

東日本大震災におけるボランティア活動と情報

Volunteer and Information

北村孝之

Abstract

ボランティアは災害発生時に行政を補完して復旧や復興に大きな役割を果たしてきた。東日本大震災で広範な範囲で多様な支援が長期間必要とされる中で、交通の要衝に集まる個人ボランティアに情報を提供して支援の必要なところに誘導したのに続いて、インターネット上に散らばった支援を必要とする情報を収集し、支援をしたい人に届けたのもボランティアである。情報の専門家のボランティア集団として仙台に拠点を構えたNPO「ボランティアインフォ」は、駅での情報提供に続いて、ボランティアに関する情報を収集、整理してデータベースを作成、行政機関や商業ベースのポータルサイトにも提供した。これらは、社会福祉協議会を中心とした個人ボランティア活動にとどまらず、NPO・NGO、更には企業のボランティア活動にも指針を与えた。実際に被災地に出かけて実態を把握、共感を呼ぶ被災地ストーリーなどにより情報発信力を高めて支援の偏りの解消にも努め、新たなボランティアや支援活動を生み出した。ここでは情報を視点に東日本大震災後のボランティアの活動を振り返り、改めてその役割を考える。

キーワード：東日本大震災、ボランティア、Web、ソーシャルネットワーク、情報の偏り、共感、絆

1. はじめに

ボランティアによる救援を支援していく民間のプロジェクト「助けあいジャパン」⁽¹⁾は、東日本大震災の発生後、被災地で支援を必要とする情報を収集、発信する拠点として「ボランティア情報ステーション」を、内閣官房震災ボランティア連携室と連携して2011年3月25日に開設、ボランティアに関する情報を無料で利用できるデータとして発信した。

仙台では、NPO法人「ボランティアインフォ」⁽²⁾の前身となる組織が、ゴールデンウィーク前から駅構内にボランティア情報ステーション（図1）を開設し、市内のボランティアスタッフ約30名が、ボランティアの受入れ状況や服装装備などの情報を県内外から集まるボランティア希望者に提供した。2週間の間に約8,000名が立ち寄り、約800名が説明に耳を傾けた。

その後、ボランティアインフォは、助けあいジャパン

の情報ボランティアステーションが開発していたデータベースを引き継ぎ、ボランティアしてほしい団体とボランティアをしたい多くの人を的確につなげてきた。

本稿では、東日本大震災の多様な被災地のボランティアを必要とする“情報”に注目し、その流通を図ったボランティアの活動とその役割を振り返る。



図1 仙台駅に設置された情報ボランティアステーション

北村孝之 NPO ボランティアインフォ
E-mail kitamura@volunteerinfo.jp
Takayuki KITAMURA, Nonmember (Volunteerinfo, Sendai-shi, 980-0014 Japan).
電子情報通信学会誌 Vol.95 No.10 pp.904-908 2012年10月
©電子情報通信学会 2012

2. 東日本大震災におけるボランティア活動

被災者への支援は、3月11日の震災発生直後の自衛隊などによる緊急支援から始まり、その後がれき撤去や泥かきなどの復旧支援が行われた。避難所から仮設住宅への移行が始まると生活支援が始まり、被災地の産業再生や地域再生などの自立支援と並行して現在も引き続き行われている。

以下、支援内容の変化、支援に関する情報の流れとボランティア活動の内容を四つの支援フェーズに分けて振り返る。

2.1 緊急支援フェーズ（3月11日直後）

3月11日の発災直後は自衛隊などによる緊急支援が行われた。この時期にはボランティアができることもまだ少なく、できることがあってもどこで何が必要とされているかといった情報はほぼなかった。

過去の震災の経験に基づいて制定された法令に基づいて、各地で社会福祉協議会が「災害ボランティアセンター」を立ち上げたが、県外ボランティアの受入れはなく、ボランティア募集情報の発信もほぼない状態だった。

そうした中、徐々に個人ボランティアが直接に被災地に入り出し、炊き出しや物資の配布などを行った。

情報面では様々な支援が始まった。インターネット検索大手のGoogleが被災した家族や友人の安否を調べられるツール「パーソンファインダー（消息情報）」を公開した。ボランティアがインターネット上に入力した情報は、被災地で被災者が安否確認を実施する上で大きな役割を果たした。

また、助けあいジャパンは、インターネット上に散らばったボランティア募集情報の収集を開始し、同じフォーマットで入力し、ボランティア情報データベースの作成を始めた。

2.2 復旧支援フェーズ（3～5月）

復旧支援フェーズになると、個人ボランティアが各地の災害ボランティアセンターに出かけて、支援要請の情報から支援先を選んで訪問することが始まった。広範に広がったがれきの撤去や、津波により家の中に入り込んだ泥を出す作業などが中心となった。こうして全国から参加したボランティア数は、2011年5月のゴールデンウィークには、石巻市内だけでも1日3,000名を超えるピークに達した（図2）。実際にはこれを上回る参加希望者があり、災害ボランティアセンターの受入れやコーディネート能力を超えて機能がパンクし、急きょ設立された「一般社団法人石巻災害復興支援協議会」⁽³⁾がNPOやNGO、企業などからの集団でのボランティア受入れの窓口となってこれら機能を補完し、ボランティアの受入れを倍増させることができた。「ピースボート」やNPO「オンザロード」はこれらの代表的なものであり、多くのボランティアを動員してがれき撤去に当たった。岩手県では内陸部の遠野を拠点に新たに形成された「遠野まごころネット」がNPO化して、岩手県沿岸部一円で物資の配布やがれき撤去などを行った。

災害ボランティアセンターを訪問するボランティア希望者の増加する中、同センターによる被災地からの情報発信は後回しにならざるを得ず、被災地の災害ボランティアセンター以外の中間支援団体がこれら情報発信を担っていくようになった。JR仙台駅でボランティア情

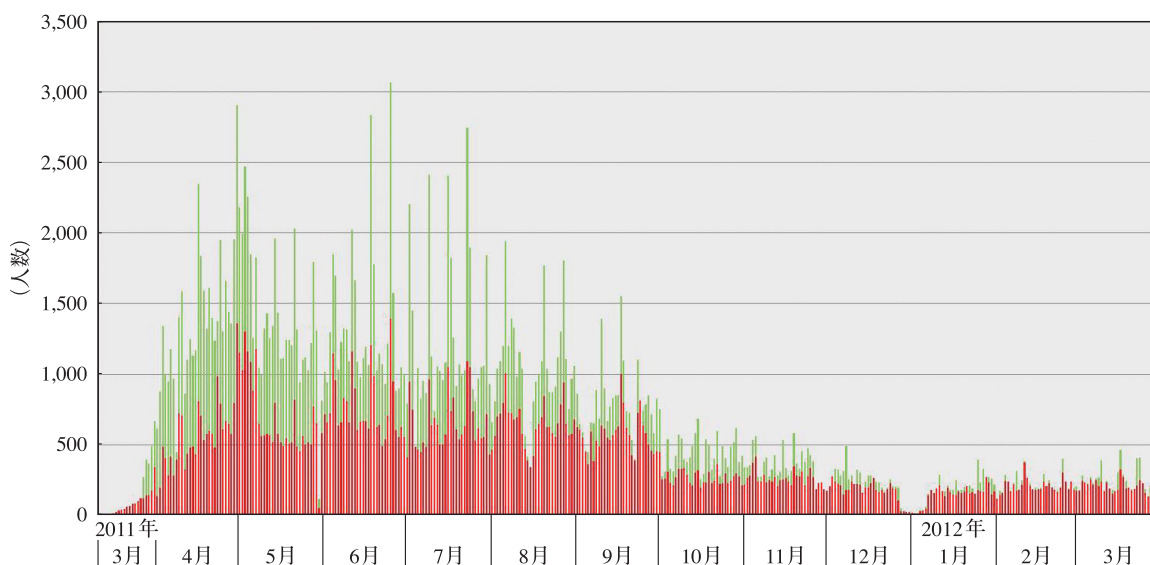


図2 石巻市へのボランティア人数の推移⁽³⁾（2011年3月11日～2012年3月31日、災害ボランティアセンターと石巻災害復興支援協議会受入分）

報の案内を行った「ボランティア情報ステーション in 仙台・宮城」(後のボランティアインフォ)や、東北道の泉パーキングエリアでボランティア情報案内を実施した「ひょうごボランタリープラザ」⁽⁴⁾はボランティアの交通の要となる場所に立ち上がり、その機能を果たした。

2.3 生活支援フェーズ (6月～)

当初、訪問者に対してボランティア支援情報を提供、訪問先をアレンジしてきた災害ボランティアセンターは、事前の希望登録によってアレンジを行う予約制に移行する一方で、徐々に閉鎖するところも現れた。背景にはがれき撤去が緊急雇用創出事業としてキャッシュフローワークヘシフトしたことが挙げられる。

3月11日から半年ほどが経過し、避難所から仮設住宅への移行が進むと、ボランティアによる生活支援が始まり出した。体のケアはもちろん、心のケアや、仮設住宅のコミュニティの構築やその支援などが中心となり、こうした生活支援は震災から1年以上経過した現在でも実施されている。

NPO・NGOも、撤退する団体と支援内容を変えながら支援を続ける団体に分かれ、そのボランティアの内容は多岐にわたっていく。例えば仮設入居者のケアやコミュニティ形成などの支援として、お茶会やイベントを仮設住宅の集会所で行っている。

学生への教育支援も各地で行われるようになり、宮城教育大学やNPO「カタリバ」によるコラボスクール、東京の大学生有志グループTEDICなどによる学習支援が実施されている。

また企業ボランティアとして、専門性を発揮、自社の強みを生かした支援を実施する企業も出てきた。

2.4 自立支援フェーズ (7月～)

被災地が復興へ進むにつれて、産業を含めた地域再生など、自立を支援するボランティアも登場している。漁業が盛んであった石巻・南三陸・気仙沼などの沿岸部では、ボランティア団体が津波で流されてぼろぼろになった漁具の整備から、わかめの種付けや収穫まで実施している例もある。いちごで有名な仙台南に位置する山元町や亘理町では、津波で全てを流されたいちご農家に多くのボランティアが訪れて、細かいガラスを含むがれきの撤去など気の遠くなるような作業を手伝っている。「ピースポート」が水産業者を支援するほか、工場や店舗の再生をボランティアが支援するなど、その活動の内容や対象は広がっている。

また、これまでは被災地外の団体が支援活動を実施してきたのに対し、被災地でも自立に向けて団体が誕生してきている。南三陸の戸倉中学校校庭の仮設住宅で集まったお母さんたちが立ち上げた「みらい南三陸」は小

さな雇用を創出するという目的で活動をしている。決して大きな団体ではないが自立に向けて歩み出した“復興の芽”が様々なところから出てきている。

3. 情報ボランティアの登場と役割

PCや携帯電話・スマートフォンの普及が進み、情報社会化が加速度的に進んでいる。Webは日常生活の中に入り込み、情報収集だけではなくコミュニケーションツールとしてもなくてはならない存在になってきている。Webやソーシャルメディアを活用した“情報ボランティア”の果たした役割を考えてみた。

3.1 情報ボランティアの登場

前章で述べたような大量で多様な支援の要請と支援の希望や提案の結び付けは、最新の情報通信技術を活用したボランティアの活躍によって推進された。情報の流通を円滑にすることを災害支援活動とするボランティアが登場したのである。情報ボランティアはWebでの情報収集や情報発信から始まったことから、被災地まで足を運べない人にとっては参加のハードルが低かった。

3.2 初期の情報ボランティアの事例

Googleは震災発生直後、素早くパーソンファインダーという家族や友人の安否を調べられるメッセージングシステムを公開した。当初はGoogleの社員がボランティアで情報を入力していたが、被災エリアが大きく被害を受けた人の数も多かったため、情報の入力には追いつかなかった。それを知ったインターネットユーザが協力を申し出た。参加者はWeb上でアップロードされた画像からデータを文字入力する作業を行った。入力された多くの情報は被災地で被災者が安否確認を実施する上で大きな役割を担った。

3.3 ボランティアインフォの役割

2.1で紹介したように、助けあいジャパンはボランティア情報ステーションを震災後に立ち上げ、ボランティア情報の収集を開始した。緊急支援フェーズの後に長く続いていくボランティア活動を予想して、Web上に散らばったボランティアの支援を要請する個人や団体からの情報を同一フォーマットに統一し、ボランティア情報データベースとして無料で使える状態にして公開した。これを使い2011年4月にはYahoo! JAPANが災害支援サイトのボランティア募集情報として公開を始めた(図3)⁽⁵⁾。その後、nifty⁽⁶⁾やGooのポータルサイトにも使われた。

「ボランティアインフォ」は助けあいジャパンボランティア情報ステーションを引き継いだ。そのデータ数は、2012年5月21日時点で3,508件となっている。こ

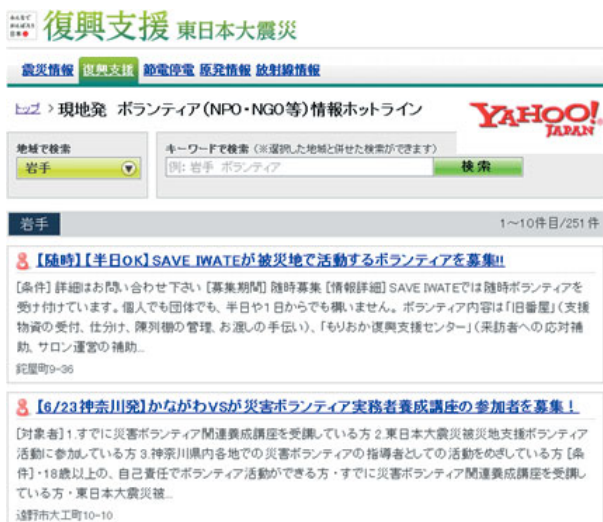


図3 ボランティア情報を紹介する Web サイトの例

これらボランティアを要請する情報のデータベースは、全国のボランティアが Web 上で参加して作成している。このデータベースには全ての支援要請情報を掲載し、ボランティア希望者が様々な要請の中から希望や適性に合った内容や場所を見つけることを可能としている。多くの量を提供するととどまらず、支援する団体のストーリーや既に参加している人や活動情報も盛り込むことで、団体への参加へのハードルを下げる工夫もしている。このような活動で、被災地の現場で活動しているボランティア団体はその活動に専念できるよう支援している。

ボランティア団体とこうした連携をとることで、必要な支援内容の変化にも素早く対応して、求められるボランティアを被災地につなげることができる。特に自立支援のフェーズではスキルを持ったボランティアが求められるようになり、例えばホームページが作成できるボランティアを被災地で活動するボランティア団体につなぐなど、きめの細かいつなぎを実現している。

3.4 様々な情報の発信

ボランティアの活動情報を発信する Web サイトはほかにもたくさんある。河北新報社の提供するブログサイト「ふらっと」のコミュニティを活用した「情報ボランティア@仙台」⁽⁷⁾は、大学生が中心となり支援の要請に関する情報に止まらず、参加者の声を含めて様々なボランティア活動に関する情報を発信している。

「助けあいジャパン情報レンジャー」⁽¹⁾は“現地に埋もれた情報をダイレクトに集めに行くこと、被災地からの声を受け取りすぐに届けるべき場所に届けること、今日もどこかで生まれている未来へのヒントを皆で共有すること”を目的に情報の収集と発信し、カメラが捉えた被災地の映像を続々 UP している。

3.5 ソーシャルネットワークの活用

個人レベルでの情報発信、例えば Twitter での「リツイート (RT)」や Facebook での「いいね」「シェア」なども情報でのボランティアといえるのかもしれない。

「ふんばろう東日本支援プロジェクト」⁽⁸⁾の西條剛央氏はソーシャルメディアを活用し、多くの情報を発信している。「必要なものを必要なところに必要なだけ送る」をコンセプトに、物資の行き届いてない避難所の情報を収集し、Twitter やブログ、Facebook などのインターネットメディアを通じて発信し、全国から支援物資を欲しい場所へ直接送付する。この物資支援プロジェクトは、2012年1月時点で3,000か所以上の避難所・仮設・自宅避難宅に15万5,000品目に及ぶ物資を支援し、2万4,000個以上の物資送付を実現させてきた。これは西條氏一人の情報発信のみではなく、西條氏の Twitter が RT され、更にそれが RT されて情報が広く拡散し、支援したいと思っている多くの人の元に情報が届き、これほどの数の支援が成立したといえる。

3.6 Web 上での支援募金

Web 上で支援金を集めることができるクラウドファンディングの「READYFOR (レディーフォー)」には震災関連のプロジェクトが多数成立している。プロジェクトに共感して支援を実施した人はソーシャルメディアで拡散し、自分とつながりのある人につないでいく。共感が更に次の共感を呼び支援につながっていった事例であり、共感による支援を集めるプラットフォームといえる。

4. 課題と挑戦

支援を必要とする情報の収集と発信を続けていると、支援が時間とともに変化すること、発信する能力の差があることなどの課題に気付く。以下、こうした課題と解決策についてまとめてみた。

4.1 支援内容変化への対応

被災地ではその時々にあった支援を実施できないと、被災者の自立を妨げるなどの弊害も出てくる。復興が進むにつれてニーズが多様化してくる中で、ボランティア活動もニーズに合った支援を可能とする準備と体制が必要となる。

4.2 支援偏重を是正する情報発信

支援の必要性は被災地からの情報発信で把握することができる。しかし情報発信がなされないと、現地の状況は離れた地域では分からない。被災地でのニーズと被災地外からの支援をつなげる意味でも、現地からの情報発信は必要不可欠となる。

しかし被災地の情報発信力の差は、時に支援の偏りを生む原因となる。情報発信を上手に行うことができるエリアに支援が集中し、情報発信力のないエリアには支援が届かないといったことが発生する。そういった偏りをなくすためにも、被災地全体をマクロ的にカバーし平等な情報発信を行うことへの配慮は重要である。

4.3 共感を呼ぶ情報交流

現地からの情報においては、量だけでなくその情報の質も重要になってくる。ソーシャルメディアが日常の中に入り込んでいる現代において、「SIPS」^{(注1)・(9)}にあるように、人は共感し興味を持ち、支援という参加をして共有する。最初の入り口である「共感」はとても重要な意味を持つ。共感を得るためには発信される情報に、現地でのストーリーがあることが重要である。共感された情報はソーシャルメディアで拡散され、支援の輪も大きく広がり、リピータやファンを生むことにつながる。

5. おわりに

日常とは異なることを、自発的に無報酬で社会の役に立つことを行うのがボランティアの基本である。メディアを通して発信された情報に共感して心がつながったと

(注1) S(Sympathy:共感)→I(Interest:興味)→P(Participation:参加)→S(Share:共有)

きに大きな力を生む。こうしたつながりが行政の限界を超えた支援、更には社会の課題解決に導けるのではないだろうか。つながりを広げる情報の役割は重要である。今後も支援を欲しい被災地からの情報の発信力を強化、支援したい個人や団体とつなげたい。

文 献

- (1) 助けあいジャパン, <http://tasukeaijapan.jp/>
- (2) ボランティアインフォ, <http://volunteerinfo.jp/>, <http://vic.volunteerinfo.jp/>
- (3) 石巻災害復興支援協議会, <http://gambappe.ecom-plat.jp/index.php?gid=10163>
- (4) ひょうごボランティアプラザ, <http://www.hyogo-vplaza.jp/>
- (5) 復興支援東日本大震災 (Yahoo! JAPAN 災害支援サイト), <http://shinsai.yahoo.co.jp/>
- (6) @nifty 東日本大震災情報 (ボランティア情報ページ), <http://www.nifty.com/navi/saigai/>
- (7) 情報ボランティア@仙台, <http://flat.kahoku.co.jp/u/volunteer16>
- (8) ふんばろう東日本支援プロジェクト, <http://fumbaro.org/>
- (9) 明日の広告 SIPS, 佐藤尚之, <http://www.dentsu.co.jp/sips/index.html>

(平成 24 年 6 月 27 日受付 平成 24 年 7 月 3 日最終受付)



きたむら たかゆき
北村 孝之

2006 立命館大・経営・経営・企業養成コース卒。ソフトバンク BB, マイネットジャパン, NPO 法人 HERO を経て, 2011-05「ボランティアインフォ」設立。