大震災への備え 事例集

Preparing for Earthquake Casebook

生活者を支える企業・消費者団体だからこそできることがある。
企業・団体の壁を越え、生団連会員による
「防災の最前線」を結集。

国民生活産業・消費者団体連合会

東日本大震災による東北地方沿岸部の壊滅的な被害、また首都圏の混乱によって、私たちは改めて、自然災害の脅威・現代社会の脆弱性を思い知らされました。首都直下地震や南海トラフの巨大地震など次の大地震の発生も危惧されており、一刻も早い対策が求められています。

生団連では「国民の生活・生命を守る」という使命のもと生活者の立場に立ち、災害による被害を最小限にとどめ、被災後も地域社会生活が継続される社会を実現するために災害対策委員会を立ち上げ検討を進めてきました。このたびその取り組みの第一歩として、会員企業・団体の皆様の震災に対する取り組みを集めた事例集を制作いたしました。事業者と消費者団体、業種や立場の違いを越えて生活者の災害リスクを軽減する好事例を互いに学び合うことで波及効果を生み、国民生活の安全・安定の確保に寄与することを目的としています。

一方、大震災に強い社会の実現には各家庭での備えも不可欠です。大地震に際して真っ先に自分や家族の命を守ることができるのは、生活者一人ひとりの日ごろの取り組みや心がけに他なりません。「もしも起こったらどうしよう」「誰かが何とかしてくれる」ではなく、今自分ができることに率先して取り組んでいくことが、社会全体としての防災力の向上にもつながります。今回、事例集に合わせて、家庭で役立つ防災の知恵や技をまとめた防災ガイドを掲載しました。企業・団体内で防災啓発活動に取り組む際の参考にしていただければ幸いです。

生団連とは

生団連は、生活者と事業者が結束し積極的に課題に挑む日本初の組織として、国民生活のより一層の向上に寄与するため、生活者の視点に立った“実践と発信”を心がけた活動に取り組んでいます。
会員数：555企業・団体（2014年4月1日 現在）

生団連の活動指針

一、国民生活の安全・安定の確保と質の向上、関連業界の健全な発展への貢献を通じて、「国民の生活・生命を守る」という使命を追求し続けます。

一、世界的な視点から日本の現状を顧みて、立ちはだかる諸課題に対し、御上頼りになることなく「自ら解決に取り組む先駆け」となることを目指します。

一、生産・製造・流通サービスの業界と消費者団体が一体となって大いに研究・議論を尽くし切磋琢磨して、政府・行政の政策運営に対する発言力、提案力、そして実現力の確保に努めます。

目次

大震災への備え事例集 …… 03

一般生活者に対する取り組み

［ 家庭への備蓄の呼びかけ ］…… 03
キリンビバレッジ／ダイエー／
日本チェーンドラッグストア協会

［ 生活者の日常に防災を溶け込ませる ］…… 07
三井不動産

［ 消費者運動から減災につなげる ］…… 09
消費科学センター

従業員に対する取り組み

［ 従業員の防災の意識啓発への取り組み ］…… 11
ゼンショーホールディングス

［ 従業員向けの防災備蓄品 ］…… 13
味の素ゼネラルフーヅ

社会・地域への貢献

［ 日ごろからの地域の絆づくり ］…… 15
生活協同組合コープみらい

［ 地域密着企業としての社会貢献 ］…… 17
ユニーグループ・ホールディングス／フジ／東亞酒造

［ 地域一体となって対応する帰宅困難者の問題 ］…… 21
そごう・西武 西武池袋本店
（セブン＆アイ・ホールディングス）

［ 非常時における地域インフラとしての機能 ］…… 23
イオン

［ 業界団体としての社会貢献 ］…… 25
日本フランチャイズチェーン協会／
日本ショッピングセンター協会／
日本チェーンストア協会／日本加工食品卸協会

※取材させていただいた方々の部署・役職名は 2013 年度のものです。

一生活者として取り組んでほしい地震の備え …… 29

一般生活者に対する取り組み

家庭への備蓄の呼びかけ

キリンビバレッジ株式会社
株式会社ダイエー
日本チェーンドラッグストア協会

震災を生き延びた後どうするか。
そのカギの一つが「家庭での備蓄」です。
メーカー、小売り、業界団体という
立場で、家庭での備蓄啓発に取り組む
3事例を紹介します。

消費者と一緒に考え、一緒に備えていく「スマートストック」

家にストックしてあったけれども、気が付いたら期限切れになっていた。そのような備蓄品の一位が「水」であり、その平均金額は1182円。子どもがいる世帯すべてが同程度の期限切れを起こしたとすると年間91億円にもなる。毎年、膨大な量の水が「期限切れ」になっていることがわかる。

「これは2012年7月に小学生の子どもがいる母親800名に対して行った調査結果で、こうした意識調査の結果も随時リリースしながら、『スマートストック』の浸透を図っています」と、キリンビバレッジ㈱マーケティング本部マーケティング部の木村真さんは話す。

ストックしている食料や飲み物を賞味期限がくる前に消費し、消費した分を新しく補充していくという循環型の備蓄方法「スマートストック」の周知に同社が取り組んだのは、2011年7月のこと。

「東日本大震災時には、各地で買占めが起きて全国的に品薄の状態が続き、そのため、被災地などの本当に必要としている地域に十分な量を迅速に供給できないという事態になりました。メーカーとしての責務が果たせなかったことへの反省とともに、私たちだけではなく消費者の皆様のご協力もなければ、また大規模な災害が起きた時には対応できないと考え、皆様と一緒に備えていく取り組みを始めました」（木村さん）。

日常に溶け込みやすい備蓄の在り方を提唱

「スマートストック」という柔らかく覚えやすいフレーズと、同社の商品「アルカリイオンの水」のカラーに合わせたロゴとキャラクターを用いたプロモーションは親しみやすく、「危機感を煽るようなことはしたくない」と木村さんが話すように、日常に溶け込みやすいものとなっている。

昨年にはタレントやミュージシャンによるセッションイベントを実施するとともに、缶詰や乾物など長期保存が可能な食料を使ってつくる「スマートストックレシピ」をホーム

家族の人数を入力すれば必要な備蓄量を確認できる「スマートストックチェッカー」を店頭で体験していただいた。

キリンビバレッジのHPにあるスマートストックレシピ。雑誌などとタイアップし、読者のアイディア料理も募集。

ページで公開するなどの展開を図ってきた。2014年度は小売事業者の協力を得て、消費者により近い場所である店頭でのPRに力を入れていく予定だという。

「その時代、世の中の気運に合わせて展開していくのがマーケティングですが、この『スマートストック』は、売り上げや好感度の指標などといった数値を達成するものではなく、世の中のブームとは別の次元で、我々が信念を持って発信していく取り組み。我々が本当に伝えたいことを地道に発信し、『スマートストック』の考えに賛同してくれる企業とのコラボレーションなども視野に入れながら、減災につなげていければと考えています」（木村さん）。

日常でスーパーが果たせる防災面での社会貢献

「スーパーはライフライン」という認識の浸透に大きな役割を果たしたのが、阪神・淡路大震災当時、中内 功氏が経営を執っていたダイエーの対応だと言われている。

「『物がないと人はパニックになる』というのは、中内が戦争時の体験から得た教訓です。当時は私も神戸の店舗にいまして、定休日だったのですが、すぐ店頭にワゴンを出して、水や乾電池などの必要な品を並べ、つり銭がいらないような価格で販売しました」と、㈱ダイエー総務部総務管理・渉外課の井内邦彦さんは話す。

いち早く物資を被災地へ送り、店舗を再開させた同社の対応は、以降の小売業の震災時対応に大きな影響を与えた。また東日本大震災でもいち早く仙台駅前にあるダイエー仙台店を開店させ、地元からは評価を受けた。「次に私たちスーパーが取り組むべきことは家庭での備えであろうと思い、この防災ブックを制作しました」（井内さん）。

生活者の最も身近な立場としての役割

同社の防災ブック「もしもに役に立ついつもの備え」は、安全に避難するために必要なもの、電気・ガスが使えない中で必要なもの、備蓄の仕方やおすすめの食品などの情報が分かりやすく書かれたもの。同社で

は2009年に新型インフルエンザが流行した時も、家庭に備蓄しておくものをまとめたリーフレットを作成しており、こうしたノウハウが防災ブックにも反映されている。

この防災ブックを9月1日の防災の日に合わせてダイエー全店で、店頭に設けたコーナーに設置したところ、多くのお客様が手にとられたという。「国や自治体も備品についての情報を発信していますが、地域の方々に毎日足を運んでいただいて、なおかつそこに必要な品がおおむね揃っているというスーパーは、生活者にとって最も身近な防災情報の発信場所であり、あわせて備蓄も準備いただける最適な環境だと思っています」と井内さん。

災害時だけでなく、日常においても防災情報を発信する同社は、家庭での備蓄のカギを握る主婦にとっても頼りになる存在となっている。

二次災害を防ぐ医薬品・衛生用品の備蓄

備蓄というと水や食料などに目が行きがちだが、薬も命に係わる大切な備蓄品である。日本チェーンドラッグストア協会では、東日本大震災時、医薬品や衛生用品をはじめ、水、食品、日用品の提供、薬剤師の派遣、義援金などの支援を実施。「この時の経験から、二次災害防止のために医薬品や衛生用品の備蓄も重要だと強く感じました」と、同協会事務局は話す。

厚生労働省の要請によって被災地に救援物資を送ることとなったが、その際、メーカーなどから提供された物資を救急箱のように様々な種類を詰めて一つの箱にセットして現地に送った。現地での仕分けを不要にしたこの対応は、のちに備蓄パンフレットの監修をしていただいた防災システム研究所の山村武彦所長から高く評価されたという。

この大量の物資は、陸路ではなく、水産庁の船によって横浜から送り出された。「大地震が起きれば、陸路での輸送やメーカーの供給が困難になることが予想され、また時間の経過によって、個々人の状況によって必要なものも変わります。家庭での備蓄が二次災害を防ぐ効果的な手段だと考え、昨

ダイエーが制作し、店頭で配布している防災ブック。携帯しやすいサイズになっている。

ダイエーの防災ブックは、防災の知恵とグッズをカテゴリ別に紹介。イラストが多用され見やすい。

薬剤師会や薬科大学の学生の力を借りて、東日本大震災の被災地へ物資を送った。

宮城県薬剤師会と連携し、薬剤師を避難所に派遣。被災者からの相談に応じた。

年、医薬品・衛生用品等の備蓄リストのパンフレットとポスターを制作しました」（同協会事務局）。

消費者が知りたい具体的な情報を公開

パンフレットには、基本備蓄としてかぜ薬、健康・補助食品、救急用品など15品種60品が、またベビー用品と老人（介護）用品として20品が紹介されている。それぞれの必要性が三段階に表示され、量の目安や備蓄のポイントもあわせて書かれている。

これらの情報は、同協会として東日本大震災時に物資を提供した経験や、それぞれの家庭の状況を考えた時に必要なものを事務局のスタッフがリスト化し、それを二人の監修者がしぼっていったという。パンフレットは150万部、ポスターは10万部を制作され、追加で欲しいという小売事業者や、自治会の防災対策に役立てたいという消費者からの連絡があるなど、一定の評価があったという。

これらの情報はすべて同協会のホームページに掲載されており、「この情報をもとに各家庭の事情に合わせてアレンジし、多くの人に広く活用してほしい」と同協会事務局は話す。

何を、どのぐらい備えておけばいいのか一般消費者にはなかなかわかりづらい医薬品・衛生用品について、ここまで具体的な情報を提示した事例は初めてだろう。専門性と東日本大震災時の教訓を活かしたこのリストは、二次災害を防ぐ上で大きな参考になるはずだ（31ページ下部コラム参照）。

キリンビバレッジ株式会社
マーケティング本部 マーケティング部
木村真様

株式会社ダイエー
総務部 総務管理・渉外課 課長
井内邦彦様

JACDS 日本チェーンドラッグストア協会
事務局

一般生活者に対する取り組み

生活者の日常に防災を溶け込ませる

三井不動産株式会社

「防災」という固い内容をいかにわかりやすく伝えていくか。多くの自治体や行政が抱えている課題ですが、商業施設という特性を活かすことで、地域住民の日常に防災を溶け込ませている取り組みがあります。

週末に「防災」を楽しむイベント

家族で過ごす週末の定番となった大型ショッピングセンター。その賑わいの中で、ひときわ黒山の人だかりができているコーナーがあった。水消火器で炎の的を倒す姿を記念写真に撮る家族連れや、スタッフが出す防災クイズに真剣な面持ちで答える子どもたち、地元の自主防災組織の隊員に骨折や出血時の応急措置を教わる夫婦――。

三井不動産㈱と三井不動産商業マネジメント㈱が主催するイベント「&EARTH 災害に負けない知識を学ぼう！ ～ BOSAIスタンプラリー」での、買い物を楽しむ場と防災を学ぶ場が一体となった風景。今年で3回目になるこのイベントは、3月に首都圏の11箇所のショッピングセンターで実施され、約3800人のお客様が参加された。

この取り組みを始めたきっかけを、三井不動産㈱商業施設本部商業施設運用部の水津和幸さんは「当社では東日本大震災の被災地支援を実施してきました。こうした支援の継続とともに、我々が首都圏に数多く展開している施設において、そこにいるお客様にいつ起きてもおかしくない地震への備えを伝えていくのも、当社のCSR（企業の社会的責任）ではないかと考えました」と話す。

イベントスタッフを社内のボランティアが務める

このイベントの特徴の一つは、「わかりやすく、楽しいこと」。「買い物」を目当てにいらしているお客様に、「防災」に対して時間をわざわざ割いてもらえるだけの魅力がなければ、このイベントは成り立たない。そこで、阪神・淡路大震災の被災者からのヒアリングをもとに、ゲーム性やクイズ感覚を取り入れた防災プログラムを展開しているNPO法人プラス・アーツとパートナーを組み、各会場の地域性や規模に合わせた内容を企画した。

また2回目からは、イベントのスタッフを社内のボランティアが務めるようになった。イベント前に、プラス・アーツによる研修会を開催し、各プログラムを運営するノウハウ

スタンプラリーも、子どもたちの関心を引き付ける仕掛けの一つ。景品も防災に関連した商品となっている。

施設によっては、常設の行政の情報発信コーナーを設置。地元のボランティアとともにイベントを実施した。

を身に着けてもらっているという。「今回は当社グループ全体のCSR活動とするために、全グループ会社からボランティアを募りました。我々のグループはマンションや戸建ての販売、メンテナンスなど住宅に関わる様々な業務を担っており、こうした英知を集結すればさらにいいイベントへ発展させていけると考えています」と水津さんは話す。

自治体との連携で地域の取り組みへと発展させる

もう一つの特徴が自治体との連携だ。今回は9つの自治体と共催または後援を組んでいる。「各自治体も防災の取り組みを行っていますが、多くが“集まってもらう”ことを前提としたもので、人数が集まらない、特定の方しか来ないという課題を抱えたところも多いのではないかと思います。しかしこのイベントはもともと不特定多数のお客様がいらしている場所で行うものであり、しかも災害の際に『共助』の中心となる若いファミリー層が多い。わかりやすいコンテンツやお客様の反応をご覧になって、『参加者が来るのを待つよりも、自ら出ていって伝えた方が伝える力は強い』ということを自治体の方々に理解していただいたことが、今回の共催・後援につながったのだと思います。買い物を楽しもうといらしたお客様が偶然通りかかってイベントを体験し、結果として帰る時には楽しく防災知識を習得。また地域の防災情報も得ることができたと満足していただける。そうした可能性を、我々の商業施設は持っています」と水津さん。

約半年間かけて、水津さんは自治体を何度も訪ね、この企画を詰めていった。自治体も単なる「名義貸し」ではなく、担当者が直接、住民と会話し、情報を発信している。代理店や業者任せにするのではなく、情報を発信したい側が労力を惜しまず熱意を持って防災を伝えていく。参加されたお客様の笑顔がその「伝える力」の強さを証明している。

三井不動産株式会社
商業施設本部 商業施設運用部
水津和幸様

一般生活者に対する取り組み

消費者運動から減災につなげる

一般財団法人
消費科学センター

災害時に最も役に立ったのは「自助」だと、
阪神・淡路大震災からの調査で示されています。
自宅の耐震強化、備蓄だけでなく、私たち消費者には
防災についての「学び」も必要とされています。

消費者による消費者のための消費者教育

2012年12月、これまでの消費者教育の在り方に大きな変化をもたらす法律が施行された。消費者が主体的に「消費者市民社会」の形成へ参画できるよう促す「消費者教育の推進に関する法律」だ。

「消費者運動の基礎となるのが、生活体験に立った『学習』です。消費科学センターは1964年に創立して以来50年間、消費者教育を柱として活動してきました。改めて、消費者による消費者のための教育の重要性が再認識されていると感じています」と、一般財団法人消費科学センター消費者教育事業部の古川英子さんは話す。

同センターでは年間テーマを決め、シンポジウムと消費者大学講座を行っている。2012年度はテーマを「災害への備え」とし、シンポジウムを2回、消費者大学講座を28回、見学会を2回実施した。様々な面で消費者の生活に大きな影響を与えた東日本大震災で何が起きていたのかをよく知り、そこから学び取れることは何かを探り、対策を考えるために、「災害」をテーマにしたという。

講師の依頼は、古川さんをふくめ三人が分担して自ら情報収集にあたり、直接お願いしている。「非常に多忙な著名な方々もいらして、時間をいただくことが困難なこともありますが、そこは50年来の先輩方の豊富な人脈もあり、毎月充実した講座が開催できています」と古川さんは話す。

幅広い分野の専門家による講演

「災害への備え」について講義を行ったのは、大学教授から商店街組合理事、ジャーナリスト、行政機関、大手流通企業など幅広い分野からの専門家。

テーマも、災害の基本的な知識から、共助に備えた日常からのコミュニケーションの取り方、“いつも防災”や“卒災”、天災と人災の違い、災害時のリーダーシップや情報発信のノウハウ、交通機関への考察、ボランティア活動から地震保険まで、多種多様な視点から取り上げている。

専門家を招いて行われるシンポジウム。幅広い分野の専門家がパネリストを務めている。

講座終了後の質疑応答は、講師と参加者の交流を深める貴重な機会。（写真の講師は東邦大学医学部教授 瓜田純久氏）

「消費者の視点」からの防災

また、もちろんそこには「消費者の目線」がしっかり含まれている。例えば、講座参加者の関心が高かったという「地震保険」というテーマは、後日、古川さんが編集委員を務める「東京くらしねっと」（東京都、毎月10万部）というフリーペーパーで取り上げたところ、人気特集の上位4位になったという。

今、消費者が防災について一番知りたいことは何かというニーズを講座の開催を通してキャッチし、様々な媒体を通じて情報を広く発信している。

「私たちの目指す消費者教育の重要な視点は『予防』です。病気になってからの対応ではなく、病気になりにくい心身を作る『予防医学』と同じように、私たちが学び、広い視野を持って正しい知識を持てば、社会全体の減災につながると考えています」と古川さんは話す。

企業の防災の取り組みに「消費者の視点」を

また消費者だけでなく、企業にとっても、消費者大学講座は、テレビや本などを通すのではなく、直接講師の話を聞き、質問できる貴重な機会になっているという。

「参加して下さった企業の方からはこの場をきっかけとして講師の方々とつながりができたという話も聞いています。今後企業は、マーケティングだけでなく、防災の取り組みについても、消費者の視点を取り込んでいくことが、企業の発展にもつながる重要なことではないでしょうか」と古川さん。

同センターの講座は、消費者教育の場だけでなく、消費者と専門家、企業をつなげる場としての役割も果たしている。

一般財団法人消費科学センター
理事 消費者教育事業部
古川英子様

従業員
に対する
取り組み

従業員の防災の意識啓発への取り組み

**株式会社
ゼンショー
ホールディングス**

BCPにおいても、また被災地への支援活動においても、
基本となるのはお客様と従業員の安全。
防災対策の効果を十分発揮させるためにも、
当事者の防災への意識向上が求められます。

「いち早く食事を提供したい」という想いから生まれた事例

仙台城開府以来、途絶えることがなかった人々の活気や賑やかさを仙台市が失ったのは、東日本大震災の時。暗く、静まり返ったＪＲ仙台駅前の商店街の中で唯一明かりのついた店があった。ガスは復旧していなかったが、すき家仙台クリスロード店の従業員が機転を利かせて自宅から電気炊飯器をかき集めてきてご飯を炊き、牛丼、カレーなどを調理。温かい食事を求めて長蛇の列ができた。

「一刻も早くお店を再開するためには何が必要なのかを自分たちで考えて、行動したことで、地元の皆様に温かい食事を提供できました。我々が経営、または防災やＢＣＰ（事業継続計画）において目指す方向性が、この事例に表れていると思います」と、株式会社ゼンショーホールディングス グループ経営本部ゼネラルマネジャーの小野﨑聡さんは話す。

従業員に自立・自主性を求める取り組み

「自分の頭で考えて主体的に動く」。同社の小川賢太郎会長の経営哲学の趣旨は、東日本大震災後の従業員向けの防災対策にも反映されている。一つは、本社の従業員を対象に会社から1000円を支給し、オフィスに置いておく備蓄品を自分で買い揃えてもらうというもの。最低限、水と食料は用意するという条件以外に縛りはない。「性別や体力など個々の状況は異なります。自分に本当に必要なものを見極めてもらうことで、防災意識の啓発につなげたいと考えました」（小野﨑さん）。

また2012年３月には徒歩帰宅体験を実施。約100名が参加し、歩いた平均時間は約２時間、距離は約8.5㎞だった。翌日、職場でその感想を話してもらうとともに、レポートを提出してもらい、全従業員で共有した。「『1.5リットルの水は重たくて疲労の原因』『東京タワーなどが目印になる』など、実際に体験したからこその気づきがたくさん

東日本大震災後、早々に温かい食事を提供したすき家仙台クリスロード店。忙しい中でも笑顔でお客様に接する。

日本語、英語、中国語、スペイン語、ポルトガル語に多言語化された安否確認システムの画面。

ありました。こうした体験があれば、災害が起きて交通がマヒした時に徒歩で帰宅すべきかどうかを自分で判断できますし、身近な人へのアドバイスにもつながります」と小野﨑さんは話す。

防災訓練としては年に2回、テナントビルが主催する訓練に参加しているが、「昨年は我々からも訓練メニューを提案させてもらいました。自分たちが引っ張っていくという気持ちがなければ、実りある効果的な訓練にはなりません。子どもたちが自ら率先して避難を促した“釜石の奇跡”を企業内でも醸成していきたいと考えています」と総務部部長の菅沼博之さんは話す。

社会的責任を果たすためには、従業員の安全確保も重要

こうした施策と並行して、会社としても「従業員の命を守る」ための施策を進めている。「自分たちで揃えてもらった備蓄品以外に、会社として全従業員の3日分の備蓄品を本部・工場・各事業所に整備しました」と菅沼さんは話す。

また2012年2月には従業員3000名を対象にした安否確認メールの配信システムを立ち上げた。工場のスタッフ向けに英語や中国語などの多言語にも対応したもので、「気を遣ってくれてありがとう」という英語のメールが毎月11日に行うテストメールの返信の中にあった時には嬉しかった、と菅沼さんは話す。「我々のグループの約4500店舗があわせて一日当たり約200万食を提供していることを考えれば、食のインフラ企業としての社会的責任は大きいと考えます。この責任を果たしていくためには、従業員の安全確保も重要です。自立を促す意識啓発とともに、会社としてできることの両輪で、防災対策を進めていきたいと思います」（菅沼さん）。

株式会社ゼンショーホールディングス
総務部 部長
菅沼博之様

株式会社ゼンショーホールディングス
グループ経営本部 ゼネラルマネジャー
小野﨑聡様

株式会社ゼンショーホールディングス
グループ経営本部 業務改革推進室
斎藤明子様

従業員
に対する
取り組み

従業員向けの防災備蓄品

**味の素
ゼネラルフーヅ
株式会社**

東京都では「帰宅困難者対策条例」として、従業員の３日分の水や食料などの備蓄品を用意するよう、事業者に要請を出しています。従業員の命を守るために、どのような物を備蓄し、保管、メンテナンスしていくのかが、問われています。

事務局が自ら選定した防災備品

「直接店に買いに行ったり、納品まで半年近くかかったり。これらの一つひとつの備品に思い入れがあります」と、味の素ゼネラルフーヅ㈱（以下、AGF）で防災対策の事務局となっている法務・CSR部部長の若林豊さんと同部リスクマネジメント推進専任部長の小黒信之さんは、ずらりと並べられた防災備品を手に取りながらそう話す。

AGFでは、従業員の３日分の水や食料を用意するほかに、大きく３段階に分けて備品を準備している。一つは、「従業員が常備している品」としてヘルメットと皮の手袋、次に「非常時に従業員に配布する備品」として懐中電灯や電池、ホイッスル、防塵マスクなどのセット、もう一つはLEDランタン、ラジオ付き携帯充電器、タオルなどの「事業所に配置している備品」である（詳細は右ページを参照）。

水と食料については、人数の増減に柔軟に対応できるよう、従業員数+10％分を全事業所に、また二つの工場には被災した事業所に送付するための50人分×3日分を備えている。この備品は、各被災事業所の判断で、従業員だけでなく地域に配布することも可能だ。

被災経験をもとに、女性用の備品を用意

このように充実した防災対策は、東日本大震災の教訓を反映し、見直しを図っていった部分が大きいという。

たとえば震災時に本社従業員のうち約９割が歩いて帰ったことを踏まえ、全国の従業員の自宅が事業所からどのぐらいの距離にあるのかをマッピングしたデータを作成し、各自の徒歩帰宅の状況を把握するとともに、「非常時に従業員に配布する備品」には徒歩帰宅を想定した備品を充実させていった。このマッピングは、事務局が毎月一日に異動リストを見ながら更新し、常に最新の情報を保持しているようにしているという。

「生理用品などの女性向けの備品は、実際には女性従業員からはそれほど希望する

従業員用に各事業所に配置している備蓄品。事業所の従業員数に応じた数量を用意している。

会議室を改装した備蓄品倉庫。中の物が崩れた時でも開くよう、扉は外開きに変えた。

意見は出なかったのですが、仙台の事業所からのヒアリングで、家族が困っていた時に助かったという話がありました。そこで大きな事業所の備品と、被災した事業所に送付する備品には屋外用のトイレのテントや生理用品を入れています」（若林さん）。

メンテナンスにも細かく配慮

備品の選定のほかに、メンテナンスも、防災備品対策においては大きな課題となる。各事業所の食料や水の数量・賞味期限は、事務局が一括して管理するとともに、交換時期ごとにテープの色を分けて備品に貼り、一目でわかりやすくするなどの工夫をしている。

また全国の事業所で行われる年に2回の防災訓練では、人員の数とともに、手元の備品に異常がないかを確認してもらい、備品の数や質に過不足があれば、このタイミングで更新を行っている。

「何が起こるかわからない災害に対して“万全”の対応策はないと思いますが、震災後2年かけて見直しを図ってきた防災対策に実効性を持たせるメンテナンスは今後の我々の最重要課題。その時にできる最善の対応をしていきたい」と若林さん。

震災後に大量に発信された防災に関する情報や社内から寄せられた意見を一つひとつ検討し、あらゆる想定から最適だと判断した対策を地道に積み上げてきた事務局。社内防災に対する真摯な思いが、同社の防災対策の要となっている。

従業員向けの防災備蓄品一覧

[従業員に支給している品]
ヘルメット、皮の手袋

[非常時に従業員に配布する備品]
懐中電灯、電池、ホイッスル、防塵マスク、アルミブランケット、使い捨てカイロ、簡易トイレ

[各事業所に配置している備品]
LEDランタン、ラジオ付き携帯充電器、タオル、水タンク、軍手

味の素ゼネラルフーヅ株式会社
法務・CSR部 部長
若林豊様

味の素ゼネラルフーヅ株式会社
法務・CSR部 リスクマネジメント推進専任部長
小黒信之様

社会・地域への貢献

日ごろからの地域の絆づくり

生活協同組合コープみらい

阪神・淡路大震災の時には、「自助、共助、公助」の割合が、「６：３：１」だったといわれています。隣近所で助け合う「共助」には、日ごろからの関係性が重要であり、企業がその中で果たせる役割もあります。

災害時だけではなく、日ごろから見守りの大切さを伝える

非常時に共に助け合うためには、普段から絆を結んでおくことが必要だと、避難する時や避難所生活を通じて感じました。もっと強く絆を結んでおけば、避難を呼びかけて、亡くなってしまった友達の大切な祖父や多くの人たちの尊い命が守れたはずです――。

「これは東日本大震災で被害を受けた女川第一中学校の生徒の言葉で、重みを感じます。この言葉にもありますが、災害時だけでなく、日ごろからの見守りの大切さも考えていくきっかけづくりとして、私たちは『地域支えあいマップ』という取り組みを進めています」と、千葉県・埼玉県・東京都で事業を展開する生活協同組合コープみらいの加藤一彦さんは話す。

「地域支えあいマップ」は、もともとは日本生活協同組合連合会が2007年から始めた、地域の地図を活用した疑似体験訓練のワークショップ「わがまち減災・Mapシミュレーション」がベースとなっている。当時のさいたまコープが一部プログラム内容を変えて取り組み始め、昨年度は埼玉県内34会場で約500人が参加している。

子どもたちにも伝わった地域の絆

「わがまち減災・Mapシミュレーション」では、冒頭に阪神・淡路大震災時の映像を流すが、「地域支えあいマップ」では、最初に東日本大震災の時のお互いの体験を話してもらう構成となっている。「当時の体験を話したいと思っていても日が経つとなかなかそういう場がありません。実際、目安の時間の20分を過ぎても話が止まらないこともあります」（加藤さん）。改めて災害への備えの重要性を認識してもらうとともに、初対面の相手とのアイスブレイクとしても効果的だという。

その後、班に分かれて、地図に一人暮らしの高齢者や、障害を持つ方、妊婦や外国人の方といった災害弱者となる可能性がある家にシールでマーキングをしていく。こうした方々に声をかけて助け合いながら、火事

「地域支えあいマップ」の様子。時には時間をオーバーするほど、議論が白熱することもあるという。

担い手講座では、初対面の相手と協力体制を築くためのアイスブレイクに力を入れている。

や橋の落下などの障害を乗り越えて、いかに避難所にたどり着くかをシミュレーションするというもの。1回約20名の参加、1時間半～ 2時間の内容となっており、組合員同士で、または自治体などと連携して開催を進めている。

「東日本大震災前に参加してくれたお母さんがお子さんに、災害が起きたら自分の身を守るとともに、周囲の安否確認をすることが重要だと伝えていたところ、震災時には、そのお子さんが近所の家を回って安否確認したと聞きました。このプログラムが役に立ったと聞いて本当に嬉しく思いました」と加藤さんは話す。

住民が地域で活躍するための バックアップ

この取り組みを広げるために、コープみらいがもう一つ力を入れているのが、プログラムの担い手養成講座だ。講座は3回にわたって行われ、すでに講師を務めている“卒業生”との交流もある。12年度には34名が参加し、13年度は新たに14名が担い手になるために学んだ。この48名の講師とともに、今年は40か所での開催を予定している。

しかし加藤さんは、「講師の皆さんには、コープみらいの枠にとどまらず、外部で積極的に同様のプログラムが展開できるよう、活躍の場を増やしてほしいと思っています」と話す。

「行政が災害時に重要な情報を一番持っているので、できる限り連携していきたいと思い積極的にお声がけしていますが、本来は我々が表に立つよりも、やはりそこに暮らしている住民の皆さんが主体となって活躍していくことが重要なことです。コープみらいの目指す『豊かな地域社会をづくり』を実現していくためにも、地域の皆さんをバックアップしていくことが我々の役割だと思っています」（加藤さん）。

生活協同組合コープみらい
埼玉県本部 参加とネットワーク推進室
加藤一彦様

社会・地域への貢献

地域密着企業としての社会貢献

ユニーグループ・ホールディングス株式会社
株式会社フジ
株式会社東亞酒造

地域に根付いた企業は、地域社会からより現実的で具体的な防災面での役割を求められています。地域密着型の支援を模索する３事例を紹介します。

自ら小学校に呼びかけ、津波避難訓練を実施

2013年9月1日、愛知県と同県稲沢市が主催となり、警察や消防、自衛隊など77の機関から約2800名が参加する大規模な総合防災訓練が実施された。その中に、総合小売業、コンビニエンスストア、都市型ミニスーパーなどを展開するユニーグループ・ホールディングス㈱（以下、ユニー）も、救援物資輸送の訓練として社員約10名が参加した。

訓練の他にもブースを出展し、地震直後の対応や非常用持ち出し品などについてパネルにして展示。これらの情報をまとめた「地震対策HAND BOOK」も訪れた住民に配布した。

「愛知県の訓練に参加するのは2回目なのですが、東日本大震災後にはこうした訓練に参加してほしいという地元自治体からの要請も増えており、パネル展示やハンドブックの配布も含め、各店舗も積極的に参加するようにしています」と同社業務サポート本部総務部の佐野彰彦さんは話す。

一方で、ユニー側から呼びかけを行った訓練もある。「津波の恐れがある店舗では、避難場所である近隣の小学校にお願いをして、開店前に従業員が実際に学校まで歩き、屋上まで上がらせてもらうという訓練を実施しました」（佐野さん）。

実際に体験することで得られた従業員の気づきとともに、これを機に小学校とのコミュニケーション強化につながったことも、成果として大きかったと佐野さんは振り返る。

被害把握システムで、いち早い再開を目指す

地域のライフラインとしての役割を果たすには、災害の被害を受けた店舗のいち早い再開が重要課題となる。ユニーは東日本大震災時には関東の一部の店舗が被害を受けたが、この時に役に立ったのが全店に設置してある「自然災害時の被害状況報告システム」だった。

2009年の駿河湾地震を機にシステムの検討を始め、東日本大震災が起きる1カ月前に導入されたばかりだった。各店舗が被害状

ユニーが参加した愛知県の総合防災訓練での様子。トラックからの荷物の上げ下ろしなどの訓練を行った。

ユニーが小学校の協力のもと行った津波避難訓練。アルバイトも含めた従業員が参加した。

況を登録することで、本社がいち早く被害状況を把握できるシステムで、「これがあったからこそ、被害があった店舗に物資や人員を集中することができました」と佐野さんは話す。

店舗での年に2回の防災訓練の他に、このシステムの訓練も年に2回実施。こうした訓練を積み重ね、従業員の防災意識喚起につなげている。

営業時間内に お客様との合同訓練を実施

「我々は地域密着なくしては生き残れない」と、断言する㈱フジの営業関連統括部長の髙月政司さん。愛媛県をはじめ、高知・香川・徳島・広島・山口県でチェーンストアを展開するフジは、防災面でも地域貢献に積極的に取り組んでいる。

その一つが、全店長の防災士の資格取得の取り組みだ。「防災士の店長を中心に従業員の防災教育強化につなげていくことが目的で、昨年、店長や関係部署の156名が資格を取得しました。私も実際に講習を受けてみて、目から鱗となったことがたくさんありました」と髙月さんは話す。

さらに昨年には、3店舗においてお客様との合同の防災訓練を営業時間中に実施している。一番最初に取り組んだ大型店エミフルMASAKIでは、お客様役として近隣の老人会や幼稚園から約150名の協力も得るとともに、訓練に参加した従業員の代わりに本部から応援人員を派遣し、レジや警備などを担当した。

「たまたま買い物に来られていたお客様も参加していただけるなど、社内だけの訓練に比べ、非常に緊張感のある訓練となりました。参加したお客様からも高い評価をいただき、いつどこで災害にあうかわからない中、お客様に一度このような体験をしていただくことも『安心・安全』につながるのではないかと考えています。本部から応援人員を派遣できる範囲の地理的条件などが整っていないとなかなか開催できない訓練ですが、毎年一回は実施していきたいと考えています」と髙月さんは話す。

商業施設として初めて災害対応型カップ自販機を導入

このお客様との合同防災訓練は、創業45周年のイベントについて意見交換会を行った際のある店長からの提案がきっかけだったという。防災面で地域貢献をしようとする意見やアイデアを積極的に取り入れるフジの姿勢から生まれた、もう一つの取り組みが「災害対応型カップ自販機」の導入だ。

これは紙コップ自販機のメーカーである㈱アペックスの商品で、災害の際、一時的に待機されているお客様に無料で飲料を提供するとともに、販売機の設定を変えることでお湯や水を提供することができるというもの。東日本大震災の避難所では、薬や粉ミルクを必要とした方に利用された。各自治体や病院での導入が進んでいるが、商業施設で導入したのはフジが初めてだという。「当初はトライアルで数台という提案だったのですが、防災時に役立つものであれば、規模を拡大して導入しようと決め、現在23店舗25台を設置しています」（髙月さん）。お客様との合同訓練の際にも、この自販機で飲料を提供したという。

「昨年防災士の資格を取得したばかりですが、今後は店内教育だけでなく、地域の自治体と協力して外部でも訓練や講習を行うなど、地域の防災力向上にも取り組んでいきたい」と髙月さん。独自のアイデアと迅速な実行力で「地域密着企業」としての社会的責任を着実に果たしている。

エミフルMASAKIでのお客様との合同訓練の様子。買い物にいらしていたお客様も参加した。

近隣事情に合わせた物資の提供

「我々は地域に根差した企業として、大手企業とは異なる視点から貢献したい」と話すのは、㈱東亞酒造の経営統括本部 本部長の赤堀哲也さん。創業は1625年の寛永二年で、1941年に埼玉県秩父から現在の同県羽生市に移転し、清酒や焼酎などを製造している。

「都会と違い、近隣には農業を営んでいる方も多く、いざという時でも食料を調達することができます。そこで、食料調達以外でお役に立てることはないかと考えました」と

フジの各店舗には、防災士である店長の顔写真と近隣の避難場所、海抜の情報が掲示されている。

倉庫に収められている炊き出し用の釜。後ろは災害時にも利用できるLPガスのタンク。

周辺住民を招いたイベントで炊き出し用の釜を利用してカレーを調理して振る舞った。

赤堀さん。その一つが、LPガスを利用した炊き出し用釜の導入だ。経年劣化した重油のボイラーに代わり、LPガスタンクを設置し、災害時の燃料を提供できるようにした。

また東日本大震災後には、衛星電話やAEDの設置、構内放送設備の新設など、社内向け対策も大きく見直し、社内防災組織に関しては、「消火班」「救護班」といったそれぞれの役割を記したビブスを制作した。「社員に己の役割を再認識してもらうだけでなく、このビブスを見た近隣の方にも共助の声をかけてもらいやすくなるのではないかと考えています」と、経営統括本部マネージャーの井上健司さんは話す。救急救命士の資格取得も奨励しており、現在社員70名中20名が資格を取っているという。

「私は阪神・淡路大震災を経験しており、食料や水などの他に、水のいらないシャンプーや赤ちゃんのおむつ、紙の下着などの物資が貴重だったことを身に染みて感じました。当社の体力を鑑みながら、災害時に本当にあってよかったと思われるこうした物資をできる限り用意していきたい」と赤堀さん。

地域とともに発展してきた企業だからこそ、その地域特有のニーズをくみ取ることができる。このメリットを活かした貢献が、地域密着企業には求められている。

ユニーグループ・ホールディングス株式会社
秘書室 室長
須賀明雄様

ユニー株式会社
業務サポート本部 総務部 チーフマネージャー
佐野彰彦様

株式会社フジ
取締役 執行役員 兼 営業関連統括部長
高月政司様

株式会社フジ
総合企画部 経営企画課 課長
村上聡様

株式会社東亞酒造
専務取締役 経営統括本部 本部長
赤堀哲也様

株式会社東亞酒造 経営統括本部 兼
総務経理部 兼 営業本部付 マネージャー
井上健司様

株式会社東亞酒造
総務経理部 総務課
東條恵梨様

社会・地域への貢献

地域一体となって対応する帰宅困難者の問題

株式会社そごう・西武
西武池袋本店
（株式会社セブン&アイ・ホールディングス）

東日本大震災では約515万人の帰宅困難者が発生したといわれています。行政だけでなく、住民、通勤者、企業、鉄道業者などが結束しなければこの課題には対応できません。大型ターミナル駅周辺では地域が一体となった取り組みが進んでいます。

従業員1400名が参加した帰宅困難者対応訓練

一日約20万人が訪れる㈱そごう・西武西武池袋本店。通常、10時前には開店を待ちわびる買い物客が列をなしているが、2012年2月3日は9時から10時までの間、同店の従業員約1400名と東京消防庁によって防災訓練が実施された。

「従業員がお客様役と誘導班に分かれ、営業時間中に強い地震が発生したという想定のもと、速やかな避難を行うとともに、店内の一時待機場所までご案内し、水などの備蓄品をお配りするという訓練です」と、同店の防災対策を担当する総務部部長の樫本潔さんは話す。

同店では東日本大震災の経験を踏まえ、従業員の人数×3日分の備品にプラスしてお客様用の水・食料・毛布・非常用トイレなど約3000名分(1日分)を用意。店内の一次待機場所についても整理を行ってきた。「日ごろの訓練の集大成になった」と樫本さんが振り返ったこの大規模な訓練は、東京都が池袋・新宿・東京各駅周辺と臨海地区で実施した「東京湾直下地震発生時の帰宅困難者対応訓練」の一環で、西武池袋本店に続いて、池袋駅構内でも訓練が行われ、東京都や区の職員、またマスコミも多く集まり、注目度の高い訓練となった。

訓練の積み重ねこそ、リスクマネジメントの原点

「実は、店舗の従業員のうち、当社の社員は約15%で、85%はテナントなどから来ている外部の方です。全員が自衛消防組織としての役割を持っていますが、人の入れ替えも激しいため、我々は総合防災訓練を年に4回、消火器の訓練は毎月22日に、また各フロアで安全委員会を年に2回実施するなど、訓練を積み重ねています。東日本大震災の時には幸いにしてお客様にお怪我はなく、それ以降、『有事が起きれば、共にお客様の安全と命を守る』という意識が高まっていますが、やはり訓練がリスクマネジメントの原点だと思っています」と、総務部安全管理担当課長の淀川俊哉さん。また西

2012年2月3日の防災訓練の様子。エレベーター閉じ込めからの救出やスプリンクラー故障時の対応なども実施。

2012年2月3日の防災訓練の様子。帰宅困難者に帰宅の方面別に並んでもらう。

武池袋本店へ所属となった新入社員は、豊島消防署が管内の事業所を対象として行っている自衛消防訓練審査会の選手として出場するため、約2か月間訓練を重ねるなど、スキル習得にも努めている。こうした同店の積極的な取り組みが、この大規模訓練の参加要請につながった。

地域の連携が帰宅困難問題のカギを握る

自社内訓練への注力のほかに、もう一つ特徴的なのは地域との連携だ。「都が豊島区と共同して発足させた、駅周辺の事業者等を構成員とする混乱防止協議会の活動が活発で、一斉帰宅抑制対策会議や防災訓練にも参画しています。今年1月には、池袋駅に乗り入れている鉄道4社と、我々も含めた周辺百貨店、学校法人など計17事業者と区が帰宅困難者対策についての連携協定を締結するなど、区の強いイニシアティブのもと、地域間連携が進んでいます」と、総務部安全管理オフィサーの長谷川祐一さんは話す。ＪＲ東日本が主幹となって、鉄道事業者や西武池袋本店を含めた百貨店などが一緒に行う訓練も年に2回実施しているなど、関係事業者間の連携も強い。

「帰宅困難者の問題は一社では対応しきれません。日頃から情報共有などの連絡体制を構築しておくことや、今回の協定や地域との防災訓練を通して、我々の役割を明確にすることは重要なことです」（長谷川さん）。

まずは自社内の訓練で防災意識やスキル向上を図り、それをベースに地域との連携・防災訓練を積み重ねている西武池袋本店。同店をはじめとした池袋駅周辺の連携が「帰宅困難者」という都市が抱える大きな課題に対する一つのモデルケースとなることが期待されている。

株式会社そごう・西武
総務部 安全管理オフィサー
長谷川祐一様

株式会社そごう・西武 西武池袋本店
総務部 総務部長
樫本潔様

株式会社そごう・西武 西武池袋本店
総務部 安全管理担当 担当課長
淀川俊哉様

社会・地域への貢献

非常時における地域インフラとしての機能

イオン株式会社

東日本大震災の際、小売業にとって大きな課題となったのが電源確保。電源確保とあわせて、地域の防災拠点としての役割強化に取り組んでいる事例を紹介します。

国内初の「防災対応型スマートイオン」

最大収容人数55000人を誇る京セラドーム大阪。2013年5月、そのすぐ横にオープンしたイオンモール大阪ドームシティは、イオン㈱の次世代型エコストア「スマートイオン」の防災対応型店舗の第一号店だ。

「スマートイオンとは、エネルギーの融通や防災・地域インフラの構築、生物多様性・景観への配慮など地域との連携・協働が不可欠な5つの基準を満たした店舗のことです。2013年にオープンした『イオンモール八幡東』『イオンタウン新船橋』『イオンモール幕張新都心』、そしてこの『イオンモール大阪ドームシティ』の4店舗をスマートイオンとして展開しています」と、グループ環境・社会貢献部部長の金丸治子さんは話す。

イオンモール大阪ドームシティの「防災」と「エコ」への取り組みは、①地域をまもる、②エネルギーをまもる、③地球環境をまもる、④防災とエコをつたえる、という4つのコンセプトに基づいている。たとえば、大阪府との災害時の物資供給協定や、大阪市西区との津波指定避難ビルとしての協定締結、衛星電話・携帯ラジオ・医薬品等の防災用品を備えた「ファーストエイドステーション」の導入、また防災センターのフロアのかさ上げ、高い位置に設置した分電盤や非常用コンセントなど防災面で様々な対策が施されている。最も特徴的なのは非常用発電機兼用のガスコージェネレーションシステム（以下、ガスコージェネ）の導入だ。

停電時の電源確保のシステムを導入

このガスコージェネは耐震性が高い中圧ガス導管を活用したシステムで、通常時はモール全体で必要な電力の約3分の1をまかない、停電の際には店舗内の食品売り場や防災センターなど重要な拠点の電源となる。

また発電の際に生じた排熱を店舗内の空調設備のエネルギー源に利用。さらにその一部を大阪ガス㈱のエネルギープラントへ供給し、周辺地域の熱源として活用できるようになっており、防災とエコを両立したシステ

2013年5月に大阪市西区にオープンしたスマートイオン大阪ドームシティ。防災対応型店舗の国内第一号店。

耐震性の高い中圧ガスを活用した常用防災兼用のガスコージェネレーションで、停電時の電源を確保。

ムとなっている。

「東日本大震災の際には、東北の店舗では停電で冷蔵・冷凍設備が稼働できずに大量の食品廃棄が発生するという事態にもつながりました。災害時の小売業の使命は店舗の営業継続で、そのためにはエネルギー源の確保が必須となります。この時の教訓から、非常時の電源を確保しました」と金丸さんは話す。

イオンモール石巻では約2週間、店舗の一部を東日本大震災の被災者の避難所として提供したが、このイオンモール大阪ドームシティでも一時避難場所としての機能を想定しており、非常用電源は避難生活を支えるインフラともなる。

持続可能な「まちづくり、コミュニティづくり」への貢献

イオンモール大阪ドームシティの4階には、大阪市や関西学院大学などと連携した「防災とエコのインフォメーションコーナー」が設けられ、タッチパネル画面や模型などで同モールのエネルギーシステム・避難所・防災知識などをわかりやすく伝えている。同モールのコンセプトの一つ「つたえる」を実現したものだ。

「私たちの“スマートイオン”の取り組みは、持続可能な店舗づくりだけでなく、地域の皆様とともに進めるコミュニティづくり、まちづくりの実現という意味合いを強く持っています。ハード面だけでなく、地域をつなぐ情報発信もあわせて積極的に行っていく必要があると考えています」と金丸さん。今後イオンでは、自家発電設備など様々な対策を施した防災拠点店舗を全国100か所に設置していく予定だという。

非常時、小売業もライフラインとしての使命を果たすことが求められているが、そこから一歩先に踏み込み、社会を支える重要なファクターである「電源の確保」を実現して地域の防災拠点としての役割を担おうとする「スマートイオン」の取り組みは、企業の新たな防災の役割として注目される。

イオン株式会社
グループ環境・社会貢献部 部長
金丸治子様

社会・地域への貢献

業界団体としての社会貢献

一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会
一般社団法人日本ショッピングセンター協会
日本チェーンストア協会
一般社団法人日本加工食品卸協会

一企業だけでは対応困難な防災の課題に対し、業界団体がさまざまな側面からバックアップを行っています。

「帰宅困難者対応」の課題に対し、自治体といち早く連携

東日本大震災の際、徒歩で帰った人の中には、コンビニエンスストアや外食、小売・サービス店で水や食事をとり、また店舗が知り得た災害情報を聞いたりトイレを借りたりすることにより、元気を得た人も多いはずだ。

「自分たちも被害を受けているのに、『困っている人がいれば助けたい』というコンビニエンスストアや外食、小売・サービス業の気持ちは我々にとって本当に嬉しいですね」と日本フランチャイズチェーン協会（以下、JFA）で安全対策委員会の委員長を務める吉田浩一さんは話す。

JFAが関西広域連合と会員企業との災害時帰宅困難者支援協定の締結を取り計らったのは2005年のこと。当時はまだ「帰宅困難者」という言葉の認知度も低かったが、いち早くこの課題に取り組んだJFAは、その後も積極的に自治体に働きかけ、現在では38都道府県9政令市との協定締結を実現させている。

具体的な支援内容としては、協力店舗を「災害時帰宅支援ステーション」と位置づけ、水道水、トイレ、道路情報などを可能な範囲で提供し支援するというもの。平時においても、各自治体が主催する帰宅困難者対策訓練や震災追悼イベントに協力店舗が参加し、水道水、トイレの提供を行っている。2013年2月には、首都圏の民放ラジオ局10社と、ラジオを通じて帰宅困難者に緊急情報を提供する協定を結び、情報提供の場を広げた。

フランチャイズ本部約200社（店舗数11万超）を会員とするJFAが窓口となって全国で災害時帰宅困難者支援協定の締結を推進していくことにより、フランチャイズ加盟店の社会インフラとしての存在感を高めている。

「事例共有」を通して、会員企業の防災力向上を図る

JFAでは、コンビニエンスストア11社、外食・小売・サービス業などの8社で構成される安全対策委員会を設置しており、毎月委員会を開催している。そこでは「事例共有」

コンビニエンスストアやファミリーレストランなどに掲示してある災害時帰宅支援ステーションのステッカー。

JFAの安全対策委員会の様子。災害対応の強化を図るため情報共有など実施している。

の場を設けており、これまで災害時の初期行動などを記載した従業員に配布する防災ハンドブックなどによる取り組みが共有され、各社に取り入れられてきた。「防災は非競争の分野。共有して各社の防災力を向上させていくことが重要」と吉田さん。

そのほか、一般社団法人電気通信事業者協会に働きかけて、「災害用伝言サービス」を3月8日～ 16日にも体験利用できるようにしたり、各自治体が実施する徒歩帰宅訓練への参加を呼び掛けたりするなど、加盟店オーナーや従業員、委員会各社の従業員やその家族を対象に、防災力向上につながる仕掛けを打ち出している。

「JFA加盟の店舗数は、全国でコンビニエンスストアだけでも約5万店あり、飲食店等も含めると11万店以上にもなります。それらが協力して帰宅困難者対応や炊き出しを行えば大きな力となる。平常時は地域社会や行政機関・自治体との連携を強化し、会員企業自体の防災力を高めていくことが我々の役目。非常時には日ごろから築いてきた関係を活かして、正確な被害状況や交通情報をいち早く得て、それらを整理・発信し、各会員の災害支援をバックアップするのが協会の役割だと考えています」と吉田さんは話す。

各企業の事情に合わせた「チェックポイント」を作成

1973年に設立し、会員数が950を超える日本ショッピングセンター協会（以下、JCSC）では、2012年5月に「帰宅困難者対策チェックポイント」を作成した。

「東日本大震災後、全国のショッピングセンターでは、自治体や地域社会から帰宅困難者の一時避難場所としての役割を求められることが多くなっています。しかし、建物の安全性を災害発生時の限られた時間でどのように担保するのか、テナントやデベロッパーとの連携など、さまざまな課題があり、安易には引き受けられないという背景があります」と、作成に携わったJCSCの公共政策・環境委員会の事務局を務める情報企画部の今井隆さんは話す。

これらの課題を整理し、環境整備につなげるためのツールとして作成したのが、「チェッ

クポイント」というスタイルだった。「建物の立地条件や形状・規模も様々で、帰宅困難者が発生した災害種や発生時間も異なる状況では一律のガイドラインを設けるのは難しい。しかしチェックポイントという形であれば、各々の状況に合わせて、対策を図ってもらうことができます」（今井さん）。

企業が社会からの要請に応えるための一助となるツール

そのチェックポイントの内容は、大きく①事前対策と②災害発生時の二つに分かれている。①事前対策では「施設の安全性確認をするために必要な事前準備」「意思決定、指揮命令系統、誘導体制の確立」「備蓄品」などの５分野26項目をYES or NOでチェックするようになっている。②発生時対応については、「臨機応変な意思決定と現場段階での判断が求められる」という前置きをしたうえで、14項目のポイントが示されている。

「当協会の会員企業の規模は様々で、予算や人員などの面から防災課題になかなか手が回らない企業もあります。そうした中、我々が社会からの要請に対し、ある程度目安になるものを作成して、会員に公表していくことは我々の一つの使命だと考えています」と今井さん。

ショッピングセンターは日本の小売業総売上高の２割を占めるまでに成長し、ライフラインとしての役割を求める地域社会からの要請はさらに高まると考えられる。各企業の現状を踏まえて作成された今回の「チェックポイント」は、こうした地域社会からの要請と各企業をつなぐ一助になるはずだ。

JCSCの「SCの帰宅困難者対策チェックポイント」はHP（公共政策＞ガイドライン・施策／活動）で確認できる。

阪神・淡路大震災などのこれまでの教訓だけでは対応しきれなかった大災害

戦後初めての都市型災害として大きな被害を出した阪神・淡路大震災。この震災では、食品や医薬品などの商品を円滑に提供するために様々な法規制が壁となったり、発災後の交通対策が機能せず物流が滞ってしまったりなど、各チェーンストアに対しても様々な課題を突き付けた。

日本チェーンストア協会（以下、JCA）では、当時何が起きたのか、それに対して各店がど

JCAのHPから「非常持ち出し品」と「ライフライン断絶時の備蓄品」のチェックリストがダウンロードできる。

う対応したのかを時系列にまとめ、そして法規制がどのように弾力的に運用されたかということを振り返り、営業継続のために必要なことを探ってきた。ここでの教訓に、新潟県中越地震や北海道南西沖地震などでの経験も踏まえて、2006年には『チェーンストアにおける大規模地震対策について～基礎知識と対応のポイント～』をまとめている。しかし、こうした長年の経験をはるかに超えた災害となったのが、東日本大震災だった。

各ステークホルダーと連携した対策の必要性

「津波や燃料不足、東日本全体で起こった商品のひっ迫など、地域や行政、サプライチェーンなど様々なステークホルダーとの連携を強化していかなければ大規模災害には対応できないということを改めて認識しました」とJCA執行理事の田沢克彦さんは話す。

そこでJCAでは、総務委員会リスク対策分科会を中心に、内閣府防災担当や警視庁、消費者庁などの担当官による講義と意見交換を実施し、現状認識を協会会員と共有。その後検討を重ね、「店舗における営業の継続・再開」から「帰宅困難者対策」「物流等の燃料確保」「地方公共団体の対策、家庭での対策」「事業者に対する支援措置」など6項目からなる、「大規模地震災害時における事業継続に係る課題と意見・要望」を2013年11月に関係機関に提出した。

「例えば、緊急車両に準じた物流車両の重要性をどのように訴えていくか、施設内での二次的被害のリスクを含め避難場所としての役割や帰宅困難者への対応をどのように考えていくかなど、こうしたことはなかなか行政に対して言いづらいこと。しかし、正面から取り組んでいかなければ、次の大災害に東日本大震災の教訓を活かすことができません。具体的な折衝はこれからとなりますが、一企業では対応しきれない課題を業界団体としてカバーしていきたい」と田沢さん。

明日にも襲ってくるかもしれない大規模災害時に、チェーンストアが各ステークホルダーと一体となって社会的使命が発揮できるかどうか。震災に正面から取り組み、行政をはじめとする関係機関と一つひとつの課題を克服していこうとするJCAの取り組みが注目される。

その他、業界団体の取り組み

[一般社団法人日本加工食品卸協会]

東日本大震災による物流面の課題を教訓として、行政と連携協力しながら、緊急災害時、特に初動時のプッシュ型の食料供給の体制を点検し、「緊急災害時の食品供給に関するガイドライン」を作成・公開している。
(http://homepage3.nifty.com/nsk-nhk/form/20140109_01.pdf)

一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会
安全対策委員会 委員長
吉田浩一様

一般社団法人日本ショッピングセンター協会
情報企画部 部長
原田真一様

一般社団法人日本ショッピングセンター協会
情報企画部 担当部長
今井隆様

日本チェーンストア協会 執行理事
政策第一部 政策第二部 総務部 総括部長
田沢克彦様

一生活者として取り組んでほしい地震の備え

災害に強い社会を実現するためには、個々人の防災力向上が欠かせません。
ここでは、人命に関わる家具の固定や応急手当の知識のほか、
大切な人の安否を確認するための連絡方法、
ライフラインが途絶えた被災生活における食事やトイレの対策、
事前に準備しておくべきものなど、実用的な防災の知識を紹介しています。
次の大震災は、いつ・どこで起こってもおかしくありません。
この冊子を参考にし、今すぐにでも震災への備えに取り組んでください。

目次

1 家の中の耐震化 …… 30
・家具の転倒防止策
・その他の対策

2 応急手当 …… 31
・出血の応急手当
・骨折の応急手当
[二次被害を防ぐために
医薬品・救急用品の備蓄を]

3 災害時の連絡方法 …… 32
・家族で確認しておくこと
・各種災害用伝言サービスの特徴
[無理な帰宅は控える]
[従業員家族も参加する防災訓練]

4 災害時の食事 …… 33
・必ず用意してほしいもの
・食料品の備蓄
・発災直後の対応
[備えて安心な長期保存食]
[賞味期間の迫った備蓄食料の有効活用]
[非常食になったオフィスグリコ]
[非常食レシピ]

5 災害時のトイレ …… 37
・断水時の対応
・水洗トイレを直接流す
・非常用トイレについて
・備えておくと便利なトイレ用グッズ

6 防災グッズ …… 39
・家庭で用意しておくもの
・便利な多機能グッズ
・こだわり防災グッズ
・持ち歩くもの・身につけておくもの
・職場に用意しておくもの
・小さな子どものための備え
・高齢者のための備え
[災害弱者を守る企業の責任]

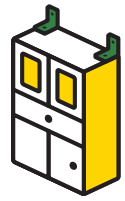
1 家の中の耐震化

阪神・淡路大震災では、屋内で負ったケガの原因の約50％が「家具等の転倒落下」でした。家具の耐震化は個人ですぐできる最も重要な防災対策です。

家具の転倒防止策

方法①
L字金具

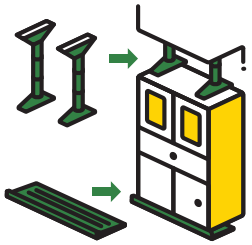
最も効果の高い方法ですが、下地材が入った場所など強度が十分な壁にネジで固定する必要があります。



代わりの方法として

方法②
ポール式器具＋ストッパー式器具

ポール式器具（つっぱり棒）とストッパー式器具を組み合わせて使うことで、L字金具と同等の効果があるという実験結果があります。※



身の回りのものを用いた応急処置

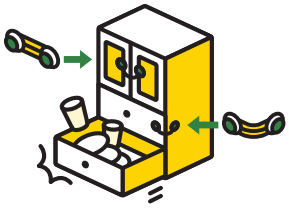
ポール式器具はダンボール、ストッパー式器具は滑り止めマットで応急的に代用できます。

家具の転倒防止のポイント

地震により発生する、家具が倒れようとする力と滑り出だそうとする力を押さえることが大切です。

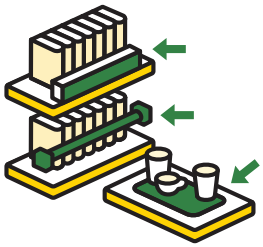
※参考：オフィス家具・家電製品の転倒・落下防止対策に関する調査研究委員会における検討結果／東京消防庁

その他の対策



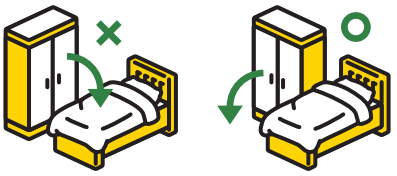
開き戸・引出し

飛び出し防止器具を取りつけましょう。



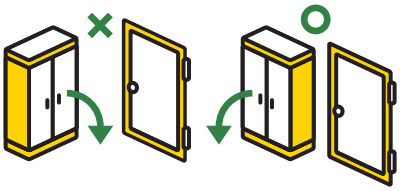
本棚・食器棚

滑り止めシートや落下防止器具を取りつけましょう。



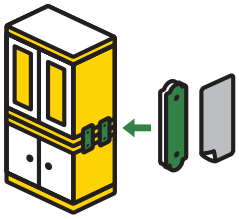
寝室

寝ている場所に倒れてこないようにしましょう。



ドアの前

避難の妨げにならないようにしましょう。

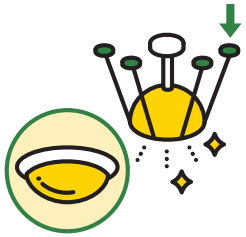


二段重ねの家具

平型金具や連結固定シールなどで連結しましょう。

薄型テレビ

テレビ台や壁に固定しましょう。



吊り照明

数か所を固定するか、直付タイプの照明にしましょう。

窓ガラス

飛散防止フィルムを貼るか、レースのカーテンをひいておきましょう。

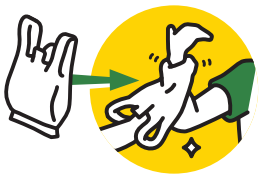
2 応急手当

大勢の負傷者が発生する災害時では、居合わせた人の応急手当で助かる命もあります。救急救命講習に参加するなどして知識と技術を身に付けておきましょう。

出血の応急手当

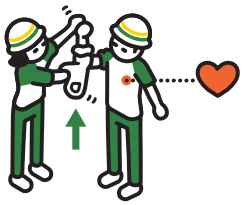
全血液量の1/3以上を失うと生命の危険があるため、大量出血は一刻も早く止血する必要があります。

1. 血液感染の予防のためビニール袋などで手を覆います。



2. きれいなガーゼやハンカチなどを傷口に当てます。

3. 心臓より高い位置に傷口をあげ、強く押さえます。



4. そのまま包帯やハンカチなどで固定します。

骨折の応急手当

骨が折れて痛みがある部分はむやみに動かさず固定することが大切です。

1. 折れた骨を固定する添木になるものを用意します。

2. 折れた骨の両端の関節と添木を包帯などで固定します。

3. 固定した腕を三角巾やレジ袋で首からつります。

4. 三角巾を胸にしばりつけるとより安定します。

二次被害を防ぐために 医薬品・救急用品の備蓄を

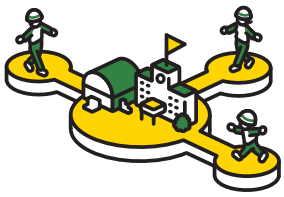
災害時は買占めなどの影響で必要な物が手に入りにくくなります。また被災が広域の場合、支援物資がすぐ手元に届くとは限りません。そこで家庭の備蓄が必要になってきます。水・食料はもちろんのこと、医薬品や救急用品も、二次災害を防ぐために必ず手元に備えておくようにしましょう。日本チェーンドラッグストア協会では、それらを詳しくまとめた備蓄リストを公開しています。そのリストを参考に必要なものを備えておきましょう。

日本チェーンドラッグストア協会の備蓄リストはホームページ（http://www.jacds.gr.jp/bichiku/）で確認できます。緊急持ち出し品、基本備蓄（医薬品・健康食品・飲料・救急用品・衛生用品）、ベビー用品・老人（介護）用品のリストが掲載されています。

3 災害時の連絡方法

家族の安否を確認しようとむやみに移動することで二次被害に遭うことも考えられます。事前に、二重三重の連絡手段を家族で確認しておきましょう。

● 家族で確認しておくこと



集合場所・避難場所

別々の場所で被災したとき、どこで落ち合うか決めておきましょう。

伝言メモの残し方

帰ってきた家族のために行先のメモを残す場所を決めておきましょう。

災害用伝言サービス

サービスの使い方を確認しましょう。毎月1日・15日などに体験可能。

連絡の取り次ぎ先

連絡の取り次ぎをしてくれる遠方の親戚・知人を決めておきましょう。

● 各種災害用伝言サービスの特徴

	使い方	登録可能番号	保存期間	番号あたりの登録可能件数	登録可能内容	備考
災害用伝言ダイヤル（171）	「171」をダイヤル	全ての電話番号 固定電話は被災地の市外局番に限る	1つの災害でのサービス終了まで	1-20件 災害規模によって変わります。	録音時間 30秒／件	録音時間が短いので、安否確認・居場所・これからの予定を簡潔に録音しましょう。
災害用伝言板（携帯各社提供）	各社携帯メニューから	携帯電話の番号 登録時に自動的に登録され入力不要	1つの災害でのサービス終了まで	10-80件 会社によって異なります。	100字／件＋被災状況（定型文から選択）	予め登録しておけば、伝言登録時に自動的にお知らせメールを送ることができます。
災害用伝言板（web171）	「web171」で検索	全ての電話番号 携帯・PHS・IP電話の番号でも登録可能	最大6カ月	20件	100字／件	安否を確認し合いたい人と、予め登録する電話番号を決めておきましょう。

携帯各社が提供する「災害用伝言板」と、「災害用伝言板（web171）」に登録された情報は相互参照可能です。

無理な帰宅は控える

災害時、人々が一斉に帰ろうと道路を塞いでしまうと、緊急車両が通れず、救助活動に支障がでます。また、帰宅中に余震等で二次被害に遭う危険性もあります。外出先で被災したら、むやみに移動せず安全な場所に留まるのが原則です。東日本大震災の際、家族の安否が気になり帰宅した人が多かったそうです。発災時、その場で安心して待機できるよう、安否確認の手段は複数準備しておきましょう。

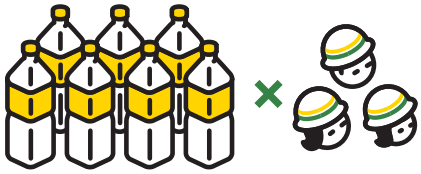
従業員家族も参加する防災訓練

食品の製造販売などを行う林兼産業㈱の関西事務所は大阪湾の埋立地にあり、社宅も同じ埋立地内にあります。2013 年、そこに住む家族が参加する津波避難訓練を会社として実施しました。避難先になっている食品工場の屋上に上り、ルートや場所の高さを実際に確認することで参加者は安心感を得ることができたそうです。会社の防災訓練に家族も参加できればお互いに安心ですね。

4 災害時の食事

東日本大震災以降、各種被害想定が改められ、「可能な限り１週間」の自活が求められるようになりました。普段の生活を見直すことで実現する食料備蓄のヒントをお伝えします。

必ず用意してほしいもの



飲料水

1人1日2リットル、最低3日分
できれば7日分を用意しておきましょう。

カセットボンベは
１本で約60分使用可能。
１週間で４,５本必要です。
（1日30～40分使用する場合）

カセットコンロ・ボンベ

電気・ガスが使えない中でも冷蔵庫の食材を
調理したり、お湯を沸かしたりできます。

食料品の備蓄

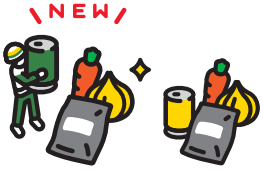
ローリングストック法

定期的に食べ、食べたら買い足す。循環させながら備蓄する方法です。
賞味期限が特別長い必要がないので、非常食の幅が広がります。

1 備蓄する食料を
必要な分量用意します。

2 定期的に（１ヶ月に１、２回程度）
古いものから少しずつ食べます。

3 食べた分を買い足し
補充します。



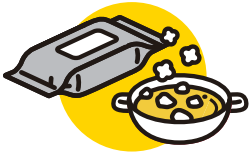
備蓄におすすめな食品の例

缶詰・レトルト食品

食べ慣れた好みの
ものを備えましょう。

乾麺

ゆで時間の短いものが
おすすめです。



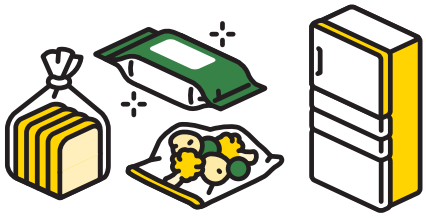
フリーズドライ食品

少量のお湯で元の風味・
栄養に戻ります。

乾物

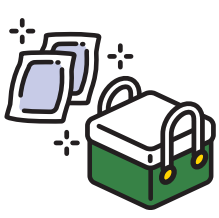
災害時に不足しがちな
ミネラル・食物繊維を補給。

発災直後の対応



冷蔵庫の食品から

停電になると冷蔵庫も
使えなくなります。
痛みやすい食品から
食べていきましょう。



保冷材の活用

普段から冷凍庫に
保冷材を用意。
停電時に冷蔵庫や
クーラーボックスに
入れて活用。

備えて安心な長期保存食

自治体や企業・施設などでは、コストや管理の面から「食べながら備蓄」という訳にはいきません。賞味期限が長く、手軽に食べられる非常食があると安心です（一部限定販売の商品もございます）。

備蓄用ごはん・おかゆ・お惣菜

非常時でも普段の食事のように
ごはんやおかゆ・お惣菜が食べられます。
（石井食品㈱／越後製菓㈱／東洋水産㈱）

常温でもおいしいカレー

植物油脂を使っているので、温めなくても
なめらかでおいしく食べられます。
（江崎グリコ㈱／㈱永谷園／ハウス食品㈱）

長期保存缶のカップ麺

缶内を無酸素状態にすることで
通常のカップ麺より長持ちに。
（日清食品㈱）

缶の野菜ジュース

災害時に不足しがちな栄養を
野菜ジュースで補給できます。
（㈱伊藤園／カゴメ㈱／キッコーマン飲料㈱）

長期保存缶のお菓子

開封してすぐ食べられます。
お菓子は、心の栄養です。
（江崎グリコ㈱／越後製菓㈱）

賞味期間の迫った備蓄食料の有効活用

企業の食料備蓄で問題になるのが賞味期間の迫った備蓄の処分方法です。キユーピー㈱は 2007 年、備蓄食品の開発を機に備蓄後の食品の再利用法を検討し「フードバンク活動」に辿り着きました。「フードバンク活動」とは、規格外の食品などを生活が困窮している方に無償で提供する活動です。キユーピーは自社の備蓄食品を、賞味期間を約 1 年残した状態でフードバンク団体に寄贈している他、取引先にも同活動を紹介し支援の輪を広げています。

キユーピーが提供する備蓄食品。常温で3年間保存でき開けてすぐ食べられます。

非常食になったオフィスグリコ

江崎グリコ㈱が提供する置き菓子®のサービス「オフィスグリコ」は、約 9 万社で 11 万 7 千台が設置されています（2014 年現在）。東日本大震災の当時、「電車が止まり会社に留まることを強いられたときに非常食になった」「コンビニに買い物客が殺到して食べものが品切れになる中、オフィスグリコがあって助かった」などの声が聞かれたそうです。普段からリフレッシュや小腹満たしで消費しつつ災害時は非常食になる。倉庫に備えておく非常食と合わせて、このような備蓄の形も食料の備えとして効果的です。

オフィスグリコ

非常食レシピ No. 1

冷汁風おかゆ

レシピ提供：味の素 KK（レシピ大百科）

作り方

1 ちくわは５ｍｍ幅の半月切りにする。
きゅうりは薄い輪切りにする。

2 器に「おかゆ」、みそ、「ほんだし」を入れ、混ぜ合わせる。1のちくわ・きゅうりをのせ、ごまをふり、しそ、のりを散らす。

材料（1人分）

「味の素 KK おかゆ」白がゆ……1 袋
ちくわ･小……1 本（25g）
きゅうり……1/3 本（30g）
みそ……小さじ 2
「ほんだし」……小さじ 1
すり白ごま……小さじ 1
青じそのせん切り……2 枚分
刻みのり……少々

非常食レシピ No. 2

なげこみにゅうめん

レシピ提供：キリンビバレッジ㈱

作り方

1 鍋にアルカリイオンの水2.5カップ、昆布といりこを入れ、しばらくおいてから火にかけ、沸騰したら火を止めて昆布といりこを取り出す。

2 しょうゆで味付けしただしに、そうめんを半分に折って乾いたまま投入する。柔らかくなるまで煮る。

3 みつばやねぎなどの香味野菜をはさみでぷつぷつと切って入れる。

材料（2人分）

そうめん……1 束（50g）
アルカリイオンの水……2.5 カップ
昆布…トランプ大 1 枚
いりこ……12 尾（10g）
しょうゆ……小さじ 1/2
みつば……2 本
（またはねぎ……1 本）

※塩味が少ない味付けなのは、乾麺そのものの塩分があるためです。

非常食レシピ No.3

さば缶のブルスケッタ

レシピ提供：㈱Ｊ－オイルミルズ

作り方

1 ボウルにＡを混ぜ、２等分に分ける。半量にトマトを加え、トマトソースを作り、半量にＢを加えてマスタードソースを作る。

2 バケットはトースターで焼き、「AJINOMOTO オリーブ&ガーリックフレーバーオイル」小さじ1/3ずつを塗り、1のマスタードソース、1のトマトソースをのせ、トマトソースにはパセリを散らす。

材料（４人分）

バケット（１cm幅に切る）…… ６ 枚
乾燥パセリ……適量
「AJINOMOTO オリーブ&ガーリックフレーバーオイル」……小さじ ２

●A
さば缶の水煮缶（粗くほぐす）…２ 缶
玉ねぎ（みじん切り）…… 1/2 個
「AJINOMOTO オリーブ&ガーリックフレーバーオイル」……大さじ ２
塩……適量
こしょう……適量

●トマトソース
トマト（1cm 角に切る）……1 個

●B：マスタードソース
きゅうり（５mm 角に切る）…1/2 本
マスタード……小さじ ２

非常食レシピ No.4

ごまさば丼

レシピ提供：テーブルマーク㈱

作り方

1 「たきたてご飯」はレジで温めておく。

2 さば缶を耐熱容器にすべて移し、ラップをして電子レンジ600wで30 ～ 40秒加熱する。

3 2にすりごまを合わせる。

4 「たきたてご飯」を器に盛り、玉ねぎ、3を汁ごとのせる。

5 斜め薄切りした絹さやを散らす。

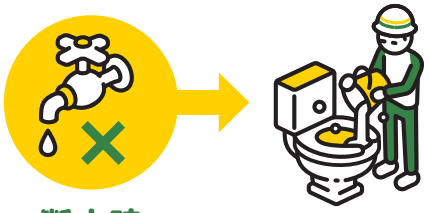
材料（１人分）

テーブルマーク「たきたてご飯」……1 食（200g）
さば味噌煮缶……1缶（100～150g）
すりごま……小さじ２～３
新玉ねぎ（薄切り）…… 1/8 個
絹さや（塩ゆで）……２枚

5 災害時のトイレ

被災生活で最も切実な問題の一つがトイレです。トイレの我慢が原因で体調を崩してしまうこともあるので、余裕をもった準備を心がけましょう。

断水時の対応



断水時

※下水道は利用できる場合

お風呂の残り湯など溜め置きの水で直接流すことができます。

マンションなどの集合住宅の場合、建物内の排水管の無事が確認できるまでは排水を控えましょう。

下水道が利用できない場合

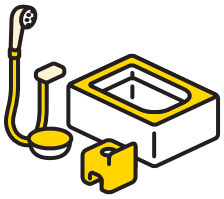
水洗は使わず、非常用トイレを利用しましょう。

下水道が利用できないときは詰まる原因になるので排水しないようにしましょう。

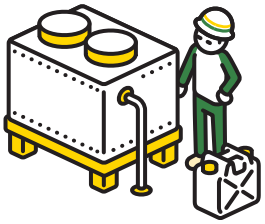
水洗トイレを直接流す

水洗トイレを直接流すのに必要な水の量

水の確保



浴槽にお湯を溜め置きしておきましょう。

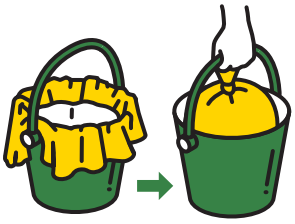


受水槽や給湯器など自宅の設備に溜められている水の取り出し方を確認しておきましょう。

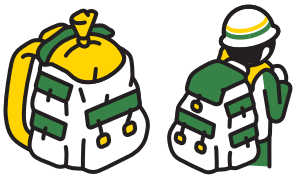
防災マップで給水場所を確認するなど、水が手に入る場所を把握しておきましょう。

水の運搬方法

台車で一度にたくさんの水を運ぶことができます。



ゴミ袋を使うことで水を清潔に運ぶことができます。



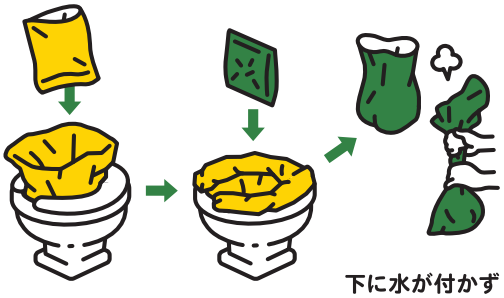
背負うことで運びやすくなります。特に階段を上るときにおすすめの方法です。

非常用トイレについて

備えておく量の目安

水道が復旧するまで
1ヶ月以上かかる
場合も考えられます。
できるだけ多く
用意しておきましょう。

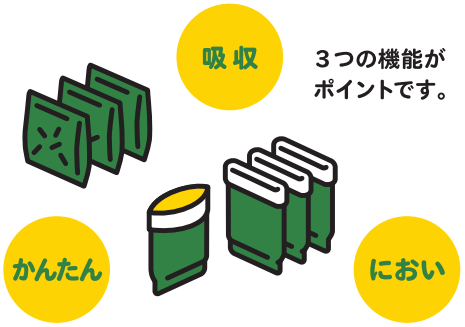
非常用トイレを使うコツ



便器にゴミ袋を被せ
その上に非常用トイレを
設置して使用します。

下に水が付かず
使用後の処理が
しやすくなります。

非常用トイレを選ぶコツ



3つの機能が
ポイントです。

備えておくと便利なトイレ用グッズ

消臭剤
臭いを抑えるために。

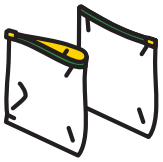
除菌洗浄剤
感染症予防のために。

ウェットティッシュ
水で手を洗う代わりに。

消毒液
手を消毒しましょう。

トイレットペーパー
多めに買い置きして
おきましょう。

おしりふき
厚手で丈夫なので
便器の清掃にも。



保存用密閉袋
非常用トイレやトイレット
ペーパーの廃棄に便利。

ランタン型ライト
停電時、窓のないトイレは
昼でも真っ暗。

6 防災グッズ

いつどこで地震に遭遇するか分かりません。また年齢・性別・健康状態によっても必要なものが異なります。必要な場所に必要なものを備えておきましょう。

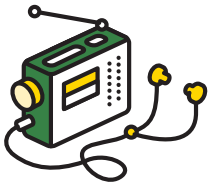
家庭で用意しておくもの

ヘッドライト

両手があき、夜間の作業や運搬時に重宝。

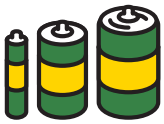
ランタン型ライト

停電時の室内照明に。部屋数に合わせた用意を。



携帯ラジオ

被災地で最も確実性の高い情報源。



乾電池

電気機器の予備電源として多めに。

ヘルメット

被災地での屋外での行動用。家族分を。

皮手袋

作業時のけが予防に。皮手袋がおすすめ。

歩きやすい靴

屋内でガラスなどを踏まないよう枕元に。

ロープ

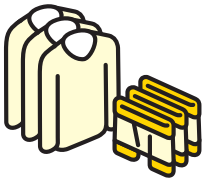
救助用の他、避難所で洗濯物を干すなど。

救急セット

医薬品は入手困難に。必要なものを家に用意。

ウェットティッシュ

断水時に手やまわりの物を拭いて清潔に。

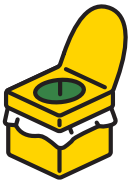


着替え

避難の長期化に備えて持ち出す準備を。

毛布

避難所や屋外での防寒具に。担架の代用にも。



災害用トイレ

被災地でトイレの問題は切実。多めの準備を。

カセットコンロ

大変なときだからこそ温かい食事を。

貴重品

通帳・印鑑を持ち出す準備を。現金は小銭も。

リュックサック

背負って両手が空くように。適度な重さにとどめる。

便利な多機能グッズ

新聞紙

折ってポリ袋を
被せて食器に。

丸めて骨折の
手当に。

ラップ

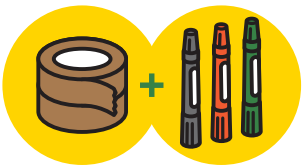
洗い物を
減らして節水に。

けがの応急
手当に。

大判ハンカチ

粉塵を防ぐ
マスクに。

けがの応急手当に。



ガムテープ＋油性ペン

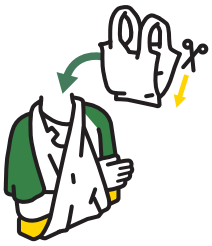
伝言メモとして。

ポリ袋・レジ袋

衛生的に
調理。

水の運搬に。

止血時の
感染防止に。



両端を裂いて
骨折の手当に。

レインコート

こだわり防災グッズ

懐中電灯

さらに

ヘッドライト

両手があく
ヘッドライト
は必需品。

軍手

さらに

皮手袋

けがの予防に
より丈夫な手袋を。

ウェット
ティッシュ

口腔ケア用なら
歯みがき代わりに
口の中を拭けます。
食器を拭くにも。

歯みがきガム

ボリュームのあるブロックタイプで歯みがきした後のような清涼感が得られます。

ノータイムガム（ロッテ）

持ち歩くもの・身につけておくもの

ヘッドライト

被災後の足元の悪い
夜道を移動するために。

充電器

携帯電話用に。モバイル
バッテリーがおすすめ。

アルミシート

外出先で宿泊を強いられた
際の防寒具として。

救急セット

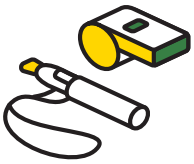
その場で最低限の
手当はできる準備を。

飲料水

最低限の飲料は携行する
よう心がけましょう。

非常食

甘いものは、体と心を
元気づけてくれる。



ホイッスル

閉じ込められたとき
音で助けを求める。

大判ハンカチ

包帯・マスク・ナプキン
など多用途で活躍。

職場に用意しておくもの

歩きやすい靴

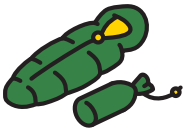
革靴は長距離歩行に不向き。
運動靴の用意を。

ヘルメット

余震に備え、地震後も
屋内外で頭の保護を。

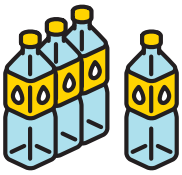
レインコート

雨天時の屋外での活動用。
防風・防塵にも重宝。



寝袋

職場での宿泊を余儀なく
されたときのために。



飲料水

飲料水を最低３日分は
各自で準備を。

非常食

職場に留まることを
想定して３日分を。

災害用トイレ

断水で職場のトイレも
使えない可能性が高い。

リュック型のカバン

荷物は背負った方が楽。
両手をあけられる。

小さな子どものための備え

レインコート

家屋の倒壊などで舞う
粉塵から全身を守ります。

おもちゃ・絵本

避難先などで暇を持て
余してしまうため。

抱っこひも

両手をあけて安全に
子どもと避難できる。

粉ミルク

母乳が出なくなり
頼らざるを得ない場合も。

オムツ

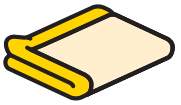
物資不足で必要なサイズが
手に入りにくくなる。

おしりふき

赤ちゃんのおしり以外にも
手や体を拭ける。

着替え

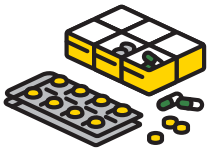
汗かきな子どもには
多めの用意を。



バスタオル

防寒具・寝具の代わりに。
授乳時の目隠しとしても。

高齢者のための備え



常服薬

帰宅できない場合に備え
3日分とお薬手帳を携行。

入れ歯の洗浄剤

食事に関わることは
体調に大きく影響。

老眼鏡

いざという時に手元が
見えないと困ります。

非常食

飲み込みやすさ・栄養価・
好みに配慮した準備を。

災害弱者を守る企業の責任

大災害発生後、災害弱者と呼ばれる小さな子どもや病気・高齢の方々へは、細やかな配慮が必要です。森永乳業㈱は、CSR という言葉が生まれる前の関東大震災の発生時、社会に貢献する食品の製造企業として社会的責任を強く意識し、田町工場（現在の田町本社）にて被災者に牛乳を、赤ちゃんにコンデンスミルクを無償配布しました。その精神は引き継がれ、東日本大震災でも支援物資として被災地の自治体・活動団体・施設に災害弱者向けの食品を多数提供しています。

その後、消費財流通業界の企業が主体となって立ちあげた「日本 TCGF」に参加し、2013 年 3 月には東京都と「災害時における物資調達支援協力に関する協定」を締結。企業間で連携し災害応急・復旧対策を円滑化する体制に参画しています。このように社会的責任を果たそうとする企業の取り組みと合わせて、災害弱者のいる家庭では、家族の責任として家庭の備えを万全にしておきましょう。

SEIDANREN
生団連
国民生活産業・消費者団体連合会

発行：国民生活産業・消費者団体連合会
発行日：2014年6月10日
協力：特定非営利活動法人プラス・アーツ
デザイン・イラスト：文平銀座

本部：
〒108-0075　東京都港区港南2-18-1 JR品川イーストビル8階
電話(03)6833-0493／FAX(03)6833-0494／E-mail：jimu@seidanren.jp
ホームページ：http://www.seidanren.jp/