

令和7年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

団体名 東亜グラウト工業株式会社	団体区分（混成の場合は複数☑） <input type="checkbox"/> 行政 <input checked="" type="checkbox"/> 民間 <input type="checkbox"/> 学校・NPO・個人等
取組名 「水循環に思いをはせる日」次のフェーズへ — “伝える” 広報から、未来のステークホルダーと “共に行動する” 広報へ —	
責任者（実際に広報に取り組んだチームの代表者） 氏 名：森早紀、那須文香、青柳香菜里、南洞誠 所 属：管路グループ 企画部（広報担当） 電 話：03-3355-1531 E-mail：saki.mori@toa-g.co.jp、ayaka.nasu@toa-g.co.jp、kanari.aoyagi@toa-g.co.jp、makoto.nando@toa-g.co.jp	
担当チームの構成 （外部人材を活用している場合や外部委託をしている場合等は、その旨記載して下さい） 水循環に思いをはせる日プロジェクトチーム（社長、総務グループ広報担当者、管路グループ広報担当者）	
取組のポイント （一言でいうとどういう取組かを、箇条書き等で記載して下さい） 【記念日制定による広報の進化】 制定5年目を迎え、単なる記念日から「行動の日」へ昇華。認知拡大にとどまらず、体験を通じてインフラの価値を深く実感してもらう 「共感・実践型広報」 へと活動を進化させました。 【「海」を共通言語にした次世代との共創】 水に関係の深いヨット大会への協賛や清掃活動を通じ、下水道があつてこそ海が守られる事実を共有。一方的な啓発ではなく「海を守る同志」として 次世代との強い連帯感 を生み出しました。 【未来を担う「人」への問いかけ】 社長対談動画では、インフラ維持の使命感を熱く発信。学生を「未来を創るパートナー」と捉え、知識伝達を超えた深い共感と「自分ごと化」を促進しました。	
アピールポイント 【「記念日」を共通言語に、広報フェーズを「伝達」から「行動」へ深化】 単なる自社PRに留まらず、5年目を迎えた「水循環に思いをはせる日」を起点に活動を展開。本年度は従来の「認知」活動から一歩踏み込み、次世代と共に汗を流す 「行動（体験）」の場を創出 しました。継続性を土台に、インフラの価値をより深く、実感を伴って伝えるフェーズへと移行させています。 【「汚い海は嫌だ」。次世代の本音と響き合う、価値の共創】 学生ヨット選手とのビーチクリーンでは、参加した学生が「汚い海は嫌だ」とつぶやき、快活に活動する姿が見られました。この素直な感情こそが、水環境を守る我々の原点です。一方的な啓発ではなく、彼らの「海を愛する心」と、当社の「水を守る使命」をリンクさせることで、 業界外の若者と「想い」を共有 できました。 【業界全体の未来を拓く、共感型広報のモデルケースとして】 多様なステークホルダーを巻き込む本活動は、水インフラ関係者への敬意と感謝、そして「健全な水循環を守り未来へつなぐ」という当社の決意表明です。若者の心を動かした今年の実績を、業界全体が抱える「人材・認知不足」という課題に対し、 共感を通じて社会とつながる一つの事例 として、業界活性化のお役に立つことを目指しています。	
要したコスト 記念日登録はすべて自社社員で実施したため外部委託費ゼロ。イベントや動画制作に一部費用が発生しましたが、運営は自社スタッフが担いコストを抑制しています。	

ウラ面に続きます

取組の概要（適宜、写真や図等を挿入して下さい。複数年度にわたる取組の場合は、その旨記載して下さい）

本活動は、「水循環に思いをはせる日」（11月8日）を起点とした継続プロジェクトです。5年目の本年度は、言葉による「説明」よりも、**次世代と共に現場で汗を流す「行動」を重視**しました。応募動画にある当社の「想い」と学生たちの「活動」がリンクし、水インフラの価値を共有する取り組みとなりました。

1. 2025年度の活動内容（行動による価値共有）

① 学生スポーツへ協賛

「きれいな海」を活動の場とする全日本学生ヨット連盟と連携し、第90回全日本ヨット選手権大会に協賛。水と向き合う若者を応援しました。

② 学生とビーチクリーンで協働

①の大会に先立ち「協働ビーチクリーン」を実施。学生選手63名が参加し、共にゴミを拾う活動に没頭しました。その最中に聞かれた「やっぱり、汚い海は嫌だ」という本音。この切実な想いは、清流を守る活動が「水の大切さ」を守る活動であると同時に、下水道管路維持管理で水循環を支える当社の使命とも深く共鳴します。協働体験を通じ、海と下水道のつながりを座学では得られないリアルな学びとして共有しました。

③ 啓発コンテンツ制作（社長対談動画）

「水循環」と「インフラメンテナンス」という専門的なテーマを、若い世代にも伝わるように、当社の山口乃理夫社長がわかりやすく発信。学生を未来のパートナーとして迎え入れるための「理解の入り口」としました。



▲学生とのビーチクリーンの様子



▲当社社長出演の特別対談動画



▲中学生に向けた出張授業の様子

2. 過去の活動による土台形成（2022～2024年度） 継続的な活動が、

本年度の飛躍的な展開を支えています。

2022年：オリンピック選手や「水の天使」との鼎談（動画配信）で関心の入口を拡大。

2023年：中学生向け出張授業を実施し、職業としてのインフラの魅力を発信。

2024年：市民ボランティアとの清掃活動やパネルディスカッションを展開。



▲パネルディスカッションの様子

成果（数字を交えるなど、できるだけ具体的に記載して下さい）

【定性的な成果：次世代の意識変容と「自分ごと化」】

ビーチクリーン（学生63名参加）では、活動を通じて学生から「汚い海は嫌だ」という本音が引き出されました。これは、**インフラ保全の重要性が、知識としてではなく「実感」として彼らの心に刻まれた証**左だと受け止めております。

【定量的な成果：コンテンツの資産化と継続的な波及】

○ デジタル資産としての活用：2022年度の対談動画はシリーズ**累計4,700回以上**、2024年度の活動記録は**1,000回以上視聴**されています。採用・研修・教育現場で「生きた教材」として活用され、息の長い啓発ツールとなっています。

○ 外部評価の獲得：2023年にはこれらの継続性が評価され「日本水大賞・経済産業大臣賞」を受賞。本年度はさらに活動領域を広げ、全日本学生ヨット連盟という業界の枠を超えた広報活動へとフィールドを拡大させています。

【結び：業界全体の未来へ】

本活動はCSR活動の枠を超え、インフラ業界全体の「認知向上」と「誇りの醸成」に寄与しています。活動の継続こそが、ひいてはこの業界を担う未来の人材育成につながると確信し、今後も「行動する広報」を展開してまいります。