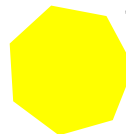
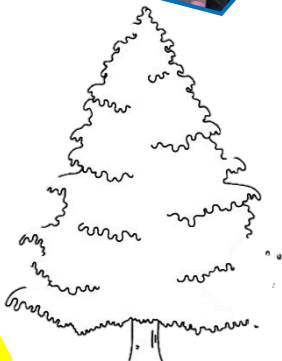
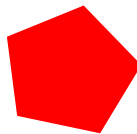
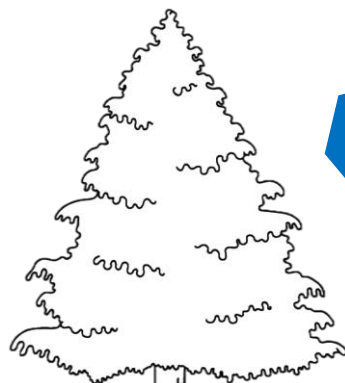


# ぼうさいの森

～「自助」「共助」「公助」の連携～



新潟県立新発田商業高等学校

発表者

澁谷 光歩  
田中 杏奈  
桐澤 暖  
遠藤 彩花  
鈴木 愛弓歩

宮村 綾  
近 杏南  
石川 唯  
堀 心葉  
相馬 凜音

指導者

川上 顕宏      蟻塚 幸子



令和7年度 第33回全国高等学校生徒商業研究発表大会

11月11日(火)、12(水) 於 東京都江戸川総合文化センター

# 目 次

第 1 章	現状分析	・ ・ ・ ・ ・	P1
	1	はじめに	
	2	地方創生 2.0 における地域防災の牽引	
	3	新発田市の防災における現状と課題	
第 2 章	新発田の防災を創造	・ ・ ・ ・ ・	P5
	1	CSR「企業の社会的責任」とは？	
	2	テーマ設定に向けて	
	3	自衛隊とのディスカッション	
	4	イベント会場を架空の避難所として	
	5	アマチュア無線の社会貢献	
第 3 章	仮説	・ ・ ・ ・ ・	P12
	1	仮説の設定	
	2	企画・実施の手順	
第 4 章	イベント企画	・ ・ ・ ・ ・	P13
	1	テストマーケティング	
	2	マーケティング・ミックス（4 P）	
	3	プロモーション	
第 5 章	実施に向け、待望の実施	・ ・ ・ ・ ・	P15
	1	防災イベント告知と募集開始	
	2	イベントを支える 3 つのイベント	
	3	田辺美月さんとの出会い。イベントの直前まで。	
	4	待望のイベント実施	
	5	研究成果が生んだ新たな活動	
第 6 章	研究の検証	・ ・ ・ ・ ・	P20
	1	分析・検証（その 1）	
	2	分析・検証（その 2）	
	3	課題と今後の展望	
	おしまいに	・ ・ ・ ・ ・	P22

## <資料>

◇参考文献 「マーケティング」「商品開発と流通」（実教出版）

『防災の超基本』（朝日新聞出版、永田宏和著、2024.12.30）他

◇参考URL 『あそび防災プロジェクト』2025.8.30 現在 他 <https://asobi-bosai.com/>

◇協力企業・団体 新発田市（地域安全課消防防災係、農林水産課）、自衛隊新発田地域事務所、米倉有機の里交流センター、リリマリプロダクション、喜十郎ベーカリー、かつや、どりーむ、庭山綜合食品、FMしばた、下町商店街、新潟日報社、NEOHATT、ぼうさいの森参加者の皆さん

# 第1章 現状分析

## 1 はじめに

私たちはこれまで地域活性化を目的に「ふくら」の活動に加え、その売上を元手に、手作りのイベントの企画・運営も行ってきました。令和元年のポールウォーキングツアーから始まり、昨年のキックボードツアーへと続いています。今年は「ふくら」4周年、営業通算100回を節目に、CSRを追及し、さらに地域社会に貢献できるイベントを提案します。ある日、いつも学校にある「避難所」の看板に目が留まりました。何かあったらここに多くの人が集まることを、何気に想像しました。



【校門脇の看板】

昨今、各地で様々な自然災害が発生しています。昨年の能登半島地震発生時、新潟県内も新潟市を中心に建物等の被害がありました。その数15,185件、重軽傷者は22名。一方、新発田市の被害は28件と少なく、けが人もいませんでした。最近、大きな自然災害が無いイメージの新発田市ですが、江戸時代は城下の火災や川の決壊などが続くなど、過去には様々な災害を経験しています。その後も、昭和39年の「新潟地震」からはじまり、平成7年の「新潟県北部地震」に至るまで、多くの被害に見舞われました。

令和6年能登半島地震による被害状況(令和6年3月18日 新潟県災害対策本部)

	計	死者	行方不明者	重傷者	軽症者	計	全壊	半壊	一部破損
県全体	49	0	0	5	44	20,674	102	2,818	17,740

※注:●は災害救助法適用市町(14市町) ※30市町の上位11目までと新発田市を抜粋。

市町村別	計	死者	行方不明者	重傷者	軽症者	計	全壊	半壊	一部破損
1 新潟市	22			1	21	15,185	93	2,720	12,372
2 上越市	6			1	5	1,206	2	40	1,150
3 柏崎市	3				3	719	3	16	700
4 燕市	0					638	2		636
5 糸魚川市	4				4	597	5		592
6 長岡市	5			1	4	595		5	590
7 五泉市	1				1	436			436
8 三条市	3				3	410		4	406
9 佐渡市	なし					290	4	25	261
10 見附市	2				2	251			251
11 阿賀野市	なし					120			120
16 新発田市	なし					28			28

【県内被害状況(第56報)県防災局危機対策課より】

この先も何が起こるか、わかりません。今年Xで話題になった“災害が起こるかも？”のブームも身近な人たちとの防災を語るきっかけになり、地域コミュニティで防災意識を広めたいと考えました。

3つの連携が円滑なほど  
災害の被害は軽減できます

自助 共助 公助

【防災の3要素】

そこで今年は私たちが考える地域社会へのCSRの実現を目指し「地域防災」をテーマとしたイベントの企画・運営に挑戦します。自分と家族を守る「自助」、地域で助け合う「共助」、行政などの支援による「公助」。これら防災の3つの要素を取り入れ、「楽しい」と「学び」をキーワードに「防災ビジネス」を進めていきます。他県でも防災イベントの先行事例は多く見られますが、学びが深く、娯楽要素の高い方向の「市民・学校・行政」連携の「体験型防災イベント」を構築したいと考えています。

## 2 地方創生2.0における地域防災の牽引

2014年に地方創生の取組が本格的に始まって以来、全国で地域の活性化につながる好事例が多く生まれる一方、東京圏への一極集中や地方の人口減少などの課題は未だ残されています。こうした中、令和7年6月に今後10年間を見据えた「地方創生2.0」が閣議決定されました。「地方創生2.0」は、単なる地域活性化策ではなく、我が国の活力を取り戻す経済政策であり、多様な幸せを実現するための社会政策であり、地域が持つ本来の価値や楽しさを再発見する営みと政府は公表しています。その目指す姿を、「強

く」、「豊か」で「新しい・楽しい」地方の実現に向けた取り組みと位置付けています。

2025 年 2 月 5 日の内閣府は地方への交付金の倍増を発表しました。主な項目は 3 つ。

- ① 地方創生の新展開等（978.5 億円増）2,000 億円
- ② 防災・減災など国民の安全な生活基盤の整備（71.4 億円増）146 億円
- ③ 宇宙・海洋のフロンティアの開拓（6.9 億円増）169 億円

## 地方創生 2.0



【令和 7 年「地方創生 2.0 政策の 5 本柱」内閣官房より】

特に、上記②は、“**地方創生 5 つの柱**”のひとつ「**くらしの安心**」に沿った政策として **2026 年度の「防災庁」の設置**を目指しています。災害対応力の強化、事前防災の徹底に向けて内閣府防災担当の機能を予算・人員の両面で大幅に拡充します。

一方、新潟県防災局の「令和 7 年度当初予算主要事業概要」（令和 7 年 3 月 21 日）では「**安全に安心して暮らせる新潟**」スローガンに、主な重点項目は 4 つ。（カッコ内は予算）

- ① 激甚化・頻発化する自然災害から県民の命と暮らしを守る防災・減災対策の推進  
(330 万円、※「新潟県防災ナビ」発信等)
- ② 防災・危機管理体制の強化＝デジタル技術を活用した迅速・的確な避難者支援  
(8 億 1 千万円)
- ③ 地域防災力の充実強化＝地域における防災活動の取組支援や県民の防災意識の向上  
(1 億 5 百万円)
- ④ 原子力防災対策の推進＝柏崎刈羽原子力発電所の安全対策と原子力防災の充実  
(20 億 4 千万円)

新潟県は令和 6 年能登半島地震の課題等を踏まえ、地域における、津波避難体制構築、個別避難計画作成、孤立地域対策への支援の強化を目指した取り組みを行っています。同様に、新発田市もこの政府の防災・減災等の施策に沿って、行政も地域住民も新発田の防災意識を高めようと努力しています。

### 3 新発田市の防災における現状と課題

#### (1) 新発田の自然災害の歴史

新発田市歴史図書館の資料によると、新発田は過去には火災・水害・地震などの多くの自然災害が記録されています。

##### ① 火災と復興

新発田藩の記録によると、寛文 8（1668）年から弘化 2（1845）年までの間に城下で 20 回以上の火災が 3 代藩主溝口宣直の時代に記録されています。

その後も火災は幕末から明治時代以降もしばしば起こり、昭和 10 年 9 月 13 日に起きた「**新発田町大火**」は、上町付近から新発田高等女学校に至るまで、**一千戸余りの家屋が被災**しました。



【「昭和 10 年新発田大火災後の下町と中町の交差点付近」（新発田市歴史図書館蔵）】



## ②水害と復旧・防災

加治川は、江戸時代だけで **30 回も堤防が決壊**しました。新発田藩は水害の被害に苦しみ、元文 3 (1738) 年の 7 代藩主溝口直温の時代に被害状況を記した文書が残っています。



## ③地震と災害への備え

寛文 9 (1669) 年の**新発田地震**では、**新発田城の石垣が崩れ**、10 代藩主溝口直諒は安政 3 (1856) 年に『地震略記』を著しています。

## ④被災民の救済

安永 7 (1778) 年には、藩の郡奉行が作成した「社倉米掟」という災害時に藩の蔵に保管の米を低利で領民に貸し付け、**公の備蓄を用いた救済制度**がありました。

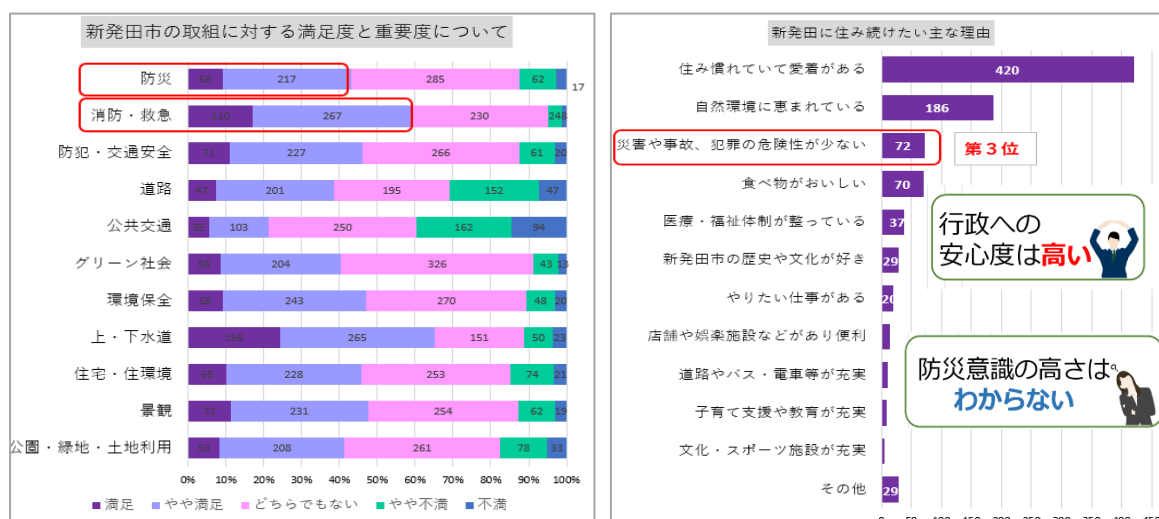
## ⑤戦後の新発田市付近災害（国土交通省 北陸地方整備局飯豊山系砂防事務所より）

1964 年（昭和 39 年） 「新潟地震」6 月 16 日	新潟県下越沖を震源とするマグニチュード 7.5、最大震度 5 の地震が発生。関東大震災（1923 年）の 7.9 に次ぐ規模。山形、宮城、福島県で震度 5 を記録。新潟市では液状化現象や製油所の火災が発生。死者が 13 人、負傷者が 315 人。	
1966 年（昭和 41 年） 「下越水害」7.17 水害	新潟県北部に集中豪雨。関川地方では 490mm の降雨を記録。例を見ない大洪水が発生。黒川村胎内地区で土石流発生。	
1967 年（昭和 42 年） 「羽越水害」8.28 水害	羽越水害。小国地方で 600mm の降雨。荒川、胎内川、加治川流域で大規模な山崩れが随所に発生。土石流が下流に流出。管内市町村で死者行方不明者 64 人。	
1995 年（平成 7 年） 「新潟県北部地震」 4 月 1 日	新潟県笹神村（現・阿賀野市の一部）を震源にしたマグニチュード 5.6 の地震。死者はゼロで負傷者は 82 名。地震前後に月岡温泉で地下水・温泉の異常が報告されている。	

## ⑥歴史が災害対策のヒントに

歴史上、必要なのは復旧と防災にかかる工事・工法の開発と災害に**強いまちづくり**です。  
**住民同士の連携や助け合いと日常の備え**、災害の記録を正しく伝え、**共助の精神を伝える防災教育**、医療従事者の志の高さを現在の私たちに歴史は教えています。

## （２）新発田市民の防災意識を検証

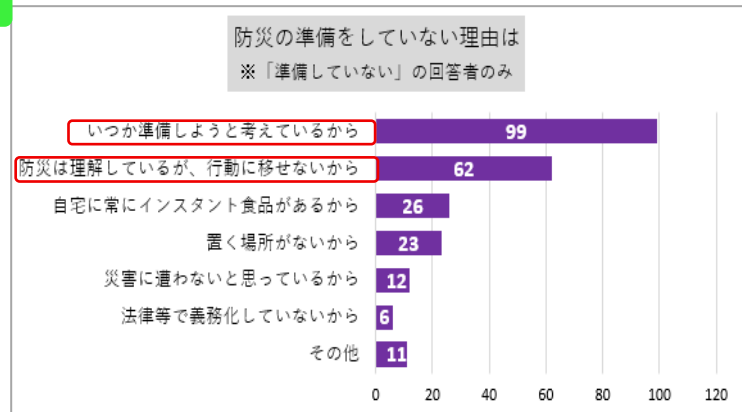
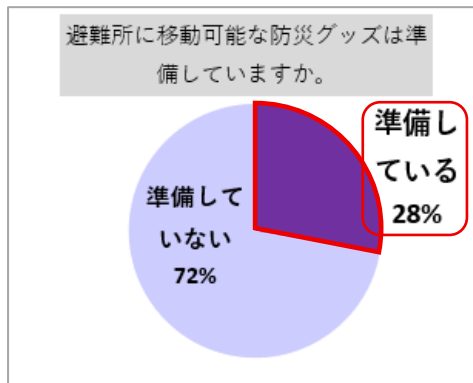


【令和 5 年新発田のまちづくり市民アンケート調査】n=683

新発田市のアンケート調査では、「防災」について「満足」と「やや満足」を合わせて 275 人で、「消防・救急」も 377 人といずれも半数を超えています。防災対策には多くの新発田市民が満足しています。

また、新発田に住み続けたい理由では、「災害や事故、犯罪の危険性が少ない」が 3 番目と行政への安心度は高いですが、防災意識の高さはわかりません。

### 一方で、高校生の防災意識は…



【全校アンケート調査（新発田商業高校商業クラブ調べ）】n=329

また、私たちの高校の全校調査においても避難所へ移動可能な防災グッズの準備をしているが 28%と少なく、準備しない主な理由が「いつか準備しようと考えている」「防災は理解しているが、行動に移せない」などでした。まずは「備えあれば憂いなし」。行動を起こすきっかけとして防災イベントが有効と考えます。

### （3）行政から観た新発田市の防災に対する課題

自助

早速、新発田市地域安全課から防災について伺いました。新発田市の防災に対する課題としてご指摘いただいた点は3つ。

- ①市民の災害への備えと危機意識が低いこと
- ②建築物、道路などの老朽化が進んでいること
- ③少子高齢化、人口減少による地域コミュニティの弱体化



【新発田市地域安全課の助言】

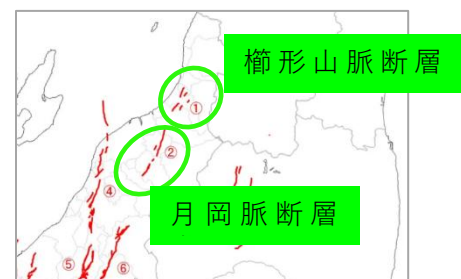
などが、自治体の災害時対応力や避難行動要支援者を支える体制に負の影響を及ぼしています。このことから、私たちは①の「市民の災害への危機意識の低い」と、③の「地域コミュニティの弱体化」の2つの課題に着目しました。

地域安全課のご指導で避難所とハザードマップの検証と学校周辺の実地調査を行いました。

学校付近は、豪雨時時間雨量 70mm の場合、大人の腰の高さまで水が上がります。また、月岡を震源とする震度 7 の地震の場合※注 1)、学校付近は 6 強、全壊家屋は 1 万を超え、死者は 100 人を超えます。なお、全国には主要な活断



【新発田本庁地域ハザードマップより作成】



【地震調査研究推進本部 HP より作成】

層※注2)が 901 カ所あり、橢円山脈断層帯も近くにあります。

一方で津波予想は難しく、海岸部は 5 分で 1 階が冠水。海岸から 4 キロ付近も 1 時間で 1 階が冠水します。昨年、「新発田市 地図情報サービス」がリニューアルされ、スマホでもリアルタイムで利用できます。「新潟県防災ナビ」と併用して利用可能です。

※注1) 新発田市の「地震」のハザードマップで橢円山地を震源とするものは省略した。

※注2) 「活断層」とは、「断層」のうち、最近の地質時代に繰り返し活動し、将来も活動すると推定される断層。



【屋外での実地調査】

#### (4) 新発田市からの備蓄品の提供

新発田市で災害が発生した際、市役所には中心市街地に住む本庁地区(高校周辺地区)の住民が避難してきます。避難所となる新発田ヨリネス(新発田市役所)では 1 日~3 日過ごせる分の食料を備蓄しています。



【アルファ米(右)とミネラルウォーター】



今年は 5 年に 1 度の備蓄品の放出の年。私たちの活動にご賛同いただき、水でも炊ける「アルファ米」と「ミネラルウォーター」100 個をイベント用に無償提供していただきました。体験用の段ボールベッドと簡易トイレも 3 セットずつお借りすることができました。家庭でのレトルト食品やインスタント食品、缶詰など、常に絶やさず買い置きしておき、常に消費期限をチェックし、古いものから食べる「ローリングストック」を推奨していました。消費期限が過ぎて捨ててしまわないよう、SDG s の観点からも私たちも家でも実践しようと思いました。

地域安全課の指導と助言を念頭に置いて、防災イベントを計画することにしました。

## 第 2 章 新発田の防災を創造

### 1 CSR「企業の社会的責任」とは？

私たちはこの 4 年間、商店街の固定店「ふくら」の売上を元手に、独自にイベントも企画・運営し、地域に還元してきました。令和元年の健康・観光ポールウォーキングツアーから始まり、ミニ縁日、石川小路マルシェ、昨年のキックボードツアーへと続いています。今年も地域社会に貢献できるイベントを考えていたところ、「**CSR**」という用語が浮かびました。「マーケティング」の授業で出てくる「**CSR**」とは直接、私たちの取り組みと関連があるのかを辞書で調べてみました。

“「**CSR**」の定義《corporate social responsibility》: 収益を上げ配当を維持し、法令を遵守するだけでなく、人権に配慮した適正な雇用・労働条件、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献を行うなど、企業が市民として果たすべき責任をいう。企業の社会的責任。 引用:『デジタル大辞泉』(小学館)”

一言でまとめると・・・

「**CSR**」は、企業が社会や環境に配慮しながら事業活動を行うことを求める概念

一般的な **CSR** のメリットとして・・・

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| ①企業イメージの向上       | ②従業員の帰属意識の向上    |
| ③取引先や株主との良好な関係構築 | ④安定的な材料調達やコスト削減 |

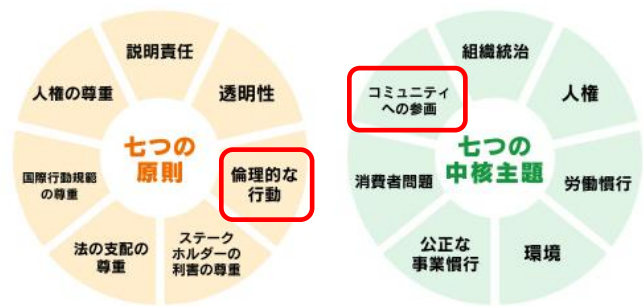


があり、**企業は持続可能な成長を図ることができる**といわれています。

このことから、今後も「ふくら」と独自のイベントを両輪で持続する上で、それらで得た利益を地域に有意義に還元するため、“**高校生の考える CSR「企業の社会的責任」**”は最も有効な戦略と考えます。

今回の私たちが取り組もうと考えている“**地域防災イベント**”は CSR に関する国際規格“**ISO26000**”で示されている2つの枠組みにおいて、社会的責任の「内

容」の中心となる原則と主題を掲げています。“七つの原則”では「**倫理的行動**」、 “七つの中核主題”では「**コミュニティへの参画**」が私達の社会的責任を実現するための項目です。



【朝日新聞 SDGs ACTION! より】

## 2 テーマ設定に向けて

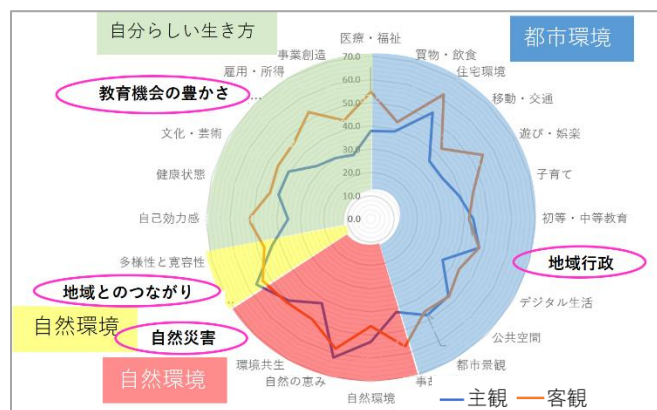
### (1) まちの特徴を俯瞰で捉える

これまでの現状分析をもとに、デジタル庁の Well-Being 指標を用いることで、防災の目的や取組について、市民や事業者など様々な関係者が、その共通目標に向けて協力することが可能になります。防災に関連する4項目についてイベント会場で催される各ブースの内容を検討する際の重要なキーワードになりました。

### (2) クロスSWOT分析

最初に、SWOT分析から新発田市の地域防災について、外部環境、内部環境の順で分析し、4つの要素を特定し、その後、クロスSWOT分析でSO、ST、WO、WTに代表される**4つの戦略**を導き出しました。

### 新発田市民の幸福度

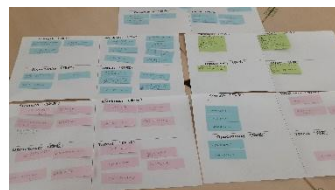


【2025Well-Being 検索後、商業クラブが作成】

クロスSWOT分析		内部環境	
外部環境	Opportunity (機会)	Strength (強み)	Weakness (弱み)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>指定避難場所が多く点在</li> <li>新発田市には自衛隊がある</li> <li>地域の定例のサイレン</li> <li>ぼうさいこくたい2025新潟開催</li> <li>避難所が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>避難所の耐震性が安心</li> <li>家から避難所が近い</li> <li>対処法をハザードマップで把握</li> <li>各避難所の機能が充実</li> <li>情報を早く収集できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>避難所が遠い</li> <li>プライバシーが確保しづらい</li> <li>調理場に火災報知器がない</li> <li>防災グッズを準備していない</li> <li>避難時の窓の取り扱い</li> </ul>
	Threat (脅威)	強み×機会=SO戦略	弱み×機会=WO戦略
	<ul style="list-style-type: none"> <li>避難場所がわからない</li> <li>氾濫区域に入っている</li> <li>海・川・用水路が大雨時危険</li> <li>海拔が低い土地が多い</li> <li>建物の老朽化・耐震構造</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域防災イベントの実施</li> <li>市役所・自衛隊との連携</li> <li>緊急対応と情報収集・発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>すぐ逃げ持ち出せる準備</li> <li>渋滞のない移動手段</li> <li>水や食料の最低限の確保</li> </ul>
		強み×脅威=ST戦略	弱み×脅威=WT戦略
		<ul style="list-style-type: none"> <li>ハザードマップの普及・利用</li> <li>避難所と避難ルートの確認</li> <li>スマホ以外の通信手段</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>避難所での過ごし方</li> <li>休息場所とプライバシー</li> <li>被災時の身の守り方</li> </ul>



【クロスSWOT分析 作業】



### (3) STP分析

続いて、セグメンテーションとターゲットを決定し、先行事例を配置したポジショニングマップを作成しました。**学びが深く、娯楽要素の高い**方向の「**市民・学校・行政**」連携



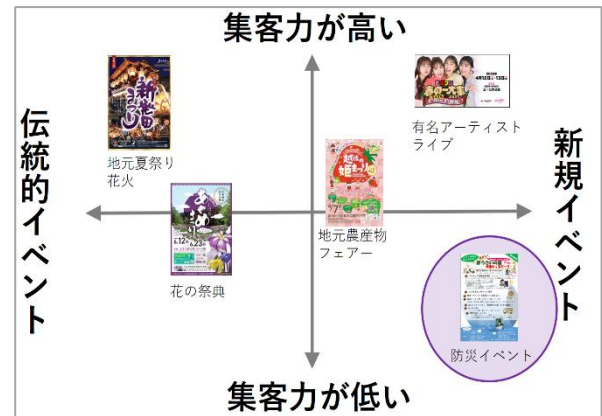
の「**体験型防災イベント**」を構築します。

## ポジショニングマップ

※注:)○で囲んであるものが私たち企画の防災イベントの位置付け



【図1:既存の防災イベントとの比較】



【図2:新発田のイベントとの比較】

これまでの分析をもとに、私たちの考える“**体験型防災イベントによる防災意識を高める効果**”の方向性を整理し、ブレインストーミングをしたのち、先のクロスSWOT分析の結果などから、「強み」と「機会」を最大限に活かした企画書の素案を作成。

イベント会場を架空の“避難所”と想定し、そこでの過ごし方も体験から楽しんで学べる企画を各ブース毎の催事内容として考えました。新発田の地域防災を考える上で、従来の避難訓練をイベントに変え「やらされる感」から、「やりがい」に変えることに意識を集中し、子どもから大人まで、**幅広い世代が自由に参加可能な、防災イベント**が完成。

- イベント名 「集まれ！ぼうさいの森 2025 米倉キッズパーク」
- コンセプト 「マルシェで防災を楽しく学ぼう！」
- キーワード “楽しい”と“学び”

自分と家族を守る「**自助**」、地域で助け合う「**共助**」、行政などの支援による「**公助**」。これら防災の3つの要素を取り入れ、「**防災ビジネス**」を進めていきます。

研究テーマ 「ぼうさいの森」  
～「自助」「共助」「公助」の連携～

としました。

## 3 自衛隊とのディスカッション

### (1) 救助活動の経験から

自衛隊新発田地域事務所に、私たちの防災イベント企画を事前にお伝えし、協力を依頼しました。ご快諾いただき、自衛隊の植根所長さんと渡邊さんから地域防災について様々なお話とイベント企画に対する率直なご意見を伺いました。まず、最初に渡邊さんから、防災で最も大切なことは“**災害を自分ごととする意識づけ**”であることを学びました。ニュースなどで見ている“**自然災害は自分のまちには来ない**”という**過信が危ない**”と感じました。実際に救助活度をした隊員の方の話では、災害後に避難所でよく聞かれる言葉として、次の3つを説明していただきました。

**公助**



【自衛隊 渡邊さんとの打合せ】

- ①「まさかここでこんな災害がおこるとは思わなかった」
- ②「これまでにない事が起こっているが、今まで大丈夫だったので今回も大丈夫だ」
- ③「いつもと違うが、大丈夫だよ」

多くのケースでは、元々は災害の危険性がある地域で暮らしており、その伝承が途絶えている可能性が考えられます。また、最近の気候変動等により災害の規模も形も大きく変容しています。心理的な要素では、生きている間に経験する可能性が少ないと思っている人や同じ場所で数百年の1回の出来事で隣町では起こっていたが他人事として捉えている人なども見られます。災害時に正常性バイアス（正常化の偏見）の過剰反応が起こり、**災害自体を、人は基本的に忘れたいと思う心理が働く**といわれています。防災イベントでは**自衛隊の特別ブース**として、“**県内災害のパネル展示**”のブースを計画しました。



【植根所長さん】

## （２）避難所の食を考える

自衛隊の植根所長さんからは、避難所では精神的な不安を取り除くために**“食”が重要**であるとして指摘いただきました。何か**避難所で食べるものを商品開発**することにしました。この時点で、“**自衛隊のカレー**”とお子様が美味しく食べることのできる**“果汁100%ゼリー”**が商品開発の候補に挙がっていました。

### 【隠し味】＜カレー＞

おろしにんにく  
コーヒー牛乳  
プレーンヨーグルト  
バター  
はちみつ  
おろし生しょうが



【カレーを作る炊事車】

## （３）自衛隊との共同開発商品誕生

6月の陸上自衛隊新発田駐屯地で毎年1回行われる「**連隊炊事競技会**」に審査員として参加してきました。5つの中隊（6人で1チーム）で駐屯地内にてテントを張り、“**炊事車**”という**有事の際に食事を作るための牽引車**で、**一斉に料理を作り、1位を競い合う行事**です。例年、カレーを作って、自衛隊員、見学の一般市民が試食し、“見た目”“味”“塩味”など数項目でジャッジします。今年のメニューは「**夏野菜カツカレーとポテトサラダ**」、**今年の1位は重迫中隊のカレー**でした。



【審査会場】



【1位のポークカレー】



【北井さんとの商談】



【自衛隊車両と植根所長】

はじめは、イベント会場に避難所の炊き出しとして、このカレーを来場者に炊事車で提供してもらう予定でしたが、牽引車・炊事車両ともに重く農道等の走行で、路面を破壊する恐れがあることから、**会場ではケータリングサービスのみの提供**とし、**1位のカレーレシピを特別にいただき、地元弁当店**



【試作品試食】



【金曜日のカレー】

「北弁」さんのご協力で商品化することが決まりました。名付けて「**金曜日のカレー**」。夏にぴったりな中辛のポークカレーに仕上がりました。防災イベント当日に限定 50 個を販売します。価格をワンコイン **500 円** としました。

### 新発田駐屯地 30 連隊とのコラボ企画！



### 金曜日のカレー

【コンセプト】避難所に集まる幅広い世代の**笑顔こぼれるカレー**

【商品ラベル】

【商品仕様】自衛隊の**定番レシピに隠し味**を追加(おろしにんにく, コーヒー牛乳, プレーンヨーグルト, バター, はちみつ, おろし生しょうが)

### (4) 新発田市農林水産課とのコラボから生まれた非常食開発

今年 4 月に新発田市農林水産課が企画運営する新発田産越後姫(いちご)の P R イベント「いちご一会」と関連行事の加治川「**越後の姫桜まつり**」の出店用越後姫を使ったスイーツの商品開発依頼が商業クラブにありました。今年の 1 月から約 2 か月の期間をかけて商品を開発しました。ドリンク類は「**にこふるビーム**」さんとスイーツ系は「**かつや**」さんに依頼し、**タピオカドリンク「ひめタピ」「FUKURA 越後姫クラフトコーラ**、**シュークリームの「ももいろシュー**」が完成しました。ドリンク類は 4 月に新発田で行われた「**ももクロライブ**」でも販売しました。そこで、防災イベントでも継続販売を検討しましたが、**以下の 2 つ理由から、思わぬ新商品が開発されました。**

①越後姫の収穫が 6 月末で終了すること。 ②夏の屋外でのスイーツ販売は不向き

元々**越後姫は日持ちをしない**ほどデリケートなことで有名

※**長期保存するために熱処理**

「ひめタピ」「越後姫クラフトコーラ」の製造技術を活かして  
(**低温で加熱し、越後姫をペースト状にする技術**)



【にこふるビームさん商談】

**非常食のゼリーが完成！！**

### 越後姫ゼリーと 6 種の天然果汁 100%ゼリー



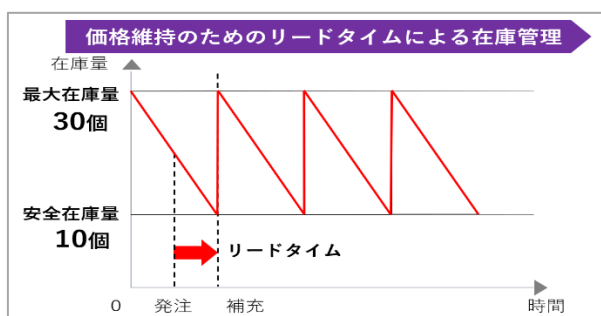
【コンセプト】避難所の**お子様の食事用**と**熱中症対策**

【商品仕様】天然果汁 100%。加熱後真空パック。  
半年近く日持ちします。

【左からパイナップル、ぶどう、越後姫、グレープフルーツ、りんご、カルピス。下は商品ラベル】



ゼリーは栄養価も高く非常食として有効です。日持ちしない果物の特性やその時の仕入価格を検討し、最も有利な**経済発注量**で発注。**リードタイムを考慮し、在庫管理**を行うことで、比較的高価な新発田産越後姫などの商品価格の維持を図りました。







での体験ブースに活用できると考えました。

### (3) 遊びと学びの防災イベントを目指して

再度、新発田市地域安全課から防災イベントについて伺いました。先にご指摘のあった3つの課題（①危機意識が低い②建物等の老朽化③地域コミュニティの弱体化）を新たな視点に変え、実現可能な来場者が期待する防災イベントの企画について、ブレインストーミングを行いました。

従来の防災イベント	最近の防災イベント
市役所職員や警察、消防等が、学校や民間企業等で、 <b>防災講演会</b> などにより、過去の災害をもとに防災の必要性を説明する。消防や自衛隊車両など、災害緊急車両の展示	防災訓練や親子防災教室、防災フェア、クイズ形式の催事、防災運動会、キャンプと多岐にわたり、老若男女多くの人に向けた、 <b>防災意識の啓蒙や知識の普及</b> に最適

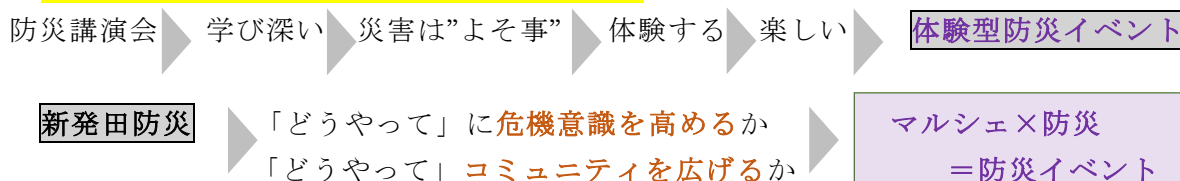
上記“最近の防災イベント”に見られるように、**レジャー感覚で気軽に参加**してもらい防災について考えるきっかけとなるよう、お祭りの出し物やショッピングセンターの集客施策と連動させるなど、人が集まり、かつ防災について考えるきっかけとなるような**学びのあるコンテンツ**を用意することも重要だとのことご指摘もいただきました。



【地域安全課とのディスカッション】

日常とは異なる**体験**のもと、人々の**防災意識を高めよう**と考えています。従来とは違った新たな取り組みによる**防災への取り組み**が、**地域おこしのアプローチ**につながり、**成功をおさめている自治体**もあります。

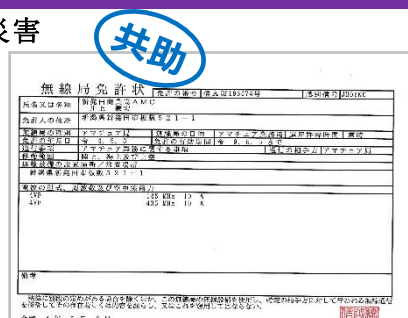
#### 従来の防災イベントからアイデアを連想



## 5 アマチュア無線の社会貢献

### (1) 免許取得のきっかけは災害

1926年にアマチュア無線が始まったとされており、2027年には日本のアマチュア無線100周年という節目を迎えます。「CQ, CQ, CQ こちらは JH0YKE 新発田商高 AMC です。」昭和50年代



【復活した社団局免許状】



【復活したコールサイン】

まではアマチュア無線は若者の間で普及していました。当時、全国の高校では、アマチュア無線部が存在していました。しかし、携帯電話などの普及により、平成を境に利用者は激減しました。私たちの学校にもアマチュア無線部が平成元年頃までありました。30年前に存在していた**学校の休眠状態の無線局を総務省に申請し、当時と同じ無線局名（コールサイン）を復活させ校内で運用**できるよう整備しました。

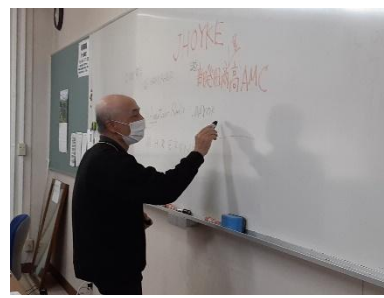
同時に、今春に商業クラブのメンバー2人が“アマチュア無線4級（旧電話級）免許”を取得。免許取得のきっかけは令和6年の能登半島地震でした。

## （2）非常無線と体験運用

総務省では若者のアマチュア無線の普及を目的に、**体験運用を推奨**しています。災害時のスマホが使えない環境



【4級合格しました】



【新発田市クラブ佐藤会長さん】

でも非常無線として避難所で多く使われています。令和4年の電波法改正（総務省告示第331号）により有資格者がその場にいれば、お子様でも発信できます。しばたクラブさんに運用ルールをご指導いただき、**小中学生をターゲットとした体験ブースを計画**しました。

# 第3章 仮説

## 1 仮説の設定

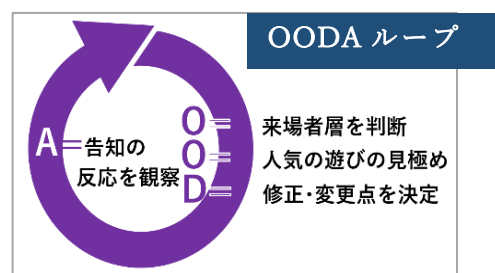
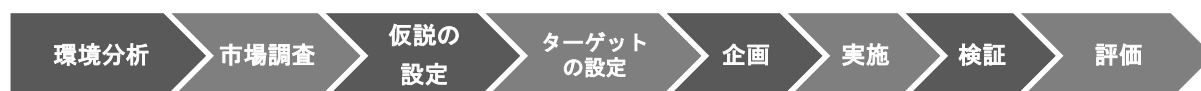
これまでの環境分析やクロスSWOT分析などを踏まえ、仮説およびその理由を以下の通り設定し、研究を進めることにしました。

仮説	防災イベントの実践により、防災意識が高まり、地域コミュニティが再び形成されるのではないか
設定理由	楽しく防災が学べる <b>体験型防災イベント</b> を企画・運営する。市民・学校・行政などが直接に係る「自助」「共助」「公助」の連携により、 <u>災害の備えと危機意識が身近なものとなり</u> 、子供から大人までの <b>幅広い世代の交流</b> も同時に得られるから。

新発田商業高校商業クラブと地域防災の重要要素の「自助」「共助」「公助」の担い手である新発田市地域安全課、自衛隊の全面協力に加え、会場を提供の米倉有機の里交流センター、地域、新潟県が協力して“**新発田の新たな防災対策**”として、情報発信し、安心安全で強いまちづくりにも寄与する**体験型防災イベント**を目指し、企画を進めていきました。

## 2 企画・実施の手順

仮説検証のため、次のマーケティングの手順・手法によって活動を行うことにしました。



【ぼうさいの森プレイイベントのOODAサイクル】



今回の防災イベントの実施にあたり、大切なのは当初の計画からの変化への対応であると考えました。PDCA サイクルとは異なる、より戦略的な思考法、**Observe（観察）→Orient（状況判断）→Decide（意思決定）→Act（実行）**の **OODA ループ（ウーダーループ）**に基づき、イベントを考えていくことにしました。“観察”と“状況判断”を重視し、試験的に下町商店街で実施可能なブースのみ「ぼうさいの森」プレイベントを行うことにしました。

## 第4章 イベント企画

### 1 テストマーケティング

**テストマーケティング**は、新商品やサービスを市場に投入する前に、消費者の反応を確認するための重要な手法です。今回、防災イベントのテストマーケティングとして7月14日に実施予定「ぼうさいの森」の本格実施前に試験的に行うパイロット版の実施を決定。6月14日(土)に商店街石川小路にて、「**ふくらキッズパーク**」を実施しました。OODA ループ（ウーダーループ）でいう“観察”と“状況判断”に注力し、来場者のニーズに合ったブースを検討することになりました。当日は朝方から大雨でテント設営が遅れてしまいました。

事前に商店街にチラシを配り、PR活動も行いました。晴れ間をみて、近隣の子供連れのお客様や犬の散歩途中の方から、各ブースを楽しんでもらい



【射的ブース会場】



【キッズパーク看板】



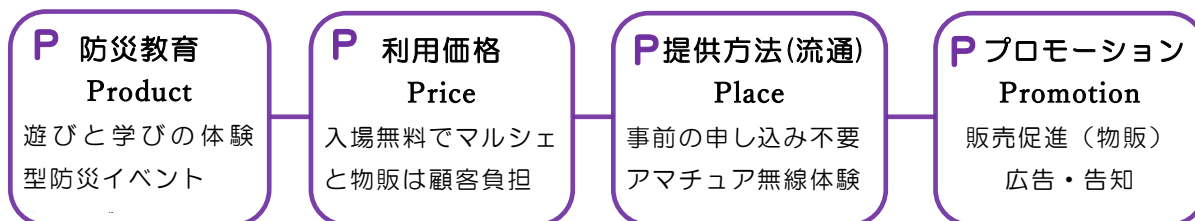
【テント組み立ての様子】

ました。雨が降っていたせいで、全部のブースの試験

的な実施はできませんでしたが、お客様の反応はとても良かったと感じています。

### 2 マーケティング・ミックス（4P）

今回の防災イベントについては、“**防災意識を高める**”効果的な実現に向けて、全体として相乗効果が発揮されるように、**マーケティング・ミックス**を活用し、“商品”ではなく、“防災教育”としての側面も併せ持った“サービス”を視点とした大まかな方向性について事前に考えていくことにしました。



私たちは、特にプロモーションに力を入れることにしました。

### (1) 利益計画と来場者予測

入場料無料につきイベントの売上を測定するものとしては、私たちがマルシェにて販売した商品の売上のみとなります。今回のイベントの運営費を当日の売上で賄うとしたら、一人当たりの売上がいくらになるかを検討してみました。価格設定はコストプラス法で検討しました。概算売上を5万円、客単価500円として、目標来場者数100名と試算しました。

小中学生をターゲットとしているため、物販での商品は低価格500円以内で販売しました。

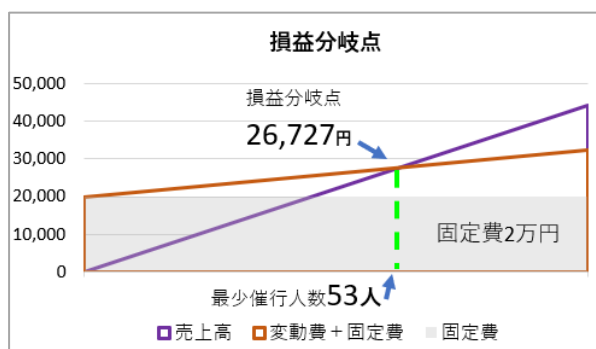
イベントの概算表から、EXCELのゴールシーク機能を使用し、損益分岐点売上高26,727円を算出しました。固定費はゲスト出演料等が発生したこと減額できず、変動費の各ブースの景品(お菓子類等)額を5,000円に減らし、シミュレーションを行いました。

最少催行人数は、損益分岐点売上高26,727円を売上想定額の1人当たりの単価490円で割って53.1人と算出し、最少催行人数を53人と決めました。

### 企画概算額

【入場者数 100名に設定】

項目	適用	単価	金額
売上	参加料		
	保険料(無料)		
	売上(物販等)		44,000
売上計		490	49,000
変動費	参加者景品(各ブース)		5,000
	レンタル(段ボールベッド)		0
	保険料(スタッフ)		3,000
	消耗品費		4,333
変動費計		123	12,333
固定費	会場使用料(減免)		0
	講師料(交通費含む)		20,000
固定費計		200	20,000
損益			16,667
限界利益			36,667
限界利益率			0.75
損益分岐点			26,727



## 3 プロモーション

防災イベントは製品のライフサイクルで言えば導入期、全国的に様々な形で行われているものの、その知名度も低く重要になるのはプロモーション活動次第です。よく聞く「マンネリ化している」「面白くない」「人が集まらない」といった悩み

【製品のライフサイクル『マーケティング』(実教出版)】

がネット上でいろんな自治体から発信されています。それを解消するには面白い要素を企画に盛り込むことも重要ですが、仮に今回のイベントが楽しむだけのものではなく、命を守る行動など災害時に必要な知識を学ぶものと仮定して、消費者側の心理的に自ら参加を促すロジックについても学習し、慎重にすすめることにしました。

### (1) チラシ・ポスターの作成

チラシやポスターの作成・印刷は、次の4点について気を付け、作成しました。

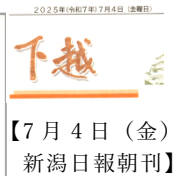
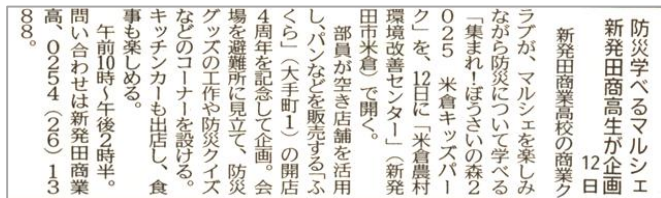
- ①フリー以外のネット上の写真を使わない
- ②関係のないフリー画像には“イメージです”という文言を入れる
- ③おおげさ、誇大な表現は使わない(特に災害時の危機感を強烈にあおる写真など)
- ④チラシの表面にメールアドレス明記。QRコード、FAX番号も印刷する



今回は「ぼうさいこくたい 2025in 新潟」のキャラクタ「Bちゃんの」ロゴも許諾を受け使用しました。今回は事前申し込みを募る形ではなく告知のみとなり、予想以上に注意することが多く、校長先生からチェックを受け、修正を加える作業がありました。

## (2) パブリシティ戦略

パブリシティ効果を狙い、各種メディアを通じ広範囲に知らせる作戦を試みました。新潟日報朝刊をはじめ、7月に



FMしばた「新発田市の防災を知ろう！」事前取材を受け、私たちのイベントの告知もしていただきました。イベントの当日は終日、FMしばたの密着取材「さあ BOSAI! 知るラジ」の収録で私たちの活動を新発田市内に発信することができました。放送日7月21日(月)祝日から24日(木)、16:50～17:00に放送されました



【FMしばたラジオ出演】

## (3) SNSを使ったプロモーション

プロモーションとして、かつやさんとコラボして防災イベント用に開発した「新発田産越後姫ゼリー」と「6種の天然果汁ゼリー」と今回のイベントの告知についてもSNSで発信しました。

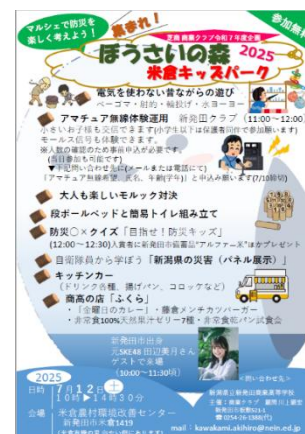


【ブログ(上)とインスタ(下)】

# 第5章 実施に向け、待望の実施

## 1 防災イベント告知と募集開始

6月10日(火)から告知を開始しました。アマチュア無線の体験運用のみ事前申し込みを募りました。申し込み受付はメールと学校の電話番号にしました。完成したチラシやポスターは新発田市内の全部の小学校・中学校に掲示を依頼。新発田市地域安全課、自衛隊新発田駐屯地にも告知の協力を依頼しました。募集と告知はインスタ、ブログに加え、商店街の協力でチラシを各店舗に配付し、地元の大学、短大に参加を呼びかけました。FMしばたにも出演し告知をしました。参加者の安全のため参加者の保険手続きも完了しました



【イベント告知宣伝用チラシ】

## 2 イベントを支える3つイベント

今回の防災イベントの資金調達手段として、昨年末から今年度始めまでに出店した地域が企画するイベント・キャンペーンは



【姫祭りブースにて】



【雑煮合戦物販販売】



【サマフェス販売所】



1月の第21回城下町しばた全国雑煮合戦と4月の加治川桜越後の姫祭りと7月のしばたサマーフェスティバル次の3つのイベントです。



防災イベントの会場費用、ゲストのギャラ等にあたる固定費は、これら3つのイベントの収益で賄いました。

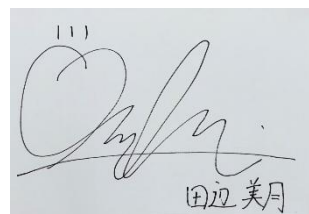
### 3 田辺美月さんとの出会い。イベント直前まで。

今回の防災イベントの特別ゲストとして、**新発田市出身、元 SKE48 田辺美月さん**にお越しいただきました。今回私たちの**防災イベントのゲスト**としての参加を依頼しましたところ、忙しいスケジュールの中、ご快諾いただきました。田辺さんとは**イベント事前まで**私たちと連絡を取り合い「**何か当日にリクエストがあれば、何でもやります。**」と言ってくださいました。当日は、**各ブースを体験**していただき、**SNSで私たちの活動を発信**していただきました。



新発田市出身

元 SKE48 田辺美月さん【LLP 宣材写真より】



直筆サインもいただきました

### 4 待望のイベント実施

準備が完了し、新発田商業高校商業クラブ主催の“防災イベント”「**集まれ！ぼうさいの森 2025 米倉キッズパーク**」が始まります。7月12日(土)10時から15時まで実施されます。当日は FM しばたさんから防災の番組で密着取材を受けました。とにかくスタートから暑い日で、温度計が34℃を超えていました。10時にオープン予定でしたが、出店スペースの準備が間に合わず、10分遅れのオープンとなってしまいました。

#### (1) 電気を使わない昔ながらの遊び

災害に停電が起こる確率は上がります。子供たちは避難所では不安が大きくなり、精神的に参ってしまいます。そこで、こどもたちの**避難所での暇つぶし**をイメージし、子供も大人も昔ながらの遊びで楽しいひと時を作ってもらいたいと考えました。

用意したのは**ベーゴマ・射的・輪投げ・水ヨーヨー**の4つです。**ベーゴマは事前に私たちも練習し回せるようになりました。**結局、子どもたちには簡単に回せないことから、人気がありませんでした。射的は普通の射的と自衛隊版の2種類を用意。お菓子の景品を取るためにみんな必死でした。自衛隊版は小銃の形で射撃訓練で使う形のもので、男子の生徒たちにはとても人気がありました。また、自衛隊版は射撃が得意の隊員さんが直接子供たちに打ち方を教えていました。輪投げは小さいお子様がお母さんと一



【FMしばたの取材】



【射的の様子】



【水ヨーヨーの様子】



【ベーゴマ練習中】

緒に遊んでいました。水ヨーヨーはこれまで私たちが商店街のイベントでやってきたものなので、準備良く子供たちに楽しんでもらうことができました。

## (2) アマチュア無線体験運用 JARL 新発田クラブ (11:00~12:00)

当日は JARL 新発田クラブの皆さんから来ていただき、体験運用の指導にあたってくださいました。希望者を予め募りましたが、小学生からの申し込みはありませんでした。事前申し込みには中学生、大学生がいました。いずれも 1 名ずつでした。当日の会場ではアマチュア無線の電波からのノイズ音が不快と感じる来場者への配慮から、会場建物から 20 メートル近く離れた大きい桜の木の下で運用を始めることになりました。やはり、キッチンカーの遠い向こう側でのブースなので、小学生はなかなか足を運んでくれませんでした。



【電鍵(縦振り)】

体験運用は体験者が新発田商業高校のコールサイン JH0YKE を使って発信してもらい、受け手は新発田クラブの皆さんのコールサインを使って交信してもらうシナリオでした。最初に中学生がマイクを取りましたが、話が途中で止まってしまい、交信不成立。次に大学生が試みますが、話す順番を間違えてしまい正確に発信し、相手に内容を伝えることができませんでした。それでも、偶然、親子で来ていた新発田クラブ会員さんの有資格者のお子様は流ちょうに交信していました。



【モールス受講中】

後半は利用者もいなくなったので、佐藤会長が私たちにモールス信号の打ち方などを教えていただき、体験しました。

これまでも県内で“五泉”“長岡”“上越”のクラブで体験運用を行ってきましたが、いずれも今回の私たちのように、なかなか体験運用はうまくいっていないようです。子供たちへのハードルを下げ、もっと簡単に楽しくやる方法を考えなければなりません。



【モルック対決の様子】

## (3) 大人も楽しいモルック対決

モルックはフィンランドの発祥のゲームです。投げる棒のことを“モルック”といいます。12 本の番号の書いてあるピンを“スキットル”といいます。投げる位置を示すものを“モルッカーリ”といいます。この 3 種類の木でつくられた道具を使いゲームを進めていきます。

### <ルール>

- ・ 2 チーム以上で対戦します。順番にモルックを投げます
- ・ 3~4 メートル離れたところから投げます
- ・ 倒した本数で点数が決まります (1 本の場合はその数字が得点)
- ・ スキットルは倒れた地点で再び立てます
- ・ 50 点を超えた場合は 25 点に戻ります
- ・ 3 回連続ミスすると 0 点になり、失格となります
- ・ 最終的に先に 50 点ぴったりになったら勝ちです





会場では、最初ルールが難しいとの声もありましたが、子どもたちからのリピーターも多く、一回はまると何回でもやりたくなるゲームです。実際に、ある避難所でペットボトルに数字を書いて子供たちが遊んでいたという話もあります。当日一番人気のあったブースでした。勝ったチームにはお菓子の景品をプレゼント。



【組み立て体験の様子】

#### （４）段ボールベッドと簡易トイレ組み立て

新発田市地域安全課のご指導により、事前に組み立て方法は教えていただいていたが、前日に米倉の会場に配送されたため、実際に組み立てるのは当日となりました。取説を見ながら、見本の段ボールベッドと段ボール簡易トイレを作りました。地域安全課の方がおっしゃるとおり、何も見なくてもだれでも組み立てができる構造になっていました。来場者からは、「はじめて組み立てたけど、とっても簡単」という声が多かったです。見本は1台、2台分は組み立て体験用としました。



【〇×クイズの様子】

#### （５）防災〇×クイズ「目指せ！防災キッズ」 (12:00～12:30)

自助・共助の知識を高めるため、防災に関する知識全般について私たちがオリジナルで問題を作成し、クイズ形式で会場を盛り上げました。防災士用の難問も用意しましたが、

会場のお客さんの多くが正解でした。入賞者にはお菓子の景品、参加者全員に新発田市から提供してもらった、備蓄品“アルファー米”と“ミネラルウォーター”をプレゼント。

#### （６）自衛隊員から学ぼう「新潟県の災害（パネル展示）」

2004（平成16）年10月23日午後5時56分、新潟県中越地方を震源として最大震度7を観測した。川口町の震度7のほか、小千谷市、山古志村（現長岡市）、小国町（同左）で震度6強と中越地方の中山間地域で強い揺れが起こり、被害は甚大なものとなった。本県で発生した地震としては1964（昭和39）年の新潟地震



【2004 新潟県中越地震のパネル】

以来の規模で、長野、群馬、福島県などで震度5弱を記録。長岡市内を走行中だった上越新幹線の車両が脱線し、約1か月運航がストップ。その間、新潟空港から羽田空港までの旅客機による代替運航が行われた。自衛隊の渡邊さんのお話から、当時の厳しい状況が伝わってきました。展示場所が段ボールベッド組み立て体験ブースの前ということもあり、渡邊さんに質問をするなど、真剣にパネルを観る来場者が多かったです。

#### （７）キッチンカー

当日取り扱う商品は、ドリンク各種、かき氷揚げパン、おからコロッケなどでした。特に暑い日だったので、揚げ物はほぼ全滅。対して、ドリンク類は飛ぶように売れ、平日の固定店での営業の約10



【キッチンカー（右）と主カメニュー】



倍の売上を記録しました。

#### (8) 商高の店「ふくら」

取扱商品は「金曜日のカレー」、そして、今回のテーマの一つのトピック「避難所」。避難所での“食”考えて開発したものが、非常食ゼリーの新発田産越後姫ゼリーと 100%天然果汁ゼリー 6 種を販売しました。その他にも定番の「ラスク」「クッキー」も販売しました。“金曜日のカレー”の評判は高く、中辛なのにそれほど辛くなく、子どもも喜んで食べていた」という声が多かったです。



【ゲストの田辺さんからもご購入いただきました】



【ふくらの販売所にて】

#### (9) 非常食乾パン試食会

4 月に 2 日間の日程で新発田市五十公野にて行われた「ももいろクローバーZ」のライブで非常食の乾パン（商品名：「缶 DE ボローニャ」）を売っていた「庭山総合食品」から乾パン 100 個を仕入れ、今回のイベントでは乾パンの試食会という形で実施しました。缶を開ける音に子供たちはとても驚いていました。従来の乾パンとは異なり、柔らかいクロワッサン生地のパンです。販売も同時に行いました。



【缶を開ける親子(右)  
缶でボローニャ】

イベント当日は日差しが強く、熱中症対策に給水時間を私たちも含め協力企業様ともお互い気を付けるよう声を掛け合うことを心掛けました。スタッフの中には小さいお子様を連れて業務にあたっていた方もいましたが、幸い熱中症等で体調を崩した方は 1 人もいませんでした。その後、学校に直接問い合わせがあり、関係者以外からも評価いただきました。

## 5 研究成果が生んだ新たな活動

### (1) 子ども食堂へ備蓄品を寄付

イベント実施後の 8 月に田辺美月さんの所属事務所が経営する新潟古町にある「地球の子供食堂」に訪問しました。SDGs の観点から、イベントで余ったクイズの景品のお菓子とアルファ米とミネラルウォーター50 セットを子ども食堂へ寄贈しました。当初、イベントで実施した「防災クイズ」を行おうとしましたが、小学校低学年の子供たちが多かったので、「防災じゃんけん」で景品をプレゼントしました。夕ご飯時の子供たちとの交流も深めました。



【子ども食堂での交流】



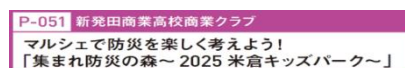
【田辺美月さんと私たち】

## (2) 新潟県開催の「ぼうさいこくたい」に出場

9月6日(土)、7日(日)のぼうさいこくたい 2025in 新潟に出場してきました。今年は新潟朱鷺メッセで行われました。4月にエントリーで、6月の予選を通り、発表に至りました。「ぼうさいの森」の活動を中心に全国各地から集まる防災に係る人たちに私たちの地域防災の取組について発表を見ていただきました。多くの方々から高評価をいただきました。会場は関連企業の参加も多く、「防災ビジネス」が成り立っていることが分かりました。



【ぼうこくポスター】



【エントリープレート】



【ポスター内容を説明】



【エントランスホール前】

## (3) 売上を能登半島地震の義援金へ

先述の“利益計画と来場者予想”で示した損益分岐点による最少催行人数を53名と設定していました。当初の目標来場数 100名は、延べ 85名(※イベント出店関係者含む)と達成できませんでしたが、客単価が当初の利益計画の 490 円から **529 円に伸びたこと**で、**売上目標 4 万 5 千円を**

客単価	来店者数	売上目標	目標
529円	85名	45,000円	達成

【義援金受付ポスター】



**達成**しました。**売上の一部を能登半島地震の義援金として石川県へ寄付**することができました。**被災した地域の皆様の復興支援に役立ててもらいたい**です。

## 第6章 研究の検証

### 1. 分析・検証(その1)

今後の資料としてイベント実施後の質的データとして、参加者の意見・感想もまとめました。当日は温度計で33℃を超える猛暑でしたが、可能な範囲で質問用紙を配布しました。各ブースの体験後お時間のある参加者に、個別にインタビューを行いました。実施後には協力企業経由で丁寧なメールで意見・感想をいただいた参加者もおられました。インタビュー結果から質的データを量的データに読み替えて集計しました。まだ現段階では、研究は進行中であるため、完全な検証はできませんが、これまでの活動を検証しました。

### 調査:「ぼうさいの森」体験型防災イベントについて

- 調査日: 7月12日(土) 各ブース体験後
- 調査対象: 防災イベントに参加したお客様
- アンケート方式: アンケート用紙・インタビュー・後日メール  
[アンケート配付数: 18枚/口頭質問 17名/回収率: 100%]



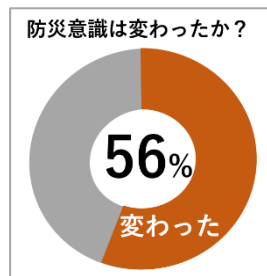
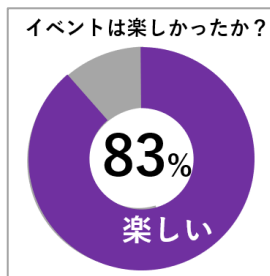
■「**体験型防災イベントが楽しかったか?**」と質問したところ...【景品渡しと質問用紙配布】

“**楽しかった**”と答えた方・・・**83.0%**と回答しました。

■「**今回のイベントにより、防災意識が変わったか**」と質問したところ・・・

“変わった”と答えた方・・・56.0%

“変わらない”・・・44.0%



#### 【子どもの意見】

地震が怖いので、早くから防災について学ばせてほしい。  
災害パネル展示を、もっと分かりやすくしてほしいと思った。

#### 【大人の意見】

会場が少しわかりにくいと思った。防災Oxイズは、よく考えたりしたためになった。  
自衛隊の車も来て、子供には楽しそうだったと思う。

イベント満足度 **4** 目標達成

「いろんな体験ができて良かった」「備えを考えるきっかけになった」の一方、「事前の集客活動」や「集客しやすい地域での実施」の声もありましたが、事前の目標を達成しました。

## 2 分析・検証（その2）

### 協力企業・団体の評価

ご協力いただいた企業・団体に“ぼうさいの森”を評価してもらいました。防災は自助、共助、公助の要素が要になります。“コレクティブインパクト”を参考にした各項目5段階評価で“4.3”でした。

協力企業・団体の評価 **総合評価 4.3**

#### 主な質問内容・項目

【問1】	テーマの着眼点	（企画力）	4.5
【問2】	企画・各ブースの内容	（営業・準備力）	4.2
【問3】	生徒の取り組み姿勢	（接客力）	3.8
【問4】	協力企業・団体のPR度	（商品力）	4.6
【問5】	企画の娯楽性と学びの深さ	（企画持続性）	3.9

※評価： 5：優れている 4：やや優れている  
3：普通 2：課題がある 1：劣っている

### 自衛隊新発田地域事務所 渡邊 裕美さん

防災と商業という珍しいテーマで、目の付け所が良かったです。災害時は電力は使えないので、“電気を使わない昔ながらの遊び”は非常に有効だと思いました。また、各ブースに説明書が必要だったと思います。

評価 **4.5**

### リリマリプロダクション 新発田市出身 タレント 田辺 美月さん

高校生の生徒の皆さんが防災意識を高くもつのは同世代や大人にも響く部分があると思いました。生徒の皆さんが楽しそうにしつつもしっかり防災についてお話ししてくださっている姿が印象的でした。

評価 **3.8**

### 有機の里交流センター 遠藤 登さん

来場者はもとより、参加団体や米倉の方たちとも交流でき、それもPRになったと思います。お子さんたちが夢中になって、楽しんでいて良かったです。防災クイズは大人も本気になって考えられました。

評価 **4.6**

### 新発田市地域安全課 水野 真吾さん

新発田市の防災にご理解いただき感謝申し上げます。地域安全課では直接イベントを企画する課ではありませんが、地域コミュニティで地域防災を呼びかけることは自助・共助を強靱にする意味でも重要です。

評価 なし

最後に、企画に対する最終評価を、自衛隊の植根所長さんから、いただきました。

### 自衛隊新発田地域事務所 所長 植根 正記さん

商業クラブとして商活動のみならず、そこから発展して企業の責務（CSR）にまで活動を発展させた思考は大変すばらし



自衛隊 新発田地域事務所 所長 植根 正記さん

- 避難所を想定した企画・イベント力が高い
- 避難生活の楽しみである食に着目した点は良い

総合評価 **5.0**



いと感じました。また、**災害時の避難所を念頭に置いて企画**しており、イベントの構成がとても良かったです。“**満点の 5.0、☆ 5 つ**”をいただきました。

以上のことから・・・。

仮 説	防災イベントの実践により、防災意識が高まり、地域コミュニティが再び形成されるのではないか
検 証	老若男女の方々から「防災」に興味をもってください、各ブースで楽しんでいただきました。防災の学びと体験が得られる「ぼうさいの森」の成功により、「自助」「共助」「公助」の連携による“ <b>私たちが考える地域社会へのCSR</b> ”の役割は十分に果たしたと考えます。

これまでの研究結果を踏まえ上記のとおり、私たちの仮説を立証できました。

## 課題と今後の展望

### 3 課題と今後の展望

「ぼうさいの森」の参加者は、猛暑の影響もありましたが、当日、各ブースで楽しんでいただきました。新発田商業高校商業クラブと「自助」「共助」「公助」で新発田市地域安全課、自衛隊に加え、米倉有機の里交流センター、地域、県が協力して“**新発田の新たな防災対策**”として、情報発信し、安心安全で強いまちづくりにも寄与する**体験型防災イベント**の企画を進めていきました。「ぼうさいの森」参加者は、近隣の親子連れや大学生はじめ若年層の方々からの参加がありました。課題としては、今後は参加を広く求めるために、地元企業や市の情報発信コンテンツなどのSNSとのコラボによる情報発信が積極的に必要であると感じました。今後の展望としては、新発田市が“**防災のまち**”として誇れる新しい地域防災の取り組みにも挑戦していきたいです。

## おしまいに

地域防災への取り組みは一過性ではなく、継続的に広げていく必要があります。学校と行政・地元企業、そして地域住民との連携がなければ成り立ちません。今後の展望としては、地域の防災意識を高めるため、私たちの「防災イベント」が新たな「**防災ビジネス**」として、地域の若者に浸透し、防災行事としての“**新発田の定番行事**”になって欲しいです。そして、これからも、私たち目線の新しいアイディアで地域社会に貢献していきます。



おしまいに、**You cannot see the wood for the trees.** 『**木を見て森を見ず**』  
これからも、一つの取り組みに留まらず、地域に広く寄り添う活動を続けていきます。

