

災害防止研究所 # 9 会議 (2019.3.26 1610~1750) 議事録

○ 参加者

吉田明生 名取禎 佐藤慶太 佐々木宏 里雅之 柏木白光 中野晴生 宮岡隆 山田裕介 江口亮
尾又ゆかり 杉山さとし 吉田卓生 吉田幸司
土居輝彦 (モノ・マガジン編集ディレクター)、早川将太 (T-entertainment プランナー)

○ 議 題

1 「防災グッズ大賞」企画 (案)

(1) 説 明 : 資料に基づき説明 (吉田)

ア 分科会の成果を企画 (案) にまとめた。

イ 全般目的

防災グッズの質や汎用性、操用性を高めて、防災グッズの新境地を開拓し、広く日常生活に普及する。

ウ キャッチ

仮置き

エ 認 証

受賞商品等に付与する。

オ 任務 (役割) 区分

宮岡さん以下に任務区分を割り当てているが、大枠はこの区分でお願いしたい。細部は、宮岡さんに決めていただければ良い。

カ 選定要領

(吉田) 土居さんに送っていただいたモノ・マガジンは何冊くらいあるのか。

(土居) 防災に関してのみで1995~10冊以上ある。

(吉田) 多くの商品のなかから選定したというのはグッズ大賞の信頼につながる。どれくらいの数をどのようにリストアップするかは、かなり労力がかかると思うので、時間との関係で決めてもらいたい。次年度の大賞、認証作業、将来の商品開発等の研究所の活動につながる基礎データとなるので、データベースになるように作成しておきたい。

キ 審査員

女性と男性の数を半々か、少なくとも男女6:4位の割合にしたい。

ク 表 彰

授与する賞品は、ありきたりのものではなく、飾りたくなるようなオリジナルで特徴のあるものにしたい。例えば、木製の楯などに白光さんの文字が刻印してあるようなもの。

(2) 質疑応答

(吉田) 土居さんのご意見は。

(土居) 展示会風にして商品の紹介ができるのであれば、企業の広告宣伝になるので、企業は出展しやすくなるだろう。商品の販売を目的にするよりも経費を出しやすくなる。

表彰時のトロフィー等の製作者は紹介できる。

(佐藤) 刻印を作るとなると、鋳型を作るのに経費がすごく高くなる。

(里) 木製の楯に、白光さんに文字を書いてもらい、彫刻したものなどは、価値があるのでは。

(吉田) トロフィーをやめて、楯の大・中・小にしても良いか。

(名取) 東京五輪の聖火のトーチは 3.11 の仮設住宅の廃材アルミを再利用しているが、防災につながるような素材で作成する案もある。

(宮岡) モノ・マガジン掲載の全商品が対象にして、グッズ大賞を選定するとすると、1年目は多数あるが、2年目以降は選考対象商品の数量が少なくなるので、考慮する必要があるのではないか。

(吉田) 毎年、対象の部門を変えていけば良いのではないかと考えているが、考慮する必要があるだろう。

(名取) 認定の付与の考え方として、当初はノミネートされたもの全てに無料で配布する案もある。最初のうちは、災害防止研究所の認証制度をできるだけ広く認知してもらう必要がある。

(佐藤) 認証マークを付けるのであれば何がしかのお金を取ったほうが良い。1 シール当たり 1 円、というような形にするのが一般的だ。

(名取) 当初は無料で、知名度が上がれば有料にするとか。

(吉田) 認証の要領、フィー等については、検討する必要がある。

(杉山) 選考の商品は、各企業からの募集はしないのか。商工会議所や HP の活用は。

(佐藤) 分科会でも話が出たが、商工会議所を動かすには年度単位での時間がかかるので、今回は、モノ・マガジン中心が良いのでは。

(名取) 研究所のマンパワーを考えて、可能な範囲の検討が必要だろう。作成の労力と効果からは、HP を使うのが良いのではないか。

(吉田) 準備の時程と研究所の労力を考えることは必要だ。防災グッズ関係の流通大手に声を掛ける方法もある。

(杉山) アイデアだけのものも対象になるのか。

(吉田) 例えば皿を使用したら少しずつはがしていき洗う手間を除いているものや、バイオプラスチックの商品もあるが、当初は、やはり商品化されたものが分かりやすく良いだろう。

(吉田) モノ・マガジンの編集作業は工程が決まっていると思うので、グッズ大賞の準備の業務予定は、広告宣伝等、編集作業に合わせることを一つの基準として、手順を決めていきたい。

2 阪神阪急百貨店イベント：野菜ソムリエ（災害時の調理）関連

（吉田）イベントへの野菜ソムリエ参加の可能性は。

（佐々木）イベントに野菜ソムリエを呼ぶ環境にはある。

グッズ大賞の審査員の件もソムリエ協会の会長に話をしている。

災害時の調理の前提として、全くインフラが使用できない状況ではなく、電源等の熱源があり家で生活できる状況であること。さらに考えられるのは、家から出ることができない状況、あるいは避難所はあるが家での生活が可能で家にいる状態であることなどが条件になる。

野菜ソムリエ協会は、最近、被災時の様々な状況を考慮して、調理方法を展示、実演する等の取り組みを積極的に始めている。

（吉田）どのような形で参加してもらうのが良いのか、イベントの全般時程などと合わせて、野菜ソムリエの参加の形態などを具体的に調整するようお願いする。

3 強くなろうニッポン！キャンペーン：日清食品とサントリーの調整状況

(1) 説明：資料に基づき説明（佐藤）

ア 日清食品

(ア) 結論：現時点では大きなキャンペーンは組み込めない。

法人会員1口加入。内容や会議の運営状況などを確認したいとのこと。

(イ) 所感：研究所の実績作りが重要。会員になって会議に参加したい様子だったが、どのような形で参加してもらうか考えなくてはいけない。運営要領等を改善していく必要があるだろう。やはりトップダウンで話を落としていく方が良いように思った。

イ サントリー

総務部長の対応。このようなキャンペーンは難しい。社内での防災意識の徹底も困難。

ウ 今後の対策

(ア) 同じ案をもう一度、サンヨー食品に対して提示する案が一つ。

(イ) 方針を転換して、メーカーではなく流通企業（例：イオン）へのアプローチする案がある。

大手メーカー主体よりも、より多くのメーカーの参加が見込める。

(ウ) サンヨーであれば井田社長、イオンであれば岡田社長に直接、トップダウンで話を持って行きたい。

(2) 質疑応答

（吉田）キャンペーンを大手メーカーから流通企業に変更した場合、イベントのイメージはどのようになるのか。阪急イベントと同日開催になるのか。

（佐藤）同日開催になる。阪急は、研究所が主催、運営し、イオンは全国の店舗で一つの防災コーナーを作る等をして開催することになるだろう。

（里）阪急は、反対はしないだろう。

（吉田）研究所のマンパワーで対応できるだろうか。

- (佐藤) 研究所はアイデア、企画を出して、実行はイオンさんが行うことになるので問題ないと思う。いずれにしても、イオンは、防災の日に何らかの販売企画は考えているだろうから、企画を受け入れる下地がまったくないわけではない。
- (佐々木) イオンさんはすでにローリングストック関連を扱って売り出しているのだから、イオンさんを認証するというものもある。トップバリュの商品をモノ・マガジンさんに掲載する案もある。1店舗だけでも野菜ソムリエの実演・試食を行うことができるかもしれない。ただ、野菜ソムリエ協会には、全国展開するだけの組織力はない。
- (吉田) 阪神阪急百貨店とイオンさんでのイベントの並行的な開催は可能ということは分かった。今後の対策案のサンヨーさんとイオンさんとの調整の順番はどうするのか。サンヨーさん、イオンさんに提案に行く時期や優先順位はどうなるのか。
- (佐藤) 4月中を考えている。できるだけ速やかにやりたい。社長に直接会う日程を調整するのは時間がかかると思うので、すぐに両社に並行的に投げかけたい。
- (名取) 佐藤さんに調整してもらい、参加してくれる企業と組むということで良いのではないかと。
- (里) 防災大賞の発表の場は阪神阪急百貨店でやり、大賞の結果は、イオンさんから草の根的に広がっていく可能性がある。
- (吉田) どのように連携していくのか、企画を分科会で審議をする必要はあるか。
- (名取) 時間がないのでメールでのやり取りで、個別に調整を進めるのが良いだろう。
- (佐藤) 日清さんが研究所の会議に参加をしたいとの意向があるので、そのような枠組みも検討が必要。経費の収入の目安として協賛企業の目標を定めておいたほうが良いのでは。

4 その他

- (佐藤) 企業に提案に行ってみて、質問を受けても即答できないことがある。組織運営の仕組みを考えたほうが良いのではないかと。例えば、研究所内で個別に調整をしてよいのかどうか。
- (吉田) 各イベント等のメインの方から個別に調整をしてもらうことは問題ない。1月の会合の事業計画で示したように、事業の主担任社が自社の事業として進めてもらって構わない。キャンペーン事業は佐藤慶太さん、阪急イベント事業は里さんが中心になる。情報共有は願う。事業は、主担任社が自社の事業と同様に、独立して採算をとれるように進めて欲しい。研究所は、まったくのボランティア活動なのだから、成功報酬が入ればルールに従って報酬を配分できれば良い。現段階では、まずは、赤字を出さないで事業を成功させることが最優先だ。
- (吉田) 5月の下旬位からは、事業毎の連携を緊密にしていく必要が出てくるだろう。
- (宮岡) 分科会の開催が必要になることもあるだろう。
- (柏木) 女性はすぐに忘れる。災害のことも。一方で、災害時に強いのは女性で、日用品を有効に活用したり、遅く生きていく。この会議にもう少し女性の意見を入れるようにしたほうが良いのではないかと。例えば、小さい子供をもつ女性なら災害時に子供をどう守るかに関心があるのでないかと。幅が広がる。

(山田) 分科会の議事録で東急ハンズの企業名が記載されていたが、具体的な話はあるのか。ないのであれば、留学生支援のトモノカイが東急傘下に入ったので、東急とは関係があり、東急ハンズはその子会社になるので研究所の取組を話してみたい。例えば、外国人と元自衛官がコラボして商品を開発するという話題は面白いのではないか。今年度、すぐにはできないが、来年度につなげることはできるかもしれない。

(吉田) 是非、お願いしたい。東急ハンズが流通として関わってくれば有り難いし、留学生とのコラボで商品を開発するのは、面白い。開発の具体的な案件は調整している企業があるので、そこから研究所の持ち出し案件を確保できる。それを留学生とのコラボ、という話題に載せることができる。

(杉山) 展示会の出展などで、実務担当者を知っているので、そちらからも話をしてみたいが良いか。

(吉田) お願いする。

(吉田) モノ・マガジンの防災ムックでのグッズ大賞の告知はどのようになるか。

(土居) 編集の日程がありグッズ大賞の全てとシンクロさせるのは難しいだろう。
5月の定例会議の席で提案したい。

(佐藤) 今日の会議の議論から、イベントの主軸は「防災グッズ大賞」になるような気がする。

(里) それが良いように思う。

(名取) 阪神阪急百貨店イベントのキャッチ案を作成した。

(柏木) キャッチ案の「親子で試してガッテン」に「家族で生き残るための日本防災グッズ大賞展」をつなげて
も良いではないか。女性や家族に訴求するキャッチの方が良いと思うし、最近は、長いキャッチが多く
出ている。

(佐藤) NHK にもっていき、後援をしてもらえれば良い。喜ぶかもしれない。

(吉田) 「試してガッテン」が使えなければ、「親子でガッテン」で良いかもしれない。
イベントのキャッチには「グッズ大賞」を付けましょう。

(名取) もう少し練ってみる。

(吉田) 「グッズ大賞」のキャッチにも皆さんの意見をもらいたい。

(吉田) 次回の定例会議までに、必要であれば分科会を開催するので、可能な方は出席をお願いしたい。

○ 次回の会議（定例会議）

4月23日（火） 1600～ 於：別途連絡

以上