

リニューアルした
ふじのかみトイレットペーパー¹
を活かした
富士市の製紙業
のPR活動

2026年2月11日(水)

常葉大学 経営学部

小豆川ゼミ・研究室

(3年 渡邊拓実 佐々木梨帆 友田祐紀)



常葉大学
TOKOHA UNIV.



告知・プロモーション施策（ポスター、チラシ）

ポスター制作



チラシ（2種類）

制作・配布

- チラシ：2種類（一般向け・小学生向け）の制作・配布

配布先

- 市内小学校（25校、全児童チラシ配布）
- 市内中学校（15校）
- 市内高校（6校）
- 公共施設
- 富士商工会議所、富士市商工会
- 紙業協会等支援機関
- 市内製紙関連企業
- 出展企業・団体



一般向け



小学生向け

告知・プロモーション施策（HP、SNS）

Web、メルマガ、SNS、報道等へ複数チャネルでプロモーション活動を実施し、PR展の周知機会を最大化した。



常葉大学ウェブサイト



メルマガ (ビズサポ)



SNS (富士市Facebook、X (旧Twitter))



報道提供

ノベルティ・制作物

ノベルティ（ロゴマーク入り付箋）

- 企画、制作、配布
- ロゴマーク入り付箋
- 退出時に配布物の一つとして提供



来場後も日常で使えるノベルティとして、PRの接触機会を会場外へ拡張。

新ふじのかみデザインTシャツ

- 企画、制作
- PR展で学生スタッフ等が着用
- 識別標識としての役割やスタッフ間での一体感を向上



会場内の視認性を高め、案内・運営を円滑化。統一感のある見せ方でPR効果も補強。

PR展の企画（イベント1：クイズ）

企画・制作・運営

3種類のクイズ（初級・中級・上級）を用意し、来場者が楽しみながら「富士の紙」について学べる体験を提供

企画・制作・運営を学生が担当

3レベル構成

初級 初めてでも取り組みやすい

中級 少し深く学べる

上級 より高度に挑戦できる

難易度を分けることで、幅広い年代層が参加しやすい設計

参加体験の流れ（例）

- 1 受付でクイズ案内
- 2 初級／中級／上級を選択
- 3 回答 → 採点（退出時）
- 4 ノベルティ等の配布へ

退出時に採点し、ノベルティや新ふじのかみトイレットペーパーを配布



PR展の企画 (イベント2：ペーパーボウリング)

企画のポイント

来場者が体験しながら「紙のまち富士」に親しめるコンテンツとして、ペーパーボウリングを企画・制作・運営。

制作物

生成AIを活用した壁ポスターを制作し、コーナーの世界観づくりと訴求力の向上。



(イベント3：願を叶えるクリスマスツリー)

企画のポイント

参加型の演出と掲示物で、会場体験をわかりやすく設計。

制作物

壁ポスター制作に生成AIを活用し、視覚的な掲示で参加を促進。

