

子供向けリーフレットの新たな作成手法-児童と気象庁職員が共同作成するプロセスの効果-
 Developing a new method for creating disaster information leaflets for children:
 The effect of collaborative process between children and JMA staff

○竹順哉・矢守克也
 ○Junya TAKE, Katsuya YAMORI

This study examines the process of creating a leaflet to promote awareness of new disaster information that the Japan Meteorological Agency plans to begin operating during the flood season in 2026. We aim to clarify the differences in views between information users and information sender (JMA), as well as the needs of the users, by conducting disaster risk communication involving interactive exchanging process on leaflet content during the creation process. Previous research on disaster risk communication often positioned a leaflet as a connecting medium between the user and the sender of risk information, and analyzed how effective a given medium was in changing the user's awareness or behavior. In contrast, this study considered the process of creating the medium itself to be the most crucial stage of disaster risk communication. The results revealed the characteristics required for leaflets tailored to each target user. It was concluded that the collaboratively created leaflets were more effective at promoting behavioral change than leaflets created using conventional methods. (164 words).

1. 研究の目的と背景

(1) 研究の目的

本研究では、気象庁が今年5月下旬から運用開始予定の新たな防災気象情報¹⁾を普及啓発するためのリーフレットの作成過程に、啓発対象（防災気象情報の利用者:ここでは児童）と啓発主体（気象庁）との間でリーフレットに対する意見を往復させるプロセスを新たに導入することで、このプロセスの効果について分析することを目的とする。

従来の災害リスクコミュニケーション研究では、啓発主体と啓発対象との間に両者を結ぶ啓発媒体（リーフレットなど）を位置づけ、ある啓発媒体が啓発対象の意識や行動の変容にどれくらい効果的であったか分析することが多かった。それに対して、本研究では、啓発媒体を作成するプロセス自体が最も重要な災害リスクコミュニケーションのステージだと考えた。その上で、防災リーフレットを啓発対象と啓発主体とが共同作成するプロセスを設け、その効果について分析した。（図1）。

(2) 研究の背景

筆者は、気象庁職員として過去にキキクルのリーフレット等の作成担当を担っていたが、このときを作成したリーフレットの内容・構成は筆者を含めリーフレットの作成に関わった職員の感覚的

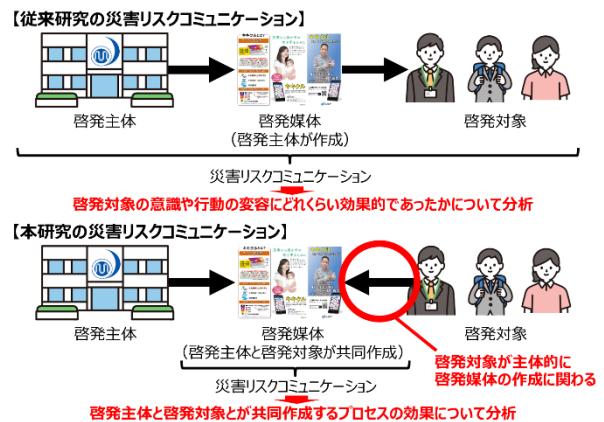


図1 本研究の災害リスクコミュニケーションの特徴なところによっており、啓発主体の考えだけで作成されたリーフレットが啓発対象に届けられていた。そこで今回は、啓発対象の意見を取り入れながら作成するプロセスを導入した。なお、啓発対象の意見を取り入れながら啓発媒体を作成するという研究の1つに、ナッジ理論を活用したチラシ等の改善²⁾があるが、本研究は啓発媒体の作成過程に啓発対象にも主体的にコミットしてもらう点が先行研究との違いであり、新たな試みである。

2. 実施方法

具体的な実施方法の流れは図2のとおりである。気象庁の考えだけで作成されたリーフレット0を

基に「どのような内容が書かれていると自分たちにとって良いのか、どのようにリーフレットを修正すれば自分たちが理解できるか」について筆者と児童とで意見交換をした。気象庁担当者は、意見交換を踏まえリーフレット1(修正版)を作成し、それを基に筆者と児童との2回目の意見交換を実施した。気象庁担当者は、意見交換を踏まえリーフレット2(再修正版)を作成した。そして、児童からの各意見に対して、気象庁担当者としてどのように考えリーフレットの修正の際に反映したか若しくは反映しなかったのかについて詳細に聞き取りをするため、筆者が気象庁担当者にインタビューした。なお、意見交換をした児童は2回とも同様で、奈良県内のA小学校5年生33名である。

【子供向け】

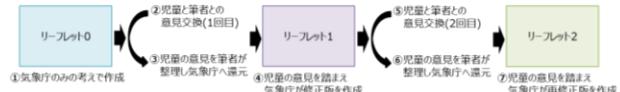


図2 リーフレット修正の具体的な実施方法の流れ

3. 実施結果

子供向けとしてのリーフレット0、2はそれぞれ図3の左図と右図である。



図3 気象庁作成リーフレット

(左図が当初版、右図が再修正版)

リーフレット0は啓発主体視点の言葉や表現が使われているが、リーフレット2は「啓発対象に理解ができる言葉」「啓発対象に寄り添った表現」が使われており、ここが、児童が関わって子供向けリーフレットを作成したことで一番大きく変わった点である。リーフレット0では「直ちに」「留意」

「さわ」「相当する」「今後」などの言葉が使われていたが、児童にとってはどのような意味なのか理解できないといった意見があった。そこで、リーフレット2では「直ちに」が「すぐに」、「留意」が「気にする」といった言葉に修正され、使用しなくとも説明できるところは意見があった言葉自

体を使用しないといった修正が行われた。これ以外にも、例えば児童からの意見とそれに対する気象庁担当者の考えは表1の内容もあり、児童の意見について、気象庁担当者として受け入れられるものと受け入れられないものとがあった。

表1 児童の意見とそれに対する気象庁担当者の考え方

児童の意見	気象庁担当者の考え方
1 リーフレットのどこかにクイズを入れると子供が見ると思う。	関心を持ってもらえるのであれが思ひ採用。 表紙にクイズの問、中題題題に答えがわかるように工夫。
2 レベル5の説明で少しでも安全な方法で身を守るうじあるが、少しでも2階への移動で十分かどうか分からないので抽象化した表現しているが、特外にかけなどから離れた部屋へ、建物物でさがだる高さにいろ。」を追記。	2階への移動で十分かどうか分からないので抽象化した表現しているが、特外にかけなどから離れた部屋へ、建物物でさがだる高さにいろ。」を追記。
3 全体的に「など」を使わないほうが良いと思う。	「など」を入れないと、それだけに限定した表現になってしまうことからそのままにしている。

4. 考察とまとめ

児童と気象庁とがリーフレットを共同作成するプロセスの効果を分析した結果、大きく分けて「①児童に求められるリーフレットの特徴が見出された」「②児童と気象庁との考え方の違いなどが見出された」「③行動変容をより効果的に促すリーフレットの作成ができた」の3つの効果があった。①と②は考察でも述べた内容である。③については、英国政府が行動科学等の知見に基づき開発した「EAST³⁾」というフレームワークと今回のプロセスを通じて得られた修正内容を比較すると、表1の1は「A-1 関心をひく」に、表1の2は「E-3 メッセージの単純化」に当てはまるなど、行動変容をより効果的に促すものになっているといえる。

簡単に Easy	E-1 デフォルト機能の活用 E-2 面倒な要因の減少 E-3 メッセージの単純化	印象的に Attractive	A-1 関心をひく A-2 インセンティブ設計
社会的に Social	S-1 社会的規範の提示 S-2 ネットワークの力の活用 S-3 周囲へ公言させる	タイムリーに Timely	T-1 介入のタイミング T-2 現在バイアスを考慮 T-3 対処方針を事前に計画

図4 EASTの内容 (YBiT作成資料より引用)

本研究で報告した試みは、新たな防災気象情報を取り上げ、情報本体だけでなく、普及啓発のためのリーフレットの作成プロセスにもこれまでにない新たな手法を導入し、情報のコミュニケーションプロセスの総体を革新しようとした点に、一番大きな意義があるものと考えている。

参考文献

- 1) 気象庁ホームページ (参照年月日: 2026. 1. 12) <https://www.jma.go.jp/jma/kishou/know/bosai/keiho-update2026/index.html>
- 2) 日本版ナッジ・ユニット (BEST) ホームページ (参照年月日: 2025. 11. 30) <https://www.env.go.jp/content/900447872.pdf>
- 3) 横浜市行動デザインチーム YBiTホームページ (参照年月日: 2025. 11. 25) <https://ybit.jp/>