

3.1.15. アステラス製薬

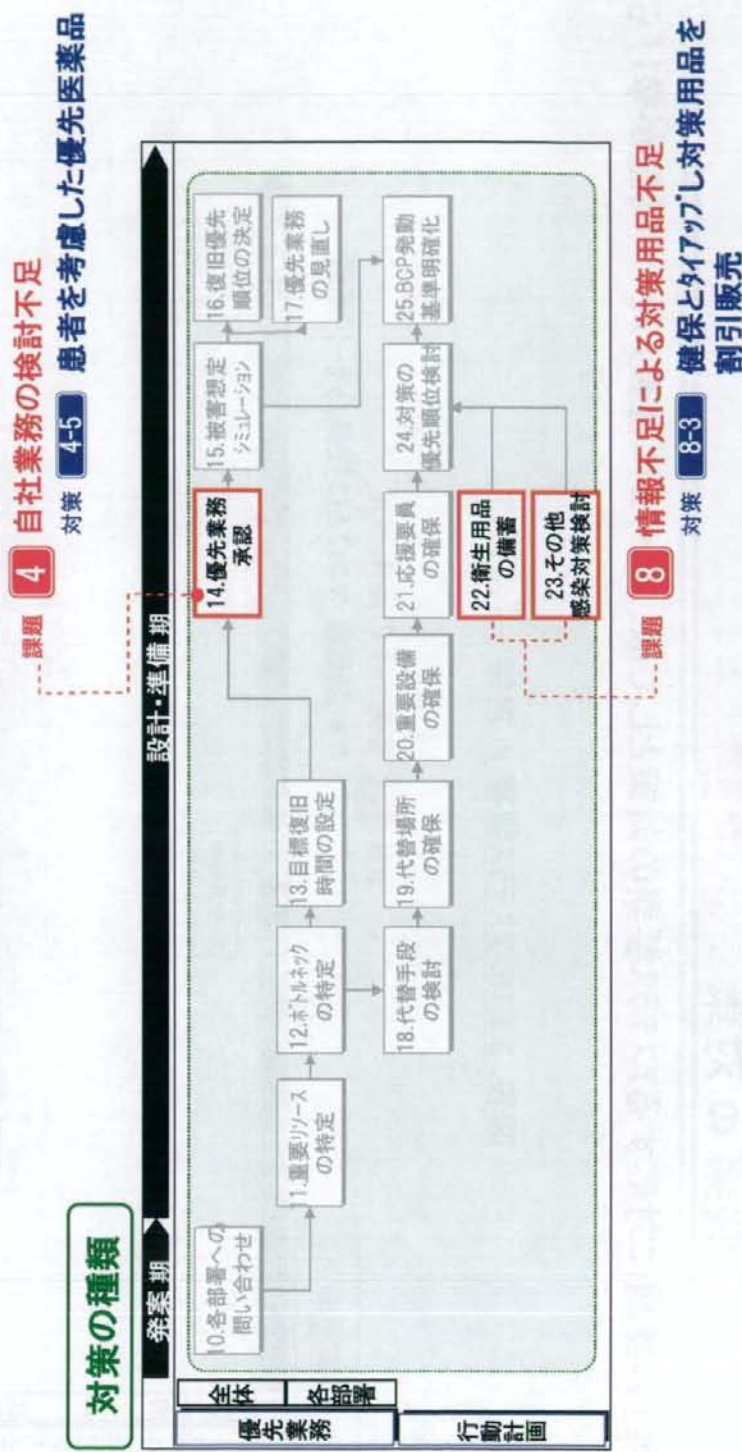
- 3.1.15. アステラス製薬の対策
「対策の種類」
「浸透度」
- 3.1.15. 課題への対策
 - ①：患者を考慮した優先医薬品
 - ②：健保とタイアップし対策用品を割引販売
 - ③：マニュアルに社長メッセージ掲載
- 3.1.15. その他対策(一例)
- 3.1.15. 学びのポイント

※ 掲載した対策や工夫点に関しては、ヒアリングによって伺った範囲のものであり、企業が策定している対策全体の一部である。また課題に関しては、インタビューが考察によって導き出した仮説である。

3.1.15. アステラス製薬の対策： 対策の種類

「対策の種類」の課題に対応するアステラス製薬の対策として、患者を考慮した優先医薬品、健保とタイアップし対策用品を割引販売が挙げられる。

図表. 3.1.15. アステラス製薬の対策：「対策の種類」

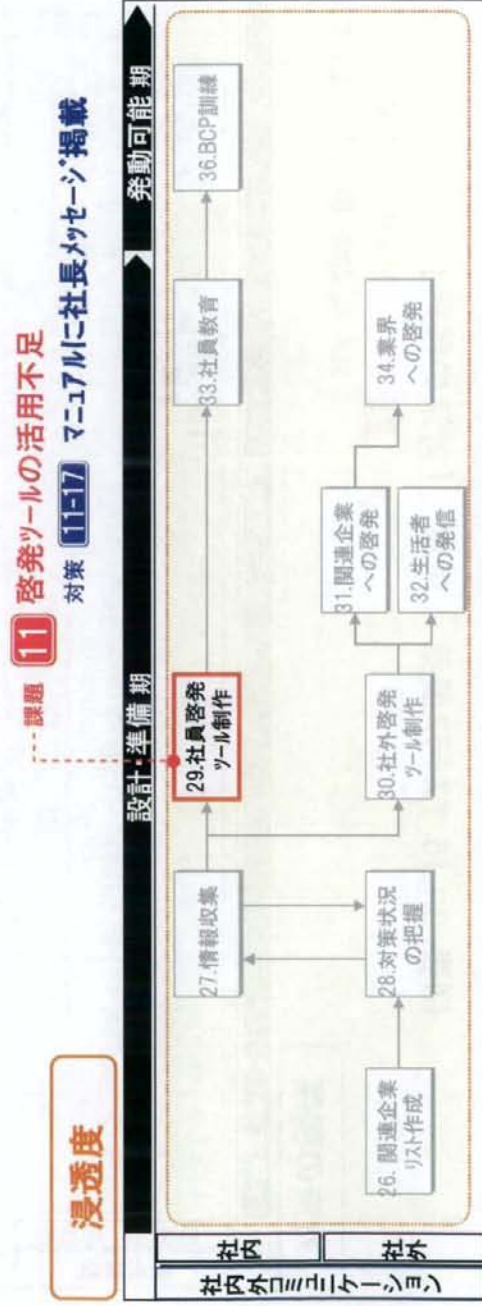


※ 課題に関しては、イリュージョンズが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際に持つと思われるものである。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

3.1.15. アステラス製薬の対策：浸透度

また、「浸透度」の課題に対応するアステラス製薬の対策としては、マニュアルに社長メッセージ掲載が挙げられる。

図表. 3.1.15. アステラス製薬の対策：「浸透度」



※ 課題に関しては、インタビューが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際に持つと思われるものである。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。

3.1.15. 課題への対策①：患者を考慮した優先医薬品

7ステラス製薬では、生命の危機に直結する医薬品の供給を最優先とするほか、自社供給が止まると著しく流通量が減少し市場の混乱を招くおそれのある医薬品の供給を優先している。

図表. 3.1.15. 課題への対策①：患者を考慮した優先医薬品

課題

課題 4 自社業務の検討不足

対策

対策 4-5 患者を考慮した優先医薬品

- ・ 患者の生命の危機に直結する医薬品
- ・ 自社供給の停止により流通量が大きく減少する医薬品（他社の参入が少ない医薬品）を優先的に製造

優先順位決定イメージ

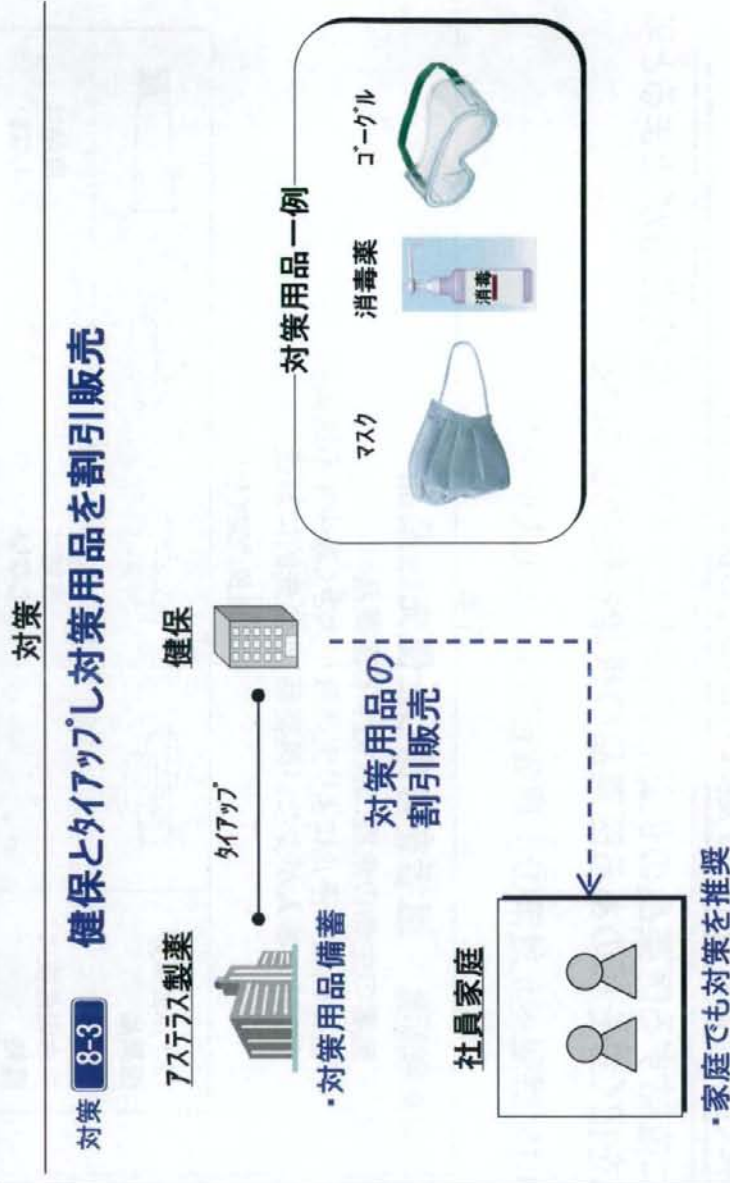
7ステラス製薬の 医薬品				
生命の危機に 直結	する	直結は しない	する	直結は しない
類似商品を作っている 製薬企業	なし	製薬A社 製薬B社	製薬A社 製薬B社	製薬A社 製薬B社 製薬C社
優先順位	高	低	高	低

※ 課題に関しては、イノブエーションが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際にとつて思われるものである。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。

3.1.15. 課題への対策②：健保とタイアップし対策用品を割引販売

アステラス製薬では、マスク等のインフルエンザ対策用品を企業で備蓄すると共に、健保とタイアップし、社員がマスク等を安価で購入できるようにし、家庭での対策を推奨している。

図表. 3.1.15. 課題への対策②：健保とタイアップし対策用品を割引販売



※ 課題に関しては、インフォジョンズが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型コロナウイルス対策策定の際に持つと思われるものである。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。

3.1.15. 課題への対策③：マニュアルに社長メッセージ掲載

アステラス製薬では、社員に配布する新型インフルエンザに関するマニュアルの巻頭言に社長のメッセージを掲載することで、新型インフルエンザ対策へのトップのコミットメントを印象付けしている。

図表. 3.1.15. 課題への対策③：マニュアルに社長メッセージ掲載

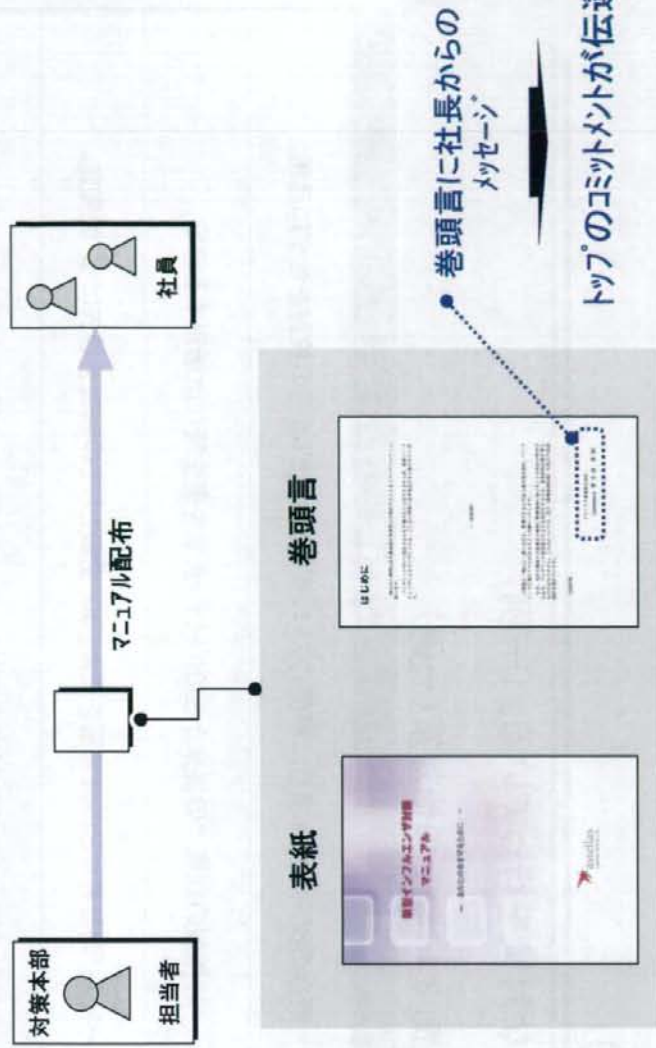
課題

課題① 啓発ツールの活用不足

対策

対策③ 11-17

マニュアルに社長メッセージ掲載



※ 課題に関しては、イノベーションが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際にとつて思われるものである。特定の企業の特つ課題を指し示すものではない。

3.1.15. その他対策(一例)

アステラス製薬では、その他に以下のような対策を行っている。(一例)

図表. 3.1.15. その他対策(一例)

対策	詳細
既存のBCP体制の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存のBCPの検討項目に新型コロナウイルスを追加。ゼロからの検討をせずに活用。
リスク情報企業からの情報収集	<ul style="list-style-type: none"> ・ リスク情報の収集での従来からのパートナー企業を発生時には活用する想定。
経営層を交えた訓練実施	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社長/副社長などの経営層を交え、BCP全般としての訓練を過去に2回実施。
在宅勤務のインフラ整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ マネジメント層、重要業務従事者の分については既にインフラ整備を進めている。今後セキュリティなどを整えて実施に備える。
全社員約8,500人へインターネットで連絡	<ul style="list-style-type: none"> ・ 災害時専用掲示板の設置:有事の際にネット上に専用の掲示板を立ち上げ、国内全社員(約8,500人)に連絡できる仕組みを構築。
説明会での対面啓発重視	<ul style="list-style-type: none"> ・ 説明会等による社員とのダイレクトなコミュニケーションを重視し、家族にも対策を伝えてもらうことで家族の理解の底上げに努めている。
本社と同レベルでのグループ対策連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本社と同レベルで対策が行えるようグループ企業と連携をとって進めている

3.1.15. 学びのポイント

ステラス製薬の新型インフルエンザ対策からの学びのポイントとして、経営層のコミットメント、感染防止強化のきっかけを提供があると考えられる。

図表. 3.1.15. 学びのポイント

対策内容

学びのポイント

11-17 マニュアルに社長メッセージ掲載

その他 経営層を交えた訓練実施

社長/副社長などの経営層を交え、BCP全般としての訓練を過去に2回実施

8-3 健保とタイアップし対策用品を割引販売

社内に社員の分の対策用品を備蓄するだけでなく、社員家庭に対しても割引販売にて対策推奨

1. 経営層のコミットメント

マニュアルに社長からのメッセージを掲載するのみならず、経営層が訓練に参加することで対策推進力を高める

2. 感染防止強化のきっかけを提供

従業員が家族のために感染防止対策グッズを購入出来るよう機会を提供するだけでなく、割引等、購入のしやすさを創出

※掲載した学びのポイントに関しては、ヒアリングによって得た対策をもとにインタビューが分析・考察によって導き出したものである。

3.1.16. 製薬業界G社

3.1.16. 製薬業界G社の対策

「対策の種類」

3.1.16. 課題への対策

- ①：社会的に重要な医薬品の優先
- ②：業務代替を意識したノウハウ管理

3.1.16. その他対策(一例)

3.1.16. 学びのポイント

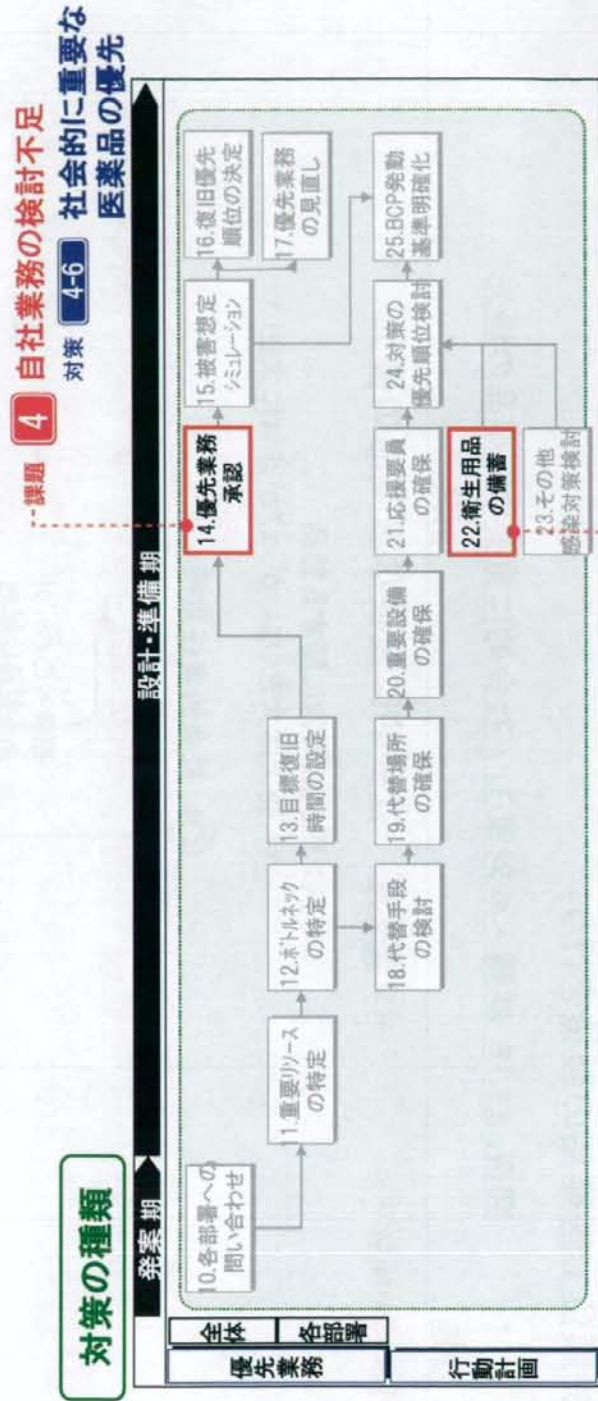
※掲載した対策や工夫点に関しては、ヒアリングによって伺った範囲のものであり、企業が策定している対策全体の一部である。また課題に関しては、インタビューが考察によって導き出した仮説である。

※社名の7桁部分は、本報告書で企業名の公表を差し控える企業を順に割り振っているものであり、企業名を示唆するものではない。

3.1.16. 製薬業界G社の対策：対策の種類

「対策の種類」の課題に対応する製薬業界G社の対策として、社会的に重要な医薬品の優先、業務代替を意識したノウハウ管理が挙げられる。

図表. 3.1.16. 製薬業界G社の対策：「対策の種類」



※ 課題に関しては、インタビューが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際に持つと思われるものである。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

3.1.16. 課題への対策①：社会的に重要な医薬品の優先

製薬業界G社では、パンデミック時に企業活動の停滞による顧客への影響を想定し、社会からの要請を反映した優先順位で医薬品の製造を行う。

図表. 3.1.16. 課題への対策①：社会的に重要な医薬品の優先

課題

課題 4 自社業務の検討不足

対策

対策 4-6 社会的に重要な医薬品の優先

例：甲状腺異常に関する製品
⇒ 売上は大きくないがシニアが非常に大きい

◎ 社会的責任重視



✕ 利益重視



※ 課題に関しては、イーソリューションズが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型コロナインフルエンザ対策策定の際に持つと思われるものである。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。

3.1.16. 課題への対策②：業務代替を意識したノウハウ管理

製菓業界G社では、従業員の知識不足による業務中断を防ぐため業務代替を意識したノウハウ管理を行い対応している。

図表. 3.1.16. 課題への対策②：業務代替を意識したノウハウ管理

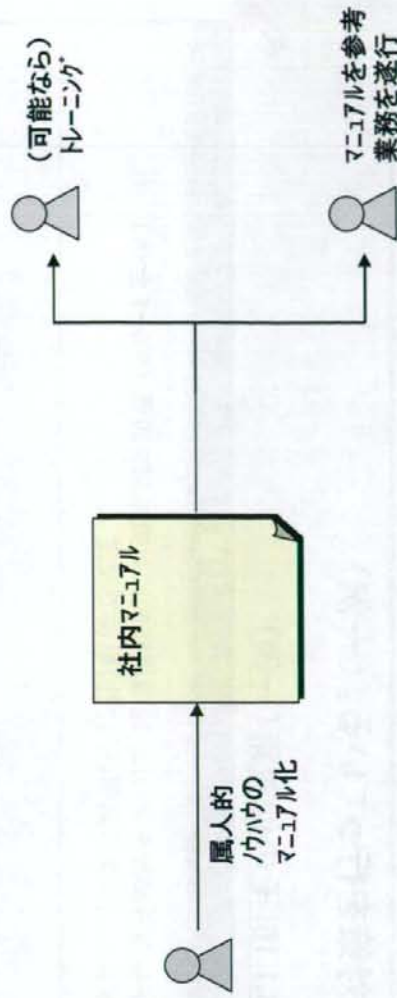
課題

課題⑥ 最低限必要な人材の確保不足

対策

対策 6-9 業務代替を意識したノウハウ管理

例：属人的/専門性高い業務/ノウハウの社内マニュアル化



※ 課題に関しては、イノベーションが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の順に持つと思われるものである。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。

3.1.16. その他対策(一例)

製薬業界G社では、その他に以下のような対策を行っている。(一例)

図表. 3.1.16. その他対策(一例)

対策	詳細
取締役による率先したリーダーシップ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広報担当取締役を中心に、組織横断的に対策本部を設置(グループ全体) ・ 詳細なマニュアルは事業部(子会社)単位で設定
対策の定期的なアップデート	_____
インフラ企業との調整(予定)	_____
フェーズ毎の詳細な行動計画	<ul style="list-style-type: none"> ・ 優先課題や欠勤率の想定など、フェーズ毎に対応範囲を変えて検討
啓発ツールの整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 健康保険組合から個人啓発用の小冊子を全社員に配布 ・ グループウェアでの対策情報の共有
サプライチェーン企業への対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運送業者の対応能力によって優先順位を検討

一例

3.1.16. 学びのポイント

製薬業界G社の新型インフルエンザ対策からの学びのポイントとして、社会的機能維持の重視があると考えられる。

図表. 3.1.16. 学びのポイント

対策内容

学びのポイント

4-6 社会的に重要な医薬品の優先

その他 サプライチェーン企業への対応

運送業者の対応能力によって
優先順位を検討

1. 社会的機能維持の重視

製薬の社会的機能維持に果たす役割を重視し、
自社のみならず、業界全体での対策を検討

3.1.17. キューピー

3.1.17. キューピーの対策
「対策の種類」
「浸透度」

3.1.17. 課題への対策

- ①：介護食など社会性の高い製品重視
- ②：被害シミュレーションによる危機感醸成

3.1.17. その他対策(一例)

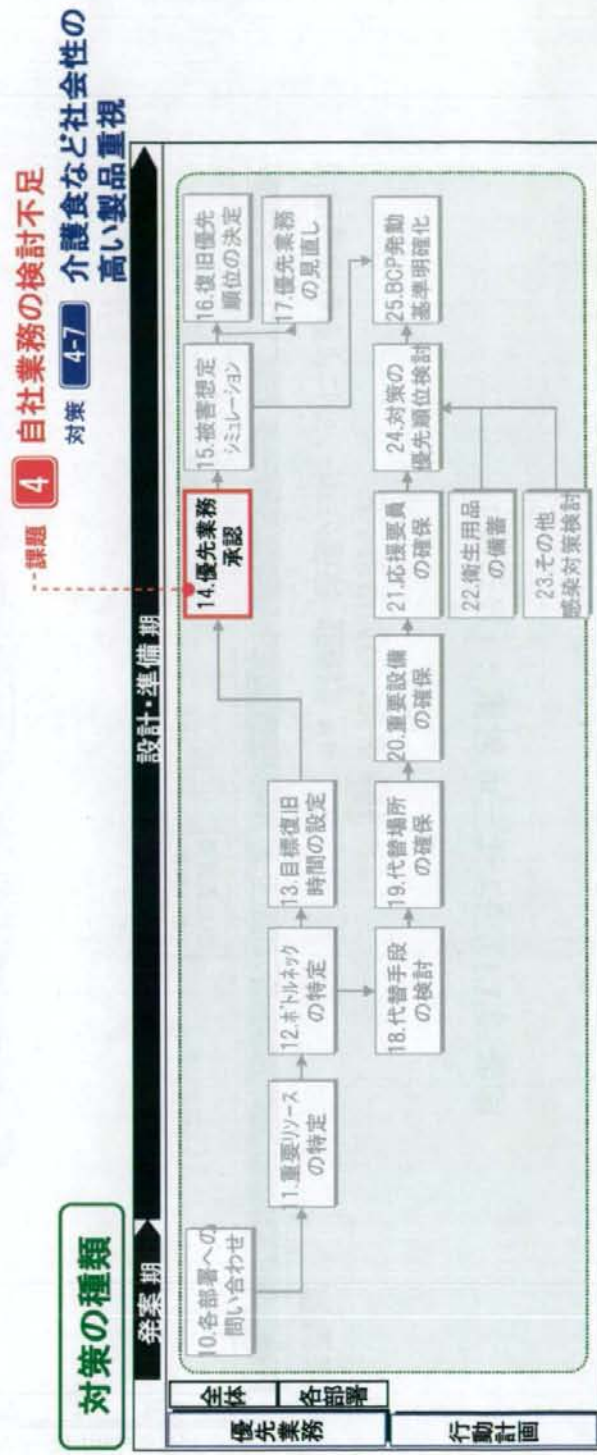
3.1.17. 学びのポイント

※掲載した対策や工夫点に関しては、ヒアリングによって得た範囲のものであり、企業が策定している対策全体の一部である。また課題に関しては、インタビューに基づき導き出した仮説である。

3.1.17. キューピーの対策： 対策の種類

「対策の種類」の課題に対応するキューピーの対策として、介護食など社会性の高い製品重視が挙げられる。

図表. 3.1.17. キューピーの対策：「対策の種類」



※ 課題に関しては、イノベーションが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際に持つと思われるものである。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

3.1.17. 課題への対策①：介護食など社会性の高い製品重視

キュービーでは、パンデミック時にも供給を継続させる事業として、看板商品と同時に、介護食などのより社会性の高い製品の供給継続に力を注ぐことを検討している。

図表. 3.1.17. 課題への対策①：介護食など社会性の高い製品重視

課題

課題 4 自社業務の検討不足

対策

対策 4-7 介護食など社会性の高い製品重視

- ・より社会性の高い製品供給を重視(予定)
業務を「必須」「重要」「不要不急」に分類
(⇒優先基準として企業の社会的責任を加味)



介護食やヘルシーフードの供給中断による社会的影響を重視

※ 課題に関しては、イノベーションが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際にとつて思われるものである。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

3.1.17. 課題への対策②：被害シミュレーションによる危機感醸成

キュービーでは、社内に対策を促す際に、新型インフルエンザに関する認知不足の課題に対して、イメージしやすい被害シミュレーションを提示することで危機感を醸成し、対策必要性を認知させることができました。

図表. 3.1.17. 課題への対策②：被害シミュレーションによる危機感醸成

課題

課題① 啓発ツールの活用不足

対策

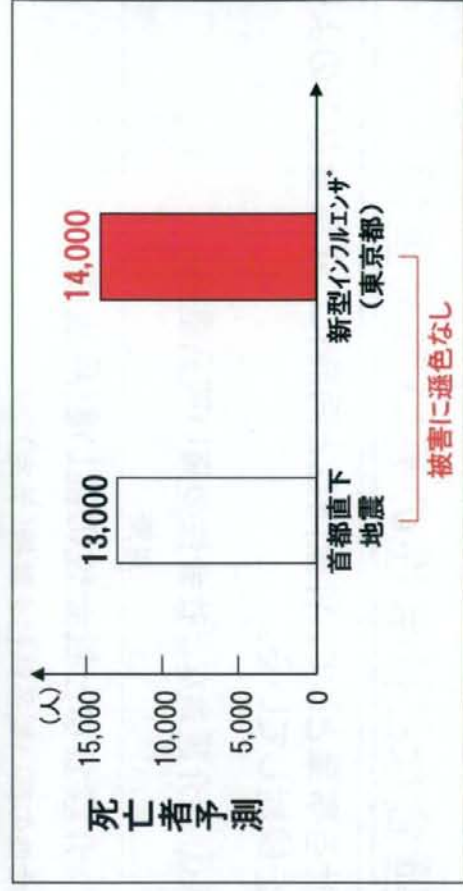
対策② 被害シミュレーションによる危機感醸成

- 社内対策を促す情報の提供

課題：新型インフルエンザに関する認知不足

⇒ イメージしやすい大地震の被害と比較したシミュレーションデータを用いて新型インフルエンザ被害の深刻さを社内に説明

⇒ 被害の基大さが伝わり、対策必要性を認知



※ 課題に関しては、インフルエンザが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際に持つと思われるものである。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。

3.1.17. その他対策(一例)

キュービーでは、その他に以下のような対策を行っている。(一例)

図表. 3.1.17. その他対策(一例)

対策	詳細
組織横断的な体制作り	<ul style="list-style-type: none"> ・ 総務、人事、経営企画等からなる組織横断的な対策プロジェクトの設置
テーマ別に推進担当設置	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対策テーマごとに所管の部署が中心となって対策を推進
全従業員分のN95マスク備蓄	<ul style="list-style-type: none"> ・ 先行した対策が必要と思われる中国にN95マスクを1人60枚(1日1枚の想定で60日分相当)、在籍全従業員分配備 ・ 日本はN95マスクを1人5枚(1日1枚の想定で5日分相当)、全従業員分備蓄
感染防止の業務フロー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業所構内入場者チェックのフローなどを検討
イントラネットでの周知徹底	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型インフルエンザ対策に関する社内ナレッジをイントラネットのデータベースで公開し、徹底する予定
海外渡航の自粛要請	<ul style="list-style-type: none"> ・ インドネシア、ベトナム、中国、インド、タイ、トルコなどへの私用渡航の自粛を社員に要請
他社ネットワークを活用した対策情報交換	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「NPO 事業継続推進機構」の新型インフルエンザ対策の勉強会に参加する企業と情報交換