

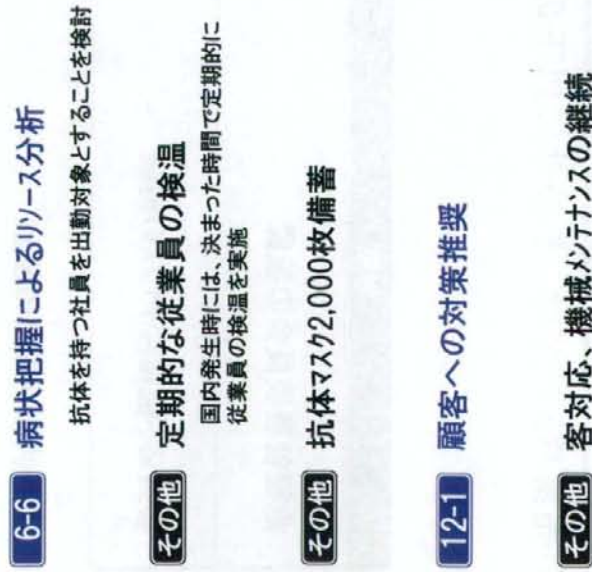
### 3.1.23. 学びのポイント

小売業界K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、感染リスクの最小化、顧客志向の重視があると考えられる。

図表. 3.1.23. 学びのポイント

各対策

学びのポイント



#### 1. 感染リスクの最小化

発生時における感染リスクを最小化するため、抗体の有無によるリソース分析や、定期的な従業員の検温を検討

#### 2. 顧客志向の重視

顧客の安全確保のため、販売製品と関係のない対策について共有し、発生時には客対応を継続していくこととしているなど、顧客志向を重視

※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、ユーザーリサーチ・考察によって導き出したものである。

---

---

## 分類④：他の感染防止に関わる企業

- 3.1.24. 日建設計グループ
- 3.1.25. 旅行業界L社
- 3.1.26. 化粧品業界M社

## 3.1.24. 日建設計グループ

3.1.24. 日建設計グループの対策  
「対策の種類」  
「浸透度」

3.1.24. 課題への対策

- ①：職場環境対策機器の導入・活用
- ②：マスク13万枚備蓄
- ③：ビル管理会社との協議を各拠点で実施
- ④：各地で講習会を実施し資料を公開

3.1.24. その他対策(一例)

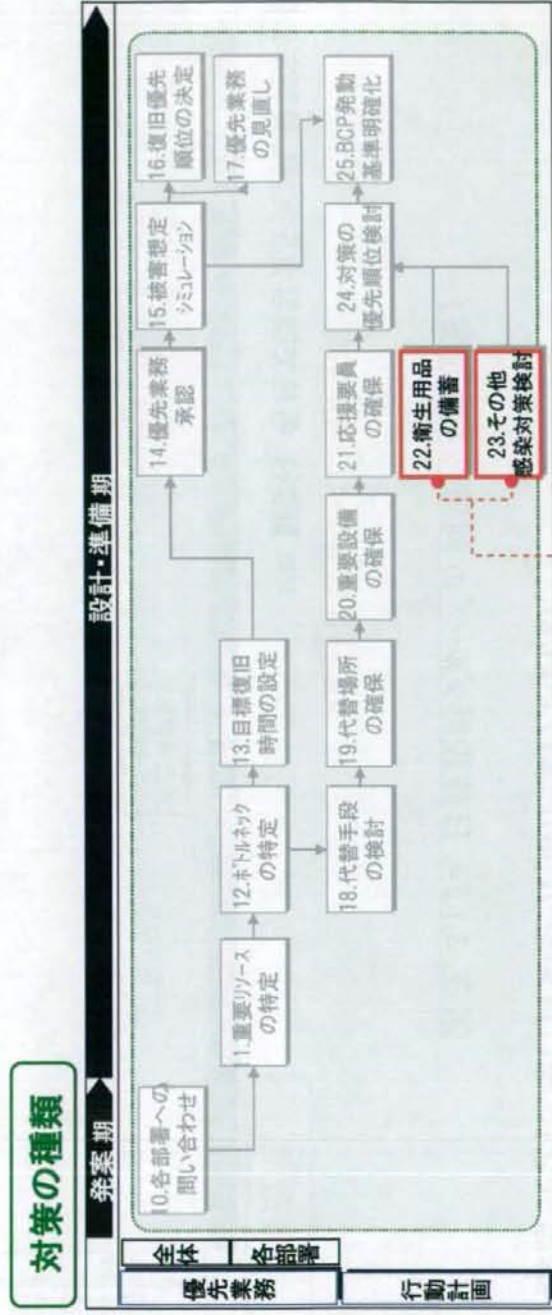
3.1.24. 学びのポイント

※ 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、インタビューによって導き出した仮説である。

### 3.1.24. 日建設計グループの対策：対策の種類

「対策の種類」の課題に対応する日建設計グループの対策として、職場環境対策機器の導入・活用、マスク13万枚備蓄が挙げられる。

図表. 3.1.24. 日建設計グループの対策：「対策の種類」



課題 8 情報不足による対策用品不足

対策 8-6 職場環境対策機器の導入・活用

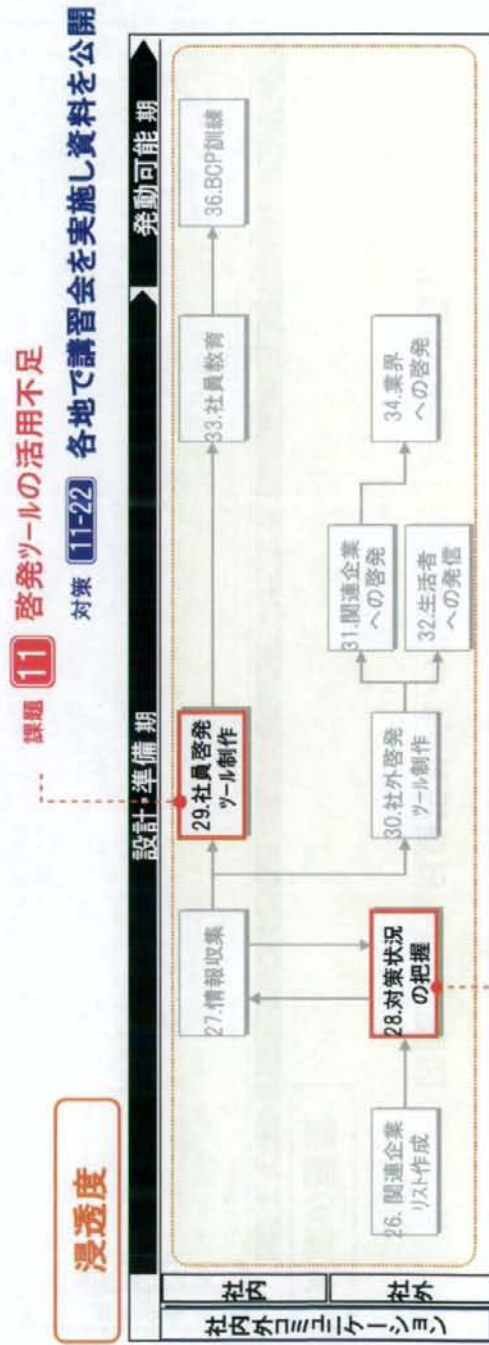
対策 8-7 マスク13万枚備蓄

※ 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。

### 3.1.24. 日建設計グループの対策：浸透度

また、「浸透度」の課題に対応する日建設計グループの対策としては、ビル管理会社との協議を各拠点で実施、各地で講習会を実施し資料を公開が挙げられる。

図表. 3.1.24. 日建設計グループの対策：「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。

### 3.1.24. 課題への対策①：職場環境対策機器の導入・活用

日建設計グループでは、全社員グループが合わせて2,500人分の職場環境対策機器（プラスマクラスターイオン発生機）を導入し、感染抑制効果を高めようとしている。

図表. 3.1.24. 課題への対策①：職場環境対策機器の導入・活用

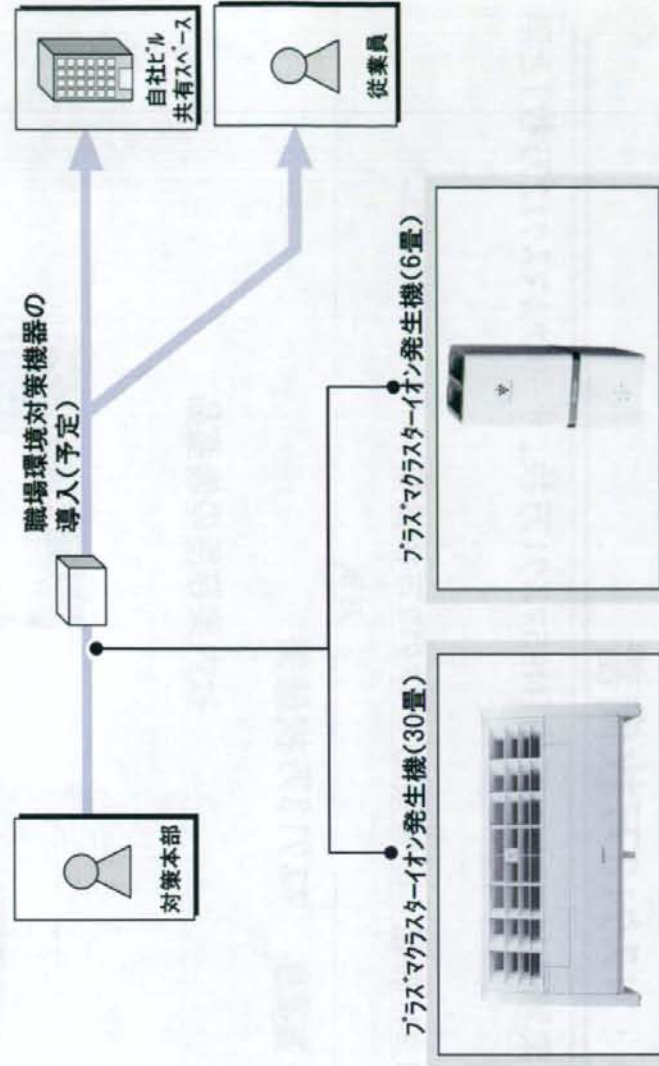
#### 課題

課題⑧ 情報不足による対策用品不足

#### 対策

対策 8-6

#### 職場環境対策機器の導入・活用



※ 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策定の順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。

## 3.1.24. 課題②への対策②：マスク13万枚備蓄

日建設計グループでは、社内における業務用にマスク13万枚（N95マスク1万枚、サージカルマスク12万枚）と消毒薬を備蓄している。

図表. 3.1.24. 課題②への対策②：マスク13万枚備蓄

### 課題

課題 8 情報不足による対策用品不足

### 対策

対策 8-7 マスク13万枚備蓄

### 社内業務用の備蓄品



N95マスク  
1万枚



サージカルマスク  
12万枚



消毒薬

※ 課題に関しては、イノベーションが考慮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。

13万枚 ⇒ 十分量の備蓄

### 3.1.24. 課題への対策③：ビル管理会社との協議を各拠点で実施

日建設計グループでは、自社ビルの場合にはビル管理会社と、テナントビルの場合にはビルオーナー及び各テナントと、対策についての協議を行うことを検討しており、一部では協議を開始している。

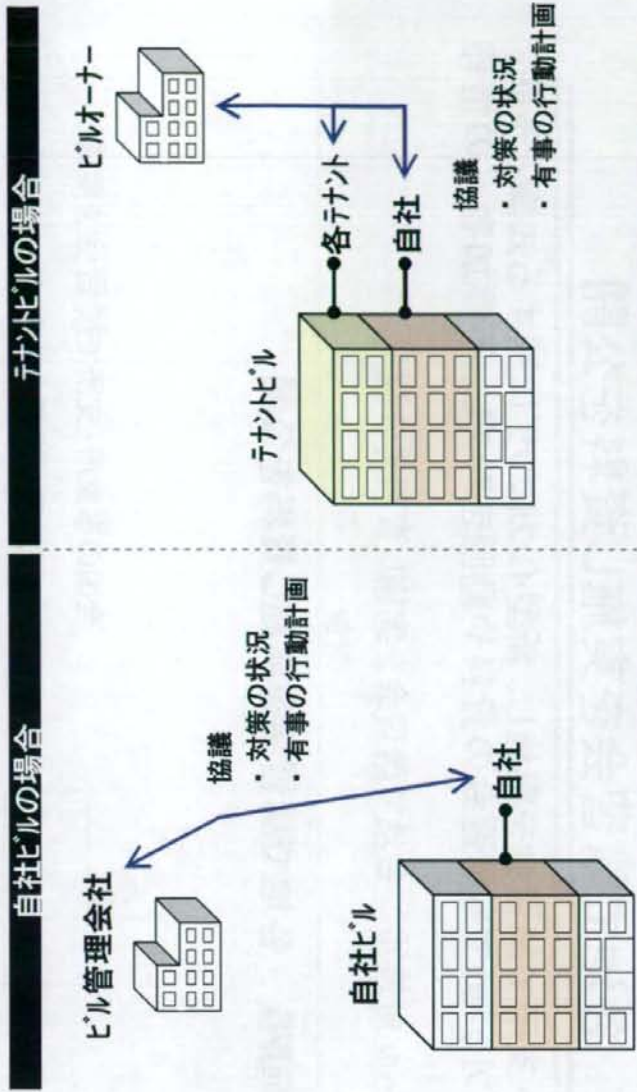
図表. 3.1.24. 課題への対策③：ビル管理会社との協議を各拠点で実施

課題

課題⑩ 関連企業との連携不足

対策

対策⑩-10 ビル管理会社との協議を各拠点で実施



※ 課題に関しては、イノベ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。

※ 協議は一部ビル管理会社と実施中

※ 協議は一部ビルオーナー、テナントと実施中



### 3.1.24. 課題への対策④：各地で講習会を実施し資料を公開

日建設計グループでは、全国の事業所・支所で講習会を実施し、新型インフルエンザに関する知識と予防、自社の取組などについて伝え、社内イントラネットでも講習会の資料や動画をアップし、不参加者への情報共有も行っている。

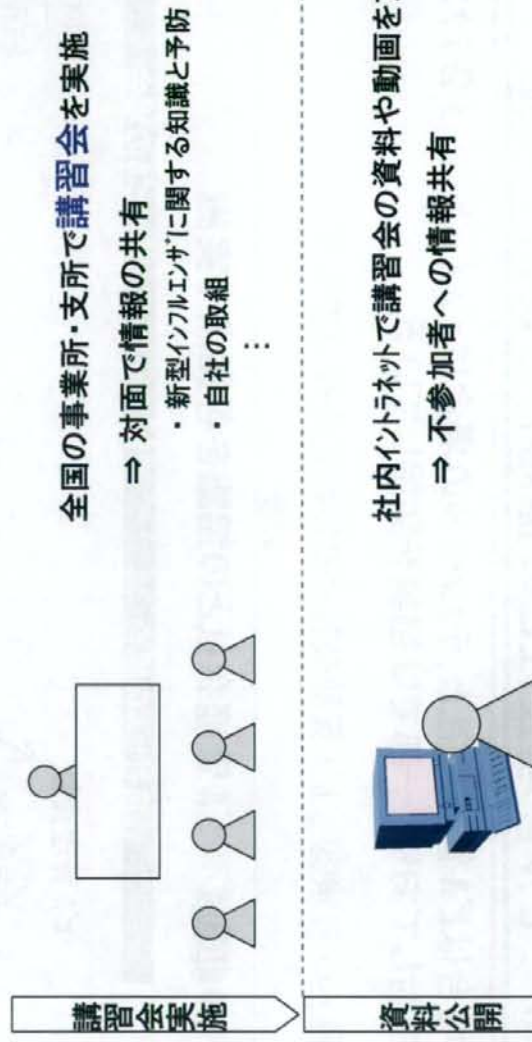
図表. 3.1.24. 課題への対策④：各地で講習会を実施し資料を公開

課題

課題① 啓発ツールの活用不足

対策

対策④ 11-22 各地で講習会を実施し資料を公開



※ 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つと  
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。

### 3.1.24. その他対策（一例）

日建設計グループでは、その他に以下のような対策を行っている。（一例）

図表. 3.1.24. その他対策（一例）

工夫	詳細
<p>広報、総務、情報システムを中心とした対策チーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広報、総務、情報システム部門を中心とした新型コロナウイルス対策チームにて方針の立案</li> <li>・ 設計担当は訓練の段階から参加予定</li> </ul>
<p>在宅勤務の導入に基づいた全業務の縮小</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 発生時には全従業員を在宅勤務とし、全業務を縮小</li> <li>・ 従業員の各家庭でセッティングを行っており、社内パソコンの持ち帰り作業することを想定しているが、支払いなど要出社である業務については出社を検討</li> </ul>
<p>各家庭へ対策キットの送付</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各家庭に対策キットとして、マスク(N95マスク 20枚)、エタノール、イソジン、パテックス、ゴーグルを全従業員3,500人に配布</li> </ul>
<p>入館制限・咳エチケットの徹底</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 入館時に体温測定で発熱者の入館を制限、マスク着用促進、打合せテーブルの間引きで対人2m間隔を確保</li> </ul>

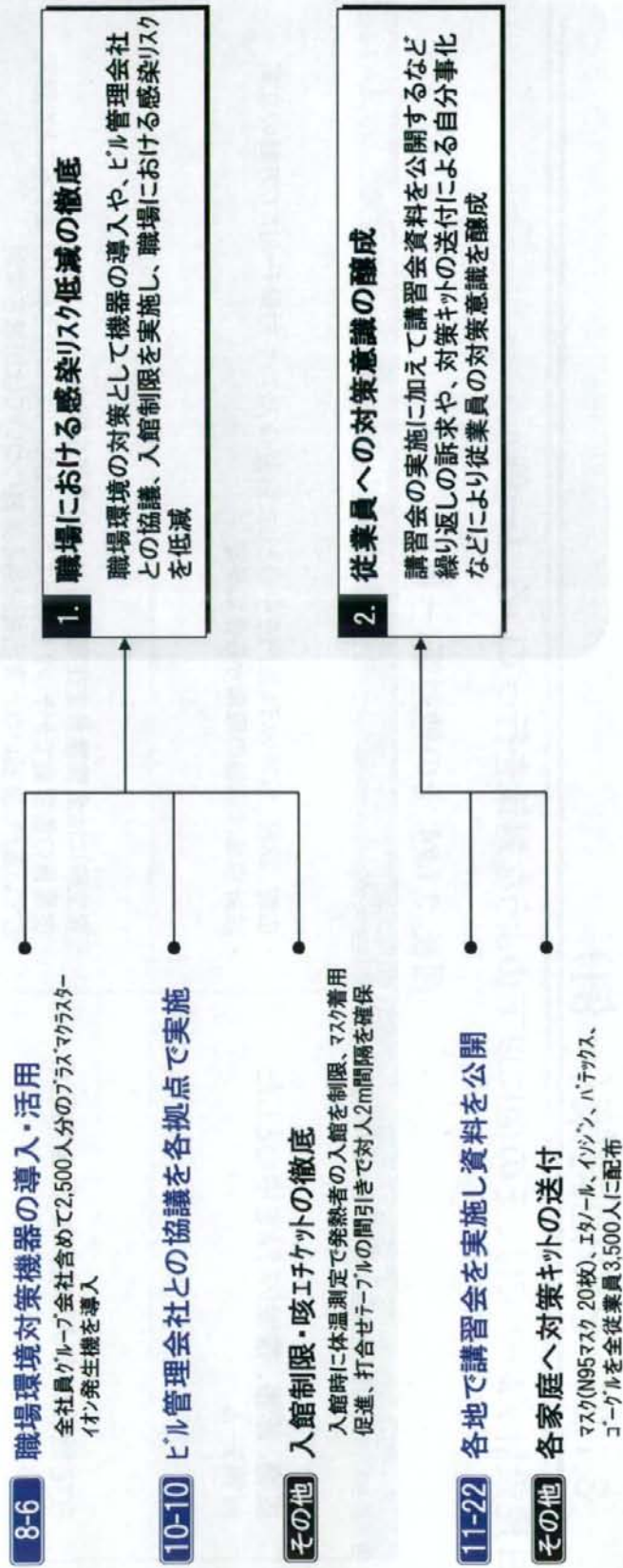
## 3.1.24. 学びのポイント

日建設計グループ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、職場における感染リスク低減の徹底、従業員への対策意識の醸成が考えられる。

図表. 3.1.24. 学びのポイント

各対策

学びのポイント



## 3.1.25. 旅行業界L社

3.1.25. 旅行業界L社の対策  
「対策推進力」

3.1.25. 課題への対策

①：段階的な対策委員会の拡大

3.1.25. その他対策(一例)

3.1.25. 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。

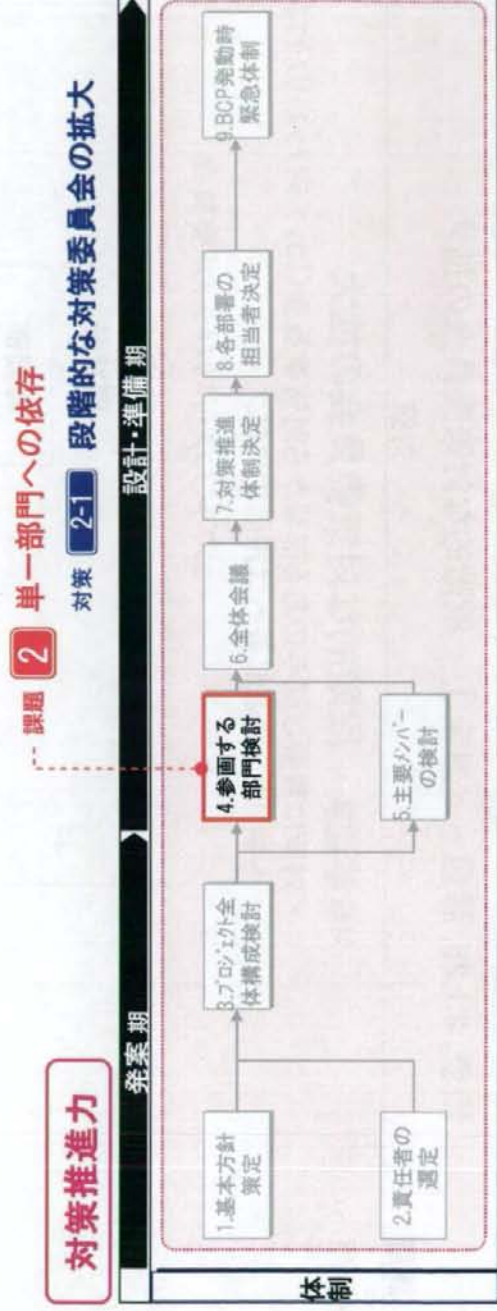
※社名の「アルファベット」は、本報告書で企業名の公表を差し控える企業を順に割り振っているものであり、企業名を示唆するものではない。

### 3.1.25. 旅行業界L社の対策：

対策推進力

「対策推進力」の課題に対応する旅行業界L社の対策として、段階的な対策委員会の拡大が挙げられる。

図表. 3.1.25. 旅行業界L社の対策：「対策推進力」



※ 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押し示すものではない。

### 3.1.25. 課題への対策①：段階的な対策委員会の拡大

旅行業界L社では、リスク担当役員である副社長をトップに、総務部を事務局とした対策委員会にて対策を検討、経営戦略本部や海外旅行部、人事部など対策に重要な関与のある部署から段階的に参画している。

図表. 3.1.25. 課題への対策①：段階的な対策委員会の拡大

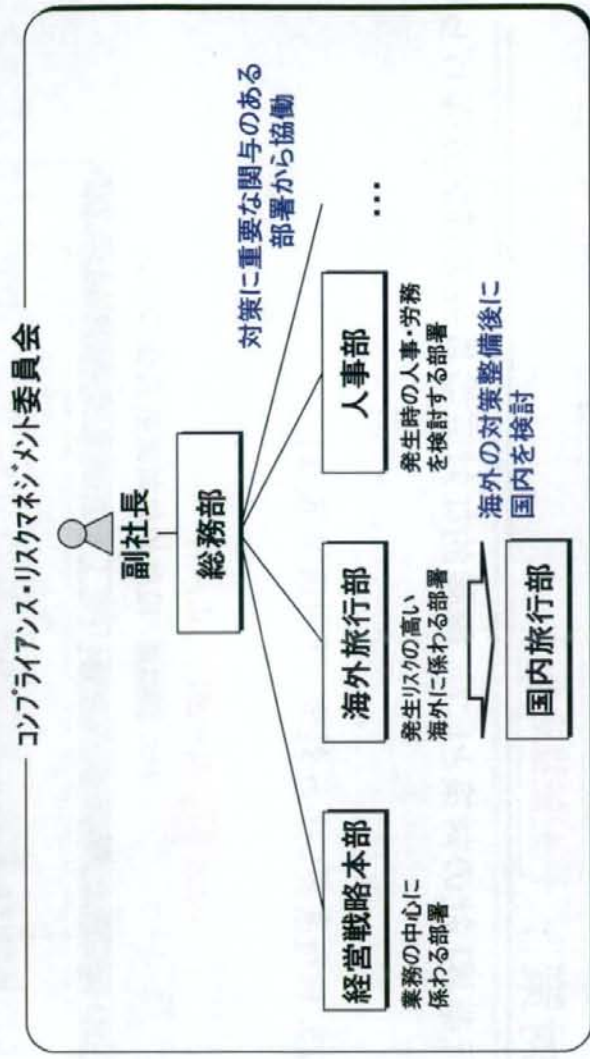
#### 課題

#### 課題② 単一部門への依存

#### 対策

#### 対策 2-1 段階的な対策委員会の拡大

- ・ 対策に重要な関与のある部署から対策委員会(「コンプライアンス・リスクマネジメント委員会」)へ参画し、関連部署へは段階的に拡大



※ 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「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。

### 3.1.25. その他対策(一例)

旅行業界L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. 3.1.25. その他対策(一例)

対策	詳細
リスクマネジメント企業などからの情報収集	<ul style="list-style-type: none"> <li>正式な対策始動はWHO/外務省など公的な情報で、説得力を持たせる</li> <li>ただし、英国のリスクマネジメント企業や現地子会社、代理店等、複数の情報収集手段の検討</li> </ul>
海外業務から顧客対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業の特性上、国内発生を待たず、海外発生時点で対策始動し、発生場所から従業員や顧客の引揚げを開始する</li> </ul>
管理職中心での業務実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般職員の感染を抑制するため、管理職中心での業務実施を検討</li> </ul>
業務/ノウハウ標準化	<ul style="list-style-type: none"> <li>リスク管理の一環として業務/ノウハウを標準化、ファイリングを推進</li> </ul>
発生危険性の高い地域優先のマスク備蓄	<ul style="list-style-type: none"> <li>より発生危険性の高い海外地域の従業員分のマスク(200人×14日相当)の準備を検討中</li> </ul>
イントラネットによる情報提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>全社員に対し、社内イントラネットで継続的に注意喚起を行っていく</li> </ul>
事業部単位での対面啓発	<ul style="list-style-type: none"> <li>より対策を浸透させるため、事業部単位で直接話をすることを検討</li> </ul>
グループ連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>各グループの担当者レベルで討議を行い連携を促進</li> </ul>

## 3.1.25. 学びのポイント

旅行業界L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、即時対応、確実な業務継続の体制整備、従業員への適確な情報提供が考えられる。

図表. 3.1.25. 学びのポイント

各対策

学びのポイント

**2-1** 段階的な対策委員会の拡大

対策に重要な関与のある部署から対策委員会へ参画し、段階的に拡大

**その他** 業務/ノウハウ標準化

リスク管理の一環として業務/ノウハウを標準化、ファイリングを推進

**その他** インターネットによる情報提供

**その他** 事業部単位での対面啓発

**1. 即時対応、確実な業務継続の体制整備**  
発生時においても円滑な業務継続を実現するため、即時対応を可能にする体制を整備

**2. 従業員への適確な情報提供**  
全社的な各個人への情報提供に加え、事業部単位での情報共有を実施し、従業員への対策を浸透

※ 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同った対策をもとにイニシアチブが分析・考察によって導き出したものである。



## 3.1.26. 化粧品業界M社

3.1.26. 化粧品業界M社の対策  
「対策の種類」

3.1.26. 課題への対策

①：業務内容の標準化・データ化の検討

3.1.26. その他対策(一例)

3.1.26. 学びのポイント

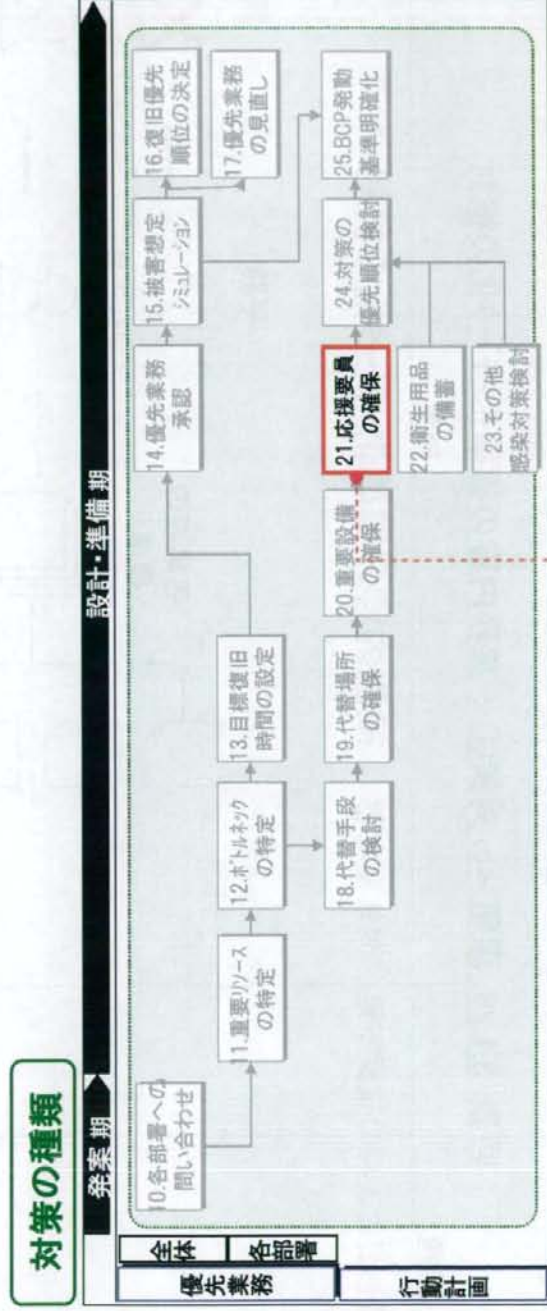
※掲載した対策や工夫点に関しては、ヒアリングによって何った範囲のものであり、企業が策定している対策全体の一部である。また課題に関しては、インタビューが考察によって導き出した仮説である。

※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。

### 3.1.26. 化粧品業界M社の対策： 対策の種類

「対策の種類」の課題に対応する化粧品業界M社の対策として、業務内容の標準化・データ化の検討が挙げられる。

図表. 3.1.26. 化粧品業界M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 **6-6** 業務内容の標準化・データ化の検討

※ 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。特定の企業の特許課題を指し示すものではない。

### 3.1.26. 課題への対策①：業務内容の標準化・データ化の検討

化粧品業界M社では、平時から緊急時ににおける業務継続体制を整えていくために、業務内容を標準化、データ化し、複数人で共有することを検討している。

図表. 3.1.26. 課題への対策①：業務内容の標準化・データ化の検討

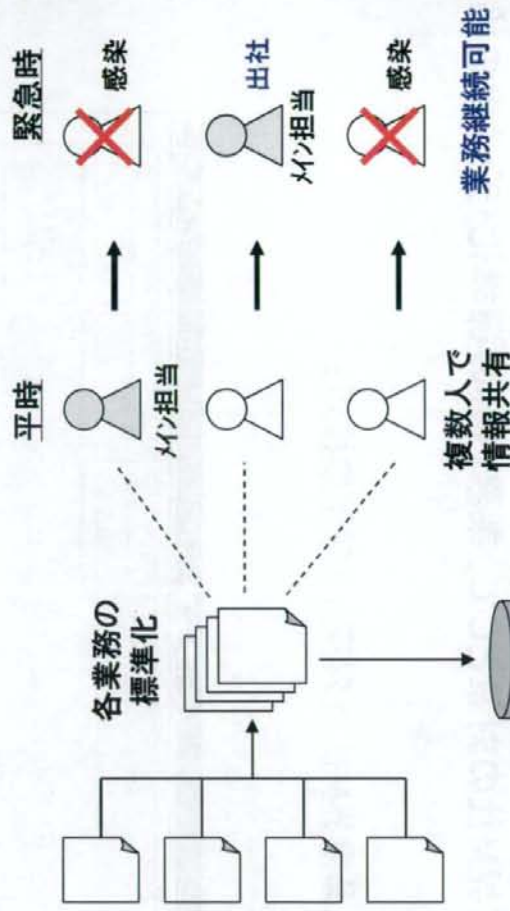
課題

課題⑥ 最低限必要な人材の確保不足

対策

対策 6-6

業務内容の標準化・データ化の検討



※ 課題に関しては、ITソリュ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。

## 3.1.26. その他対策(一例)

化粧品業界M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. 3.1.26. その他対策(一例)

対策	詳細
総務と人事の協同体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 総務と人事(保健室)で協同して対策を策定</li> </ul>
セミナーやインターネットから情報収集	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新型インフルエンザ対策に関するセミナーや厚労省など公的機関のホームページなどから情報収集</li> </ul>
水・食糧品・対策用品の備蓄	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 600人(本社勤務の全従業員)×2日分として、水、食糧品、サージカルマスク5,000枚、効果の高いN95マスクも1,000枚備蓄</li> <li>・ マスクについては、出勤時、業務中、帰宅時で使い捨て</li> </ul>
トラベルクリニックとの提携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国内のトラベルクリニックと提携し、中国やタイに駐在している社員が一時帰国した際に、このクリニックで診断を受けさせ、予防薬としてタミフル・リレンザを提供(使用にあたっては必ず現地クリニックの診断を受けることとしている)</li> </ul>
全社員5,000人にマニュアル配布	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 全社員5,000人に、新型インフルエンザの説明と家庭における対策が記載されたマニュアルを配布</li> </ul>
グループ企業や支店へのマニュアル配布	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ グループ企業や支店へマニュアルを配布し、備蓄品についての情報提供</li> </ul>