

第4章 防災に関する調査・研究活動

1. 災害に備えた地域間交流商品である震災疎開パッケージの評価に関する研究

谷奥明人・小池則満

1. はじめに

地震や水害などの災害時において、慣れない避難所生活が長期化すると被災者には想像以上のストレスになり多様な問題が発生する。その対応策のひとつに、東京の早稲田商店会が2002年に災害対策と地域間交流を組み合わせて開発し、事務局となる全国商店街震災対策連絡協議会を立ち上げ、他の商店街にも働きかけて売り出した「震災疎開パッケージ」がある。これは「災害保険」のような仕組みの商品である。具体的には、商店街の販売するパッケージを一家族（正会員を含む五人まで）年間10,500円で購入しその保証期間となる一年間の間に地震や噴火、津波を原因とする震災が発生した場合、疎開先として協力を申しでた地域の旅館・ホテルに行く交通費と滞在費計30万円が保証され、お客様として迎えられる。もし震災が一年間発生しなかった場合、翌年にまたパッケージを購入して、更新すれば疎開先からその地方の特産品が届けられる仕組みになっている。本研究では震災疎開パッケージについてアンケート調査をおこない震災疎開パッケージの有効性や問題点などを考察し、向上のための提案を行うことを目的とする。

2. ヒアリング調査

震災疎開パッケージを研究するにあたって、震災疎開パッケージを詳しく知るために、愛知県で唯一の震災疎開パッケージを販売している、愛知県春日井市にある勝川駅前通商店街を訪問し商品内容をうかがった。その結果、以下に示す事柄についてうかがうことが出来た。

（参加するきっかけ）エコ活動や防災活動など「商店街の未来」を話しあっていた際に、以前から交流があった早稲田商店街から震災疎開パッケージの話聞き、誘いを受け参加した。勝川商店街は東海地方では唯一のスタート時から加入している商店街である。

（加入の現状）勝川商店街から震災疎開パッケージに加入した人数は約50人で、年間10人前後の新規加入者がいる。また震災疎開パッケージに加入する人の半分以上が単身で60歳以上の高齢者である。

（震災疎開パッケージに参加して良かった点）震災疎開パッケージ加入によって遠方の方や他の商店街との結びつきができた。また勝川を広く知ってもらうことができた。

震災疎開パッケージに関する問題点：疎開先協力を求めた際に起こる問題は話せば理解してもらえる。震災疎開パッケージについての問い合わせも、まずは来店してもらい納得していただくまで話しをするので特に問題がおこったことは無い。

（震災疎開パッケージを知る手段）新聞記事、パンフレット、インターネット、講演会などである。

（大型店など民間企業との連携）震災疎開パッケージは「商店街にしか出来ないこと」、「商店街にしか描けないストーリー」を目指して考え生み出したものであり、商店街以外の民間企業などとの連携は考えていない。

3. アンケート調査

・アンケート調査概要

地域防災研究センターに見学を訪れた3グループ、計75名を対象にアンケート調査を行った。あらかじめアンケートを配布しておき、回答時間を設け退出時に回収したので、参加者全員のアンケートを回収することができた。

・認知度について

震災疎開パッケージの認知度の質問について「知っていた」との回答は3%で、「名前は聞いたことがあった」が7%、「今回はじめて知った」と回答した人が90%という結果になった。ほとんどの人が震災疎開パッケージを知らず、認知度は極めて低いことが分かる。

・金銭面について

震災疎開パッケージの年間10,500円の値段について、安いとの回答が15%、「妥当」だと回答が61%、高いとの回答が25%で値段に関しては大半の人が妥当と回答している。年代別では、50代以上の多くの回答者が「妥当」と回答している。

・疎開先について

自宅から疎開先までの距離に関する質問を設けたが、51%の方が「できるだけ近く」と回答し、「近いほうが良い」と回答した人は40%と、91%の方が疎開先は自宅から近くのを望んでいる結果になった。また「距離は気にしない」と回答が9%だった。

疎開先周辺希望施設に関する質問では、図1に示す通り、周辺希望施設で「病院」が必要だと回答した人が最も多く、次いで「大型スーパー」、「温泉・入浴施設」という結果になった。

・総合評価

震災疎開パッケージの総合評価については、「魅力的」「どちらかといえば魅力的」と回答した方は全体の63%で多くの人に興味を持っている。ところが、「購入したい」と回答した人は全体の4%、購入する気はないと回答した人は27%であり、「検討したい」と回答した人が69%と大多数だった。

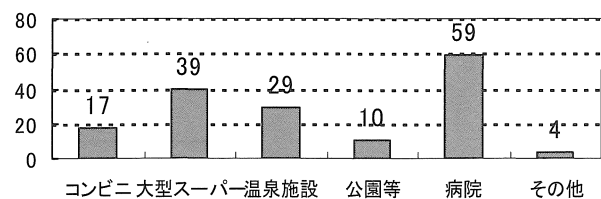


図1 疎開先周辺希望施設（単位：人）

・クロス集計

震災疎開パッケージを「購入しない」と回答した人は、震災疎開パッケージの年間10,500円の値段について「高い」と回答していることが分かる。震災疎開パッケージを「購入したい」と回答した人は、「震災疎開パッケージは魅力的ですか」という問いに、全員が魅力的であると回答している。また「どちらかといえば購入しない」と回答した人でも、半分以上の人が魅力的だと回答している。

4. まとめ

今回のアンケート調査の結果に基づいて、震災疎開パッケージ向上についての提案をまとめる。

- 一、認知度を上げるために広告・宣伝の強化、高齢者のための情報ツールの展開
- 二、ニーズ（家族構成等）に合わせたいくつかの料金設定を行い購入しやすくする
- 三、疎開先受入地を増やし、要望にあった疎開先を選択できるようにする

ヒアリング調査、アンケートに協力いただいた各位に、記して御礼申し上げます。