

研究会・勉強会発表会

静岡地域勉強会

2015年7月24(金)

特定非営利活動法人 **事業継続推進機構**(BCAO)
静岡地域勉強会

※ 本資料の文責は地域勉強会にあり、BCAO全体の見解ではありません。

次 第

- (1) 勉強会開催状況**
- (2) 定例的な議題**
- (3) 会員間の情報交換**
- (4) ワークショップの開催
(小規模企業のBCPの在り方)**

(1) 勉強会開催状況

年	月	日	回	参加人員	新規会員
2014	5			登録者 10名未満 勉強会 成立せず	
	6				
	7				
	8	21	1	7人	
	9	17	2	6人	1人
	10	21	3	8人	
	11	19	4	4人	
	12	17	5	6人	
	2015	1	21	6	7人
2		18	7	6人	1人
3		18	8	11人	

会員名簿
(アイウエオ順
敬称略)

赤堀 千代治
池田 浩敬
石井 洋之
岩本 裕二
尾石 昭夫
大石 育三
大鐘 祥太郎
大竹 秀昇
加藤 恒雄
川上 恒貴
佐藤 貴裕
高橋 学
武多 義久
武中 信幸
中村 英雄
真鍋 讓治
宮角 明宏
山梨 良介
奥山 雅成
山 良一

(2) 定例的な議題

(1) B C A O運営会議報告

- **会員状況**
- **教育・研修スケジュール**
- **月例会 & 意見交換会開催案内**
- **確認 & 審議事項**
- **今後の予定**

(3) 会員間の情報交換

月	日	回	内 容
8	21	1	静岡県BCO指導者養成講座開設 関連機関のイベント開催案内、宮城県の現状報告
9	17	2	リスクマネジメント速報、しみずの風、標的型メール攻撃、 Googleが防災マップ提供、日本版「緊急事態管理庁」検討開始
10	21	3	中小企業白書、小規模基本法・支援法、地区防災計画、 火山リスク（登山者2割減少、安全対策、火山噴火影響等）
11	19	4	内閣府地区防災計画策定モデル地区発表、お互い様協定事例、 BCAO会員拡大に向けてアンケート結果
12	17	5	静岡県のD-PAC
1	21	6	土砂災害危険個所の緊急点検結果と対応方針（国交省）、 儲かるBCPの紹介、屋外装置転倒防止対策導入事例紹介
2	18	7	全国地震動予測地図2014年版 全国の地震動ハザードを 概視して 地震調査研究推進本部
3	18	8	被災地の視察・駐在情報によると人が戻らない、若者がいない 水産は復興したが、地域が戻らない、静岡県国土強靱化計画

(4) ワークショップ

◆ テーマ 被災地企業の事例研究
& 静岡県BCPモデルプラン第三版への盛り込み
9月17日

◆ 検討結果

- 被災後の人材確保
- 必要なレベルまでの復旧対応
- 拠点分割の必要性
- 社員会社を大切に
- 総括

1. 日常経営活動が重要である
2. リスク対策に特化しない活動がポイント

(4) ワークショップ

- ◆ テーマ：小規模企業のBCPのあり方
 - 第1回 10月15日
小規模企業と大・中規模企業の比較
 - 第2回 1月21日
小規模企業の課題と必要な情報
 - 第3回 2月18日
小規模企業が行うべき事項と
BCMでサポート可能な事項
 - 第4回 3月18日
小規模企業が求めるBCMの要素

ワークショップのまとめ(小規模企業の経営の在り方)

	課 題	必要な情報
経営者	<p>外圧につぶされる(芽が世に出ない) 少量生産(希少付加価値化へタ) 他社との差別化の工夫 他社の技術と組み合わせ新しい製品を生み出す 経営の視覚化(経営の見える化) 宣伝の仕組みづくり 内部留保の増強 経営者のコストマインドの醸成 経営者の気づき(自社に状況) 萎縮型(思考停止)、決めつけ紋切り型</p>	<p>災害時の経営(=BCP)を周知化 徹底したCS志向[流儀・ブランド化] 人間味(義理・人情) 親身になって相談できる支援者(専門家)や支援体制 社外アドバイザーの徹底活用 有言実行を守る[人より多く情報発信し第一人者] マッチングシステムの利用</p>
技術	<p>他社との差別化の工夫 新しい視点で自社の技術を生かすアイデアや 発想が生まれにくい アイデアの具現化を第三者(大企業)に依頼する 費用は話し合い、製品化の委託 技術をブレイクスルーするため大学等のバックアップ 自分の技術・ノウハウを外部にうかく発信出来ない 自社の技術を客観的に評価する(して貰う) 技術の深掘り</p>	<p>公の認定、業界の基準レベルの確保</p>
情報	<p>HP等で現在の保有技術を紹介する ニーズの明確化(調査手法とコスト) 情報不足(視野が狭い) 周知させる力がない(逸材埋もれる) マーケティング力の向上 販促プランニングが立てられない 法務的なサポートを公的機関から指導を受ける (開発のみに専念する)</p>	<p>コンプライアンスへの適切性のアピール(白書の発行) 問題点をマクロの視点で観察をして対策を図る インターネットクラウドの有効利用 IT化、マニュアル化、標準化が遅れる、出来ない (伝承の実施) 顧客ニーズの収集ルートがない、方法を持たない (マーケティング力) マッチングの場づくり(企業・・・)</p>
人	<p>人の依存率高い、代替がきかない 人財の多能工化 警戒心、負け犬根性、(散見される)</p>	
人的N/W	<p>経営者と従業員の企業理念・価値観の共有 他社と協業する 社外の仲間造り(信頼造り)補完関係の情報発信 製品を開発しても販路の開拓きっかけ、人脈などが ない、弱い</p>	<p>SNSの利用(フェイスブックページによりコミュニティの 立ち上げと運用 協業による製品作り、チーム編成</p>
金	<p>資金調達力の向上 試作やアイデアを形にするときの資金、ファンド からの支援 取引銀行の目の付け処(変化の兆し) 体力がない(低い資本金力) 設備投資の制約、更新・新規の導入困難 短期利益よりもロイヤリティなど長期安定的 財源を確保</p>	<p>ファンド化(金融工学等応用) クラウドファンディング(富裕層からリスクマネーが 供給される仕組み)</p>

ワークショップのまとめ(小規模企業の経営の在り方)		
	小規模企業が行うべき事項	BCMでサポートが可能な事項
経営者	後継者の育成 個々の従業員の強み・弱みの把握 人材の定着率と人材育成(能力開発)を意識した仕事のやらせ方 明確な経営ビジョン(経営者の夢) 事業Know-howの伝承(人・物・金・情報) 権限の委譲/分散 経営者の人的ネットワークの拡大 国際化(経営の) 利益創出の仕組み導入 赤字体質からの脱却 儲かる仕組み創り 業務のIT化	経営者(後継者) 小規模企業は事業を日々回すことがBCM 企業財務(理解力) 経営計画自前で作る 経営者のRTO
市場	ターゲット(市場・顧客)の絞り込み(ニッチで一番) 市場(顧客)の開拓 顧客への拡販(事業継続による顧客信頼性向上) 製品・サービスの高付加価値化(こだわり、そこにしかない) 高付加価値商品の開発 製品/サービスの創造/提供(継続的な提供)	BCの目的 販路の開拓 取引先の分散
技術	技術、開発価値の創造 作業の標準化 技術ある企業との連携により、新たな製品・サービスを提供する (経営資源の不足を補い合い相乗効果を発揮) 土地/建屋/工場の維持保全 被害予想、影響度調査、維持保全方法検討 設備/生産 提供サービスの維持保全 新陳代謝の促進	
人材	従業員満足度の向上策 従業員の自主勉強の推奨 経営者の夢に対する従業員の意見出し 従業員の家庭防災対策の推進 自社に適した人材の採用 人員の確保 従業員への報酬 人命/傷害の未然防止 外部専門家の活用 法律遵守 社会・地域貢献 倫理と経営の両立を図る 女性の活用 各分野のスペシャリストからアドバイスを受ける	多能工
情報	経営の見える化 情報の収集 ターゲットの明確化 情報の疎開(可用性) 事業Know-howの保護(機密性) Webメディアの活用(ポータル化) パブリシティ・ホームページ・ネット広告などを活用し、自社の製品・サービスを判り易くアピールする 小パッケージ化(全ての動き) マッチング	
金	キャッシュフロー管理 経常利益の黒字化 損益の把握/資金繰り 損害を受けないための準備資金確保 公的支援制度や補助金(事業)を積極的に活用する	
地	地域の実力者との親交 地域住民との積極的な交流	お金(キャッシュが回る) 赤字体質

特定非営利活動法人
事業継続推進機構
地域勉強会

A Specified Non-Profit Japanese Corporation
Business Continuity Advancement Organization (BCAO)