIKI
- ●世界に“羽ばたく”
  フロシキ文化
- ●母の日プレゼント
  フロシキ包装が人気
- ● ｸｰﾙﾋﾞｽﾞとﾌﾛｼｷを
  日本の環境ブランドに
- ● 日本のお土産
  人気NO1はフロシキ
- ●日本文化の伝承と
  環境教育を両立
  「フロシキ授業」はじまる

Copyright © 2006 Hakuhodo All Rights Reserved.

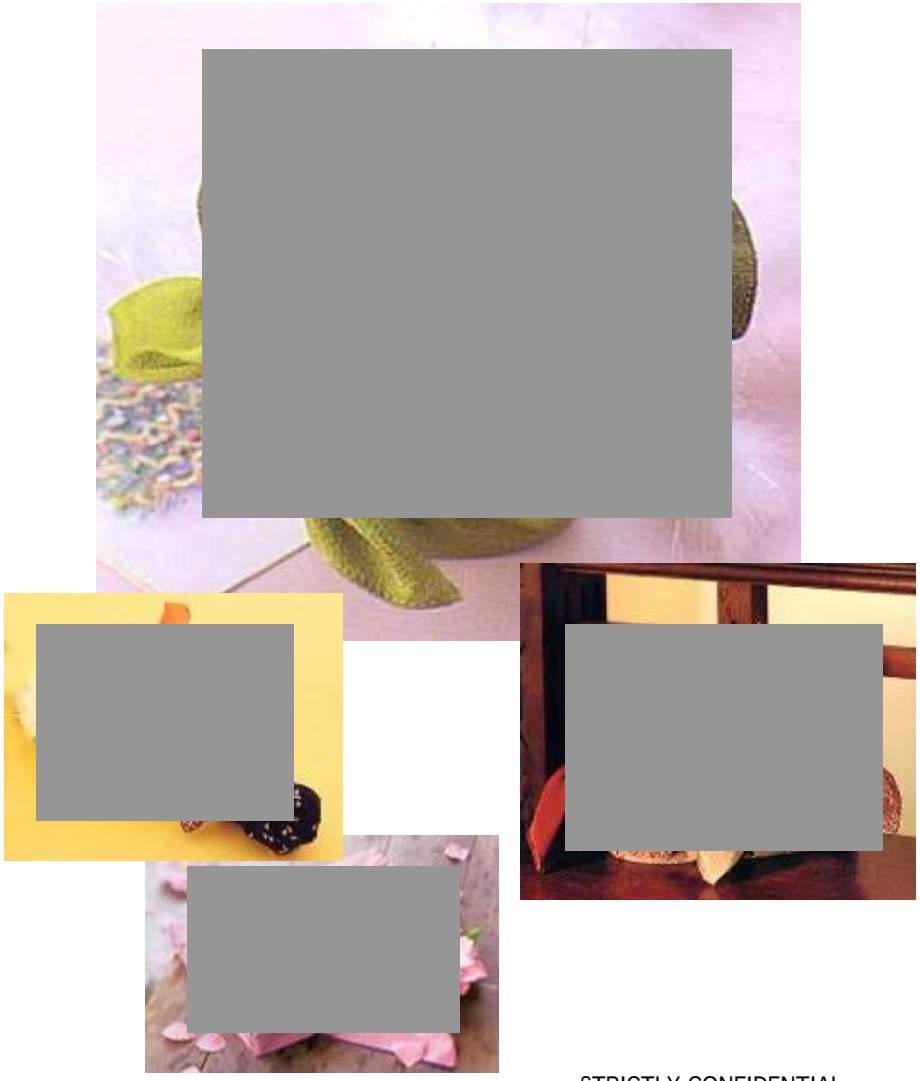
STRICTLY CONFIDENTIAL

[redacted]
と連携

② 母の日「フラワー＆ふろしき」ギフト

協力依頼済

チームプレーヤー	[redacted]
ターゲット	母の日に花をプレゼントする子供
アクション	[redacted]



Copyright © 2006 Hakuhodo All Rights Reserved.

STRICTLY CONFIDENTIAL