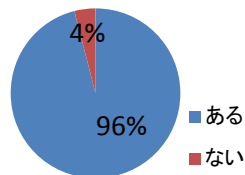


都民の防災意識

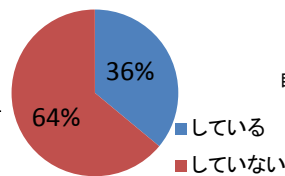
- 女性の96%が災害時に心配事があると思っており、「防災」に対するイメージも必要な事と捉えている人の方が多い。
- 一方で、防災対策をしている割合は36%に留まっている
- 対策の進まない理由として、「具体的な方法が分からない」という理由が、男性よりも女性に顕著に見られた。

- ・都民の防災意識は高まっているが、**防災対策への取組推進が課題**
- ・とりわけ無理なく取り組める**防災対策のノウハウが求められている**

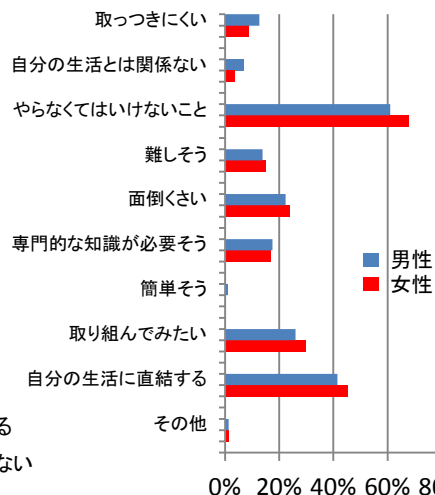
<問:災害時に心配だと思
うことがありますか。>



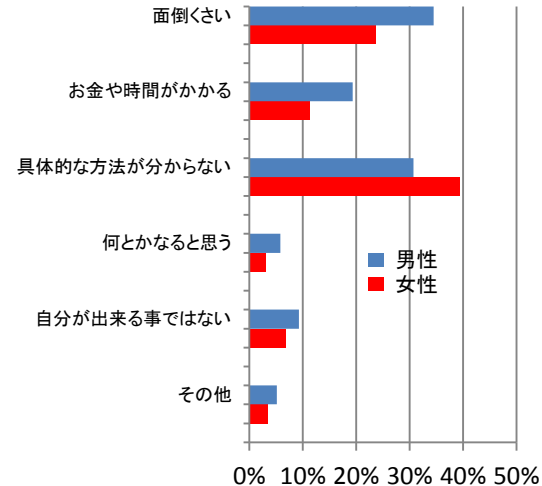
<問:災害対策を
していますか。>



<問:「防災」に対するイメージ(いくつでも)>



<問:災害対策をしてない理由は?
(いくつでも)>

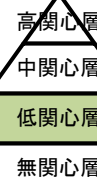


【出展:都民へのインターネット調査(平成29年6月)】

1.ターゲット

メインターゲットは低関心層の女性!

防災を認知しているがまだ取り組めていない人、自ら積極的に防災活動に参加しない人が、「女性視点の防災ブック」を読んで、生活の延長線上で防災対策をはじめよう。



2.広報・PR

手に取りたい
と思わせる

防災ブックへの認知度向上・興味喚起!

「東京防災」のように全戸配布をしないため、自分から防災ブックを手にとってもらうためには、まずは防災ブックを知ってもらうことからスタートする必要。

⇒防災ブックの認知度向上・興味喚起を目的とした話題作り重視の広報・PRにより、都民一人ひとりが「防災ブック」を手に入る場面の創出につなげる。

3.展開

手に取れる
機会の創出

暮らしに密接した展開

- 自ら防災ブックを手にとってもらうことが、防災対策に向けた行動の第一歩!
- 広報・PRにより興味をもった都民が、美容院や銀行、スーパー等の日常生活の中で防災ブックを手に入れる機会を創出