

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 月島機械株式会社		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 水環境事業本部 事業統括部 荒井 健 TEL03-5560-6530 FAX03-3533-4103 E-Mail t_arai@tsk-g.co.jp	
代表者氏名		(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 部門	事例名 過給式流動燃焼システムのイメージ広告	
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） 【背景】新たに上市した最新型の焼却設備の認知度を上げるため、インパクトのあるビジュアルを使い訴求力を高める内容とした。 【狙い】通常、業界紙への広告は、製品紹介として製品の写真や、特長・用途などの表現が一般的であるが、その考え方を180度変えて、メインビジュアルに女性が髪の毛をカットする写真を使用して意外性を全面に押し出した。また、下水道展でのPRと連動し下水道展会期前と会期中での表現を変えたり展開を図った。 【期間】2015年5月～7月 約3ヶ月間をキャンペーン期間とする。 ① 5月～6月を第1弾 業界紙を中心に10回程度出稿 ② 7月～下水道展終了までを第2弾として展開 同じく業界紙を中心に6回程度出稿			
① 第1弾広告		②第2弾広告	
			
第1弾から第2弾への変更点：メインコピー、髪の毛カット 「カットすることで、見えたもの」キャッチコピーとともに消費電力が40%から60%削減できることにより、環境未来都市に近づくことを訴えた。			
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） 今までの既成概念にとらわれない発想の広告戦略ができ、当所の目的である新製品の知名度UPに貢献できた。また、第1弾のキャッチコピー「カットすることで、見えてくるもの」と第2弾の「カットすることで、見えたもの」という文言と写真の女性の髪の毛をカット前とカット後に分け、話題性を持たせたことも知名度の向上に繋がったと考えている。			
付属資料の提出		あり ・ なし (どちらかに○)	