

Ett

-女子高生市場にアクセス-



Forever
Green

特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

<http://www.forever-green.jp/>



「私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています」

- P1 : 表紙
- P2 : 目次
- P3 : 目的 : サステナブル商品の消費の拡大の方法を確立
- P4 : 母親の心理を考える
- P5 : 提案1 日本の女子高生にPR!!
- P6 : フォーエヴァーグリーンは日本の女子高生に“特別なPR”が可能!!
- P7 : “日本初”記事内容+ECに飛ばす学校内マーケティングプラン!
- P8 : EC設計
- P9 : 売上の試算@2023年東京女子高生23区TOP10区
- P10 : 参考資料 | 社会を変える力
- P11 : プラン1 | 啓発紙「Ett」への掲載
- P12 : 長期プラン
- P13 : 中長期プラン | イベントとメディアの組み合わせ
- P14 : お問い合わせ

目的：サステナブル商品の消費の拡大の方法を確立

High school

今、現代社会は大きな変化を迎えています。
カワイイ物、美味しい物、高品質な物以外に、
サステナブル、脱炭素、地球温暖化に負荷を与えない物が現れました。

しかし、それは社会の中ではまだ高い価値観を放っていません。
欲しいと望んでいるのはほんの一握りの方で、購入には至っていません。
サステナブルが個人の満足度を満たす場面は、非常に限られています。

私達はクラスの人気者が自慢気に誕生日プレゼントを紹介してるシーンをイメージ。
「えっ！？〇〇ちゃん！ ソレ、サステナブルなああのバックじゃん、どうしたの？」
「ママに誕生日に買ってもらっちゃった♪」 「えー、いーなー！」

サステナブルが広がる1つのマーケットとして今まさに学んでいる高校生達に呼びかけ
クラス内で持つことは、特別な優越感を得られると考えました。

優等生の証を“物で証明”できるのです。



親の心理を考える・安心感を与える>> 買い与えやすい High school

**ママア、お誕生にコレが欲しい！
〇〇ちゃんも持ってるのー
ワタシも欲しい！！**

高校生向けのファッション誌に載っているアパレルブランドのバックを欲しいと言われるのと、学校経由で配布されたサステナブル啓発紙に掲載されている、社会貢献性が高いブランドを欲しいと言われる親の気持ち考えた時、

親はどちらを買い与えようと思うでしょうか。
その答えは明確です。

同じ「欲しい！」でも、親の安心感は違います。クラスの優等生と同じく、社会のための物を持つのです。



提案

日本の女子高生にPR!!

私達は日本の女子高生に“特別なPR”が可能!!

High school

ターゲットリサーチプロジェクトを実施しよう!

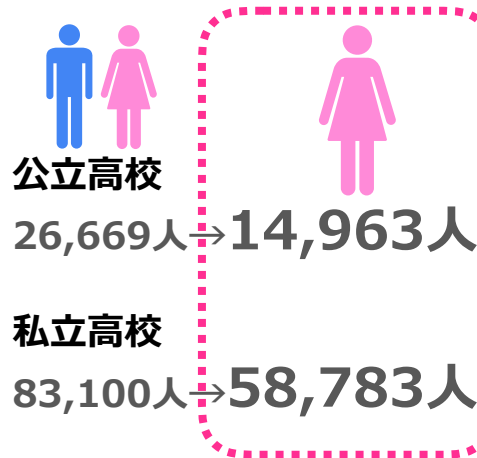
20代のオシャレなZ世代は実際は「お金が無い」ので、購入にとってもライバル要素が多い。
今回啓発紙Ettに掲載することで、学校でリサイクルなどを学んでいる高校生は欲しいと思ったら

親に「欲しいと願います」 = 購入に繋がるチャンスが高い

TOKYO
所得
TOP10

港区:	31校	11,829人
千代田区:	34校	11,483人
渋谷区:	17校	8,956人
中央区:	3校	2,441人
目黒区:	17校	7,670人
文京区:	38校	14,461人
世田谷区:	61校	21,494人
新宿区:	18校	7,293人
品川区:	12校	8,911人
杉並区:	30校	15,231人

合計240校



合計109,769人 合計73,746人

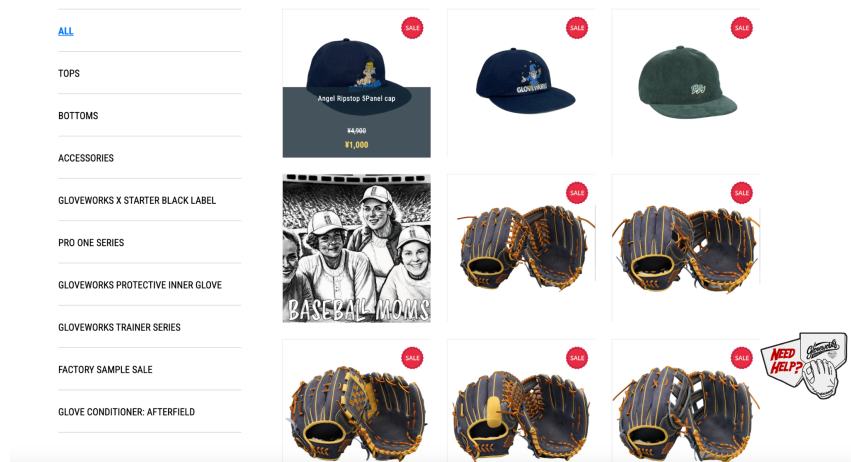


ECを展開！ブランド(メーカー)からダイレクト販売！

販促の方法に合わせて欲しい機能を**自由**
にカスタマイズができる。

ECの制作費用はカスタマイズ量にもよ
るが、**最低100万円**~始めることが可能
である。

費用	1,000,000円~
保守費用(月額)	33,000円~
サーバー費用(月額)	600円~



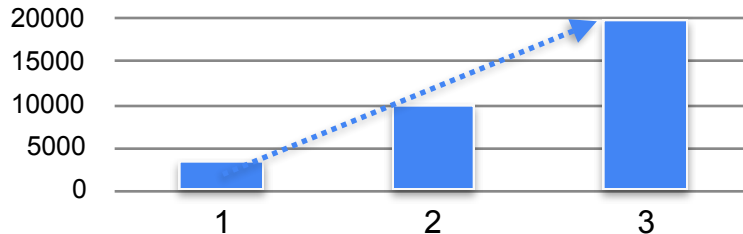
参考: <https://jp.gloveworks.net/>

【年間売上の試算】 2段階の試算

1年目:3.5%のリーダー(高校生合計**73,746**×**3.5**)が行動変容を起こす

2年目:??%のフォロワーが行動変容を起こし始める※フックが必要

3年目:合計20%(合計**73,746**×**20**%人)の先進者が行動変容を起こす



【マーケティングが成功した場合の試算】

1年目: **73,746**人→**3.5%**=**2581**人→**20,000**円のジャケットを購入=**5162万円**

3年目: 市場の最大値は**73,746**人→**20%**=**14,745**人→**20,000**円のジャケットを購入=**2億9490万円**



3.5%の法則

提唱者：エリカ・チェノウェス教授

所 属：ハーバード大学

内 容：20世紀に起こった数百もの市民活動と社会変革の歴史を調べたところ、賛同する人の数が3.5%に達したムーブメントの多くが成功していること、それも非暴力の平和的な活動のほうが、暴力的な活動に比べて成功率が約2倍だったというレポートを発表した。



<http://www.forever-green.jp/>

2:6:2の法則(パレートの法則)

提唱者：ビルフレッド・パレート

所 属：厚生経済学におけるパイオニア的存在

内 容：2-6-2の法則とは、あらゆる集団において、パフォーマンス（生産性）が良い人が2割、パフォーマンスが中くらいの人が6割、パフォーマンスが悪い人が2割の割合で存在するという経験則である。具体的な例を挙げると、学校の2割が成績優秀者、6割が平凡、残り2割が成績不振者、といった事象。



Ett掲載にかかる費用

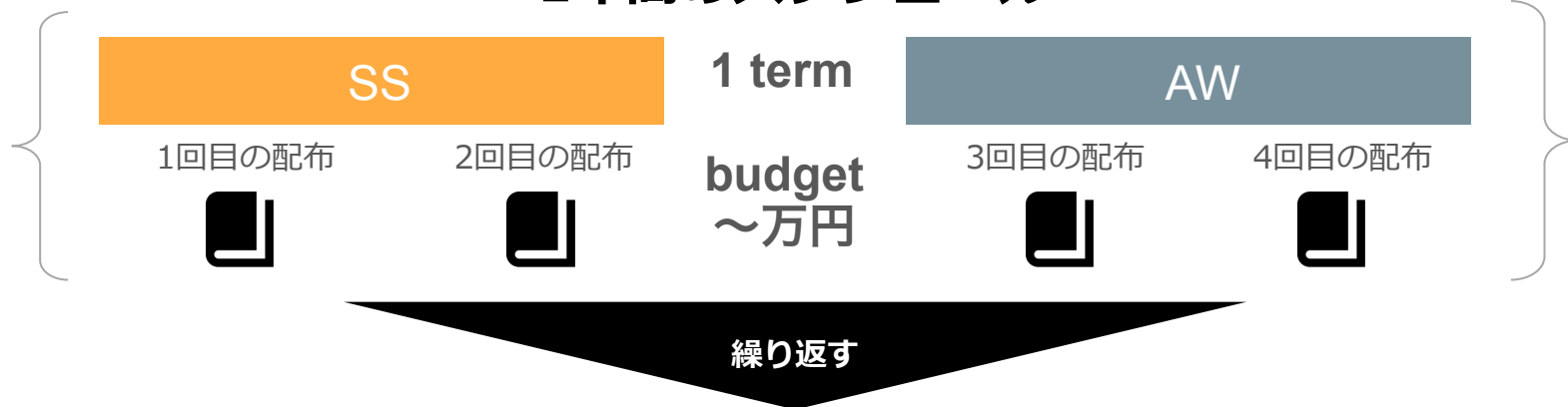
プラン	A 4カラー小冊子1ページ出稿
配布数	約10万部
費用：2回分 ※ASK	誌面/税込+a(クリエイティブ費用)
配布場所	高等学校
配布方法1	クラスで生徒各自に配布
配布方法2	パッケージ制作所から学校まで自転車で配達。CO2排出0!
配布時期1：イベント告知	イベント開催前2024年2月下旬~3月上旬
配布時期2：イベントレポート	イベント開催後2024年4月上旬~5月上旬※予定

※企画、取材費用、撮影、デザイン、印刷費が含まれます。

※取材記事の2次利用可能

長期プラン

1年間のスケジュール



時間をかけキャッシュポイントに辿り着く迄を計画し、深く意識に情報を刷り込む



Cash Point
子供が「欲しい！！」
と強く言う。

Ettを活用することで、“子供の頃から感性を育てる”ことが可能！

お問合せ：

High school

m_wakiyama@forever-green.jp



Planning by

Forever Green is a nonprofit organization

addressing climate change and global warming

Changing the world through communication

Executive Producer Kei Watanabe

CTO M.Wakiyama

特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

コミュニケーションで世界を変える 地球温暖化・気候危機に取り組む非営利法人

住 所：東京都渋谷区神宮前6-23-4 2F

電 話：050-3702-0982

メール：info@forever-green.jpU R L：www.forever-green.jp<http://www.forever-green.jp/>