

広報・普及事業

佐野 勇一郎*

1. はじめに

採択4年目となる2019年度は、学生によるエリア防災の社会実装促進を主軸とし、イベント出展、防災ポーチ作成、WEBサイト発信等を行った。

2. 過去4年間の成果の概要

初年度(2016年度)[発信環境の整備]

11月の採択直後から、ブランディング事業としての発信を実験や報告会詳細等をホームページで公開し、SNSも活用した。特に、大学サイト内に特設サイトを立ち上げたことで、成果のアーカイブと最新情報発信のプラットフォームが確立され、活動がわかりやすい場となった。2017年2月には、地元西新宿の事業所等とドローンによる実証実験を実施した。テレビ局などに大きく取り上げられ、地域で防災活動に取り組みつつ、機器の開発を進める様子を周知できた。

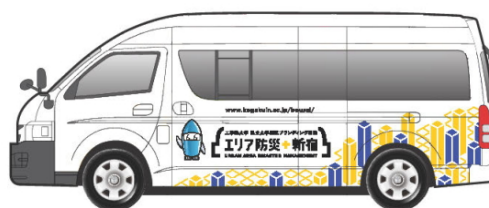


（写真：2017年2月に新宿中央公園で実施した、「ドローンを用いた情報収集及び滞留者誘導実証実験」に集まるメディア）

2年目(2017年度)[メディアにお披露目]

2018年2月「震災対策技術展」(横浜)への出展や、場所と目的を変えてのドローンの実験により、地域で防災活動に取り組む様子を周知できた。ロゴとテンプレートを制定したことは、様々な取り組みがこの事業の一環であることを端的に示すことができ

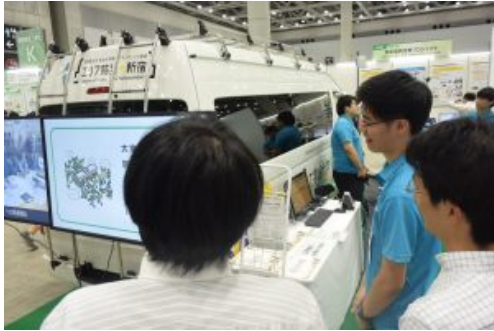
果を得られた。本学教員が、テレビ局の大型番組において、地震による建物の揺れをコメントした反響は大きく、その後の取材に繋がる大きなきっかけになった。



（写真：ブランディングロゴを活用したD-ZEV（テーマ3成果物）の車両ラッピング）

3年目(2018年度)[本格的な成果公開・取材開始]

2年目の実験と取材の実績から、教員の研究成果について、個別の取材も増え始めた。D-ZEV（テーマ3成果物）の大枠がほぼ完成し、2018年8月、日本最大級のマッチングイベント「イノベーション・ジャパン2018」で一般公開した。ドローンによる実証実験は、新たな課題を設定して実施したが、3年目のため、掲載数は延びなかった。3つの研究テーマのうち、当初は一分野しか掲載が無かったが、2018年度からは、全テーマが取材を受けるようになった。



（写真：2018年8月「イノベーション・ジャパン2018」大学組織展示出展の様子）

4 年目(2019 年度)[学生による出展増加と各地からの専門的な取材の増加]

自衛消防訓練用 VR(テーマ 1 成果物)が、ほぼ完成し、新たなメディアが関心を示した。どの研究テーマも成果物がほぼ出揃い、最終年度は取り組みを紹介するイベントへの出展が増えた。出展により、参画する本学学生や学外協力団体が増え、キャンパスがある新宿だけでなく、大田区や神奈川県にも活動が広がった。沖縄県の防災 NP0 からの本学開発機器導入に関して問い合わせ、大阪から新聞記者が来校し、地震と建物の関係を取材したことから、全国的に取り組みの認知度が上がったと実感している。



（写真：2020年2月「震災対策技術展」（横浜）に出展した自衛消防訓練用 VR）

3. 2019 年度の成果

学外連携が広がりイベント出展が増え、学生主体の取り組みが活性化し新たな活動へ展開できた。

（1）イベント出展

2019 年度は主に下記の 9 イベントに出展・参画した（うち 3 件は、荒天等で中止だが、開催地域に合わせた準備のみ実施）。全イベント来場者数は、のべ約 2,030 名。

①ソラムナードで羽休み♪（会期：2019 年 10 月 12 日。会場：ソラムナード羽田緑地（東京都大田区

羽田空港二丁目）。主催：大田区）荒天により中止。

②新宿防災 WEEK2019：地域地震防災訓練、防災コミュニケーションツール体験型イベント(テーマ 1 成果物「VR」体験)、D-ZEV(テーマ 3 成果物)展示、講演会（会期：2019 年 11 月 8 日～18 日。会場：工学院大学、近隣のテナントビル。主催：新宿駅周辺防災対策協議会）。約 200 名来場。

③新宿防災 WEEK2019：“新宿ならではの”炊き出し（会期：2019 年 11 月 11 日。会場：新宿調理師専門学校玄関前。主催：新宿駅周辺防災対策協議会）約 300 名。

④新宿防災 WEEK2019：サンプリングイベント（会期：2019 年 11 月 13 日。会場：新宿野村ビルおよび新宿三井ビル。主催：新宿駅周辺防災対策協議会）。約 500 名来場。

⑤くらしを守る消費生活展（会期：2020 年 1 月 17 日、18 日。会場：新宿駅西口広場イベントコーナー。主催：新宿区・新宿区消費生活展実行委員会。約 130 名来場。

⑥第 24 回「震災対策技術展」（横浜）（会期：2020 年 2 月 7-8 日。会場：パシフィコ横浜。主催：「震災対策技術展」横浜実行委員会。）約 200 名来場。

⑦『三井のオフィス』ファミリーデー in 新宿（会期：2020 年 2 月 29 日。会場：新宿三井ビルディング（新宿区西新宿）。主催：三井不動産。新型コロナウイルス感染防止のため中止。

⑧2019 DANCHI Caravan in 町田山崎～防災まつり～（会期：2020 年 3 月 7 日、8 日。会場：町田山崎団地（神奈川県町田市山崎町）。主催：UR 都市機構・町田山崎自治会ほか）。新型コロナウイルス感染防止のため中止。

⑨防災ポーチづくり（会期：2019 年 11 月 28 日。会場：本学新宿キャンパス、八王子キャンパス。主催：本学）約 700 名来場。

本学は 2007 年から新宿駅周辺防災対策協議会に参画、②「新宿防災 WEEK2019」では、地域地震防災訓練の本部訓練、D-ZEV 展示、講演会に会場を提供した。従来イベントを開催していたフロアが大規模工事で使えず、来場者は例年より減少した。代わりに場所を提供できる施設が少なく、大学は公共性と収容人数の点から地域活動に貢献していることを実感した。加えて、場所を変えて訓練することで、訓練企画者、参加者のマンネリ化防止効果も得られた。

③新宿防災 WEEK2019「“新宿ならではの”炊き出し」

は、近隣の新宿調理師専門学校と共同で実施し3回目になった。賞味期限が近い備蓄品と、市場では倦厭されがちな規定外野菜を活用することで、フードロス防止に貢献する流れが確立できた。炊き出しに参加した方(非常食を試食した方)からは「去年おいしかったから今年も」「非常時を考える良い機会」との声が聞かれた。継続開催することで親近感や安心感が生まれ、参加者も増えることを実感した。



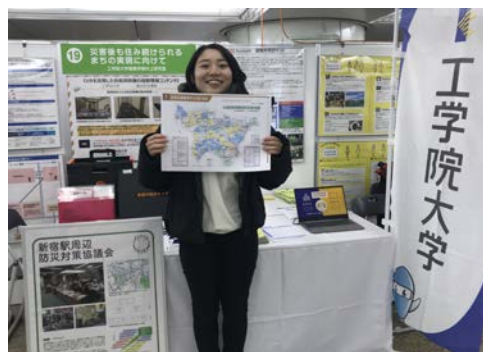
（写真：2019年11月“新宿ならではの”炊き出し）

④新宿防災 WEEK2019「サンプリングイベント」は、初めの試みで、近隣オフィスビルに入居しているコーヒーショップに協力いただき、無料でコーヒーサンプルを配る際に、防災に関するアンケートと“新宿防災ウィーク”体験イベントチラシを配布した。ビルオーナー企業はテナントに参加を呼びかけ、コップのデザインは本学が手伝うことで、地域の連携を取るきっかけになった。



（写真上：ロゴ入りコーヒーカップ、写真下：サンプリングイベントの様子）

⑤「くらしを守る消費生活展」では、130名以上の方が来場した。新宿周辺の避難所の数や場所を学生が説明し、来場者の声を聞くことで、学生にとっても多くの気づきを得る機会になった。



（写真：2020年1月、学生が地域の避難場所や防災マップを説明した「くらしを守る消費生活展」）

⑥第24回「震災対策技術展」（横浜）では、3.11に近づいたこともあり、日本経済新聞の取材を受けた。自衛消防訓練用VRなど3つの成果物を出展し、いずれも実機を持ち込み、200名以上の方が来場した。

⑦『三井のオフィス』ファミリーデーin 新宿」と⑧「2019 DANCHI Caravan in 町田山崎～防災まつり～」は、別会場での本学出展をご覧になった事業所防災担当者や共同開催企業から、出展の機会をいただいた（コロナウイルス対応でいずれも中止）。

（2）防災ポーチの作成

1. 学生によるグッズ選定と作成イベント

本学オリジナルの防災ポーチ(非常用に役立つ小物をまとめたもの)を作り、学内の防災意識を高めることをゴールに、八王子自治会に所属する延べ15名の学生が企画・運営を担当した。5月に第1回の打ち合わせをスタートし、グッズは学生たちがキャンパスの特徴や学生の持ち物から必要と思われるものを絞り込み、類似品の機能を見比べて選定した。ポーチを実際に持ち歩きたくなる、または、ロッカーに備えておきたくなるように、ポーチ台紙は、デザインが得意な学生団体が考えた。配布は、11月に大学全体で行う防災訓練後の体験イベントとして実施し、新宿・八王子の両キャンパスで約700名の学生・教職員が参加した。参加学生・教職員が品を一つずつ自分で封入することで、必要な物を意識してもらうきっかけとした。運営に関わった学生は1-2年生で、防災を専門とする学生ではなかったが、こ

これらの活動を通じて、「今後も学内での防災活動を継続したい」との意見が出された。次年度以降は、防災ポーチを活用して、地域での活動に発展することが見込まれる。



（写真上：防災ポーチの中身。写真下：作成イベントの様子）

（３）パブリシティ

ブランディング事業の最終目的は社会実装のため、プレスリリースやホームページでの記載は、一般の方が参考にすることを念頭に専門用語は避け、人数や所要時間、途中経過などもわかるよう、結果や過程に留意している。

今年度は、専門的なコメントを求める取材が増えた。海外メディアによる発信も増えつつある。

メディア掲載については、約 180 件（研究内容に関する掲載は、各テーマの業績報告書参照）。主な掲載実績は下記の通り。

- ①「新宿防災 WEEK2019」「震災対策技術展」（横浜）などの出展。日本経済新聞ほか（計 73 件）。2019 年 10 月 8 日ほか（計 5 日）。
- ②「高層ビルの地震直後の損傷を予測するアプリ開発」。大阪日日新聞ほか（計 26 件）。2019 年 10 月 28 日ほか（計 6 日）。
- ③「ドローンを用いた実証実験」。テレビ東京ほか（計 17 件）。2019 年 11 月 29 日ほか（計 5 日）。

４．おわりに

４年間を通して、メディア取材は、防災の日や阪神淡路大震災、東日本大震災の振り返りと絡めて扱われることが多かった。2019 年度も時期を意識したが、台風や新型コロナウイルスのためにイベント自体が中止になることもあった。

広報・普及事業の一つのゴールは社会実装と考え、防災支援技術の導入数とイベント参加者数を確認すると、年を追うごとに増え、成果が見られる。メディア掲載数は反響を図る補完的な基準と考えたい。

〔地域導入数〕

2016 年度、2017 年度：ゼロ

2018 年度：東京都北区が「避難所開設キット」（テーマ 1 成果物）を約 60 台導入。

2019 年度：熊本市託麻西小学校ら 2 校が「避難所開設キット」（テーマ 1 成果物）を導入。東京都北区：導入初年度ワークショップ実施。新宿区：2 巡目のワークショップ実施。沖縄県：防災 NP0 から導入相談あり。

〔イベント出展回数と来場者数〕

2016 年度：出展ゼロ

2017 年度：出展 2 件、来場者約 1,300 名

2018 年度：出展 4 件、来場者約 1,300 名

2019 年度：出展 9 件（うち 3 件中止（台風、コロナウイルス））、来場者 2,030 名

前年度の出展をきっかけに、別のイベントに繋がることが増えた。2020 年度は、2019 年度とほぼ同じ出展を予定している。また、本学附属中学・高等学校に、防災関連動画を YouTube に投稿しているグループがあり、中高生と大学生の協力企画が検討されている。加えて、防災ポーチに関わった学生らが、次年度に、大学キャンパスに隣接する地区での活動を模索している。

〔メディア掲載数〕

2016 年度：146 件（採択以降）

2017 年度：211 件

2018 年度：149 件

2019 年度：180 件

一度取材した記者から、その後も再び依頼連絡が入るケースが増えた。一方、機器のお披露目などでは、その後の改良が取り上げられることは少なかった。一般の方は継続実施しているイベントには参加しやすく、開催協力者は地域貢献であれば継続参画しやすい。2020 年度は、成果物の活用と合わせて地域の付加価値を上げて発信したい。