

歩道橋横断幕



睡眠キャンペーン(H18年度～)

特徴：“戦略広報”

■ 不眠を切り口とした明確なメッセージ

「**パパ(お父さん)**、ちゃんと寝てる？」

「**2週間**以上の不眠はうつサイン」

「**お医者さん**に行かなくちゃ！」

■ 娘から伝える

働き盛り男性への訴求性
家族の気づき

■ 多様な媒体

