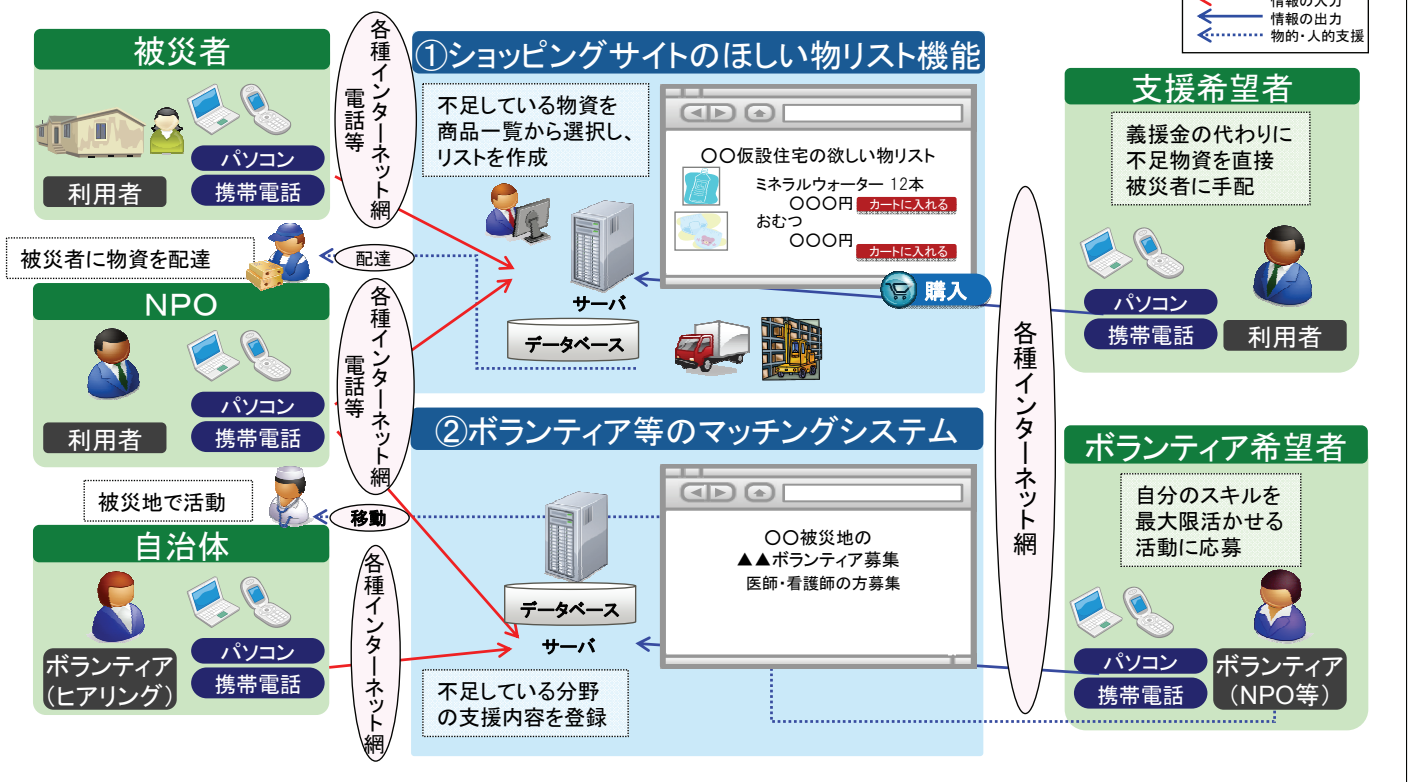


事例9 ボランティアや物資等のマッチング

■被災地のニーズと支援とをマッチングさせるシステム



※①②はそれぞれ別の異なるサービスです

解説

1) 背景・ニーズ

被害が広範囲にわたる大規模災害では、被害の程度や状況が避難場所単位でも大きく異なります。また、時間が経つにつれて必要とされる支援内容も変化します。

救援物資などの支援を行う際には、求められる支援の内容・場所・量などを細かく把握し、ミスマッチが起こらないようにすることが重要となります。

2) 事例の概要

- 被災者や現場のボランティアなどが、必要とする支援をWebサイトなどに登録することができます。支援の内容・場所・数などのニーズを把握できるため、きめ細かに対応することができます。
- 「Amazon.co.jp」では、2012年3月末までに7,000以上のほしい物リストが作成・公開され、112,000点以上もの救援物資が届けられました。
- 「復興市場」(fukkoichiba.com)では、支援者が、被災地の50以上の商店で物資を購入できる仕組みが提供され、被災地の経済活動にも貢献しました。
- 「助けあいジャパン」「ふんばろう東日本支援プロジェクト」「ボランティアプラットフォーム」などでは、救援物資だけでなく、ボランティアのマッチングも図られました。

事例のメリット

○情報の共有が容易にできる

求める物資の内容や数、支援済みの情報などの情報を容易に共有できるため、被災地の個別具体的なニーズに応えることができます。

○情報を蓄積し、いつでも利用できる

支援側が提供できる支援内容をマッチングサイトに登録しておくこともできるため、被災者は必要なタイミングで支援を依頼することができます。

活用に向けた留意点

高齢者などのインターネットを利用しない人々のニーズも把握するために、ボランティアなどが直接要望を聞きとり、それをインターネットに登録するといった配慮が求められます。