

災害時の水支援はどうあるべきか 産官学で水BCPを考えるプレスセッションを開催

水ing株式会社

1 抱えていた課題

災害時の水支援に関する課題

水ingはこれまでに、他の水インフラ企業と共に、災害時の水インフラの復旧支援を行ってきた。しかし、能登半島地震では管路などの復旧が遅れ、断水が長期化。施設の復旧支援だけでは、いざという時、市民に水を届けることができず悔しさを感じた。

そこで、災害時にも“水を止めない”社会を形成していくために、これまで実施してきた「運転管理支援」「インフラ復旧支援」に加えて、「**地域支援**」というメニューを新設した。



これまで行ってきた支援活動
インフラ復旧が遅れると、直接市民に水を届けられない

機運構築に関する課題

災害時における“水支援”は一企業で出来ることではなく、企業間の連携、さらには産・官・学・民それぞれの立場で、力を出し合う必要がある。定常的な広報手法では広世の中に意識醸成ができない、水道業界全体へと広がる機運構築に繋がらないという課題感があつた。

新たな課題

そのため、水BCPとインフラ戦略を多角的に考える場として、「【激甚化する災害】国・自治体・企業の“水”支援はどうあるべきかー水ingプレスセッション2025ー」を開催した。プレスセッションはメディアによる報道という第三者からの発信を目指す手法を用いた。

2 広報活動概要

激甚化する災害 国・自治体・企業の“水”支援はどうあるべきかー水ing プレスセッション2025の開催ー

講演セッションと展示ツアーの2部構成で開催 開催日 2025年12月10日 場所 御茶ノ水 ワテラスコモン 対象 メディア、水業界関係者

講演セッション 国・自治体・学術・民間企業の立場から、災害時に生活や地域経済を支えるための“水BCP”再構築の必要性が語られた。

内閣府／長橋防災監

- 近年の災害の激甚化状況
- 国の災害政策の最新情報
- 水支援に関する補助 など



東京大学／加藤特任准教授(当時)

- 災害時の水に関する実態
- モバイル型システムの有用性
- 上下水道に関する制度的課題 など



七尾市／茶谷市長(ビデオメッセージ)

- 能登半島地震で困った点
- 七尾市・能登半島の復興状況
- 水支援はこうあるべき など



水ing／安田社長

- 民間企業が行うブッシュ型共助の例
- 全国から即応できる水支援オペレーション体制 など



協力企業ロゴ



水ingの地域支援に賛同し、災害時に支援物資等輸送・復旧／復興作業を担う協力企業

展示セッション “動く浄水場”(可搬式浄水装置)のほか、簡易浄化装置＋洗濯機ユニット、給水車、水循環型システムなど、自社・他社製品問わず公開。目前で濁水を処理するデモも実施。



水循環型シャワー



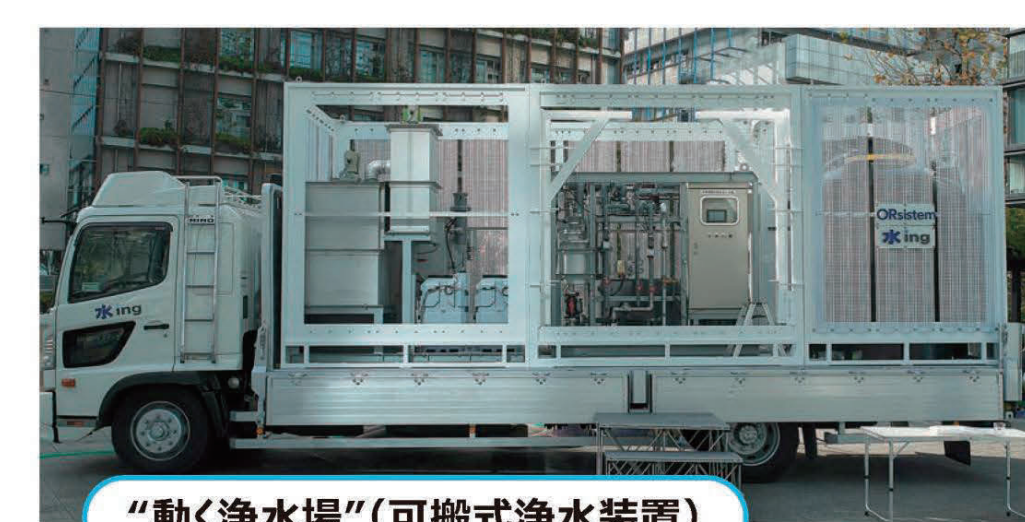
屋外展示ツアーの様子



給水車



水循環型手洗いスタンド



“動く浄水場”(可搬式浄水装置)



簡易浄化装置

3 取組の効果

広報活動の狙い

災害時の「生活用水不足」を社会へ課題提起

「生活用水不足」というあまり知られていない課題を提起。生活用水の確保に必要な可搬式浄水装置の重要性を提示。



民間企業だからこそその全国規模の広域支援を提示

全国のネットワークを活かし、包括的な支援体制の例を提示することで、水支援の仕組み構築や、日本全体での可搬式浄水装置などの設備拡充に繋がる、業界全体の機運を構築。



社会課題解決に向けた本気の発信手法

災害イベントという手法をとり、単なる情報発信や企業PRではなく、公平な報道を通じた深い理解の促進と、直接的な熱意の伝達による本気の姿勢を提示。



4 PRポイント

発信力【パブリシティ活用 & 産・官・学連携】

本イベントの内容をパブリシティを通して発信することで、多くの市民の皆様が目にする機会を作りつつ、二次編集等の過程で媒体ごとに適切な内容(一般向け/業界向け/学生向けなど)へと再構築され情報発信することが出来た。また、産・官・学の有識者の方々にご登壇頂き、メディアに加えて、会場の業界関係者の皆様に直接プレゼンテーションすることにより、間口は広く、中には(業界内へは)深く、内容を発信することができた。

波及性・ステークホルダーへの影響度

- メディアおよび業界団体から約30名が来場
- 一般紙含む約30媒体に掲載
- 「NewsTV」YouTubeチャンネルで52万回再生(広告配信による)
- 渇水発生地域から災害用給水車の貸し出し要請が入り実際に稼働

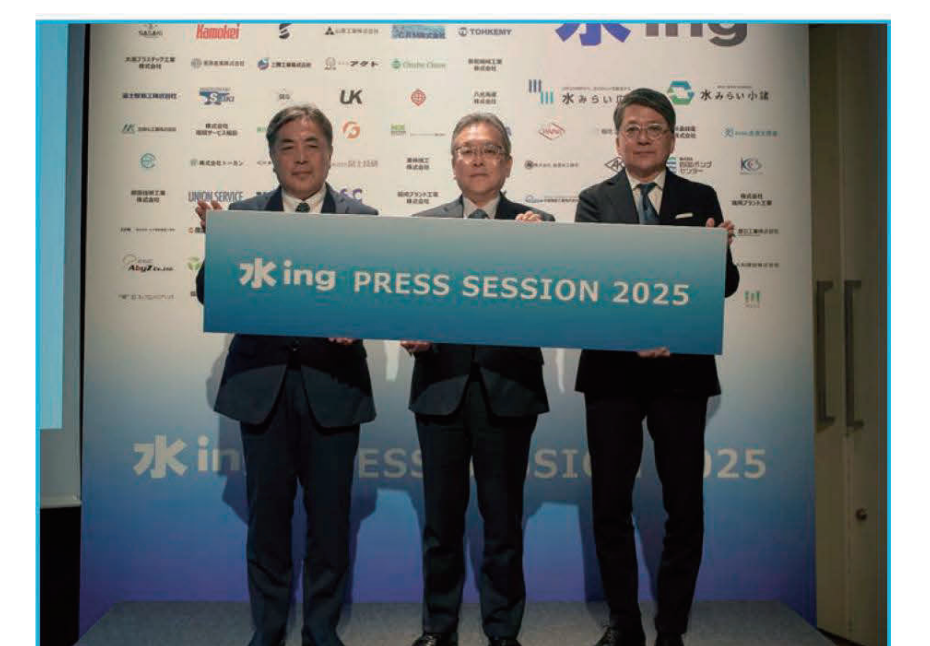
社外ネットワーク強化



大変面白いものを見せて頂きました。
勉強させて頂きました。
我々も連携できることがあればやらせて頂きます。
業界関係者様より



2025年12月19日掲載/産経新聞
※無断転載・複写不可



社員エンゲージメント向上



目頭が熱くなった！
会社への誇りを感じました！
1回で終わらず、次につなげていきたい。
社員アンケートより