

井の頭線の車内ビジョンにて
 「水ペディア～表参道 MIZUcafé 物語～」を4月より1年間放映
 水にまつわるトリビア、全26話を通してブランドターゲットへ情報発信

三菱レイヨン株式会社(本社:東京都千代田区、社長:越智仁)のグループ会社で、浄水器、医療用
 水処理装置を販売する三菱レイヨン・クリンスイ株式会社(本社:東京都中央区、社長:島田勝彦 以下、
 当社)は、2014年4月から1年間、井の頭線内のビジョンでCMや天気予報を放映する「K-DGチャンネル」にて、水に関わる情報発信を行うオリジナル番組「水ペディア～表参道 MIZUcafé 物語～」(以下、水-
 ペディア)を展開します。



今年、クリンスイは発売30周年を迎えます。家庭用浄水器中心の展開から、近年では生活者の安全安心でおいしい水への志向が高まってきている市場環境に着目し、定期宅配水や災害備蓄用のペットボトル飲料水ビジネスなどへ展開を拡大しています。また消費者との接点づくりの場として「MIZUcafé PRODUCED BY Cleansui(東京都渋谷区神宮前 6-34-14 原宿表参道ビル 1F)」を昨年12月、東京・原宿にオープンしました。30周年を契機として新たに設定したブランドコンセプト「水で世界中の人に waku-waku を」という想いを実現すべく、水について改めて考えていただける場として、身近な電車の車内ビジョンで情報発信を実施します。なかでも、クリンスイのブランドターゲットである2～30代の女性層の乗車も多く、都内でも学生の乗客が多い井の頭線を活用し、将来的な顧客層に向けて訴求します。また井の頭線沿線の井の頭公園には武蔵野三大湧水池の1つ「井の頭池」があることも、“水”繋がりとして路線選定の理由となっています。今回の取り組みを通じて、水のソリューション企業としての“クリンスイ”ブランドの価値を高めていきます。

水ペディアは「水の百科事典」をイメージしており、MIZUcafé を舞台に『硬水と軟水の違い』、『東京の水道のはじまり』など“水”にまつわるトリビアを、クリンスイのキャラクターである「コップ先生」が分かりやすく紹介しながら展開します。コンテンツ内容は、隔週月曜日に更新し、年間26話の水に関するストーリーを発信していく予定です。更に毎回ストーリーと一緒に、クリンスイ製品のCMも放映されます。

当社では、今後も浄水器はもちろん、水に関わる情報発信を積極的に実施していきます。

■「水-ペディア～表参道 MIZUcafé 物語～」について

- < 期間 > 2014年4月7日(月) ～2015年4月5日(日)
- < 電車 > 井の頭線1000系車両
- < 番組内容 > 水にまつわるトリビアを年間26話のストーリー(60秒)で紹介
+ クリンスイ製品のCM(30秒)
- < ストーリー内容(予定) > 「水」ってなんだろう/軟水と超軟水は何が違うの? / 塩を入れると凍りにくいのは何故? / 「重水」ってどんな水? / ミネラルウォーターでご飯を炊いたら美味しいの? / 硬水と軟水の違いは? / 料理と水の相性ってあるの? / 世界で一番透明度の高い湖はどこ? / 海洋深層水って? / 水道水を美味しくするのは? 等
- ※変更の可能性あり

