

農林水産省
大臣官房長賞

★応募名称

「必要なものを、必要な時に、必要な分だけ、必要な人へ届ける」

無駄のない持続可能な災害支援の取組み

地域ぐるみのローリングストック「OSUSOWAKE」

★会社名・事業場名

一般財団法人銚子円卓会議×千葉科学大学危機管理学部木村ゼミ

(千葉県銚子市)

URL : <https://choshientaku.com/>

【目的】

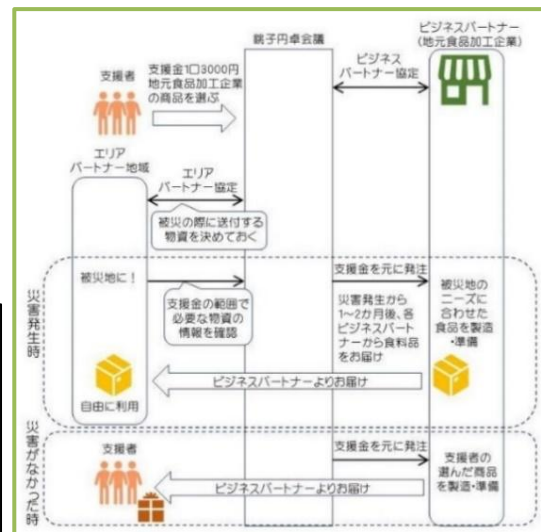
銚子円卓会議は、2013年度千葉県「地域コミュニティ活性化支援事業」を契機に発足し、多様なまちづくりの主体が連携する協議体から始まった。2024年に地域内外の寄付のもと一般財団法人化された。「地域資源であるヒト・モノ・コト・カネの発掘・育成・架橋によって、協働のまちづくりを推進し、魅力と活力あふれる地域社会の実現」を目指している。千葉科学大学は、危機管理学部が設置され、防災や危機管理を専門に学べる数少ない大学のひとつである。危機管理学部長である木村教授は銚子円卓会議の一員として活動し、2021年に銚子円卓会議と千葉科学大学危機管理学部木村ゼミ（以下、木村ゼミ）により、災害発生時の共助の取組み「OSUSOWAKE」が開始された。構想のきっかけは、事業者でもある銚子円卓会議のメンバーが、東日本大震災や千葉県房総大型台風等による被災の現状を改善したいと想いを宿したことによる。被災地に必要な支援物資が届かず、使われなかった支援物資が廃棄されていた。需要と供給の不一致を解決し、必要なものを必要なときに必要な人に届け、食品ロスを発生させない方法として「共助」の仕組みを思いついた。銚子円卓会議と木村ゼミは検討を重ね、学生の意見を活かした「OSUSOWAKE」が始まった。2024年には、仕組みを活用し石川県珠洲市の被災地支援が行われ、珠洲市からは「支援される側から支援する側になりたい」との申し出を受け、OSUSOWAKEの仕組みが「助け合う防災」として優しさの連鎖を広めている。

【具体的な内容】

- ① **OSUSOWAKE のしくみ** : OSUSOWAKE は、1年（11月10日～翌11月9日）を1期として活動する。支援者からの支援金が運営資金となり、銚子円卓会議が事務局として管理する。支援者は一口3,000円でビジネスパートナーの提案する食品（加工品）を選択する。支援者からすると、銚子の地元企業の食品を予約購入するイメージである。1年間の中で、OSUSOWAKEのエリアパートナーが被災した際は、支援金を元にビジネスパートナーが食品を用意し、災害発生から1～2か月後に被災地に届く。1年間、支援がない



支援者が「備蓄品」として選べる食品



OSUSOWAKE のしくみ

場合は、予約した食品が支援者の手元に届き、災害支援の必要がなかったことの喜びとなる。OSUSOWAKE は、共助の大切さを伝えつつ、日常から防災意識の高い個人を増やす取り組みとなる。賛同する地域・企業・団体とともに、地域を超えた繋がりづくりにも貢献できる仕組みである。2025 年 8 月現在、エリアパートナーは、千葉県香取郡東庄町、和歌山県有田郡広川町、千葉県香取市、石川県珠洲市の 4 カ所である。また、ビジネスパートナーは 8 の地元企業が参加。支援口数は第 1 期から、第 4 期にかけて約 500 口程度を維持している。企業がまとめた支援口数を購入し福利厚生に活用する動きも見られる。地元の金融機関や多様な企業・団体もサポートパートナーとして広報活動や事業運営を支える。大量生産が日常となり、小売店では販売しきれない食品が廃棄される現状も多く見られる中、消費者でもある支援者からの予約購入が被災地支援に繋がる仕組みは、食品を必要としている人に食品を届ける過程における食品ロスを発生させない仕組みにもなった。



珠洲市へ発送した食品の一部

- ② **ATG（明るく楽しく元気よく）をスローガンとする学生たちと連携**：OSUSOWAKE は、銚子円卓会議と木村ゼミの学生とともに具体的な仕組みづくりが実現した。学生たちは、ATG（明るく楽しく元気よく）をスローガンに防災・危機管理活動に積極的に参加している。学生たちの参加は忌憚ない素直な意見（支援金の価格設定等）を検討する機会となり、多くの人が参加しやすい仕組みとして OSUSOWAKE を実現した。



木村ゼミ 3 年生が中心に活動

- ③ **競争から共創へ、支援の輪を広げる取組み**：消費者が支援者となり、被災地支援にも繋がる食品廃棄の発生しない仕組み「OSUSOWAKE」は新しい考え方であり、支援の輪を広げるためには丁寧な説明が必要である。木村ゼミの学生中心に広報活動を定期的に開催している。11 月には OSUSOWAKE シンポジウムを千葉科学大学にて開催する。また、地域のショッピングセンターを活用し、年 2 回イベントを開催し、ひとりひとりに防災と寄付参加について説明し支援者を募っている。Youtube では ATG チャンネルを開設し、ネットを活用した認知度向上にも取り組む。ビジネスパートナーやエリアパートナーとの繋がり構築には、サポートパートナー支援の下、OSUSOWAKE の理念に共鳴する繋がりを継続して募っている。



ショッピングセンターでの広報活動

【効果】

OSUSOWAKE は、「大量生産・大量消費」に頼らない、「必要なものを、必要な時に、必要な分だけ、必要な人へ」届ける無駄のない支援モデル。従来、備蓄品は利用されないことで廃棄されることが多いが、OSUSOWAKE は災害のなかった年は支援品を全国の参加者に届け、消費されるため、食品廃棄ゼロを実現できる。また、支援品には既存の製造ラインで作られている地元食品加工品を使用するため、新たな生産エネルギーを抑えられ、CO2 排出量を最小限に抑えられる。

◆今後の展開◆

災害時の「物理的な支援」にとどまらず、日常の中に「支え合う文化」を根づかせるため、ICT プラットフォームを活用し、参加管理・物流・情報共有を効率化し、全国の地域を結ぶ分散型共助ネットワークの構築を目指す。また、大学や学校と連携し、次世代の担い手育成にも注力し、ローリングストックのしくみを「命をつなぐ学び」として継承し、“もったいない”を力に変える新しい地域のあり方を共につくっていききたい。

◆評価◆

「個人の防災意識を高め」、「被災地の支援」と「食品事業者の食品ロス削減」を連携させる新しい発想による仕組みである。食品ロスが発生してしまう場を見過ごさず、連携することが新たな取組みに繋がるという気づきを得られる事例である。