

平成25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（経営企画本部 広報部） 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	

部門名 企業広報部門	事例名 エコプロダクツへの出展 イベントを活用した、学生や一般向け広報の先駆的実施例
---------------	---

事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）

下水道広報の手段として、日本最大級の展示会「エコプロダクツ」に着目。2010年に初出展して以来、集客力と訴求力の高さを実感し、3年連続して出展。その結果、業界全体のムーブメントに成長した。



メタ単独

2010年

【エコプロダクツ概要】

主催：日本経済新聞社 開催時期：毎年12月の3日間

導引人数：約18万人（うち学生2万人）



↑隣に下水のブースができる

2011年

年度	コマ数	メタブース来場人数(3日間)	業界動向
2010年	2コマ	2,800人	メタウォーター単独出展
2011年	4コマ	5,112人	21世紀の下水協議会が隣接出展
2012年	4コマ	5,031人	GKPが隣接出展。初の連携実施



GKPと連携したブース完成

2012年

学生や子供向たちに水について学んでもらうための工夫

- ①「その場で学ぶ」+ ②「持ち帰って学ぶ」+ ③「遊び心」



クイズ形式で楽しく水の知識を身につけるため、下水道キャラクターを多数登場させた



水道と下水道の仕組みを分かり易く説明した絵本を製作し配布



水にまつわる遊びと“釣れた”という成功体験を通して水を体感し印象づける



エントリー事例の特徴（下水道インフラの価値を高める上で優れていると思われる点など）

- 展示会出展のメインターゲットを小学生とし、これからの担う子供たちや教育者に下水道を含めた水循環の啓発を継続的に行い、成果を出している点
- 1社で始めた取り組みが、下水道界全体に波及し展示会での下水道広報という1つの広報スタイルを確立した点
- 分かり易く伝えるための工夫で、下水道に関連する資源や設備をキャラクター化したことで、自治体や媒体社からの貸し出し希望などもあり、都度無償で提供している。