

広報・普及事業

佐野 勇一郎*

1. はじめに

採択 2 年目となる 2017 年度は、本学ブランディングの確立とエリア防災の社会実装促進を目的に、パブリシティ、イベント出展とブランドロゴの制定を軸に行った。

2. 今年度の成果

(1) パブリシティ

ブランディング事業の最終目的は社会実装のため、プレスリリースやホームページでの記載は、一般の方が参考にすることを念頭に専門用語は避け、人数や所要時間、途中経過などもわかるよう、結果や過程に留意している。

実証実験がメディアに取り上げられて以降、ブランディング事業全体について取材を受けるなど、相互作用的な発展が多くあった。

ブランディング事業の掲載は約 40 件(研究内容に関する掲載は、各テーマの業績報告書参照)。主な掲載実績は下記の通り。

- ①「本ブランディング事業」朝日新聞、読売新聞ほか（計 7 件）。2017 年 4 月 24 日（ほか計 6 日）。
- ②「防災 WEEK2017」。朝日新聞ほか（計 24 件）。2017 年 10 月 30 日。
- ③「ドローンを用いた実証実験」。産経新聞ほか（計 6 件）。2017 年 8 月 30 日（ほか計 4 日）。

(2) イベント出展

2017 年度は主に下記の 3 イベントに出展・参画した。全イベント来場者数は、のべ約 1300 名。

- ①「防災 WEEK2017：講演会、防災コミュニケーションツール体験型イベント、企画展示（会期：2017 年 11 月 6 日～22 日。会場：工学院大学。主催：新宿駅周辺防災対策協議会）。約 800 名来場。
- ②防災 WEEK2017:新宿ならではの炊き出し(会期:2017 年 11 月 17 日。会場：新宿調理師専門学校。主催：新宿駅周辺防災対策協議会)。約 300 名来場。
- ③震災対策技術展（会期：2018 年 2 月 8 日、9 日。

会場：パシフィコ横浜 D ホール。主催：「震災対策技術展」横浜 実行委員会)。約 200 名来場。

本学が 2007 年から新宿駅周辺防災対策協議会に参画している経緯により、①「防災 WEEK2017」では講演会、体験イベント、展示の各会場を提供した。体験イベントと展示は、通りに面したガラス張り空間で開催し、近隣ビル勤務者も見学に訪れた。

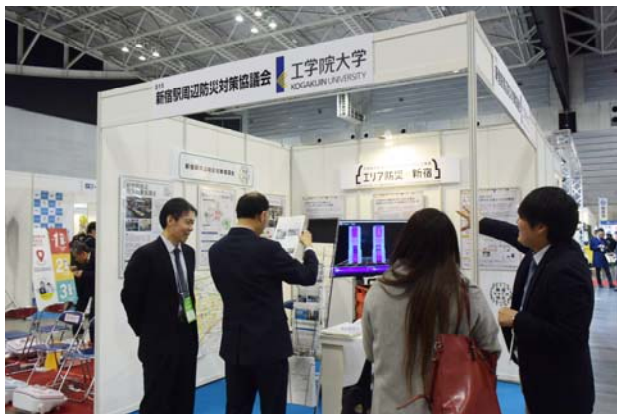


②「新宿ならではの炊き出し」は、本学が近隣の専門学校（新宿調理師専門学校）に声がけしたことで実現した。近隣ビル勤務者にブランディング事業を周知するためお昼時に開催したところ、1 時間弱で 300 食の配布を終え、地元ケーブルテレビが取材に来るなど、地域の反響が感じられた。食材は、行政の協力により廃棄予定の備蓄品を利用し、「食品ロス」問題に防災の観点から解決を図るきっかけを作った。



* : 工学院大学総合企画部広報課

③「震災対策技術展」は、企業と行政の方を中心に約 18000 人が来場した。本学と新宿駅周辺防災対策協議会が連名で開設したブースには、200 名を超える方が訪れ、約半数の方から取り組みについての質問を受けた。



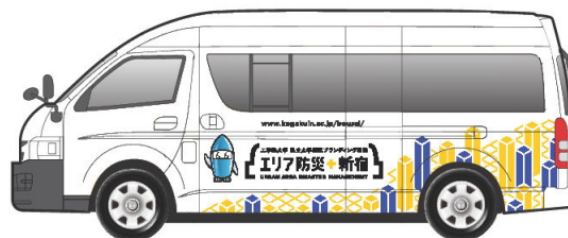
（3）ブランドロゴの制定

本学が取り組むエリア防災の一連の活動の幅広い認識に繋がるように、統括するロゴやテンプレートを制定した。短いフレーズで印象に残りやすく、研究が他都市に拡大しても利用できる仕様とした。



具体的には、展示会での掲出ポスター、配布資料、看板、ノベルティなどに使用した。来場者からは、「防災の取り組みであることがすぐわかる」「研究が多岐にわたることがわかった」との意見が聞かれ、

今後の定着が期待できるロゴと感じている。また、テーマ 3 で活用される D-ZEV ユニット(ハイエース)にも活用した。



3. おわりに（課題と次年度計画など）

広報・普及事業の一つのゴールは社会実装と考え、成果検証は、防災支援技術の地域導入数とイベント参加者数を主な基準とし、メディア掲載数は反響を図る補完的な基準と考えたい。

[地域導入数]

2017 年度の地域導入数はゼロだったが、東京都北区が「避難所開設キット」(テーマ 1 成果物)の 2018 年度導入を発表した。2018 年度以降、多くの方の目に触れる機会を作り、地域導入を推進したい。

[イベント参加者数]

2018 年度も防災 WEEK(前頁(2)イベント出展①)、新宿ならではの炊き出し(前頁(2)イベント出展②)を開催予定。本学主催の科学教室(毎年 8 月開催)でのブース新設を検討している。

[メディア掲載数]

2018 年度は、新規メディアへの掲載を目指す。メディアは目新しいことを報道する傾向があるため、回を重ねた研究でも再度取材してもらえるよう、研究進捗を一般向けに伝える工夫を検討したい。本学からの発信と各種メディア掲載により、地域の付加価値を創造したい。