



モノよりも知識の備蓄を 防災とBCPを活かして 地域での存在価値を高める

株式会社かんがえる防災 代表取締役社長

高木敏行 Toshiyuki Takagi

元消防士で、防災資格を3種持つ防災のエキスパート。災害によって失われる、ヒト、モノ、時間、思い出への被害を軽減するために、必要な物を必要な形で提供することをモットーとしている。「防災・減災を社会のあたり前にする」をミッションとする株式会社かんがえる防災では、企業のBCP策定のコンサルティングや防災グッズの販売も行なっている。

「大同生命サーベイ」の調査テーマから
企業を取り巻くリスクへの備え
について専門家の視点から深掘りしていただきました!



8月8日の宮崎での地震の直後に「巨大地震注意」の臨時情報が出されるなど、南海トラフへの不安が高まっている。また台風や線状降水帯による水害も各地で発生している。そんな中、企業はいま、何に備え何に
取り組めばいいのか。防災計画の課題や改善すべき点を、防災・BCPの
専門家である高木敏行氏に聞いた。

聞き手：経済ジャーナリスト 川島睦保むつほ（元週刊東洋経済編集長）

▼リスクへの備えはやろうとすれば
ばきりありません。平時において
特に必要なリスク対策を教えてください。

企業が行なうリスク対策は、食料品の備蓄や防災のための機器、設備などのモノから入っていくことが多いのですが、モノから入ると、結果的に無駄な備えをする恐れが高くなります。そこで我々は「モノよりも知識から備蓄する」ことを重視して対策を提案しています。

一方で、対策は企業ごとに異なりま
すから、「自分たちにとつてのリスクは
何か」というリスク分析を行わない
と対策にたどり着けません。また、リ
スク対策もフェーズによって課題が異
なつてきますし、初動対応はできてい
ても復旧期の対応が不十分という場
合もあります。そのためにも、まずは
リスク分析を行なって自社が抱える
リスクを知っておくこと。これがリスク
対策のスタートラインとなります。

BCPはないという前提に立つて考え
ることも重要です。そのため、落とし
どころを探すことが大切になってき
ます。リスクを把握して、どうい
う対策を行ない、いつまでに復旧するかを
決めておくことです。しかし、落とし
どころは企業や業種によって異なり
ます。医療福祉のように人的被害を
ゼロにすることを落としどころにす
る業界もあれば、製造業のように短
期間での生産再開が落としどころに
なることもあります。

▼リスクの具体的な絞り込み方
はどうすればいいのでしょうか。

まずは自社のリスクを具体的に把

スクを知る。その上で、対策に進んで
いくという流れを作ることが求めら
れます。加えて経営陣が率先垂範し
てリスクマネジメントを行なう必要が

あります。また、マニュアルの策定がな
かったり、対策を実施していなかつた
りする状況だと、安全配慮義務で訴
えられることもあります。

握ることです。
地震対策では建物の建築年月日
や構造上の問題をまず知ることで
す。たとえば高所に資材やクレーンが
ある工場の場合、それらが落ちてく
るリスクがあります。機械をいっせいに
動かすようなラインがあるところ
は、同時火災が発生する危険も出て
きます。

▼中小企業のリスクマネジメント
とBCPの基本原則は、どういっ
たところでしょうか。

我々が企業に委託されてBCP
（事業継続計画）を策定する場合、経
営層を入れて話をすることを原則に
しています。その理由は、トップマネ
ジメントとミドルマネジメントでは
BCPに対する考え方がまるで異
なり、担当者との話し合いだけでは
前に進まないケースが多いのです。

BCP策定にあたっては、まずはリ
スクマネジメントを実行するチーム体
制を築いていただく。そしてハザード
の分析と分類をしっかりと調査してリ

コラム ハザードマップのチェック

ハザードマップは、「自然災害による被害
の軽減や防災対策に使用する目的で、被災
想定区域や避難場所・避難経路などの防災
関係施設の位置などを表示した地図」の
こと。災害の種類ごとに作られている。

津波と浸水のハザードマップでは、洪水、
高潮のほか大雨で町の中の下水があ
ふれる内水氾濫の3種類がある。これらに土
砂災害を加えた津波、浸水、土砂災害の3つ
のハザードマップは自治体での作成が義務
づけられている。ハザードマップは1種類
だけチェックするのではなく、会社の所在地
の自治体で作る全種類のハザードマップを
確認して、どんなリスクが存在しているのか
を把握しておくことが欠かせない。

ハザードマップは、パソコンで「東京都
中央区ハザードマップ」などと市区町村の
名前にハザードマップを足して検索すれば
見ることができる。

大規模地震（震度7以上）で想定される影響と対策

緊急時においても重要商品を提供し続けるために必要な様々な経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）を確保するための
事前対策を、平常時から検討・実施しておくことが大切だ。

ヒト	モノ
<ul style="list-style-type: none"> ■ 設備や什器類の移動・転倒、耐震性の低い建物の倒壊、津波の発生等により、一部の従業員が負傷する。 ■ 従業員やその家族の負傷、交通機関の停止等により、一部の従業員が帰宅できなくなる。 <p><事前対策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 安否確認ルールの整備 ■ 停電、備蓄品の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 工場・店舗等が、大破・倒壊・浸水する。 ■ 固定していない設備・什器類が移動・転倒する。 ■ 商品・備品類が落下・破損する。 ■ 仕入先の被災により、部品や原材料等が調達できずに、商品の生産・販売ができなくなる。 <p><事前対策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 設備の固定 ■ 代替方法の確保
カネ	情報
<ul style="list-style-type: none"> ■ 工場の生産停止や従業員の出勤率の低下により事業が停止し、その間の売り上げがなくなる。 ■ 会社の運転資金と建物・設備等の復旧のための資金が必要となる。 <p><事前対策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 緊急時に必要な資金の把握 ■ 現金・預金の準備 	<ul style="list-style-type: none"> ■ パソコン等の機器類が破損する。 ■ 重要な書類・データ（顧客管理簿、仕入先管理簿、商品の設計図等）が復旧できなくなる。 <p><事前対策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 重要なデータの適切な保管 ■ 情報収集・発信手段の確保

中小企業庁「中小企業BCPの策定促進に向けて」より編集部作成



【大同生命サーベイ調査結果のポイント②】

BCP（事業継続計画）を「策定している」企業は12%と、前回調査（2023年7月、10%）から増加しました。一方、「策定予定なし」と回答した企業は65%となりました。



【大同生命サーベイ調査結果のポイント①】

中小企業が事業継続に支障をきたすと想定するリスクとして、「地震」が62%と最も多く、次いで「風水雪害」が55%となりました。「地震」と回答した割合を都道府県別でみると、「静岡県」「香川県」「高知県」など南海トラフ地震防災対策推進地域が総じて高いことがわかりました。

▼BCPを策定することで、経営上どのような効果やメリットが期待できるでしょうか。

今年1月の能登半島地震では、実際にBCPを作ったことで早期の復旧に繋がった企業が多くありました。一方、初動対応で何をしていたか分からなかったという企業もたくさんありました。

災害は平日昼間に起こるとは限りませんが、夜間休日での発生についても想定して対策をすることが求められます。大規模な災害が起きた際は、停電対策や断水対策、安否確認は当然として、夜間や休日に罹災した際の対策も含めて、組織一貫として取り組むことが重要なのです。

▼策定したBCPを機能させるためには、普段からどのようなフォローが必要でしょうか。

通常、事業所全体の防災訓練は年に1、2回でしょう。しかし、それでは十分ではありません。東日本大震災のとき、東京デイズニールゾートの対応が素晴らしかったといわれますが、実は部署単位で延べ年間180回ほどの防災訓練を行っていたのです。自分たちのブランド力を落とさず、どうすれば利用者を安全に避難させることができるのか。大枠の方

*本稿は2024年8月末現在の情報を基に執筆された原稿です。

針があつて、それぞれの部署がやり方を検討して、繰り返し訓練した成果だと思えます。

防災訓練は「失敗すること」が重要で、そこでどのぐらい課題を抽出して方針を作ることができるかがカギになるでしょう。

▼リスクに対して、経営者はどんな心構えが必要でしょうか。

防災やBCPという守りのイメージがありますが、自社で使っている災害グッズや防災マニュアルをCSR（企業の社会的責任）の一環として活用することで、自社のブランドイングにつなげていくことも可能です。

例えば、製造業で広い敷地や駐車場を持つ工場では、地元自治体と防災協定を結び、地域を巻き込んで大規模な防災訓練を実施したり、災害時には一時避難場所として開放したりすることで行政との関係をしつかり作ることができます。それにより、近隣の住民との関係を構築して、地域になくならない企業として存在価値を高めていくのです。要するに発想を変えて防災やBCPをブランディングや新たな商材につなげようということです。

また、介護事業所では「行政や地元地域と連携して防災訓練を実施しています」とホームページやパンフ

レットで紹介すれば、入居者やその家族だけでなく、入居を検討している方にも大きな安心感を与えることができます。広報戦略としても有効なはずですよ。

また、基本的にBCPマニュアルでは地域連携は必須項目になります。災害対策やBCPの策定で一番やってはいけないことは、何事も自社だけで完結させようとする事です。南海トラフ地震のような大きな自然災害が起これば、とても自社だけで対応できず連携が必要になります。

▼他社を巻き込んでリスク対策を取るにはどうすればいいでしょうか。

取引先との連携は、中小企業ではなかなか難しい領域ですが、防災の合同訓練や研修への参加を呼び掛けることで、まずは認知してもらおうと、ころから始めてみてはどうでしょうか。また遠隔地にある同業他社と契約を結んで、自社の設備が被災して使えなくなつたとき、その会社のラインを借りて自社製品を生産してもらおうようにすることを後押ししている自治体もあります。BCPはものづくり補助金などで加点されるなど、融資にも有利に働きます。そうしたメリットも活用していくことも重要です。

川島の複眼思考

—本稿のまとめとして—

中小企業において、非常食の備蓄や防災機器・防災グッズなどの備えはたやすくできることではない。売り上げや利益に直接結びつかないところにお金をかけたくないというのは、経営者として、ある意味当然の考え方でもある。そのため、リスクマネジメントを疎かにしてしまう傾向が見られる。そうした中で、高木さんの防災やBCPを地域との連携やブランディングに繋げていく手段にするという考え方は斬新だ。

防災やBCPを金食い虫と思うだけでは、リスクマネジメントは進まない。実際、大雨が降ると浸水する恐れのある場所に工場などを持ちながら、対策を取っていない企業は社会的にも問題がある。地域に根付いて生きる中小企業の経営者はそのことに強い意識を持つておく必要があるだろう。

台風や地震、河川の氾濫は、今やどこで起こるか分からない。災害も喉元を過ぎれば忘れられていく。常に緊張感を持たせるために、経営者は従業員に向けて防災への心がまえを定期的に示していくことが大切だ。(睦)



「大同生命サーベイ」の月次レポートは、当社のWebサイトからご覧いただけます。どうぞご利用ください。(https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/)

