

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（案）

平成18年4月21日決定

災害被害を軽減する国民運動の推進に関する基本方針



専門調査会で
具体的推進方策を検討

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（報告書の7つの柱）

マーク

情報
ライブラリ

全国的な
枠組み作り

企業活動の
促進

ノウハウ等の
蓄積と活用

重点課題の設定

コンテンツ提供
の仕組み

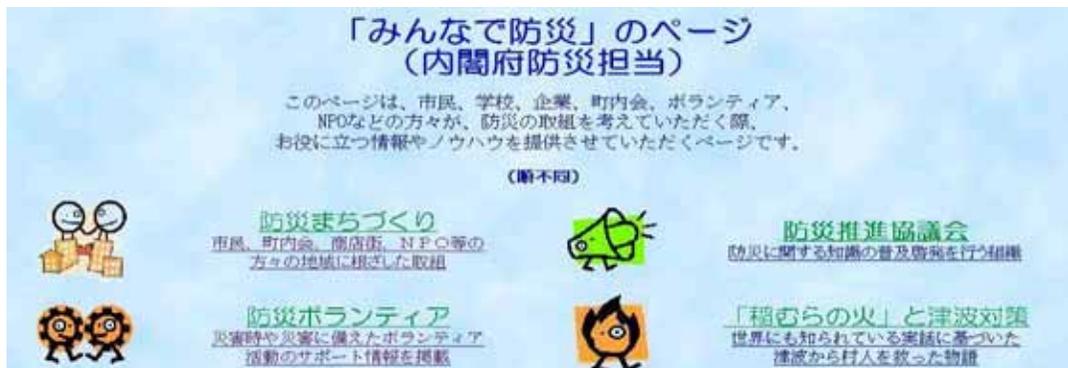
国民運動の広がり

1. 国民運動の全国的な枠組み作り



2. 国民運動の展開に資する情報ライブラリの整備

現在のホームページ「みんなで防災」



わかりやすく体系化された情報を提供

国民運動 情報ライブラリ

国民運動ホームページの作成



多様な主体による
国民運動の実践例

地域に根ざした様々な団体の防
災活動を紹介
など

コンテンツ
個人・家庭向け
学校向け
企業向け ……

作品の分類・対象者・目的・レベ
ル・災害種別などわかりやすく体系
化されたコンテンツとその入手先の
情報を提供

講師派遣情報

講師をどこから派遣できるかなど
の情報を提供
など

防災に配慮した
製品等の紹介
防災ガラス
防災瓦 ……

最新防災グッズ情報
手軽にできる防災対策
など

防災関係情報リンク集
…… など

3. ロゴ・マーク等の制定

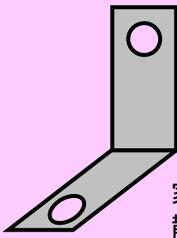
(1) 防災活動への協賛



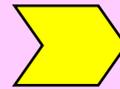
(マークは仮イメージ)

防災活動への
応援

(2) 防災に関する付加価値



家具固定・ガラス飛散防止などの防災用品に…



安全・安心
マーク

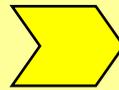
(3) 空間の安全性



安全空間
の認識



「耐震補強済」
「緊急地震速報対応」
など



空間の
イメージアップ



地域団体

防災推進
協議会

などが積極的に活用して
いく仕組みを検討・推進

経済団体

4. 社会的課題の一つとして防災を関連づけた 企業活動の促進

CRM* とは

企業が社会的大義（コース: Cause）と関連付けたマーケティングを展開すること。

* : CRM (Cause Related Marketing)

しくみ



企業

社会的大義と関連付けて
製品等販売

支援

基金等

支援先を選定
し活動資金を
交付

支援

NPO NGO

公益的活動
・乳ガン撲滅
・森林の保護
・飢餓撲滅

メリット:
販売促進
イメージアップ

メリット:
活動資金の確保



重要な点

→ 焦点をあてるべき社会的課題の選択
企業自身のイメージに合うこと
ステークホルダーの賛同

国民運動への応用イメージ

防災関連商品・サービスの売上げの一部を減災活動に寄付
(マーク等の使用)

減災活動の趣旨に賛同した企業が公益的団体の活動を支援



既存のNPO等防災関連団体もしくは基金に寄付
自ら基金を創設

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

コンテンツを広範かつ効果的な提供のための環境づくりが必要

媒体

映画
小説
教材等



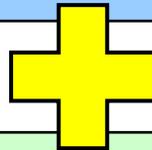
提供のしくみ

ロードショー -
ベストセラー
授業での活用



対象グループ

少年、成人 等
家族、職場 等
一般向け 等



新たな提供の仕組みの開発

特徴

わかりやすい言葉
誰もが参加可能

講師と直接対話
身近なふれあい

気軽に参加
日常の延長

これをコンセプトに今までの学校、公民館講座に加えて次のような場所で展開

ショッピングモール



駅前広場



ビジネス街



防災についての実演を
行いながら正しい知識
をわかりやすく提供

マスメディアなどを通じた普及・啓発



過去の災害の特集
記事を定期的に掲載
する など



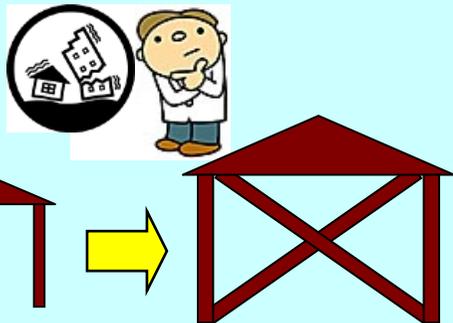
生活に密着した親し
みやすい防災番組
の作成 など

6. 重点課題を設定することによる推進

時機に応じて以下の様な重点課題をその都度設定し、国民運動を推進する

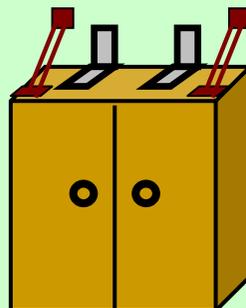
建築物耐震化

建物の耐震診断と必要な補強



家具の固定

L字金具、ベルトなど

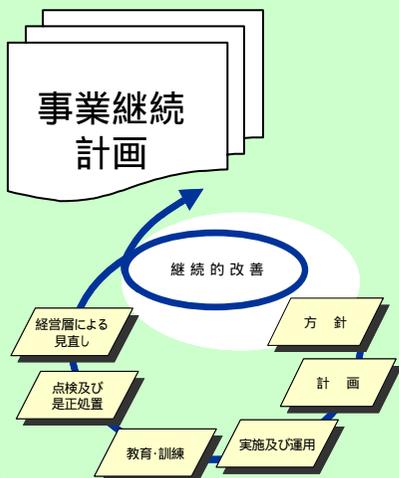


大掃除や引っ越しシーズン等の節目で家具固定を!!

BCP策定促進

BCP作成及びマネージメントとしての定着

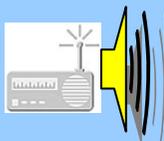
事業継続計画



家族同士の安否確認



(NTT東日本のホームページより)



学校単位
ビル単位
で安否情報を伝える
(登録制、対象地域
などの制限あり)

(株)ニッポン放送
「安否情報ネットワーク」の例

居間・
玄関
などに..

12月13日(水)
パパ...会社 tel
ママ...スーパー
...学校
...x x公園

緊急地震速報の活用



地震発生!!
地震波到達まで
あと10秒

ゆれがくる前に



列車・エレベーターの制御など

災害時要援護者の支援



支援を要するご近所
を助ける「家具固定
お助け隊」結成!!



消防団・自主防災組織の充実

自らの地域は自らで守る!!



7. 国民運動展開のためのノウハウ等の蓄積と活用

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。

自治会



町内会

PTA

公民館

婦人会・女性会

消費者団体

青年会議所

など多様な組織・団体が連携

商店街

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・マーク等の使用、防災関係の展示会や見本市の活用、防災の取組が優れているまちの安全性の周知などを行う。



「防災フェア2006 in なごや」の様子

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。



紙芝居「稲むらの火」

「ぼうさいダック」



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。



紙の工作で耐震化の効果を体感する取組

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。

国民運動の実践の中で今後さらに充実