

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）トウヨウダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）ナカノ コウジ
東洋大学	経営学部	中野剛治ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）ナカノ	フリガナ）ササキ ユウキ	5 人	無
中野ゼミ B チーム	佐々木佑綺		

研究テーマ（発表タイトル）
企業を守る！企業防災プロジェクト

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

企業は日々、様々なリスクを被る危険性がある。そのリスクに対して適切な措置を講じなければならない。その中で我々が注目したのは、地震などの自然災害におけるリスクの対策である。2011 年に発生した東日本大震災をはじめ、2016 年 4 月の熊本地震など日本経済に大きな影響をもたらすような災害が頻発している。このような状況化で、企業はより一層防災対策を講じていくべきであると考えた。そこで注目したのが BCP（Business Continuity Plan）である。松尾（2005）によると BCP とは「外力（災害・リスク等）の種類に問わず事業活動に平常時ならば不可欠なリソース（人員・設備・ライフライン）が被害を受けた場合を想定しその企業・団体の重要事業を継続させるための計画」と定義されている。BCP が実際の震災において、どのような効果を発揮したのかを明らかにすることが目的である。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

NTT データ（2013）によると、BCP 策定済み企業は約 4 割になり、震災発生当時と比べ約 1.5 倍に増加した。その一方で、BCP を策定済みの企業と策定中（検討中含む）の企業の半数超が現状の策定内容あるいは検討内容に対して不十分と認識している。また地域別にみると BCP 策定状況において「東高西低」が進んでいることがわかった。従業員規模別にみると 300 人以上の企業の 60%が策定済みと答えたが、10～29 人の規模になると策定済みと答えた割合は 10%と急激に低下している。従業員規模が小さくなればなるほど、BCP 策定率は低下している。つまり大企業よりも、中小企業の防災対策が遅れを取っている点が明らかになった。

3. 研究テーマの課題

経済広報センター（2013）によると自然災害に関する対策が進まない原因としては、社内の理解の不足正確な情報の不足を挙げる企業が多い。のど元過ぎれば熱さ忘れるというように震災当時は一定の関心を持っていても、時間の経過による意識の低下は免れないのである。防災といっても幅広く、耐震や備蓄品などのハード面から手を付ければよいのか、従業員の防災意識

などのソフト面からの向上が先なのか、指針がないため企業自身も何が効果的なものなのかを判別できない状態である。避難訓練や安否確認訓練を行ったとしても、あくまで訓練という認識なので実際の災害と同じような臨場感を出すことが難しく、効果があるのかを具体的な指標として図ることができない。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

現在の BCP は企業にとって効果的な役割を果たしていないと。また、中小企業は経験や知識、資源が乏しく、より具体的で現実的な対策をとることができていない。

↓

中小企業に対して、より現実的で実践的な対策を講じてもらうための提案を行う。

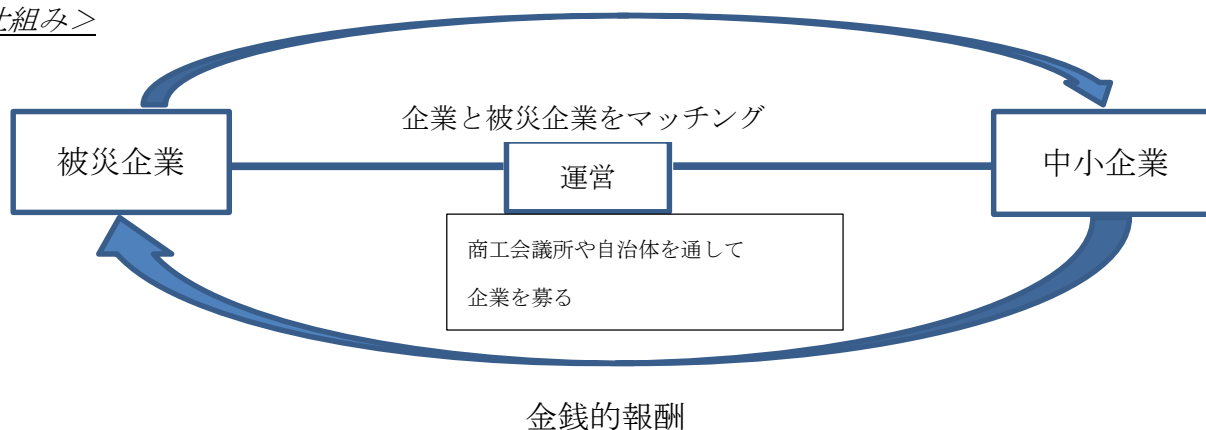
【提案名】 “企業をつなぐ” 架け橋プロジェクト

【概要】 被災企業の体験を中小企業に伝える

被災企業の経験を
中小企業へつなぐ！！

<仕組み>

被災状況とその対応（損害、欠品や納品の対処、従業員の安否確認など）



～中小企業のメリット～

- ・ 自社の企業規模、業種に合わせた企業の体験を聞くことができる。
- ・ 被災地に実際に訪れることによって現実味が増す。

～企業の経験～

従業員の安否確認方法、欠品や納品に関する調整をどのように行ったのか
実際の被害状況 復旧までにどのようなステップを踏んでいくのか
震災前後の経営変化など

～被災企業のメリット～

- ・ 自社の経験を話すことによって金銭的報酬が得られる。
→ 企業復興の一部になる。

被災時を思い出すことによる危機感の再醸成

→ 被災経験を無駄にせず、風化させない

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

我々は実際に5社に対して実際行っている防災対策についてインタビューを行った。

企業	資本金/従業員	BCP 策定期間	現時点における対策
X 社 (製造業)	企業様の意向により省略	企業様の意向により省略	年一回の避難訓練
高研 (製造業)	1 億 5000 万円 265 名	2011 年	安否確認訓練、避難経路確認訓練
坂口電熱 (製造業)	4 億 6000 万円 150 名	2011 年	拠点間における連絡訓練（無線など） 消火訓練、安否確認訓練 社員全員に対して防災バックに配布 小型発電機の導入 社員にポケット BCP を配布
第一医科 (製造業)	1200 万円 65 名	2011 年	備蓄食（水と菓子）を社員一人一人に配布 安否確認訓練
蔵屋 (小売業)	1 億 5000 億円 11 人	2009 年	商品棚に転倒防止柵を設置

どの企業も社員の防災意識をいかに持続していくかが課題であると回答していた。

6. 結果や今後の取り組み

蔵屋の専務の方にこの提案をお話しさせていただいたところぜひ参加してみたいという回答を頂いた。今後は我々が主体となって、企業同士のマッチングをしていく。自治体や商工会議所にも同時にアプローチをかけ企業収集に対して協力を要請していく。

7. 参考文献

- ・一般財団法人 経済広報センター（2013）「災害への備えと対応に関する意識・実態調査報告書」
<https://www.kkc.or.jp/data/release/00000084-1.pdf> 2016 年 9 月 28 日 閲覧
- ・松尾由香里（2005）「経営戦略としての事業継続マネジメントの必要性」UNISYS TECHNOLOGY REVIEW 第 86 号, AUG. 2005
- ・NTT データ（2011）「東日本大震災を受けた企業の事業継続計画に関わる意識調査」
<https://www.keieiken.co.jp/aboutus/newsrelease/130228/> 2016 年 9 月 28 日 閲覧

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となります。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。