

## 地域を守る／地域に貢献する

1995年の阪神・淡路大震災から15年。耐震マットを製造・販売するプロセブン（大阪市天王寺区、小玉誠三社長、06・6191・3800）は、行政などが行う防災啓発イベントに、自社が保有する地震再現・体験車を派遣し、住民への啓発活動を行っている。

「大地震の怖さは映像で見ただけでは分からない。皆さんに体験してほしい」（小玉誠志常務）との思いから、約7000万円を投じて、05年に特注の地震再現・体験車を導入した。改造したトラックの荷台部分に家具などを配置しており、大地震の時室内が散乱する様子が分かる。阪神・淡路大震災や新潟中越地震など、過去の大地震の波形を再現できる。

車両の導入当初は、自社製品の効果のデモ用として量販店などを回る活動が中心だった。しかし自社製品の耐震マットの知名度が



プロセブンの地震再現・体験車

増すにつれて、導入先の工場から工場祭などの催し物に招かれるようになり、一般市民向

### □ プロセブン □

けの地震対策の啓発活動に発展していった。

公共の場での活動は、兵庫県の防災対策局から依頼を受けたのがきっかけ。県内の学校や役所など、活躍の場は広がり、今では全国で年間約50回のデモ活動を行うまでに発展した。「折角依頼を受けても、日程が重なりお断りすることが多々ある」（同）状況という。負担も大きい「当社は地震で亡くなる人を救いたいという理念で作った会社。直接商売に結びつかなくても、啓発活動は積極的に続けたい」（同）。

今後は東日本でもPRの機会を増やしたいと意気込むプロセブン。東京支店に実験車を増備することも検討している。

## 地震再現車を派遣／住民に啓発活動展開