

코튼 USA마크 · 캠페인 성황리에 끝나다.

국제면화평의회(國際棉花評議會 CCI)와 일본면업진흥회(日本綿業振興會) 및 일본방적협회가 5월 10일 코튼의 날을 전후한 3 6월의 4개월간 개최한 코튼 USA마크 · 캠페인과 면의 우수성을 널리 홍보하는 각종 캠페인이 끝났는데, 「코튼의 고향을 찾아보는 여행」 등 여러 행사에 일본 전국에서 12만 톤의 응모(應募)가 있었다

이번에도 예년과 같은 시기에 퀴즈 맞추기 등의 “오픈(open)현상(顯賞)”과 “클로즈드(closed)현상”, 「골프웨어 판매점 프로모션」 등을 함께 실시한 결과, 각각의 상승효과(相乘效果)를 볼 수 있었다. 특히 「코튼의 고향을 찾아보는 여행」에는 10대에서 70대에 이르기까지 폭 넓은 연령층으로부터 10만 9천 통의 엽서를 받았다.

코튼마크의 모든 라이선시(licencee)가 참가한 「판매점 프로모션」에서는 특히 이번 시즌의 부인복 시장에서의 셔츠 · 블라우스 코튼의 인기에 반영되어 부인 아우터 구입자의 응모가 착실하게 늘었다. 그 외에도 폴로셔츠와 같은 스포츠분야와 어린이 옷 분야에 대한 응모가 많이 증가한 것이 크게 돋보였다.

진흥회에서는 “일본 전국으로부터 보내온 엽서에는 면제품을 아끼는 뜨거운 마음이나 변함없는 애용 등의 많은 메시지를 받아, 앞으로의 캠페인에 큰 힘이 될 것”이라고 한다.