

応募用紙「土木広報大賞 2023」

団体名：八千代エンジニアリング創立 60 周年 PR 事務局

応募部門 (複数選択可)	<input type="checkbox"/> イベント部門	<input checked="" type="checkbox"/> 映像・メディア部門	<input checked="" type="checkbox"/> 広報ツール・アイテム部門
	<input type="checkbox"/> 教育・教材部門	<input checked="" type="checkbox"/> 商業広告部門	<input checked="" type="checkbox"/> 企画部門

土木広報活動または作品名：プレイバック 60 周年—土木の魅力伝える一連の施策—

広報活動または作品の概要

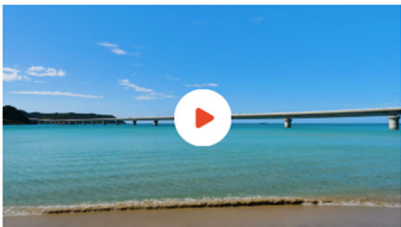
本プロジェクトは、創立 60 周年を迎える八千代エンジニアリングにおいて、社内および社外に対し 60 周年 PR として実施したものです。

弊社は、2018 年に長期経営方針を策定し「この世界に、新しい解を。」をビジョンとして掲げました。このビジョンには、弊社の黎明期の創業者・先達たちや高度経済成長期の先輩技術者たちが、『挑戦』もって日本の「新しい世界」を作り上げてきたからこそ今の豊かな社会があるということへのリスペクトと同時に、近年の急激に変化する世の中に対し、改めて『挑戦の力（イノベーション）』で社会に『新しい解』を生み出すことが必要である、という想いが込められています。

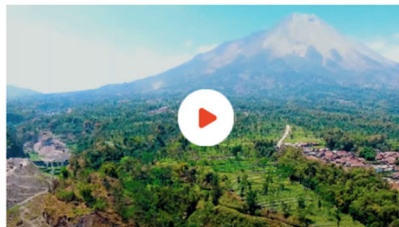
本プロジェクトは、60 周年の軌跡を追いながら「この世界に、新しい解を。」のテーマに沿った一連のコンテンツに仕立てています。弊社のビジョンを社外の皆さまと共有するアウトナーブランディングであるとともに、社内の黎明期の創業者・先達たちが掲げた挑戦の文化へ回帰するインナーブランディングの要素も踏まえたプロジェクトとなります。

施策①：創立 60 周年記念動画の公開

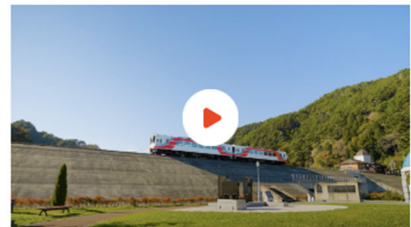
ビジョンを体現する弊社の代表的な実績を取り上げて 3 部作の動画にしました。弊社が創業以来 60 年にわたって培ってきた建設コンサルタントとしての技術や知見を活かして、どのように社会に対して「解」として示してきたのかを発信しました。(それぞれ英語字幕版あり)



【60周年記念動画】角島大橋編
—奇跡を起こした、角島大橋の誕生秘話に迫る—



【60周年記念動画】メラピ山編
—みんなの笑顔をつくる、インドネシアの砂防施設—



【60周年記念動画】東日本大震災編
—新しい挑戦で、想いをつなぐ復興支援を—

動画 1 角島大橋編 -奇跡を起こした、角島大橋の誕生秘話に迫る- https://youtu.be/IRE2VZdcHsk?si=Z6qr3h_QCSXfASbM

動画 2 メラピ山編 -みんなの笑顔をつくる、インドネシアの砂防施設- <https://youtu.be/nw1dIKSadLY?si=wBfzB00k9Tyvqxx2>

動画 3 東日本大震災編 -新しい挑戦で、想いをつなぐ復興支援を- <https://youtu.be/4B77PBDMh0M?si=YSWyRMZVuLzbf0DG>

施策②：Web ページコンテンツの公開

創立 60 周年特設 Web ページを設置し、主に 2 つの特設コンテンツを準備しました。

コンテンツ 1

八千代エンジニアリングの同期見つけました！

弊社と同じく 1963 年に企業創立や商品販売を開始した企業(4 社)

の広報担当者の方に、誕生秘話、こぼれ話、同期としての想いや抱負などを伺うという企画です。表面



的な話を聞くにとどまらず、各社および弊社の企業文化を深掘しながら、ビジョンや、これから進む企業人としてどうあるべきかを対談しました。(本コンテンツは弊社運営 SNS である note に記事掲載しています。)

コンテンツ 2 プレイバック！60周年

(60周年以前のタイトル名称は「60周年カウントダウン」)

弊社が携わったインフラを毎月紹介しました。2021年10月より開始し、60周年 YEAR 終了となる2023年12月までに毎月更新する予定です。



施策③：トークセッション「土木写真家×八千代インフラの美」、および社内フォトコンテスト、社内展示会の開催

土木写真家・西山芳一氏をゲストにお迎えし、弊社社員との創立60周年記念トークセッション「土木写真家×八千代インフラの美」を開催し、併せて社外に向けて収録動画の配信を行いました。弊社がこれまでに携わった土木インフラを題材に、写真家と土木技術者という異なる角度から、インフラの魅力や重要性を深掘りすることで、企業としての弊社の魅力や仕事の面白さの再発見・再認識を目的として実施しました。加えて、社内限定の企画として「社内フォトコンテスト」も実施しました。また、西山芳一氏には今回のために写真を撮り下ろしていただき、その写真は「土木写真家 西山芳一 | 八千代のインフラ展」と称し、弊社エントランスにて約1カ月間(2023年5月25日～同年6月30日)展示しました。

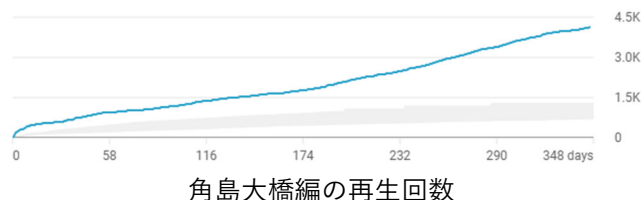


左：トークセッションの様子 右：土木写真家 西山芳一 | 八千代のインフラ展の様子

広報活動または作品の効果

本プロジェクトを通じて、アウター・インナーブランディングともに機会創出を得ることができました。創立60周年記念動画は、YouTubeにおける再生回数としては3編の動画を合わせて約7,500回の再生。

「角島大橋編」は2023年11月公開以降右肩上がりで推移し、公開約1年を迎えますが、動画再生伸びが継続して増加しています。また、一連のコンテンツ作成について日刊建設工業新聞社より広報担当者のインタビューを受けて紙面に掲載されるなど、高い関心を寄せていただきました。社内フォトコンテストでは応募総数が180作品にいたりました。



本プロジェクトに触れた社員からは「あの角島大橋を当社が作ったなんて知らなかった」、「(フォトコンテストを)毎年開催してほしい」「会社があのヒーローと同じ年というのがうれしい」などの感想や相互コミュニケーションを生み出し、インナーブランディングの効果が高く表れていました。

60周年という月日、そして約1,200名の社員を抱える企業として、黎明期の創業者・先達たちの伝えるべきDNAが次第に薄れる懸念の中で、本プロジェクトにおいては高いブランディング効果を獲得できました。