

平成30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 積水化学工業株式会社		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】  環境・ライフラインカンパニー 経営企画部 久保 春奈 Tel:03-5521-0741/Fax:03-5521-0557 e-mail:kubo009@sekisui.com	
代表者氏名 代表取締役専務執行役員 環境・ライフラインカンパニー プレジデント 久保 肇			
部門名 (2) 民間部門	事例名 「SEKISUI-TRAIN」 ゆりかもめ(東京臨海新交通臨海線)の3編成×6両を貸し切り 下水道展と下水道の新技术を広くPR <AD(アド)トレイン広告>		
事例の概要 <目的> ・ゆりかもめを利用する展示会来場者、一般生活者へ下水道展の意義や新技术を広くPR。 ・3編成×6両の広告枠すべてを貸切ることにより確実な広告コミュニケーション。 <活動に関して> ●実施場所・日時 場所:東京臨海新交通臨海線 3編成×6両 日時:2017年7月27日(木)~8月10日(木) ●活動内容(広告内容については別紙参照) ①ゆりかもめ3編成×6両の広告枠をすべて使うことで 広告への到達率を底上げし、下水道の新技术と 下水道展を広く発信。 ②下水道展期間中には「SEKISUI-TRAIN」の運行時刻表 をHP上で毎日更新するとともに、見学帰りにAD 車両に乗れるよう、時刻表ページへのQRコード付 カードも配布し、帰りまで楽しめる工夫をした。 ③車両を通路で左右に「下水道展」「管工機材展」 とで分割しPR。同時開催の管工機材展来場客にも 下水道に興味を持たせ、来場者の向上を図った。 ④包括受託自治体の観光案内広告も掲載することで、 ちょうど世界遺産登録を目指している堺市他、 自治体への地域貢献を図ることも目的とした。 ●実績 「SEKISUI-TRAIN」の乗車人数は <b>推定12万人!</b> $120,741人(日/平均乗車人数^{*1}) \div 26編成(日/編成運用数) \times 2.5編成^{*2}(運用編成数) \times 10日間^{*3}(運用日数)$ で算出 夏季はお台場等で多くのイベントが開催されており、 <b>更に多くの乗車人数が推定される</b> ※1 平成28年度一日乗車人数平均値より(公式HPより) ※2 車両点検等があるため2.5編成/日で算出 ※3 車両の準備期間を有効活用し、会期中は最大車両数で、開催前と後にも半数の車両を運行 (各編成10日間掲出)させることで、長くゆりかもめ乗降客の目に触れてもらうことができた			
エントリー事例の特徴 ●下水道展開催期間の前・中・後の10日間にわたり、3編成×6両(買い取り最大枠)の広告枠全てを 使って実施することで、 <b>広告への到達率の底上げ</b> ●公共機関を使った初めての事例で、下水道・下水道展を知らない <b>生活者へも広く訴求</b>			
付属資料の提出	(あり) ・ なし (どちらかに○)		

