

フレ！振れ！
SEAVREEZE
キャンペーン

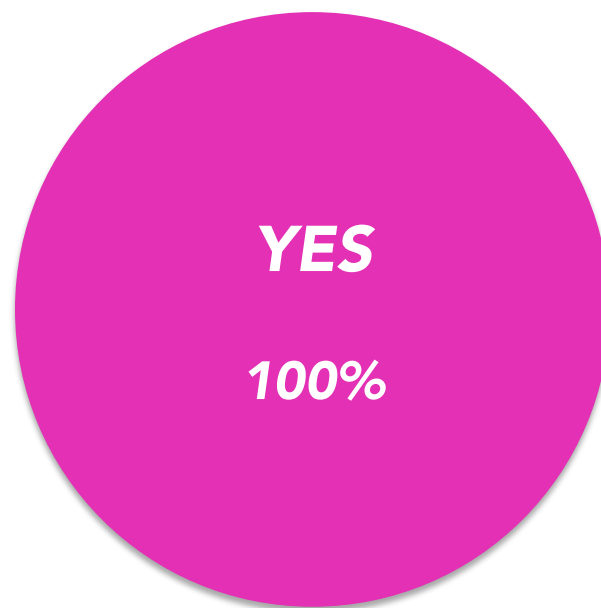
金城学院大学 国際情報学部
3年生 真弓 渚

選手が**SEA BREEZE**を使っているように、
応援する人にだって、**SEA BREEZE**が必要だ！

SEA BREEZEといえば、
運動する人が使うものというイメージ。

しかし、汗をかくのは
運動をしている時だけではない。

Q. 運動をしていない時に、
周囲の人の汗のにおいが気になった経験はありますか？



10人中10人が、「経験がある」と答えた。

キーワード①

におい

SEA BREEZE の思い出
女子大生に聞いてみました。

友人 A

「好きな先輩が 同じ色 を持っていて嬉しかった。」

友人 Y

「皆の憧れの存在の先輩と、偶然 同じ色 を使用していたら
友達に冷たくされた…。」

SEA BREEZE の思い出
女子大生に聞いてみました。

友人 A

「好きな先輩が同じ色を持っていて嬉しかった。」

友人 Y

「皆の憧れの存在の先輩と、偶然同じ色を使用していたら
友達に冷たくされた…」

青春真っ只中の若者にとって
色は重要なポイントである。

キーワード②

色

現在

SEA BREEZE = 部活動をしている人が使うもの。

現在

SEA BREEZE = 部活動をしている人が使うもの。



目標

SEA BREEZE = 応援する人も、使うもの。

舞台となるのは…

夏の高校野球



夏の高校野球の応援に行く人に
色を利用した、プロモーションを仕掛けたい！



ターゲット

選手の家族

地域の方々

出場校の学生

先生

選手の友達

高校野球ファン

OB・OG

高校野球の応援に行く人たちに、たった一つ共通していること。

それは

「勝ちたい。」

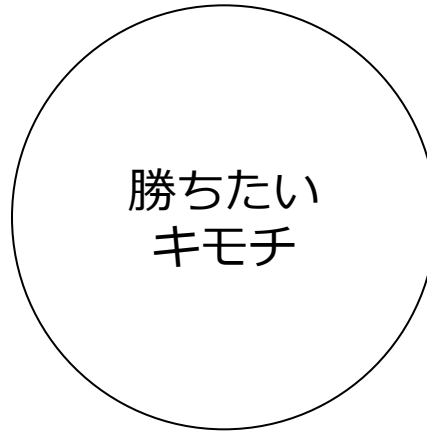
というキモチ。



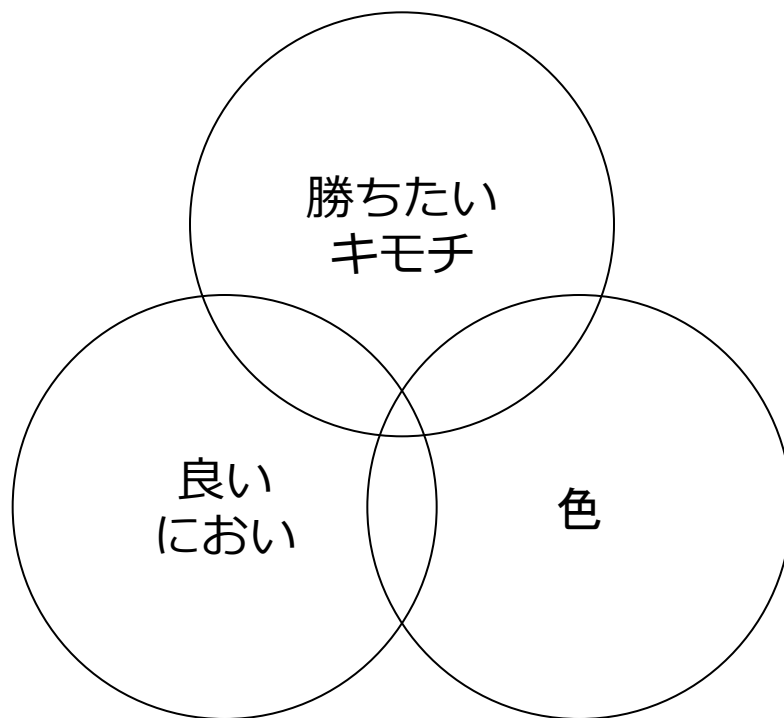
キーワード③

「勝ちたい」というキモチ。

客席の団結力をもっと高めるために。

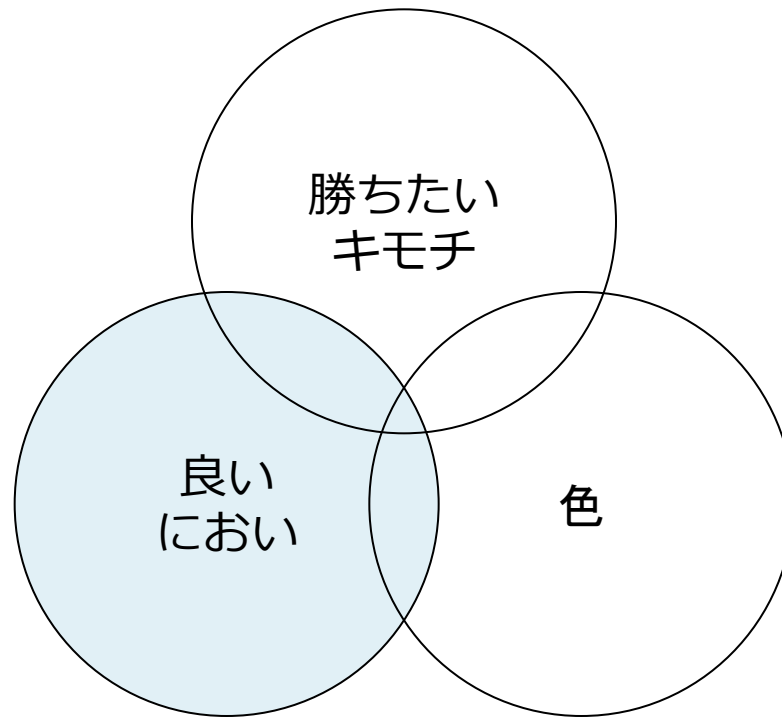


客席の団結力をもっと高めるために。



3つの要素が揃った客席は最強の応援団になる！

Q. なぜ、においも統一するのか。



事実：「におい」＝仲間を識別する要素。



仮説：同じにおいは、仲間意識の向上に繋がる。

PR対象商品は、デオ&ウォーター7種類
(※アイスタイプ3種類を除く)





企画主旨

SEA VREEZEとは
勝利を願う人々のための**SEA BREEZE**。

高校球児を応援する人たちに
SEA VREEZEの存在を、認知してもらい

SEA BREEZEが、応援する人にとって必要である。

というイメージをつけるためのキャンペーン。

企画概要

PR期間 各都道府県、甲子園出場校が決定後スタート

PR方法 1. ドラッグストアの商品陳列
2. 駅や電車内でのポスター掲示
3. 応援メッセージを募集
4. 高校オリジナル**SEA VREEZE**販売

1. ドラッグストアの商品陳列の工夫



2. 駅や電車内でのポスター掲示

フレ！振れ！
SEAVREEZE



フレ！振れ！
SEAVREEZE

祝！ 甲子園出場
〇〇高校応援したいCOLOR
“クラッシュベリー”



SEAVREEZE
NATURAL+AID

フレ！振れ！
SEAVREEZE



フレ！振れ！
SEAVREEZE

祝！ 甲子園出場
〇〇高校応援したいCOLOR
“クラッシュベリー”



SEAVREEZE
NATURAL+AID

2. 駅や電車内でのポスター掲示



3. 応援メッセージを募集

キモチ
「あなたの応援したいCOLOR
甲子園へ、届けます。」



設置場所

各都道府県の
多く人が集まる場所。

(例：愛知県…名古屋駅の東急ハンズ)

4. 高校オリジナル**SEA VREEZE**販売

1 0 0 本単位で購入して頂いた方に、

高校名入りのオリジナル**SEA VREEZE**ボトルがGETできるサービス。

SEA VREEZEキャンペーンで、期待できる効果

テレビ中継でのスタンド紹介の際、
視覚的にSEAVREEZEをアピールできる。



1. 来年度から、各高校が県予選の段階で
自ら色の統一を始めるかも ？
2. 野球以外のスポーツ観戦グッズでの発展も ？

**SEAVREEZE で
頑張るあなたを応援したいCOLOR。**