【プロジェクト名】 災害時の指定避難所やリスクの認知度等を高める防災マグネット【一般部門】	
【代表者名】 株式会社サイバー創研、端山 聡	【実施フィールド】 神奈川県、北海道

取組概要

背景情報：解決したい社会や行政の課題

日常生活の中で、災害時の避難場所・避難所への認知度高め、災害に対する意識の向上や情報の取得への行動変容を促す。

課題分析：目標行動を阻害するボトルネック

知っているつもりや、災害なったらいけるだろうといった思い込み。正確な学校名などを把握できていない。など、避難場所がなじみの場所になっていない。

解決方法：ナッジの概要と活用した行動科学の知見

指定避難場所を自身でマグネットシートに書き込み、これを玄関ドアや冷蔵庫等の日常生活で目に付くところに貼ることで、指定避難所への認知度が向上する。
避難場所がなじみの場所になるように、避難することになる場所を知る/場所にいってみた、という経験を蓄積するようなナッジ的アプローチを試みる。

実施内容

本取り組みは、環境省事業：「意識変革及び行動変容につなげるナッジの横断的活用推進事業（令和3年度～令和5年度）」の中で実施。

災害時の指定避難所への認知度を高めるRCTを令和3年度は神奈川県A市、令和4年度は北海道B市に居住する調査会社のモニタ世帯（各年度でそれぞれ600世帯）を2つのグループ（300世帯ずつ）に無作為に割当て。記入式のマグネットシートを送付して、住まいの地域の防災・ハザードマップを見ながら災害リスクや一時避難場所・避難所を記入し、冷蔵庫や玄関等の目に付く場所に貼り付けていただくよう依頼した介入群では、対照群と比較して以下のような事項で統計的有意な改善が確認された。

✓ 災害リスクの理解：地域の災害リスクを記述式で正しく答える割合
✓ 一時避難場所や避難所の把握： 一時避難場所や避難所を正しく把握している割合

また、令和5年度は、令和3年度、令和4年度の介入群モニター（各300人）に配布した「防災マグネットシート」の継続利用調査を、当該年度で事後調査まで回答した286人、287人に対して実施した結果、60%程度のモニターが前回送付したマグネットシートを継続使用していることが確認された。

マグネットシートのイメージ

マグネットシートの特徴

- 防災・ハザードマップを見ながら、地域の災害リスクや避難場所等を自ら記入する体験型学習。自ら避難する場所を記入することによるコミットメント効果
- 備蓄をする人が増えているという社会規範メッセージ
- 情報過多とならないよう、備蓄してもらいたい品を2つに厳選
- 備蓄品の賞味期限や使用期限が切れていないかと問い掛けるメッセージ
- 自分と大切な家族を守ることにつながるというメッセージ
- 温度計を付けて日常的に自然と情報に繰り返し触れる仕掛け

効果測定の手法

調査会社モニターより指定地域在住の市民を600名選び、ランダムに2群に振り分けRCT実証実験を実施する。1か月後に、認知度・意識調査を実施し、事前調査と比較した認知度の向上等についての効果をRCT等により実証。
倫理面の配慮として、日本版ナッジ・ユニットの「ナッジ倫理チェックリスト」を活用

得られた結果・社会や行政への応用可能性

- 今回配布したマグネットシートで避難場所の認知度向上、備蓄品の確認意識の向上等に一定の効果があることを確認した。
- マグネットシートは他の自治体でも横展開することが可能とであり、空きスペースに上手く企業広告を入れるなどして、制作コスト削減も可能である。