

【スーパーマーケット店内で、防災備蓄啓発イベントを実施！】 サントリー天然水 防災備蓄イベント“これも！ちょ備蓄アクション”

「これも備蓄なんだ！」 「『ちょ備蓄』ならできそう！」
普段の買い物の延長で実践できる「ちょ備蓄」を親子で体感
備蓄の最初の一步を後押し

— 9月の防災月間を前に、食品・日用品メーカーなど7社と協力開催 —

この度の、令和8年熊本地震および令和8年8月千葉豪雨により被災された方々に対し、心よりお見舞い申し上げます。被災地の一日も早い復旧・復興を心よりお祈り申し上げます。

※本イベントは、防災意識の向上と日頃の備えの促進を目的としており、令和8年熊本地震および令和8年8月千葉豪雨を受けて実施するものではありません。

サントリービバレッジ&フード（株）は、「サントリー天然水」の防災備蓄啓発活動として、備蓄への心理的ハードルや完璧に揃えなくてはいけないといった固定観念をなくし、日常の中で、いつもを、ちょっと多めに、ちょっとずつ備えるという考え方や行動を提案する「ちょ備蓄」プロジェクトを2025年8月に始動し、SNSやスーパーマーケットの店頭などで発信してきました。

今年で2年目を迎える「ちょ備蓄」プロジェクトの一環として、「サントリー天然水 防災備蓄イベント“これも！ちょ備蓄アクション”」を8月27日（木）から8月29日（土）の3日間、東京・晴海のサミットストア ららテラス HARUMI FLAG店にて開催。本イベントは、生活必需品である食品・日用品メーカーなど7社※の協力を得て、実施しました。

※協力企業：旭化成ホームプロダクツ株式会社／味の素株式会社／サミット株式会社／大王製紙株式会社／はごろもフーズ株式会社／森永製菓株式会社／株式会社ロッテ（五十音順）



サントリー天然水 防災備蓄イベント
“これも！ちょ備蓄アクション”



フォトセッション

左から：サミット岡田崇氏、サントリー溝本将洋、
防災心理学者 木村玲欧氏

「サントリー天然水 防災備蓄イベント“これも！ちょ備蓄アクション”」 メディア向け説明会開催レポート

開催初日（8月27日）の開場前に、報道関係者を対象とした説明会を開催し、サントリービバレッジ&フード株式会社 ブランドマーケティング本部 部長 溝本将洋、サミット株式会社 取締役常務執行役員 岡田崇氏、防災心理学者 木村玲欧氏が登壇しました。

「ちょ備蓄」プロジェクト2年目へ 日常の行動から防災備蓄の第一歩を後押し

初めに、当社ブランドマーケティング本部 部長 溝本将洋より、「サントリー天然水」が防災備蓄啓発に取り組む背景と、「ちょ備蓄」プロジェクトの活動を紹介しました。

溝本は「水は単に飲むものではなく、日々の生活を支える重要なインフラです。『サントリー天然水』は、安全・安心な飲料水を提供するだけでなく、災害時には命を支えるライフラインとしての役割も担うブランドだと考えています。昨年から開始した『ちょ備蓄』プロジェクトは、日常と非日常を切り分けて、



サントリー 溝本将洋

『いつも使っているものを、ちょっとずつ多めに買っておく』という行動を積み重ねることで、自然と『もしものときの備え』につなげていく考え方です。こうした小さな行動の積み重ねによって、しっかり備蓄ができている人を少しでも増やしていきたいと思います。」とプロジェクトへの思いを説明しました。

備蓄への心理的ハードルを軽減し、備蓄の最初の一步を後押し

いつもの買い物を、備えのきっかけに。7社協力のもと、防災備蓄イベントを開催

続いて、今回の「サントリー天然水 防災備蓄イベント“これも！ちょ備蓄アクション”」について、溝本は「今年、新たに着目したのは『在宅避難』という避難の選択肢で、政府や自治体でも在宅避難を支える取り組みが広がっています。本イベントは、普段の買い物をする場所で『いつも買っているものが、備蓄になる』という実感を得てもらうことが狙いです。現在は全国のスーパー500店舗で店頭訴求していますが、中期的には3,000店舗まで広げていきたい。」と意気込みを語りました。

また、協力企業を代表してサミット株式会社 取締役常務執行役員 岡田崇氏より、「サミットでは、お客様に災害に備える機会を増やしていただくため、『防災セール』の回数を増やしたり、リーフレットを配布したりしています。今回のイベントは、普段の買い物の延長で、誰もが気軽に災害に備えることができる素晴らしい企画だと思っています。この輪がもっと広がっていくことを願っています。」との思いが語られました。また、サミット従業員で、防災士の仁木氏も登壇し、「日常の備えは一部の専門家だけで行うのではなく、一人ひとりが担っていくものです。皆様の災害に備える活動を全力でサポートしていきたい。」と力強く語りました。



サミット 岡田崇氏(左)、仁木氏(右)

約6割が「在宅避難」を希望する一方、そのうち「十分な備え」は4.6%

「在宅避難」のニーズと、自宅の備えの実態とのギャップ『在宅避難の壁』が浮き彫りに

説明会後半では、防災心理学者 木村玲欧氏が登壇しました。木村氏は「もはや災害は特別なものではなく、日常的なものになっている」「避難所だけに頼るのではなく、安全であれば、住み慣れた自宅で生活続ける『在宅避難』も、選択肢の一つ」と前置きをした上で、ご監修いただいた「災害時の避難生活^{※1}に対する意識、および防災備蓄の実態調査」^{※2}の結果について解説をしました。

調査では、災害時、自宅に倒壊・浸水などの危険がなく、その場で生活が続けられる場合に「在宅避難」を希望した人に、現在の自宅での「在宅避難」への備えについて聞いたところ、半数近くの人が備えに不足があることがわかり、さらに、「十分に備えがある」と回答した人は、わずか4.6%にとどまる実態を紹介。避難生活の場として「自宅で過ごしたい」という



防災心理学者 木村玲欧氏

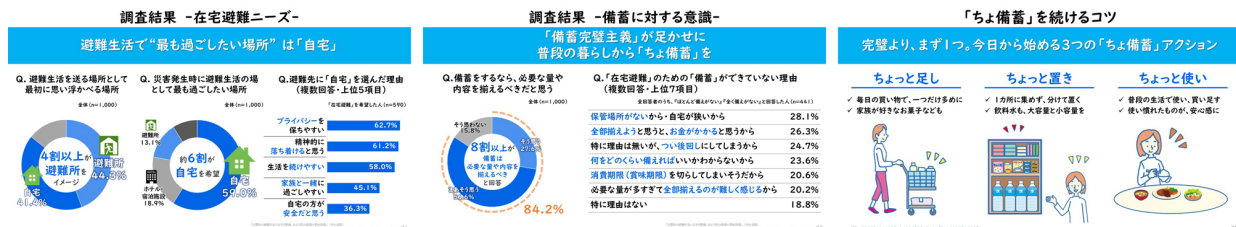
希望と、自宅の備えの実態との隔たり『在宅避難の壁』が浮き彫りになったことを説明しました。一方で、木村氏は「ある程度備えがある」と回答した人は48.0%に上ることに着目。「ゼロから全てを完璧に備える必要はありません。すでにできている備えにまず気づき、一つずつ足していくことが大切。」と解説しました。

84.2%が「備蓄は必要な量や内容を揃えるべき」

『備蓄完璧主義』にとらわれすぎず、普段の暮らしの延長で備えを

木村氏は、「備蓄をするなら、必要な量や内容を揃えるべき」と考える人が84.2%に上った結果に対し「きちんと備えること自体は大切である一方、最初から『全部揃えなければ』と考えることで、置き場所や費用などが気になり、最初の一步が重たくなってしまう。」と解説。こうした意識を『備蓄完璧主義』※4と表現し、「大切なのは、完璧な備蓄を目指すのではなく、まず始めること。一つ、そして次の一つ。これが備蓄を続けるポイント。」と強調しました。

さらに「備えは、命をつなぐだけでなく、『いつもの暮らしを少しでも取り戻す』ためのものです。普段から使い慣れたものは、心の安定にもつながります。」と指摘。今日から始める3つの「ちょ備蓄」アクションを紹介し「『ちょっと』だけで十分ではないが、『ちょっと』を入口にすれば、家族に必要な量が少しずつ増えていきます。今日の買い物からでもスタートできます。」と締めくくりました。



調査で明らかになった
『在宅避難の壁』※3

調査で明らかになった
『備蓄完璧主義』※4

今日から始める
3つの「ちょ備蓄」アクション

▼「災害時の避難生活に対する意識、および防災備蓄の実態調査」リリース

<https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/pr/article/2026/SBF1726.html>

- ※1 本リリースにおける「避難」は、災害発生直後の緊急避難（evacuation）ではなく、被災後の生活をどこで送るかという観点での避難（sheltering）を前提としています。
- ※2 「災害時の避難生活に対する意識、および防災備蓄の実態調査」／調査対象：全国の20代～60代の男女1,000人／調査手法：インターネット調査／調査時期：2026年5月29日（金）～6月1日（月）／調査主体：自社調べ
また、調査結果の構成比（%）は小数第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。
- ※3 本リリースでは、避難生活の場として「自宅で過ごしたい」という希望と、自宅の備えに不足がある実態との隔たりを、『在宅避難の壁』と表現しています。
- ※4 備蓄を一式揃えなければならないと考え、最初の一步を重く感じる傾向を、「備蓄完璧主義」と表現しています。

イベント開催レポート

ーイベント開催趣旨ー

本イベントでは、備蓄への心理的ハードルをなくし、“できることを、いつもを、ちょっとずつ”始めていただくことを目的に、サミット様のご協力の下、スーパーマーケット店内を巡りながら、普段の買い物の延長で実践できる「ちょ備蓄」を体感していただきました。

ー会場の様子（レポート）ー

「これも！ちょ備蓄」展示 参加者の声「備蓄の考え方が変わった」

“特別なもの”だけじゃない いつもの暮らしの中から備えを発見

イベント会場では「在宅避難」に関する調査結果や「ちょ備蓄」の考え方を紹介するパネルに加え、普段から使っている食品・日用品が実は備蓄にも役立つことを紹介する実物展示を行いました。

来場者には、クイズ形式のパネルを見ながら「どれが備蓄になるんだろう？」と考えたり、展示された商品を手がかりに自宅にあるものを振り返ったりと、身近なものから始められる備えを体感いただきました。

また、自宅の備えについて、「十分に備えがある」「ある程度備えがある」「ほとんど・全く備えがない」「わからない」のいずれかにシールを貼って回答するアンケートも行ったところ、初日の16時時点では、「ある程度備えがある」に最も多くの回答が集まりました。



イベント展示・参加者の様子

展示を見ながら「これも備蓄?!」と驚きの声も

参加者からは、「備蓄品は備えているけれど、気づけば賞味期限を過ぎてしまう。『ちょ備蓄』なら上手にローリングストックができそう」など、『ちょ備蓄』をきっかけに、これまでの備蓄の捉え方が変わったという声も聞かれました。

また、子どもたちからは「ぬいぐるみが備蓄展示にあってびっくり！自分のぬいぐるみも備蓄に入りたい」、親からは「ガムが備蓄になるという発想がなかった」「チャック付きの保存袋で洗濯ができるなんて」という声も聞かれ、親子で備蓄品について考える機会になっている様子が見られました。



参加者の様子



展示・ちょ備蓄棚

親子で備蓄の会話が生まれた「ちょ備蓄かるた」

親子で楽しみながら学ぶ、オリジナル「ちょ備蓄かるた」

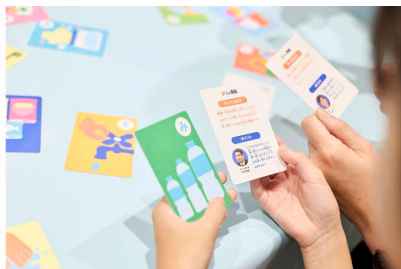
ゲームを通して「ちょ備蓄」の考え方や知識を身に付けられるよう、今回新たに制作した「ちょ備蓄かるた」の体験コーナーでは、読み札に耳を傾けながら札を探し、見つけると勢いよく手を伸ばすなど、夢中になって楽しむ子どもたちの姿も。印象に残った札について聞くと「『くらやみてらすスマホとボトルでランタンに』、スマホのライトの上に水が入ったペットボトルを置いたら、明るくなると聞いてびっくりした!」という子どもも。保護者からは、「よく覚えているね!」と、わずかな時間でも、子どもたちの印象に『ちょ備蓄』のアイデアが残っていることに驚く声が上がりました。

「家でも防災について話してみたい」親子で備蓄について話すきっかけに

参加した子どもの保護者からは「『ちょ備蓄かるた』があれば、楽しみながら学べそう」との感想も。ゲームを通じて、親子で楽しみながら身近な備えについて考える機会となりました。



参加者の様子



オリジナルの「ちょ備蓄」かるた



普段の買い物から備蓄ができることを実感「これも！ちょ備蓄 文字さがし」

店内を巡りながら発見！いつもの買い物の延長で「ちょ備蓄」を体験

「これも！ちょ備蓄 文字さがし」では、参加者がリーフレットを手に実際のスーパーマーケット店内売り場を巡り、商品棚に設置された目印やヒントを頼りに、「ちょ備蓄」アイテムとキーワードを探しました。

実際に親子で「どこにあるかな?」と相談しながら売り場を巡ったり、対象の商品を見つけてキーワードを書き込んだりと、楽しみながら店内を探索する姿が見られました。すべての文字を見つけた後は、協力企業の「ちょ備蓄」アイテムがもらえるガラポンに参加し、景品を受け取って喜ぶ姿も見られました。

「普段の買い物のついでならできそう」 普段の買い物の中で新たな気づき

参加者からは、「備蓄は面倒だと思っていたけれど、簡単に始められそう」など、実際の売り場を巡ったからこそその気づきも。さらに、「備蓄はしているけれど、足りないかもしれないと思った」と、これからの備えにつなげようとする声も聞かれました。



参加者の様子



「これも！ちょ備蓄 文字さがし」
無料配布のリーフレット



ガラポンの様子

ご参考

■イベント開催概要

□名 称：「サントリー天然水 防災備蓄イベント“これも！ちょ備蓄アクション”」

□開催日時：2026年8月27日（木）～8月29日（土） 11：00～18：00

□開催会場：サミットストア ららテラス HARUMI FLAG店

（東京都中央区晴海5丁目2－31）

□参 加 費：無料

□対象者（かるた・文字さがし）：4～15歳程度のお子様

（小学生以下のお子様は、保護者の同伴が必要です）

□体験コンテンツ：①「これも！ちょ備蓄」展示

②「ちょ備蓄かるた」（※非売品）

③「これも！ちょ備蓄 文字さがし」

□景品：かるた・文字さがしの参加者には、先着で、協力企業の商品を含む「ちょ備蓄」アイテムがもらえる巨大ガラポンにご参加いただけます。

※かるた・文字さがしはお一人様1回限りの参加とさせていただきます。



▼「サントリー天然水 防災備蓄イベント“これも！ちょ備蓄アクション”」開催告知
リリース

<https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/pr/article/2026/SBF1725.html>

■協力企業のご紹介

今年で2年目となる「ちょ備蓄」プロジェクト。昨年よりもさらに活動の輪を広げ、現在7社の企業にご協力いただいています。「ちょ備蓄」プロジェクトサイトでは、協力企業各社が提供する、日常の行動で取り入れやすいアイデア「ちょ備蓄メモ」を公開しています。

(五十音順)

 旭化成ホームプロダクツ 旭化成ホーム プロダクツ	旭化成ホームプロダクツは、サランラップ®やジップロック®など身近な商品の防災活用を発信し、日常使いを通じた防災啓発に取り組んでいます。「いつも」と「もしも」をつなぐ考え方が「ちょ備蓄」の理念と一致することから、本プロジェクトに参加しました。
 味の素（株）	味の素（株）は備蓄した食品を定期的に消費し、食べた分だけ買い足していく「ローリングストック法」をおすすめしております。「味の素K Kおかゆ」は、レトルトパウチなので持ち運びやすく、温めなくてもお召し上がりいただけます。「ローリングストック法」の推進の一環として「ちょ備蓄」プロジェクトに協力しています。
 サミット	サミットは、定期的に「備災セール」を実施しており、備えておく心安心な商品の販売の他、備災に役立つ情報を記載したリーフレットを配布しています。日々の買い物の中で「もしもの時に備える」という考え方に賛同し、本プロジェクトに参加しています。
 大王製紙	ティッシュやトイレットペーパーなどの紙製品は、災害時の衛生環境を支える重要な生活必需品です。エリエールでは、防災セット「やさしさストック」を通じて、日頃から使いながら備えるローリングストックの考え方を提案してきました。日常の延長で無理なく備える「ちょ備蓄」の考え方に共感し、本プロジェクトに賛同しました。
 はごろもフーズ	はごろもフーズが販売する缶詰・レトルトパウチ製品は、常温で長期保存が可能な食品です。もしもの備えのために少し多めに購入し、普段使いしながら減った分を買い足す「ローリングストック法」をラジオ、ホームページなどで発信しています。「ローリングストック法」の更なる推進のため、「ちょ備蓄」に賛同致しました。
 森永製菓	森永製菓は、いつも食べている「食やお菓子」の持つちからを通じて、身近で実践的な防災のかたちを社会へ広く発信し、お客様一人ひとりの防災意識向上に貢献してまいります。普段食べている商品のちょっとした活用アイディアが、もしもの時の備えにつながるという「ちょ備蓄」の考え方に賛同し、本企画に参画しました。
 ロッテ	“防災意識を少しでも身近に感じてほしい”という思いに大変共感し、一緒に取り組みさせていただきたいと思いました。日常から親しみのあるガムやチョコレートなどの“お菓子”を通じ、家族の防災意識向上に少しでもお役に立てれば幸いです。

■「ちょ備蓄」プロジェクトについて

「ちょ備蓄」プロジェクトは「サントリー天然水」の防災備蓄啓発活動です。備蓄への心理的ハードルや固定観念をなくし、“できることを、いつもを、ちょっとずつ”始めることから、もしもの備えにつなげていくという提案です。



「いつも使っているものをちょっと多めに買っておく」
「子どもが好きなお菓子をちょっと買い足しておく」
「おうちのちょっとしたスペースも備蓄に有効活用してみる」など、ちょっと意識を変えるだけで、日常の行動が備えにつながり、それを継続することでもしもの時にも自分や大切な人を守り、社会の混乱も防ぐ力につながると考えています。



▼「ちょ備蓄」プロジェクトサイト

<https://www.suntory.co.jp/water/tennensui/chobichiku>

サントリー天然水公式X (@suntory_tennen) でも、日常の中で、ちょっとした備えにつながる「ちょ備蓄」のアイデアである「ちょ備蓄メモ」を発信しています。

「サントリー天然水」は、生活必需品でありインフラとしての役割も持つミネラルウォーターのブランドとして、今後も防災備蓄を積極的に啓発していくとともに、安定供給のための取り組みに一層注力していきます。

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

以 上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。

さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらし、社会にとっての水であること。

社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。

「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。