

319

対象エリアでタウンページとセットで 全住戸・全事業所にお届け「防災タウンページ」

取組主体	法人番号	事業者の種類（業種）	実施地域
NTT タウンページ株式会社	3010401036746	その他防災関連事業者 (複合サービス事業)	東京都

1 取組の概要

地域防災情報をタウンページの付録として集約化

- 平成 26 年 2 月に記録的な大雪を経験した山梨県甲府市では、地域における自助・共助の意識が高まっていた。同年 7 月、NTT タウンページ株式会社は「タウンページ（甲府版）」の発行に際し、付録として市内の道路冠水箇所を示す避難所マップを合わせて配布したところ、多くの市民から関心を寄せられた。
- そこで同社は、自社で発行するタウンページ活用の促進ツールとして、付録としての地域における防災情報発信に着手した。同社は、タウンページ本誌内の防災特集ページの充実に加え、一般社団法人防災ガールと協働し、防災に関する情報発信の強化に取り組んでいる。



▲「防災タウンページ」付録

2 取組の特徴（特色、はじめたきっかけ、狙い、工夫した点、苦労した点）

災害時に持ち出せる「防災タウンページ」

- 同社は、「防災タウンページ」を、有事の際に必要な情報が集約化され、いつでも持ち出せるよう保存性の高い別冊付録としてコンパクトなつくりとした。主な内容は、日ごろの備えに対するチェックリストや家族との安否確認手段、応急手当の方法、地域の避難所マップ、災害後の生活再建についての情報をまとめた。
- また同社は、避難所マップに阪神淡路大震災の際に公衆電話の前に長蛇の列ができたこと受け、避難所、帰宅困難者支援施設や公衆電話等に加えて、災害時に被災者が無料で通信できる特設公衆電話の位置情報を掲載した。
- 同社は「防災タウンページ」の制作費をタウンページの広告収入で捻出、平成 27 年度現在、全国 88 版、約 1,300 万部が発行されている。平成 28 年度は 164 版、2,200 万部を発行する見込みとなっており、以降も全国の主要都市から順次拡大予定となっている。

「Make a BOSAI Japan」サイトで防災情報発信

- 同社と防災ガールとが共同で運営するウェブサイト「Make a BOSAI Japan」では、各地域の「防災タウンページ」をPDFで配布している。同社編集者への防災ガールによるインタビュー内容等、防災情報の発信において工夫したポイント等の情報を逐次更新している。
(<http://www.ntt-tp.co.jp/bousai/>)



▲サイトで防災情報を発信

3 取組の平時における利活用の状況

- 平時から使われる「タウンページ」の別冊付録であるため、災害時以外にも人々の目に触れやすい。「防災タウンページ」は「減災」をコンセプトにしており、平常時から読んで知識化しておくことで、有事の際被害を最小限にとどめることができる参考本として活用できる。また、もっと詳しい情報が知りたい方には、タウンページの中に「防災の特集記事」で、さらに深い防災情報に接することができる。
- 同社はタウンページの制作にあたり、地域ごとに編集長制を採用しており、編集長ごとに特色のある内容や構成となっており、防災タウンページのコンテンツも地域色を打ち出すなど、飽きさせない工夫をしている。

4 取組の国土強靱化の推進への効果

- 「防災タウンページ」は、防災情報を紙媒体で集約したものであり、家や事業所等に保管しておけば、有事の際にも必要な情報を簡単、確実に入手できる。

5 防災・減災以外の効果

- タウンページは袋詰め包装されて、各家庭、各事業所に配布されているが、近年開封率が下がっていた。付録として別冊「防災タウンページ」を同封し市民の関心を引くことで、開封率が大幅に上がりタウンページ本誌の利用率の向上に貢献している。

6 現状の課題・今後の展開など

- 「防災タウンページ」について行政から多くの引き合いはあるものの、広告収入だけでの制作は厳しいのが現状である。このため、同社が保有する全住戸・全事業所お届けのノウハウを活用しながら、自治体と「防災タウンページ」を共同発行することを検討している。
- 外国人在住者及び一時滞在者へのサービス向上として他言語版「防災タウンページ」を今後制作する予定となっている。
- 防災情報の発信拡大に向け、防災専門のHP、スマホ用のアプリの制作も予定している。

7 周囲の声

- 市のハザードマップは情報量も多く市民にとって必ずしも取っ付き易い内容とはなっていない。平成 26 年に同社に配布して頂いた同市向けの防災タウンページでは、コンパクトに防災情報が整理されており市民にとっても分かりやすく好評である。またハザードマップは町会や自治会に加入している方に配布され、自治会加入率自体が低下している中、市民に防災情報が届いていないのが現状である。しかし同社はポスティングによって直接市内に暮らす方に防災タウンページを届けているため、事業者等これまで配布できていなかった層にもリーチできる。民間のノウハウを活用した良い防災情報発信の取組といえる。(地方公共団体)