

*#b e O R A N G E*

Report of 2016

# #MOKUJI

STORY

はじめに

MOKUJI

目次

ABOUT

主催団体について

PAYMENTS

収支について

ALLJAPAN / TOKYO

全国・東京で実施したこと

KOCHI

高知県で実施したこと

AICHI

愛知県で実施したこと

SHIZUOKA

静岡県で実施したこと

ONLINE / SOCIAL

ソーシャルメディアなど

# #STORY

「海と共に生きる」「海と共に暮らす」

そのために、わたしたちは海と上手に付き合えるようになろう。  
そんな想いで始動したのが、津波防災の普及啓発プロジェクト  
#beORANGEです。

3.11の震災で、わたしたちは自然の驚異、  
海の恐ろしさを知りました。

一瞬にして多くの命を奪っていった大津波。  
けれど、東北の方々は口を揃えて言うのです。  
「海が悪い訳じゃない」「わたしたちにとって海は宝だ」と。

本プロジェクトでは、海に映える「オレンジ」という色を使ったフラッグ  
を津波避難ビル・タワーに掲げることで、緊急時に避難する先をわ  
かりやすく示します。さらにはプロジェクトに共感する賛同者もオレン  
ジで可視化し、オレンジフラッグを活用した避難訓練も実施。日本全  
体を巻き込んで「海と共に生きる」未来をつくろうとしています。

美しい海に囲まれた日本という国で、わたしたちはどんな未来を目  
指すんだろう？



# #ABOUT

一般社団法人  
防災ガール

---

防災ガール  
disaster prevention girl



防災をオシャレでわかりやすく。  
津波防災のムーブメントを  
つくりたい。

日本財団

---



海と日本プロジェクトで、  
海的环境悪化などを周知し、  
海を未来へ引き継ぐ  
アクションを広めたい。

海と日本：<http://uminohi.jp/>

防災ガール：<http://bosai-girl.com/>

# #PAYMENTS

## ■収入の部

費目	金額	備考
助成金申請額	25,000,000	助成金補助率80%です
自己負担額	6,306,948	団体負担費
事業費総額	31,306,948	

## ■支出の部

費目	予算	積算根拠
人件費	11,052,000	全体統括1名 ディレクター2名 コーディネーター3名 プランナー4名 打ち合わせは基本オンライン、宿泊はAirbnb活用など
旅費交通費	3,555,160	打ち合わせまでの交通費、現地での活動費含む
印刷製本費	114,231	チラシ代、ポスター代、各種印刷代 ロゴ制作・チラシポスター制作 web制作更新費 イベント企画実施運営費
委託費	4,650,000	企画ディレクション費 現地コーディネーター費 イベント会場費
会議費	147,414	現地イベント会場費
消耗什器備品費		
通信運搬費	47,146	チラシ等発送代 全体管理費 出発式イベント管理費 国民大会イベント管理費 オレンジイベント実施管理費
事業管理費	2,396,134	各地元の贈呈式管理費
広告宣伝費	736,849	動画制作・PR企画制作費 ミサンガ開発費、フラッグ開発費 スタッフTシャツ代
雑費	8,608,014	ミサンガ制作代、フラッグ制作代

#beORANGE – 全国・東京

## ■イベントの趣旨

#beORANGEのオープニングとして、東京の街中をオレンジ色をまとい練り歩くことでより多くの人に目にしてもらい、「オレンジ」というキーカラーに着目させ、防災に関心のない層にも少しでも多く関心を持ってもらうことを目的とした練り歩きを開催した。

## ■日程・プログラム

7/18 9:30-17:00

10:30 ~ 13:00 渋谷・表参道エリア

13:30 ~ 15:00 お台場エリア

15:00 ~ 17:00 親睦会としてBBQ

## ■参加人数

計26名（渋谷表参道エリア:16名・お台場エリア22名）

## ■実行期間:

▷おおまかなスケジュール

1ヶ月目(4月): イベント内容協議

2ヶ月目(5月): イベント内容協議

3ヶ月目(6月): イベント準備・告知広報

4ヶ月目(7月): イベント準備

■運営主体: 一般社団法人防災ガール



### ■準備段階で大変だったこととどのように乗り越えたか

よりインパクトの大きい内容にしたい一方で、納得感のある面白い企画がなかなか出てこなかったこと、参加者を集めることが特に大変だった。最終的には、雨が降った場合にも決行できるように傘を使い、写真などにも映え SNSでの拡散を狙えることを踏まえ、暑い中で関わる方々が楽しめるようにと楽しみながら参加できること・参加することのハードルを上げすぎないことを軸に企画した。

### ■本番大変だったこととどのように乗り越えたか

渋谷表参道付近で、特に人が多いところで全員で統率を取りながら歩くこと、ただ歩くだけでなく企画として歩く、かつ周囲の人に迷惑をかけたり不快にさせないように気を使いながらも関心を持ってもらえるようにするという「バランス」が難しい企画だった。

小さいお子さん連れで参加してくださった方もいた中で、途中ではぐれてしまうことなどもあり、全体の統制も取りつつスタッフ同士もう少し細かい配慮をできる余裕があるとよかった。

参加してくださった方々の臨機応変な対応や、楽しんで積極的に参加しようとしてくれる様子などに大変助けられ、それらがあってこそ成り立った企画でもあったともいえる。参加者を途中から「ある程度積極的に楽しんでもらえるであろう人たち」に絞って声をかけたことが効果的だった。

### ■次回からの課題

企画のメッセージに共感してくれる、かつ楽しんで参加してくれる協力者としての参加者をもっと集められるとよりインパクトの大きいものになったと思う。そのためには早く企画の内容を固めてより具体的に告知したり、口コミしてもらったりすることができるようにしたい。

### ■このイベントを通して見込まれる効果

オレンジを見て関心を持ってくれたまちの人からの波及効果。#beORANGEが始まったことを、実際にかかわっている人の躍動感のある写真、動画などで伝えられること。また、このプロジェクトにかかわっている人が実際に集まり、顔を合わせてひとつのイベントを作り、打ち解けてその後の活動に繋がられたこともひとつの効果といえるのではないかな。



## ■イベントの趣旨

今回が初となる内閣府主催の第一回防災推進国民大会に災害ドローン救援隊DRONEBIRD協力のもとによりブース出展を行い、南海トラフに向けたドローンと民間共感の活用方法と新しいプロジェクトの紹介を行った。

## ■日程・プログラム

8月27日

13:30-13:45 オープニング

13:45-15:00 ドローン×防災プロジェクトのトークセッション

15:00 - 17:00 ドローンを用いた津波避難エリアでの疑似避難訓練

## ■参加人数

90名以上

## ■実行期間:

▷おおまかなスケジュール

1ヶ月目(5月): イベント内容協議

2ヶ月目(6月): トークセッション内容・ワークショップ内容協議

3ヶ月目(7月): 会場装飾協議・ワークショップ内容協議

4ヶ月目(8月): イベント準備・イベント当日

## ■運営主体:(一社)防災ガール

## ■協力:災害ドローン救援隊DRONEBIRD

DJI JAPAN、ドローンメディアdration



### ■準備段階で大変だったこととどのように乗り越えたか

予算や人員に限られた中で効果的に発信することが求められたがアイデアを出し合い、ベース以上に効果的に発信することができた。事前準備とイベントに対する相応の人員の確保が今後求められると感じた。

### ■本番大変だったこととどのように乗り越えたか

想定していた準備時間と異なったため慌ててブース出展の準備を行ったが、協力して頂いたドローンバードと双方で協力し円滑に準備を行うことが出来た。また参加者に子どもが多かったが安全管理に留意しイベントの進行をすることが出来た。事前の情報収取やイベント会場等への事前確認の重要性を感じた。

### ■次回からの課題

事前準備がギリギリになってしまったことやイベント出展規模に対しての人員不足が目立った。しかしながらイベント当日の現場での応用力・対応力を発揮したためスムーズな進行が出来た。またふらっと立ち寄った参加者がブースに中々入り込めないような状況は散見されたので気軽に立ち寄りやすい雰囲気づくりや、各層が参加しやすいイベントづくりをしていかなければならないと感じた。

### ■このイベントを通して見込まれる効果

内閣府が初めて主催した防災推進国民大会で、様々な防災団体らの参加があったことにより、一般参加者のみならず防災機関に対しての#beORANGEの広報活動が出来た。

プロジェクトがスタートしてから割と早い段階でのイベントであったこともあり、この後より多くの共感者を増やすキッカケづくりとなったと感じる。また、共同で出展した協力者とも互いの活動を知り合い応援しあえる空気をより濃密にすることができた良い機会であった。

## ■イベントの趣旨

#beORANGEの1年間の活動の総括的な意味を込めたフィナーレイベント。全関係者が、共通のコンセプト「海と共に生きる」を軸に作られたオレンジウェディング会場に集まり、お互いを労い、今後の当プロジェクトの発展を祝うことを目的として実施した。

## ■日程・プログラム

11月5日(土)14:00-18:00

13:00- 受付オープン

14:00- 挙式(プロジェクト総括トークイベント)

15:30- 披露宴(全関係者で楽しめるカジュアルパーティー)

17:30- イベント終了

## ■参加人数

全体:250名(招待50名、一般200名)

## ■実行期間:

▷おおまかなスケジュール

1ヶ月目(7月):#beORANGEのコンセプトを掴み、ラフ企画提出

2ヶ月目(8月):素案をブラッシュアップし、本企画に決定

3ヶ月目(9月):プロジェクトチーム結成

4ヶ月目(10月):実施内容、運営体制、施工物制作など

5ヶ月目(11月):イベント本番

## ■運営主体:

AHO合同会社・株式会社ハイ・株式会社アイデア家業



### ■準備段階で大変だったこととどのように乗り越えたか

基本軸となる企画の詰めを、いろいろなプレイヤーがいるなかで決定まで持っていくことに非常に体力を使った。オレンジウェディングというコンセプトが決まった後も、チーム全体として「集客イベントなのか、PRイベントなのか、はたまたチーム向けの総括イベントなのか？」という内容の方向性に対する判断が難しかったと記憶している。役割の分担やそれぞれが思い描く到達ライン等、明確に数字や言語で示しにくいニュアンス的な部分も多くあり、なかなか意思疎通をはかることが難しかった。

コミュニケーションを増やし、互いに柔軟に対応すること、できることをできる者がやるという役割分担意識に切り替えることで対応した。

### ■本番大変だったこととどのように乗り越えたか

会場の立地上、風でモノが飛んだりすることをしっかり管理しないといけない点が大変だった。運営チームで集中を切らすことなく、その問題に注意できたので無事問題なく終わったように思う。また会場のルールが分からない部分も多く、設営のスケジュールが大幅に変わるなど臨機応変な対応が求められるシーンも多かった。一般客も入れる状況のなかで上手く融合させる会場づくりは当日一番悩んだ部分といえるかもしれない。会場側とコミュニケーションを取りながら、お互いの良き塩梅のところに落とすという意識で丁寧に場づくりをおこなった。

### ■次回からの課題

イベントとして「何が目的なのか」を最初の段階でしっかりと決めておくこと。責任の所在(誰が最終的な責任を持ち、ボールを持つのか)を明確にすること。タイムスケジュールについてもできれば事前に何度かリハーサルを行う等して、「本当にこれで大丈夫か」を確認することが必要だと感じた。走りながら決めることも時には大事だが、大目的を決めるためには対面でのコミュニケーションも重要である。

### ■このイベントを通して見込まれる効果

ウェブなどでしか見聞きできていなかったであろうお互いの地域での#beORANGEの活動が目の前で聞けて、関係者や協力者同士がひとつの場集いコミュニケーションを取れたのは来年に向けてのモチベーション向上に繋がったのではないかと感じる。

#beORANGE - 高知県高知市潮江地区



# #beORANGE 高知県高知市潮江地区

■フラッグ設置個数:75本(手旗:49, 横断幕:26)

■対象地区:高知県高知市潮江地区

■実行期間:6月22日～(第一回実行委員会)

▷おおまかなスケジュール

1ヶ月目(6月):実行委員会発足

2ヶ月目(7月):イベント内容協議

3ヶ月目(8月):イベント内容協議

4ヶ月目(9月):イベント準備・告知広報

5ヶ月目(10月):贈呈式・訓練イベント

■運営主体:#beORANGE高知実行委員会

潮江小学校区連絡協議会防災連合部会 潮江南防災連合会

潮江東地区連合防災会 潮江中学校

(一社)防災活動支援センター KOCHI防災危機管理展実行委員会

(一社)防災ガール

■後援:高知県、高知市



## <オレンジフラッグ設置場所・設置規格情報>

### ■設置場所選定基準

潮江地区49か所 行政と相談の上決定

-津波浸水リスクがある

-自主防災組織、中学校が防災に積極的に取り組んでいる

-地形的に独立しており、まとまった数のフラッグを掲揚しやすい

### ■設置方法

普段は保管しておき、訓練・津波の時にのみ掲げる  
避難してきた方もしくはそこにいる人が掲げる

### ■設置したフラッグのサイズや個数の基準

-手旗式は全施設に割当て、学校など拠点施設は横断幕式も合わせて配備

# #beORANGE 高知県高知市潮江地区 | 課題や気をつけたことと解決策

時期	課題	解決策 / 実施したこと	準備物
5月	「地元主体」で事業を進めるにあたり、主となる団体の選定に苦労した。	高知市はサーファーが集う海がなく、内陸部が多いため、他都市と少しやり方を変え、地元の自主防災組織等で構成する「実行委員会」を編成することとした。	
7月	自主防災組織より、「地元をもっと知ってほしい、課題を見た上で一緒に事業に取り組みたい」という要望があった。	自主防災組織と一緒に、地元を歩いて回り、避難場所になっている津波避難ビルや避難路、また危険箇所などを見て回った。	カメラ、地図
8月	実行委員会の会員は、地元の既存事業に忙しく、今回の事業に時間を割いて地元参加者を動員することが難しいとの思いが強かった。	贈呈式は式典のみとし、その様子を発信することや付属イベントとして「未来号外」を配布することにより、贈呈式の負担は少なく効果を得ることができた。	
9月	企画実施について、「本当にこれでいいのか」「もっとできることもあるのでは」という想いを持つ者と、「今できることをやればいい」という考えの者が混在し、何をどこまで提案すべきか・サポートすべきか悩む時期であった。	「防災ガールがやりたいこと・やるべきだと思うこと・やれると思うこと」を優先するのではなく、「地元に残り添うこと」に完全に舵を切り、ポスター掲示等とともに実施、+ αとして防災ガール側でできる仕掛け(潮江新聞未来号外)を単独で企画・実施することとした。	ポスター(2種類) 潮江新聞未来号外

# #beORANGE 高知県高知市潮江地区 | プロジェクトの推移と写真



第1回実行委員会  
実行委員会の結成会



地元を知るための、防災ガールによる現地踏査



フラッグの試掲揚  
(地元の訓練に合わせて掲揚)



第5回実行委員会  
贈呈式内容の大詰め



未来号外の配達  
(贈呈式の付属イベント)



#beORANGE高知贈呈式  
潮江地区内の旗の一斉掲揚





### ■地元の防災団体の連携による防災力向上

これまで連携が必要だと互いに認識していた、潮江3小学校区の自主防災組織が、今回具体的な事業により自然と連携をとることができた。合わせて、中学校や大学生・企業等とのネットワークも構築でき、今後の潮江地区の防災力向上に寄与した。

### ■多くの住民への避難場所の周知

オレンジの旗を各地区の訓練で掲揚したこと、また、贈呈式の日に一斉掲揚したことにより、多くの住民に避難場所を周知することができた。

### ■潮江新聞の発行

潮江新聞の発行により「未来号外」として新聞を配達することにより、日頃訓練に参加しない層にも関心を仰ぎ、防災について考えてもらうきっかけとなった。



#beORANGE – 静岡県下田市

## #beORANGE 静岡県下田市

■フラッグ設置個数: 20

■対象地区: 静岡県下田市全域

■実行期間:

1ヶ月目(5月): NSA(日本サーフィン連盟)、下田市と調整

2ヶ月目(6月): 下田ライフセービングクラブを巻き込む。(日本ライフセービング協会代表にも事業説明。来年度以降全国規模でも導入するか検討したい旨回答得る)

3ヶ月目(7月): 9/3-4BIG SHOWER(下田市内夏の終わりの最大イベント)での贈呈式・イベント企画で決定・企画協議

4ヶ月目(8月): イベント企画協議

5ヶ月目(9月): BIG SHOWER開催

■運営主体:

下田市・一般社団法人防災ガール・下田市観光協会

■協力団体:

遊ぼう祭 / NPO法人下田ライフセービングクラブ

一般社団法人マリネット下田



代表的なビーチにおけるハイシーズンの状況(吉佐美大浜)とフラッグ活用例

### <オレンジフラッグ設置場所・設置規格情報>

■設置場所選定基準

下田市内主要ビーチ(白浜中央、白浜大浜、外浦、九十浜、鍋田浜、多々戸浜、入田浜、舞磯浜、吉佐美大浜、田牛、弓ヶ浜)のうちイベントが行われる場所(設置場所がイベントごとに変更)市が設置場所を最終決定する予定。

-ほぼ毎週くらいどこかのビーチや海沿いでイベントがある

-人口2万3千人の町に年間300万人旅行客が訪れる。

旅行客はほぼ防災訓練に参加しない、一方で津波到達は最大33mが10数分。フラッグを活用したビーチでの呼びかけがキーとなる。

■設置方法

イベントの日に都度集会用のテントにおいておき、津波がきたら出せるようにしておく

■設置したフラッグのサイズや個数の基準

・2種類Mサイズ10本・Sサイズ10本

-イベントの度に移動させるので手旗

## #beORANGE 静岡県下田市 | 課題や気をつけたことと解決策

時期	課題	解決策 / 実施したこと	準備物
7月末	<p>渡して終わりではなく実際にライフセーバーなどが毎日のビーチでの監視体制の中に導入し運用することを目指すとなると、今年度の導入前に、少なくとも昨年度に訓練してもらい、その上で今年度導入してもらうという形を取る必要があり、単年度で導入から使用まで進めることが困難だった。今後は複数年度で(少なくとも2年間で導入・運用までを進めることを承認してほしい)進められると、導入しやすい。</p>	<p>今回はもったいない決断だったが、ライフセービングクラブ様への導入を諦めた。フラッグは下田市のみとし、注文数を減らした。</p>	<p>フラッグ</p>
8月	<p>下田市でのBIGSHOWERというイベントに出展するためのブース検討を実施。どんなブース設計にするか等を考え、「若者や子供づれを巻き込むには」という視点で意見交換をおこなった。</p>	<p>学生や若手防災プレイヤーの所属する遊ぼう祭というチームとともに、ボディペイントをしてもらい SNSに写真を投稿するという拡散力のあるブースを考案した。</p> <p>また、ドクターシーラボ様よりサンプリングの提供をいただき、チラシとともに配布することでたくさんの方の目に留まることができた。</p>	<p>ボディペイント用のペン(白、オレンジ) ボディペイントの見本写真 特典のミサンガ 配布用チラシ</p>



# #beORANGE 静岡県下田市 | プロジェクトの推移と写真



下田市主要ビーチ視察



下田市長へのフラッグ贈呈式

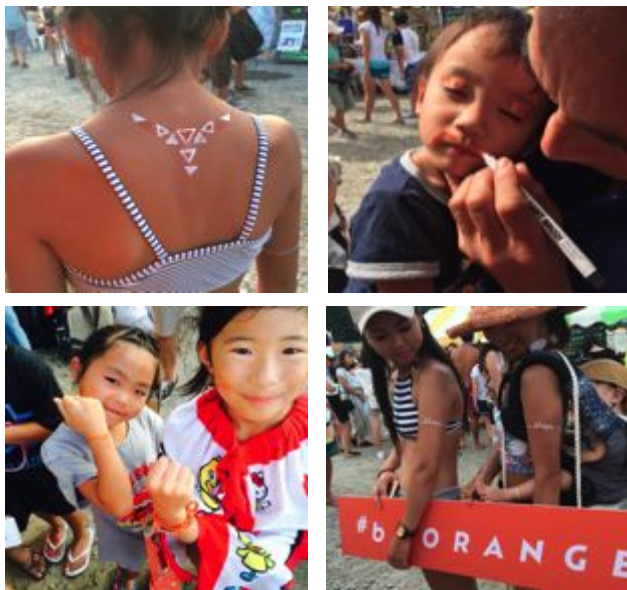


3万人が訪れるBIGSHOSWERに出店



下田で活動する若手の防災団体「遊ぼう祭」のメンバーも

海好きの若者・子どもたちを含む多くの参加者にプロジェクトを知ってもらい、多くの普及に繋がった。



## ■若者・子どもを中心とした多世代への普及啓発

オレンジを基調としたボディペイントブースを出展。  
SNS(FACEBOOK / TWITTER / INSTAGRAM等)を活用し、  
多くの方がプロジェクト名である「#beORANGE」とともに写真を投稿  
・共有してくれることとなり、活況であった。

ペイントをする間に会話も交えることで、「オレンジは津波防災の色」  
というメッセージを楽しく伝えることができ、  
特に家族連れや若い世代にオレンジ色のフラッグの重要性につい  
て考えてもらうきっかけとなった。



## ■BIG SHOWERのイベント内での避難訓練の実施

下田市市長へのフラッグ贈呈式の前に、イベントのオープニングに  
合わせてオレンジフラッグを活用した避難訓練を実施することができ  
た。

サーファーや海を楽しむ文化を持つたくさんの人達に沿岸部でのフ  
ラッグの活用方法やその視認性の高さを体感してもらうことができ、  
オレンジフラッグの活用についてのイメージを持ってもらう場としてひ  
とつの成果となったといえる。

#beORANGE – 愛知県田原市



## #beORANGE 愛知県田原市

■フラッグ設置個数: 1カ所

■対象地区: 田原市

■実行期間: 5月12日～(赤十字から紹介してもらって福祉課と防災対策課に対してプレゼン)

▷おおまかなスケジュール

1ヶ月目(5月): 田原市長へのプレゼン

2ヶ月目(6月): 設置場所の調整

3ヶ月目(7月): 設置場所の調整・企画内容協議

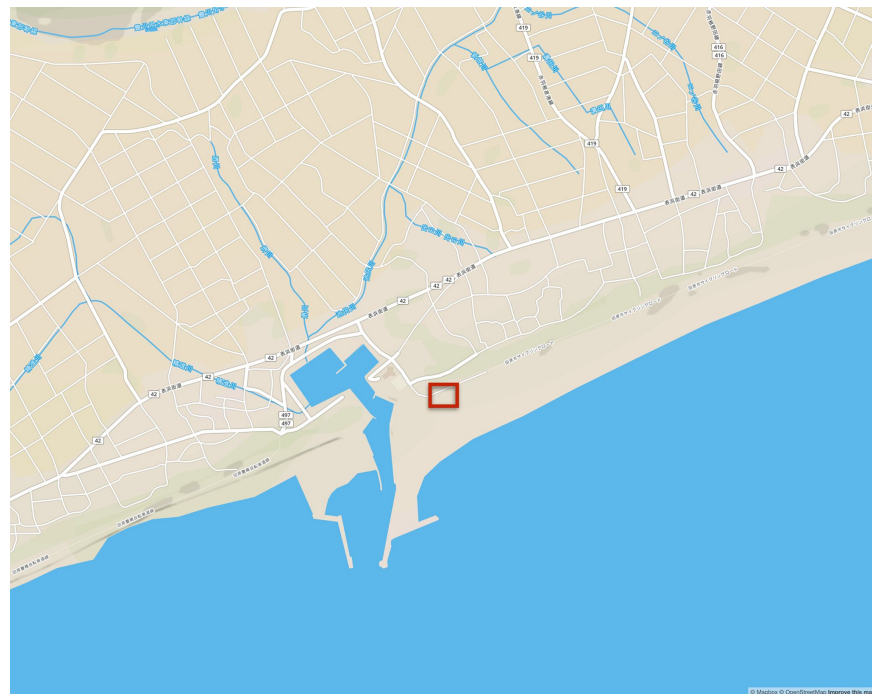
4ヶ月目(8月): 田原市・NSAへフラッグ贈呈

5ヶ月目(9月): 設置場所の調整

8ヶ月目(12月): 設置

■運営主体:

愛知県田原市 サーフィン業組合 NSA愛知支部  
(株)R-Pro岡本ナオト 一般社団法人防災ガール



<オレンジフラッグ設置場所・設置規格情報>

■設置場所選定基準

数あるサーフスポットのうち、人気スポットであるロコビーチが田原市としてより手厚いケアが必要だと考えられるため選定した

■設置方法

ロコビーチに設置された2階だての見晴台・2階手すり部分にステンレスのBOXを固定し、その中にフラッグを折りたたんで収納する。

■設置したフラッグのサイズや個数の基準

サイズ: 1000×3000

個数: 1

※その他Sサイズフラッグを5本、田原市に贈呈



## #beORANGE 愛知県田原市 | 課題や気をつけたことと解決策

時期	課題	解決策 / 実施したこと	準備物
7月～	設置場所の選定		
5月～	フラッグの担い手との関係づくり		
7月～	<p>設置方法：設置対象となる見晴し台を絞りましたが、愛知県の持ち物問う事でそちらの承認が必要。8月16日に設置交渉をしたところ、×に近い検討します、をいう返答でした。2週間以内に返事が頂けるとの事です。</p> <p>その結果を待って、さらに交渉するか、別の設置案を考えたいと思います。</p>	市長に直談判。直接県の担当部署に連絡を入れてもらえるとの事。	
8月～10月	愛知県と交渉	田原市のスポーツ課が対応	
11月	設置許可に向けての調整	愛知県と施工実績のある、田原市の地元施工業者と連携し設置方法を決定した。	

# #beORANGE 愛知県田原市 | プロジェクトの推移と写真



設置場所候補のロコビーチ見晴し台。県と調整中。



8月23日・NSA全国大会開会式後、フラッグ贈呈式。



8月24日・田原市役所にて市長にフラッグを贈呈。



8月24日・NSA全国支部長会議にて各支部にフラッグを贈呈。



10月8日、サーファーを対象とした避難訓練に参加しました。



12月23日、ロコビーチ見晴し台にフラッグを設置しました。



## ■NSAと連携・全国にフラッグを設置

8月23日、田原市にロングビーチにてNSA主催、サーフィン全国大会が行われたこともあり、理事長である酒井市にフラッグを贈呈できた。また翌日の夜には全国およそ75箇所の支部長に対し、#beORANGEのプレゼンテーションをし、フラッグを各1本ずつ贈呈することができた。これにより、アプローチの深度は浅いが全国にオレンジフラッグを設置することができた。

## ■田原市・サーファーの皆さんと一致して設置

5月より数回にわたって田原市・サーファーの皆さんと設置方法についてディスカッションし、愛知県の管理下にある見晴し台に設置しすることが決まった。運用方法も、津波避難の際には「任意で」フラッグを2階から下におろすこととなった。これは田原の津波到着時間が10分と短い為で、日頃の訓練で精度は上げるが、実際は自分の身の安全を最優先とした上でオレンジフラッグを活用する、という結論に至った。



#beORANGE – SOCIAL

## SNS・WEBでの拡散を全国で多発、検索ランキング上位に

メディア掲載数	300媒体以上掲載 広告換算値6,000万以上
受益者数	約276万人(イベント参加者など含む)
動画再生、ツイート数	総計 15万回再生、1.8万リツイート   instagram 3,000枚以上も!



メインターゲットである20-30代若者や海を楽しむ人たちにとって身近なメディアとしてソーシャルメディアを活用したPRを多角的に実施。動画コンテンツは15万回以上再生、Twitterでは1.8万リツイート、Yahoo検索ワードでランクイン、instagramでは#beORANGEというタグを活用した投稿が3000枚を超えました。トップダウン型の広告PRではなく、民間での共感が共感をうみ、仲間となって広がるこの形は現代において最も重要で中長期的な文化となっていくうえで必要な広まり方だと言えます。