

(3) 企業と防災に関する検討会議について

(平成14年12月17日設置)

1. 目的

「市場」のスピード、活力を活かして地域社会の災害対応力を高めるという観点から、企業と防災のあり方について検討。

2. 検討会議メンバー

日本経済団体連合会、学識経験者、東京都、名古屋市、大阪市、大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画推進協議会、名古屋青年会議所、旧居留地連絡協議会（神戸市）

3. 検討内容

(1) 企業の自主防災

企業間情報伝達と相互扶助のために企業が連携する企業版「町内会」として、神戸市では「防災隣組」を組織している事例がある。大手町・丸の内地区でも、「東京駅周辺防災隣組」の設置を検討中。



大都市の帰宅困難者対策等、広域的な課題には、行政との連携のもとに、企業が協働して取り組むことが必要。

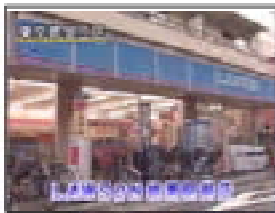
(2) 地域防災における企業の役割 (民間の力の活用)

企業の「得意技」を活かして、応急対策等に貢献。



自動車修理工場が自治体と協定を締結
(道路放置車両排除)

コンビニの情報端末を利用して市民が災害情報を収集



【参考】ボランティア、NPOによる地域防災活動

高知県南西部豪雨水害(2001年9月)のボランティア活動

(平常時)NPO法人主催のボランティア・コーディネーター養成講座



東海豪雨(2000年)では延べ約2万人、高知豪雨では約1万5千人のボランティアが活躍。

企業(ボランティア、NPO等)の地域防災活動が円滑に実施されるような環境整備や、平常時から行政との連携を行うことが必要。

(3) 日常的な防災力向上の取り組み推進(市場の活用)

平常時、市場における市民や企業の活動を通じて地域の防災力を高めることが重要。このため、

防災力向上に寄与する製品等が市場で評価される仕組み
企業の防災・危機管理を評価する社会システム

を構築・普及させるための環境整備が必要。



防災ベッド (家屋が倒壊しても命を守る)

静岡県が実施した防災技術、製品のコンペでの最優秀作品を、民間企業と県工業技術センターが商品として開発。

自販機を活用した災害情報提供
(災害時に情報の「灯台」となる)

通常は時事ニュース等を配信。(自販機会社の負担。)
災害時は協定に基づき行政の災害情報を配信。
情報を繰り返し見ることができるほか、聴覚障害者への有効な情報提供。



防災に貢献する製品等の表示(「エコマーク」のようなもの)、
企業の防災・危機管理(リスクマネジメント)を推進する方策
(国際標準規格等)を日本発で導入できないか検討。



今後、企業による防災・危機管理投資を促進し、平常時から行政と企業の連携を円滑に進めるために必要な施策の方向性等について検討予定。(4月を目途に一定の方向性を打ち出す)