

平成29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 株式会社明電舎 | 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 総務部 広報課 土橋 彩加 03-6420-7739 dobashi-a@mb.meidensha.co.jp |
| 代表者氏名 取締役社長 浜崎 祐司 | |
| (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 (1) 報道部門③雑誌等報道部門 (2) 電子媒体部門 | 事例名 プレジデントウーマン雑誌及びWEBメディアへの掲載 ～プレスリリースとのメディアミックス～ |
|---------------------------------------|---|

■掲載媒体：プレジデントウーマン 2017年1月号（プレジデント社）
 ■掲載ページ：『男職場のフロントランナー』連載
 プレジデントオンライン内掲載ページ <http://president.jp/articles/-/21144>

■掲載までの経緯

2016年7月6日に出したプレスリリース『都市型水害監視サービス』に携わる女性社員としてプレジデントウーマンへ「男職場のフロントランナー」連載に提案、当社社員のユニークさ（素手でゴキブリを触れる）などを評価され掲載に至った。記事としては、下水の世界に天真爛漫で挑む姿が描かれており、下水道インフラを知らない読者にも興味を持てる内容になっている。



■補足：都市型水害監視サービス プレスリリース掲載媒体

<新聞>

日本経済新聞・電気新聞・建設通信新聞・水道産業新聞・日本水道新聞
 ジャパンタイムズ 他

<WEBメディア>

日経電子版・ビジネスIT・オートメーション新聞 他

★結果、プレスリリースとも連動した広報戦略となった。

エントリー事例の特徴

■プレジデントウーマン発行部数：150,000部

■プレジデントオンラインページビュー数：約20,000,000ページビュー（月間）

■読者層：30~40代のキャリア系女性

普段当たり前のよう処理されている下水のことを『自分ごと』として意識しない読者層へのリーチがあるため効果的な施策だった。また、プレジデントオンラインの掲載からYahoo! ニュースへの転載も確認できた。

付属資料の提出 あり ・ なし（どちらかに○）