

災害被害を軽減する国民運動の具体化に向けた取組について（素案）

「災害被害を軽減する国民運動の推進に関する基本方針」（平成18年4月21日中央防災会議決定）を踏まえ、更に国民運動を推進していくため、次のような事項に取り組むべきである。

1．国民運動の全国的な枠組み作り

防災推進協議会を拡大し、各種団体の参加のもとに国民運動の継続的な推進のための全国的な枠組みを整備し、今後国民運動を継続的に推進する。

この推進枠組みは、全国や各地域における連携の仕組みづくりの支援、各地の地域防災力強化の先進的な取組のネットワーク化などの他、防災に関連する記念日、週間などの機会に関連行事を主催する。防災に関するロゴ・マークの制定活用についても積極的に検討する。

防災に寄与する様々な分野の参加団体は全国レベルでの連携のもとに、各団体ごとに活動方針を地域へ伝達し、各地域における協力の構築を図る。

2．国民運動の展開に資する情報ライブラリの整備

減災のための活動を企画実践する人が知りたい情報やノウハウを簡単に入手できるよう、現在ある内閣府の「みんなで防災」のホームページを基に国民運動のホームページを作成する。

ホームページには多様な情報やノウハウを収録し自由に利用可能なデータベースとしての機能を持たせるほか、他の有用なホームページへのリンクを行い、防災に関する様々な情報にアクセスするための窓口機能を持たせる。

3．ロゴ・マークの制定

ロゴ・マークは防災活動への協賛、防災に関する付加価値、空間の安全性表示などの機能を有するものであって、防災のための投資や備えと行動を促進するために有効である。このため、ロゴ・マークの制定について積極的に検討することが必要である。

4．重点課題設定方式による推進

国民運動の推進に当たっては、時機に応じて重点課題を設定することにより、当面の運動の目的と手段を明確化することが有効である。重点課題の例としては、建築物耐震化、家具の固定、BCP策定促進、家族の安否確認、災害時要援護者などが考えられる。

5 . 国民運動展開のためのノウハウ等の蓄積と活用

「災害被害を軽減する国民運動の推進に関する基本方針」をもとに、全国や各地域で様々な団体が協力して国民運動を展開するに当たってはノウハウ等を蓄積し、活用していく必要がある。

なお、当専門調査会でこれまでの事例等をもとに調査検討した結果は次頁以降のとおりである。今後このノウハウ等が運動の実践の中で更に充実されていくことを望むものである。

6 . 社会的課題の一つとして防災に関連づけた企業活動の促進

がん撲滅、森林保護等の社会的課題解決に向けて企業がこれに関連付けた活動を行い、収益の一部を問題解決に役立てる活動が行われているが、防災に関しても同様の手法が有効である。また、既存の公益的活動の中に防災を加えることも有効である。

優遇金利などのインセンティブの活用、防災関係の展示会や見本市の活用、まちの安全性の周知なども、防災に関連づけた企業活動の促進に有効である。また、この他にも各企業への様々な防災活動への協賛や先進事例を全国的な取組に成長させるためのさまざまなインセンティブを拡大することが望ましい。

7 . 災害をイメージする能力を高めるコンテンツの広範かつ効果的に提供するための環境づくり

災害をイメージする能力を高める良質のコンテンツを各々の対象となるグループに広範かつ効果的に提供するための環境づくりが必要である。そのために、新たに全国各地で頻度高く展開できるコンテンツパッケージ及びその提供モデルの開発、さらにはその成果の共有が必要である。

本専門調査会は、国民運動を展開するに当たってのノウハウ等について様々な観点から検討を行った。その結果を以下に提示する。各団体や各地域等で運動を展開に当たっては、これを参考とすることが望まれる。

地域の防災連携組織づくり

防災に寄与する活動を展開する全国的な組織間の連携を受けて、地域ごとに、自治体や防災活動に積極的な団体が要になり、多様な組織・団体が連携する防災体制を構築し、維持していく。

(1) きっかけ作り

地域社会で防災活動が始まる最初のきっかけは、行政主催の行事はもちろん、民間主体によるまちづくり活動など、地域を良くする意欲のある方が集まる機会であればその可能性がある。

防災に直接かかわらない他の分野の日常的な活動も含め、きっかけとなる活動対象には様々なことがあり得る。

(2) 活動の広げ方

まず中心となる自治体や公的あるいは民間の団体が、地域の状況をよく踏まえて、まちの安心・安全を得るために鍵となる具体的なテーマを見極め、あるいは戦略的に選ぶことも一つの方法である。

中心となる団体が、選んだテーマを話題に他の地域の諸団体に声をかけ、意見交換をし、諸団体の得意分野を生かした連携を進めていくことが有望である。

テーマ作りの例：

- ・ こどもの通学路の安全
- ・ 地震・ 水害 周年
- ・ 地域の空き巣や引ったくり対策の防犯活動
- ・ 災害被害者や災害ボランティアの経験談を聞く

地域の諸団体との交流に熱意を持って臨む中心となるコーディネーター役が（できれば複数）必要。

(3) 連携の形作り

連携の形を作るときに、主導的な団体が事務局を努めることになるが、これに協力する団体が自らの組織を活かして連携の実をあげるほか、事務局支援に人材を出す、イベント等のアイディアを出す、資金も出し合う等資源の提供を行うことが望まれる。各団体の持ち味を自覚し、それぞれの得意分野を活かした役割分担をして活動を進めることが必要。

団体間の連携・協力を促進する工夫の例：

- ・ 防災活動の報告集等で協賛を行った企業・団体の名称を表示
- ・ 協賛企業・団体が自らの配付物に共通のシンボル等を表示

- ・協力団体の主催行事（防災以外を含む）への参加・協力

（４）アイデア作り、人材集め

活動の展開のためには、地域住民を引き付けるアイデアが不可欠。そのためには、他の地域の様々な活動事例がヒントになるので、地域間交流の機会を増やす。

アイデアを支える防災活動の材料は、大学等の研究機関、NPO、行政などがかなり蓄積している。人的なネットワークやインターネットなどの手段を活用して適当な事例を探す。

また、活動の推進には地域で担い手を育てるとともに、手腕と熱意を発揮してくれる人材の発掘に努めることが大切。

（５）連携のモデルイメージの共有

各参加団体が、自分の参加している活動における各団体間の連携のモデルイメージを情報共有していると、各自の役割分担がしやすく、活動がスムーズに展開する上で有効。

モデルイメージの例：

- ・消防団や自主防災組織の活動、企業の防災協力、平時のボランティア活動等の充実・連携
- ・企業と周辺自治会等との災害時の協力
- ・公民館と婦人会の連携による防災教育
- ・まちづくりNPO、建築専門家、工務店が取り組む耐震補強
- ・生徒の地域防災活動と自治会・NPO・企業の連携

（６）活動の継続

地域単位で見ると大規模な自然災害は頻繁には来ないことから、飽きず・疲れずに活動が継続することがポイント。

活動継続の間には担当者の交代などもあるので、定期的な顔合わせの機会を設定し、顔が見える関係を保ち、参加者のコミュニケーションを維持することが最も重要。

防犯、福祉など防災の隣接分野の活動も合わせて実施していくことで、継続の意味を補強していくことも現実的。

一方、連携の仕掛けを明確にしておく必要もあり、特に資金負担や行動義務を負う連携の場合には、連携条件の文書化、協定化等も積極的に考慮していくべき。（行政と文書による合意があれば、その団体の地域貢献としてPRすることが可能となる効果もある。）

活動の資金的安定性を図るためには、地域で基金が設置できれば有効。

人材の育成は活動の展開だけでなく継続させるためにも必要であり、育成活動自体が活動の継続になる場合も多い。また、地域で行動力を発揮してくれる人材を見出し仲間に加える努力も、活動の継続・発展のために引き続き必要。

地域の活動の自己点検と次の活動へのフィードバックの仕組みが作られるこ

とも、活動の継続につなげていく上で有効。

活動継続のための仕掛け作りの例：

- ・ 地元商店街の行事と結びついた防災訓練・防災教育
- ・ 高齢者による通学児童の見送りなど年代を超えた地域住民の交流
- ・ 毎年の団体のレクリエーションと防災活動の組合せ
- ・ 行政による継続活動への表彰やマスコミによる報道

(7) 留意事項

災害時要援護者の避難対策には防災分野、福祉分野、地域自治分野、ボランティア分野等の多数の主体間の連携が必要であり、地域における防災活動の連携を生み出すきっかけの一つとなっているので、注目すべき。

地域の一員としての企業の行動にも期待されるが、その際には、企業規模や業種、当該地域におかれている施設の種類によって、対応できる連携の内容が異なるので、企業に一律に連携を求めるのではなく、個々の事情をよく理解する。

一方で、企業側にも社会的責任を重視する動きがあり、社会的な評価が得られる環境が地域で形成できれば、積極的な連携を得られる可能性が高まることも認識すべき。

防災のための投資や備えと行動に対するインセンティブの活用

企業や家庭における防災のための投資やソフト面を含む備えと行動を促進するため、優遇金利などのインセンティブの活用、ロゴ・マークの使用、防災関係の展示会や見本市の活用、まちの安全性の周知などを行う。

企業や家庭が、それぞれの立場で種々のインセンティブを活用してより積極的に安全性確保のために投資し、備えをし、または行動することにより、建物、設備等の防災性が向上し、防災関連のあるいは防災性能を有する製品・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

A. 企業自らのための防災投資・備え、行動

企業の自社の防災投資を促進する方策

各企業の防災投資やソフト面を含む備えを促進するため、金融機関の防災格付けなど、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。耐震補強やBCPの作成等の防災投資、備えあるいは行動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。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。

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、取引関係を通じた連携や協力により災害被害の連鎖的波及を抑制する取組（BCPの普及を含む。）を促進することも有効。

地域の経済団体等によるBCPの普及促進

地域の経済団体、防災関連の企業、自治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組みとして高く評価。

B. 企業の製品・サービスあるいは性能を通じた防災力向上への貢献

新たな防災技術やアイデアを組み込んだ製品・サービスの開発や性能向上の促進方策

緊急地震速報等、新たな防災技術やアイデアを組み込んだ製品・サービスの開発や性能向上を図ることが重要。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。

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見本市（後述）の開催が重要。さらに、住宅の種類に応じた家具固定方法の普及など、需要発掘のための取組みが必要

C. 企業の社会貢献・地域貢献としての防災の取組み

企業の社会貢献・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り組みを高く評価することなどが考えられる。

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。ベルマークなど既存の公益的活動の柱の一つに防災を加えることも有効。

(2) 家庭内における安全への備えの意識の向上

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できる。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。

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。

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

まちの魅力として「防災」の提示

業務市街地、商店街、住宅団地、町内等において、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価値に気づいてもらい、また、アピールを促す工夫をし、アピールの場作りなどを行うことが重要。

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、まち自慢につながられるようにする）も考えられる。

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、他の地域活動と積極的に連動して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・アイデア、ビジネスモデルなどの活用

新技術・新製品等の普及のための広告等

防災製品・サービス・性能のコンテスト、ホームページを活用した防災に関する新製品・サービス・性能の紹介などが考えられる。新製品等の紹介だけでなく、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。

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。コミュニティービジネスなど新しい手法の導入支援、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

「企業・団体の活動」に資するロゴ・マーク等

企業として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。

「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。

「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、建物等に安全に避難でき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。

よりよいコンテンツの作成

新たに災害をイメージする能力を高める素材を整備し、優れたコンテンツの充実に努める。コンテンツ作成に当たっては、コンクール等の方式を取り入れより幅広い層の参加を求めるとともに、災害のリスクに関し知識としてだけでなく体験として理解できるような教材の充実に努める。

(1) コンテンツの作成

媒体及び用途・使用場面などを想定しながら適切なコンテンツを作成する。

A. 媒体の例

映画、テレビドラマ、演劇

災害を描いた場面では臨場感ある災害描写により災害のイメージを実感できるようにすることが重要である。また、発災後の衝撃的な映像だけでなく、それに対処する人々の努力や、事前の災害への備えについても描くことが望ましい。

平時の日常生活の場面においても、たとえば小道具に防災用品を加える等、災害への備えを怠らないことを示しておくことが防災のメッセージを伝えるうえで有効である。

小説

上記映像メディアにおける描写に加え、人々の暮らしへ影響を与えた歴史上の災害の考証を背景に、将来への教訓を引き出すような描写があると有益である。

漫画

年代別に受け入れやすい形で情報を提供することが有益である。映像メディアに通ずる描写により災害のイメージをより豊かに伝えることができる可能性をもつ。

絵本、紙芝居

幼児向けに、わかりやすくかつ過度に刺激的でなく災害を伝えるだけでなく、生き残るための基本的な知識を、予防的見地を含め、伝えるよう留意する。読み聞かせる際に、ストーリー外の解説を加えることにより情報を補足するなどの工夫が有効である。

ゲーム

クロスロードや防災すごろく等のゲームは、参加者が問題の共有から解決への過程を発見し体験することを通じて、一方的な知識の伝達でなく、互いに教えあう水平的な人間関係の中で現実の災害への対処能力を養うことができる効用があり、同時に楽しみながら行うことができる。

テレビゲームのように一般に普及し、かつ映像メディアとしての要素をもつゲームもまた災害をイメージする能力を高める可能性がある。

教材

防災に関する授業や講座などで使われる教材については、郷土の自然災害の歴史を掲載するなどの工夫が有効である。

B . 用途・使用場面の例

対象者

対象者の属性別

- ・ 年齢別（幼児、少年、青年、成人向け）
- ・ 場面別（個人・家庭、地域、学校、企業、行政向け）
- ・ 習熟度別（一般向け、指導者向け）

目的

コンテンツの使用目的別

- ・ 防災の意識付け、きっかけ作り
- ・ 防災知識の付与
- ・ 防災活動の実践

時系列

提供する知識、技能の使われるべき時期別

- ・ 事前対策
- ・ 被災直後
- ・ 復旧・復興

(2) 優れた素材の整備

実写やシミュレーション映像等を用いた防災教育教材の作成

映像の使用は災害を実感させる上で有効であるが、その際あまりニュースにならないが被災者にとって重大な情報を盛り込む工夫をこらすことが必要である。

生活に密着した災害の体験談の活用

被災前日に戻れたらどのような予防措置をとるべきであったかをキーワードに、災害を我がことと感じさせるような教材の作成が必要である。家庭のみならず職場（企業、行政）などの場面別、あるいは年代別の体験談の提供など、災害を実感させるためのよりきめ細かい工夫が必要である。

地域の災害史の活用

地域の災害史は地域の自然条件の適切な理解に役立つとともに、これに対応してきた地域の人々の知恵の蓄積を示すものであり、将来の災害に備えるために役立つ情報を多く含んでいる。たとえば地域の現在の災害危険情報の理解に役立てる、郷土史の理解とあわせて地域をより深く知る契機にする、などの活用が考えられる。

「稲むらの火」の逸話は津波への備えを伝えるあまりにも有名な教材であるが、これに続くような、あるいはそれぞれの地域ごとに役立つような逸話、物語などを発掘して新たな教材としていくことが必要である。

(3) コンクール・募集などを通じた裾野の拡大

コンテンツ作成に当たっては、たとえばポスターや小説・エッセーのコンクール等の方式によって、コンテンツ募集を契機とする参加者の拡大が見込まれる。

(4) 災害のリスクや対策に関する体験型メニューの提供

災害のリスクや対策を知識としてのみならず体験を通じて理解するメニューが提供されるようになってきており、以下の例にみられるように災害対策を理解するうえで優れたものがあり、その一層の活用が望まれる。

子供向け

「ぼうさい探検隊」は、子どもたちが、自分たちの住むまちを探検し、発見した防災・防犯拠点の位置や写真、気づいたことなどを模造紙上の地図にまとめてオリジナルの防災マップを作成する、小学生向け実践的防災教育プログラム。まちへの関心を高めることを通じて、子どもたちに防災意識が芽生えることをねらいとしている。

大人向け

・ DIG (Disaster Imagination Game)

災害 (Disaster) の D、想像力 (Imagination) の I、ゲーム (Game) の G の頭文字をとって名付けられ、誰でも企画・運営できる、参加型で簡単な災害図上訓練のノウハウ。参加者は大きな地図を囲み、全員が書き込みを加えながら議論をする過程で、被害の様相はより具体的に描き出され、その地域の災害に対する強さ弱さも明らかになることが期待できる。

・ タウンウォッチング

まちを歩いて、まちの魅力を発見するとともに、危険箇所を発見したり、避難場所、避難経路を確認するなど、防災の視点から自分たちのまちを見つめ直すことである。

(5) 情報ライブラリの素材の活用

防災教材づくりを促進するために、教材を作ろうとする者が情報ライブラリに収められた素材を自由に活用できるようにすることが必要である。

優れたコンテンツをより広範囲に提供するための需要の発掘と把握

災害をイメージする能力を高めるためには、優れたコンテンツの整備のみならず、それが広範囲に提供されなければならない。

そのためにはコンテンツに対する需要の発掘と把握が必要であり、それにふさわしい提供手段を選択する必要がある。

需要の発掘と把握、ふさわしい提供手段の選択

優れたコンテンツを作成しても、それが対象者に広範かつ的確に届かなければ十分な効果を上げることはできない。

防災情報への需要を認識・把握し、それにふさわしい提供手段を選択する必要がある。例えば以下のケースが考えられる。

一般向けに提供

一般の災害への関心に応じて、映画ロードショー、テレビ・ラジオ番組などで、災害に関する意識を高めたり知識を充実させるような情報を提供する他、インターネットサイトや携帯電話などの活用も有効。

学校教育、防災講座の参加者向けに提供

教材としてどのようなものが受け入れられやすいかという情報に基づき、過去の逸話などの教材を選択し、利用する。

一定時間内で教える標準的防災教育メニューの作成をあわせて行くと、教材の利用促進に役立つ。

消費者の視点での生活情報誌への掲載等

災害への備えとしてどのような製品・サービスが望ましいか、生活情報誌、タウン誌、フリーペーパーに記事を掲載する。

法人向けの提供

経営層への啓発資料および社員への安全教育の教材を作成、配布する。

また、提供するための指導者などの人材の育成も大切である。