

DRESS UP MONDAY

2003年秋冬

ドレスアップマンディ・キャンペーン
プロモーション実施概要

社団法人 日本アパレル産業協会
ドレスアップマンディ・キャンペーン事務局

2003年7月29日

秋冬キャンペーン基本展開案

展開予定コア期間 2003年10月8日 (水曜日)~2003年10月31日 (金曜日)

メインテーマ

“男は、才色兼備”

メンズアパレルの新しいトレンドとして、レディス同様、‘新しくセクシーなダンディズム’が多く見受けられるようになっていきます。もっともオシャレに色っぽ男もあるべきと女性は密かに望んでいると言えます。

この潜在意識をメンズ業界の活性化のために活用して、前向きでアグレッシブな発想と仕掛けで社会現象化させていきたいと考えております。

実際文化的側面でも多くの現象が見られます。歌舞伎の新ヒーローの出現宝塚のダンディなヒロイン達…。

「ドレスアップ!」という言葉は今やトレンドです。新たに“セクシーなドレスアップ”を視覚的にも、イベント的にもオシャレに訴求することが、ファッションに保守的な男性にアピールし、百貨店様の売場活性化に繋がるというプロセスこそが重要であると考えております。

そこでこの秋冬のドレスアップマンディ・キャンペーンのメインテーマは
男は、才色兼備とし、新しいスタイル、着こなしを提案してまいります。

本来“才色兼備”という言葉は艶やかで頭がきれいな女性に対して使う言葉ですが、それを男性にも当てはめる意図でのテーマです。その意味で、“男こそ才色兼備”とするところをキャッチコピーとしてインパクトをもたせるためにあえて“男は才色兼備”としました。

秋冬プロモーション企画

『STYLE LEON』とのタイアップ

発売日 :2003年10月10日(金曜日)
発行部数 :7万部
出版社 :株式会社 主婦と生活社

この秋冬のプロモーションは雑誌『LEON(レオン)』別冊『STYLE LEON(スタイル レオン)』/
主婦と生活社とタイアップをして、立体的かつスケール感を持たせてキャンペーンを展開してま
いります。

『STYLE LEON』は『LEON』本誌同様、表紙、メインモデルにパンツェッタ・ジローラモ氏を起用
しており、今回のドレスアップマンディ・キャンペーンのタイアップにおいても同モデルを起用す
ることで雑誌との連動感を持たせると同時に、男の色気とインテリジェンスな面を誌面でも表現
するなど“男は才色兼備”をテーマにしたタイアップキャンペーンを組み立ててまいります。

パンツェッタ・ジローラモ (Panzetta Girolamo)

エッセイスト

出身地 / イタリア ナポリ
生年月日 / 1962年9月6日
略歴 / ナポリ建築大学、在学中はイタリア政府の
中部イタリア・アッペンニーノ地方を歴史的建造物の修復作業に携わる。
1988年から日本在住。
1992年聖フランシスコ会日本語学校、明海大学経済学部卒業。
多数の雑誌、番組などで、祖国イタリアについて紹介。
特にイタリア家庭料理、ワイン・チーズ・パンについては造詣が深い。
貴久子夫人との共著は大好評。趣味はサッカー。見るのもするのも
大好き。

【出演中のTV】

NHK ETV 「イタリア語会話」
CX 「セリエ Aダイジェスト」
NHK BS 「京都上がる下がる」
名古屋TV 「Bella spirito」

【主な著書】

「種楽イタリア人になる方法」(KKベストセラーズ)
「パスタとワインと豚のシッポ」(KKベストセラーズ)
「VIVA LA PASTA パスタは陽気に」(柴田書店)
「食べちゃおイタリア!」(光文社)
「ジローラモ印のイタリア料理」(全7冊シリーズ)
01パン、02プリモ ヒアット 03肉、04野菜、05魚、
06ドルチェ、07ワイン (KKベストセラーズ)
「お米で新鮮イタリアン」(講談社)
「おうちで作るイタリアごはん」(主婦と生活社)
「BARジローラモ」(角川書店)

【同会】

名古屋テレビ 「Bella due」(2000年4月から)

タイアッププロモーションについて

『STYLE LEON』とのタイアップを軸にしたキャンペーンの組立

1. 『STYLE LEON』本誌編集タイアップ 6ページ ……10月10日(金曜日)発売

・テーマ: 男は才色兼備」

・本誌表紙に「男は才色兼備」というキャンペーンのタイトルが記載される予定です。

ページ構成、編集内容は今後決定してまいります。

2. 新聞

：『日本経済新聞』10月7日掲載 夕刊 全国版 全15段広告(モノクロ)

：『職研新聞』10月8日掲載 全15段広告(モノクロ) 特集記事2~3P

：『繊維ニュース』9月30日掲載 特集記事5~6P、下段広告

はアパレル産業協会、オンワード樫山、三陽商会、ダーバン他…各社全15段広告が入ります。
は未定です。

いずれの媒体もジローラモ氏を起用したビジュアルで『STYLE LEON』との連動を図ります。

3. 売場のビジュアル展開

：B全ポスター(パネルアップ タテ)

：B3店内額面ポスター(ヨコ)

：B4POP(タテ)

いずれの店頭ツールもジローラモ氏を起用したビジュアルで『STYLE LEON』との連動を図ります。

4. 抜き刷り(予定)

…『STYLE LEON』本誌編集タイアップを利用したスタイル提案小冊子

表紙と表4(最終ページ)を追加させ8Pの小冊子を制作します。

・小冊子の表紙は『STYLE LEON』本誌表紙のモデルカット(ジローラモ氏)など
基本要素を残し、本誌表紙との連動を図るデザインを予定しております。

本誌発売日との関係で各店舗での配布、陳列は10月10日(金)からとします。

キャンペーンロゴ



キャンペーンのさらなる認知拡大と定着を図るために、2002年春夏キャンペーンから使用しているロゴを2003年秋冬キャンペーンでも継続して使用いたします。

色指定



C100+M70 C35+M5
白抜き スミのせ

モノクロの場合



BL100 BL10
白抜き スミのせ

比率

