

### 3.1.20. その他対策(一例)

運輸業界I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. 3.1.20. その他対策(一例)

対策	詳細
危機管理規定の策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>運輸業界I社では、テロや地震などを含む危機管理規定を策定しており、緊急時には各事業部に「対策本部」を設け、各事業部長が先頭に立って対策を指揮・検討</li> </ul>
国からの発表指針の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報収集手段として、WHOや国の発表指針を基本とし、海外で発生した時点で対応を開始</li> </ul>
全社員へマニアル配布	<ul style="list-style-type: none"> <li>全社員3,400人へ対策マニアルの配布を検討</li> </ul>

一例

## 3.1.20. 学びのポイント

運輸業界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、全社員に対策・啓発実施があると考えられる。

図表. 3.1.20. 学びのポイント

各対策

学びのポイント

**8-5** 全社員60日分のマスク備蓄

全社員のマスクを60日分備蓄

**その他** 全社員へマニュアル配布

**1. 全社員に対策・啓発実施**  
優先業務従事者だけでなく、全ての社員に対策や啓発を実施

## 3.1.21. 不動産業界J社

3.1.21. 不動産業界J社の対策

「対策の種類」

3.1.21. 課題への対策

①：抗体マスク30日分備蓄

3.1.21. その他対策(一例)

3.1.21. 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。

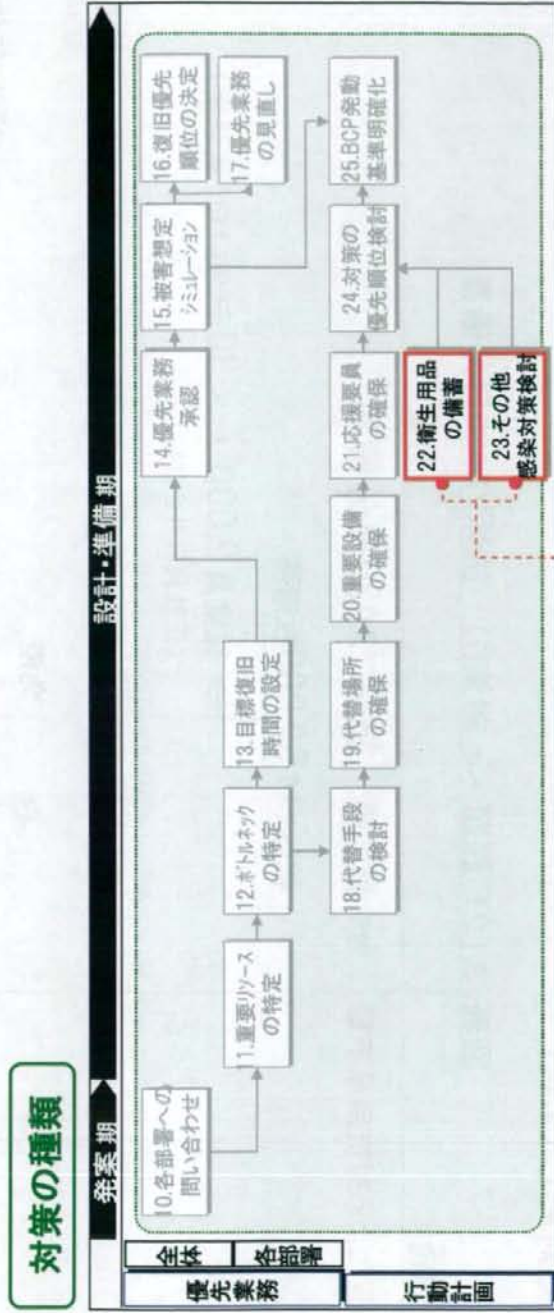
※社名のアルファベットは、本報告書で企業名の公表を差し控える企業を順に割り振っているものであり、企業名を示唆するものではない。



### 3.1.21. 不動産業界J社の対策： 対策の種類

「対策の種類」の課題に対応する不動産業界J社の対策として、抗体マスク30日分備蓄が挙げられる。

図表. 3.1.21. 不動産業界J社の対策：「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コロナ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。

### 3.1.21. 課題への対策①：抗体マスク30日分備蓄

不動産業界J社は従業員の感染による欠員という課題に対し、従業員2,000人分の抗体マスクを30日分備蓄することに対応している。

図表 3.1.21. 課題への対策①：抗体マスク30日分備蓄

#### 課題

**課題 8** 情報不足による対策用品不足

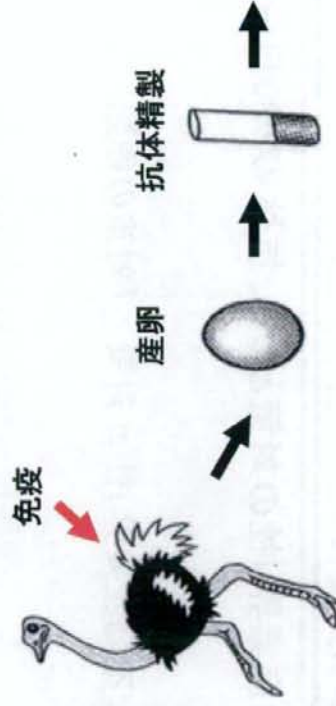
#### 対策

**対策 8-5** 抗体マスク30日分備蓄

・抗体マスク 60,000枚備蓄

↳ 従業員 2,000人 × 30日分(1日1枚想定)  
(正社員以外を含む)

・抗体マスクの特徴：ダチョウの卵から精製した抗体(インフルエンザウイルスを不活化)を保持



マスクに抗体を付加



※ 課題に関しては、インターネット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。

予防効果

### 3.1.21. その他対策(一例)

不動産業界J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. 3.1.21. その他対策(一例)

一例

対策	詳細
地震におけるBCPの活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・作成済みである地震におけるBCPの組織体制を活用</li> </ul>
グループ企業間で情報共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グループの業際問題を研究する機関の新型インフルエンザ対策に関する委員会に参加し、情報共有</li> </ul>
東京商工会議所の新型インフルエンザ対策を活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京商工会議所の新型インフルエンザ対策セミナーに参加し、情報収集や人的ネットワークの構築を実施</li> </ul>



## 3.1.21. 学びのポイント

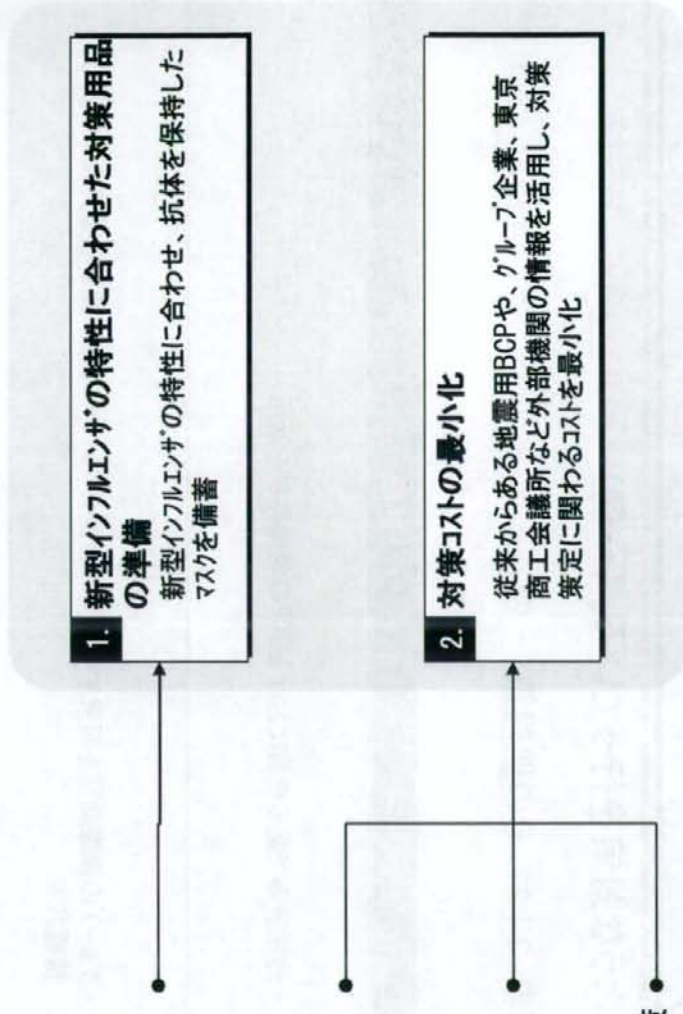
不動産業界J社の新型インフルエンザ対策からの学びのポイントとして、新型インフルエンザの特性に合わせた対策用品の準備、対策コストの最小化があると考えられる。

図表. 3.1.21. 学びのポイント

各対策

学びのポイント

- 8-5** 抗体マスク30日分備蓄  
正社員以外を含む従業員 2,000人 分の  
抗体マスクを30日分備蓄
- その他** 地震におけるBCPの活用  
作成済みである地震におけるBCPの組織体制  
を活用
- その他** グループ企業間で情報共有
- その他** 東京商工会議所の新型インフルエンザ対策  
を活用



※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  
ユーザーアクションが分析・考察によって導き出したものである。

## 3.1.22. ローソン

3.1.22. ローソンの対策  
「浸透度」

3.1.22. 課題への対策

- ①：取引先へマニュアル配布
  - ②：インフルエンサの啓発・予防接種推進
- 3.1.22. その他対策(一例)
- 3.1.22. 学びのポイント

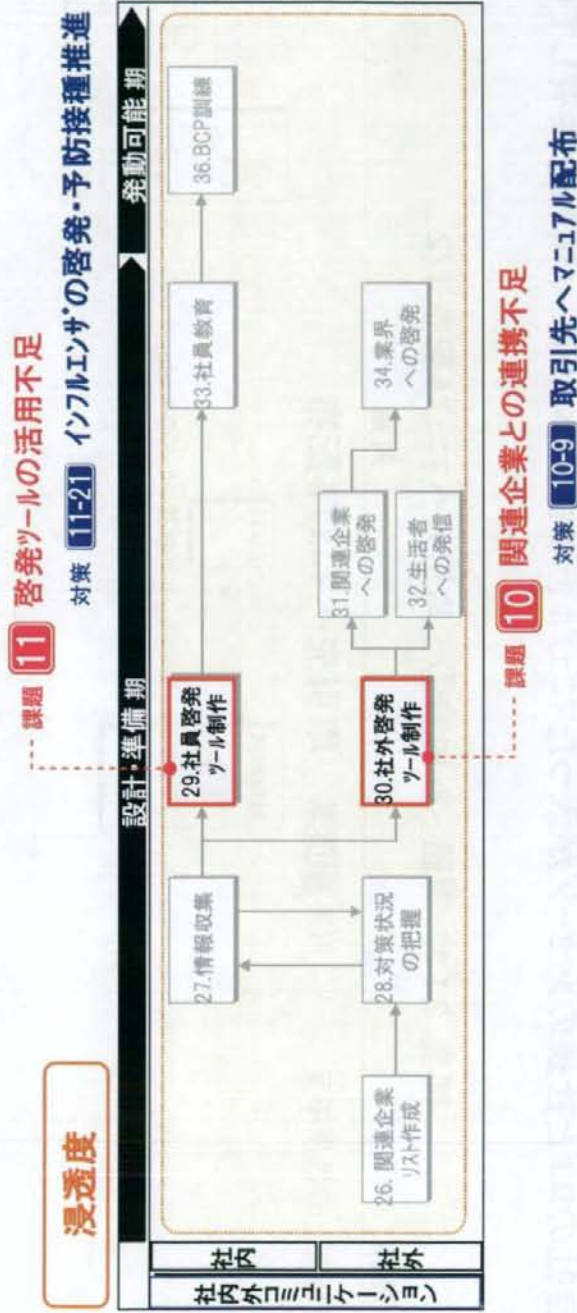
※掲載した対策や工夫点に関しては、ヒアリングによって伺った範囲のものであり、企業が策定している対策全体の一部である。また課題に関しては、インタビューによって導き出した仮説である。



### 3.1.22. ローソンの対策：浸透度

「浸透度」の課題に対応するローソンの対策として、インフルエンザの啓発・予防接種推進、取引先へマニュアル配布が挙げられる。

図表. 3.1.22. ローソンの対策：「浸透度」



※ 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。

## 3.1.22. 課題への対策①：取引先へマニュアル配布 1/2

ローソンでは、自社のロゴと社長のメッセージが入ったマニュアルを取引先へ配布し、情報を共有している。

図表. 3.1.22. 課題への対策①：取引先へマニュアル配布 1/2

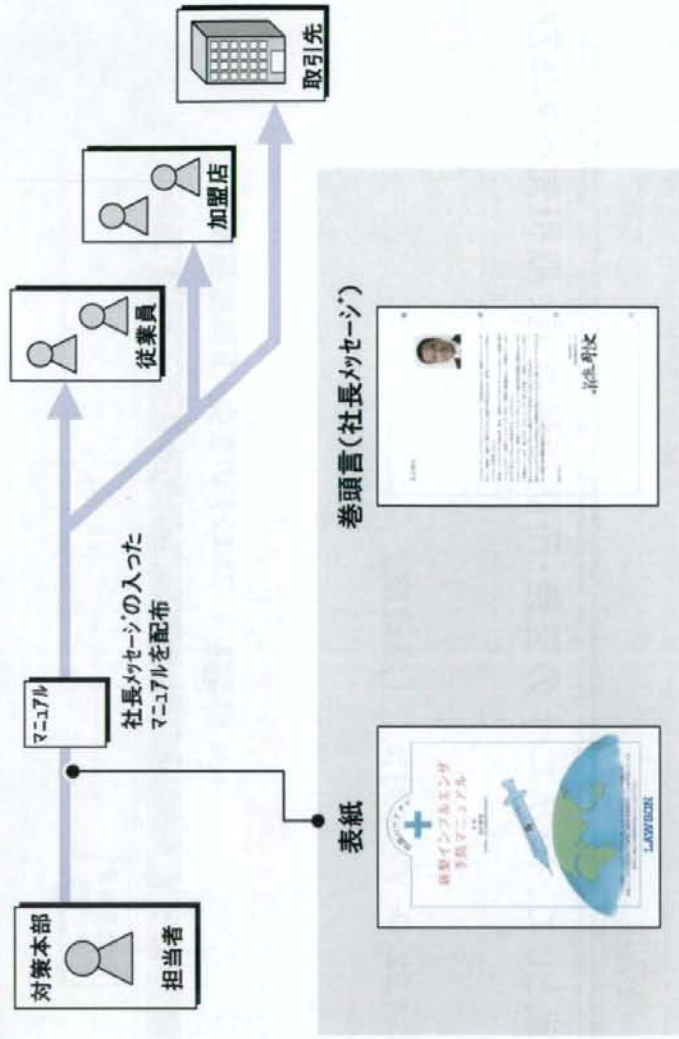
### 課題

課題⑩ 関連企業との連携不足

### 対策

対策 10-9

### 取引先へマニュアル配布



※ 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感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。

## 3.1.22. 課題への対策①：取引先へマニユアル配布 2/2

はじめに



このたび、ローソンのグループ従業員が「新型コロナウイルス」を正しく理解し、適切に行動するために必要な事項をまとめ、「新型コロナウイルス予防マニユアル」を作成しました。

「新型コロナウイルス」対策の第一歩は、「新型コロナウイルス」について正しい知識を身に付けることです。「新型コロナウイルス」を正しく理解し、危機感をもって行動することが、皆様と皆さんの健康を守ることもできます。

このマニユアルには、「新型コロナウイルス」についての基本的な知識と対策がふまわり、多く記載されています。皆さんが、このマニユアルに基づき行動し、新型コロナウイルスを予防することができれば、みんなと暮らすマニユアルを併せて行うことができます。

是非ともこのマニユアルを活用し、企業理念「私たちは、みんなと暮らすマニユアル」を実現に向け活動を続けましょう。

2020年12月

株式会社ローソン  
代表取締役社長 CEO  
**新浪剛史**

### A. 新型コロナウイルスに関する知識

#### 対策準備の重要性の訴求

- ・ 予防や対策に関する知識・準備の重要性。
- ・ 家族の感染防止の重要性。

### B. 社長名による配布

社長名で配布し、対策の重要度を訴求



## 3.1.22. 課題への対策②：インフルエンザの啓発・予防接種推進

ローソンでは、通常のインフルエンザ予防接種の連絡を例年より頻繁に行い、健保加入者には接種費用を一部負担し、未加入者の場合も一部負担している。

図表. 3.1.22. 課題への対策②：インフルエンザの啓発・予防接種推進

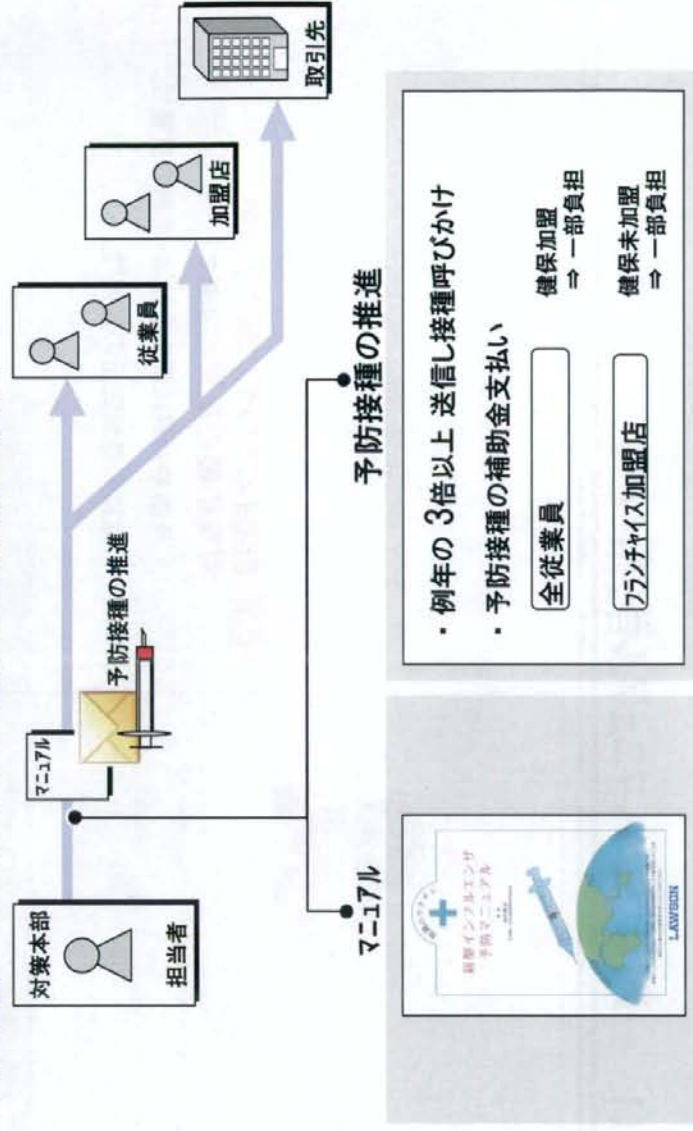
### 課題

課題① 啓発ツールの活用不足

### 対策

対策②①

## インフルエンザの啓発・予防接種推進



※ 課題に関しては、インテリジェンス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。

### 3.1.22. その他対策(一例)

ローソンでは、その他に以下のような対策を行っている。(一例)

図表. 3.1.22. その他対策(一例)

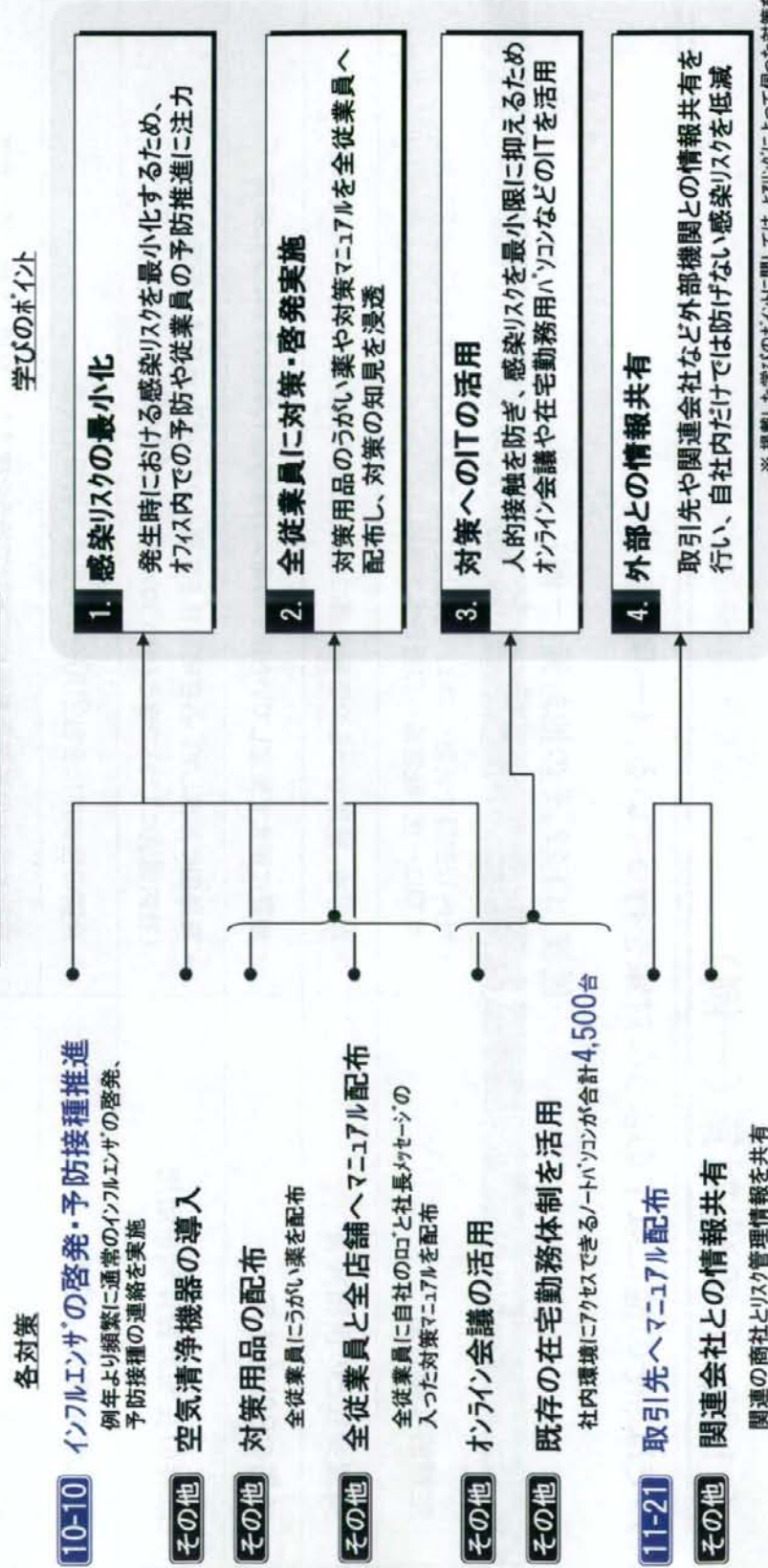
対策	詳細
定期的な報告会	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内12部署で新型コロナウイルス検討委員会を立ち上げ、毎月検討会を開催し、半期に一度、経営層への報告会を実施</li> </ul>
関連会社との情報共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>厚労省、経産省からの情報収集に加え、関連の商社とリスク管理情報を共有</li> </ul>
地震のBCPを応用	<ul style="list-style-type: none"> <li>地震に備えて策定していたBCPの考え方を新型コロナウイルスのBCPに応用</li> </ul>
既存の在宅勤務体制を活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>育児用に展開している在宅勤務を新型コロナウイルスに活用する予定 (社内環境にアクセスできるノートパソコンが合計約4,500台)</li> </ul>
空気清浄機器の導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国の営業所に合計200台の空気清浄機器を設置</li> </ul>
オンライン会議の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>支社や各地の事務所を集めて本社で行う会議をテレビ会議、Web会議で実施</li> </ul>
全従業員へ対策用品配布	<ul style="list-style-type: none"> <li>本社、支社、各地の事務所の出入口にアルコール消毒薬を設置</li> <li>うがい薬を全従業員約3,300人へ配布</li> </ul>
全従業員と全店舗へマニュアル配布	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社のロゴと社長メッセージの入った対策マニュアルを、全従業員(直営店含む)と全フランチャイズ加盟店に1冊ずつ配布(約22,000冊配布)</li> </ul>



## 3.1.22. 学びのポイント

ローソ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、感染リスクの最小化や全従業員に対策・啓発実施、対策へのITの活用、外部との情報共有が考えられる。

図表. 3.1.22. 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。



## 3.1.23. 小売業界K社

3.1.23. 小売業界K社の対策  
「対策の種類」

「浸透度」

3.1.23. 課題への対策

- ①： 病状把握によるリソース分析
- ②： 顧客への対策推奨

3.1.23. その他対策(一例)

3.1.23. 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。

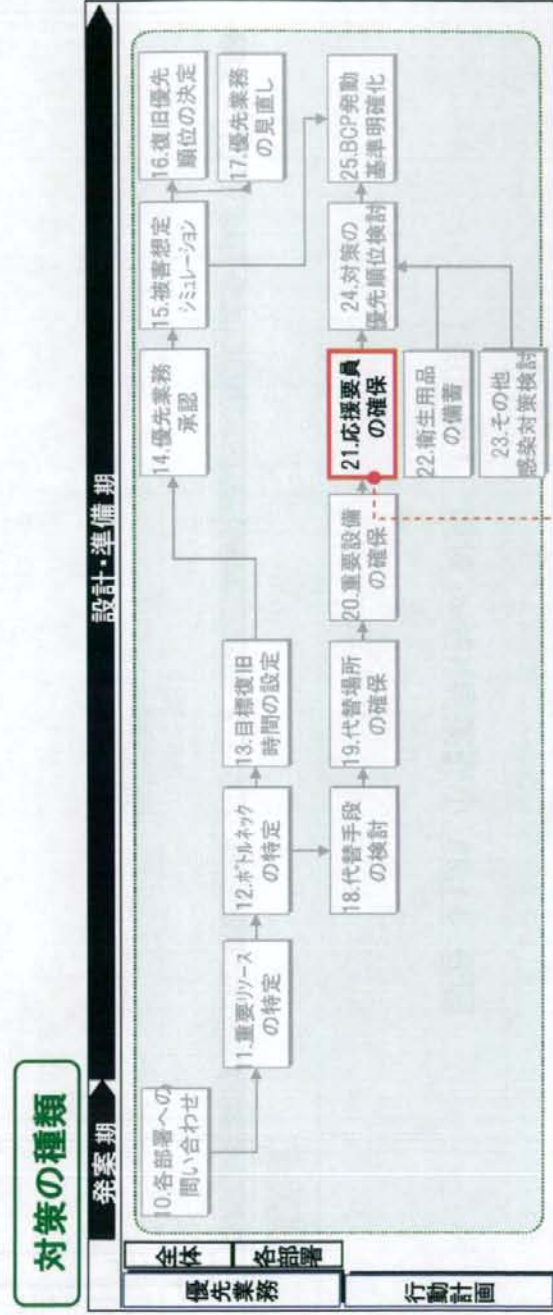
※社名のマルファクトは、本報告書で企業名の公表を差し控える企業を順に割り振っているものであり、企業名を示唆するものではない。

### 3.1.23. 小売業界K社の対策：

対策の種類

「対策の種類」の課題に対応する小売業界K社の対策として、病状把握によるリソース分析が挙げられる。

図表. 3.1.23. 小売業界K社の対策：「対策の種類」



課題 6

最低限必要な人材の確保不足

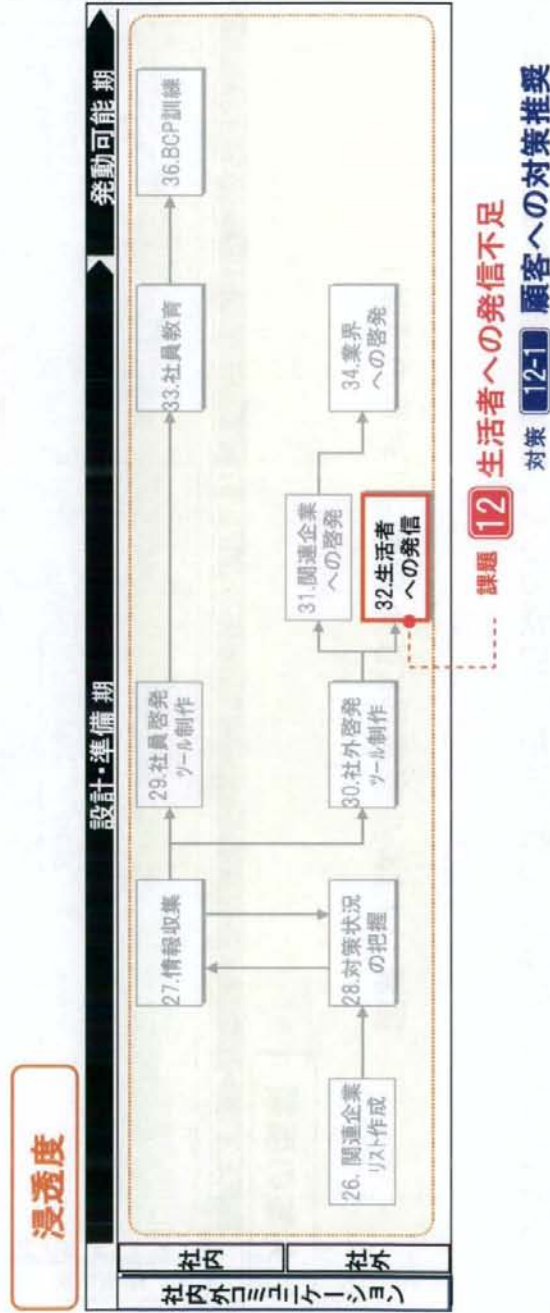
対策 6-5 病状把握によるリソース分析

※ 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すものではない。

### 3.1.23. 小売業界K社の対策：浸透度

また、「浸透度」の課題に対応する小売業界K社の対策としては、顧客への対策推奨が挙げられる。

図表. 3.1.23. 小売業界K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。特定の企業の持つ課題を指し示すものではない。



### 3.1.23. 課題への対策①：病状把握によるリソース分析

小売業界K社では、発症した社員の病状を携帯で把握し、回復後の免疫を持った社員を出勤対象とすることを検討している。

図表 3.1.23. 課題への対策①：病状把握によるリソース分析

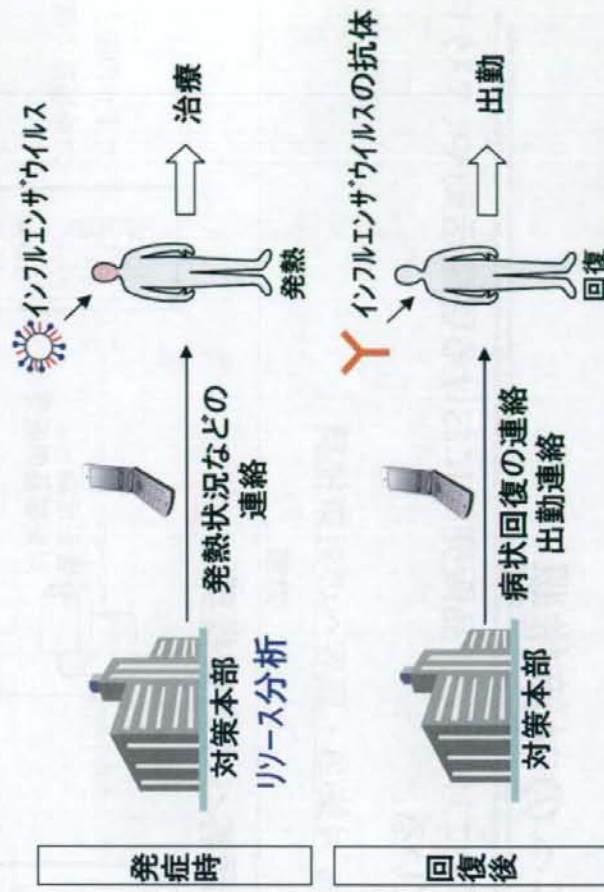
#### 課題

**課題⑥** 最低限必要な人材の確保不足

#### 対策

**対策⑥-5** 病状把握によるリソース分析

・抗体を持つ社員を出勤対象とする適切なリソース分析

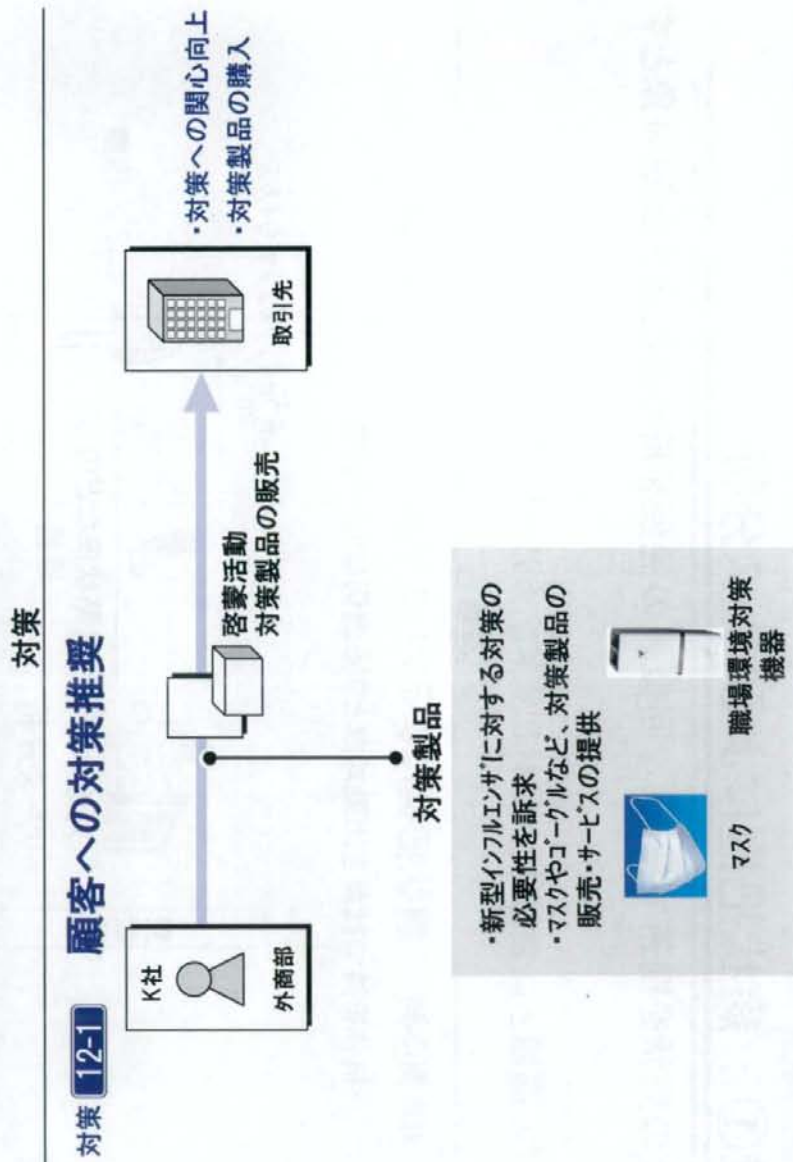


※ 課題に關しては、イーソリューションズが考察によって導き出した仮説であり、一般的に企業が新型インフルエンザ対策決定の際に持つと思われるものである。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

### 3.1.23. 課題②：顧客への対策推奨

小売業界K社では、中小企業経営者などの顧客に対して、製品販売時における啓蒙活動や、マスクや職場環境対策機器などの対策製品の販売をしている。

図表. 3.1.23. 課題②：顧客への対策推奨



課題 12 生活者への発信不足

※ 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コロナウイルス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。

### 3.1.23. その他対策（一例）

小売業界K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. 3.1.23. その他対策（一例）

対策	詳細
危機管理委員会の設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外で発生した場合に、危機管理委員会を設置</li> </ul>
客対応、機械メンテナンスの継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優先業務としては、電話などによる客対応や機械メンテナンスを想定</li> </ul>
定期的な従業員の検温	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内発生時には、朝・昼・夜など決まった時間で定期的に従業員の検温を行うことを検討</li> </ul>
抗体マスク2,000枚備蓄	<ul style="list-style-type: none"> <li>・抗体マスクを約2,000枚備蓄（テナント従業員を含む出勤者2,000人の1日分）</li> <li>※ 発生当日の帰宅対応分</li> </ul>
準備済みの地震用リソースを活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発生時には地震用として備蓄している食糧品（当日出勤者2,000人の3日分）を活用予定</li> </ul>

一例