



オフィスや一般家庭の需要受け  
市場規模は2200億円に拡大

意外と知られていないが、今や2200億円を越えると言われていたのがミネラルウォーター事業だ。中でも「宅配型」と言われる宅配ボトルウォーター市場については、08年の約490億円から10年には800億円に到達している。

その流れを受け、ここ数年では他業種から宅配水ビジネスに参入する企業も少なくない。自社が持つ顧客ルート販売する鉄則だが、現在は一般家庭に深く関わりを持つプロパン事業や清掃サービスなどが営業網を使い、導入する方法が主体となっている。

今回の震災でも水に関する問題が注目を集めたが、それは避難時の一時的な利用というよりも、原発の二次災害によって引き起こされた中長期的な需要である。くれぐれも過剰反応には留意したいところだが、一方でこれを契機に、改めて自身の身近なライフラインを見直すのかもしれない。

Pick Up 開業支援会社

「東証一部」の看板武器に全国展開ナック

ナック(東京都丸)では、宅配ボトルウォーターの販売を行う「クリクラ」事業を展開。「粗利益60%」という目玉ビジネスとして注目を集めている。この「クリクラ」は、12ℓサイズで料金は1260円。設置に必要なサーバーは無料で提供している。家庭によって異なるが、月2回の納品で1軒当たり平均4本の利用があった場合、5000軒の顧客納入をすれば、単純計算で月に2500万円の売り上げを確保することができる。解約率はわずか2%とリピート率も高い。同社では専用サーバーにミネラルウォーターボトルを設置し、定期的に利用者宅を訪問してボトルの回収・納品などを行う「CS」と呼ばれる販売代理店を募集している。開業にかかる初期投資は200万円。その他、在庫保存用に10坪程度の倉庫が必要となる。



Pick Up 開業支援会社

放射能も除去する水の製造販売店みずはのめ

水の製造販売という新しい店舗モデルでFC展開を行っているのがみずはのめ(東京都中央区)だ。原水を活性炭ろ過器、イオン交換樹脂を使った装置、RO(逆浸透膜)装置によって可能な限り不純物を除去。さらに、特許技術であるエムタイトセラミックスの層をいく層も通すことによって水の分子が細分化され、溶解力や浸透性に優れた水となります。こうしてできた純水を店頭や宅配によって販売する。店舗を持って事業を行うFCと店舗は持たずに利用者の獲得を行う代理店など開業スタイルを選んで事業をスタートできる。



Pick Up 開業支援会社

OEMによるオリジナルブランド化も可能トール

アルピナウォーターは、長野県は北アルプスの大町水源からパイプラインにより直接移送された原水を使用している。水道水ではなく、天然水を原水とし、他者との差別化を図った。大町市にある5000坪の自社工場で、原水をさらに純度の高めたピュアウォーターに作り上げる。一般的に流通している軟水が硬度30に対して、アルピナウォーターは1以下になるまで水中の不純物を取り除く。加盟に際しては製造工場を建設する必要もなく、加盟金・入会費・ロイヤリティなどは一切不要。低コストでの開業が可能だ。



Pick Up 開業支援会社

大手運送会社との連携で夜間・休日配送が可能プレミアムウォーター

一般宅やオフィスへのルート販売が多数を占めるウォーター事業の中で、イオンやドン・キホーテといった小売店舗での販売を強みとしているのは、プレミアムウォーター(東京都港区)だ。同社が販売する「プレミアムフジ」は、1パックを7ℓサイズとし、料金は1155円/パック。原則、4パックを1個単位にして販売を行っている。同商品の特徴は少スペースでの設置が可能。一般的に12ℓサイズの商品が多く提供されているため、同社のような7ℓタイプはサーバーの設置場所も少スペースで済む。使用後はパックをそのまま畳んで破棄することも可能であるため、居室内が在庫でかさばることもない。また、同社では、自社で配送を行わずに大手運送会社に委託。そのため夜間や休日対応も可能としている。



被災地の景気回復を手助けできる新規事業

「潰れた缶ビールでもいいから買いたい」  
中越沖地震で本当にあった復興ストーリー

「商売人にとって注文が最大の励ましなんです」

こう語るのは2007年7月16日、中越沖地震に被災した新茶屋酒店(新潟県柏崎市)の片山静江店長だ。この片山店長は何度もテレビや新聞で報道されたJR信越線への土砂崩れのすぐ近くに店を構えていた酒屋の店長だ。

「水道、電話とほとんどのライフラインが途絶えた中で唯一、奇跡的に残ったのがインターネット回線だったのです。この線のおかげでただ助けられたか計り知れません」

余震に怯えながら自信が運営するブログを更新すると常連客から励ましのコメントが届いた。中には「潰れた缶ビールでもいいから買いたい」といつてくれる顧客も

いたという。このエピソードが全国紙の夕刊に載るとさらに反響が増した。片山店長は被災のショックも忘れ、一生懸命働いたという。96年にサイトを開設し、06年末には商工会の主催でECサイトの勉強会に参加したこともあり、被災前でも売上は順調に伸びていた。それが被災の励ましがあり07年8月にはこれまでの10倍ほどの月100万円を超えるほどに増加。ECサイトへの取り組みを行っていたことが逆境を跳ね返す大きな武器になったのだ。

復興支援ECサイトに注文殺到開設5カ月弱で販売1億円超

この片山店長のECサイト構築を支援したのが柏崎商工会議所だった。同会議所は、復興を支援す



中越沖地震の後に注文が入って勇気が湧いた「新茶屋酒店」のサイト

るECサイト「がんばり16ショップ柏崎」は、大きな成果を納めた。「被災から3カ月程で累計一億円の売上を上げています。予想以上の反響に驚きました」(会田宏課長)半年間の期間限定でオープンしたこのサイトには約50社が参加。復興を支援したい企業やマスコミの報道を見た一般の人から注文が殺到し、年末はシステムがダウンするほどだったという。

柏崎商工会議所は地元企業の発展のためにeビジネスの支援を03年から行っていた。情報ポータルサイト「eこって柏崎」はそのいい例でサイト内にあるモールには

NEWS

日銀が1兆円の融資枠決定 金融面の被災地企業支援

日本銀行は4月7日、東日本大震災の被災地の金融機関向けに1兆円の融資枠を設ける復興支援策を決めた。

今回と同様の貸出制度は、1995年の阪神大震災の半年後にも導入されたが、今回はわずか1か月足らずで導入を決めた。被害の見通しを踏まえ貸付規模も阪神大震災後の融資枠(5000億円)の2倍に設定し、被災地の銀行や信用金庫、信用組合、農協を支援する姿勢を打ち出した。

日銀は金融機関が差し出す担保の基準も緩和する方針だ。被災したことで信用力を損なった企業が発行する社債やコーポレートバロー(CPB)も担保として認めることも検討し、企業の資金調達を側面支援する。

金融方面からの復興支援は被災した企業にとって大きな助けとなるだろう。

約70社が出店していた。その基盤があったからこそ復興支援のECサイトも人気を博すことができたのだ。

## 消費という形のエール集まり アンテナショップは売上3倍増

3月11日の東日本大震災で特に深刻な被害にみまわれた「宮城」「岩手」「福島」に3県。都内にある、それぞれのアンテナショップでは、震災の影響で生産がストップし在庫確保が困難になる事態にみまわれた。

しかし、在庫事情とは裏腹に従来以上の来店客数になり、売り上げは実に従来の3倍近くになったという。

「来店客は『直接、被災地には行けないけど、現地のを買うこととで力になれるなら』と温かい言葉をかけてもらいました」（宮城ふるさとプラザ 上野剛店長）

被災地を思う客が沢山、来店した。



各アンテナショップでは現地の情報発信の場としても利用されている。「いわて銀河プラザ」では、避難所にいる人の名簿を設置しているため安否確認で訪れる人も多数いるという。

### 賑わう被災地のアンテナショップ

東京都豊島区 宮城ふるさとプラザ

#### 県内の業者を助ける活動

「内陸では、もう生産を開始している業者が増えてきました。しかし、県内での流通は完璧ではありません。流通がしっかりするまでだけでも都内を中心に販売するルートの確保をしていきたいです」（上野剛店長）



東京都中央区 いわて銀河プラザ

#### 岩手復興のための橋わたし

「都内を中心とした百貨店などから岩手県産の商材を扱いたいという問合せを多数頂きました。現地で復興を目指す企業のために東京でイベントなどを企画し岩手を盛り上げていきたいです」（大竹幾子主任）



福島県 福島県八重洲観光交流館

#### 安全アピールのイベントを企画

「福島県は原発の影響での風評被害で苦しんでいます。流通している野菜は安全基準を満たしているので安心してください。今後、福島JAと野菜販売イベントを行い復興に役立てたいです」（営業部長 富田潤也氏）



### CASE 3

#### 生産者の優れた商品を 全国に発信

イオン（千葉市美浜区）では、自社が運営する「イオンショップ」の中で特設サイト「応援しよう東北！」を開設した。流通ルートを失った業者を中心に特産品・銘産品を約150種類販売している。今後は、扱う商品を増やしていく。



<http://www.aeonshop.com/gourmetshop/tohoku/>

### CASE 2

#### 被災地復興のため 動きだした業者を助ける

メディアクルー（岩手県盛岡市）は、地元、岩手県の特産品を販売する「通いわて」を開設している。海岸沿いを中心に多大な被害がため、販売できない商品が存在するが販売可能な商品を全国各地に広め、復興の手助けになれることを望んでいる。



<http://iwate2.chiikeys.jp/>

### CASE 1

#### 被災地に必要なモノ 自治体に配布

楽天（東京都品川区）は、特設サイト「楽天たすけ愛」を開設した。楽天市場に出店する店舗が用意した支援物資を特別価格で購入できる。物資は店舗から自治体に送られる。販売する物資は自治体の要望に基づくものを用意し被災地が求めている物を送ることができる。



<http://gift.rakuten.co.jp/tasukeai/>

## 必見！被災者向け緊急人材採用企業情報

### 企画提案型営業職 製造職 亀田製菓

米菓大手の亀田製菓（新潟県新潟市）では、4月30日まで新卒を対象に募集し、5月中に仙台、盛岡、福島市で面接を行う。試験の際には、内定取り消しの証明書やスーツ着用を不要としている。通常の新入社員と同様の待遇を提供する。

【問い合わせ先】  
総務部 人事課  
TEL 025-382-8831  
Mail jin@kameda.co.jp  
URL <http://www.kamedaseika.co.jp/index.html>

**総合職（店長候補）  
管理栄養士  
ビューティアドバイザー  
スギホールディングス**

スギ薬局を展開するスギホールディングス（愛知県安城

市）では、店長候補・栄養士・ビューティアドバイザーなど150名を対象に新卒採用を行っている。4月から夏までに募集し随時採用する

【問い合わせ先】  
スギ薬局 特別採用係  
TEL 0120-010101-677  
Mail jin-saiyo@drug-sugi.co.jp  
URL <http://www.drug-sugi.co.jp/nd/index.html>

**鉄道旅客駅の案内業務  
鉄道電気設備の保守点検業務  
鉄道車両の検査修繕業務  
東武鉄道グループ**

東武鉄道グループ（東京都墨田区）では、各グループ会社での新卒採用を行っている。4月30日までに締め切りとし、採用試験を5月中旬に東京都内か東北地方で実施予定である。

【問い合わせ先】  
東武鉄道グループ採用担当  
TEL 03-3921-5122  
URL <http://www.tobu.co.jp/>

**ライフカウンセラー  
損保ジャパンひまわり生命保険**

損保ジャパンひまわり生命保険（東京都新宿区）では、社会人2年以上の被災者を対象に採用を行っている。

【問い合わせ先】  
LC事業部  
Mail Toshhiro\_Hamasaki@hinawari-life.com  
URL <http://www.hinawari-life.com/>

**餃子の王将 直営店舗  
における店舗スタッフ  
王将フードサービス**

王将フードサービス（京都市山科区）では、被災者を対象に学歴不問での採用を行っている。

【問い合わせ先】  
人事・採用担当  
TEL 0120-595-1448  
Mail recruit@onsho.co.jp  
URL <http://www.onsho.co.jp/>

**カスタマーサービス担当者  
ディー・エヌ・エー**

ディー・エヌ・エー（東京都渋谷区）では、新潟の避難所を中心に新潟カスタマーサポートセンターでの採用活動を行っている。

【問い合わせ先】  
TEL 03-3346-1211  
URL <http://www.dena.jp/>

**正社員（セールス）  
ナック**

ナック（東京都新宿区）では、30歳までの被災者を対象に採用活動を行っている。また、同社では、支度金10万円を支給し住居の手配、入居費用・引越費用を負担している。

【問い合わせ先】  
総務人事部  
TEL 03-3346-1211  
URL <http://www.nacco.com/index.html>

**総合職  
グループホン・ジャパン**

共同購入型クーポンサイト「GROUPON（グループオン）」を運営するグループホンジャパン（東京都渋谷区）は、震災により内定を取り消された専門学校卒以上を対象に新卒採用を行っている。同社では、5月31日まで募集を行い、選考を開始する。

【問い合わせ先】  
PR本部 広報部  
TEL 03-6416-6605  
Mail pr@gpod.co.jp  
URL <http://www.groupon.jp/about-recruit/index.html>

**店頭営業  
ライフプラザホールディングス**

ライフプラザホールディングス（東京都渋谷区）では、被災のため現職を離れることを余儀なくされた人を対象とした採用を2011年12月末まで行う。また、家具付きの住宅を家賃一年間免除で貸し出すことも決定している。

【問い合わせ先】  
採用担当  
URL <http://www.lifeplaza.co.jp/>

ツイッターやSNSが大活躍  
震災で見えたメリットデメリット

東日本大震災発生からわずか1時間後に東京から発せられたツイートは毎分1200あったという。ウェザーニューズ社の調査(※)によるとSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)利用者は、震災発生後に離れた家族や友人と平均2時間3分で連絡が取れたという。これは全国平均の3時間3分より1時間も早い。

震災により電話などの通信インフラがダウンし、災害時に活用できるメディアとして注目を集めたインターネット。安否確認や情報交換の手法として多くの人がインターネットに頼った。

検索サイトのGoogleは、「パソコンファインダー」というメッセージを検索できるツールを公開し、59万件以上(3/29時点)の登録を集めた。携帯電話会社やテレビ局とも情報連携し、精度を高めた

情報サービスに安否を確認したい利用者が殺到したのだ。

元々、強みとしているインターネットの速報性や連動性が再認識されたことでその活用の幅はさらに広がっていきそうだ。

全国20の地域SNSが連携し被災地へ学用品など150箱寄贈

インターネットサービスの有用性は安否確認だけで発揮されたわけではない。

全国20の地域SNSが手を組み、被災した子供たちに学用品を届ける企画が行われた。岩手県盛岡市の地域SNS「モリオネット」が3月17日、掲示板で「学用品の支援を呼びかけたのがきっかけ。これを受け、日ごろから交流がある広島県尾道市の「おのみち」、兵庫県姫路市の「ひよこむ」

京都府宇治市の「お茶っ人」、静岡県掛川市の「eーじゃん掛川」、東京都葛飾区の「かちねっと」など、全国20の地域SNSが各地で学用品集めに乗り出した。

学用品を積んだトラックは4月6日に広島を出発。兵庫、愛知、静岡など各SNS事務局で、それぞれの支援物資を引き渡しながら、岩手県盛岡市まで運ぶ。総計段ボール500箱以上にもなる支援物資はリレー方式にすることで、被災地から遠いSNSの負担を削減する事に成功した。

顔が見えないインターネット上の交流だが、結束するときのスピードは早く、参加者の思いが一つのうねりとなったのだ。

デマ情報もすぐに広め買い貯めや不評被害を助長

一方で顔が見えない情報網のデメリットも現れた。デマ情報や危機感を煽る情報が一気に広がり、買い貯めや風評被害を助長させる結果となっている。

あらゆる危機への情報源 rescuonow.net

災害時に最初に欲しい物、それは震災現場の情報だろう。地震による道路への影響や、停電情報。経営者なら、支社の状況や社員の安否などは、一秒でも早く知りたい事象だ。そういった個々のニーズにあった詳細な情報を届ける企業が、レスキューナウだ。24時間体制で、同社の設置している危機管理情報センター(RIC24)が鉄道情報や大規模な停電、大事故等を集め、顧客にメール等で必要な情報の提供を行っている。

また、情報提供だけでなく、災害発生時の初動対応ノウハウを企業に提供する「BCP/危機管理アドバイザーサービス」もしている。



Rescuonow Information Center  
Hours 365  
Days Operation

HOPE FOR TOMORROW

ミュージシャンから被災地への贈り物



http://www.musica-net.jp/hope/

東日本大震災を端に作られた「HOPE FOR TOMORROW」は、被災地に対して贈られたミュージシャンたちの映像とメッセージを公開しているサイトだ。4月13日現在、PUFFYやスキマスイッチ等53組のミュージシャンが被災地への応援メッセージを投稿している。

ホームズ住まい探し支援特集

被災者に落ち着ける住宅を



http://www.homes.co.jp/contents/cp/shien2011/

ネクストが運営する不動産・住宅情報サイトの「ホームズ」が、被災者限定の優遇物件が探せるサイトを立ち上げた。具体的な優遇条件は敷金・礼金、仲介手数料の無料や保証金不要、敷引きなしといった内容だ。物件によっては、賃料1ヵ月無料といった条件まで含まれた優遇物件を公開している。

Google自動車通行実績マップ

利用可能な道路が一目瞭然



http://www.google.com/intl/ja/crisisresponse/japanquake2011\_traffic.html

Googleは通行可能な道路が一目でわかるサービスを始めた。本田技研工業、トヨタ自動車、日産自動車から提供を受けた情報を元に、前日に通行実績があった道路を青色、前々日に通行実績のあった道路を水色で表示している。

全国の放射能濃度一覧

日本全国の放射能値をグラフ化



http://atmc.jp/

文科省が発表している都道府県別環境放射能水準調査結果を元に、放射能値をわかりやすく図式で紹介しているサイトが「全国の放射能濃度一覧」だ。全国の水道、食品、雨に含まれる放射能値だけでなく、福島原子力発電所の水位や温度等もグラフで公開されている。

ALL311

投稿で成り立つ被災地の生活情報サイト



http://all311.ecom-plat.jp/

「ALL311」は、防災科学技術研究所が立ち上げた被災者のための生活情報サイト。地理情報や津波、災害や生活に役立つ情報が集約されているサイトだ。個人法人からの被災地に必要な生活情報投稿によって成り立っており、日々情報が充実されているサイト。

オンライン寄付サイト「GiveOne」

信頼できる団体へ簡単に寄付ができる



http://www.giveone.net/

緊急災害支援の実績が豊富な信頼できるNGOへ簡単に寄付ができるサイトがNPO法人パブリックリソースセンターの運営する「GiveOne」だ。緊急支援6団体や災害弱者支援4団体へまとめて寄付できるサービスなどを提供している。

次の人へ広げられるサービスは、その利便性が誤った情報をも一気に普及させることを示した。今後の課題として特に緊急時には正確な情報かどうかの見極めができる仕組みが必要になってくるだろう。

災害時の連絡状況調査

公衆電話や携帯電話など、通信手段に、どの位で最初に知人に連絡がついたのか、まとめてみました。(全国平均)

■公衆電話	.....	【3時間55分】
■固定電話	.....	【3時間35分】
■携帯電話	.....	【3時間45分】
■携帯メール	.....	【3時間09分】
■インターネットメール	.....	【3時間16分】
■災害用伝言板	.....	【3時間39分】
■Twitter、mixi、Facebookなどのサイト	.....	【2時間03分】

※ウェザーニューズ社が3月14日から行っている調査。掲載データは3月16日時点、回答数3万7279人時点のもの

# 需要拡大中！災害時に役立つ商材・サービス

多機能型懐中電灯が人気  
今後も増々ニーズは拡大

楽天防災ランキングで、もっとも多くランキング入りをしているのが、懐中電灯だ。ラジオはもちろんのこと、携帯電話への充電、手動充電等、多機能型の懐中電灯に人気集中している。

他にも、FMラジオの緊急地震速報のみに反応し、拡張放送を行う「緊急地震速報機EQA-001」が13週連続1位を獲得し、現在（4/13現在）も3位に踏みとどまるといって根強い人気をみせている。人気の理由は地震を事前に知ることができるといふこと。そして、維持費が電気代月9円という安さだろう。ランキング10位まではこれらの商品がほぼ占めている。

珍しい商品では放射能測定カード「RADTriangle FIT」が東北地方を中心に注文が殺到している。現在一人10枚の制限を設けて販売が続いている。



生産拠点が東北であったため、現在製造が停止しているが、未来の災害対策商品としての注目度は変わらない。

## デュアルヒート 非危険物の固形燃料

井之上事務所 鈴木茂社長

災害時に絶対必要となるのに、防災用品として備蓄されにくいのが「燃料」。備蓄時に発火でもしたら、それこそ大きな被害をもたらすモノだからだ。しかし、その常識を覆した商品が現れた。

井之上事務所が販売するデュアルヒートは、国内で唯一の非危険物の固形燃料だ。他の固形燃料と違って、アルコール等を原料としておらず、ジエチレン・グリコール（不凍液）を原料としているため、自然発火する危険性が極めて少ない。また、倒れても内容物が拡散しないため延焼の危険がない。消防署の規制する貯蔵数の制限もなければ、隔離する必要もない貯蔵に適した商品なのだ。更に、アルミ缶により完全に密封されているので、津波など浸水しても問題なく使用できる。

## 携帯用浄水器ストローMIZU-Q

淡水魚が住む水なら飲料水にできる

明宏 山本康行社長

生きていく上で欠かせない水。特に災害時の飲料水の確保は重要事項だ。「携帯用浄水器ストロー MIZU-Q」は、粉末除菌剤と、ストローの中にある活性炭や銀、サンゴが有害物質を除去し、口に水分を運んでくれる。このストローで約100ℓの水を飲料水にすることが可能だ。



価格は2415円と浄水ストローの中では安価だが、社会法人東京食品衛生協会の試験検査成績書にて、多摩川の水を、水道法水質基準適合水にするなどの結果を出している。デザイン性の高さからニューヨークの美術館にも展示されるなど、世界的に注目されている。

## 水電池NOPOPO

世界初の水分で発電する電池

日本協能電子 石川忠社長

電池の平均保存期間は約3年。震災のために用意したいが、いざ災害が起きた時に使用不可能という状況は避けたい。日本協能電子が開発した水電池NOPOPOの保存期間は、一般的な電池の6倍以上の約20年。その長さから常備しておきたい一品だ。また、重金属等による有害物質を含んでいないため、不燃物として廃棄が可能だ。付属のスポイトで少量の水分を注入することにより、即座に電池として使用可能となる。電力は、1.5Vと一般的な電池と同等。重量約15gと軽量で、様々な電子機器の電力として活躍が期待される。



## タタメット

組み立てることができるヘルメット

イエロー 森田法勝社長

災害が起きるのは突然だ。都市部での災害は、頭上からガラス等が降り注ぐ可能性もある。「緊急時すぐに使えるヘルメットを作れないか」と考えた開発会社イエローは、たためるヘルメット「タタメット」の開発を行った。



厚生労働省の保護帽の規格「飛来・落下物用」の型式検定にも合格しており、安全性も損なわれていない。収納時の大きさは幅345mm、高さ210mm、厚みは35mmとなり、1立方メートルに約400個収納可能だ。災害対策意識が高まる中で、新しいヘルメットの形として注目を集めている。震災後に注文が殺到し、現在在庫切れの状態が続いている。

## オトデチン

水を入れるだけで電子レンジになる

グランデックス 加藤哲也社長

オトデチンは、電気や火を一切使うことなくレトルト食材や缶詰、缶コーヒー等を温めることができる商品だ。酸化カルシウム、アルミ粉末、反応助剤に水を加えることで起こる化学反応を利用して発熱する。特殊な添加剤により、発熱剤の中では一番の発熱力を持つ。その証拠にオトデチンの製造元である協同の類似品は、自衛隊でも採用されている。災害時にこそ温かい食べ物を食べたい。そういった需要に応える商品だ。



## 地震感知 充電たまご SP-230E

居場所を知らせる手動充電ラジオ

太知ホールディングス 川村修三社長

地震が起きた際、必要な物を持ち出すことは中々できない。

「地震感知 充電たまご」は、地震を感知し、光と音により自らの場所を知らせる手動充電型ラジオだ。また、手動で充電した電力を、付属のアダプターにより携帯に充電をすることも可能だ。非常袋に入れず、日常で使用しても構わない。魅力ある商品だ。



## HOME ACE

手軽に使えるエアゾール式消火具

横浜消火器 高橋利弥社長

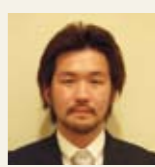
震災には火災がつきもの。しかし、消火器を用意している家庭は少ない。エアゾール式消火具「HOME ACE」は、消火器と違いコンパクトで安価だ。台所等に常備しておくのも、携帯性を生かして非常袋に忍ばせておくのも良いだろう。天ぷら火災などにも抜群の消火効果を発揮する。また、粉末ではなく強化液を使用しているため、対象物に染み込んで再熱防止効果もある。災害だけでなく、アウトドア等でも使用できる。



## 14種類の防災グッズを内蔵 災害時用の帰宅支援バッグを販売

イザコーポレーション 増田雄紀社長

発生した際の「いざ」の時のために、帰宅支援用防災セットを販売しているのはイザコーポレーション（東京都新宿区）だ。



「保険のようなリスクリスクヘッジ型のビジネスを考えたのがきっかけ」と同社の増田雄紀社長は語るが、絶対的な一位企業が存在していない、未開拓の業界に需要を感じて1年前に起業を決意した。現在抱えるクライアントは30社弱と決して多くはないが、ここに来て震災の影響で問い合わせが殺到しているという。同社の主力商品は、飲料水やラジオライト、簡易トイレなど14種類のグッズがセットとなったシヨルターバッグ型の「コンパクト防災セット」と会社内に設置するキャビネット型の「防災キャビネット」。

