

1 事業の成果

平成 28 年度は団体としての体制変更をはじめ、ロゴやタグライン・ミッションの修正、事業の集中と選択、本拠点の移転や新しい事務所の設立など、私たちの本来の目的である「防災があたり前の世の中にする」に向けてより精度と速度を高めるための決断を多く行った 1 年となりました。2017 年 4 月 14,16 日に発生した熊本地震を機に、私たちが社会に対して何ができるのか、求められているのか、何をすべきかをより解像度を高めて考えた 1 年でもあります。

事業の実施に関する事項

(1) 防災対策普及事業

- ・ 津波防災の新しい合図”オレンジフラッグ”の普及啓発「#beORANGE」
日本財団と連携し、沿岸部市町村(高知県高知市・愛知県田原市・静岡県下田市)にオレンジフラッグを贈呈。その他、日本サーフィン連盟、ライフセービング協会の協力もあり結果として 73 市町村に 165 本のオレンジフラッグが設置・配布された。2017 年より宮崎県全域での実施も決定し宮崎大学や現地大学生とチームを組み全域でのムーブメントの設計を行っている。
- ・ どんな状況下でも対応できる思考訓練「次世代版避難訓 LUDUSOS」
2016 年 9 月 5 日に秋葉原 UDX にて NTT 都市開発株式会社主催のもと、UTM グリッド・スマートフォンでのビデオ通話を用いた LUDUSOS を実施した。当日は秋葉原 UDX 内のテナント社員 64 名がこのイベントに参加し、イベント後のアンケート 58 名回答では、参加者の 96% が防災意識に変化があったと回答した。
また、過去 2 年間にわたり改良を重ねながら企画してきた避難訓練 LUDUSOS の成果として、企画の核となったコンセプトや企画の設計上の要素をまとめると共に、さらに改良を重ねた企画にまとめた。

(2) 産官学連携事業

- ・ シバタ工業株式会社連携「災害ボランティア用ブーツ」
災害ボランティア時の安全長靴の課題を解決した新しいブーツを開発

(3) プロジェクト企画事業

- ・ 文部科学省連携「ぎゅっとぼうさい博 2017」

文部科学省主催の防災 EXPO における全体コーディネーターやコンセプトメイキングを担当。想定 300 人に対して 3000 人が来場し、「ぎゅっ」と 1 日で防災を学ぶ日」というコンセプトに適した内容だとアンケート結果でも明らかになった。

(4) 情報発信事業

- ・ WEB 来訪者数 年間 15 万人以上
 - ・ WEB ページビュー 月間 10 万 PV
 - ・ Facebook 8888Likes
 - ・ Twitter 1743 follower
 - ・ instagram 529 follower
 - ・ Web ランキング 3~8 位検索ワード「防災」
- ※いずれも 2017 年 4 月 27 日時点

(5) 防災教育事業

- ・ 入会〜1 ヶ月教育の強化
 - ・ 内部研修「生き抜く力を語り合う夜」実施半年で 12 回設定
全メンバー半年間で 3 回以上の参加
 - ・ 内部研修「スキルをシェアするリアル研修」3 回実施
 - ・ 内部研修「新規メンバー向けチェックテスト」全 6 回実施
 - ・ メンバー総会での特別研修の実施
- 上記のプログラム実施によってメンバー間のコミュニケーションを促し、メンバーのスキルアップとともに活動の円滑化をめざした。またチェックテストを実施することでメンバーは最低限の防災の知識を身につけている状態に。

▶メンバー定着率

2016 前期→2016 後期

更新率 68.18%22 名中 15 名更新

2016 後期→2017 前期

更新率 71.42%21 名中 15 名更新/尚、卒業内 1 名は除籍

- 防災教育事業においては、上記研修プログラムを確立し実施することでチームに属さずともメンバーや活動に関わる機会を生み、「多忙で事業を手伝っていないままメンバーになっているのが申し訳ない」という意識を軽減させる狙いがあった。後期は年度の節目であり学生から社会人

になるメンバーが多かったが、該当メンバーは何れも多忙な中でも研修には参加するという意思のもとでの更新を選んでいる。

- 後期には、例年一定数存在した「音信不通になっての卒業」という形が生まれず、全員が明確に次の目標を立て、あるいは自らの状態を自ら報告の上で卒業を決定したことが大きな特徴であり、成果でもあった。