

# パイロットコーポレーション

消えるペン「フリクション」をもっとたくさんの人の  
手に取ってもらうためのキャンペーン

応募者ID : DC915C9615

# キャンペーンの目的

- 消費者の購買促進
- 消せるボールペン「フリクション」の商品特徴の認知・理解促進

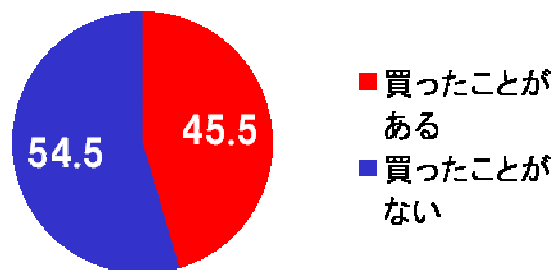
# キャンペーンのねらい

- ・ 消費者がモノを選ぶ際に、近年重視される傾向にある「社会貢献につながる商品を購入したい」というモチベーションと、「消せるボールペン」という、フリクションの商品特徴を掛け合わせたキャンペーンを実施、消費者の購買へのツボを刺激しながら、フリクションの認知拡大・理解促進をねらう。

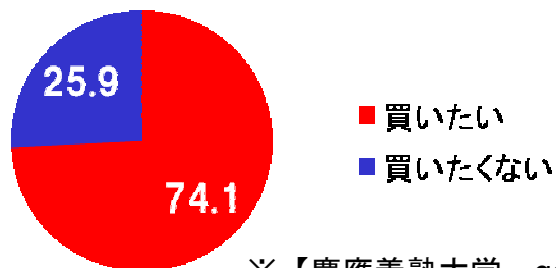
# 【参考】

- 「社会貢献につながる商品」に対する消費者の関心や購入意向は高まってきている。

環境対応商品や寄付につながる商品の購入経験



買ったことがない54.5%の人の今後の購入意向



※【慶應義塾大学・gooリサーチ共同調査】  
(2009/2/24発表 サンプル数=800)

「寄付つき商品」の購入理由



※「寄付型商品に関するアンケート/イーココロ！」  
より抜粋 (2009/9/17 サンプル数=950)

# アクション

- 「フリクション」の売り上げの1%を、街なかの落書きを消す活動に寄付。フリクションならではの社会貢献を実施することで、商品への認知拡大を高め、ブランドイメージの向上・定着を図る。
- 文房具店の店頭で試し書き用に設置したPOPで、上記キャンペーンを実施していることを告知。フリクションに関心を示した人達はもちろんのこと、ボールペンを買おうとしている人達に対して広く、効率的、かつ確実に、キャンペーンを告知する。
- 実際に落書きを消す作業にあたる実行チームは、「フリクション」のロゴの入った作業着を着用。人がたくさん集まる場所の多い作業現場で「消せるボールペン・フリクション」をしっかりと認識してもらおうことをねらう。