

2. 事業の目的と概要	
(1) 上位目標	カトマンズ盆地で地震が発生しても、人的な被害が想定以下に抑えられる。
(2) 事業の必要性 (背景)	ネパールは地震リスクの高い国として知られている。中小規模の地震は国内でほぼ毎年発生しており、1987年以降でM5レベルの地震が起きなかったのは、1989年と1992年の2回のみと報告されている(ネパール政府)。1971-2007年でM4.5-6.5の地震は22回発生し、34,000世帯が全壊、55,000世帯が半壊したとの報告もある。首都カトマンズで大きな被害があったのは1934年のビハール・ネパール地震(M8.4)が最後だが、当時カトマンズ盆地内の6割の建物が倒壊し、同地域だけで少なくとも4,300人が死亡。その後、カトマンズ盆地は急速な人口増加を経験し、域内人口が300万人に迫る勢いである上、インフラ整備や建築関連の規制がほとんど機能していない。M8レベルの地震がカトマンズ盆地を襲った場合、4~10万人が死亡し20~30万人が負傷、6割の建物が被災、150万人が住む家を失うという試算(DP-Net Nepal、2012年)もある。80年と言われる周期を迎えた現在、M8レベルの大地震がいつ起きてもおかしくない状況だと、地震研究者らから警告が発せられている。地震も含めた防災分野はネパールにおける喫緊の開発課題であり、ネパール政府と各国ドナーが協調して取組みを進めるため、NRRC(Nepal Risk Reduction Consortium)が2011年に発足。日本も2012年から参加し、特に経験豊富な地震防災分野での貢献が期待されている。日本政府は2012年にまとめた国別援助方針で、「開発課題3-3(小目標)自然環境・防災に配慮した持続可能な開発」として「環境・気候変動・防災対策プログラム」を明記し、学校耐震化パイロットプログラムなどを既に実施している。 しかし、カトマンズ盆地の住民の多くは近い将来における大地震発生の可能性は認知しているが、発災時にとるべき行動は知らず、具体的な防災の取組みもほとんど行っていない(英国・ネパール赤十字社、2013年)。シャプラニールが複数のNGOやメディア関係者を集めて実施したワークショップ(2014年1月)でも同様の結果が確認された。 こうした現状を打破するには、きめ細かなコミュニティベースの地震防災活動が必要である。一方で、各世帯がすぐ取り組めるような地震防災に関するメッセージを広く伝播させるために、コミュニティ・リーダーを巻き込んだ形で人口密集地を中心とした研修・キャンペーン事業を行うことで、今地震が起きても被害を軽減できる。その上、その事業で収集した情報や巻き込んだ関係者(特にコミュニティ・リーダー)が、中長期的なコミュニティ地震防災活動への基盤となり、より効果的な取組みへとつなげていくことができる。 これらを、バングラデシュでのサイクロン(N連2012-4年度)やネパールでの洪水に対する地域防災(N連2011年度)、地域住民を巻き込んだ児童労働削減のためのキャンペーン(N連2009-12年度)等を実施経験をもつシャプラニールが担うことにより、実効性を付与できるものとする。
(3) 事業内容	阪神・淡路大震災では、死因の83.7%が圧死・窒息死(兵庫県警察本部)であり、室内被害によるけがの46%が家具等の転倒・落下、29%がガラスとなっている(日本建築学会)。これは、建物の耐久性をすぐに上げられなくても、住民が正しい行動を取れるようになることで、けがや死亡を大きく軽減できることを示唆している。また、ネパール赤十字社でも、一般的に死因の約半数は、耐震構造以外の部分に対する準備不足としている。2013年の調査でも、55.6%の住民が地震発生時に広い場所へ逃げると回答した一方、机の下に隠れる等の頭を保護する行動に対する回答は、合わせて1%に満たなかった(赤十字社)。安全な場所へ逃げる前の備えが圧倒的に不足していることが示唆される。そこで、上記(2)で紹介した被害想定のうち、非耐震構造による死者および負傷者数の軽減を目指し、以下の活動を実施する。 【主な活動地域】 カトマンズ・ラリトプール市の環状道路内を中心とした人口密集地 【主な活動対象者(※1)】 地震防災に関心のあるコミュニティ・リーダー(以下、A層:70人)、 貧困層(以下、B層:約20万人、市民全般(以下、C層:約63万人) ※1: 防災メッセージを効果的・効率的に伝播するため、メッセージの媒介者として、コミ

コミュニティ・リーダーの地震防災活動への自主的な参加を狙う(A層)。A層には地震防災への関心があり、防災ボランティアや学びの地域還元等に関心を抱く人物を想定。具体的には、各ワードの防災委員会メンバー、女性が中心の趣味のサークルメンバー、当会と長年取引を行っているフェアトレード団体の職員研修を担うマネジメントや女性生産者メンバーなど。A層は、本事業終了後も地震防災の中核的人材として機能することが期待される。また、人口密集地域は家賃が低いため地方部からの流入者が多く、貧困層が居住する地域となっているが、近所づきあいが少なくコミュニティ内での相互扶助が減ってきており、情報にアクセスしづらいことに加え、教育や知識不足によって地震の怖さや被害を想定できる想像力を持っていないなどから、特別な対応が必要であるため、独立した活動対象として設定し、研修も行う(B層)。世帯での実践性を重視して広くC層を対象にはするが、家庭内努力を促す防災対策へのメッセージがキャンペーンの中心となるため、各層において女性を重要視する。

活動1. 住民参加型キャンペーンの準備

①キャンペーンの目的、運営に関するボランティアスタッフ研修

コミュニティ・リーダーを対象に含む。メッセージの伝播の一環と位置付ける。

②住民への準備研修

キャンペーンの目的共有と周知のため、地域の女性グループを対象とした地震防災ワークショップ(60人対象)と、250世帯を対象とした個別訪問。まず、「正しく理解し、正しく恐れる」ための地震被害に関する基礎情報を共有するため、貧困層女性を主な対象としたワークショップを行なう。その後、参加者を中心に個別訪問し、座学では分からない各家庭の安全性・危険性チェックを、耐震診断を除いて簡易的に行なう。防災手帳も配布する。

③伝えるべきメッセージの設定(※2)

④キャンペーン素材の制作(※3)

- ・FMラジオでのPSA(公共広告)用素材(30秒程度)
- ・ポスター(1,000枚)
- ・ドキュメンタリー映像(5～7分程度のDVDを500枚)
- ・メッセージ掲示板2枚
- ・乗り合い自動車用ポスター(300枚)
- ・リーフレット兼防災手帳(5,000部)
- ・丸型のステッカー(2,000枚)

※2：日本で防災・減災教育や災害に強いコミュニティづくりに取り組むNPO法人「さくらネット」の代表理事をネパールに招いて視察した結果、ネパールでは一般に頭を守る重要性に関する意識が非常に弱いことが判明。そこで、例えば「スラチット・サザオット(ネパール語で安全な配置という意味)」などのメッセージを中心に、防災、あるいは発災時に具体的にとるべき行動(住居外の植木鉢の置き場所を変える、家具を安全に配置し直す+避難経路の確保、など)を分かりやすく伝える素材を準備する。

※3：メッセージ掲示板やDVD映像等、繰り返し使用できるものは、事業終了後のコミュニティ・リーダーによる自主的な防災活動に活用してもらう可能性も検討する。

活動2. A層を対象とした活動

①日本の経験共有ワークショップ ②メディア関係者向けキャンペーンPR会合

③地震防災に関連する行政機関やNGO等への訪問

④防災の手引き研修(※4)

⑤キャンペーン実施後の振り返りミーティング

※4：活動3④の研修を実施するための準備研修。防災メッセージの定着と防災実践の促進のため、防災手帳の配布や家具転倒防止用金具の配布と設置指導も含む。対象コミュニティリーダー数70名。

活動3. B層を対象とした活動

①地震情報デスクの設置とドキュメンタリー映像の上映(※5)

野菜市場、寺院、バス停留所など、女性が多く集まる場所7ヵ所に3日間ずつ地震情報デスクを設置し、リーフレットの配布やDVD映像の上映を繰り返す。

②軽トラックを2日間借り切った移動上映会(※5)

	③コミュニティラジオ、FM ラジオでの公共放送を 1 日 2 回程度 期間は 1 か月間。女性がラジオを聴きやすい午前中と午後の早い時間を想定。放送確約は概ね取得済み。 ④コミュニティ・リーダーによる地域住民向け地震防災研修 2 回実施予定。ここでの研修内容は、以下の活動 2 ④で学んだことを活用予定。 ⑤女性グループとの振り返りミーティング ※5：キャンペーンの契機となるイベント実施(1/17, 3/8)に合わせ、その期間を想定。 活動 4. C 層を対象とした活動 ①乗り合い自動車(Tempo, Micro/Mini bus)へのポスター掲示 ②コミュニティラジオ、FM ラジオでの公共放送を 1 日 2 回程度(上記 3 ③と同一) ③バスの中に設置されているテレビでの上映 期間は 1 か月間(1 日 15 回)。現在、代理店を通じて交渉中。 ④ Teej (女性の祭り) の日やネパール地震防災デー等のイベントへの参加 ネパールの女性にとって年間を通じて最大の祭りの一つである Teej でのイベントの他、1 月 16 日の地震防災デーや、3 月 8 日の国際女性の日といったイベントに参加し、リーフレットやステッカーの配布と DVD 映像の上映を行う。 ⑤市民向け啓発広告の掲示(メッセージ掲示板) 掲示場所は、市内の大きな交差点付近を想定。特に交差点付近でバスターミナル、野菜マーケット近辺が候補。 活動 5. モニタリングと終了時評価 地域住民の地震防災に関する知識と意識の変化等について定期的にモニタリングを行う。キャンペーンの成果を測定するための調査を実施し、今後の事業展開に活かすためコミュニティ・リーダーとの間で調査結果を共有し、中長期的コミュニティ防災活動へ向けたアクションプランを策定するための会合を行う。 なお、アクションプランの策定会合等、本事業の成果を発表する機会に、カトマンズ市やワードの防災委員会等の行政関係者も招聘し、結果を共有する。それらの成果をまとめた報告書については、政策検討資料として活用してもらうことを目的として、政府に提出する。
(4) 持続可能性	キャンペーンの準備から振り返りまで一貫して、地震防災に関心のあるコミュニティ・リーダー(A 層)を巻き込んでいく予定であり、彼らが事業終了後も自主的な防災活動を実践していくことを目指している。また、当会としても、本事業を通じて収集した情報(研修・キャンペーンの主対象である女性たちの地震防災に関する知識と意識がどの程度変化したか、等)や、巻き込んだ関係者(特にコミュニティ・リーダー)を基盤として、さらに知識が定着し、発災時により適切な行動がとれるようになることを目指した中長期的なコミュニティベースの地震防災活動を立案・実施していく。さらに、本事業内においても、メッセージの伝播はキャンペーン準備の段階から始まっており、イベント時の一過性の情報伝達に留まらないようにする。これにより、防災知識は事業終了後も住民に根付く。 また、パートナー団体である NSET への事業引継も、活動を通じて行なう。例えば、キャンペーン素材である DVD 等は、NSET に引き継がれることで、事業終了後も啓発活動等に有効活用されることをめざす。
(5) 期待される成果と成果を測る指標	A. 地震防災に関心のあるコミュニティ・リーダー 研修を受けたコミュニティ・リーダーが、地震防災に関して学んだ知識を生かして、何らかの防災活動に自主的に関わるようになる。 ・指標 1：コミュニティ・リーダーの 8 割が、地域で自主的に研修を実施する。 ・指標 2：コミュニティ・リーダーの 7 割が、1 月(または 3 月)のキャンペーン活動に参加し、住民啓発を促す。 ・指標 3：コミュニティ・リーダーの 8 割が、終了時評価後のアクションプラン策定に参加

	し、今後のコミュニティ地震防災事業の立案に協力する。 B. 貧困層 研修を受けた貧困層が、学んだ知識を生かして何らかの防災対策を実践する。 ・指標：準備研修で訪問した 250 世帯の 8 割が、家具配置変更など、具体的防災行動をとる。 C. 市民全般 活動地域の住民が、キャンペーンを通して得た知識を生かし、防災対策を実践する。 ・指標 1：キャンペーン重点対象である貧困層の 6 割がメッセージを認識し、その 4 割が何らかの防災行動をとる。 ・指標 2：非貧困層(無作為調査 600 人)の 4 割がメッセージを認識し、その 4 割がなんらかの実践をしたと答える。 ＊ A 層を中心に事業後に展開予定の中長期(2～3 年)的なコミュニティ防災事業により、本事業のメッセージの一般認知度はさらに上昇・定着することが見込まれる。
--	---