

4. 災害教訓伝承実施の流れ

4-1 災害教訓伝承の概要

(1) 伝承の素材（内容）

災害の教訓として伝えていくべき伝承の素材は以下のように大別できるものと考えられる。

①文献史料・史実

既往災害履歴のデータやそれに基づく伝説・ことわざ等

②実物（災害実績を示唆するもの）

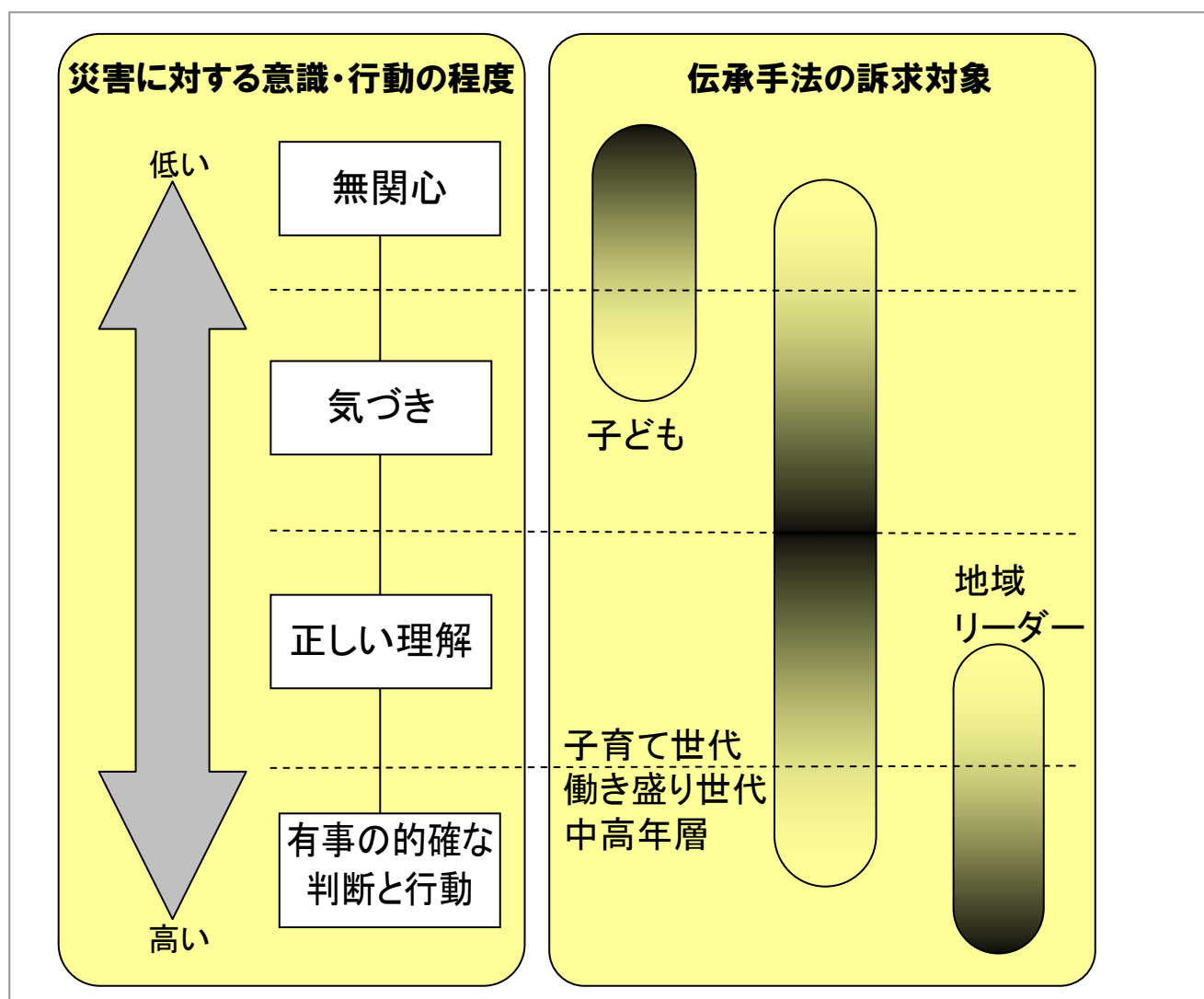
かつてそこに災害があったことを示す巨石、あるいは霞堤や理兵衛堤防などの土木遺構の歴史的変遷等、現場に所在する実物

③人々の心理・行動

被害に遭われた方や災害対策活動に携わった方の、災害発生時から復興に至る感情や行動

(2) 伝承すべき相手（訴求対象）

人々の災害に対する意識・行動の程度と訴求対象とのおおまかな関連性を整理すると以下のようになる。



※ 上図は、個々の伝承手法の特徴を整理するために、「災害に対する意識・行動の程度」と「伝承手法の訴求対象」の相対的な関係性をイメージ化したものであり、個人差により必ずしも当てはまらない場合もある。

図 48 伝承すべき相手(訴求対象)の考え方

(3) 災害教訓伝承手法のメニュー

災害教訓伝承を効果的に伝承していくためには、伝承の素材（内容）や訴求対象を考慮しつつ、地域になじみやすい手法を選択することが必要になる。

伝承手法のメニュー一覧を以下に示す。伝承活動の実施にあたっては、この中から伝承手法（1つの活動で複数のメニューを選択することが望ましい場合もある）を選択することとなる。

表 7 伝承手法のメニュー一覧(1/2)

手法	概要	利点 欠点	災害意識の程度との関連			訴求対象					主たる伝承素材 ^{※1}			想定される実施主体 ^{※2}
			「気づき」を促進	「正しい理解」を促進	「適切な判断・行動」を促進	子ども	子育て世代	働き盛り世代	中高年層	地域リーダー	①	②	③	
1.書物、出版物	災害に関する史実、被災経験者の体験談などを取りまとめて配布	利点 情報が散逸しないよう保存することが可能 伝えたい情報量の多少に応じて自由に編集可能 欠点 情報量の多さや、内容の難しさにより、関心の薄い層からは敬遠	●	●	●	●	●	●	●	■			A~H	
2.写真・画像・絵図など	教訓伝承に関わる情報をビジュアルな媒体にとりまとめて配布	利点 視覚に訴えかける情報なのでなじみやすい 制作過程に住民が参加することが比較的容易。また参加を通じて訴求効果が向上 欠点 住民の日常生活で活用される、目にとまる媒体としての提供が重要	●	●	●	●	●	●	●	■	■		A~H	
3.インターネット、ウェブサイト	教訓伝承の位置や内容などの情報をデータベース化して、行政機関や市民団体などのホームページに掲載	利点 伝えたい情報量の多少に応じて自由に編集可能 流域内に限らず、興味をもつ全国の市民に情報提供可能 欠点 訴求対象がインターネットを利用できる環境にある住民に限定 HPへのアクセス性を高めるなど認知度を高める取り組みが重要	●	●	●	●	●	●	●	■			A~J	
4.石碑、記念碑、地物	災害に関する史実、被災経験者の体験談などを取りまとめ、被災現地などにおいて記念碑や看板設置	利点 現地での情報提供となることから、見た人の実感として教訓を伝承することが可能 時間が経過しても、その土地の教訓として長く語り継がれやすい(風化の度合いが小さい) 欠点 現地に訪れなければならず、広域的な伝達に不向き	●				●			■	■		A,C,E,I	
5.紙芝居・カルタ・絵本・ゲーム	災害の体験談や伝説・昔話などを題材として、関心の薄い子どもたちにとっても馴染みやすいコンテンツを作成し提供	利点 災害に対して興味の薄い子どもたちにとっても理解しやすいことから“気づき”を与える手法に適している 事後に意見交換(ワークショップ)や感想文作成などを行うことで訴求効果が向上 欠点 訴求対象が子どもに限定	●	●						■		■	C,D,E,F	
イベント	6.聴講型	災害教訓をテーマとしたシンポジウムや被災体験者による語り聴かせの会など、聴講を主としたイベントを開催	●	●			●			■		■	A~J	
	7.机上学習・協働作業型	災害教訓をテーマとした懇談会やワークショップなど、参加者どうしによる意見交換や協働作業を軸としたイベントを開催					●	●	●	●		■	A~H	

※1 主たる伝承素材：①文献史料・史実 ②実物 ③人々の心理・行動

※2 想定される実施主体：A.国土交通省 B.その他の国の機関 C.県、市町村 D.博物館 E.学校(大学)

F.市民団体 G.語り部 H.学識経験者 I.ライフライン事業者、公共交通機関、独立行政法人など公的団体 J.一般企業

表 7 伝承手法のメニュー一覧(2/2)

手法	概要	利点 欠点	災害意識の程度との関連			訴求対象						主たる伝承素材※1			想定される実施主体※2
			「気づき」を促進	「正しい理解」を促進	「適切な判断・行動」を促進	子ども	世代	子育て世代	働き盛り	中高年層	リーダー	地域	①	②	
イベント(続き)	8. 野外体験型	<p>利点 参加者自らが五感を使って体験するものであるため、参加者の実感として教訓を伝承することができ訴求効果が高まる 防災に興味関心のなくても、比較的容易に参加意欲を喚起可能</p> <p>欠点 イベントの運営に手間や技能を要するため、一度に多くの参加者を集めての開催が困難 単に現地を見るだけのイベントになりがちのため、確実に災害教訓を伝える企画内容にすることが重要</p>				●	●	●	●	●			■		A~H
	9. 展示型	<p>利点 住民の自由な参加が可能、興味関心に応じた情報の入手が可能</p> <p>欠点 写真やパネルをただ見るという受動的なものであるため、住民の記憶に残るテーマ設定や表現の工夫が重要</p>				●	●	●	●	●	■	■			A~J
10. 教育・啓発施設活用	既存の教育施設や啓発施設を活用し、災害教訓を伝える講座や展示などを実施	<p>利点 流域内のストックの有効活用が可能</p> <p>欠点 施設近傍の市民に対象者が限定</p>				●			●	●	■	■	■		A,B,C,D,E,I
11. 学習・教育、訓練	災害に関する史実、被災経験者の体験談などを題材として、総合学習や課外活動など教育のカリキュラム、防災訓練を実施	<p>利点 定期的あるいは集中的に実施される場合が多く、また、地域性を考慮した内容にするなど実施主体の創意工夫により、対象者に対して濃密な体験や記憶を提供することが可能</p> <p>欠点 対象者が比較的少数に限定されることが多い</p>				●	●	●	●	●	■		■		A,C,D,E,F,H,I,J
12. 演劇・映画・ビデオ	災害の体験談や伝説・昔話などを題材として、関心の薄い対象者にとっても馴染みやすいコンテンツを作成し提供	<p>利点 災害に関する関心や理解の低い対象者にとって理解しやすいことから“気づき”を与える手法として適している</p> <p>欠点 コンテンツの制作に相応の時間とコストがかかる</p>				●	●	●			■		■		D,E,F,L
13. マスメディア	災害に関する史実、被災経験者の体験談などを、新聞・雑誌の特集記事や広告、テレビ・ラジオの番組として提供	<p>利点 一度に多くの人々の目に触れさせることができる</p> <p>欠点 日々新たな情報が提供される媒体のため、一過性のものになりがち ドラマ性や話題性のある情報でなければ取り上げられにくい 紙幅が限定されるため、ポイントを絞った情報提供が必要</p>					●	●	●			■	■	■	A,B,C,J

※1 主たる伝承素材：①文献史料・史実 ②実物 ③人々の心理・行動

※2 想定される実施主体：A. 国土交通省 B. その他の国の機関 C. 県、市町村 D. 博物館 E. 学校（大学）

F. 市民団体 G. 語り部 H. 学識経験者 I. ライフライン事業者、公共交通機関、独立行政法人など公的団体 J. 一般企業