

# それぞれに今年も思いを刻む3月11日



画像：twitter

こちらは今年の3月11日に発せられた、個人の方のつぶやきです。

「3.11にはいつも言ってることですが、あの日、自らも停電に見舞われながらも非常用発電機に夜通し給油しつつ被災地への衛星電話回線を提供し続けた「命を繋ぐバラボラ」があったことを、ほんの少しでも思い出してあげてください(茨城県北茨城市 NTT ドコモ楊枝方衛星通信所 2016年撮影)」



画像：twitter

「11日は誰が主催のどんなイベントにも行かない。早めの彼岸、墓参りと献花をしに行くのが自分の行事です。(道端海つばたに献花する人は、ラッピング剥いて花だけ置こうね)」

3月11日。この日が来るたび、私たちはあのときのことを振りかえる。東日本大震災から、早くも6年が経った。災害なんて、もう起きるな。毎年のように私たちはそう思うけれど、災害はいつかまた、たぶん、いや確実に起きてしまうだろう。あの日、岩手県大船渡市で観測された津波は、最高16.7m。もしも、ここ銀座の真ん中に来ていたら、

**ちょうどこの高さ。**  
想像よりも、ずっと高いと感じたはず。でも、この高さを知っているだけで、とれる行動は変わる。そう。私たちは、今、備えることができる。被災した人たちの記憶に想像力をもらい、知恵を蓄えることができる。あの日を忘れない。それが、一番の防災。ヤフーはそう思います。

(日テレNEWS24ほか)今年も3月11日にあわせて、「震災を忘れない」というテーマでさまざまなイベントや意見広告が発信されました。緊急地震速報をはじめとした災害や防災のアプリなどで防災サービスの拡大に取り組むIT企業「Yahoo! JAPAN」が東京・銀座のソニービルの壁面に出した広告には「数字で見るよりもソツとする」「一気と考えさせられる」「あの日風化させてはいけない」といった反応が寄せら

れました。Yahoo! JAPANでは、震災から6年がたち、記憶が薄れつつある中、「防災意識を高めてほしい」という思いから、震災を象徴する「津波の脅威」を表現するため、この広告を出したそうです。ただし、被災者の心情に配慮することを考え、過度な表現を避けて、「テキスト(文章)」と「津波の高さ」を組み合わせるアイデアが生まれたとのこと。

巨大な広告の赤く表示された部分が地上16.7mの位置にくるよう設置された、文字だけの巨大な広告。手前に立つ人の大きさと比べると、津波の高さと同時に広告を出した企業の思いも伝わってくる。

**7年ぶり! 東北Now**  
富岡町・夜の森地区  
「桜まつり」開催



ニュース：毎日新聞 画像：NHK

夜(よ)の森地区にある桜のトンネルは花がぼつぼつと咲き、大半のつぼみは膨らんで今にも開きそう。原発事故による避難指示が町城の大半で解除された福島県富岡町で8日、春の風物詩「桜まつり」が7年ぶりに復活しました。

we support!  
**RQ**  
災害教育センター

MONTHLY

「東北に黒糖を送ろう! 大作戦しんぶん」改め  
復興支援『すけさきた』  
かめぼし しんぶん

「すけさきた」とは宮城県登米市あたりの言葉で「ボランティアに来たよ」という意味である

APRIL  
**11**  
2017

