

107 年度 921 國家防災日推動系列活動，結合企業、校園及公車車廂廣告，加強地震防災宣導，做對了，就安全

臺灣位於環太平洋地震帶，更是歐亞板塊的交界地帶上，因板塊錯動，時常面臨天然災害地震之威脅，無論是 19 年前南投集集的 921 大地震，或是近幾年 0206 美濃地震及花蓮地震，都對臺灣造成嚴重的傷亡。地震災害所帶來的恐懼與威脅，是所有天然災害中唯一無法事前預知掌握，而且往往所造成的人員傷亡及財產損失難以估計，因此；加強民眾地震防災意識的宣導，刻不容緩，平時就要隨時做好居家抗震防災的準備，居安思危，隨時檢視居家環境，對於室內易落物要繫牢防止掉落、備妥防災避難包、自我提升防災整備等，同時對於地震無預警訊息，也要成為我們生活中的一部分，隨時做好準備。

臺南市政府為加強地震防災宣導，每一年在 921 國家防災日推動系列活動，結合企業、校園及公車車廂廣告等，加強地震防災宣導，做對了，就安全。107 年 9 月 21 日上午 11 時由臺南市政府災害防救辦公室邀及消防局、工務局、秘書處及交通局公車處，在永華市政中心南島路廣場共同舉辦 921 國家防災日系列宣導活動記者會。今(107)年最創新的亮點，是由交通局公車處提供 3 部公車車廂廣告，以抗震保命三步驟設計圖案，加上簡淺明顯之警語：「當地震發生時，做對了，就安全，抗震保命 3 步驟，你我要做到：趴下(Drop)、掩護(Cover)、穩住(Hold on)」。讓這 3 部公車在行駛過程中，成為地震防災宣導最佳代言人，「公車趴趴走」，是最好的活廣告，市民看見醒目的抗震保命三步驟，潛移默化以提升防震意識。這 3 部公車以行駛市區人口密集路線為優先，之後將延伸至高雄茄荳線，使更多民眾能看得到廣告，提醒市民平時要居安思危，有備無患。

除公車車廂廣告宣導外，臺南市政府秘書處亦規劃於臺南市永華及民治市政中心，利用電梯空間張貼地震防災文宣，文宣內容以抗震保命 3 步驟為主題，同時結合本市著名的文化古蹟赤嵌樓及安平古堡為意象設計，讓洽公民眾進入電梯時，能一眼看見抗震宣導，以期能加深對地震防災的認知，將抗震保命 3 步驟深植民眾內心，萬一地震

發生時，可從容面對地震威脅，同時也請市政府其他公務機關也能參照辦理。另外，工務局亦配合宣導鼓勵本市 10 樓以上之大樓，透過公寓大樓管理委員會也能在電梯空間參考設置地震防災文宣，以加強擴大對住戶之防災宣導。

今年 921 國家防災日，臺南市政府相關業務機關本於職責，推動舉辦一系列防災宣導活動，如災害防救辦公室與國際獅子會 300-D1 區在 9 月 16 日仁德區台南都會公園共同舉辦全民健走暨糖尿病防治宣導活動，吸引超過 3,000 人參與、9 月 19 日經濟發展局於柳營科技工業區暨環保園區假大成長城企業公司進行模擬地震突發事件緊急應變實地演練、9 月 20 日教育局於永康國中進行校園災害防救示範觀摩、10 月 2 日消防局於新市區公所進行地震無腳本兵棋推演等。希望透過地震防災教育的宣導，能讓地震防災的觀念與地震初期緊急避難及應變能力，深入到每個家庭及個人，防救災教育的推廣上要普及化、全民化、生活化，居安思危，有備無患，就是面對天然災害最好的策略。(災防辦 溫棋歆)

