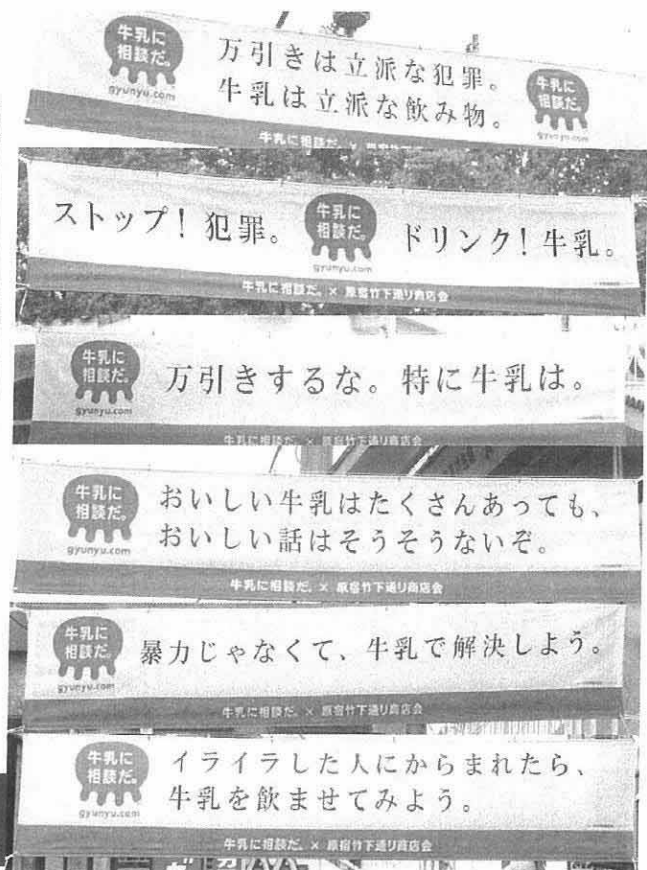




東京竹下通り商店街の  
防犯キャンペーンと連動して展開



II. コンタクトポイント展開

母親向け新コピーの開発 ③店頭POP用

大きめに  
買ってあげた制服が、  
いまだに大きいままだ。

貧乏ゆすりを、  
ダイエットだと  
言い張る息子。

うちの子は  
夜眠れないといって、  
昼眠っている。

身長と成績は  
今しか伸ばせません。

親子の会話には、  
体力が必要だ。

お子さんの骨もココロも  
からっぽはよくないです。





首都圏約400店舗でPOPを展開

## III. 酪農家などチャネルメンバーによる活動



酪農協によるイベント



スポーツチームによるビブス活用



バイクレース



酪農協による駅前での消費拡大