

Example

メーカー・ブランド向け提案事例

マーケティング戦略：サステナブル市場を作ろう！



Ett Project by 特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

Example 目次

- P1 : 表紙
- P2 : 目次
- P3 : 目的 | サステナブルマーケットを作ろう！
- P4 : 概要
- P5 : 目的に対するアプローチ
- P6 : **提案1 日本の女子高生にPR!!**
- P7 : フォーエヴァーグリーンは日本の女子高生に“特別なPR”が可能!!
- P8 : 記事内容+ECに飛ばす日本初の教育機関内マーケティングプラン！
- P9 : EC設計
- P10 : プラン1に紐づく売上の試算
- P11 : 参考資料
- P12 : 母親の心理を考える
- P13 : プラン1: 啓発紙「Ett-女子高生」への掲載
- P14 : **提案2 ファミリー層とコミュニケーション!!**
- P15 : フォーエヴァーグリーンは日本の小中学生にダイレクトPRが可能！
- P16 : 記事内容+ECに飛ばす日本初の学校内マーケティングプラン！2
- P17 : ダイレクトコミュニケーションで消費者の意見を聞こう！
- P18 : イベントへの出展
- P19 : プラン2: 啓発紙「Ett-母親向け」への掲載+イベント出展
- P20 : 長期プラン
- P21 : 中長期プラン：イベントとメディアの組み合わせ
- P22 : サステナブルマーケット
- P23 : ログ掲載ページ
- P24 : お問い合わせ

Example 目的：サステナブル市場を作ろう！

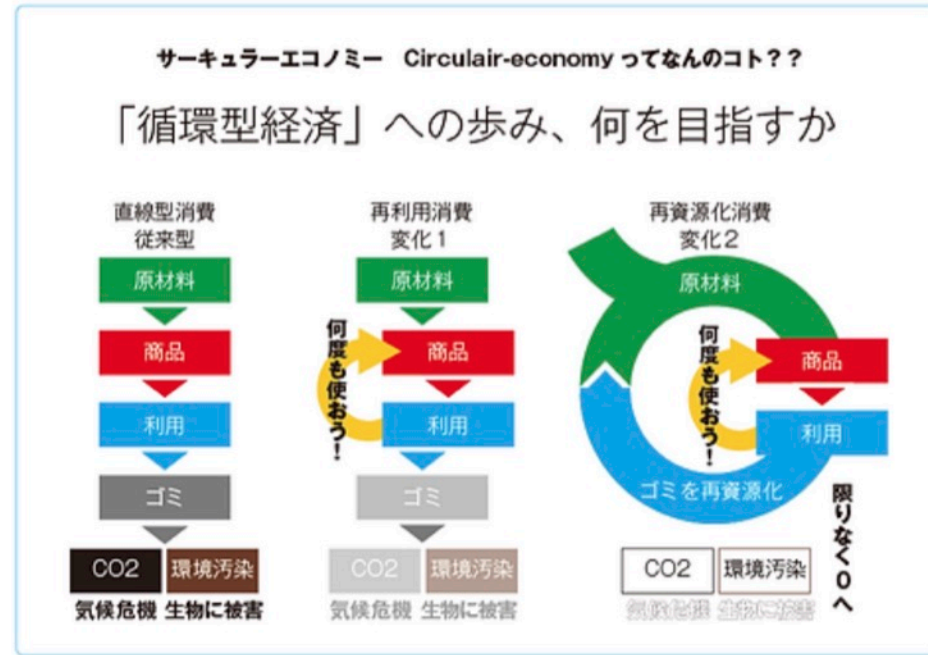
例：サーキュラーエコノミーで革命を！

サーキュラーエコノミー（Circular Economy）とは、「循環型経済」と呼ばれ、廃棄製品を「資源」と考え、リサイクル・再利用を活用し、資源を循環させる、新しい経済システム。特に欧米で盛んです。

世界的経済発展と人口増加に伴う背景から、大量生産と大量消費が繰り返されています。その中で処理しきれない大量の廃棄物が自然環境を汚染し、地球温暖化に対して甚大な被害をもたらしています。地球温暖化を抑制しつつ経済を持続するには、循環型の経済システムの構築は喫緊の課題です。

サーキュラーエコノミーを普及することは地球温暖化を防止する我々の使命の1つです。

<http://www.forever-green.jp/>



Example 概要

韓国発リサイクルアパレルブランドの誕生

現在韓国では、センイル広告と呼ばれる韓流アイドルファンによって寄贈された広告も展開されるほどメディアが発達。しかし、広告は入れ替わりも激しい。ライブ会場などで利用される広告プラカードなども廃棄量が多くなっている。



そこで、韓国企業、株式会社XXXXはXXXXと呼ばれる廃棄プラカードを利用したアパレルブランドを展開。地球環境の改善をもたらすため廃棄広告を利用した衣料や小物などの制作販売を開始。



目的は、XXXXを日本に普及させ、地球温暖化防止に対する取り組みを行う。

Example 目的に対するアプローチ

Priority

最重要指標は購買数

目的である、地球温暖化の抑制に対しての最重要指標は購買数である。

サステナブル商品であるリサイクルアパレルの普及により、サーキュラーエコノミーへの貢献へとつながる。

リサイクルアパレルの普及 = **購買数の増加**

Plan

Effective use from test marketing to full-scale plans to increase purchase opportunities

- 1 : 日本の女子高生にPR!!→啓発誌Ettへの掲載
- 2 : ファミリー層とコミュニケーション!!→啓発誌とイベント出展の組み合わせ
- 3 : 長期プラン→小学生から触れ合え、高校生になる頃には自発的に求めるように
- 4 : サステナブルマーケット→誰もがどんな時も参加できるように



Example

提案1

日本の女子高生にPR!!

Example フォーエヴァーグリーンは日本の女子高生に“特別なPR”が可能!!

ターゲットリサーチプロジェクトを実施しよう!

XXXXXは誰が一番欲しいと思うのかを調査するプロジェクト。

20代のオシャレなZ世代は実際は「お金が無い」ので、購入にとてもライバル要素が多い。

今回啓発紙Ettに掲載することで、学校でリサイクルなどを学んでいる高校生は欲しいと思ったら

親に「欲しいとお願いする」 = 購入に繋がるチャンスが高い

TOKYO
所得
TOP10

港区:	31校	11,829人
千代田区:	34校	11,483人
渋谷区:	17校	8,956人
中央区:	3校	2,441人
目黒区:	17校	7,670人
文京区:	38校	14,461人
世田谷区:	61校	21,494人
新宿区:	18校	7,293人
品川区:	12校	8,911人
杉並区:	30校	15,231人
合計240校		



公立高校

26,669人 → 14,963人

私立高校

83,100人 → 58,783人

合計109,769人 合計73,746人



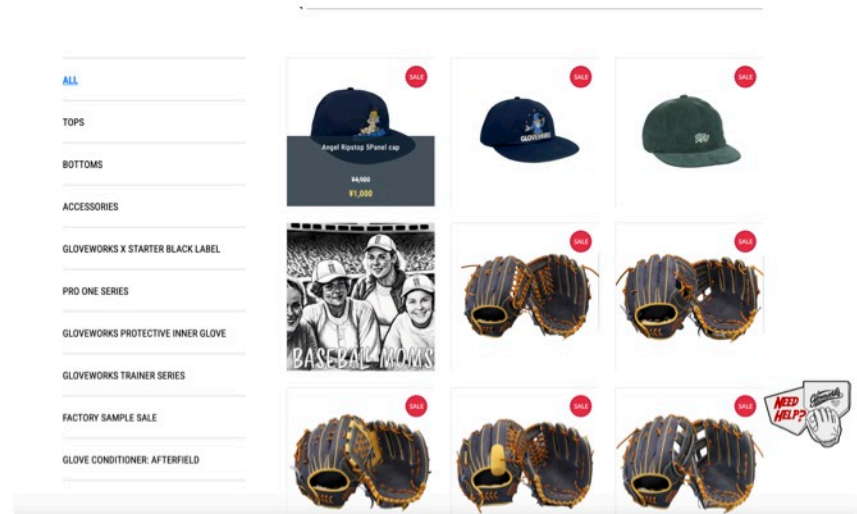
Example EC設計

ECを展開！韓国から日本にダイレクト販売！

販促の方法に合わせて欲しい機能を**自由**
に**カスタマイズ**ができる。

ECの制作費用はカスタマイズ量にもよ
るが、**最低100万円**~始めることが可能
である。

費用	1,000,000円~
保守費用(月額)	33,000円~
サーバー費用(月額)	600円~



参考: <https://jp.gloveworks.net/>

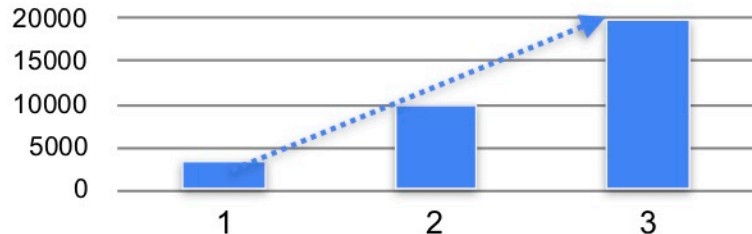
Example プラン1に紐づく売上の試算

【年間売上の試算】 2:6:2の法則に当てはめて試算

1年目:3.5%のリーダー(高校生合計 $73,746 \times 3.5\%$)が行動変容を起こす

2年目:??%のフォロワーが行動変容を起こし始める※フックが必要

3年目:合計20%(合計 $73,746 \times 20\%$ 人)の先進者が行動変容を起こす



【マーケティングが成功した場合の試算】

1年目: 73,746人 \rightarrow 3.5% = 1750人 \rightarrow 20,000円のジャケットを購入 = **5162万円**

3年目: 市場の最大値は 73,746人 \rightarrow 20% = 14,745人 \rightarrow 20,000円のジャケットを購入 = **2億9490万円**



Example 参考資料 | 社会を変える力&経験則データ

3.5%の法則

提唱者：エリカ・チェノウェス教授

所 属：ハーバード大学

内 容：20世紀に起こった数百もの市民活動と社会変革の歴史を調べたところ、賛同する人の数が3.5%に達したムーブメントの多くが成功していること、それも非暴力の平和的な活動のほうが、暴力的な活動に比べて成功率が約2倍だったというレポートを発表した。



<http://www.forever-green.jp/>

2:6:2の法則(パレートの法則)

提唱者：ビルフレッド・パレート

所 属：厚生経済学におけるパイオニア的存在

内 容：2-6-2の法則とは、あらゆる集団において、パフォーマンス（生産性）が良い人が2割、パフォーマンスが中くらいの人が6割、パフォーマンスが悪い人が2割の割合で存在するという経験則である。具体的な例を挙げると、学校の2割が成績優秀者、6割が平凡、残り2割が成績不振者、といった事象。



Example 親の心理を考える・安心感を与える>>買い与えやすい

ママア、お誕生にコレが欲しい！
〇〇ちゃんも持ってるのー
ワタシも欲しい！！

高校生向けのファッション誌に載っているアパレルブランドのバックを欲しいと言われるのと、学校経由で配布されたサステナブル啓発紙に掲載されている、社会貢献性が高いブランドを欲しいと言われる親の気持ちを考えた時、

親はどちらを買い与えようと思うでしょうか。
その答えは明確です。

同じ「欲しい！」でも、親の安心感は違います。クラスの優等生と同じく、社会のための物を持つのです。



Example プラン1: 啓発紙「Ett」への掲載

Ett掲載にかかる費用

プラン	A 4カラー小冊子1ページ出稿
配布数	約10万部
費用：1回=ASK	誌面/税込+a(クリエイティブ費用)
配布場所	高等学校
配布方法1	クラスで生徒各自に配布
配布方法2	パッケージ制作所から学校まで自転車で配達。CO2排出0!
配布時期1：イベント告知	イベント開催前2024年2月下旬~3月上旬
配布時期2：イベントレポート	イベント開催後2024年4月上旬~5月上旬※予定

※企画、取材費用、撮影、デザイン、印刷費が含まれます。

※取材記事の2次利用可能

Example

提案2

ファミリー層とコミュニケーション！！

Example フォーエヴァーグリーンは日本の小中学生にダイレクトPRが可能！

ターゲットリサーチプロジェクト2！

SALIDAは誰が一番欲しいと思うのかを調査するプロジェクト。
30～40代の子供のいる主婦層(ミレニアル世代)が、最も消費に
対してのポテンシャルが高い！

人気ママ系ファッション紙VERYの 読者モデルが最も多いのが世田谷！

【世田谷区の子供人口】

幼稚園 8園：約400人
小学校61校：約3.8万人
中学校29校：約1.2万人
合計 約5万人



教育機関を經由してママに配布する

特別な方法をフォーエヴァーグリーンは持っている！

<http://www.forever-green.jp/>

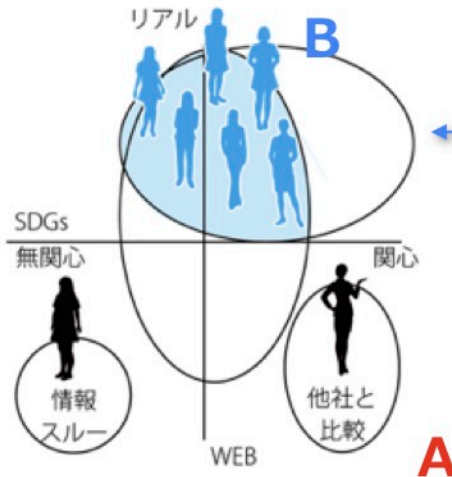


Example ダイレクトコミュニケーションで消費者の意見を聞こう！

商品を手にとってもらい生の反応を確認！

【戦略：サステナブルファンの新規獲得】

フォーエヴァーグリーンのマーケティング戦略として、そもそものサステナブルファン(A)は既に好きなブランドがあり、新たなものを買わせるのは難しい。これからサステナブルのファンになる人(B)に購入を呼びかけてゆく方が、効率的と考えています。



<http://www.torever-green.jp/>

ピースフォーアース ママの楽チン成長パートナー

高島屋アレーナサロン 留学体験

子供と体験する世界の冒険!

- 世界で1番パンの種類が多い国のラブラブスイーツ体験
- 伝統文化をお持ち帰りができる体験
- カナダへひとつ飛び！甘い体験がココを彩る!
- コンテンツ名入るコンテンツ名入る
- コンテンツ名入るコンテンツ名入る
- 超スマート大学生の顔の中ってどうなってるの?
- “美味しい地方産品試食体験” コロケプリンセス vs コロケ王子

本誌をお持ちいただく会場内ブースで「SDGs なモノ」プレゼントが

※各日先着100名様 ※無くなり次第終了

※写真は全てイメージです

2024年3月 10:00~19:30

23日(土)24日(日)

名称 | 「ピースフォーアース」子ども玉川
場所 | 玉川高島屋5・C 西館1F アレーナサロン
入場 | 無料
主催 | 特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン
運営 | ピースフォーアース実行委員会
後援 | 環境省、東京都環境局



ピースフォーアース

<https://www.peace4earth.org>
peace.4.earth@forever-green.jp



東京都環境局



環境省



環境化防止対策のため、ご来場には、なるべく公共交通手段をご利用ください。イベントへの開催後連絡先SDGs担当です

Example イベント出展

イベント出展にかかる費用

ブース区画①

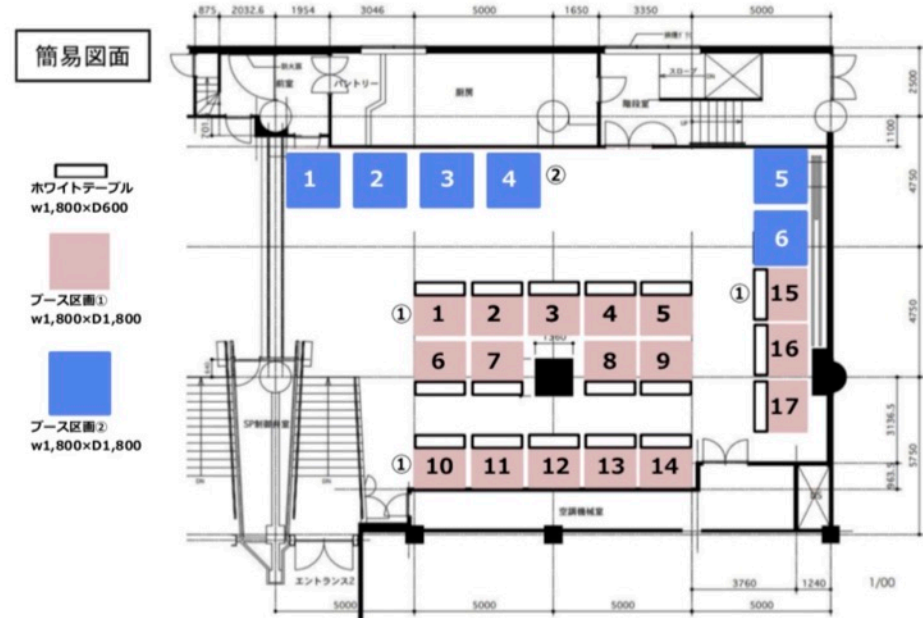
出展料20万円

- ・ テーブル1台
- ・ 椅子2脚

ブース区画②

出展料20万円

体験コンテンツ提供者
必要什器を調整



Example プラン2: 啓発紙「Ett」への掲載&イベント出展

Ett掲載にかかる費用

プラン	A 4カラー小冊子1ページ出稿
配布数	約5万部
費用：2回=ASK	誌面/税込+クリエイティブ費用+イベント出展
配布場所	幼稚園、小学校、中学校
配布方法1	クラスで生徒各自に配布
配布方法2	パッケージ制作所から学校まで自転車で配達。CO2排出0!
配布時期1：イベント告知	イベント開催前2024年2月下旬~3月上旬
配布時期2：イベントレポート	イベント開催後2024年4月上旬~5月上旬※予定

※企画、取材費用、撮影、デザイン、印刷費が含まれます。

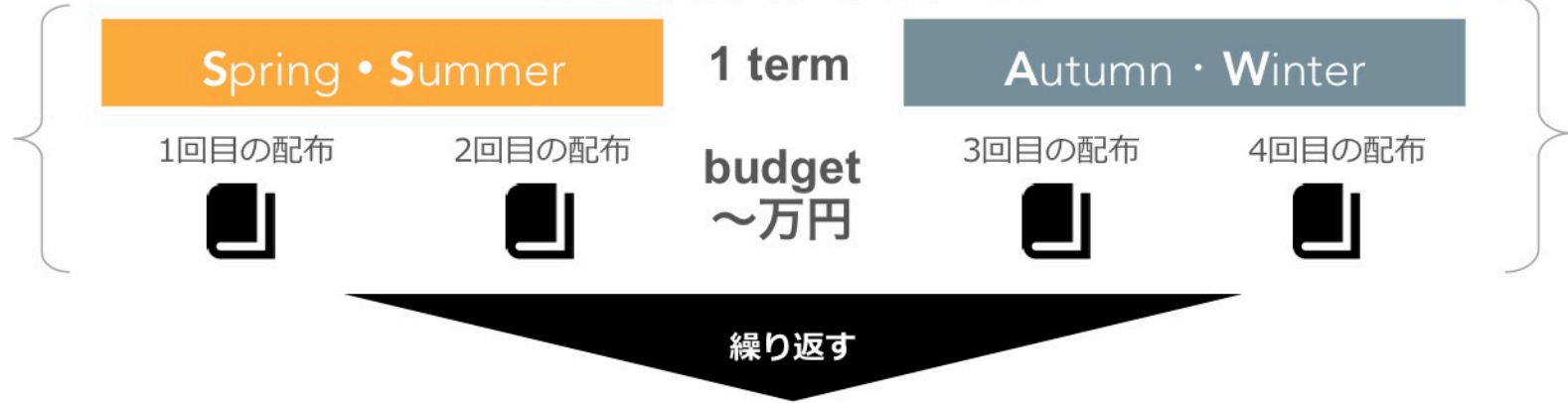
※取材記事の2次利用可能

Example

長期プラン

Example 長期プラン：イベントとメディアの組み合わせ

1年間のスケジュール



時間をかけキャッシュポイントに辿り着く迄を計画し、深く意識に情報を刷り込む



Ettを活用することで、“子供の頃から感性を育てる”が可能です！

Example

サステナブルマーケット

Example ロゴ掲載ページ

Ett-1(ママ向け)
Ett-2 High school
それぞれに、企業がロゴ掲載だけでも参加できるページを用意。

多様な形でサステナブルブランドを受け入れ、市場の創出に貢献します。

サステナブルな商品を選ぼう！



ママは地球を守るよ！
だってあなたを愛してるもん！



ロゴ 入る	15mm × 15mm				

EYE's



君と地球を救う

SDGs 気候問題は目のマーク！
ポーズでメッセージ発信しよう！



LOGO	15mm × 15mm				

Example お問い合わせ：

m_wakiyama@forever-green.jp



Planning by

Forever Green is a nonprofit organization

addressing climate change and global warming

Changing the world through communication

Executive Producer Kei Watanabe

CTO M.Wakiyama

特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

コミュニケーションで世界を変える 地球温暖化・気候危機に取り組む非営利法人

住 所：東京都渋谷区神宮前6-23-4 2F

電 話：050-3702-0982

メール：info@forever-green.jp

U R L：www.forever-green.jp

<http://www.forever-green.jp/>

