

平成19年9月14日

百貨店 緊急地震速報 利用ガイドライン



日本百貨店協会

緊急地震速報と百貨店における課題

【緊急地震速報の有効性と限界】

緊急地震速報とは、震源に近い観測点から得られた地震波を用いて、震源、地震の規模および各地の震度を秒単位という短時間で推定し、気象庁が速報として発表するもので、これを利用することにより、地震による大きな揺れの到達前に対策を講じることが可能になり、地震災害の防災・減災に役立つと期待されている。

しかし、緊急地震速報は原理上、伝達が間に合わない場合があること、誤差、誤報等技術的な限界があること等を承知したうえで利用する必要がある。

【百貨店における課題と対応】

緊急地震速報は、今後、関係省庁の指導のもとに、多方面で利活用されることになるが、百貨店は都市のインフラであり、多くのお客様にご来店いただく施設であることから、これを有効に活用することが必要となる。一方、緊急地震速報が百貨店等大規模な集客施設において不特定多数の人々に伝達された場合には、店内のお客様の多数が出口に殺到するおそれがあり、店内（館内）放送を行う場合は、混乱等を引き起こさないための方策を講じておくことが不可欠となる。

また緊急地震速報は、頻繁に発表される情報ではないため、いざというときに役立たせるためには、防災訓練、避難誘導訓練等に取り入れるなど、普段から情報に接し、適切な対応行動がとれるよう、シミュレーション、教育・訓練、マニュアルづくり等について準備しておくことが必要となる。

①

緊急地震速報の本格運用と一般への情報提供

【NHKの全放送波による発信と携帯電話による受信】

この緊急地震速報の一般への提供について、気象庁が広く一般に向けて速報の発表を開始する平成19年10月1日から、NHKでは、震度5弱以上の地震の発生が推定された場合に、テレビ、ラジオのすべての放送波で速報することにしており、すでにこれに関するPR放送が開始されている。

さらにモバイル端末においても、NTTドコモとKDDIは2008年春までに、またソフトバンクモバイルは2009年春までに、緊急地震速報を受信できる携帯電話を発売することにしており、これによって速報の一般向け受信者は一気に増加するといわれている。

【緊急地震速報を独自に入手している店内のお客さまの存在】

緊急地震速報の本格運用が開始され、さまざまな媒体によって一般に緊急地震速報が提供されるようになれば、百貨店が店内（館内）放送等を利用して店内のお客さまに緊急地震速報発信を知らせなくても、店内のお客さまの中には緊急地震速報を独自で受信し、百貨店の従業員に対応を質問したり、自ら出口へ避難し始めたり、あるいは他のお客さまに教えるなどの行為が想定されることから、「店内のお客さまの中には緊急地震速報が発信されたことを知っている人がいる」ことを前提に対策を講じる必要がある。

②

緊急地震速報に関する意識調査

【百貨店で何が起きると思うか】

日本大学文理学部社会学科の中森広道准教授（災害社会学、災害情報論）が実施した「緊急地震速報に関する意識調査」*によると、「緊急地震速報が伝わったときに百貨店などの不特定多数の来店がある施設で何が起こるか」との質問に対しては、

- ・ 多くの人が出口に殺到して混乱が起きる
- ・ 何をして良いか分からない多くの人が、うろうろする

などを危惧する回答が多く見られ、自分は冷静に行動できると思うが、周りでは混乱が起きるのではないかと心配する声が多かった。

* 平成19年8月8日 日本百貨店協会「第2回防災マネジメントワーキング」での講演より

【百貨店に望むこと】

しかし「百貨店等不特定多数が利用する施設の管理者に望むこと」の質問では、「緊急地震速報を利用者（客）には流さないでほしい」という回答は1.3%しかなく、

- ・ 適切なアナウンスを流してほしい（75.5%）
- ・ 安全な空間へ誘導してほしい（69.7%）
- ・ どういう行動をとればよいか掲示してほしい（64.4%）

といった要望が多かった。

③

ガイドライン(対応指針)の策定と考え方

【ガイドライン(対応指針)の策定】

日本百貨店協会・防災マネジメントプロジェクト(委員長:土方文夫(株)伊勢丹執行役員)では、こうした緊急地震速報の本格運用の開始と意識調査等を踏まえ、百貨店における緊急地震速報の利用のあり方について検討し、そのガイドライン(対応指針)を策定した。

このガイドライン(対応指針)の策定にあたっては、過去に百貨店が体験した大地震(阪神・淡路大震災、福岡西方沖地震、新潟中越地震、新潟中越沖地震など)の被災状況を検証し参考とした。

ここに示すガイドライン(対応指針)は、あくまでもひとつの事例、考え方であり、各百貨店は、このガイドライン(対応指針)を参考に、各店の建物、施設および立地等の特性を考慮し、安全確保にもっとも適切な方法を検討し、マニュアル等を作成することとする。

なお、緊急地震速報の受信媒体の選択、およびそれと連動するシステム化等については、各百貨店の実情を勘案し実施する。

④

百貨店における緊急地震速報へのガイドライン(対応指針)①

【自己責任による利用】

大規模地震への対応は、各百貨店の店舗構造、立地特性等によって異なることから、緊急地震速報の利用については、各百貨店が自店の特性を踏まえ、原則、各店の責任において行う。

しかし、百貨店が連携して対処することが有効と思われるものについては、業界共通課題として「百貨店防災マネジメントプロジェクト」において協議、対応する。

【緊急地震速報利用マニュアルの作成と新しい防災訓練】

緊急地震速報を受信したときにとるべき行動は、従来の地震発生時の対応行動と大きく変わらないものの、従業員による店内のお客さまに対する呼びかけなど、新たに定めておくべき事項もあるため、緊急地震速報に関する利用マニュアルを作成するとともに、従来の防災訓練、避難誘導訓練を改訂し、緊急地震速報を組み入れた新しい防災プログラムに基づく周知・教育と避難誘導訓練等が必要となる。

また、地震被害の軽減を図るためには、緊急地震速報の利用も有効であるが、店舗等建物の耐震補強や、店内の陳列什器、照明器具等の転倒・落下防止措置が重要となる。

⑤

百貨店における緊急地震速報へのガイドライン(対応指針)②

【緊急地震速報の利用分野】

百貨店における緊急地震速報の利用は、店頭はじめ、厨房、昇降設備などさまざまな分野での利用が考えられるが、自店の特性を踏まえたうえで、これまでの防災対策に緊急地震速報の利用を付加し、活用する分野とあわせ、混乱なく利用できる方策についても検討する。

【店内(館内)放送等で、緊急地震速報を直接、店内のお客さまに知らせることによる活用】

- ・緊急地震速報の店内のお客さま向け放送による適切な行動の呼びかけ
- ・従業員による店内のお客さまの危険箇所からの退避誘導
- ・高齢者、身障者、子供等に対する従業員の介助行動
- ・その他、緊急地震速報の店内放送に呼応した従業員の各種行動

【店内のお客さまに直接伝達しなくても、緊急地震速報の利用により施設の安全確保が図れる分野での活用】

- ・エレベーターの自動制御による最寄階での緊急停止
- ・厨房等火気使用箇所におけるガスの自動遮断
- ・出入口のドア開放等設備の自動制御
- ・データ保護のための緊急バックアップ、ハードディスクへのアクセス停止
- ・厨房担当者(てんぷら油付近等)危険箇所からの退避
- ・店内医療機関における治療の一時中断等による患者の安全確保
- ・エスカレーター周りの従業員への伝達と制御による安全確保
- ・観覧車等屋上遊戯施設の従業員への伝達と制御による安全確保
- ・駐車場(立体、エレベーター方式等)の従業員への伝達と制御による安全確保

⑥

百貨店における緊急地震速報に関するマニュアル策定の考え方①

【マニュアル作成のポイント】

1. 地震災害への対応は、店舗、施設の構造等によって異なることから、自らの建物、施設等の特徴を考慮し、安全確保に最も適切な方法を検討しマニュアル化する。
2. マニュアル策定では、緊急地震速報を受信したときに、いかに混乱なく初動体制をとるか、いかに適切な対応行動をとるか、そしていかに混乱なく安全を確保するかがポイントとなる。
3. 緊急地震速報を店内(館内)放送するか否かによって、マニュアルの内容、構成は大きく異なってくるが、放送を行わない場合でも、特定の従業員、施設管理者等へ伝達する場合は、受信者の対応マニュアルが必要となる。
4. 一般への緊急地震速報の発表が開始されると、店内(館内)放送を行わなくても、店内のお客さまが携帯電話等の手段でその情報を入手される可能性があり、店内のお客さま間に情報格差が生じ、混乱を招くことも考えられることから、店内(館内)放送を行わない場合も、緊急地震速報を受信した店内のお客さまに問われたとき、店内のお客さまが行動を起こそうとしたとき等の対応について準備しておく。
5. マニュアルの内容は、フロア別、商品特性(売場)別、担当業務別など、緊急地震速報を利用する分野や方法によって異なることから、それぞれに対応したマニュアルが必要となる。
6. 揺れがおさまったあとの停電等については、これまでの防災訓練、避難誘導訓練をもとに対応しておく必要がある。

⑦

百貨店における緊急地震速報に関するマニュアル策定の考え方②

【緊急地震速報受信時の対応行動】

1. マニュアルの項目例の中でも、緊急地震速報受信時の従業員等の対応行動がもっとも重要なポイントとなるが、対応行動は、利用分野等により異なることから、それぞれに応じた対応行動を検討する必要がある。
2. 緊急地震速報は、地震が発生してから強い揺れが襲来するまでのごく短い時間を活用するものであり、そのため店舗の中から屋外へ退避することは極めて困難であることから、「周囲の状況に応じて、あわてずに、まず身の安全を確保すること」が基本となる。
3. 緊急地震速報受信時、地震発生時において店内のお客さまが混乱なく行動するためには、従業員の適切な指示、避難誘導がもっとも重要になる。
4. 緊急地震速報は震度5弱以上というかなり強い揺れを想定しており、こうした状況下でも、あわてず冷静に対応行動がとれるよう、起こりうるあらゆる状況について、マニュアルにはできるだけ具体的な行動を明示しておくことが必要となる。
5. 対応行動が具体化された段階で、事前にシミュレーションを行ってその実効性を検証し、十分な準備と緊急地震速報受信時を想定した教育・訓練を行う。
6. 地震により転倒・落下のおそれのあるものの近くなど、地震発生時に注意を要する必要性の高い場所については、改善・補強を行うとともに、日常から一般的な注意喚起を行う。

⑧

店内(館内)放送について

1. 不特定多数の店内のお客さまがある百貨店の店内は、「緊急地震速報の提供までに十分な周知・啓発が必要な施設」であり、百貨店が店内(館内)放送で緊急地震速報を提供する場合は、一般に周知・理解され、百貨店側にも十分な準備や訓練がなされ、速報を直接提供しても混乱が起きるおそれのない状況で利用することが不可欠となる。
2. 緊急地震速報の店内(館内)放送を実施(導入)する時期については、各社のハード面の準備、及びそれに伴う従業員の対応行動に関する訓練等の状況を充分勘案し、各店において判断することとする。
3. 店内(館内)放送を行う場合には、各店で実施してきた従来の地震発生時の対応に準拠することを基本に、地震発生と同時に店内(館内)放送を実施し、落ち着いた行動を呼びかける方法もある。特に、店舗等建物が耐震化されている場合は、軽々に行動せず、その場でじっとしていることが安全確保につながることも考慮すべきである。
4. 店内(館内)放送を行う場合は、それに呼応した従業員による店内のお客さまに対する適切な指示、誘導等が不可欠であり、店内(館内)放送の伝達内容と従業員の対応行動が一体となったマニュアルづくりや教育・訓練が必要となる。
5. 店内(館内)放送を行う店舗においては、普段から、店内(館内)放送またはポスター、パンフレット等で、自店では緊急地震速報受信と同時に店内(館内)放送で知らせることになっていることを告知し、その内容と放送時の店内のお客さまの注意事項を事前に周知しておくことも有効と思われる。

⑨

店内（館内）放送を行う場合のアナウンス例①

以下はあくまでアナウンスの例であり、細かな文言にとらわれる必要はないが、各店の特性、従業員の指示・誘導等を考慮して作成する。いずれも店内のお客さまに落ち着いた行動を呼びかけることと、係員の指示・誘導が基本になり、店内（館内）放送と一体化した従業員の対応行動が不可欠となる。どのような指示・誘導をするか、日頃からの意識と訓練が必要となる。

例1 「ただいま地震が発生しましたが、当館は安全です。落ち着いて行動してください。（落ち着いて係員の指示に従ってください）」

これまでの地震発生時の店内アナウンスで多く使われているものであり、「揺れていないではないか」と不審に思う客もあるかもしれないが、地震到来の心構えもでき、店内のお客さまに混乱を生じさせないアナウンスでもある。

例2 「ただいま緊急地震速報が発表されましたが、当館は安全です。落ち着いて行動してください。（落ち着いて係員の指示に従ってください）」

緊急地震速報が周知され店内のお客さまにも理解されている場合は、このアナウンスの方が分かりやすいと思われる。

⑩

店内（館内）放送を行う場合のアナウンス例②

例3 「ただいま地震が発生しました。念のため吊り下げ物の下や、倒れそうなもののそばから離れて、揺れがおさまるのを待ちください」

例4 「ただいま地震が発生しました。落ち着いて行動し、揺れがおさまるのを待ちください。（落ち着いて、係員の指示に従ってください）」

耐震化されていない百貨店でのアナウンスの事例であるが、強い揺れが来る前に知らせることにより、店内のお客さまの心構えと従業員の初動対応を可能にし、安全確保に有効と思われる。

⑪

店内(館内)放送を行う場合の従業員の「指示、誘導」の事例について

売場	店内(館内)放送を行う場合は、各売場等において、予め「地震が来ても安全な場所」を指定しておき、従業員が行う「指示、誘導」は、店内のお客さまにその場所へ落ち着いて移動していただき、揺れに備えて身構え、揺れがおさまるのを待っていただくことがポイントとなる。
事務所	事務所等においても、予め「地震が来ても安全な場所」を想定しておき、転倒、落下、飛散のおそれのあるものから離れ、丈夫な机の下などに隠れることを基本とする。
レストラン	予め安全確保のための行動を想定しておき、厨房では、その場で火を消せる場合は消火活動を行う。やけどのおそれがある調理中の鍋の熱湯からは離れるなどの行動をとり、フロア内では、配膳は中断し、トレイ等を床等の安全な場所に置くとともに、店内のお客さまには、熱湯等に注意し揺れに備えるよう声をかけるなどの誘導を行う。
その他	エスカレータ周りやエレベータ、ストック場、その他の場所・施設においては、上記を参考に、それぞれの施設の特徴を踏まえ、声を掛けるなどして適切な行動がとれるよう、各部門において予め「指示、誘導」のあり方を検討しておく。

⑫

まとめ①

1. 緊急地震速報の認知度の低い初期の段階では混乱が生じる可能性もあるが、緊急地震速報の有効性は、これまでの各種の事例で検証されており、特に緊急地震速報を過去に体験した人々にとっては、極めて有益な情報であることが明らかになっている。
2. このことから、いずれ認知度・理解度も高まり、各分野で広く利用され、利用の熟練度も向上していくと思われることから、百貨店としても緊急地震速報を有効に利用する。
3. 緊急地震速報の本格運用が開始されれば、店内(館内)放送を行わなくても、店内のお客さまの中には、店内において独自の手段で受信する(知ってしまう)人々がいることを前提に対策を講じる。
4. 緊急地震速報は、地震が来ることを予告するものであって、それだけでは具体的な対応の指示などは伝えることはできず、緊急地震速報が伝わったときに、従業員の対応行動と店内のお客さまへの指示・誘導等が一体となった対策を検討しておく必要がある。
5. 緊急地震速報は、頻繁に発令されるものではないので、日頃から地震発生時に店内のお客さまを誘導できる安全な場所を意識しておくなど、定期的な訓練が必要である。
6. 緊急地震速報は、「まったく新しい防災情報」として単独で利用するのではなく、これまでの各百貨店の防災対策の一部に付加し、各百貨店の防災訓練、避難・誘導訓練を高度化する方向で活用する。

⑬

まとめ②

7. 震災対策は各店舗の構造、立地等の特性により異なることから、緊急地震速報の利用については、店内(館内)放送により店内のお客さまに伝達するか否かを含め、いつからその体制を整えるかは、各店の判断と責任において行う。
8. 緊急地震速報が発表された場合の各百貨店の対応を、ポスター掲示等により、予め店内のお客さまに告知しておくことは、混乱を防止、減少するうえで有効と思われる。
9. 店内(館内)放送を行う場合は、その放送内容と一体化した従業員による店内のお客さまへの指示、誘導が不可欠となることから、そうした従業員の対応行動マニュアルを作成し、普段から周知、教育、訓練等を行うことが重要となる。
10. 緊急地震速報利用の以前に、当然のことながら建物の耐震化、什器、商品等の転倒防止・落下防止・飛散防止等について改善・対策を講じておくべきである。
11. いずれにしても、緊急地震速報の本格運用が開始され、一般への提供が拡大することを前提に、「百貨店の安心・安全」を万全なものにするため、これを有効に活用することとする。
12. 本ガイドラインは、利活用分野の拡大、一般の人々の認知度・理解度の状況などを勘案し、必要に応じて改訂を行うこととする。

⑭

【参考】大地震の時の心得(気象庁)

1. テーブルや机の下に身をかくし、あわてて外へ飛び出さな
2. 大地震、1分過ぎたらまず安心
3. テレビやラジオをつけて地震の情報を
4. 海岸で、グラツときたら高台へ
5. 近づくな、自動販売機やビルのそば
6. 気をつけよ、山崩れと崖崩れ
7. 避難は徒歩で、荷物は最小限に
8. 余震が起きてもあわてずに、正しい情報に従って行動を
9. 不意の地震に、日頃の用意

⑮