

エントリーする団体名の名称 <b>株式会社 阪急コミュニケーションズ</b>		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 別冊・企画編集部 尾崎 明 TEL 03-5436-5818 FAX 03-5436-5749 <a href="mailto:a-ozaki@hankyu-com.co.jp">a-ozaki@hankyu-com.co.jp</a>												
代表者氏名 代表取締役社長 五百井健至														
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 <b>株式会社 博報堂DYメディアパートナーズ</b>		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 雑誌局雑誌3部 中村 壘 TEL 03-6441-9463 FAX 03-5436-5749 <a href="mailto:RUJ.NAKAMURA@hakuhodody-media.co.jp">RUJ.NAKAMURA@hakuhodody-media.co.jp</a>												
部門名 報道部門 ③雑誌等報道部門	事例名 史上初！書店で販売した一冊丸ごと下水道特集の雑誌 Pen+ (ペン・プラス) 『下水道のチカラ』													
事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)														
<p>                     下水関連トップ企業群が連携して、<u>一冊丸ごと下水道特集の一般雑誌</u>を制作。<u>広報と広告を融合させ、更にエンターテインメントにまで昇華させる次世代広報へ挑戦した。</u>                      その結果「一般読者が“購入”する下水道コンテンツ」として広くアピールすることができた。                 </p>														
<p>                     ■ <u>一冊丸ごと下水道特集の一般雑誌を制作した目的</u> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日々、無意識的に利用している下水道について、興味、関心を高める。</li> <li>・“スムーズに処理されて当たり前”と思われがちな下水道の現場の、知られざる苦労やテクノロジー、意外な可能性に光をあてる。</li> <li>・単独企業の広報活動ではない、下水道業界複数社によるPR活動</li> </ul>														
<p>                     ■ <u>旧来型の広報活動、及び民間企業による広告との違い</u> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・有力出版社が持つ編集力と制作力を活用したことで、“購入”するに値するエンターテインメント性を、下水道コンテンツに付与することができた。</li> <li>・コンテンツの合間にPR訴求ポイントを置くだけでなく、PRの目的や訴求ポイント自体をコンテンツ化させることができた。</li> </ul> <p>                     例：                 </p> <table border="0"> <tr> <td>プロの仕事</td> <td>下水道を支える、プロフェッショナルたち。</td> <td>→維持管理へ光をあてる</td> </tr> <tr> <td>最先端技術</td> <td>世界に誇る、日本の最先端テクノロジー</td> <td>→協賛企業が保有する技術の紹介</td> </tr> <tr> <td>写真・白汚零</td> <td>都市の地下に広がる、かくも美しき世界。</td> <td>→下水道への興味喚起</td> </tr> <tr> <td>山田五郎と学ぶ</td> <td>汚水が処理されてきれいになるまで。</td> <td>→汚水処理プロセス紹介</td> </tr> </table>			プロの仕事	下水道を支える、プロフェッショナルたち。	→維持管理へ光をあてる	最先端技術	世界に誇る、日本の最先端テクノロジー	→協賛企業が保有する技術の紹介	写真・白汚零	都市の地下に広がる、かくも美しき世界。	→下水道への興味喚起	山田五郎と学ぶ	汚水が処理されてきれいになるまで。	→汚水処理プロセス紹介
プロの仕事	下水道を支える、プロフェッショナルたち。	→維持管理へ光をあてる												
最先端技術	世界に誇る、日本の最先端テクノロジー	→協賛企業が保有する技術の紹介												
写真・白汚零	都市の地下に広がる、かくも美しき世界。	→下水道への興味喚起												
山田五郎と学ぶ	汚水が処理されてきれいになるまで。	→汚水処理プロセス紹介												
<p>                     ■ <u>本施策の成果</u> </p> <p>                     Pen+『下水道のチカラ』流通部数は17,300部で、Amazon 「理工・工学」及び「建築・土木」部門で1位を獲得(7/29時点)。若者向け情報サイト『ガジェット通信』で記事化された他、tweetがリーチしたフォロワーの数 はのべ163,800人を超え、みうらじゅん氏の公式ブログでも記事化された。                 </p>														
エントリー事例の特徴														
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 「下水道が商品になりうる」ことを下水道以外の幅広い人に気づいてもらうきっかけとなり、この後の異分野との連携の起爆剤になった。</li> <li>✓ 知的好奇心が高い読者を多く抱え、知名度もある『Pen』の別冊として仕立て、テレビ出演も多い著名人の社会的影響力を活用したことにより、メジャー感の創出と話題化に成功した。</li> </ul>														



Pen+『下水道のチカラ』  
7/29売 30,000部発行

**協賛企業群**  
 積水化学工業、クボタ、メタウオーター、TGS、明電舎、三機工業、水ing、東亜グラウト、ウォーターエージェンシー、前澤工業、月島機械、東京都