

骨 子

(安全への投資や防災活動のインセンティブづくり)

提言＝防災のための投資と行動の促進

企業や家庭における防災のための投資と行動を促進するため、優遇金利などのインセンティブ付与やロゴ・マークの使用、防災関係技術の展示会や製品見本市の活用、まちの安全性の周知などを行う。

家庭や企業が、それぞれの立場で安全性確保のために行動し投資する環境を醸成していくことにより防災関連の製品・サービスが普及し、防災への投資により社会の防災力が高まることが期待される。

1. 企業の力を生かした防災活動への貢献

(1) 企業自らのための防災投資

① 企業の自社の防災投資を促進する方策

各企業の防災投資を促進するため、耐震補強やBCPの作成等の防災投資を行った企業が優遇金利の適用などのインセンティブを享受できることが有効である。また、講習会の開催、業種別指針の策定等により各企業におけるBCPの作成を促進することが必要。

② 企業取引を介して災害被害の波及を抑制する方策

個別企業の対応を超えて、取引関係を通じた情報交換により防災投資への取組を促進することも有効。

③ 地域の経済団体によるBCPの普及促進

地域の経済団体等が自らのイニシアティブでセミナーの開催等を通じて各企業におけるBCPの作成を働きかけていることは、BCP普及に向けた積極的取り組みとして高く評価。

(2) 企業の製品・サービスを通じた防災力向上への貢献

① 新たな防災技術を組み込んだ製品・サービスの開発やアイデアの開発の促進方策

緊急地震速報等、新たな防災技術を組み込んだ製品・サービスの普及を図ることが重要。防災用品のコンテスト、防災に関するロゴ・マーク（後述）等も一つの方法である。

② 防災製品・サービスの情報提供・発信にかかる工夫

防災技術の展示会や製品見本市（後述）の開催が重要。さらに、家具の固定がしやすい住宅など、需要発掘のための取組が必要

(3) 企業の社会貢献・地域貢献としての防災の取組み

① 企業の防災の取組みを市場が評価する方法

環境の取組みと同様に市場での評価が進展することが望ましい。金融機関の防災格付けや取引関係を通じた情報交換の広がり期待。すでに防災のための取組みを行っている企業に対する優遇金利の適用の仕組みが実現しており、このようなインセンティブに関する情報が公開されていることは有効。

② 企業の地域貢献を市場で評価する方法

企業のCSR、イメージアップ戦略と呼応するものであることが有効。企業に対する表彰、取引関係の中で調達条件に関する考慮を払う際に防災への取組みを高く評価することなどが考えられる。

③ 企業の営業活動と社会貢献活動の資金的なリンク

企業の営業活動と社会貢献活動を資金的にリンクさせるために、企業の売り上げの一定の割合を社会貢献に役立てる等の試みも有効。

2. 家庭内における安全への投資意識の向上

① 家族がみんなで考える機会・場をどうやってつくるのか

子どもの学校の宿題、学校や企業からの安否確認の方法などの指示、住宅の新築や引越し、町内会・自治会からのお勧めなどをきっかけにする。企業のBCPでは従業員の安全確保が必要であり、企業が従業員に、自宅の耐震補強や家具固定を勧める方策も一つのきっかけである。

② 家庭での取組の持続性の確保

防災の日には予防のための行動を実践するよう、自治会、企業、学校から働きかけを行うなど。転居の多い春に、転居先の耐震性の確認、家具固定のきっかけの日を設けることを呼びかけるなども一つの方法。

③ 家庭の取組が実施しやすい環境の整備

住宅の種類に応じた家具固定方法の普及、高層住宅で造りつけ家具の促進などが考えられる。耐震基準に適合した居住用建物に関する地震保険料率の割引などのインセンティブも有効。防災関係者がまず自分の家庭で防災の取組みを実践することも大切。

3. 防災面の安全性をまちの魅力として周知

① まちの魅力として「防災」の提示

業務市街地、商店街等において、まちの魅力の一要素として防災が認知されることが大切。そのため、その地域が防災に取り組んでいることを対外的にアピールすることが重要。

② 活動の持続性の確保

まち全体、あるいは一定区域の安全性を視覚に訴えるような仕掛けを作る

ことが考えられる。そのために一目でわかる標識、ロゴ・マーク等によって示すことも考慮すべきである。その前提として建物耐震化率などまちの防災性の高さを簡易に測る方策、表示する方策の設定（進捗を確認しやすくし、まち自慢につなげられるようにする）も考えられる。

③ 他の地域活動と連動し、楽しく活発なわがまちづくりの一環としての推進

地域の安全の向上がまちの魅力作りにつながることを認識し、防災活動をまちぐるみで盛り上げる。祭り、パレード、バザーなどへの防災の担い手の楽しい参加例を紹介するなど一つの方法。

4. 防災関係技術の展示会や製品見本市の活用

① 新技術・新製品の普及のための広告等

防災用品のコンテスト、ホームページを活用した防災に関する新製品・サービスの紹介などが考えられる。新製品の紹介だけでなく、実際の災害に関する情報や災害被害を防ぐノウハウ等、新製品等の活用に結びつく情報も一緒に提供するとより使いやすくなる。また、新製品等の機能の客観的な評価・推薦が求められる。

② 活動の持続性の確保

民間団体主体の行事や広報を支援する可能性を検討。別目的の展示会・見本市で防災関連コーナーを広げる工夫が必要。

5. 防災に関するロゴ・マーク等の活用

① 「企業・団体の活動」に資するロゴ・マーク等

防災活動に賛助する、自社の施設が新耐震基準を満たしている、あるいは緊急地震速報の取り入れを実施しているなど、災害対策に何らかの積極的な取り組みを実施していることをアピールするために、ロゴ・マーク等を使用することが考えられる。

② 「製品の魅力」に資するロゴ・マーク等

防災活動に賛助する製品であること、あるいは防災上の何らかの付加価値があることをアピールするためにロゴ・マーク等を使用することも考えられる。ただし製品の性能を認証するような場合には、認証基準の設定などが課題。

③ 「家庭・職場・学校などの空間の安全」に資するロゴ・マーク等

建物に耐震性がある、建物等で安全に避難する空間を設けてある、安全な部材（防災ガラス、防災瓦等）を使用していることなどを表すロゴ・マーク等の使用も考えられる。特に部材メーカーにおける新技術の開発と普及を促す効果が期待される。

