

## アジア各国・地域の生活者と商品との接点を 最大化するために

生活者と商品との接点を最大化できるよう、その国、地域に合わせたマーケティングを実施しています。「クロスメディアによるコミュニケーション」と、「店頭におけるコミュニケーション」を効果的に連動させることで、ターゲット生活者に対して商品理解促進と、興味喚起に取り組んでいます。また、商品提供だけにとどまらない、ブランドとターゲット生活者との絆づくりのためのイベントも実施しています。

# Marketing

マーケティング



## アジア全体でマーケティング戦略を立案する「グループマーケティング戦略室」の設置

2012年4月より日本に「グループマーケティング戦略室」を設置し、グローバル経営戦略の全ての基点となるカテゴリー戦略とブランド戦略を始めとした、グループ全体の中長期マーケティング総合戦略の立案を行っています。

## その国、地域毎のクロスメディアによるコミュニケーション

ブランドと生活者の「絆」づくりを狙って、各国、地域のコアターゲットが日常生活において接触率の高いさまざまな媒体を複合的に利用して、ブランド・商品の認知・理解・共感を高め、生活者との接点を拡大しています。



## 生活者にとって、見やすく、手取りやすい「買い場」づくりの提案

棚割りソフトを活用した店頭提案により、生活者にとって見やすく、選びやすい「買い場」づくりを提案。営業スタッフが店頭を訪問し、「お役立ち」情報の提供を行なうとともに、店頭におけるさまざまな情報を社内にフィードバック。商品開発や販売促進施策のアイデアに反映します。



# Marketing

## アジアを通じての、『GATSBY』ブランドとターゲット生活者の絆づくり

### GATSBY学生CM大賞

本コンテストは、「ギャツビー」の商品を題材とした学生CM作品コンテストで、日頃映像制作活動に励んでいる日本を含むアジアの学生に、その成果を発表する機会を提供することで、創造性豊かな映像クリエイターの発掘・育成を支援するイベントとして、2006年より開催しています。

9回目となる今回は、香港・インドネシア・韓国・マレーシア・台湾・タイ・日本の7つの国・地域にてCM作品を募集。最終応募総数920作品が集まりました。その後、一次審査と、ギャツビー公式ホームページ(香港・インドネシア・韓国・マレーシア・台湾・タイ・日本PCサイト、日本スマートフォンサイト)において、一般の方の投票によるWEB投票を実施し23作品を選出。2014年11月22日 東京原宿の「クエストホール」にて最終審査会を開催し、大賞は韓国の大学生トニア放送芸術大学の3人組が受賞しました。



CM大賞最終ノミネート者の集合写真



優勝した韓国の大学生 トニア放送芸術大学の3人



各国・地域を勝ち抜いて「ASIA GRAND FINAL」に出場した9組



最優秀賞「THE GREATEST GATSBY賞」を受賞した韓国代表の男性2人

### GATSBYダンスコンペティション

アジアNO.1の男性グルーミングブランドに成長した「ギャツビー」は、商品提供だけではなく、アジアの若者に活動の発表の場や、夢を実現するチャンスを提供することもブランドとしてのお役立ちと考えています。アジアの若者に向けて、言葉や伝統は異なっても“ダンス”という共通言語を通じて技術やパフォーマンスを競い合い、交流する場として、2008年より開催しています。

7回目となる今回は、香港・インドネシア・韓国・マレーシア・フィリピン・シンガポール・台湾・タイ・日本の9つの国・地域の学生達を対象に、2014年6月より各国・地域で予選がスタート。応募総数1,272組のアジア最大級のダンスコンペティションの頂点を決定するべく、2015年3月7日 東京渋谷「O-EAST」にて、各国・地域を勝ち抜いた9組が「ASIA GRAND FINAL」でアジアのトップを目指しパフォーマンスを競いました。結果、最優秀賞であるTHE GREATEST GATSBY賞には韓国代表の男性2人によるユニット「WITHBILL BABYZ G.O.T」が輝きました。