

3.1.17. 学びのポイント

キュービ-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、会社への安心感があると考えられる。

図表. 3.1.17. 学びのポイント

対策内容

学びのポイント

11-18 被害シミュレーションによる
危機感醸成

その他 全従業員分のN95マスク備蓄

1. 会社への安心感

社員が会社に対し安心感を抱期業務を遂行し
てもらうために、社員への危機感醸成を行うう
方で、対策用品を備蓄

※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伺った対策をもとに
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。

3.1.18. 食品業界H社

3.1.18. 食品業界H社の対策
「対策の種類」
「浸透度」

3.1.18. 課題への対策

- ①：出張者の面会者情報確認
- ②：オジナルポスターによる啓発

3.1.18. その他対策(一例)

3.1.18. 学びのポイント

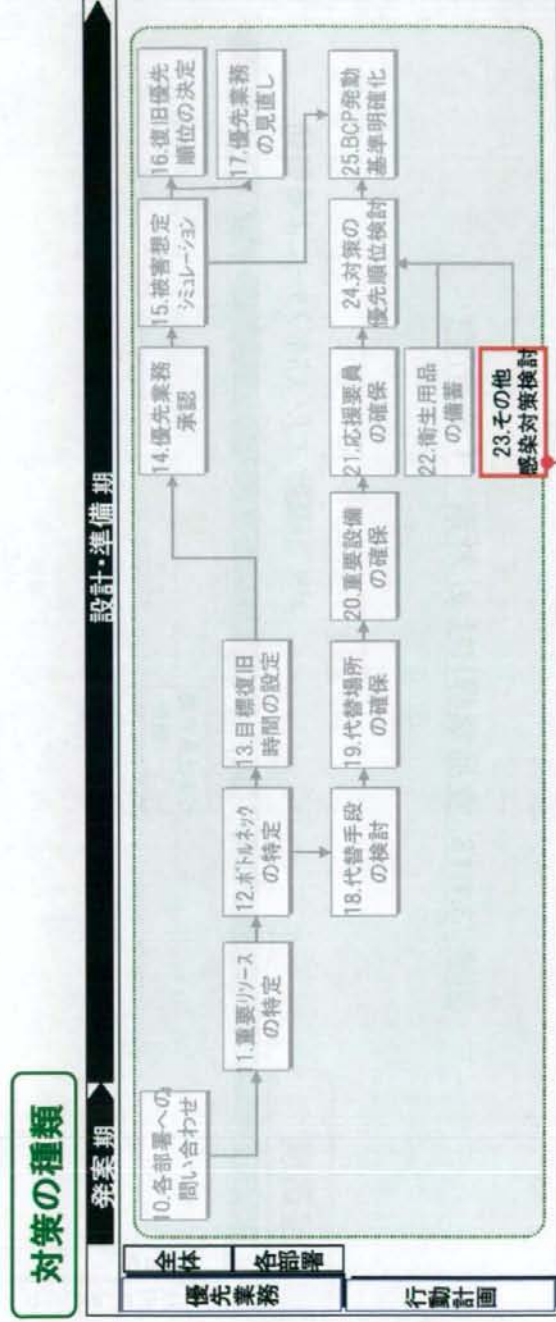
※掲載した対策や工夫点に関しては、ヒアリングによって何った範囲のものであり、企業が策定している対策全体の一部である。また課題に関しては、インタビューが観察によって導き出した仮説である。

※社名のアルファベットは、本報告書で企業名の公表を差し控える企業を順に斜り掛けているものであり、企業名を示唆するものではない。

3.1.18. 食品業界H社の対策： 対策の種類

「対策の種類」の課題に対応する食品業界H社の対策として、出張者の面会者情報確認が挙げられる。

図表. 3.1.18. 食品業界H社の対策：「対策の種類」



課題 7 **業務プロセスの検討不足**

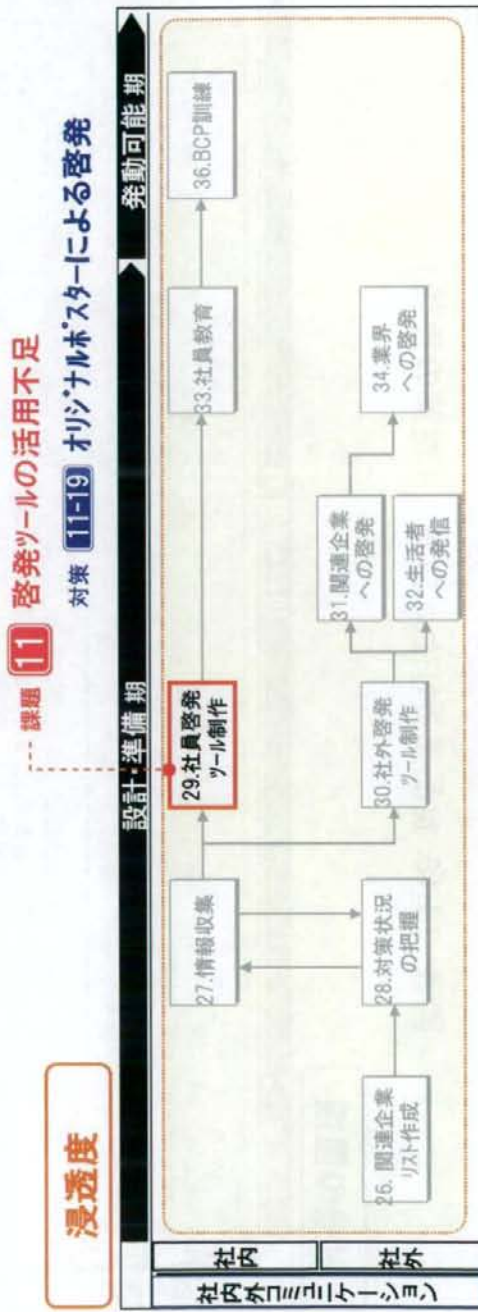
対策 7-9 **出張者の面会者情報確認**

※ 課題に関しては、インターネットが考察によって選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。

3.1.18. 食品業界H社の対策：浸透度

また、「浸透度」の課題に対応する食品業界H社の対策としては、オリジナルホスターによる啓発が挙げられる。

図表. 3.1.18. 食品業界H社の対策：「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。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

3.1.18. 課題への対策①：出張者の面会者情報確認

食品業界H社では、インドネシアなどへの出張時に、いつでもどこでも誰と会ったかを社員と確認し、万が一の感染拡大が防止できる連絡フローをとっている。

図表. 3.1.18. 課題への対策①：出張者の面会者情報確認

課題

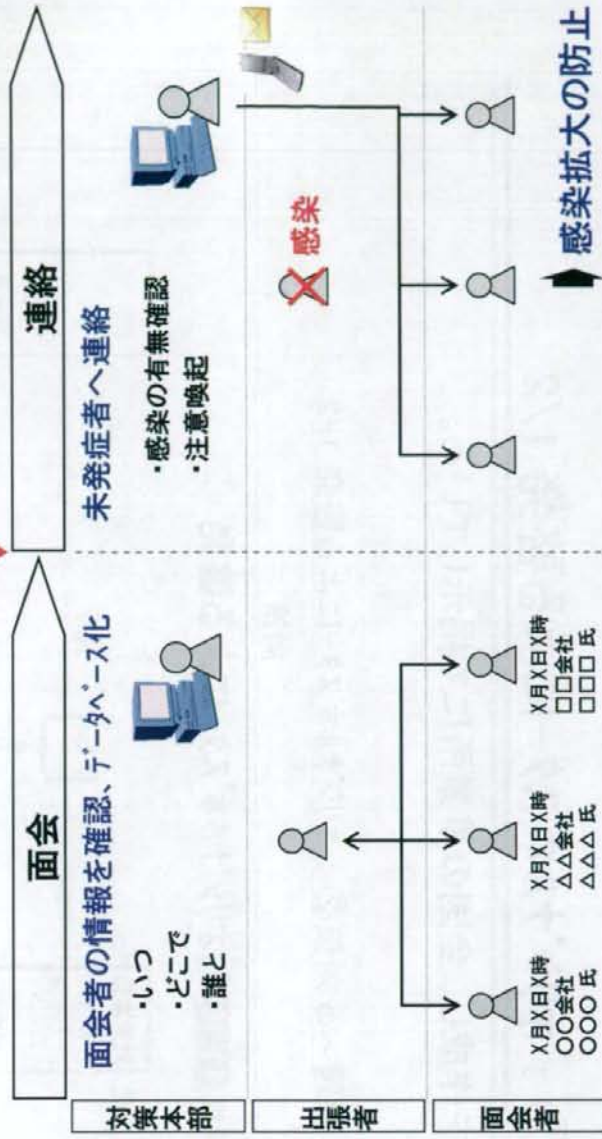
課題 7 業務プロセスの検討不足

対策

対策 7-9

出張者の面会者情報確認

出張者 or 面会者の
感染発覚



※ 課題に関しては、イノベーションが考察によって選出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策策定の際、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。

3.1.18. 課題②：オリジナルホスターによる啓発 1/2

食品業界H社では、オリジナルホスターを作成し、全国の事業所にて掲示している。

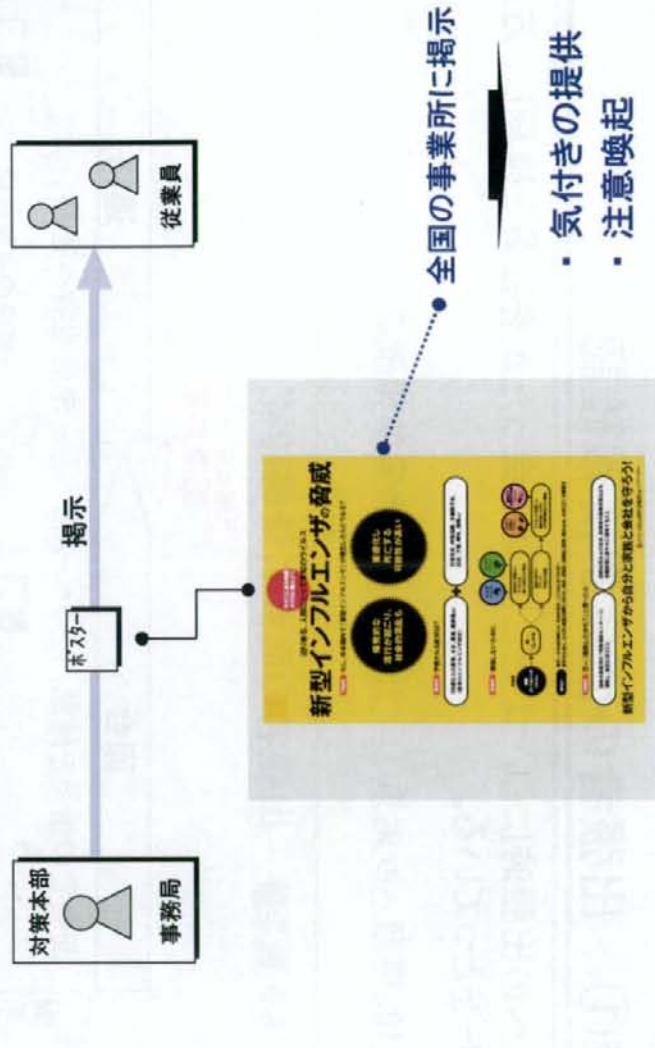
図表. 3.1.18. 課題②への対策②：オリジナルホスターによる啓発 1/2

課題

課題① 啓発ツールの活用不足

対策

対策①①-19 オリジナルホスターによる啓発



※ 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。

3.1.18. その他対策(一例)

食品業界H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. 3.1.18. その他対策(一例)

対策	詳細
社内横断的な組織体制	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2008年より、人事総務部を中心として、社長を委員長、IRなど対外的な対応には広報、IT管理には情報室を関与させるなど横断的に取り組む
日本人コミュニティからの情報	<ul style="list-style-type: none"> ・ 海外支社には日本にいるのと変わらぬ情報の共有を行うとともに、商社や損保会社など海外情報に強い企業との日本人コミュニティからの情報収集を現地で行う
社会的責任重視の業務停止基準	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社会機能維持を優先事項とする。食品を扱う企業としての社会的責任から、自社から感染者を出さないことを大きな目標とし、対策を進める ・ 自社から一人でも感染者が出たら工場を停止させる。
法定業務の継続	<ul style="list-style-type: none"> ・ 決算、納税、週1回の細菌検査などの法定業務については継続
出社可能人数の調査	<ul style="list-style-type: none"> ・ 重要業務である物流について、何人出社できるか調査中(住居、出勤時間、経路、手段など)
機能維持者の泊まり込み対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ 継続業務を担当する社員は出勤時の感染リスクから守るためオフィスでの泊まり込み対応を想定。(シャワー等の設備について今後検討)
全社共有データベースで情報共有	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社対策に関する情報を全社共有のデータベースで閲覧可能
全従業員にマニュアル配布	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全従業員にマニュアルを配布
説明会での対面啓発重視	<ul style="list-style-type: none"> ・ 過去に本社で4回説明会を行い、情報をイントラネットの掲示板にも掲載
問い合わせに応じた情報開示	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小売など関係会社から問い合わせがあれば、対策状況を開示している

3.1.18. 学びのポイント

食品業界H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、迅速かつ正確な対応を可能にする為の準備、従業員への対策意識の醸成が考えられる。

図表. 3.1.18. 学びのポイント

各対策

学びのポイント

7-9 出張者の面会者情報確認
いつ、どこで、誰と会ったかを確認し、データベース化

その他 日本人コミュニティからの情報
海外支社への情報共有や、海外情報に強い企業からの情報収集を実施

11-19 オリジナルポスターによる啓発

その他 全従業員にマニュアル配布

その他 説明会での対面啓発重視

1. 迅速かつ正確な対応を可能にする為の準備
出張者の面会情報や海外の最新情報を逐次確認

2. 従業員への対策意識の醸成
オリジナルポスターやマニュアル、説明会などによる繰り返し啓発で従業員に対策への意識を浸透

※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応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。

3.1.19. ユニ・チャーム

3.1.19. ユニ・チャームの対策
「対策の種類」

「浸透度」

3.1.19. 課題への対策

- ①：国内2拠点へ機能を集約
- ②：対策用品とマニュアルのセット配布

3.1.19. その他対策(一例)

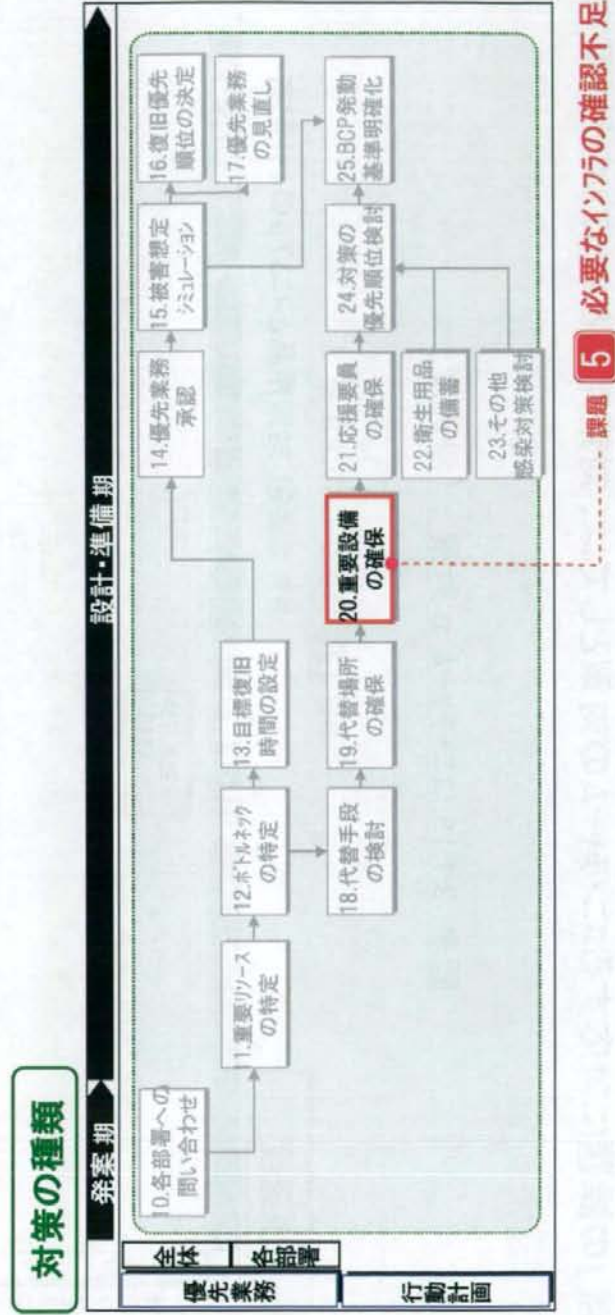
3.1.19. 学びのポイント

※ 掲載した対策や工夫点に関しては、ヒアリングによって何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。

3.1.19. ユニ・チャームの対策： 対策の種類

「対策の種類」の課題に対応するユニ・チャームの対策として、国内2拠点へ機能を集約が挙げられる。

図表 3.1.19. ユニ・チャームの対策：「対策の種類」



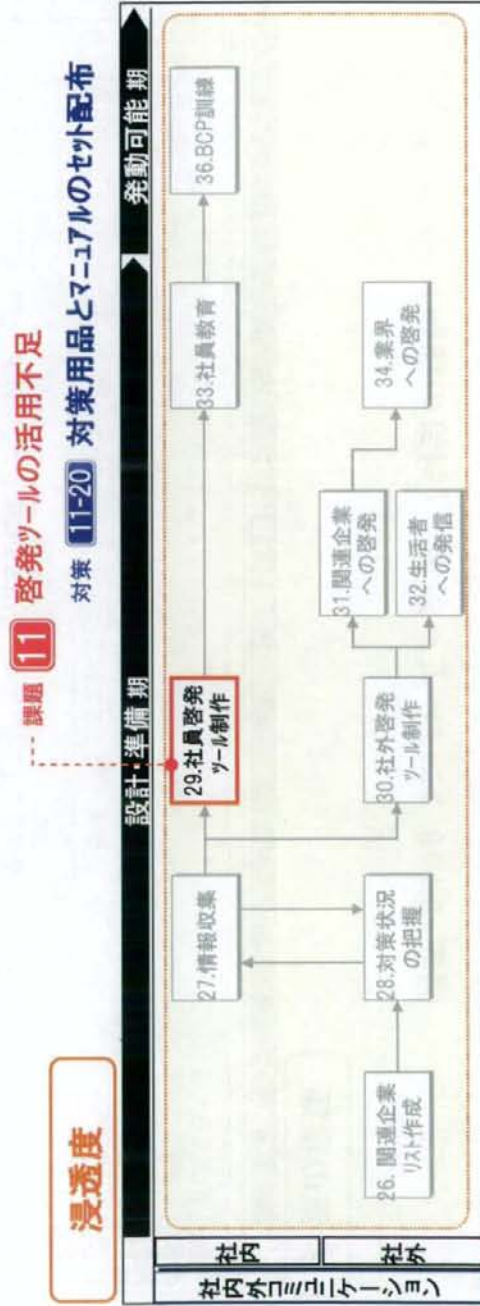
対策 5-3 国内2拠点へ機能を集約

※ 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とり得られるものである。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。

3.1.19. ユニ・チャームの対策：浸透度

また、「浸透度」の課題に対応するユニ・チャームの対策としては、対策用品とマニュアルのセット配布が挙げられる。

図表 3.1.19. ユニ・チャームの対策：「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とらわれるものである。特定の企業を持つ課題を指し示すものではない。

3.1.19. 課題への対策①：国内2拠点へ機能を集約

ユニ・チャームでは、発生時に本社の東京と四国の2拠点へ機能を集約し、地域特性に応じた対策を検討している。

図表. 3.1.19. 課題への対策①：国内2拠点へ機能を集約

課題

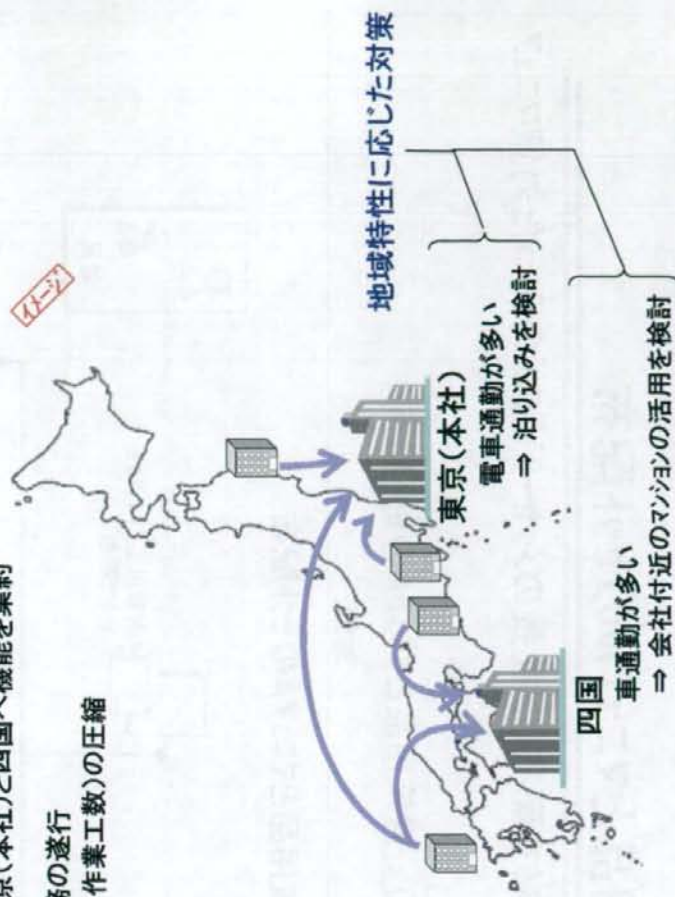
課題 5 必要なインフラの確認不足

対策

対策 5-3 国内2拠点へ機能を集約

発生時には、東京(本社)と四国へ機能を集約

- ・ 確実な業務の遂行
- ・ コスト(費用・作業工数)の圧縮



※ 課題に関しては、インシデント発生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。

3.1.19. 課題への対策②：対策用品とマニュアルのセット配布

ユニ・チャームでは、国内従業員全てに自社製品のマスクを配布し、社長のメッセージとロゴの入った対策マニュアルをセットで配布している。

図表. 3.1.19. 課題への対策②：対策用品とマニュアルのセット配布

課題

課題① 啓発ツールの活用不足

対策

対策② 対策用品とマニュアルのセット配布



※ 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コロナエンサ対策策定の際、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。

3.1.19. その他対策（一例）

ユニ・チャームでは、その他に以下のような対策を行っている。（一例）

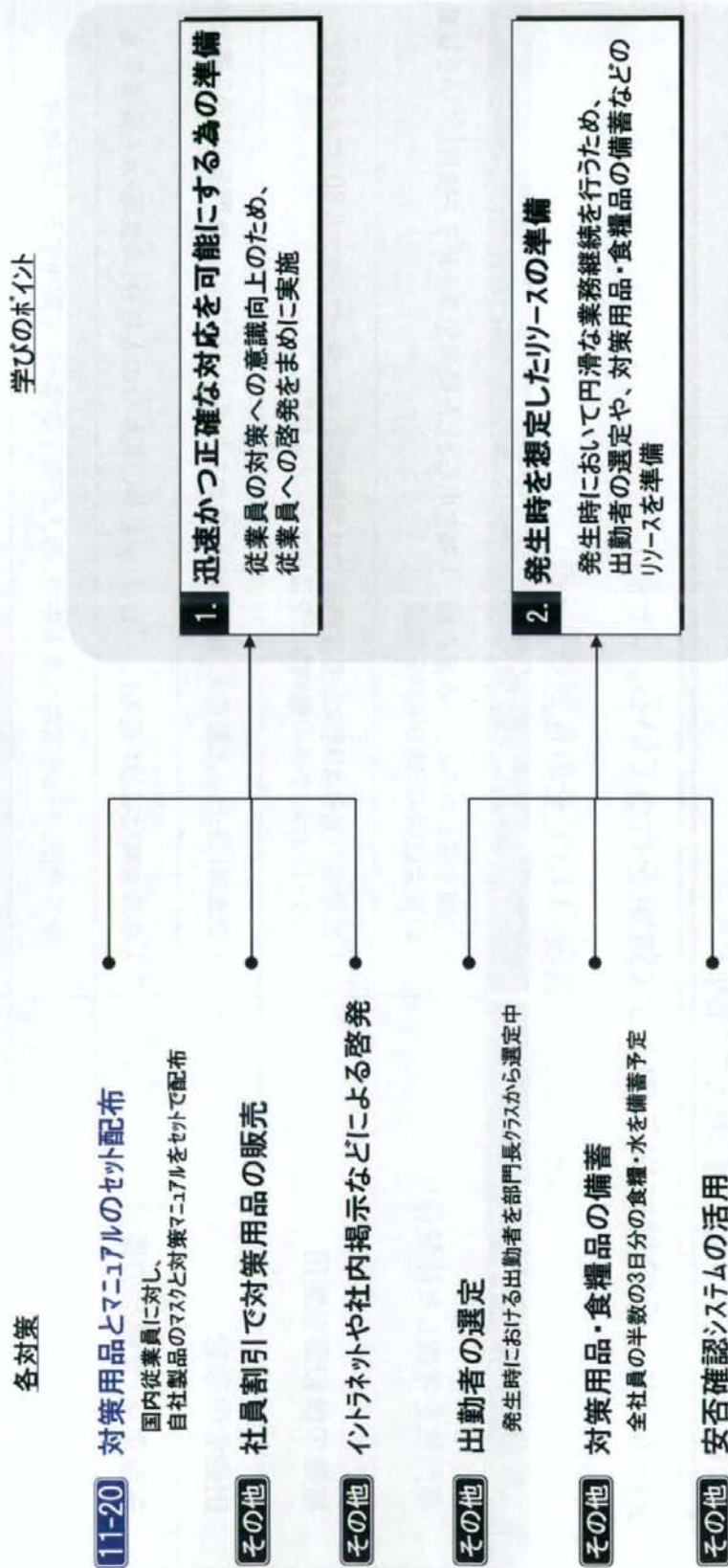
図表. 3.1.19. その他対策（一例）

対策	詳細
専門性を考慮した体制作り	<ul style="list-style-type: none"> 企画本部を中心とした事業継続、人事を中心とした関連企業と骨子を検討している従業員 の安全確保の2軸で体制を構築
複数の情報源を活用	<ul style="list-style-type: none"> 厚労省の発令より前に、各国機関や共同通信社、インターナショナルSOSによる情報、 インターナショナルスクールの動向などを活用することを検討
出勤者の選定	<ul style="list-style-type: none"> 発生時における出勤者を、経理・システム含めて70名ほどを想定し、部門長クラスから選定中
対策用品・食糧品の備蓄	<ul style="list-style-type: none"> 各事業所に石鹸を配布し、3日分（全社員の約半分の人数分）の食糧・水も備蓄予定
安否確認システムの活用	<ul style="list-style-type: none"> 安否確認システムを国内へ導入中で、導入が完了次第テストを実施することを検討
社員割引で対策用品の販売	<ul style="list-style-type: none"> 自社製品であるマスクなどを社員割引で販売
インターネットや社内掲示などによる啓発	<ul style="list-style-type: none"> インターネットでハンデミック特集を組み、情報は週単位で更新 社内ではトイレで手洗い方法を掲示
関連企業との連携	<ul style="list-style-type: none"> 従業員の安全確保を検討する際に、関連企業と連携をとって骨子を検討

3.1.19. 学びのポイント

ユニ・チャーム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、迅速かつ正確な対応を可能にする為の準備、発生時を想定したリソースの準備があると考えられる。

図表. 3.1.19. 学びのポイント



※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
 イーソリューションズが分析・考察によって導き出したものである。

分類③: 公共の場での感染防止に関わる企業

- 3.1.20. 運輸業界I社
- 3.1.21. 不動産業界J社
- 3.1.22. ローソン
- 3.1.23. 小売業界K社

3.1.20. 運輸業界I社

3.1.20. 運輸業界I社の対策
「対策の種類」

3.1.20. 課題への対策

①：全社員60日分のマスク備蓄

3.1.20. その他対策(一例)

3.1.20. 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同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、インタビュージョイスが考察によって導き出した仮説である。

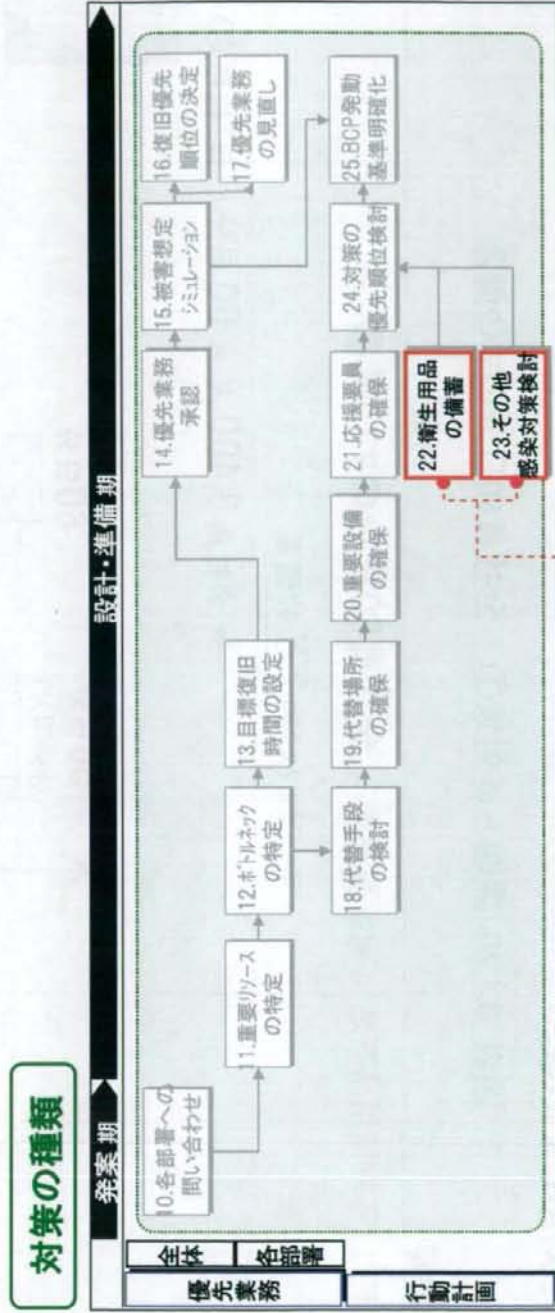
※社名のアルファベットは、本報告書で企業名の公表を差し控える企業を順に割り振っているものであり、企業名を示唆するものではない。

3.1.20. 運輸業界I社の対策：

対策の種類

「対策の種類」の課題に対応する運輸業界I社の対策として、全社員60日分のマスク備蓄が挙げられる。

図表. 3.1.20. 運輸業界I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選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。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

3.1.20. 課題への対策①：全社員60日分のマスク備蓄

運輸業界|社では、社員への不十分な情報伝達による感染拡大を防ぐため、全社員3,400人分の対策用品を備蓄し、対応している。

図表. 3.1.20. 課題への対策①：全社員60日分のマスク備蓄

課題

課題 8 情報不足による対策用品不足

対策

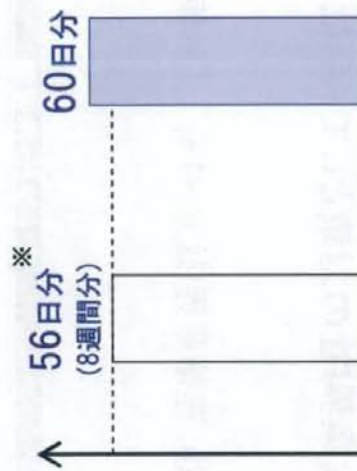
対策 8-4 全社員60日分のマスク備蓄

・ サージカルマスク約 2万枚備蓄

→ 全社員 3,400人 × 60日分 (1日1枚想定)



サージカルマスク



↑ 厚生労働省の備蓄推奨期間より
長期間の備蓄量

※ 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コロナウイルス対策決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。

※(参照)新型コロナウイルス対策における基本方針、第9回新型コロナウイルス専門家会議、2020.9.22.、より「イノベーション」分析