

令和4年度 葛飾区行政評価委員会評価表

事業名	防災の意識啓発	担当部	地域振興部
		担当課	地域防災課

基本情報

政策番号	14	政策	防災・生活安全	施策番号	3	施策	防災活動
事業の目的	地域での防災講習会や学校教育等を通して自然災害への対策を周知・啓発することで、区民の自助・共助の意識を高める。						

実施内容	<p>1 防災講演会・ワークショップの実施 防災の専門家による防災講座、ワークショップを実施する。</p> <p>2 ケーブルテレビやYoutubeを活用した防災啓発用番組の配信、DVD制作 区民が自宅等で防災知識を高められるよう、防災広報番組を年2回制作・配信する。</p> <p>3 まちかど防災訓練車や水陸両用車、防災絵本等を活用した防災啓発キャラバンの実施 若年層の防災意識の普及啓発として、区内保育園や小学校にまちかど防災訓練車等を派遣する。</p> <p>4 防災訓練VR機材のレンタル 誰もがいつでも気軽に防災訓練を体験できるよう、防災訓練のVR機材をレンタルする。</p>
------	--

実績情報

成果指標											
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	令和元年度	令和2年度	令和3年度	目標	令和4年度		
	災害に備えて家庭内での対策を行っている区民の割合	政策・施策マーケティング調査	%	目標	60.0	60.0	58.6		58.7	実績	58.4
目標との乖離の考察	令和元年度以降の実績は、令和元年に発生した台風19号の影響もあってか、平成30年度以前の実績より改善したものの、その後は微減している。年代別にみると、例年、20代が突出して低く、実績を下げる要因になっている。20代を中心とした若年層に対し、防災意識を高める施策を強化する必要がある。										



活動指標											
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	令和元年度	令和2年度	令和3年度	目標	令和4年度		
	防災講習会・ワークショップ	—	—	—	目標	20	20		16	実績	9
若年層向け防災啓発キャラバン	—	—	箇所	目標	24	24	24	実績	57	28	39
ケーブルテレビ防災番組の放送	制作・放送	—	回	目標	3	3	2	実績	3	3	2

所管課による自己評価

必要性	○	令和2年度版防災白書によれば、阪神・淡路大震災では約8割が「自助・共助」により救済されたとされている。防災意識の啓発は、この自助・共助を高めるものであり、区民の生命を守るうえで極めて重要である。
効率性	△	スケールメリットを活かすべく、車両派遣や防災訓練VR機材のレンタルは、集客性のある地域の防災イベント等で活用したいところだが、ここ数年はコロナ禍ということもあり実績が少ない。
有効性	△	政策・施策マーケティング調査における「災害に備えて家庭内での対策を行っている区民の割合」は目標値を例年下回っており、年代別や地域別に応じた改善が必要である。

各指標の達成状況に対する所管課の見解	近年、防災講習会・ワークショップの実施は、新型コロナウイルス感染症の影響により減少している。リアルでの防災啓発機会の減少に対応するため、Youtubeを活用したオンライン動画学習の機会を提供している。こうした取組みにもかかわらず、成果指標は年代別に見ると20代が例年低い傾向にある。また、防災講演会等の実績には地域的な偏りがみられるため、若年層や一部の地域に特化した対策を行い、防災意識の底上げを図る必要がある。
今後に向けた所管課の見解	今後、新型コロナウイルス感染症の流行が収束するに従い、防災イベントの実施が重要性を増すと考えている。防災講演会等のPRや防災動画のSNS活用など、現状の実施内容をきめ細かに取り組んでいくことに加え、子育て世代などの若年層を対象とした新たな防災イベントの実施を検討したい。

予算及び決算状況

※単位は円単位

内訳		令和元年度	令和2年度	令和3年度	経費の主な内訳		
予算	①当初予算	8,404,000	14,565,000	2,370,000			
	②補正予算	0	0	0			
	③繰越予算	0	0	0			
	④流用等	0	0	0			
小計 (①+②+③+④)		8,404,000	14,565,000	2,370,000			
予算財源	一般財源	8,404,000	14,565,000	2,370,000			
	国庫支出金	0	0	0			
	都支出金	0	0	0			
	その他	0	0	0			
決算	⑤執行額	6,912,210	12,350,800	1,817,200			
	(内訳)	委託料	1,738,400	1,749,000		1,166,000	ケーブルテレビ防災番組等作成委託
		委託料	393,600	44,000		323,400	防災講演会・ワークショップ実施委託
		委託料	0	10,230,000		0	防災マップ作成委託
		委託料	4,180,000	0		0	防災啓発絵本等委託
		委託料	110,000	0		0	VR機材設置・説明委託
	使用料及び賃借料	490,210	327,800	327,800		VR機材セット借上料	
⑥間接額	0	205,000	180,606				
⑦人件費	業務量(人)	0.40	0.30	0.30			
総コスト⑧=(⑤+⑥+⑦)		9,752,210	14,895,800	4,277,806			

り単	項目	令和元年度	令和2年度	令和3年度
単	単位の定義	若年層向け防災啓発キャラバン		
ス	実績数値(⑨)	57	28	39
あ	単位あたりコスト(⑧/⑨)	171,091.40円	531,992.86円	109,687.33円

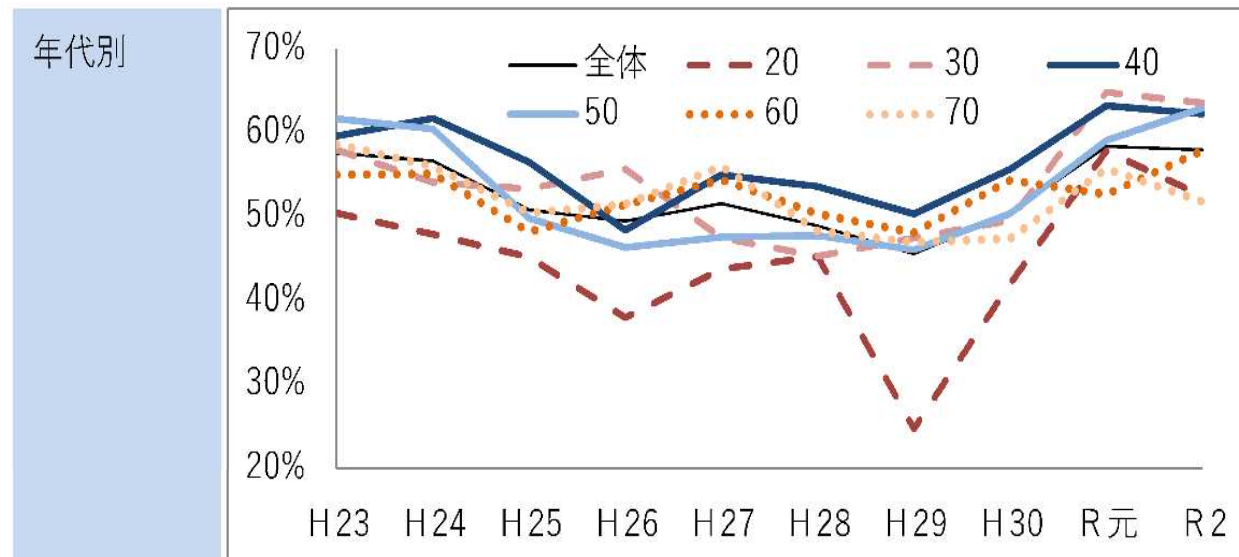
決算増減の主な理由	令和2年度に防災マップを作成委託した分の減のほか、ケーブルテレビ防災番組作成本数が3本から2本に減少したことに伴う減。
-----------	---

子育て世代などの防災意識の向上に向けて

1 普及啓発に関する現状・課題

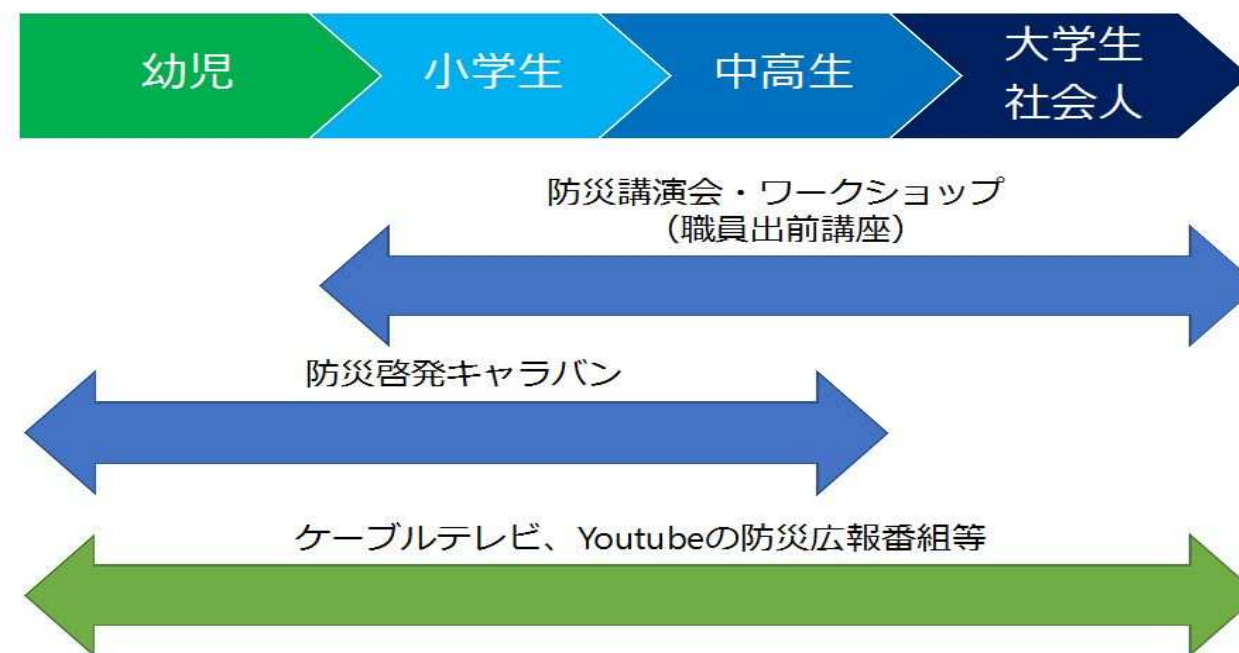
- ・防災訓練の中心を担ってきた自治町会の高齢化が進み、新たな人材の確保が求められている。
- ・防災意識の向上は伸び悩んでおり、とりわけ20代の若年層の防災意識が低さが顕著になっている。
- ・近年、新型コロナウイルス感染症の影響により、防災普及啓発イベントを積極的に実施できていない。

10防災・生活安全-3 災害に備えて家庭内での対策を行っているか



(出典) 葛飾区「政策・施策マーケティング調査」

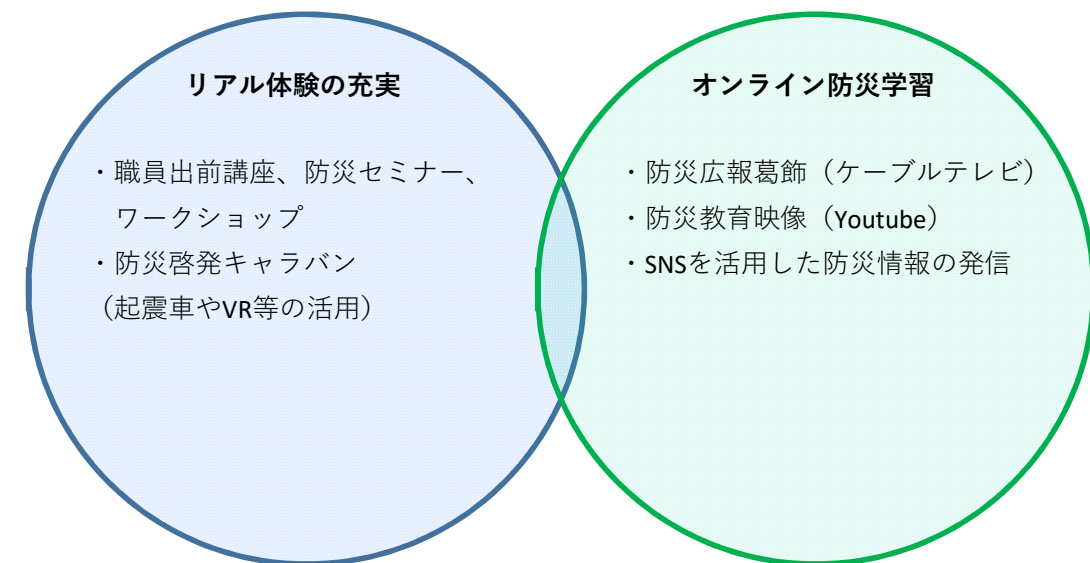
2 年代別の意識啓発アプローチ



3 今後の方向性ーリアルとオンラインの「ハイブリット型防災意識啓発」

- ・アフターコロナを見据え、既存の出前講座等に加え体験型イベントを組み合わせ実施するなど、楽しんで防災知識を学べる機会を作ることで、子育て世代などの集客を図り、新たな層への防災意識向上を進める。
- ・若年層ほど災害情報の取得にSNSを利用する傾向があることから、さまざまな防災情報をYoutube等で配信するなど、防災教育のeラーニング化を進める。

ハイブリット型防災意識啓発のイメージ



4 参考：葛飾区周辺の主な防災施設

施設名	所在地	内容
そなエリア東京	江東区有明3-8-35	東京臨海広域防災公園内にある地震に備える知識を身につけるための防災体験学習施設
東京消防庁 本所防災館	墨田区横川4-6-6	地震、暴風雨、都市型水害、火災を想定した煙体験コーナー等がある
東京都北区防災センター	北区西ヶ原2-1-6	震度7までの揺れを実際に体験できる地震体験や、煙体験などが利用できる
首都圏外郭放水路	埼玉県春日部市上金崎720	埼玉県の東部に建設された世界最大級の地下河川。調圧水槽は、柱と空間の巨大さから地下神殿とも呼ばれる
荒川知水資料館アモア	北区志茂5-41-1	地域住民との交流、荒川の洪水、水害の歴史や自然環境などの情報発信基地として開館した資料館
荒川ロックゲート	江戸川区小松川1丁目地先	荒川と旧中川とを結ぶ閘門。災害時に鉄道や道路が使えなくなったとき、川を通して救援物資や復旧資材の運搬、被災者の救出など災害復旧活動の支援が出来るようになるなど、地域の防災拠点として活躍する

災害に備えて家庭内での対策を行っている区民の割合「葛飾区政策・施策マーケティング調査」

1 年代別

地区	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	平均
20代	50.4%	47.9%	45.2%	38.0%	43.8%	45.3%	24.7%	42.0%	57.8%	52.5%	52.9%	45.5%
30代	58.0%	54.1%	53.3%	55.7%	47.5%	45.3%	47.5%	49.6%	64.9%	63.6%	63.5%	54.8%
40代	59.6%	61.8%	56.5%	48.4%	55.0%	53.6%	50.3%	55.7%	63.3%	62.3%	61.7%	57.1%
50代	61.7%	60.5%	49.8%	46.4%	47.6%	47.8%	46.1%	50.3%	59.1%	63.0%	58.5%	53.7%
60代	55.0%	55.1%	48.2%	51.4%	54.4%	50.3%	48.1%	54.3%	52.7%	57.9%	57.4%	53.2%
70代	58.7%	56.0%	50.5%	51.5%	56.0%	48.3%	47.0%	47.4%	55.8%	51.8%	54.5%	52.5%
合計	57.6%	56.7%	50.8%	49.5%	51.6%	48.9%	45.6%	50.3%	58.4%	58.0%	57.7%	53.2%

2 地域別

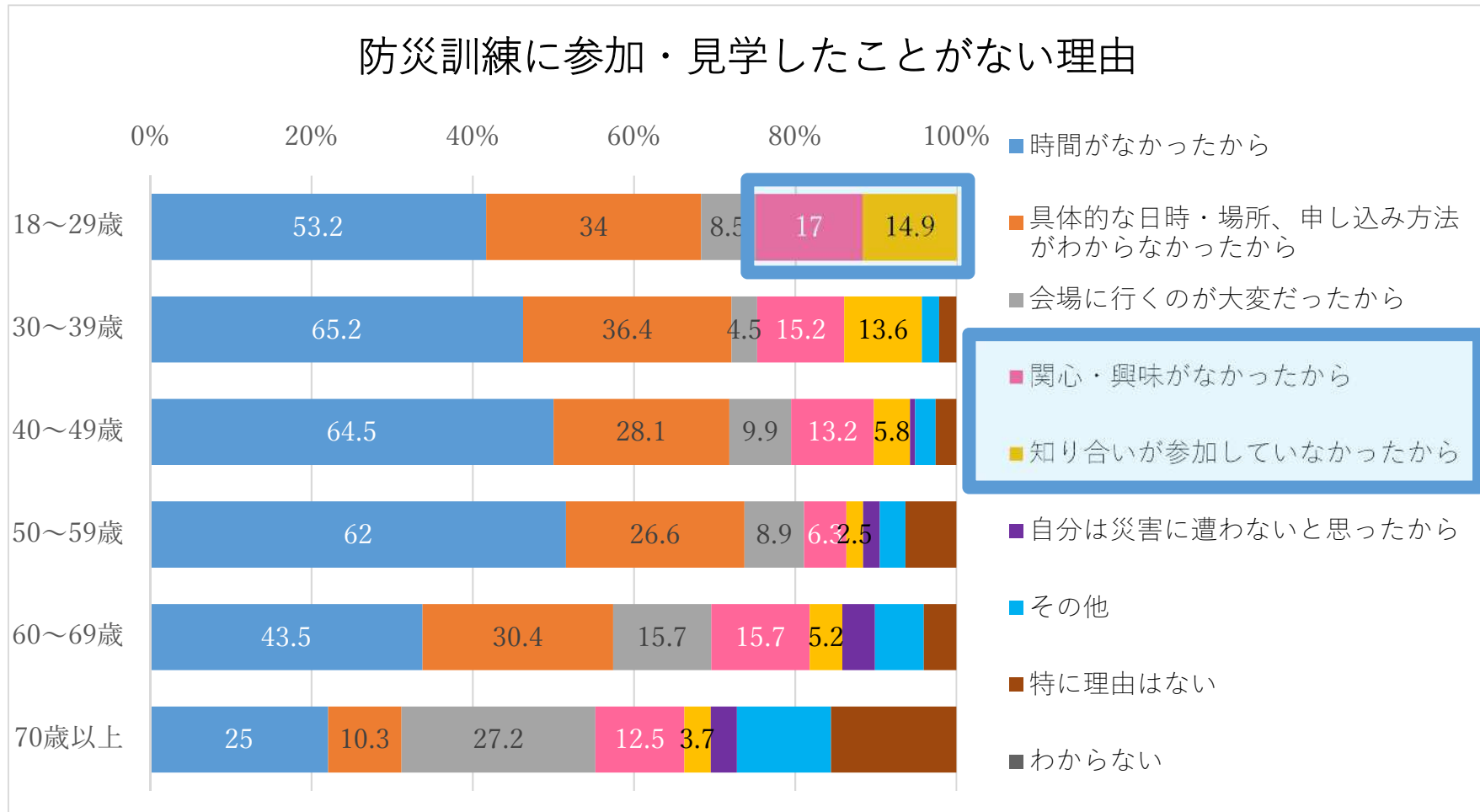
地域	地区	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	平均
西部	立石/四つ木	54.0%	52.3%	48.1%	47.5%	50.6%	46.2%	44.1%	52.8%	57.0%	57.1%	59.2%	51.7%
	南綾瀬/お花茶屋/堀切	58.3%	54.6%	50.9%	49.4%	49.7%	45.1%	45.5%	58.1%	56.3%	56.7%	58.8%	53.0%
	亀有/青戸	55.4%	62.2%	49.8%	50.0%	49.7%	48.9%	49.0%	43.6%	60.7%	59.6%	61.5%	53.7%
南部	奥戸/新小岩	58.2%	57.2%	54.5%	50.0%	45.3%	45.5%	43.0%	50.7%	56.2%	59.5%	58.2%	52.6%
	柴又/高砂	62.6%	52.9%	51.3%	42.4%	60.7%	54.8%	40.8%	47.3%	58.4%	58.6%	57.4%	53.4%
東部	金町/新宿	53.3%	60.9%	48.1%	55.0%	55.5%	49.6%	51.7%	50.8%	60.1%	57.0%	56.3%	54.4%
	水元	62.0%	55.4%	54.3%	54.9%	52.5%	56.6%	46.1%	56.8%	62.6%	60.0%	52.7%	55.8%
全体		57.6%	56.7%	50.8%	49.5%	51.6%	48.9%	45.6%	50.3%	58.4%	58.0%	57.7%	53.2%

※ 網掛けの部分が各年度の平均を下回っている箇所です。

年代別 災害情報の取得方法

年代	10代		20代		30代		40代	
	手段	%	手段	%	手段	%	手段	%
1位	SNS	69.2	SNS	66.4	テレビ	58.4	テレビ	62.9
2位	テレビ	58.5	テレビ	52.5	インターネット	58.1	インターネット	56.8
3位	防災無線	52.0	インターネット	50.1	SNS	49.6	エリアメール・ 緊急速報メール	49.1
年代	50代		60代		70代			
	手段	%	手段	%	手段	%		
1位	テレビ	72.0	テレビ	79.1	テレビ	86.4		
2位	インターネット	53.8	エリアメール・ 緊急速報メール	50.3	防災無線	60.8		
3位	エリアメール・ 緊急速報メール	49.9	防災無線	49.6	広報車・消防車	56.9		

【出典】 2021 年一般向けモバイル動向調査（NTT ドコモ モバイル社
会研究所、2021 年 1 月）



【出典】 防災に関する世論調査（内閣府、平成 29 年 11 月調査）

1 実施目的

まちかど防災訓練車や水陸両用車等を区内保育園等に出向し、防災教育としてのふれあい訓練を実施することにより、若年層に向けた防災に対する意識啓発を行うことを目的とする。

2 出向する防災車両

まちかど防災訓練車（ちい防）	水陸両用車（すい防）	起震車
		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 木造密集地域や狭い道路にも乗り入れできる小型の防災訓練車両。 ・ 水タンクやポンプを備え付け、消火栓なしでもスタンドパイプの放水訓練が可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 8輪駆動の災害対策用車両。 ・ 洪水による浸水地域において木片などの浮遊物をはじき飛ばして水上走行が可能。 ・ 地震によるガレキや液状化した舗装も乗り越えて走行が可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地震の揺れを体験できる車。 ・ 最大震度7まで体験可能。 ・ 地震発生時の身の安全確認方法や家具の転倒防止策を考える機会ととして活用。

3 防災学習用絵本の活用

保育園においては、防災啓発キャラバンの出向に際し、防災学習用絵本やデジタル絵本による事前啓発を実施することにより学習効果を高めている。

1 実施目的

バーチャルリアリティシステム（以下「VR」という。）を活用してCGシミュレーションソフトを使った防災教育を導入することにより、「いつでも、どこでも、だれでも」訓練体験できる環境を提供し、児童、生徒やその保護者を含めた若年層への防災意識の啓発と防災訓練への参加を促すことを目的とする。

2 体験できるコンテンツ



3 運用期間・契約方法

リース契約につき9月から12月末まで（4か月間）

4 出向台数

1回につき3台（職員随行）