

# 防災を、暮らしの自然なふるまいに —防災ギフトとパーソナル防災から考える防災文化のデザイン

株式会社KOKUA 共同代表/共同創業者 足田裕二

## 1. はじめに

### 防災はなぜ生活に浸透しにくいのか

災害大国である日本で暮らす私たちにとって、防災は決して遠いテーマではない。地震、津波、台風、豪雨、土砂災害。毎年のように各地で災害が発生し、そのたびに備えの重要性が語られる。誰もが「防災は大切だ」と頭では理解している。けれども、実際に日々の暮らしの中で備えを続けられている人は、まだ多いとは言えない。

内閣府が実施した「防災に関する世論調査（令和7年8月調査）」では、大地震に備えてとっている対策として「食料・飲料水、日用品、医薬品などを準備している」と答えた人は45.8%にとどまっていた。防災の必要性は広く認識されている一方で、実際の行動にはまだ大きな余地がある。これは、備蓄だけに限らない。家具の固定、避難場所や避難経路の確認、家族との連絡方法の取り決め、地域の災害リスクの把握など、防災には暮らしの中で継続的に取り組むべきことが多くある。しかし、それらを日常的に実践することは簡単ではない。なぜ、防災は大切だとわかっているにもかかわらず行動につながりにくいのか。私たちKOKUAは、この問いと向き合いながら事業を続けてきた。

私は学生時代に東日本大震災の被災地支援に行き、その後も全国各地の被災地支援に関わってきた。被災地で何度も耳にしたのは、「まさか自分が被災するなんて思わなかった」という言葉だった。災害は、どこかで起きているニュースとしては認識されていても、自分や家族の暮らしに直接関わるものとしては捉えられにくい。だからこそ、防災は後回しになってしまう。そんな防災の課題を解決するため

に、被災地支援で出会ったメンバーでKOKUAという会社を創業した。

防災には、どうしても「災害」「被害」「不安」「備えなければならない」といった負のイメージが伴う。命を守るために必要な行為であるにもかかわらず、その入口でネガティブなイメージを想起させてしまう。危機感を持つことは重要だが、危機感だけでは人は動き続けられない。義務感だけで始めた備えは、続けにくい。私たちが目指しているのは、人々が自然と防災に取り組める社会である。そのために必要なのは、防災の正しさを繰り返し伝えることだけではない。防災に触れる入口そのものを、暮らしの中に馴染むかたちへ設計し直すことだと考えている。

## 2. KOKUAが考える「防災のデザイン」

私たちは、平時に取り組む防災のデザインは、災害を強く想起させる表現をつくることではないと考えている。人が防災に出会う入口は、日常生活の延長線にあるべきで、そこから入った人が具体的な行動に自然と導かれ、その体験が次の誰かへ広がっていく仕組みを設計することであると考えている。この考え方をもとに、私たちは防災にとって重要なデザインを4つの原則として整理している。【図1】

1つ目は、「入口のデザイン」である。防災に関心がない人に、いきなり災害リスクを説明しても、行動にはつながりにくい。だからこそ、恐怖や義務感ではなく、日常行動や思いやり、贈り物、新生活、家族との会話といった、すでに生活の中にある感情や行為を入口にする。

2つ目は、「価値のデザイン」である。防災用品は、非常時に役立つ機能を持つことが大前提である。し