

2003 年春夏ドレスアップマンディ・キャンペーン

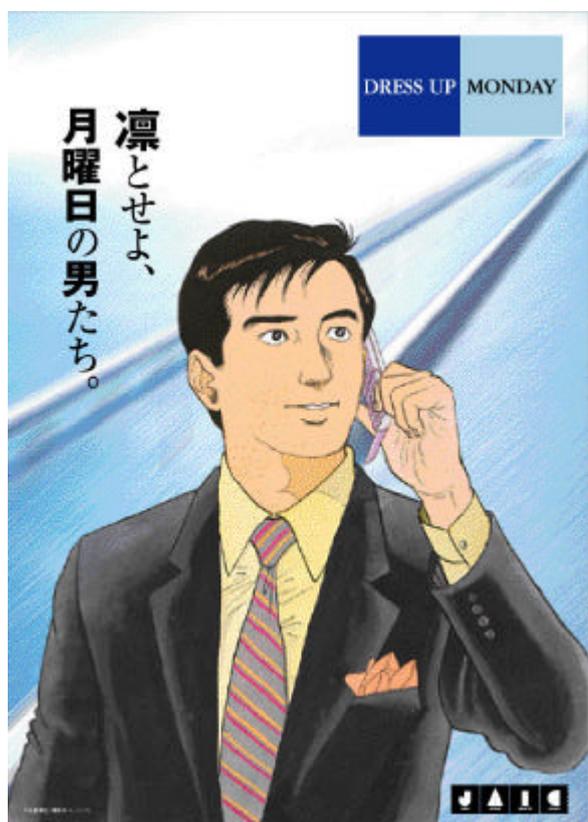
2001 年秋冬より当協会・販売促進委員会ではじまったドレスアップマンディ・キャンペーンもこの春夏で4シーズン目を迎えました。

今期の展開につきまして、概要は以下の通りです。

凛とせよ、月曜日の男たち。

~チーフ(ポケットチーフ)でおしゃれをしよう~

上記をキャンペーンテーマとして、新たに装飾品を含めたドレスアップの提案をします。



展開時期

2003 年 4 月 1 日(火)~4 月 20 日(日)

展開店舗

全国百貨店 250 店

キャンペーン・キャラクター

2002 年秋冬で起用した、
弘兼 憲史作・週間モーニング連載
「島 耕作」を引き続きキャラクター
として展開

<なぜ島 耕作?>

ドレスアップスタイル(スーツ着用)の
シーンが誌面の大半を占めている。
ストーリー展開が、課長 部長 取締役
とサクセスストーリーを歩んでいるので
世のビジネスマンの憧れの要素が強い。

新聞掲載

日本経済新聞・夕刊(全国版)に3月31日(月)全15段モノクロで掲載

織研新聞に4月1日(火)特別企画として「月曜日の男」たちが語りした。

三越 営業本部紳士用品部 バイイングマネージャー 西田 弘昌氏

日本メンズファッション協会 理事 長谷川 功氏

J A I C ドレスアップマンディ・キャンペーン実行委員長 伊達 彰夫氏