






平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 メタウォーター株式会社		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 大瀬良 栄一 (GSR 推進室 広報 IR 部) TEL : 03-6853-7317 E-mail : oosera-eiichi@metawater.co.jp
代表者氏名 代表取締役社長 木田 友康		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】
部門名 広告部門	事例名 電車ビジョン、ラジオ番組による水インフラのプレゼンス向上	
事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等挿入して下さい) 数あるメディア媒体の中で、無意識のうちに刷り込み効果が期待できる電車内「ビジョン放送」(視覚への訴え)と民間「ラジオ番組放送」(聴覚への訴え)に着目。継続的に繰り返される日々の放送を通じて、水インフラが身近で親しみのある存在と自然に認識してもらうことを狙いとして放送した。		
<p>▶ <b>電車ビジョン</b></p> 東日本、JR西日本、東京メトロの車両ビジョンにおいて、水循環への興味を喚起させるため、シンプルで親しみやすいキャラクターの動きによる、記憶に残りやすい映像を制作・放送した。 4月～6月の各月1週間、12月～2月の各月1週間の放映期間中には、利用者数約2000万人のうち100万人以上が認識。放送映像は当社HPにも掲載している。 <a href="http://www.metawater.co.jp/news/detail/20160316NuV.html">http://www.metawater.co.jp/news/detail/20160316NuV.html</a>		
		
<p>▶ <b>オリジナルラジオ番組の放送</b></p> オリジナル番組『メタウォーター presents 水音スケッチ』を2015年10月より毎週火～金曜日放送。(2016年4月からは毎週月～金曜日) 番組では毎回全国各地の「水と音の親和性」をテーマに「日本の水風景」を紹介する本編と、下水道の役割をおもしろおかしく伝えるオリジナルCMを提供し、毎日40万人以上が視聴。また、GKPと共同出展した「エコプロダクト2015」開催期間中においては、番組にミス日本の水の天使柴田美奈さんに登場いただき来場を促すメッセージを放送し公表を博した。		
		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">                       CMきれいになったわけ.wma                 </div> <div style="text-align: center;">                       CM水に流す編.wma                 </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">                       CM水に流すアンサー編.wma                 </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;"> <p>※アイコンをクリックすると音声 が再生されます。</p> </div>		
エントリー事例の特徴 (施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います) コストパフォーマンスに優れ、かつ刷り込み効果が高い媒体を選択し、広く一般に対し訴求した。親しみやすい映像・音声を継続的に発信するにより、無意識下で自然に「水インフラ」への親近感を創り出した。ラジオ放送ではリスナーからのコメントでも満足する結果が得られている。		
付属資料の提出	あり ・ <b>なし</b> (どちらかに○)	