

消費者（住民）目線による胆振東部地震の教訓（要旨）

胆振東部地震の教訓について、主に「情報の発信と共有」と「災害への備え」の観点から考えてみたい。

ブラックアウトにより固定電話を含むライフラインが遮断された中、威力を發揮したのは個人が持つ（私物の）携帯電話・スマホ、タブレット端末、それにラジオだった。これは、過去の災害と大きく異なる点である。

多くの人々が LINE やフェイスブックなどの SNS を通じて避難所や炊き出し、給油可能な SS、代替電源を得る方法、スマホの充電場所などの生活情報を得た。また、道内でテレビが視聴できない中、道外や海外からネットを通してリアルタイムで送られる情報が頼りになった。

過去の災害の教訓を風化させない努力は大切だが、逆に過去の体験や記憶が足かせになることもある。超高齢化など社会の変化、日進月歩の科学技術に対応した最も有効な災害対策を常に追求することが大事であり、消費者（住民）の役割も大きい。

1. 「サイバーボランティア」による災害情報センターの構築

大規模災害時に、被災者のほか一般市民から寄せられる情報を最大限に生かすシステムをサイバー空間上に構築できれば、効率的な救援活動や効果的な情報発信ができる。具体的には、ネット上に市民ボランティアによる「災害情報センター」を立ち上げ、刻一刻と寄せられる膨大な被災情報や支援情報を集約、分析、仕分けしたうえで、きめ細かな情報を迅速に発信する。いわば、災害ボランティアの Web 版である。

災害時には国、自治体、警察、消防、自衛隊はじめ、電力、石油、ガス、運輸、交通などの関係機関は、被災者の救出・救援、2次災害の防止などに忙殺され、情報収集や発信などの広報活動は手薄になるケースが多い。これを補うのがサイバーボランティアであり、救援活動のほか、商品の買い占めやデマの拡散などによる社会的な混乱を防ぐ役割も果たす。

このシステムの利点は、ほとんど費用がかからないうえ、地球上のどこからでもネットを通して参加でき、個々のボランティアに過剰な負担がかからないことである。運営は災害支援や IT に詳しい NPO など市民が中心となっており、行政や企業、マスメデ

ィアはその活動を公認し支援・連携する。災害発生と同時に速やかにシステムが立ち上がるよう、中核となるボランティアの組織化や訓練など、事前の準備が必要となる。

2. コミュニティFM放送の活用

今回の地震で、ネットやスマホを利用しない高齢者などにとって心強い味方になったのはラジオだった。特に、道内27のコミュニティFM局の多くが、きめ細かな情報を昼夜休まず流し続け、住民を励ました。大きな被害が出た厚真町、むかわ町には、地震発生から約2週間後に臨時FM局が開設され、貴重な生活情報を伝えた。

ただ、一部のFM局では電源を確保できず放送を断念したほか、自家発電用の燃料確保に苦労した局もあった。災害時にFM局に優先的に燃料を供給する体制整備などが課題となる。また地域FM局のない地域が被災した場合、現地に臨時FM局を速やかに立ち上げるための官民の連携、スタッフの確保が必要となる。

3. 「防災カレンダー」の普及

防災のための啓発活動は国や自治体などの関係機関がそれぞれ取り組んでおり、さまざまな情報をホームページや広報紙、パンフレットなどを通して発信している。

しかし、非常時に高齢者など多くの人に役立つのは、重要事項を網羅的に、かつコンパクトにまとめた手引きではないか。そうしたものは意外と少ないうえ、もらってもいつの間にか紛失してしまい、いざという時に役立たないケースも多い。

推奨したいのは「防災カレンダー」の普及と活用。カレンダーはどの家にも目につくところにあり、だれもが、ほとんど毎日見る。ここに防災情報を付け加えれば、普段から防災についての意識が高まるうえ、非常時にはすぐに役立つ。

カレンダーに記載するのは、災害用の備蓄品や非常持ち出し品リストのほか、地域の避難所や住民拠点SS、災害時の電気・ガスの扱い方、伝言ダイヤルなどの情報。台風や雪害など、季節に応じた防災対策を加えることもできる。

デザイン性や情報量を考慮するなら、カレンダーの裏面を活用することも可能。カレンダーは毎年取り替えるため、情報は必ず新しいものに更新される。企業などが作成し、ノベルティとして消費者に配布すれば社会貢献になり、宣伝効果を高めることもできる。

以 上