

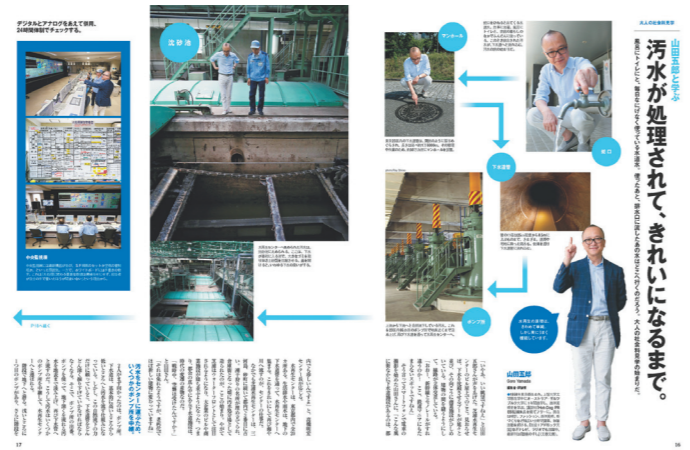
グランプリ

史上初！書店で販売する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』」制作プロジェクト

「Pen+（ペン・プラス）『下水道のチカラ』」制作プロジェクトチーム



表紙は、下水道施設の幻想的な写真を使用。(photo: Ray Shirao)



水再生センターとスラッジプラントでの汚水や汚泥の処理プロセスを、人気タレントが社会科見学風に説明。

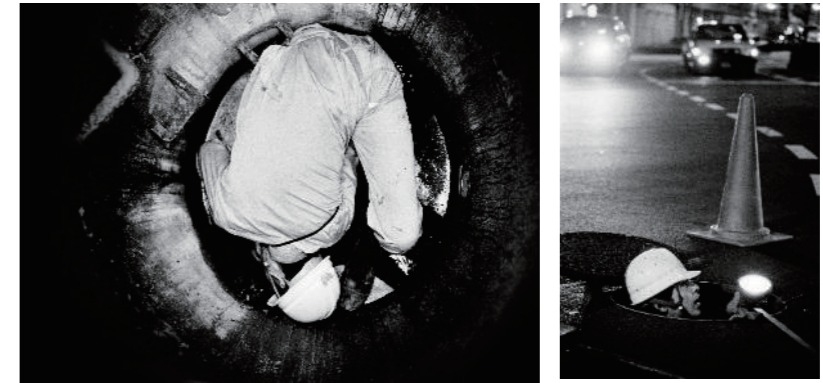


下水道の多面的な役割の1つ、資源の有効利用を、「ビストロ下水道」のキーワードで魅力的に紹介。

PRポイント！

一般市民に下水道の多面的な役割を知ってもらうことを目指し、下水道業界、出版業界、広告業界の若手担当者がプロジェクトチームを結成、「一般読者が“購入”する下水道コンテンツ」として、一冊丸ごと下水道特集の一般雑誌制作に挑戦しました。広報と広告を融合させ、エンターテインメントにまで昇華させる次世代広報を実現しました。平成25年7月の発売から3か月間の販売部数は17,300部。若者向け情報サイト「ガジェット通信」やみうらじゅん氏の公式ブログで記事化されたほか、tweet数とフォロワー数の合計は延べ163,800人を超えました。

<プロジェクトチームメンバー（50音順、敬称略。所属は制作当時）>阿部千雅（公益社団法人日本下水道協会）、阿部剛（株式会社阪急コミュニケーションズ）、荒井健（月島機械株式会社）、狗飼豊（株式会社博報堂）、井上佳昭（東京都下水道局）、岩田剛（三機工業株式会社）、尾崎明（株式会社阪急コミュニケーションズ）、久保春奈（積水化学工業株式会社）、小林由夏（一般社団法人水と環境の未来研究所）、神保悟志（東京都下水道サービス株式会社）、田熊章（東亜グラウト工業株式会社）、竹久和祥（株式会社クボタ）、田中伸明（wing株式会社）、富田浩二（株式会社明電舎）、中村壘（株式会社博報堂DYメディアパートナーズ）、英克文（メタウォーター株式会社）、春田満雄（前澤工業株式会社）、宮坂智博（株式会社ウォーターエージェンシー）



印象的なモノクロ写真で、多くの人々に支えられ、下水道というインフラを安全に使い続けられることに光をあてた。



「ゆるキャラ」の名付け親であるみうらじゅんさんに、下水道キャラについて存分に語ってもらった。



一般読者の興味をひき、「下水道のことが気になる」という思いにさせる話題も豊富に盛り込んだ。



全国各地にあるご当地マンホールの案内も。

Key Person



公益社団法人日本下水道協会 阿部 千雅

「下水道女子会」でのアイデアから始まった本プロジェクト。一般市民が「買ってでも読みたい」と思う広報誌をつくりたい、手に取って下水道のすごさや魅力に触れてほしい、という想いに、多くの下水道のプロ、編集・制作のプロが共感し、プロジェクトチームメンバーとして共に難題に挑んでくださいました。幅広い関係者によるインフラそのものの広報は、あまり前例もなく調整は困難でしたが、メンバーの熱い思いで実現させることができました。

出版後は、洗練された内容と媒体のステイタスや知的好奇心の高い読者にも支えられて、インターネット等で大いに話題化されています。広告業界、出版業界でも注目的だったとか。「下水道ってすごい！」という気づきをたくさん生み出すことができました。