

都市整備局・住宅政策本部業務体験発表会 (令和元年度) 概 要 書	
発表テーマ	耐震化への意識を更に高める 耐震キャンペーン等の取組と改善について
発表の概要	<p>都は、広域的自治体の役割として、耐震化への意識啓発のため、耐震キャンペーンをはじめ、普及啓発に従来から重点を置き取り組んでいる。</p> <p>また、より良いものとなるよう改善も重ねており、この1、2年でも数々の改善を図ってきた。</p> <p>その取組と改善事例を紹介する。</p> <p>① 耐震キャンペーン ② 耐震ポータルサイト ③ 総合防災訓練等への参加 ほか</p>

耐震化への意識をさらに高める耐震キャンペーン等の取組と改善について

1 はじめに

近年、北海道胆振東部地震や熊本地震などの大地震が頻発しており、特に東北地方太平洋沖地震（平成 23 年 3 月）は日本の観測史上最大のマグニチュード 9.0 を記録し、東北から関東地方まで至る太平洋沿岸を中心に多くの人命が失われるなど甚大な被害をもたらした。都内においては、首都直下地震が今後 30 年以内に約 70% の確率で発生すると推定されており、大地震がいつ発生してもおかしくない状況である。

都は、平成 19 年 3 月に「東京都耐震改修促進計画」を策定し、区市町村等と連携の上、都内の建物の耐震診断・耐震改修等の促進に取り組んでいる。平成 23 年 3 月には、「東京における緊急輸送道路沿道建築物の耐震化を推進する条例」を制定し、緊急輸送道路のうち特に沿道建築物の耐震化を図る必要があるとした約 1,000km を特定緊急輸送道路に位置づけ、翌月 4 月に沿道建築物の耐震診断を義務づける等、耐震化に向けた取組を行ってきた。

当課では、耐震化を促進するため、区市町村への補助や都民が相談しやすい耐震化総合相談窓口の開設等様々な取組を行っている（表 1）。普及啓発活動は重要な促進施策であり、所有者自らが主体的に耐震化へ向けて取り組むような支援を行っている。本稿ではより質の高い普及啓発に向けた、近年の取組と改善について紹介する。

表 1 耐震化の促進に向けた様々な取組

施策	具体的な取組み
重点施策	・ 緊急輸送道路、住宅等に対する耐震化促進 （区市町村を通じた助成金）
普及啓発活動	・ 耐震キャンペーンの実施 ・ 東京都耐震ポータルサイトの運営 ・ 安価で信頼できる改修工法・装置の紹介 ・ 木造住宅耐震診断事務所の登録・公表 ・ 区市町村の普及啓発活動に対する支援 ・ 総合防災訓練等への参加 等

2 耐震キャンペーンの実施

2-1 これまでの取組

耐震キャンペーンとは、東京都が主体となり、区市町村や関係団体と協力して行う耐震関連の各種イベントの総称である。平成 20 年から毎年、計 19 回のキャンペーンを行ってきた。

昨年度の主な東京都主催のイベントとしては、大学教授や建築士等有識者による講演を行う耐震フォーラム、耐震フォーラムと同日に開催する専門家による耐震化個別相談会、新宿駅前等で行う建物の耐震改修工法等の展示会、改修事例を見学するバスツアー等が挙げられる。

2019 年度耐震キャンペーンの実施について

実施期間

平成 30 年 9 月 1 日（防災の日）から平成 31 年 1 月 17 日（阪神淡路大震災発生日）まで

東京都主催のイベント

耐震フォーラム「首都直下地震への備え」 場所：都民ホール

- ① 基調講演 「次の震災について本当のことを話してみよう」
講師：福和 伸夫氏（名古屋大学減災連携研究センター長・教授）
- ② 講演 「熊本地震・座屈マンション救助活動」
講師：吉本 直樹氏（熊本市消防局 東消防署警防課 警防課長代理）
- ③ 体験しよう「振動実験！ぶるる」講師：福和 伸夫氏
- ④ 講演 「いくらかかるの？耐震化～助成制度と成功事例～」
講師：富永 信忠（耐震化推進担当課長）



図 1 耐震フォーラムの様子

耐震化個別相談会 場所：都政ギャラリー

内容：耐震化に係る様々な質問に個別に対応する。融資制度に関する相談ブースも設置する。

震災写真・都の取組等のパネル展示 場所：都政ギャラリー

内容：東日本大震災や熊本地震などの震災写真のほか、緊急輸送道路沿道建築物の耐震化推進に関する取組、建物用途、規模別の耐震改修工事費やブロック塀の安全点検方法などについてパネル展示を行う。

建物の耐震改修工法等の展示会

場所：新宿西口広場イベントコーナー（9月）、有楽町駅前広場（11月）

内容：都のパネル展示、ビルマンション耐震改修工法の展示、安価で信頼できる木造住宅の耐震改修工法・装置の展示、個別相談、起震車での地震体験



図2 改修工法展示会の様子

防災体験・耐震改修バスツアー

目的：耐震改修を検討している都民に対し、耐震化の重要性を周知し、耐震化に向けた具体的な行動を促す。

内容：地震関連施設と耐震改修事例をバスで回る。

- ① Aコース 9月21日（金曜日）
東京駅→東大地震研究所→荻窪コーエイマンション→荻窪駅
- ② Bコース 10月27日（土曜日）
立川駅→立川防災館→ライオンズマンション三鷹→三鷹駅
- ③ Cコース 11月9日（金曜日）
東京駅→清水建設技術研究所→新橋駅前ビル→新橋駅
- ④ Dコース 12月7日（金曜日）
東京駅→東大地震研究所→ライオンズマンション新小岩第2→東京駅



図3 バスツアーの様子

木造住宅耐震改修事業者講習会

目的：改修事業者に対し、耐震改修工法についての講習及び区市の助成制度の説明を実施し、建物所有者が必要とする情報を耐震改修事業者が提供できるようにする（21区市共催）

対象：都内の耐震改修施工業者

場所：東京都庁第一本庁舎5階 大会議場

内容：木造住宅の耐震改修工法の説明、耐震化に係る金融知識の説明、共催する区市の助成制度の説明（個別ブース）

2-2-1 耐震キャンペーンの開催時期の改善

平成 29 年度まで耐震キャンペーンの来場者数は減少傾向にあった。それまでは、耐震キャンペーンは年に 2 回、夏と冬に開催しており、参加者アンケートでは「日程がより早くわかったほうが参加しやすい（広報期間不足）」や「もっと過ごしやすい気温の時期に開催してほしい」等の開催時期に係る意見・要望があったため、平成 30 年度から改善を図った（図 4）。

改善前

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
キャンペーン期間（各2週間程度）											
広報期間（都民会議後から）											
耐震フォーラム					参加者 150名				同日開催 参加者 150名		
耐震改修工法等の展示会 （都の取組等のパネル展示含む）				3日間 参加者 294名					3日間 参加者 280名		
防災体験・耐震改修バスツアー					3コース 参加者43名				3コース 参加者50名		
契約事務（夏）											
契約事務（冬）											

各イベントをまとめた

改善後

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
キャンペーン期間（9/1～1/17）											
広報期間（都民会議後から）											
耐震フォーラム						定員280名					
耐震改修工法等の展示会 （都の取組等のパネル展示含む）					3日間 約720名 新宿西口		3日間 約990名 有楽町駅前				
防災体験・耐震改修バスツアー						4コース 各定員30名					
木造住宅耐震改修技術者育成講習会									1日間 定員500名		
契約事務											

図 4 耐震キャンペーンの期間変更

改善後は開催時期を 9 月 1 日の防災の日から 1 月 17 日の阪神淡路大震災の発災日までの期間に設定した。展示会などの屋外で行うイベントは、従来の開催時期では気温の影響により来場者が足早に立ち去る場合も多く、展示を見ようとする来場者が少なかったが、開催時期を秋とすることにより、イベント参加者にとって過ごしやすい環境となった。また、区市町村の防災イベントの開催時期は秋に集中する傾向にあるため、各区市町村のイベントとも連携することで広報等において相乗効果が期待出来るようになった。さらに、キャンペーン開催を年 1 回とし、期間を長くすることで、年 2 回の短期間開催に比べ、十分な広報期間を

確保できるようになった。従来の年2件の委託を一本化したことにより、削減された委託費用を広報活動費に回すことで、より広報活動に注力した（表2）。

表2 耐震キャンペーン開催時期改善の効果

キャンペーン開催内容	コスト削減	広報期間	連携区市町村数
■29年度まで 8月と1月、年2回開催 ⇒委託契約は2件	× キャンペーン時期が離れており、契約の一本化は不可	1か月×2回	延べ約10
■30年度以降 9月～1月の5か月開催 ⇒委託契約は1件	○ 1,450千円程度	最大6か月 (7月～1月)	延べ約40

2-2-2 建物の耐震改修工法等の展示会の改善

平成30年度からは、より多くの人々の目に留まらせることを目的とし、従来の新宿西口広場イベントコーナーに加え、活発な人通りが見込める有楽町駅前広場にて展示会を開催した。また、展示内容をしっかりと案内できるようにするため、複数箇所の説明を受けアンケートに協力いただけた場合には、独自のノベルティグッズ（ガチャガチャ）を配布した（図5）。

これらにより、展示会における来場者数は前年の3.5倍に増加し、アンケート回答数についても大幅に増加した。



図5 配布したノベルティグッズ

2-2-3 防災体験・耐震改修バスツアーの改善

平成30年度までの耐震キャンペーンでは、東大地震研究所や立川防災館などの防災施設の体験と、耐震改修済みのマンションやビルの見学を組み合わせたバスツアーを年数回開催していた。バスツアーの開催目的は、耐震改修を検討中の建物所有者の方に耐震改修を行った事例を見学してもらい、改修に携わった人たちの生の声を聴いてもらうことで、耐震改修に対する疑問点や不安を解消してもらう、というものである。しかし、昨年度の一部のコースでは企業の研修として参加している人や、大学の研究の一環として参加者する人が見受けられた。

そこで、今年度からはバスツアー形式とはせず、思い切って改修現場の見学会のみを開催することとした。参加者についても、耐震改修を検討している人のみを対象とし、同じ目的の人同士の意見交換を活発に行える場を提供できるよう改善を図った。

2-2-4 広報活動における車内動画広告の活用

耐震キャンペーンの広報活動に当たっては、これまでダイレクトメールやチラシの配布を主な宣伝方法として活用していた。しかし、先述のとおり広報活動に力を入れるべく、不特定多数の目に触れるような宣伝方法を模索した。今まで、新聞の折り込みチラシや、ラッピングバスといった宣伝方法を試行した経験を活かし、費用と宣伝効果を比較した結果、平成30年度より、都営地下鉄における車内動画を活用することとした（表3）。

今年度は、「東京における緊急輸送道路沿道建築物の耐震化を推進する条例」の7月に施行した内容を盛り込んだ動画を作成し、東京都の新たな取組について、JRや東京メトロにおいても動画を流し、広報範囲を広げてアピールした（図6）。

表3 広告媒体の比較

	新聞広告	ラッピングバス	車内液晶モニター
調査対象	一般紙 都内版（半5段）	都バス 一台	都営地下鉄 スポットCM（30秒）
広告料金/期間	7,812,200円/1日	1,000,000円/1年間	2,400,000円/4週間
利用者等	発行部数約100万部	1,457台（総車両数）のうち1台	1日平均163.9万人 （大江戸線91.4万人 新宿線72.5万人） 利用者限定だが、モニター設置車両全てに掲出
費用対効果	△	○	◎



図6 車内広告動画

3 東京都耐震ポータルサイトの運営

3-1 耐震ポータルサイトとは

「東京都耐震改修促進計画（平成28年3月）」において、耐震化を促進するための環境整備として情報提供の充実を図ることとしている。パンフレットや講習会、キャンペーン等による普及啓発に加え、より一層の情報提供の充実を図るために平成21年度に耐震診断や耐震改修に係る情報を一元的に提供できる耐震ポータルサイトの運用を開始した。



図7 リニューアル前トップ画面

3-2 リニューアル

耐震ポータルサイトは当課で簡単に更新ができるため、これまで新しい情報を数多く発信してきた。しかし、情報量が増加したことにより、当サイトも年々複雑化してきたため、利用者が必要な情報がどこにあるのかわかりにくい状況にあった（図7）。そこで、情報を整理するとともに、より親しみやすいデザインとし、都民の方々が求める情報が一見して伝わるホームページとするため、平成30年度にリニューアルを行った。



図8 リニューアル後トップ画面

3-2-1 階層構造の整理

リニューアルにあたっては、元々9項目あったコンテンツを5項目に統合整理し、カテゴリーを単純化した。「なぜ耐震化」、「進めよう耐震化」、「耐震化助成制度」、「東京都の取組」の4項目については、イラストを添えてクリックしやすいアイコンとし、一見して情報を選ぶことができるよう配慮した(図8)。また、パンフレットや普及啓発のための動画は情報がまとまっており、問合せが多い事柄について分かりやすく解説されているため、トップページに配置した(図9)。



図9 トップ画面下部

3-2-2 区市町村の助成制度の窓口の表示

耐震化を進めるためには、都民の方々に助成金を活用してもらうことも重要である。東京都からの助成は地元区市町村を通じた間接的な補助になっており、具体的な助成制度の内容は区市町村によって異なる。助成制度の詳しい内容を知りたいという問合せも多いため、耐震ポータルサイトに各区市町村の助成内容について、まとめた一覧表を作成した。助成のメニューごとに各区市町村のホームページを案内するための一覧表を表示し、各助成金のページにリンクできるようにした。(図10)



図10 区市町村助成一覧

3-2-3 ウェブアクセシビリティの向上

誰もが使いやすいホームページとするため、「東京都公式ホームページガイドライン」や「東京都公式ホームページ作成に関する統一基準」等に準拠し、スマートフォン、タブレット端末からでも、最適化されたホームページが閲覧できるよう改善した。

4 総合防災訓練等への参加

普及啓発活動の一環として、関連機関等と連携し、他部署が主催する東京都総合防災訓練や防災フェスタ等に展示ブースを出展している。耐震化について知識のない方にも関心をもってもらえるよう毎年試行錯誤をしており、今年度の防災訓練では「紙ぶるる」を用いた工作コーナーを設け、直感的に耐震補強の効果について学べるように創意工夫を行った（図 11）。

※紙ぶるる…組み立てた建物の模型を揺らし、耐震補強の効果を実感できるペーパークラフト教材



図 11 総合防災訓練での取組

5 終わりに

災害に強い都市づくりは喫緊の課題であり、今後更に耐震化の活動を効果的なものにしていくことが重要である。

その中で、普及啓発の活動は、建築物の所有者の主体的な耐震化を促進する重要な取組みである。しかし、助成やアドバイザー派遣などと異なり、どの程度耐震化に結び付いたのかなど、施策の効果を客観的に把握することは難しい、そのため、取組の効果をより質の高いものとしていくためには、前例を踏襲するだけでなく、アンケートや参加者の生の声などを通じて都民の声を反映することで、常に現在の取組を点検し、改善する PDCA の視点がより重要となる。

今後も普及啓発活動の各取組についてチェックとアクションを充実させ、建物所有者が安心して主体的に耐震診断や耐震改修等に取り組むための環境を整備することで、耐震化を更に促進し、地震に負けない東京の実現を目指していく。

