

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。

- (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	1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
上藤	貴裕
佐藤	学
高橋	義久
武多	幸信
武中	英雄
中村	讓治
真鍋	明宏
角山	良介
宮山	雅成
梨山	一良

(2) 定例的な議題

(1) BCAO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 慨観して 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、静岡県国土強靭化計画

(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
<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) 宣伝の仕組みつくり 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>	
<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 発想が生まれない 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 技術をブレー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) 技術の深堀り</p>	<p>公の認定、業界の基準レベルの確保</p>	
<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) マッチングの場つくり(企業...)</p>	
<p>人の依存率高い、代替がきかない 人財の多能化 警戒心、負け犬根性、(散見される)</p>		
<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>	
<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 國際化(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	
人財	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) バブリシティ・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)