

ブラックサンダー・バレンタインキャンペーン

年度	企画	内容	効果
2013	ブラックサンダーバレンタイン	<ul style="list-style-type: none"> ・「一目で義理とわかるチョコ」の広告 ・義理チョコマシーン設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・連日行列、SNS で盛り上がる ・NHK の 3 番組から取材養成
2014	世界初義理チョコ専門店	<ul style="list-style-type: none"> ・東京駅「東京おかしランド」に出店 ・イチゴ味新登場 	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント前からテレビ・新聞から取材依頼
2015	義理チョコショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・東京駅「東京おかしランド」に出店 ・生ブラックサンダー、ブラックサンダー大 	<ul style="list-style-type: none"> ・セブンイレブンでVデー専用商品販売
2016	義理チョコショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・Vデーが終わったらWデー仕様に変更 ・非リア vs リア充の動画プロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> ・2017年ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS 入賞 ・ネット受け狙いのプロモ展開
2017	マクドナルドとコラボレーション	マックフルーリーブラックサンダー	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット変更に伴うリニューアル
2018	プレミアム義理チョコショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・東京駅「おかしランド」に出店 ・黄金、金粉などの限定商品 	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴディバの「義理チョコはやめよう」広告が話題に ・ゴディバと対抗することで取材殺到