

クイズ・検定を取り入れた内容で、コースターを手に取り
トライする効果を狙ったプロモーション。

【コナミ】 DS「大人力検定」

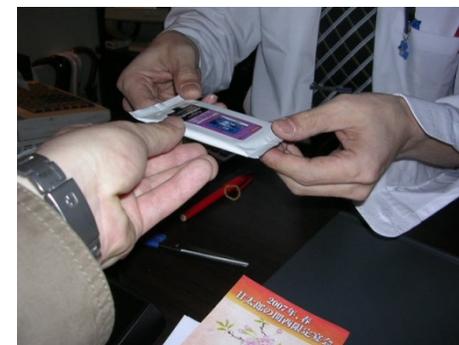
- 実施時期：2007年3月30日 2週間
- 実施場所：大阪 甘太郎 10店舗
- 実施目的：ゲームの販売告知
- ターゲット：学生～サラリーマン
- 実施内容：オリジナルコースター 5万部
会計時ウェットティッシュサンプリング 1.5万部
ポスター4種類掲出



タイアップコースター配膳



ポスター掲出



ウェットティッシュ
サンプリング



①コースター



②ウェット
ティッシュ

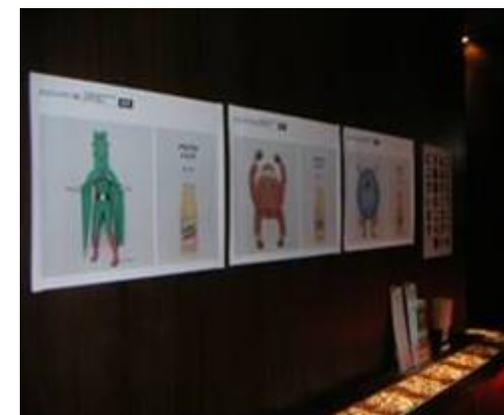


③ポスター

メーカーのキャラクターを店舗で露出。箸袋から占いゲームをし、ストラップをもらうことで話題となる。“楽しめる”内容を盛り込んだプロモーション。

【大塚製薬】FIBEMINI「体内怪人」

- 実施時期：2006年10月(2週間)
- 実施場所：甘太郎 首都圏 22 店舗
- ターゲット：女性
- 実施内容：箸袋10万膳＋コースター10万枚＋ポスター
携帯サイトで体内怪人占いをすると携帯ストラッププレゼント
- お店の声：可愛らしいストラップが人気で、ストラップ欲しさにみんなアクセスしていましたよ。
キャラクターが可愛いので、スタッフの中でも評判でした。



B2ポスター(連貼り)



箸袋広告(B5サイズ)



タイアップコースター

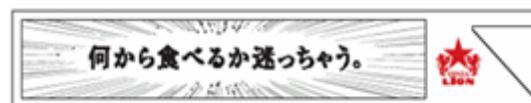


サンプリングストラップ

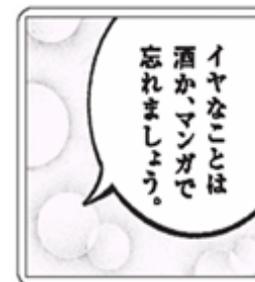


【角川書店】 『コミックチャージ』創刊号告知

- 実施時期: 2007年3月 2週間
- 実施場所: 銀座ライオン 首都圏 約40店舗
- 実施目的: 「コミックチャージ」創刊号の告知
- ターゲット: 30代以上サラリーマン
- 実施内容: B5チラシ箸袋10万膳・コースター10万膳・B2ポスター
- お店の声: シュールなコメントが目につき、広告らしくなく、店の落ち着いたイメージに合っていたと思う。



箸袋デザイン
(レギュラータイプ)



コースター



B2ポスター

