

新型コロナウイルス対策

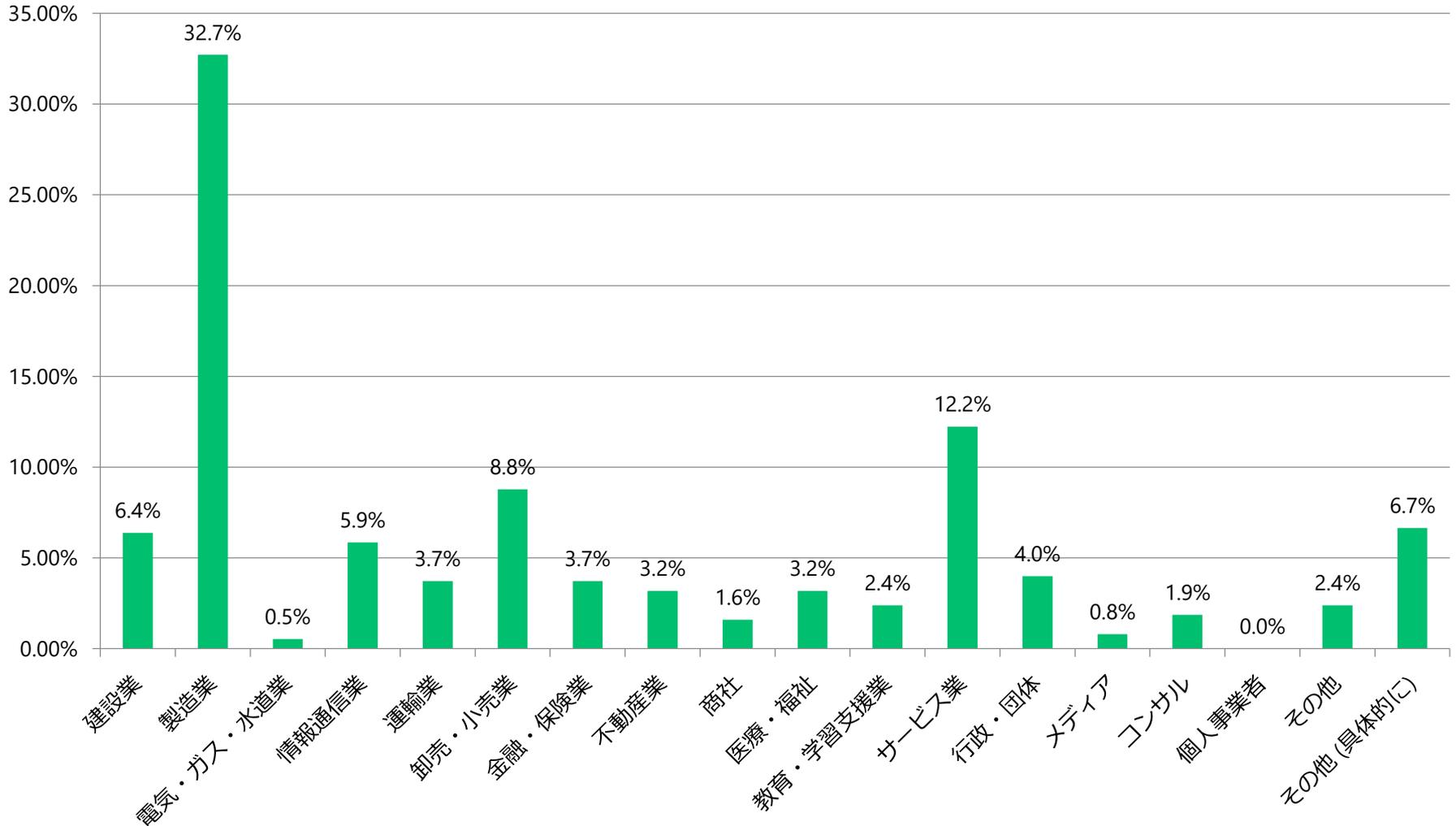
アンケート第3弾 集計結果 速報

アンケート概要

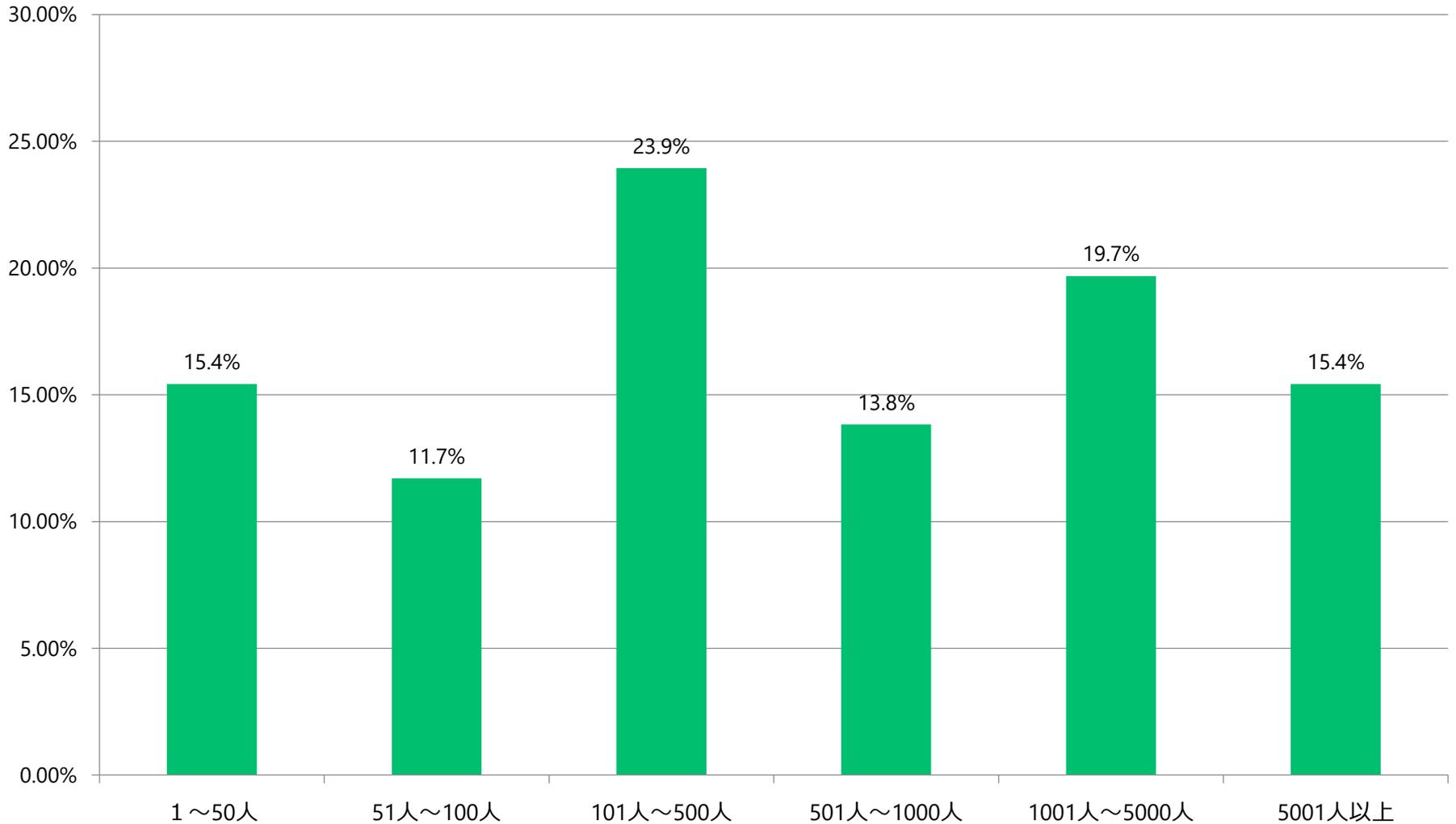
- 対象：組織の総務・BCP担当者ら
- 調査期間：3月9日（月）～3月13日（金）
- 調査方法：リスク対策.comメールマガジン読者（約2万2500人）に対してウェブアンケート
- 有効回答数376（総回答数414）

回答者の属性

回答組織の業種



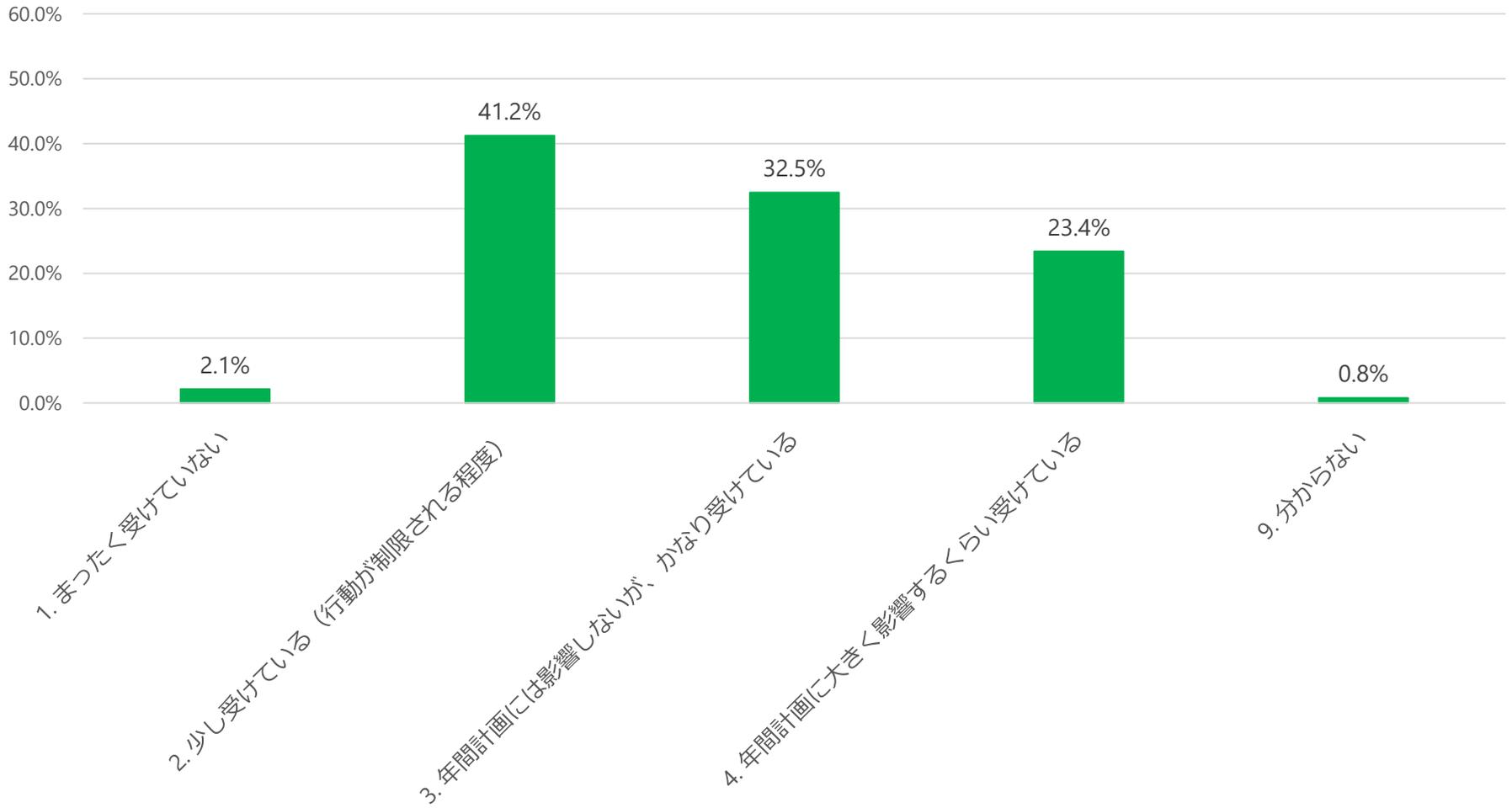
回答組織の従業員数



新型コロナウイルスによる事業への影響

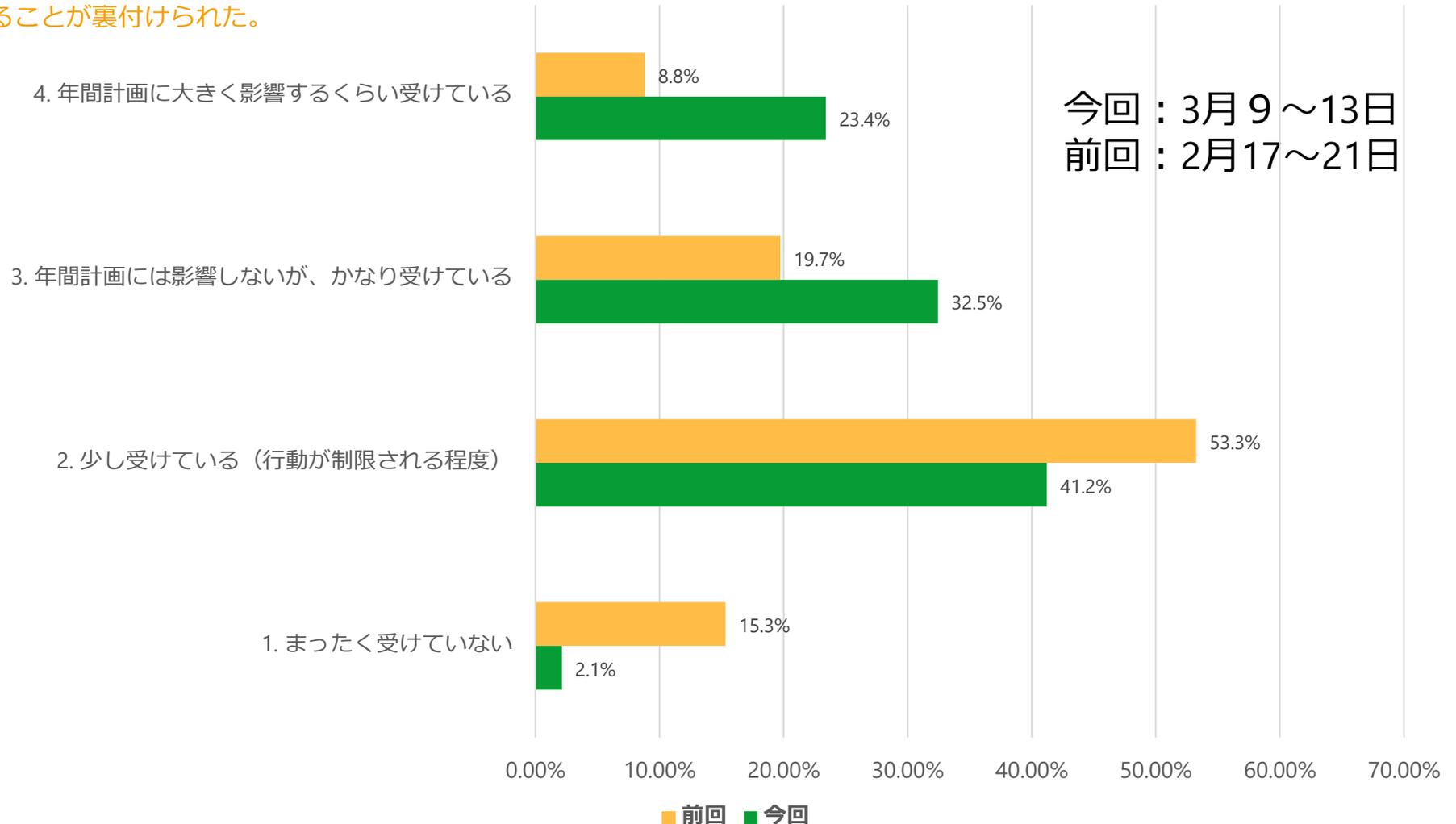
「1.まったく影響を受けていない」はわずか2%。「2.少し影響を受けている」（41%）が最多ではあるが、「3.年間計画に影響しないがかなり大きな影響」「4.年間計画に影響するぐらい」を足すと50%を越す。

新型コロナウイルスによる事業への影響

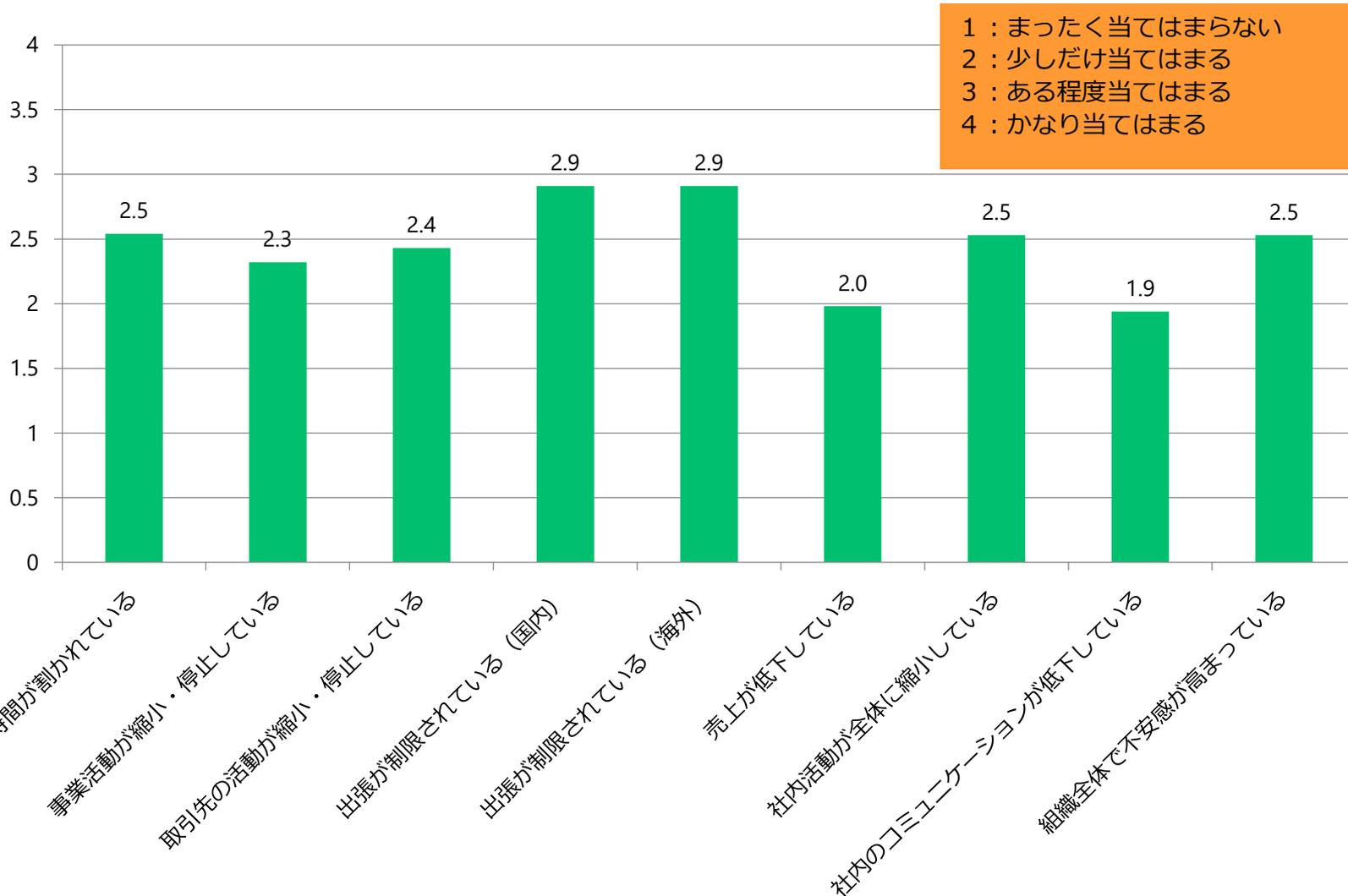


前回と比べると、「まったく影響を受けていない」「少し影響を受けている」との回答が減少。一方で「年間計画には影響しないが、かなり受けている」「年間計画に大きく影響するくらい受けている」が大幅に増加。影響が深刻化していることが裏付けられた。

前回調査との比較



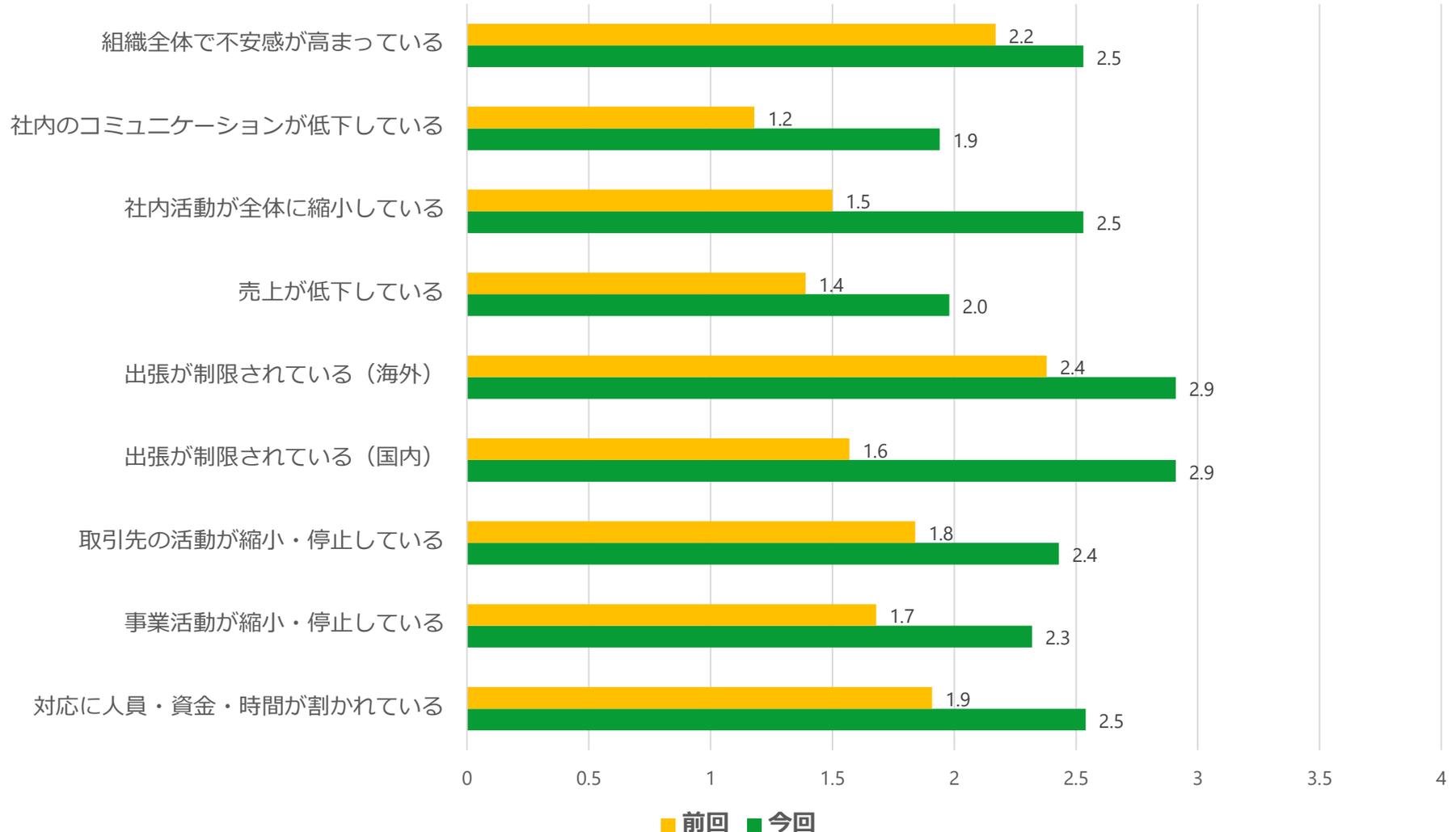
具体的に受けている影響（4段階評価）



前回調査と比べると、国内出張の制限が急激に進んだことが分かる。

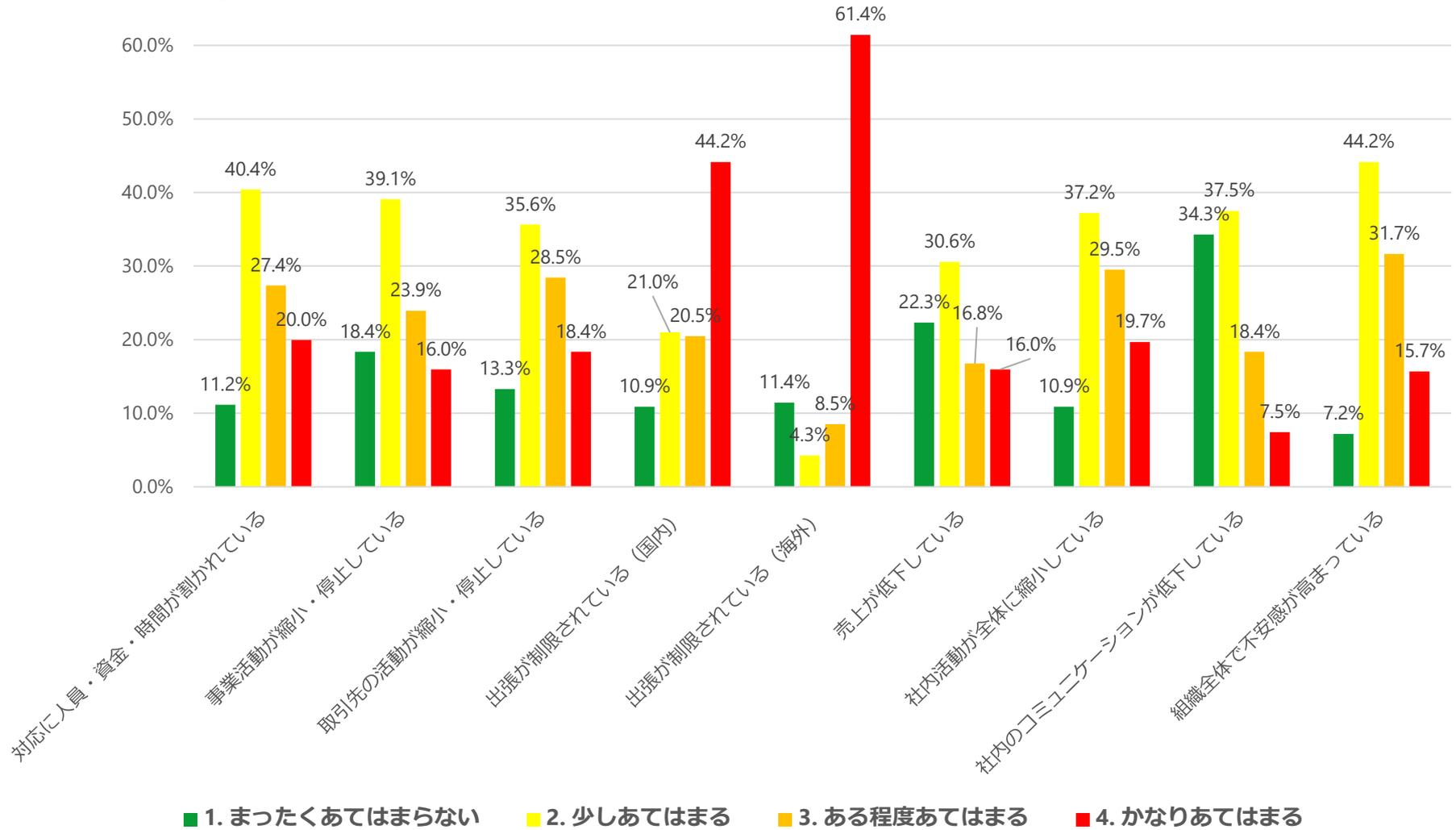
前回ほとんど影響がなかった「社内活動の縮小」「社内コミュニケーションの低下」についても顕在化しつつある。

前回調査との比較



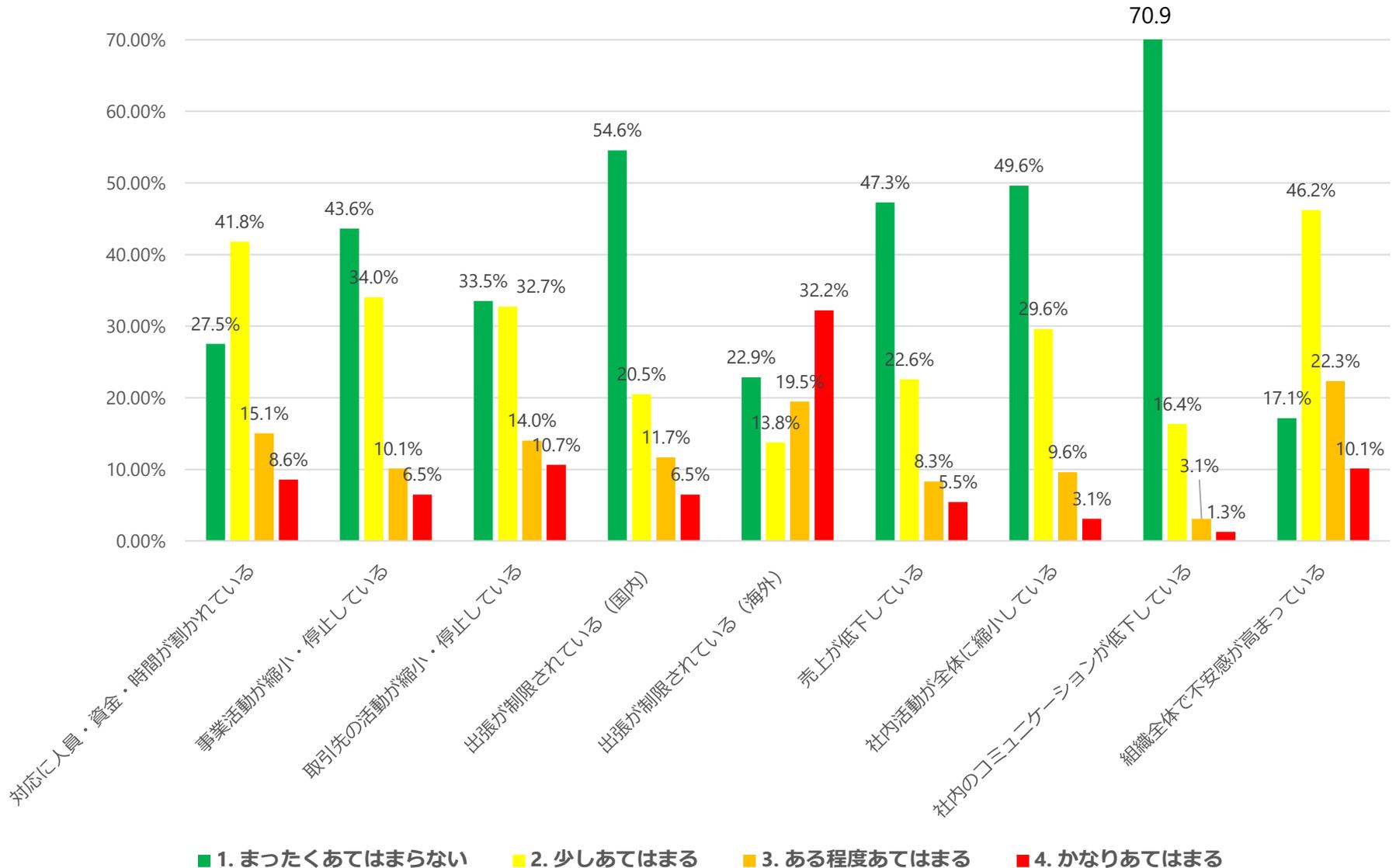
具体手に受けている影響の詳細評価を見ると、前回調査（次ページ）に比べ、全項目について「まったく当てはまらない」（緑）が減り、「かなりあてはまる」（赤）が増えていることが分かる。特に国内出張や、社内コミュニケーションは変化が激しい。

具体的に受けている影響（詳細）



※「該当しない・わからない」を除く

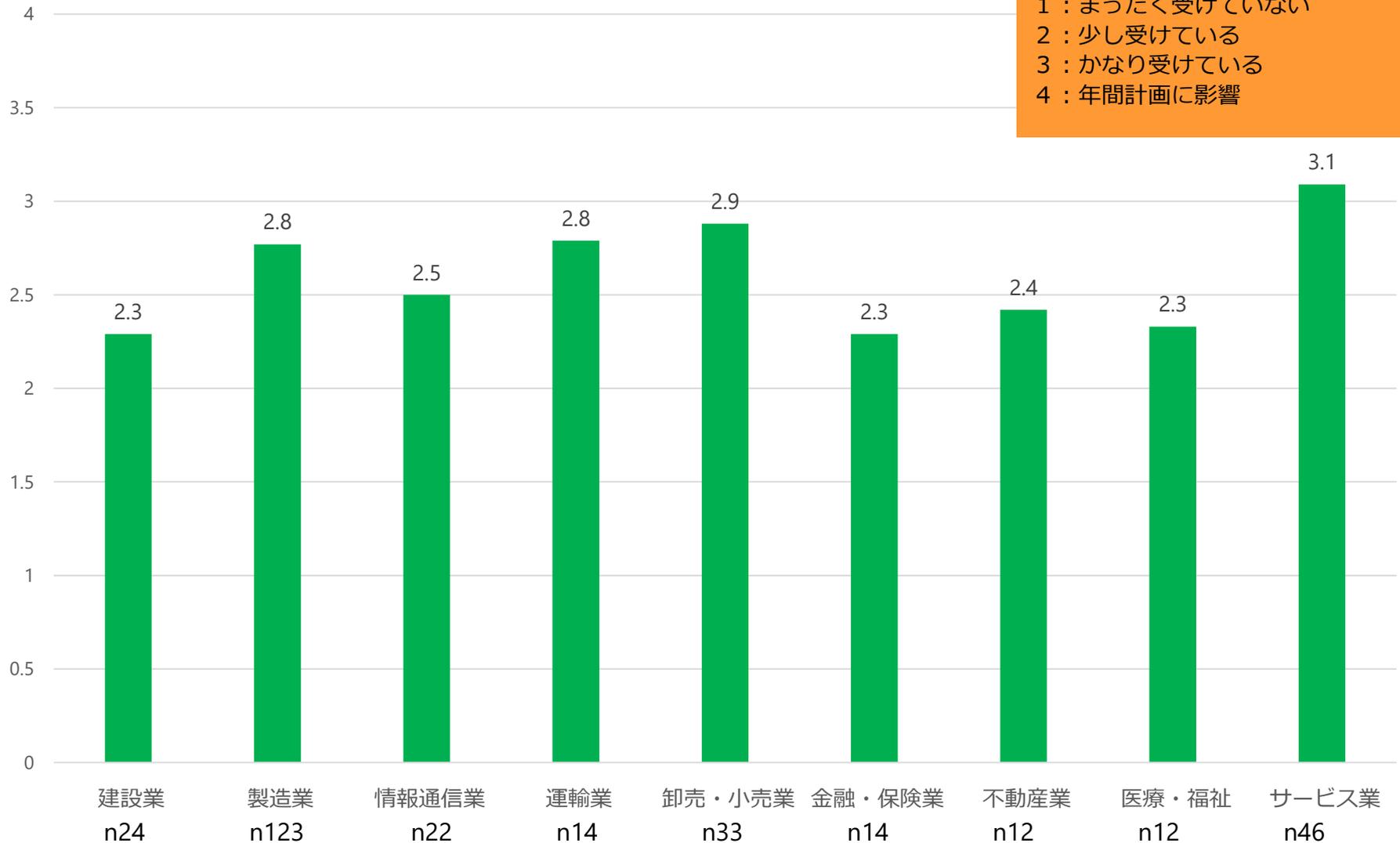
前回調査



※「該当しない・わからない」を除く

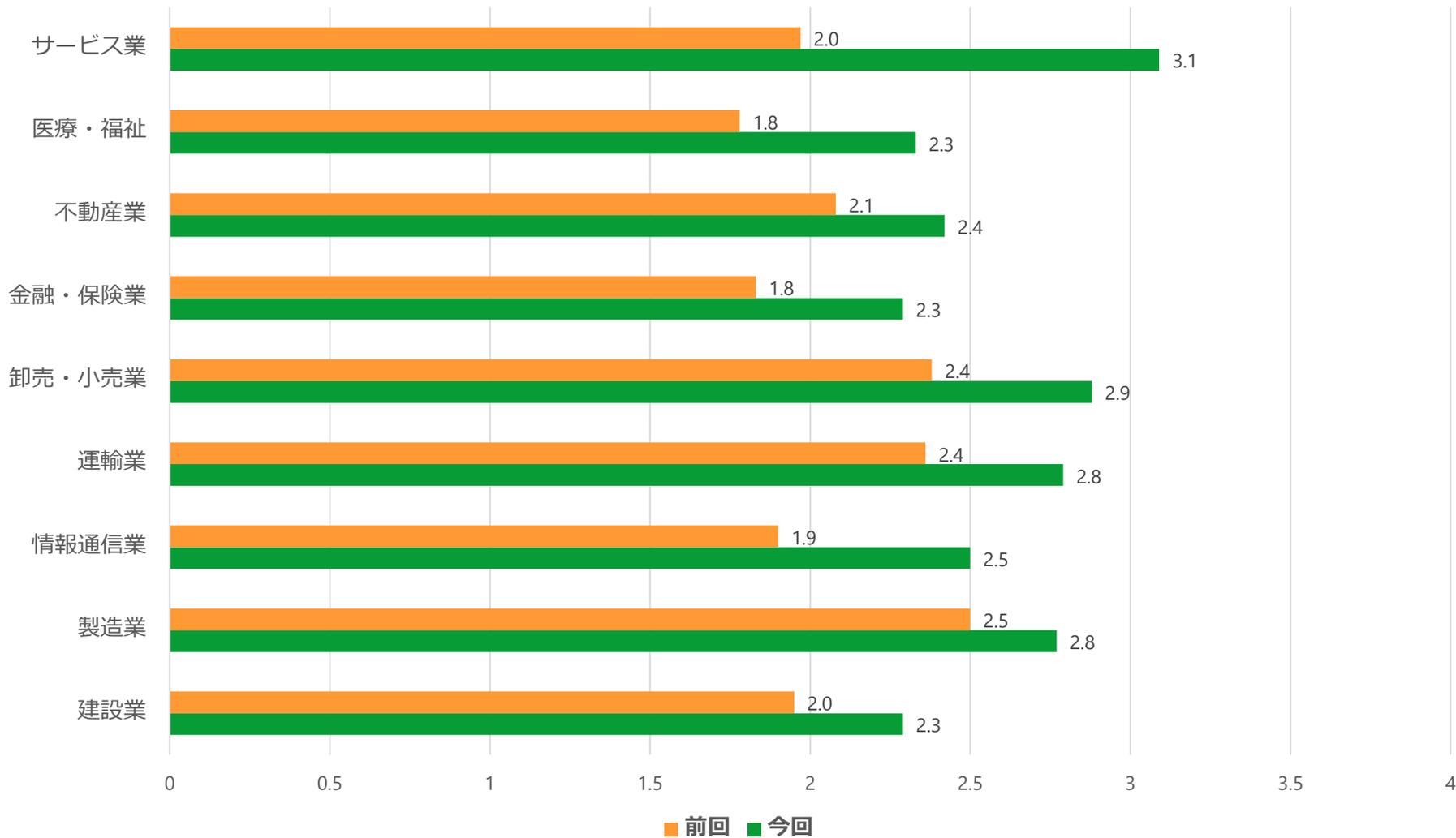
業種別の影響は、回答数が10社以上の業種について分析した。その結果、サービス業への影響が最も高く、次いで、卸売・小売業、運輸、製造と続く。

業種別影響（10社以上の回答業種）



前回調査と比べると、サービス業
の影響が飛躍的に高くなっている。

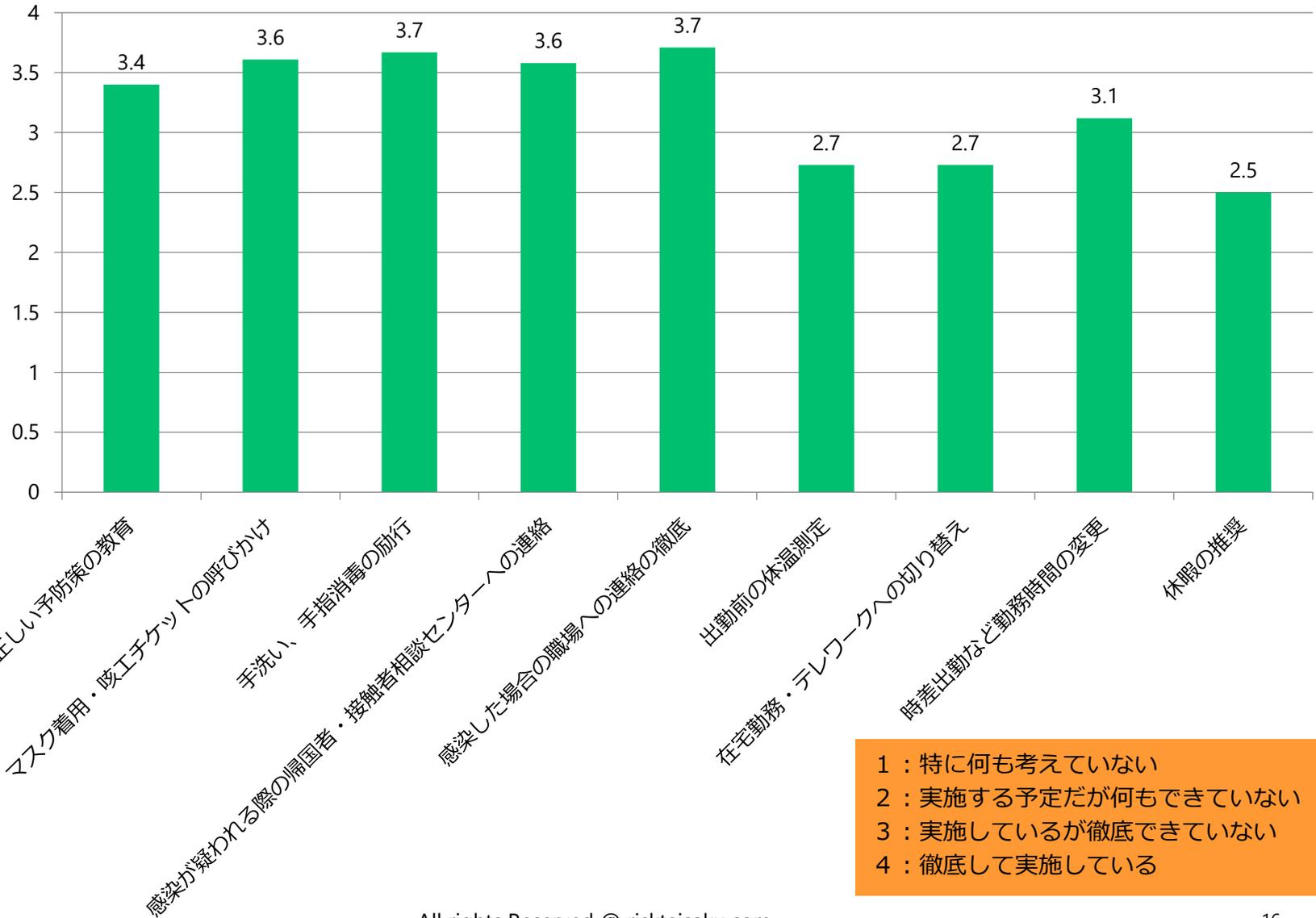
前回調査との比較



現在行っている対策

現在行っている対策で「従業員への対策」では、「手洗い、手指消毒」「感染した場合の職場への連絡」がかなり徹底されていることが分かった。

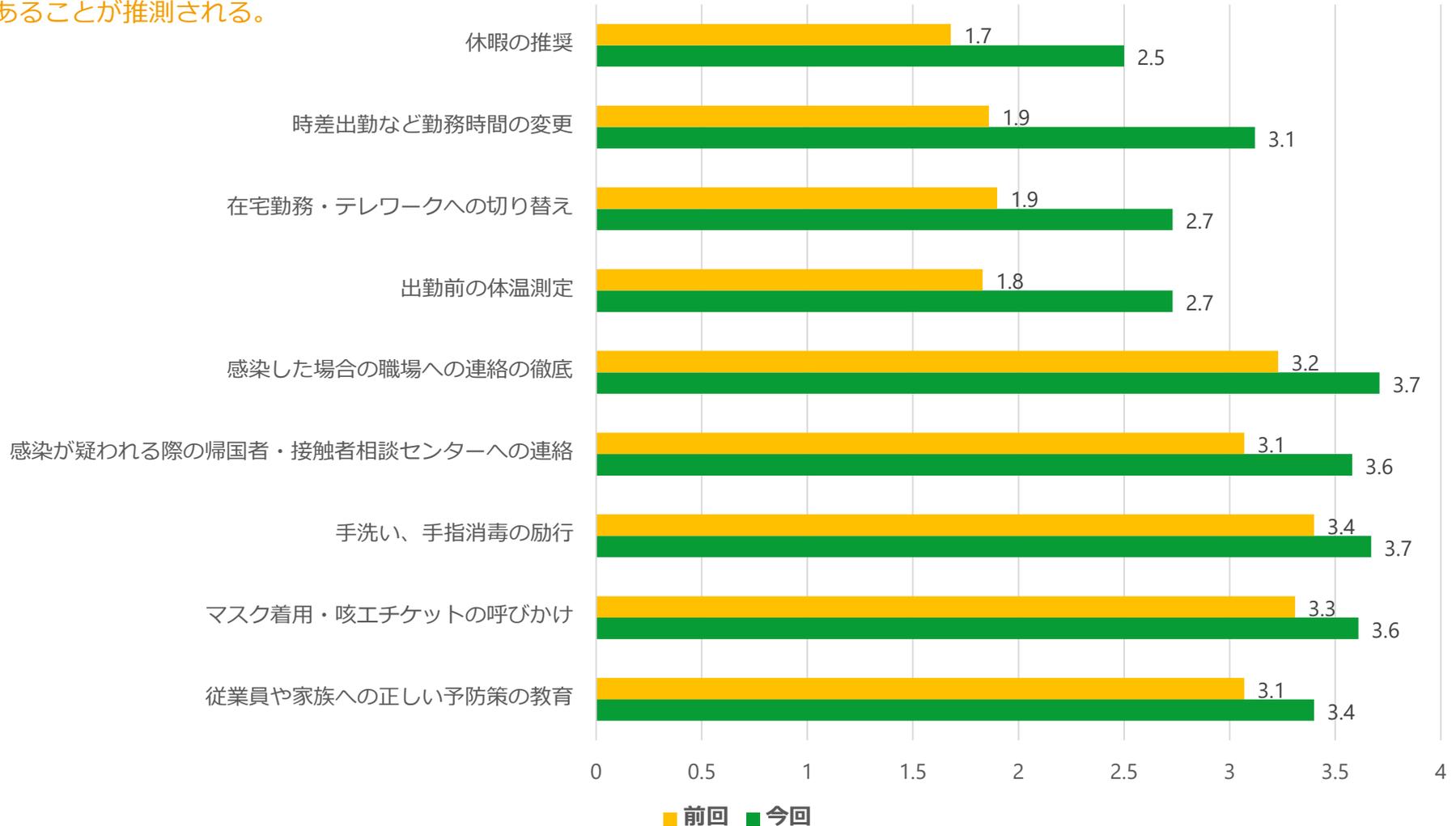
従業員への対策（4段階評価）



- 1：特に何も考えていない
- 2：実施する予定だが何もできていない
- 3：実施しているが徹底できていない
- 4：徹底して実施している

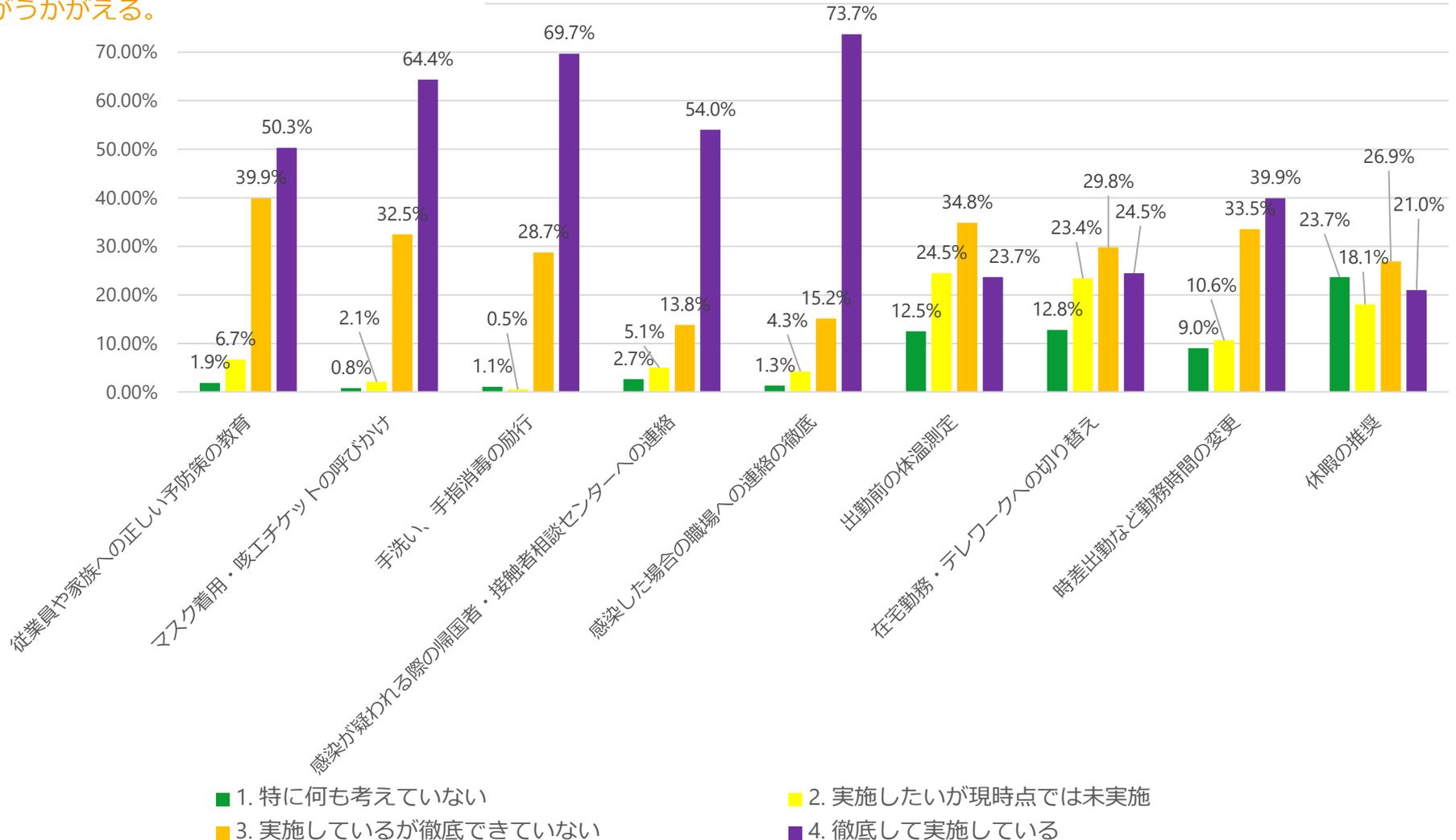
前回調査と比べると「出張前の体温測定」「在宅勤務・テレワークへの切り替え」「時差出勤など勤務時間の変更」「休暇の推奨」が進んでいることが分かる。休暇の推奨については、自由回答から、小中高校の休校に伴う子育て社員への対応であったり、仕事そのものが減ったことなどが背景にあることが推測される。

前回調査との比較

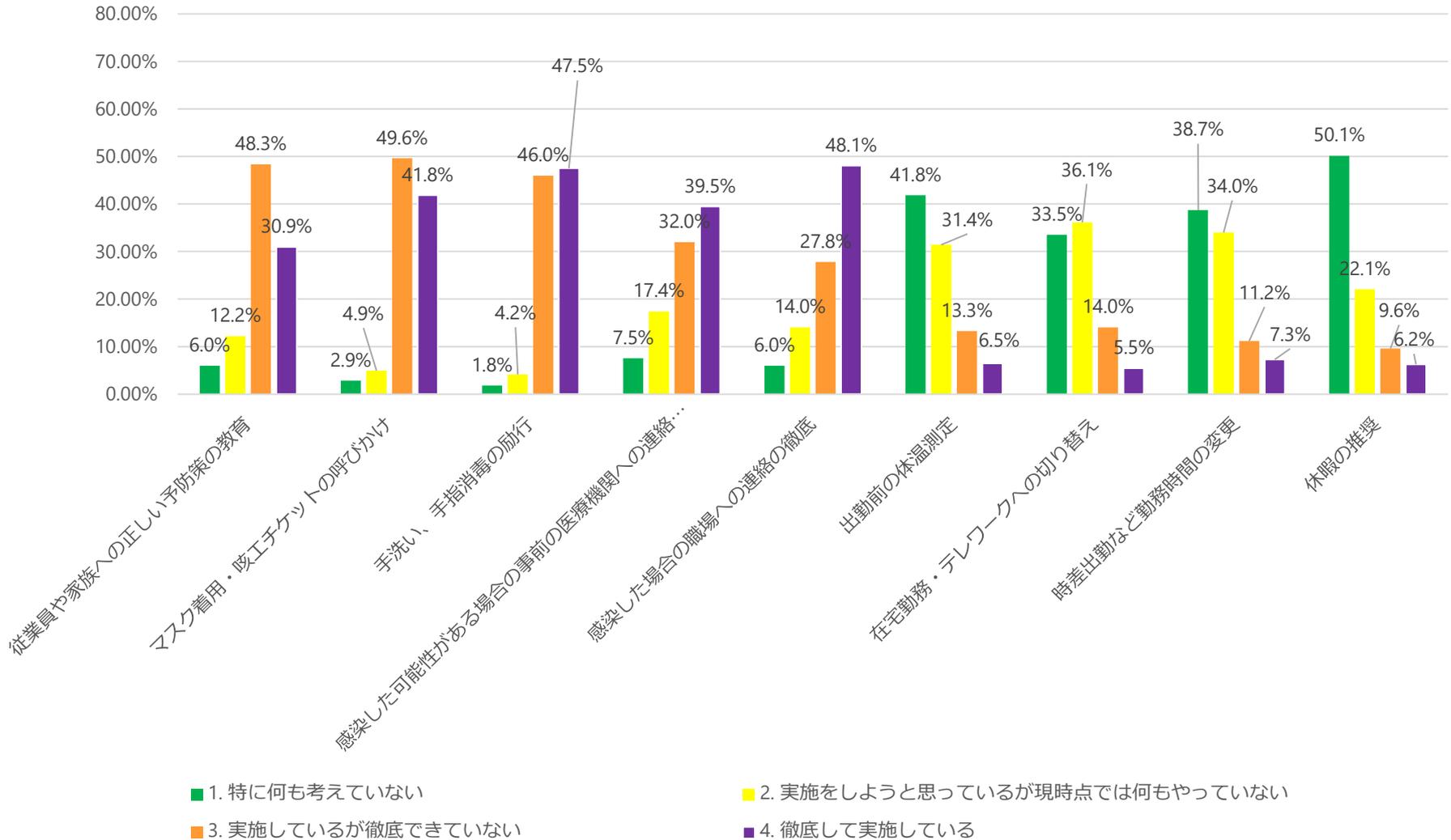


詳細評価を見ると、前回調査（次ページ）に比べ、全体に「徹底して実施している」（紫）が伸びていることが分かる。回答企業に製造業が多いことから、前回調査では「テレワーク」「時差出勤」実施企業が少なかったが、この半月余でかなり進んだことがうかがえる。

従業員への対策（詳細）



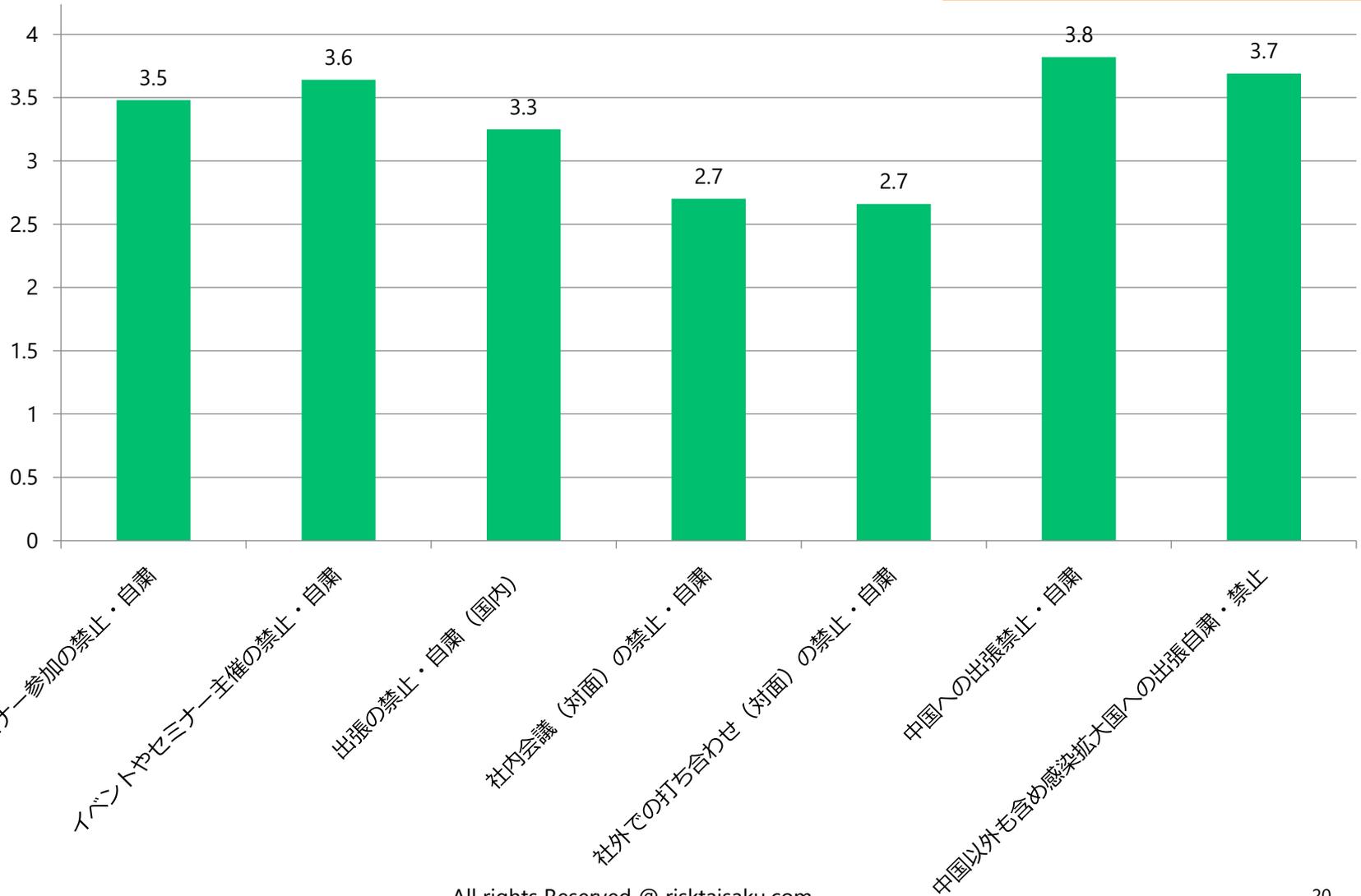
前回調査



業務上の対策としては、中国を含め海外への出張を禁止・自粛している企業が多い。
イベントやセミナーの主催、参加についても禁止・自粛の動きが加速していることが分かる。

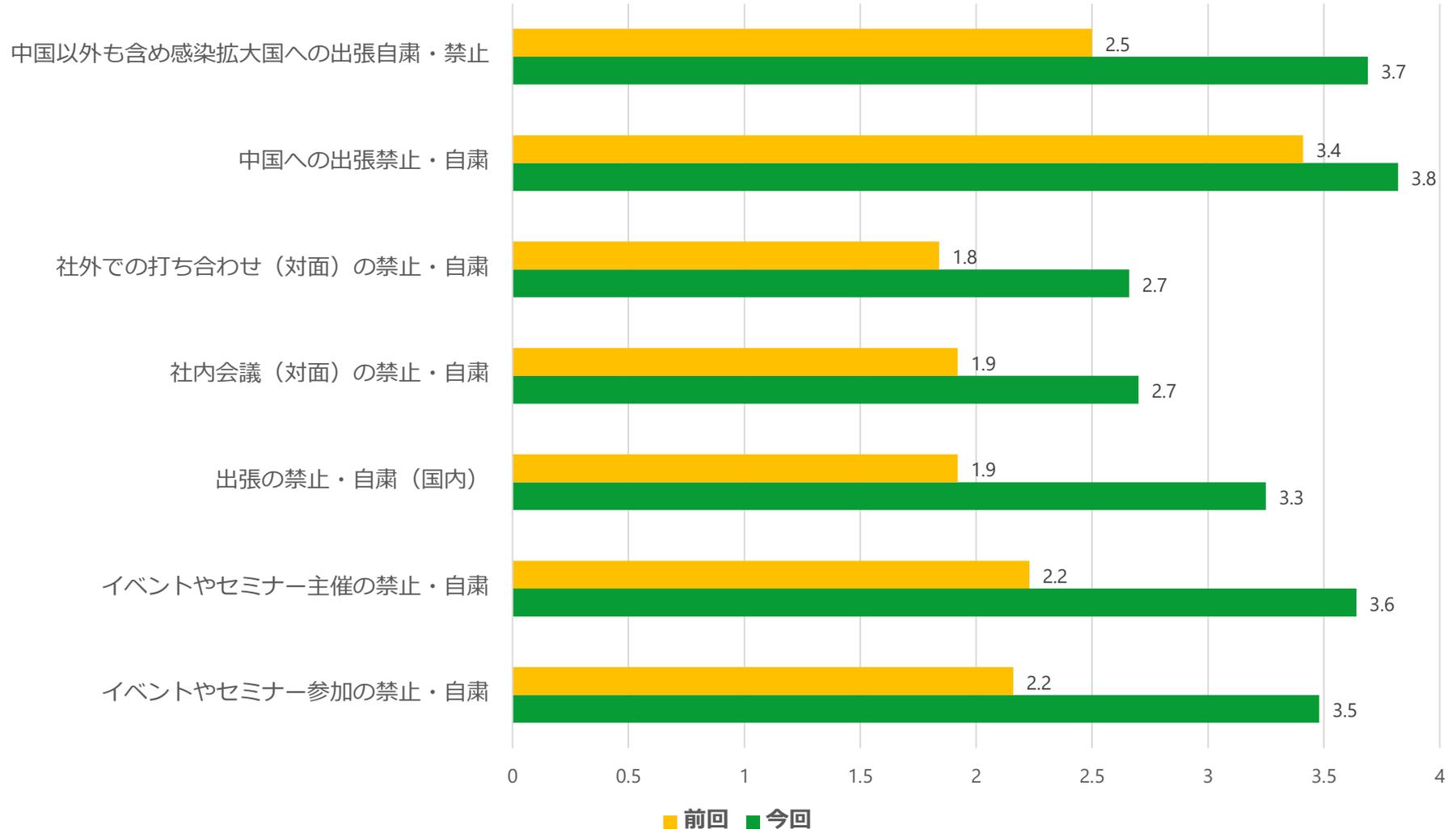
業務上の対策（4段階評価）

- 1：特に何も考えていない
- 2：実施する予定だが何もできていない
- 3：実施しているが徹底できていない
- 4：徹底して実施している



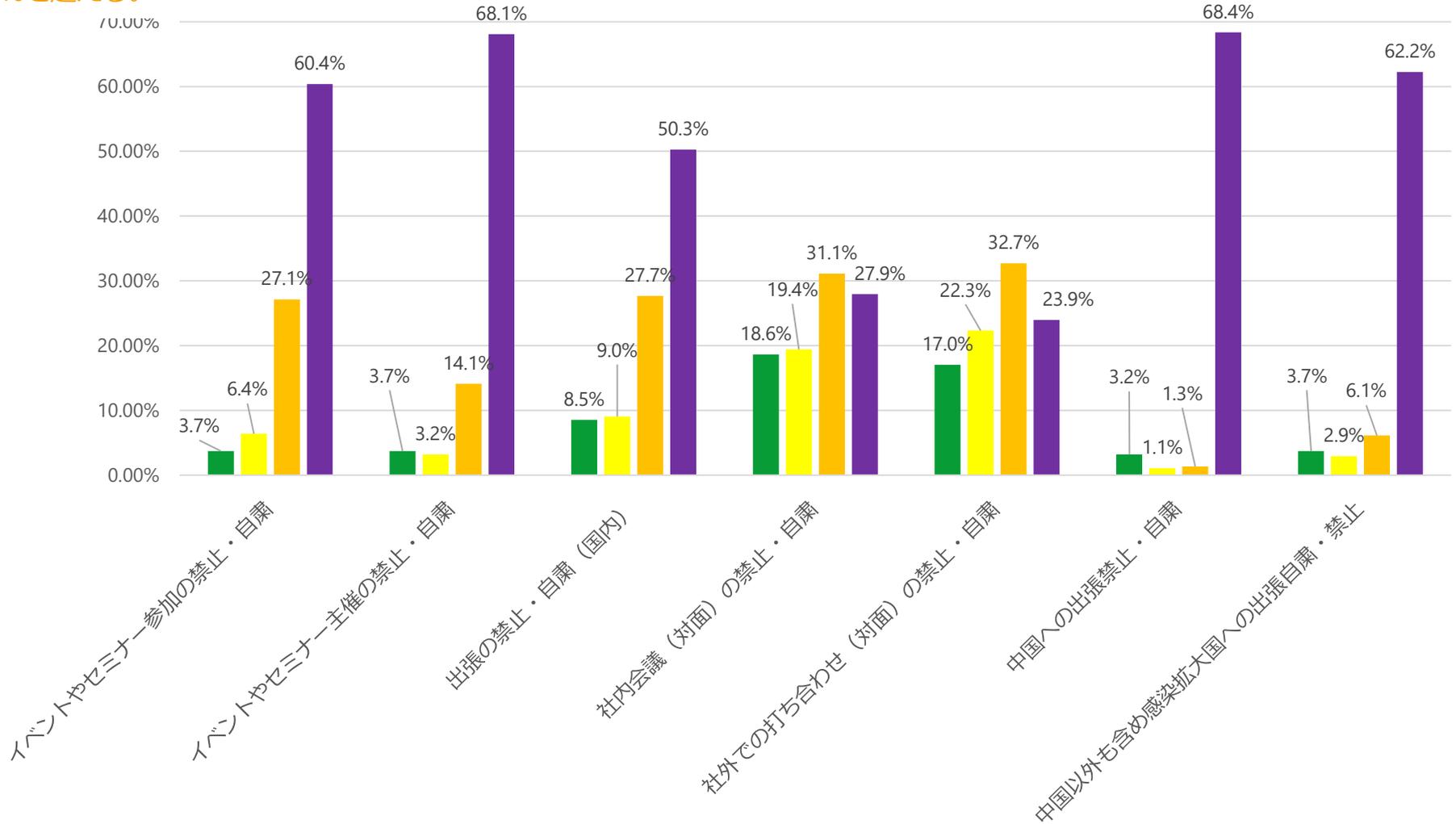
前回調査と比べると、イベントの主催および参加、さらに国内出張の禁止・自粛が、大幅に伸びた。

前回調査との比較



業務上の対策（詳細）

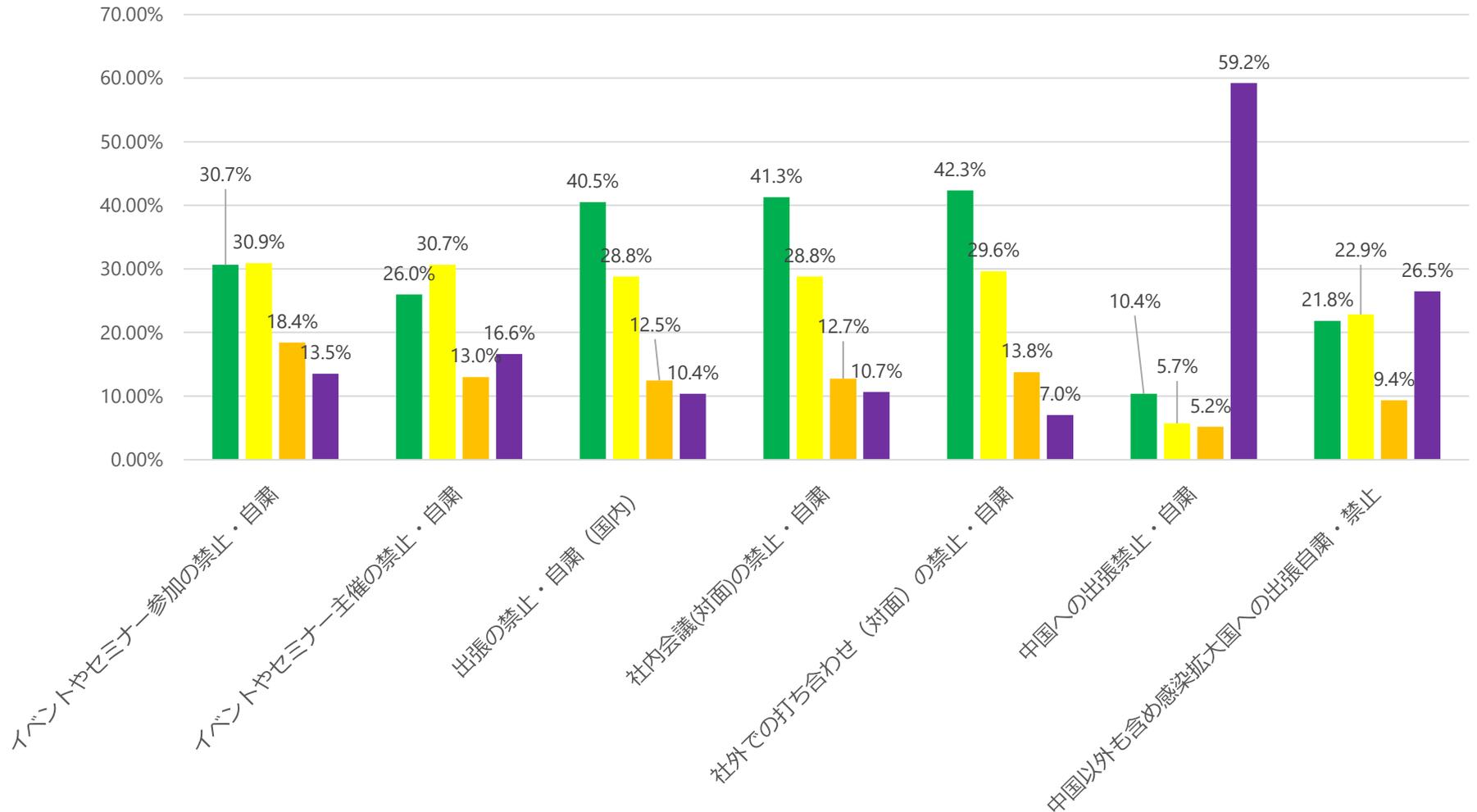
詳細評価を見ると、前回調査（字ページ）に比べ、全体に「徹底して実施している」（紫）が伸びていることが分かる。国内出張の自粛・禁止を徹底している回答は50%を超える。



■ 1. 特に何も考えていない ■ 2. 実施したいが現時点では未実施 ■ 3. 実施しているが徹底できていない ■ 4. 徹底して実施している

※「該当しない・わからない」を除く

前回調査



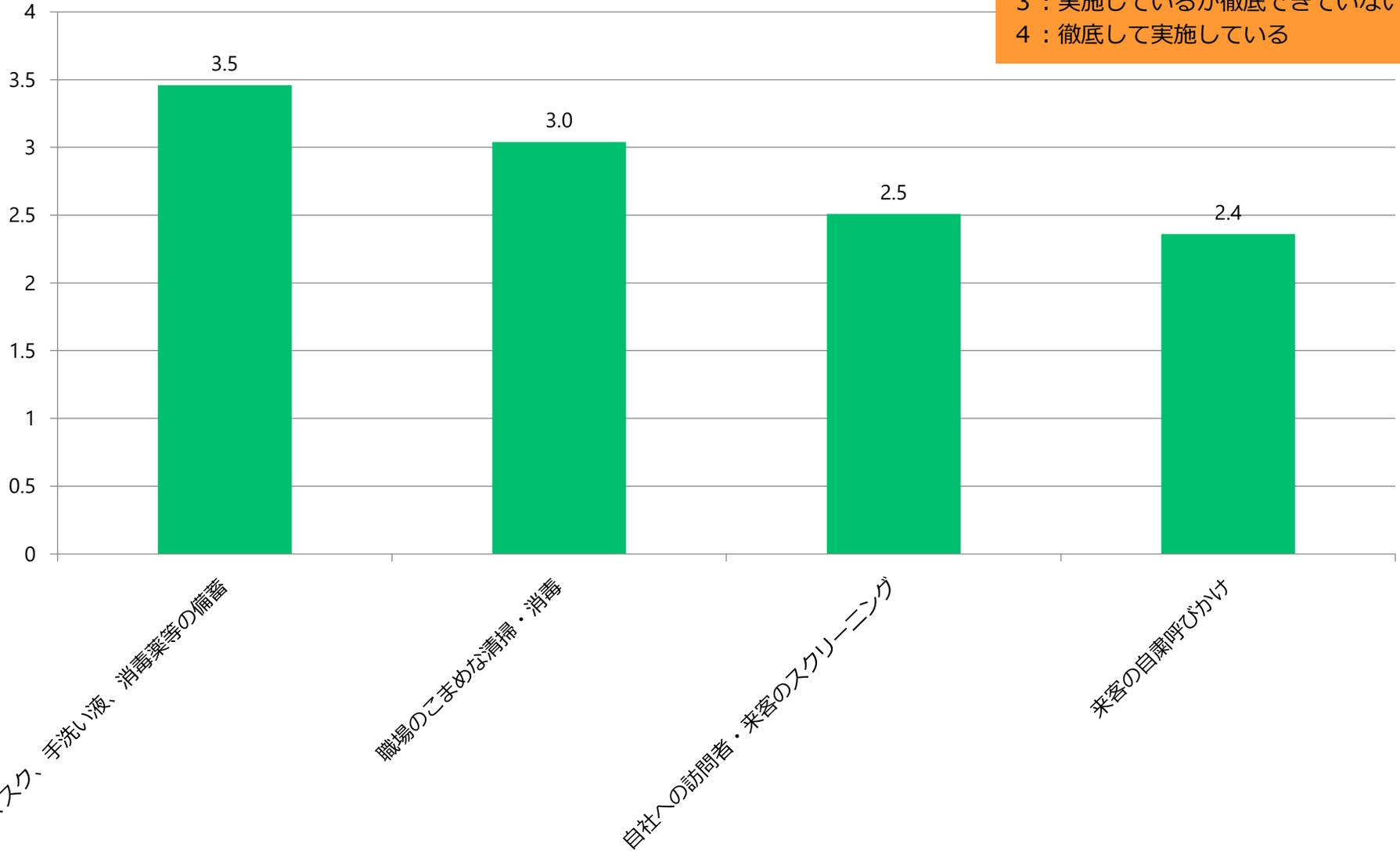
■ 1. 特に何も考えていない ■ 2. 実施をしたいが現時点では未実施 ■ 3. 実施しているが徹底できていない ■ 4. 徹底して実施している

※「該当しない・わからない」を除く

職場・施設における対策としては「マスク、手洗い液、消毒薬などの備蓄」の実施が進む一方で、来訪者の問診や検温などスクリーニングや、来客の自粛については、まだそれほど高くない。

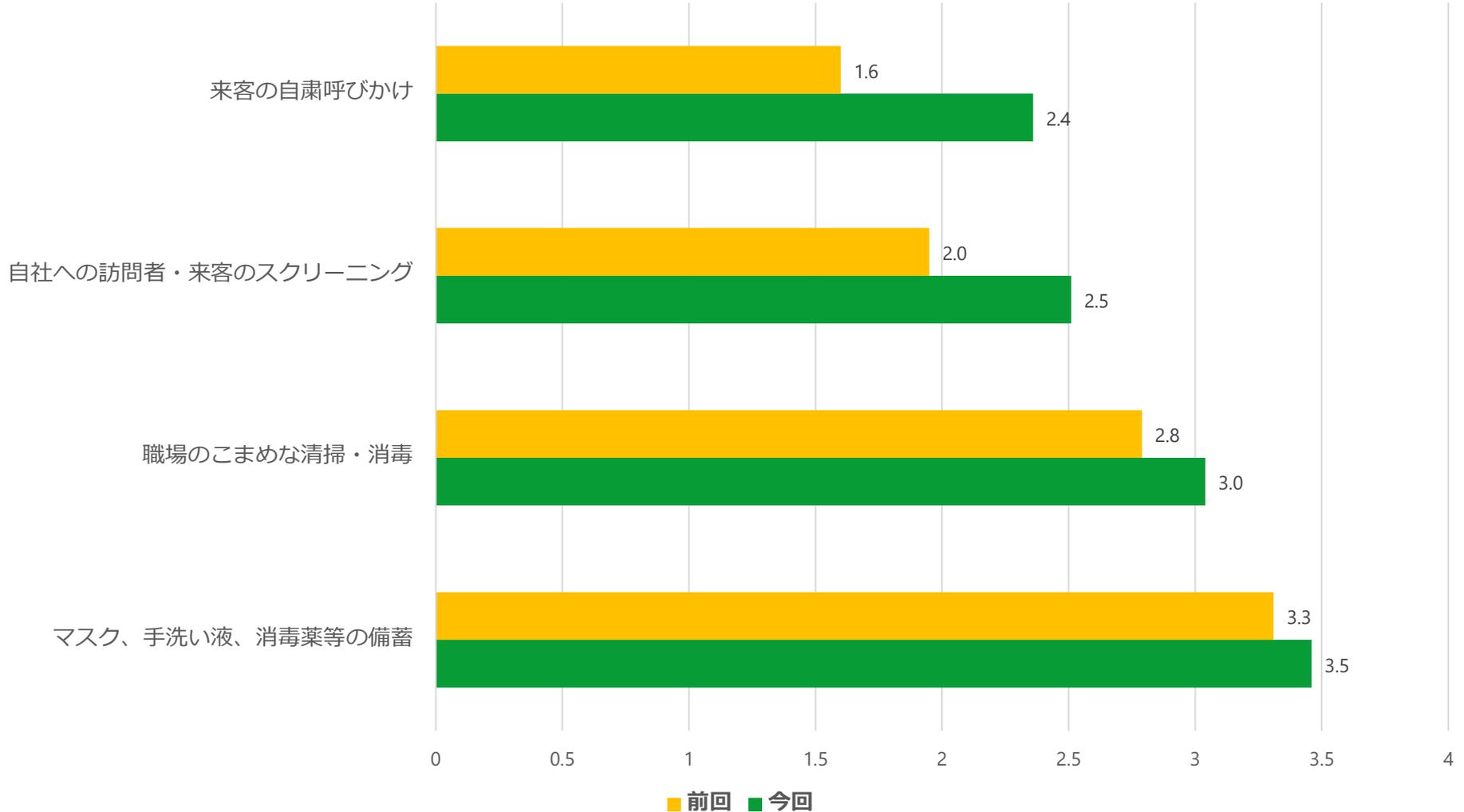
職場・施設における対策

- 1：特に何も考えていない
- 2：実施する予定だが何もできていない
- 3：実施しているが徹底できていない
- 4：徹底して実施している



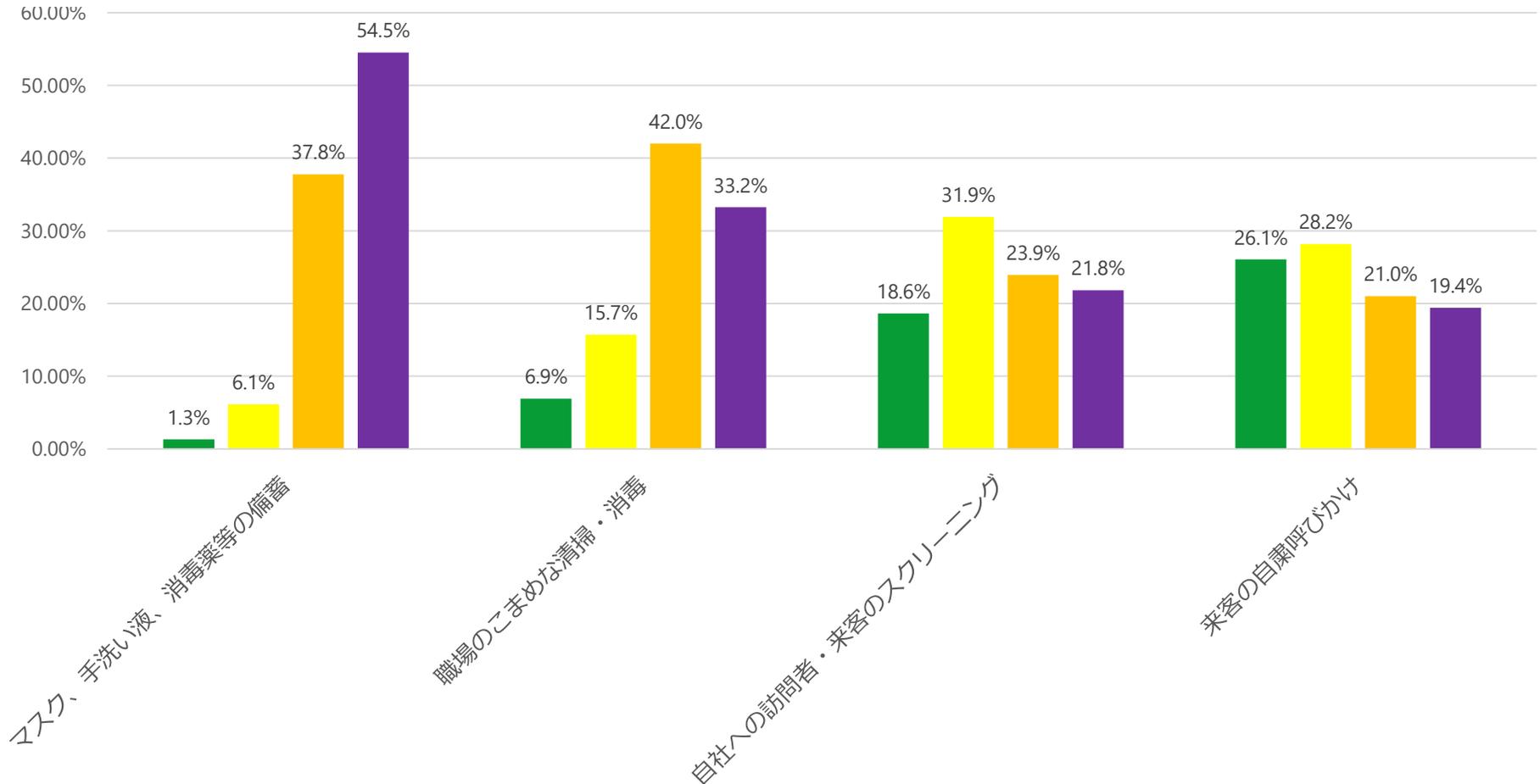
一方で、前回調査と比べると、来訪者の問診や検温などスクリーニング、来客の自粛についても、実施企業が増えていることが分かる。

前回調査との比較



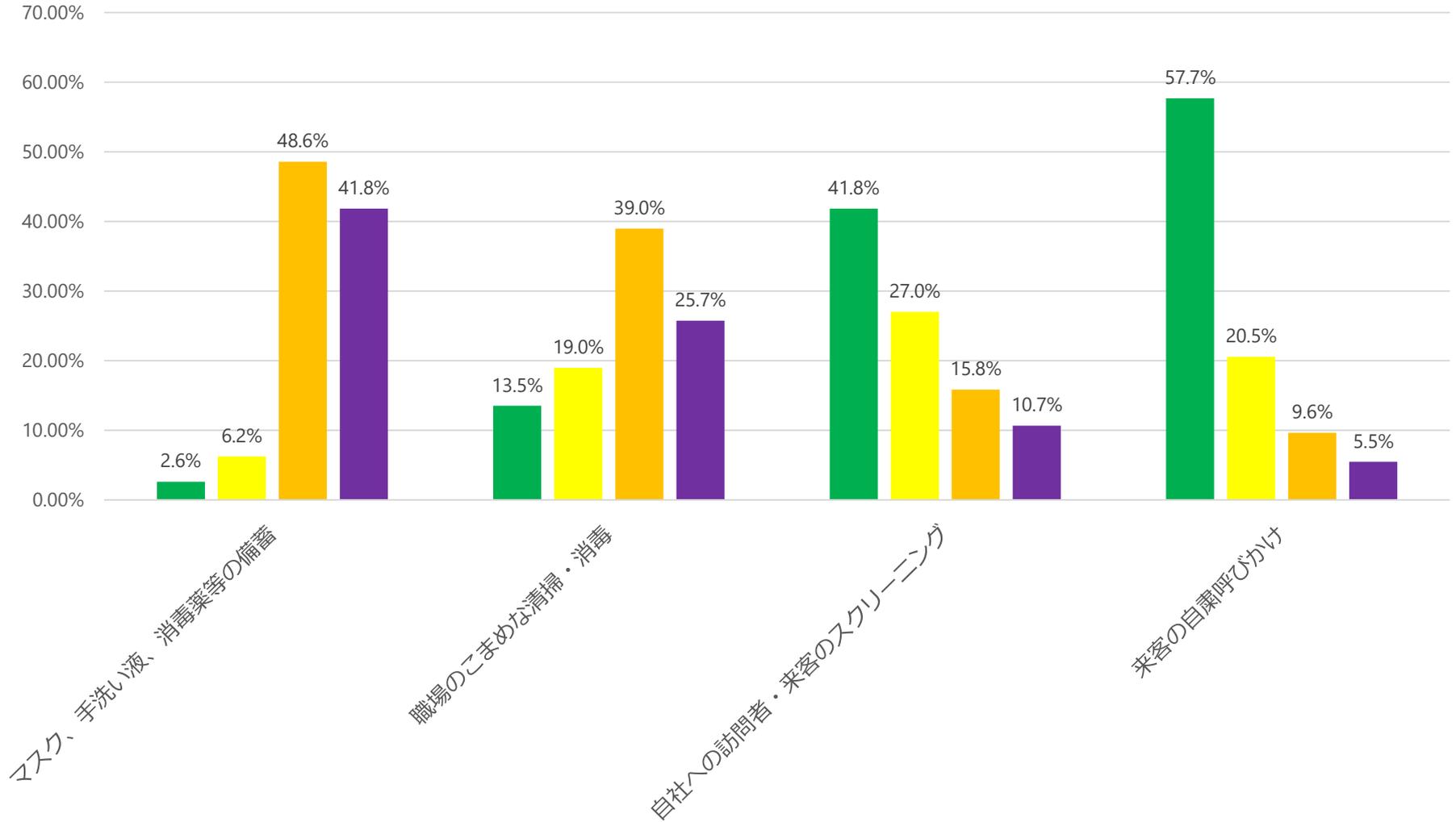
職場・施設における対策

詳細評価を見ると、マスクや消毒液の不足が社会的な問題になる中でも備蓄が徹底されていることが分かる。自由回答を見ても、様々な手段で調達をしている状況が浮かび上がる。来訪者のスクリーニング、自粛の呼びかけについては、前回調査（次ページ）に比べ「何も考えていない」（緑）の回答が大幅に減った。



■ 1. 特に何も考えていない ■ 2. 実施したいが現時点では未実施 ■ 3. 実施しているが徹底できていない ■ 4. 徹底して実施している

前回調査

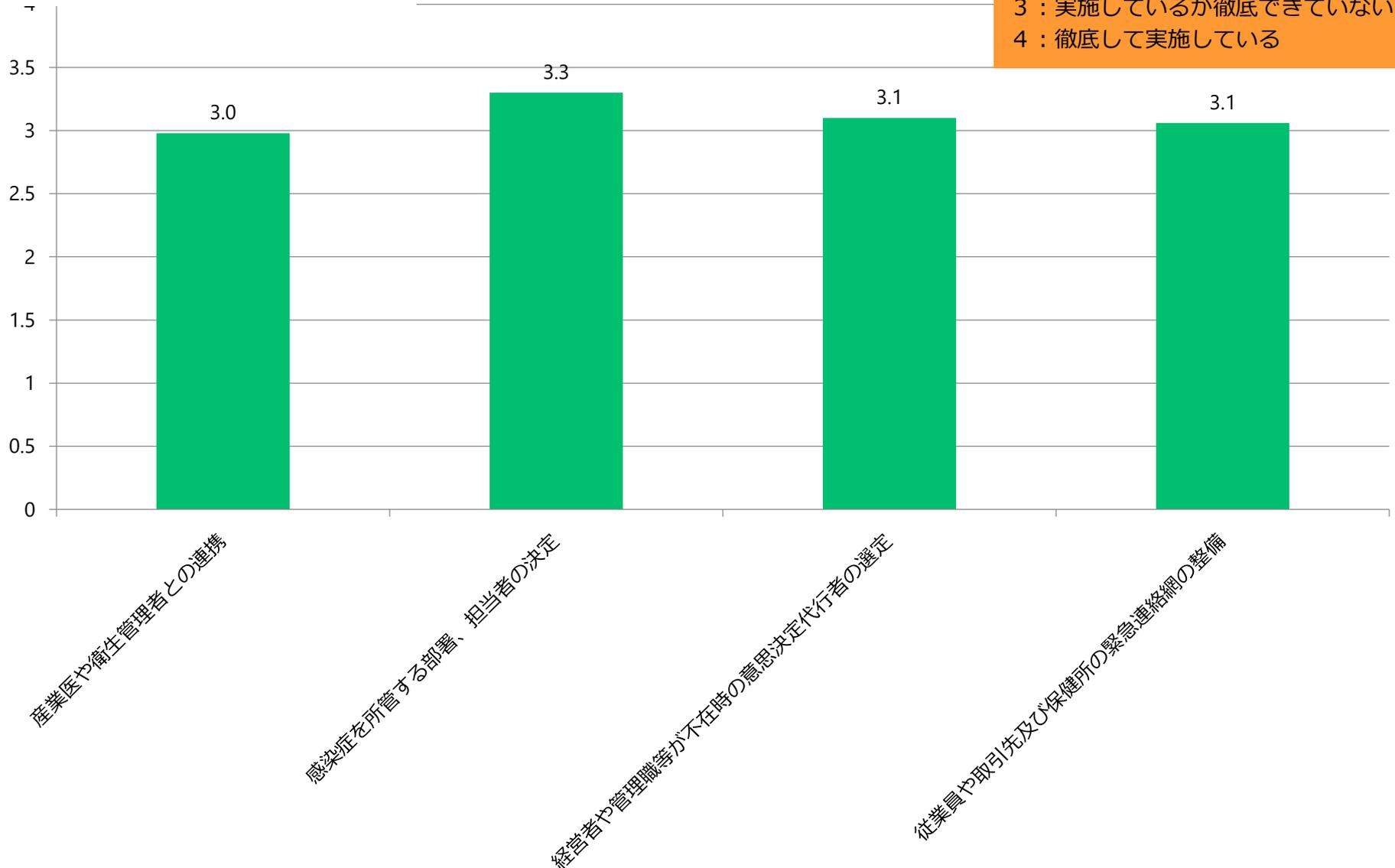


■ 1. 特に何も考えていない ■ 2. 実施したいが現時点では未実施 ■ 3. 実施しているが徹底できていない ■ 4. 徹底して実施している

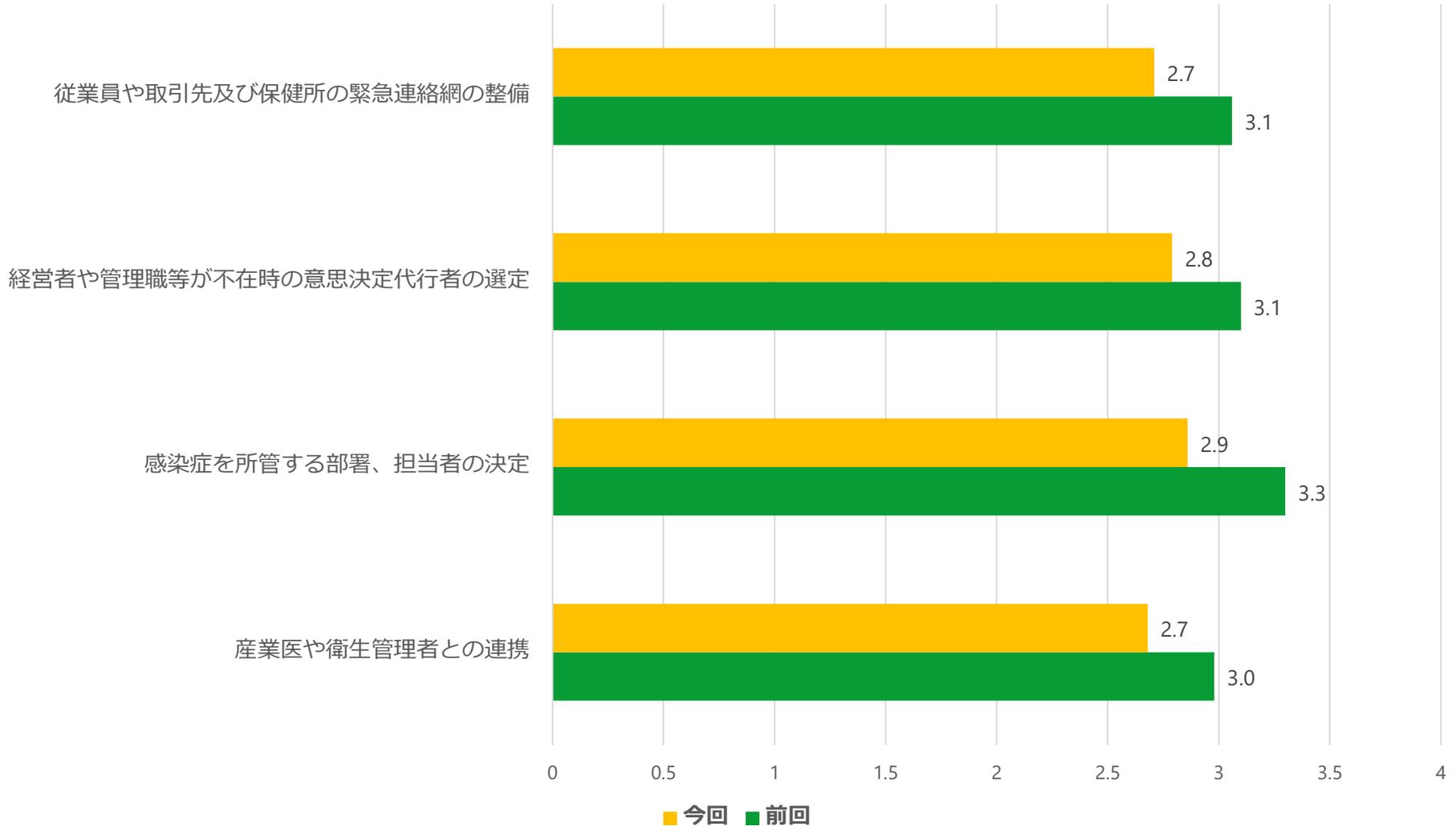
職場・施設における対策としては「マスク、手洗い液、消毒薬などの備蓄」の実施が進む一方で、来訪者の問診や検温などスクリーニングや、来客の自粛については、まだそれほど高くない。

体制面の整備

- 1：特に何も考えていない
- 2：実施する予定だが何もできていない
- 3：実施しているが徹底できていない
- 4：徹底して実施している

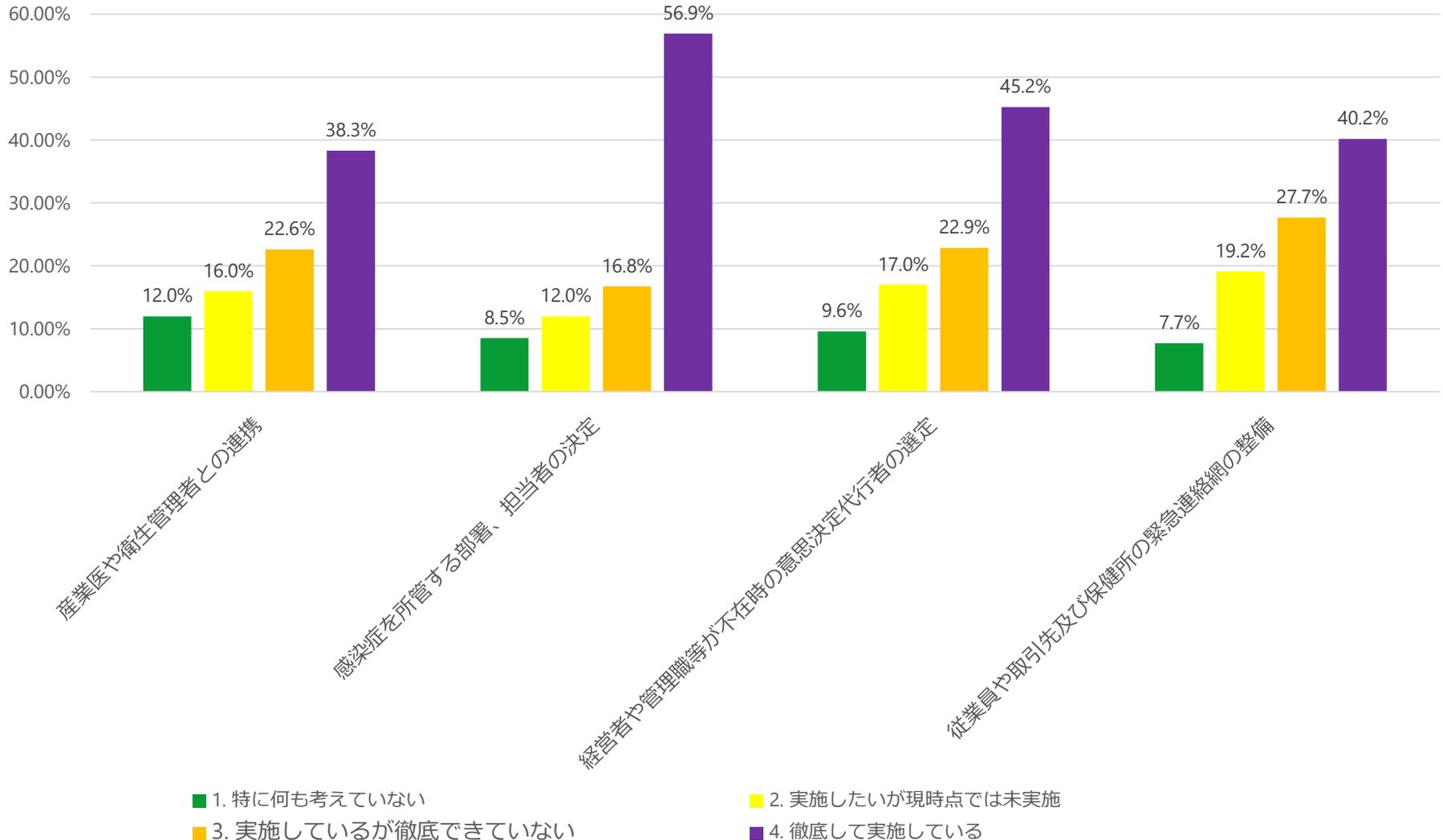


前回調査との比較



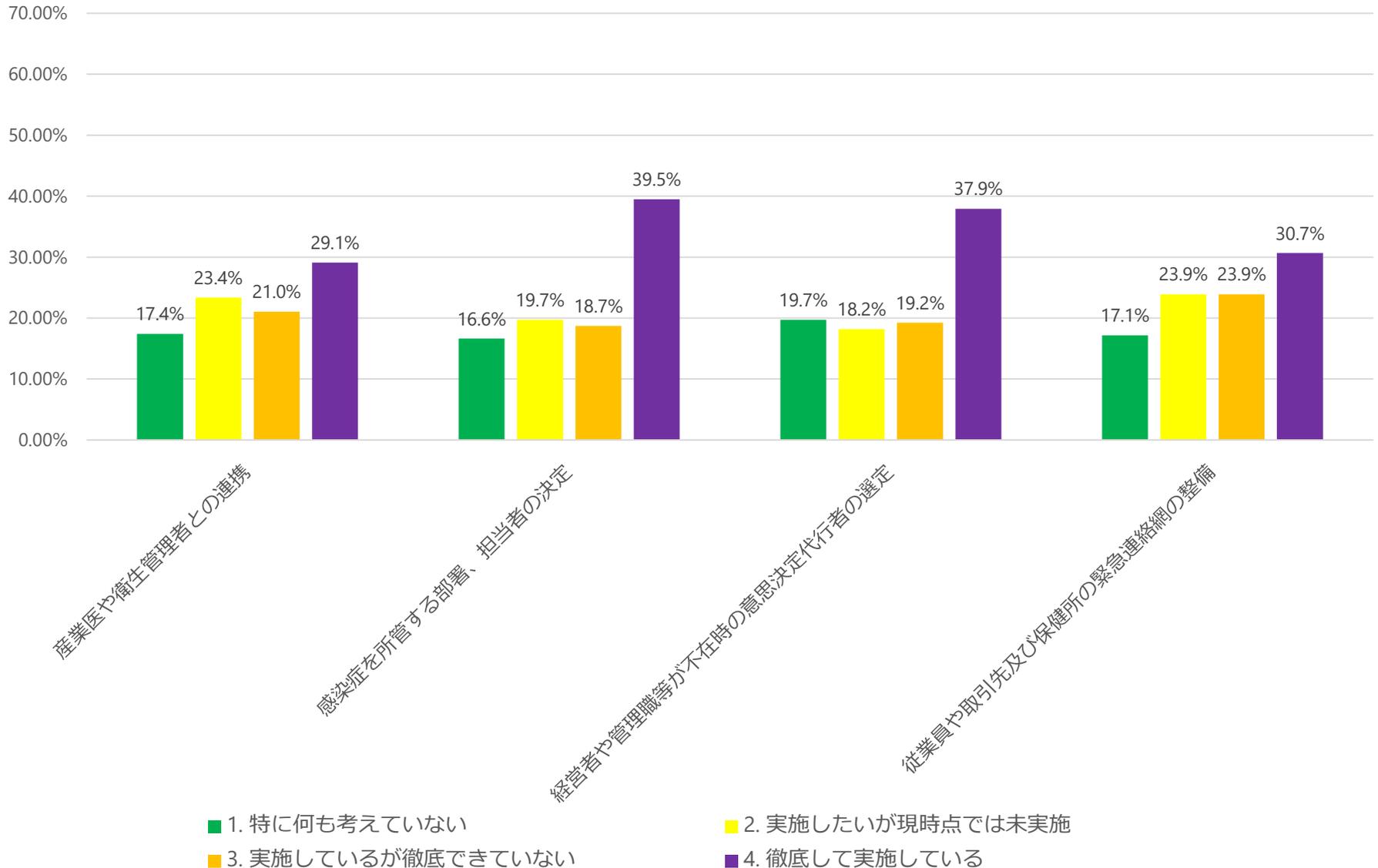
体制面の整備（詳細）

詳細評価を見ると、前回調査（次ページ）に比べ、全体に「徹底して実施している」（紫）が伸びているものの、大きな変化は見られない。感染症を所管する部署・担当者の決定について、紫が伸びているが、これまで明確に定められていなかった企業が多かったことが推測される。



※「該当しない・わからない」を除く

前回調査

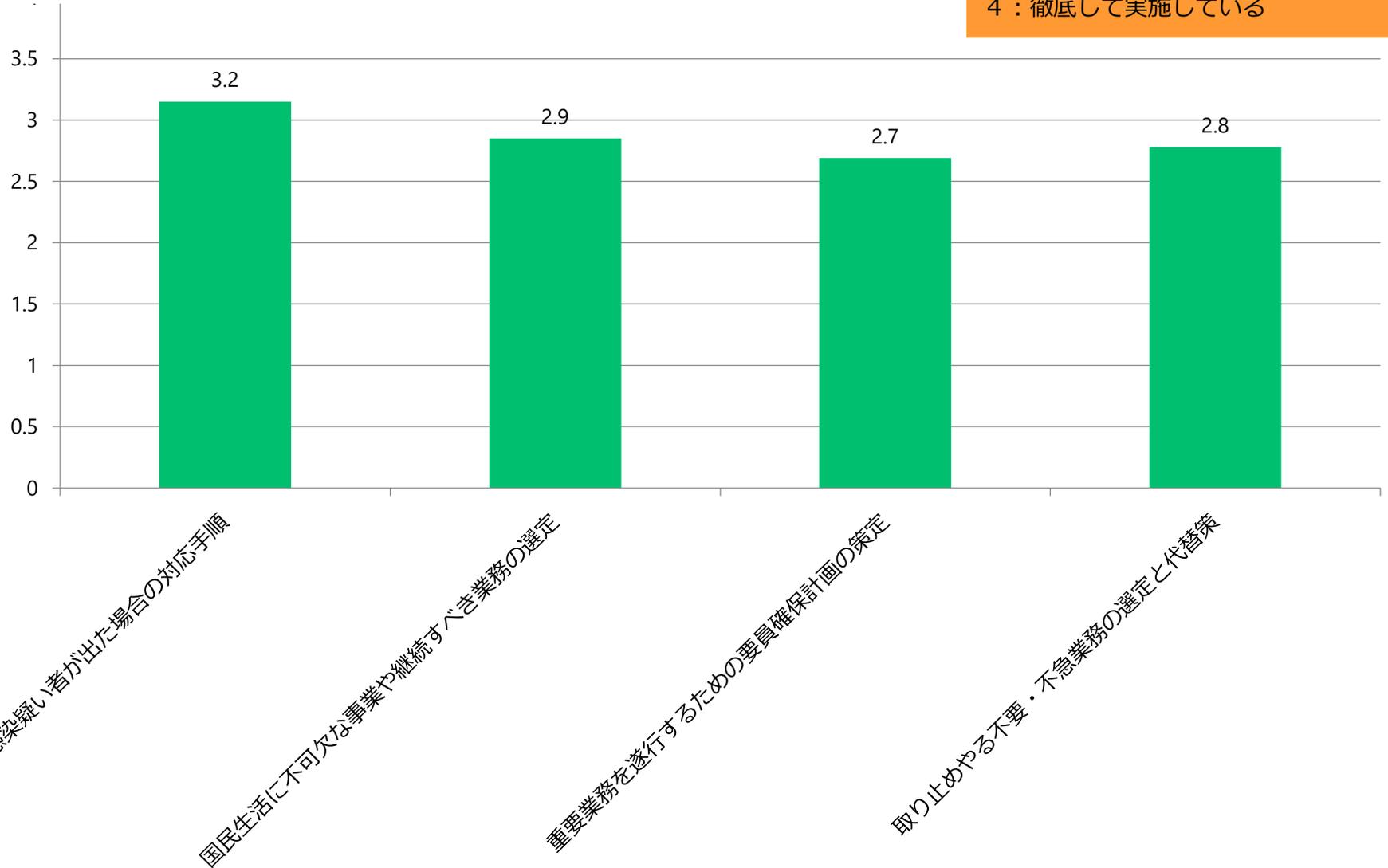


※「該当しない・わからない」を除く

対応計画の策定

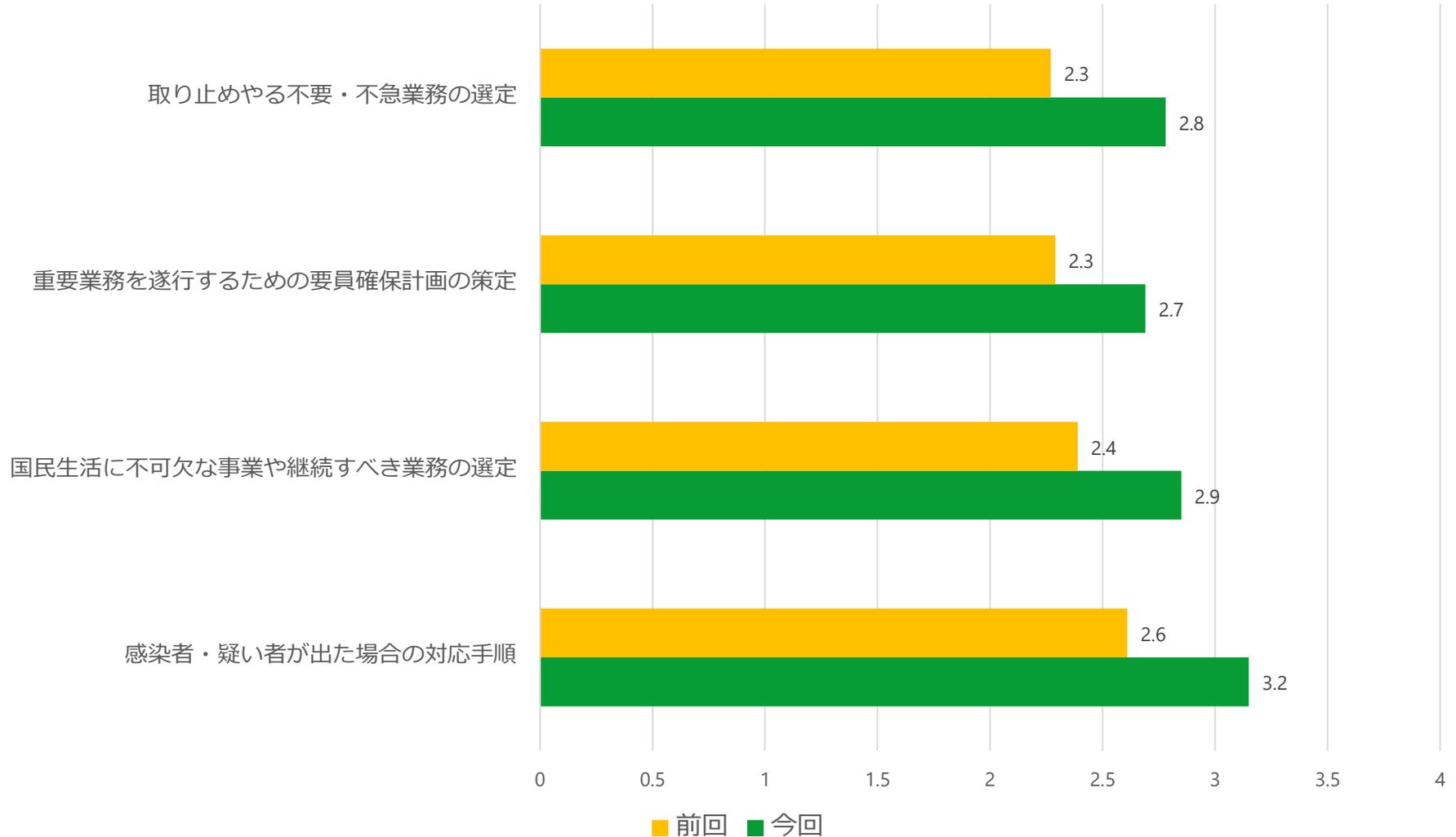
- 1：特に何も考えていない
- 2：実施する予定だが何もできていない
- 3：実施しているが徹底できていない
- 4：徹底して実施している

社内や施設内に感染者が出た場合の対応手順については、かなりの企業で整備が進んでいることが推測される。一方で、BCP（事業継続計画）で定めるはずの重要継続業務や、その要員確保が十分に決められていない。



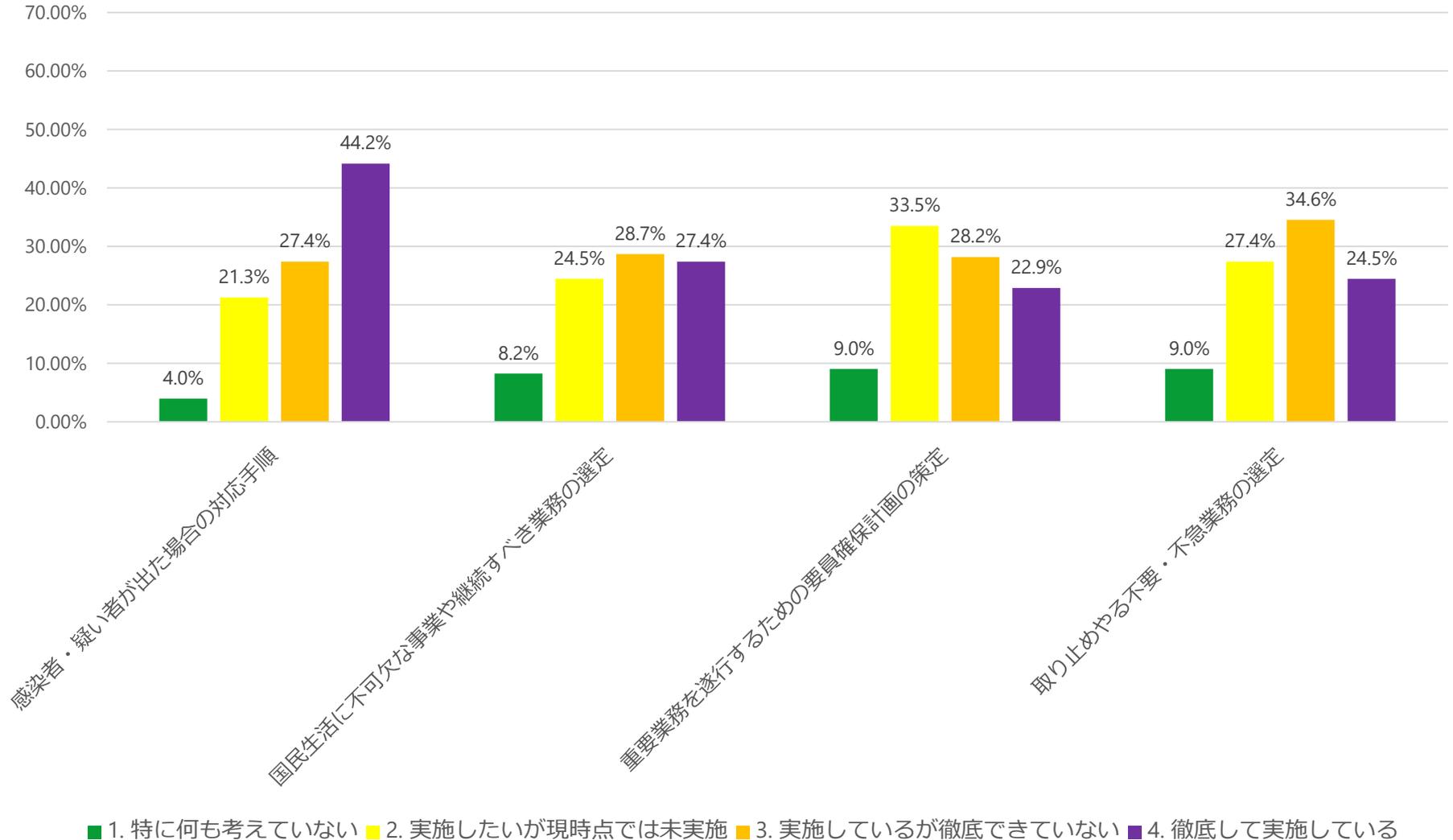
前回調査に比べると、全項目で実施レベルが高くなっている。

前回調査との比較

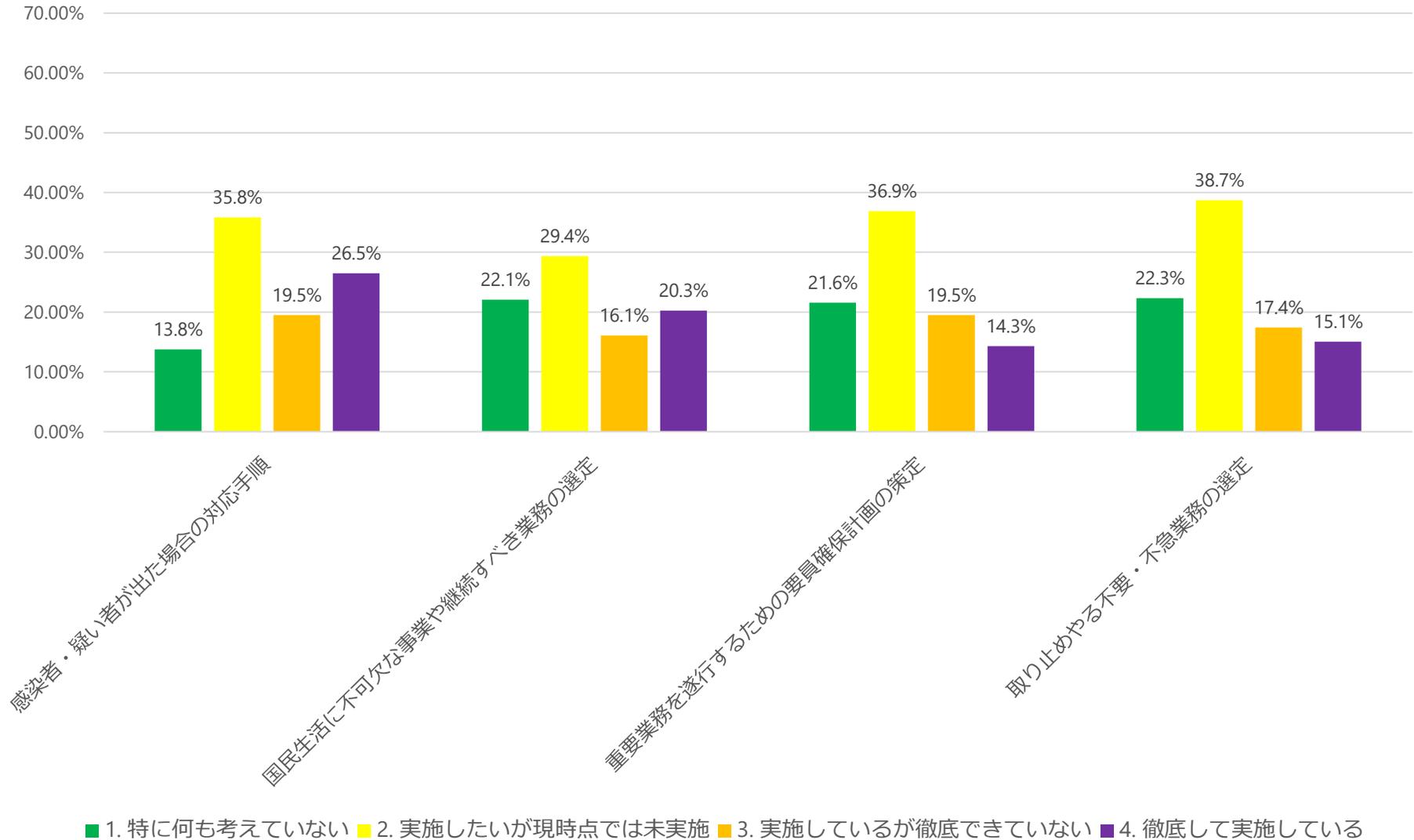


詳細評価を見ると、前回調査（次ページ）に比べ、感染者が出た場合の対応手順が大幅に伸びた。毎日のように感染者が報道されていることから、危機感が高まっていることが分かる。

対応計画の策定



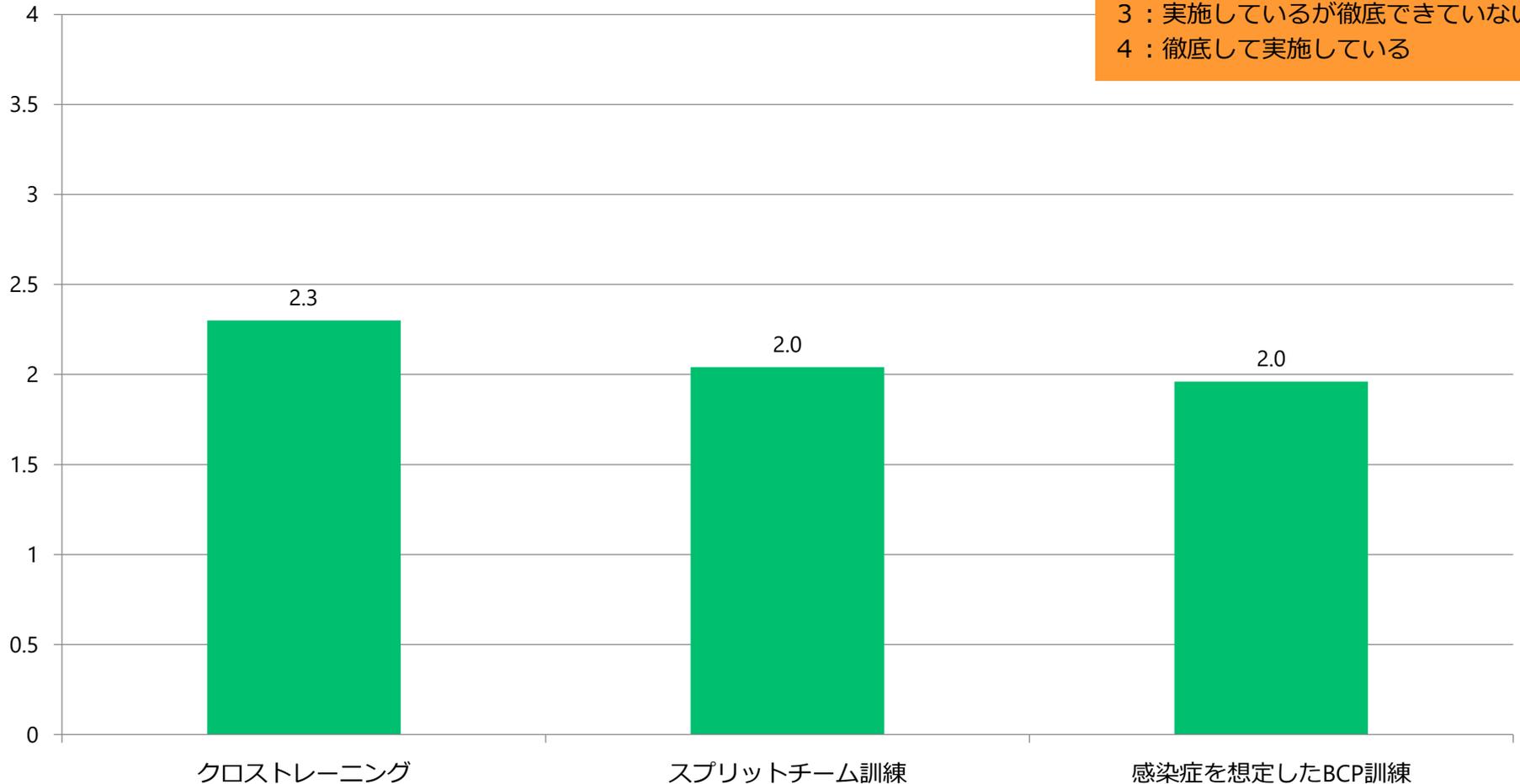
前回調査



教育・訓練については、全体に実施レベルが低い。自由回答から、対応に追われていて教育・訓練の時間がない、人手がないことなどが理由として考えられる。

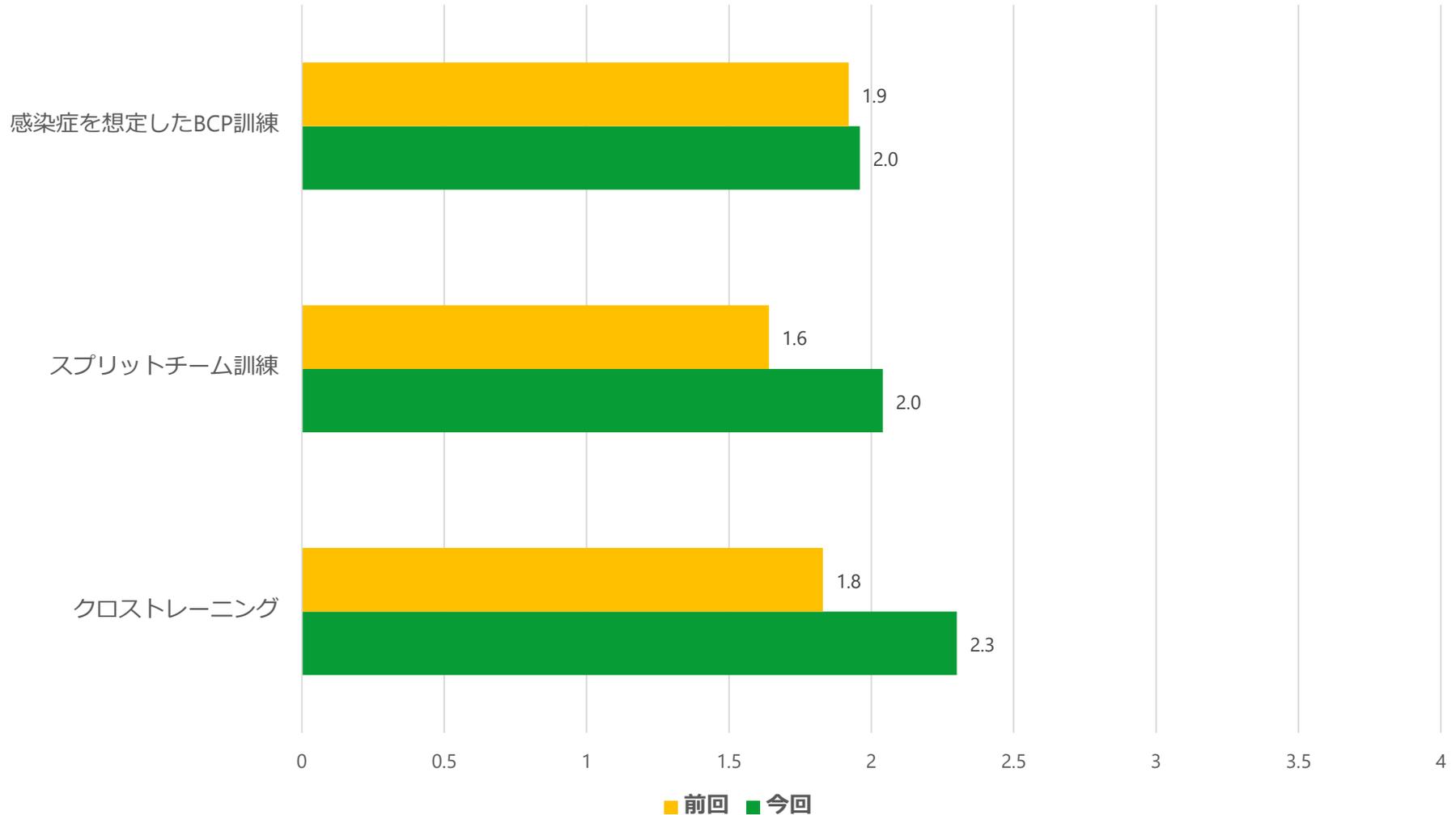
教育・訓練

- 1：特に何も考えていない
- 2：実施する予定だが何もできていない
- 3：実施しているが徹底できていない
- 4：徹底して実施している



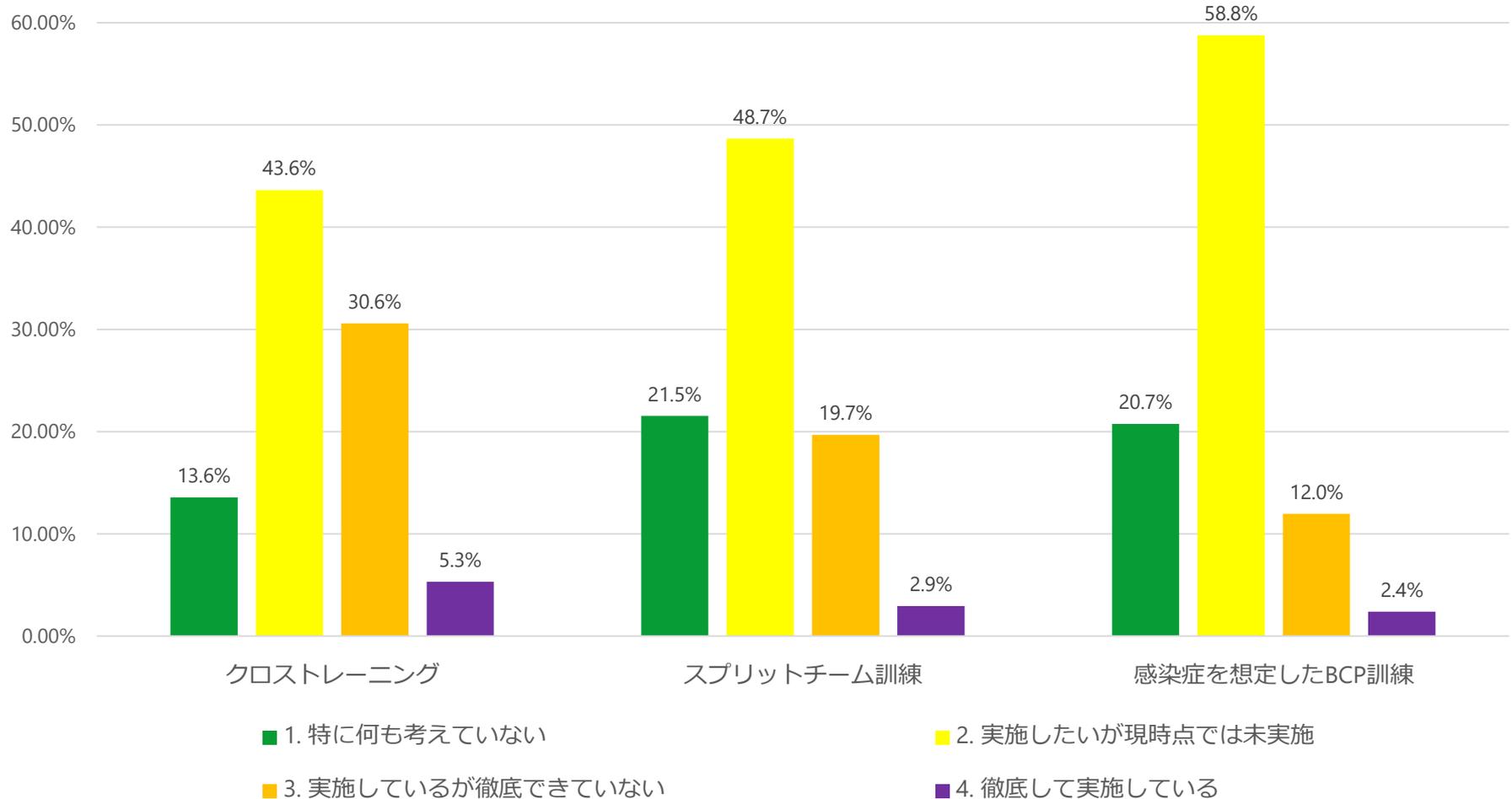
教前回調査と比べると、一人が多数の仕事を行なうクロストレーニングについては実施が増えている。また、同一業務を複数のチームに分けて行うスプリットチームオペレーションも増えている。

前回調査との比較

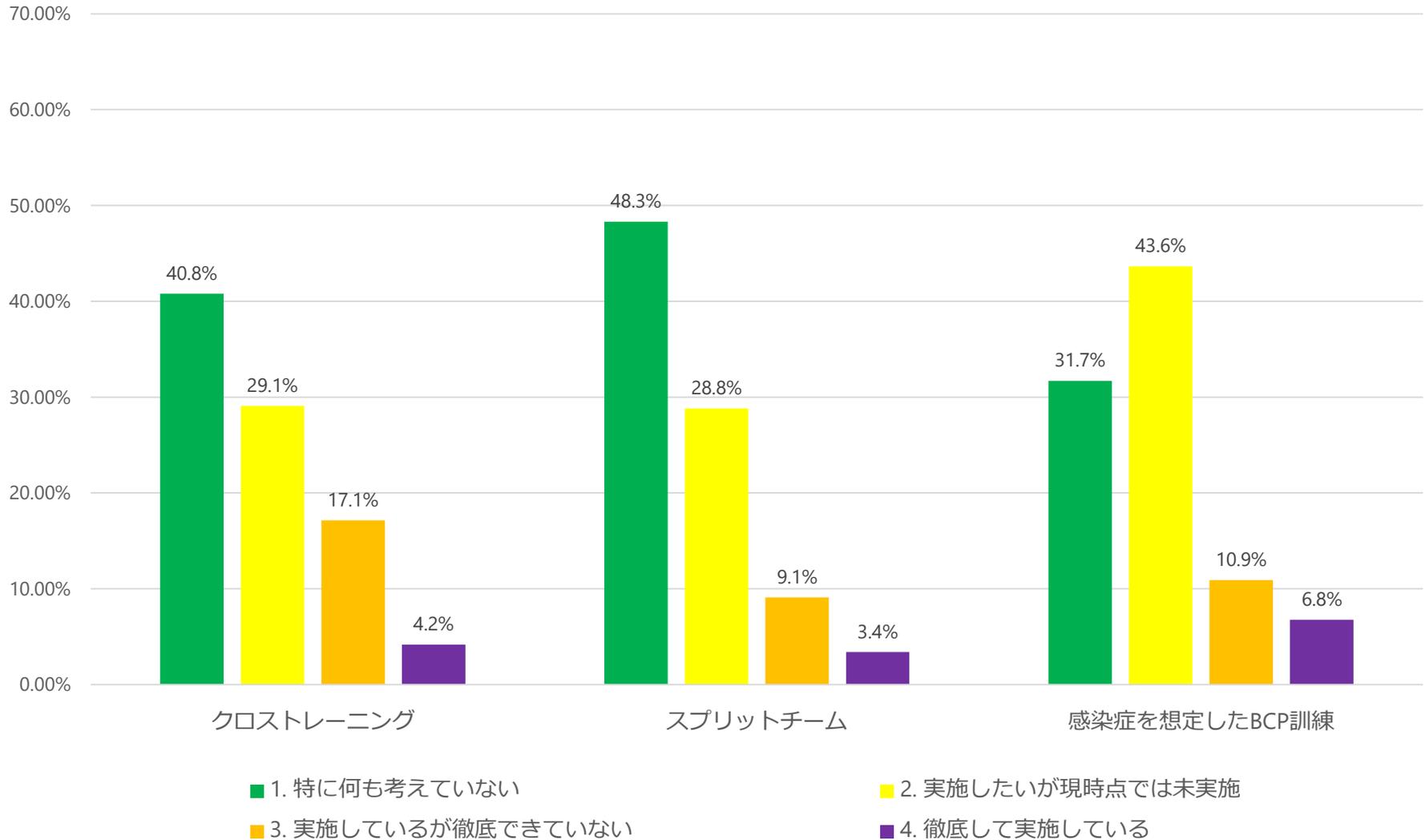


詳細評価を見ると、前回調査（次ページ）に比べ、「特に考えていない」（緑）が大幅に減少していることが分かる。ただし、「徹底して実施」（紫）は大きく変わっておらず、人や時間が割けない状況がうかがえる。

前回調査との比較



教育・訓練（詳細）

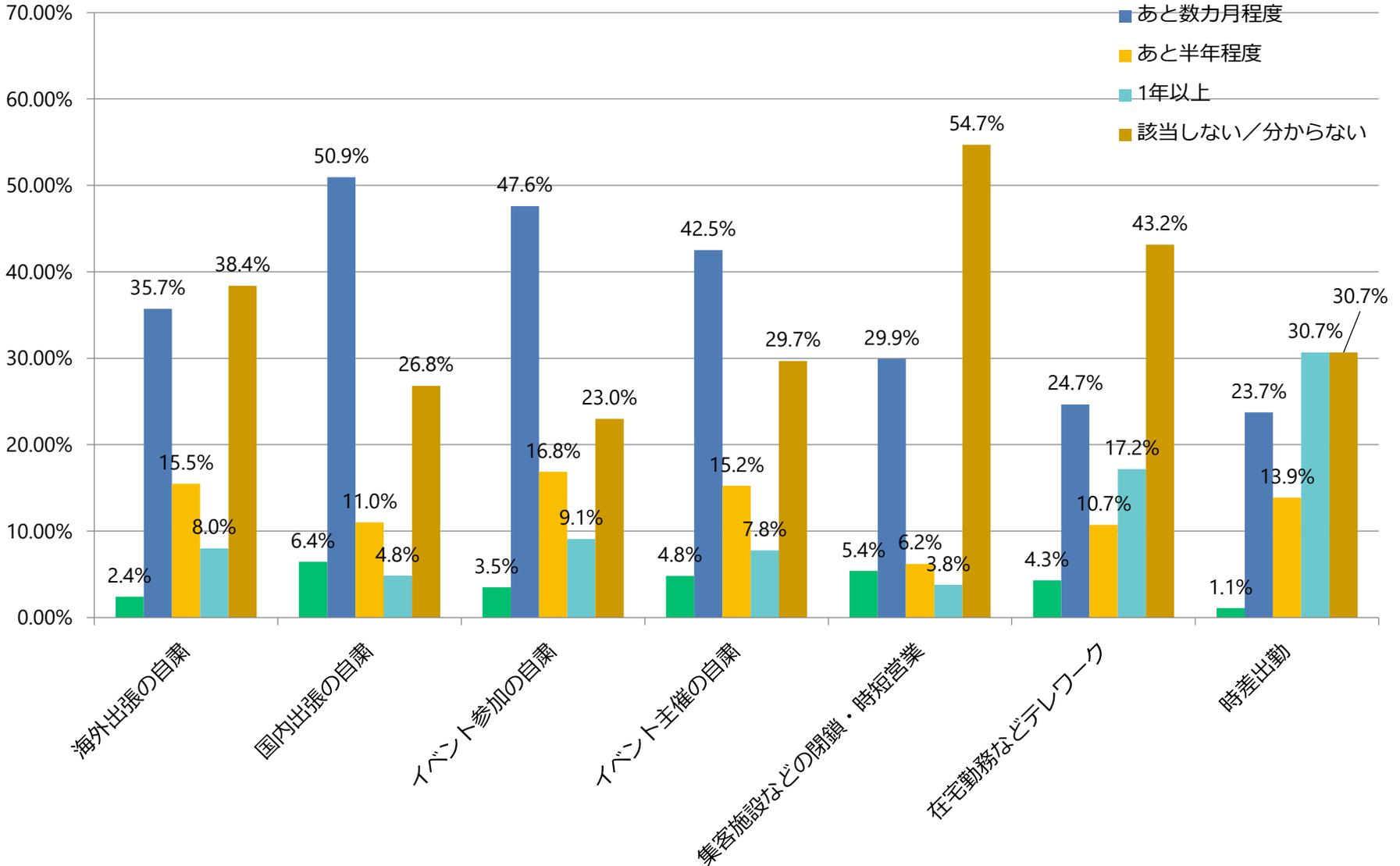


現在行っている対策の継続可能期間

次ページでは、新型コロナウイルスの経営への影響を考え、今行っている様々な対策が、あとどの程度継続できるかを聞いた結果を示す。

多くの項目について「あと数カ月」を限界とする回答が多い。一方で、時差出勤については、1年以上可能とする回答も30%を超えた。在宅・テレワークについては1年以上可能とする回答は17%にとどまり、定着には課題があることもうかがわせる結果となった。

現在行っている対策の継続可能期間



自由回答

① ここ数週間で新たに生じた課題

- 自由回答では、200を超える意見をいただいた。
- ①「ここ数週間で新たに生じた課題」については、売上の減少や、事業の見通しがつかなくなっていることへの不安の声が多数寄せられたほか、受注業務がスケジュール通りに行えなくなったり、その費用負担に関する課題が挙げられた。
- マスクや消毒液の不足、それに伴い社員へ徹底ができないといった意見は特に多かった。
- 在宅勤務ができない社員への対応や、在宅勤務中の社員の安全確保、セキュリティ面での不安、在宅勤務させる社員の給与支払いなどが課題として挙げられた。
- 新型コロナウイルスに感染した社員の復帰期間についても病院の判断とする一方で、疑われる症状が出た社員についてどの程度自宅待機させるのか、その間の給与支払いをどうするのかといった悩みの声もあった。
- このほか、感染者の公表のタイミング、公表範囲、あるいは感染後の事業所の閉鎖判断、消毒方法についても課題とする意見が多かった。

②必要な支援、③政府・市町村への要望

- ・ 経済的損失に対する財政補償や資金援助に対する意見、要望が多かった。
- ・ オンライン研修や在宅勤務化するためのシステム整備など技術的な支援を望む声もあった。
- ・ 仮に感染者が出た場合の、社員や家族のメンタルケア、接し方について専門家の派遣や、相談窓口を望む意見もあった。
- ・ 政府に対しては、正しい情報提供を望む声が多数挙げられる一方で、風評被害を呼ぶような情報、デマ、煽り立てるようなSNSや報道を取り締まってほしいとの意見も多かった。
- ・ 感染者が出た際の対応については、公的な見解が出ていないため、解熱後の「社会復帰期間」、保健所の指導や助言の概要、消毒方法、消毒の範囲などを分かりやすく示してほしいとの要望が挙げられた。
- ・ 学校の休校措置などについては、明確な見通し望む意見が多かったほか、犯罪などの別のリスクが生じ得るため、親が安心して会社で働けるような仕組みを整備してほしいとの意見もあった。

④独自の取り組み

- ・社員にマスクだけでなく、携帯用の消毒液を持ち歩かせている、感染防止ハンドブックを作成して配布しているなど、さまざまな感染防止の取り組みが挙げられた。
- ・毎日全社員を検温して記録しているとの徹底した取り組みも報告された。
- ・春休みまで子連れ出勤を許可し、社内で子供の預かり場を設けているとの会社もあった。
- ・人事異動の時期をずらしたり、株主総会の方法を見直しているなどの意見もあった。
- ・製造業では、食事時間をずらしたり、重要な製品については在庫備蓄を増やす、協力会社と連携をして万が一自社の操業が止まった際にも備えている、などの取り組みも報告された。
- ・発熱した社員には、とりあえず1週間出社させないなど、独自のルールを決めている会社もあった。
- ・財務部門などを数カ所に分けて行う部門スプリットチーム制を採用しているとの報告もあった。
- ・この他、社長名で定期的に注意喚起をしている、積極的に特別休暇を与えているといった取り組みも報告された。

参考情報

お役立ちツール

- ・リスク対策.comでは、新型コロナウイルス対策に役立つ情報・ツールを日々配信しております。

<https://www.risktaisaku.com/category/sp-202000309/>

<https://www.risktaisaku.com/category/sp-20200203/>

- ・オンライン講座も対策にお役立て下さい。

- 企業の新型コロナウイルス対策の法的ポイントを徹底解説

<https://www.risktaisaku.com/articles/-/24976>

- アンケート結果から見えてきた課題と今後考えるべきシナリオ
(2月中旬のアンケート結果をもとに解説)

<https://www.risktaisaku.com/articles/-/25304>

読むだけで リスクに強くなる！

リスク対策

検索

<https://www.risktaisaku.com/>

リスク対策.com

危機管理とBCPの専門メディア

電話 03-3556-5525

株式会社新建新聞社 危機管理メディア事業部

