



**南海トラフ巨大地震対策検討ワーキンググループ
第9回会合**

企業防災力の向上について

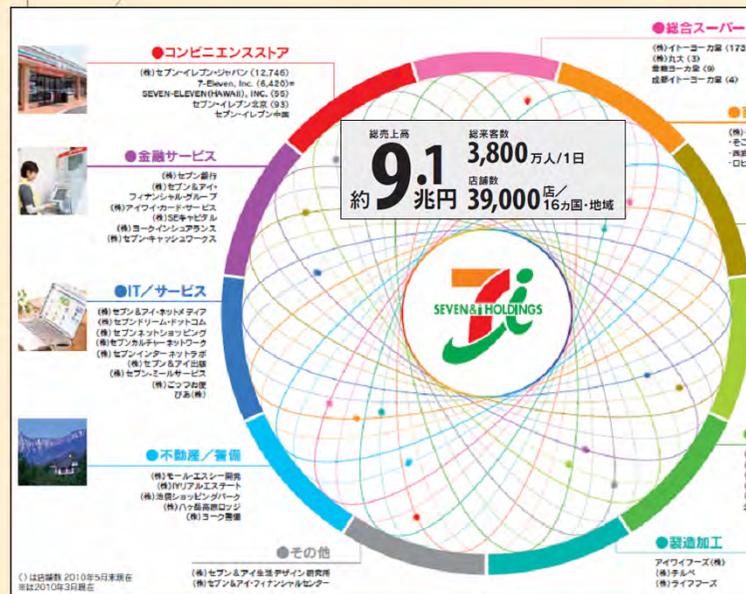
平成24年10月10日

株式会社 イトーヨーカ堂

1. 自社の与件の分析



1. 大規模災害対策構築の前提(グループの概要)



2

1-2 大規模災害対策構築の前提(イトーヨーカ堂の概要)



3

- ・ 大規模災害対策は、自社の与件・環境を詳細に分析して策定する。
- ・ 対応策は、自社以外にもグループ各社や関係者・団体の総合力を引き出す。

2. 大規模災害対策を策定する上での理念と業務の絞込み



II. 大規模災害対策と事業継続の基本理念

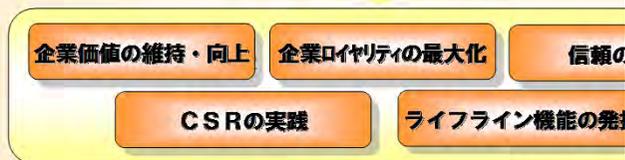


- 何を目的に災害対策を行うか -

「社是」
 私たちは、お客様に信頼される、誠実な企業でありたい。
 私たちは、取引先、株主、地域社会に信頼される、誠実な企業でありたい。
 私たちは、社員に信頼される、誠実な企業でありたい。

大規模災害の時にどう実践するか

セブン&アイHLDGS.における大規模災害対策の基本



4

III. 災害発生時の重要業務の整理(絞込み)と復旧目標



まず基本となること

人命救助と安全確保(最優先)

重要業務の絞込み



- 商品在庫の確認
- 品薄品の調達
 - 通常の仕入れルート活用
 - 緊急手配
 - トップ交渉
- 調達品の配分
 - グループ全体への配分
 - 被災地への優先配分
 - 顧客への対応
 - 支援物資、義援物資対応

- センター機能の確認
- 輸送体制の確保
- 代替センターの選定
- 被災センターの復旧

- 被害状況の把握
- 既存業者との連携
- 現地に配置
- 優先順位を考慮して修繕



5

- 大規模災害対策は、社是を実現することを基本理念とする。
- 災害時は「商品調達」「物流体制」「店舗修繕」を重要業務と位置づける。

3. 大規模災害対策の前提と前準備



IV. 大規模災害対策構築の前提(イトーヨーカ堂の与件)



1. 店舗の営業に関する与件

- ・ 店舗が分散しており、店舗には多数の人員が有
- ・ 一店舗一店舗の営業がイトーヨーカ堂の生命線
- ・ 本部は、スムーズな店舗の営業のサポート役
- ・ 食料品と生活用品を主として提供する小売業
- ・ 食料品の店舗在庫4.1日をカバーする物流体制

2. 店舗の施設に関する与件

- ・ 大規模地震時の予測震度と被害想定および安
- ・ 事前対策と緊急時の避難路確保
- ・ 地域の復旧拠点としての計画と営業継続の安

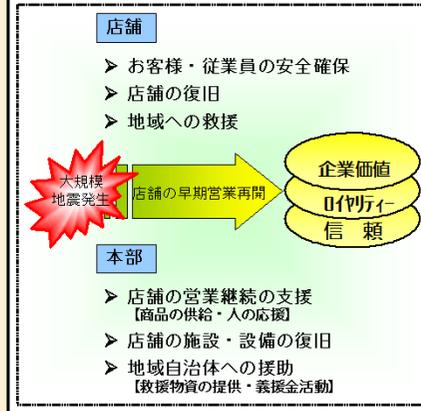
6

V. イトーヨーカ堂の大規模災害対策(概要)



1. 基本理念

- ▶ 人命救助と安全確保
- ▶ 地域社会への協力と救援
- ▶ 店舗の早期営業再開



2. 事前対策

- ・ リスク分析会社2社で震度予測と被害想定
- ・ 店舗の耐震診断と対策の施工
- ・ 大規模対策手順の改定と周知
- ・ 従業員ハンドヘルパー配布と教育
- ・ 災害時の権限と役割の明確化
- ・ 定期点検と訓練の実施

3. 発生時の対応と復旧対策

- ・ 本部の対策本部設置と役割分担
- ・ 店舗の対策本部設置と役割分担
- ・ 人命救助とお客様の安全確保
- ・ 救援物資の提供と緊急商品の送込
- ・ 地域の災害復旧対策の拠点として活動
- ・ 店舗の早期復旧と営業活動の継続

7

- ・ 与件は「広域に店舗が配置」「多数の在館者」「少量の商品在庫」。
- ・ 前準備は「店舗施設の安全性」「大規模災害対策計画による役割分担」。

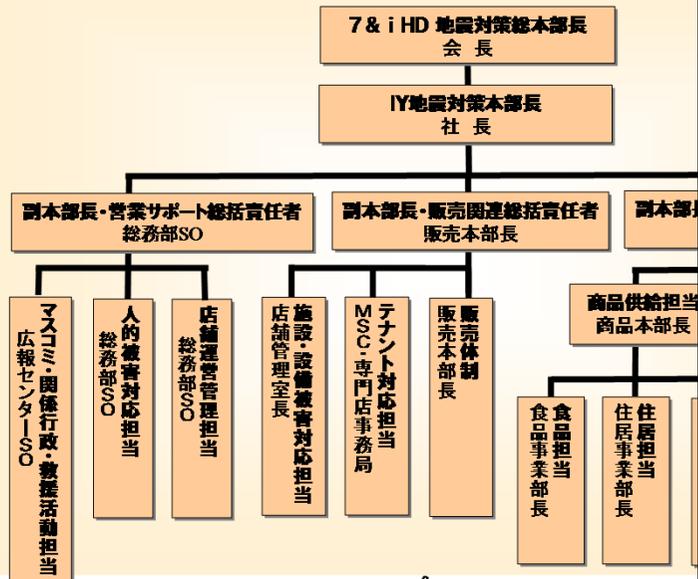
4. 対策本部の組織と機動性



V.-2 本部の対策本部の組織



IV地震対策本部の組織図と実行行為



8

V.-3 本部の対策本部の組織および機動性の確保



1. メンバーの役割の柔軟性

- ・震度6弱でメンバーを一斉召集(事務局は震度5強で集合)
- ・立ち上げ初期は現存する者で役割分担
- ・メンバーが揃うに連れ専門分野で役割分担
- ・対策本部長は第一出勤の役員とし、最終的に社長へ引き継ぐ

2. 情報の共有化

- ・被災地店舗との連絡は対策本部に一元化
- ・情報は対策本部に設置のホワイトボードに書面で掲示
- ・関係行政・マスコミ等の対応は対策本部が指示
- ・対策本部の設置初期は、幹部への報告は口頭を原則

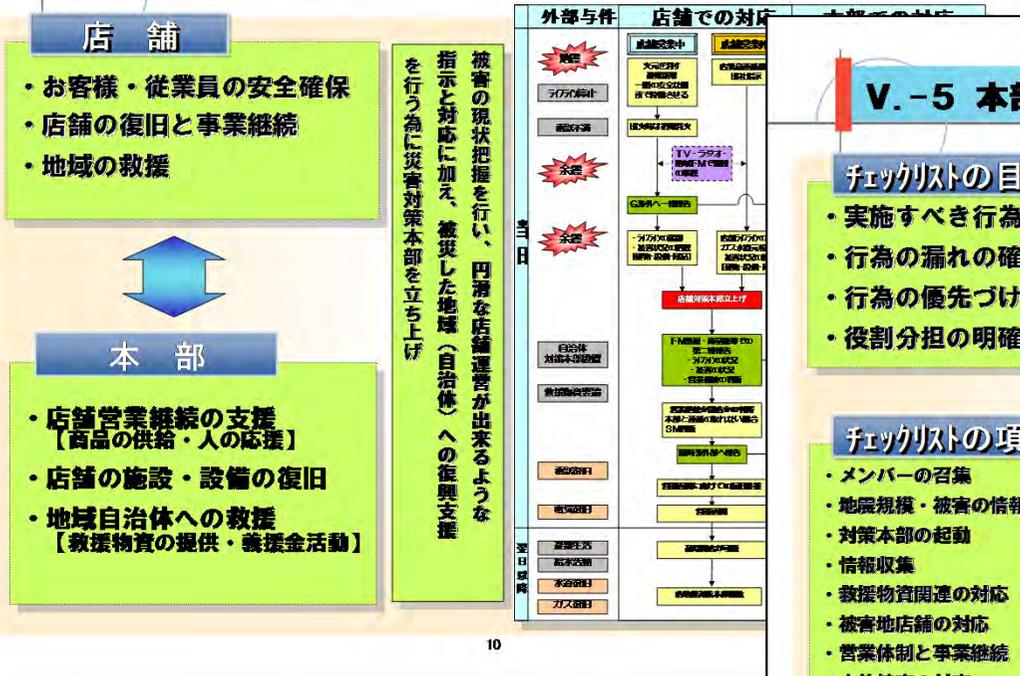
9

- ・対策本部は「商品調達」「店舗運営」「営業サポート」に分類。
- ・対策本部活動の初期は「役割の柔軟性」「情報の共有化」に留意。

5. 対応でのプロセスの明確化と洩れの防止



V. -4 本部の対策本部の立ち上げ



V. -5 本部の対策本部での必要行為のチェックリスト

- チェックリストの目的**
- 実施すべき行為をリスト化
 - 行為の漏れの確認
 - 行為の優先づけ
 - 役割分担の明確化
- チェックリストの項目**
- メンバーの召集
 - 地震規模・被害の情報収集
 - 対策本部の起動
 - 情報収集
 - 救援物資関連の対応
 - 被害店舗の対応
 - 営業体制と事業継続
 - 人的被害の対応
 - 従業員関連
- 発災時対応の概要を決めて、対応漏れの無いようにするためにチェックリストを作成し、活用。

項目	番号	確認内容（指示内容）	指示先（備考）
メンバー召集	1	地震対策本部のメンバーの総集は行われたか。	<input type="checkbox"/>
	2	召集可能なメンバーのリストは出来たか。	<input type="checkbox"/>
	3	連絡先がないメンバーへの呼び出しは実施しているか。	<input type="checkbox"/>
被害の規模・被害の情報収集	4	震源、地震の大きさはどの程度か。今後の余震の可能性はあるのか。	<input type="checkbox"/>
	5	被害の可能性のある店舗は特定できたか。	<input type="checkbox"/>
	6	被害が出た可能性のある店舗と被害が軽いか。	<input type="checkbox"/>
	7	被害が軽くない店舗はないか。（人的被害、建物、商品）※リスト化する。	<input type="checkbox"/>
	8	人的被害が出た店舗の対応状況はどのようになっているか。	<input type="checkbox"/>
	9	空室の確保が出来た店舗はあるのか。その理由は、※リスト化する。	<input type="checkbox"/>
	10	被災店舗のライフラインの確保は可能か（電気・水道・ガス、交通等）	<input type="checkbox"/>
対策本部起動	11	地震対策本部メンバーの担当ごとの作業は開始されたか。 ・施設・設備被害対策担当 ・人的被害対策担当 ・商品被害対策担当 ・物流対策担当 ・商品供給対策担当 ・収束、関係行政、救援物資担当	<input type="checkbox"/>

11

- 対策を行う上でのプロセスとゴールラインが見えるように配慮した。
- 対応すべき必須項目は、チェックリストで洩れの防止を図った。

6. 店舗の対応の明確と権限委譲



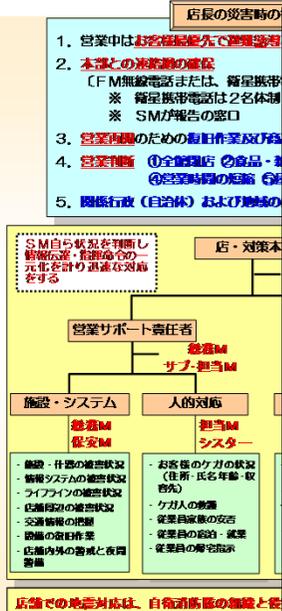
VI. 店舗（支店）の対策本部の対応

災害時の店舗の役割

- ・お客様の安全・安心の確保
- ・営業の継続（生活用品の提供）
- ・地域の復旧活動の広告塔
- ・関係行政および地域住民との連携・対応窓口

店長の役割

- ・非常時の会社の代表者（非常時の権限委譲を明文化）
- ・店舗対策本部長（現場の指揮）
- ・本部対策本部との連携
- ・復旧活動と営業継続の責任者



12

VI-2 店舗（支店）の対策本部の運用

1. 本部の店舗へのバックアップ体制

- ・店舗との連絡網の整備（衛星携帯電話、FM無線機、MCA無線機）
- ・災害時の店舗営業のための自動商品供給体制（2ルート体制）
- ・復旧および営業継続対応のための人員の応援体制
- ・地域の救援物資、関係行政との連携、マスコミ対応

2. 自主的判断での営業継続

- ・災害の初期段階、本部との通信遮断時は店長に権限を委譲
- ・自衛消防隊の組織と役割分担を基本ベースにする
- ・第一優先は、人身被害の回避を基本に営業の継続を計画
- ・発災直後の店舗営業の一時中断および被災時の営業基準を明示

13

- ・ 店舗が担うべき役割と、業務を遂行する上での権限委譲を明文化。
- ・ 店舗の対応をスムーズに行うための本部のバックアップ体制。

7. 最悪のケースの判断基準と行為の記録



VI.-3 被災時の店舗（支店）の営業



店舗の営業を一時中断する目安

- ・地震により、店舗内に**人的被害**が出た場合。
- ・店舗建物に被害が出、天井等の**構造物が落下の恐れ**がある場合。
- ・店内の倒壊物・商品で、お客様が**通常の買い物ができない**場合。
- ・店舗のライフライン（電気、水道等）が**遮断し、復旧の見通しが立たない**場合。
- ・行政の指示、指導がある場合。
- ・強い**余震が予測される**場合、
- ・その他、営業を一時中断が必要と判断された場合。

店舗の限定営業

店舗の営業	地震被害の与件
全館の営業を継続	地震被害がほとんどなく、お客様の買い物にも影響がない
売場の一部を制限して営業を継続	地震の被害で一部の売場が使用出来ない、一部の売場を閉鎖して営業する
フロアを限定して営業を継続	地震の被害で一部のフロアが利用出来ない、一部のフロアを閉鎖して営業する
品目を限定して販売を継続	地震の被害および停電で、開口部がある1階しか使用できない。1階を使用して緊急時の必需品、簡便食品のみを販売する
店頭での販売（店舗外）	地震の被害で店内が利用できない、店頭で緊急時の必需品、簡便食品のみを販売する
全館一時営業を中断	地震の被害が大きく、余震も震度6以上の予測があり危険である

14

VI.-4 店舗の被害調査と報告（情報の共有化と記録）



調査報告書の目的

- ・店舗と本部の情報の共有化
- ・被害状況の調査内容の明確化
- ・営業継続の判断の基礎資料
- ・本部への関係行政およびマスコミ等の対応依頼資料

調査報告書の項目

- ・地震情報と店舗の被害状況
- ・地域とライフラインの被害状況
- ・関係行政からの依頼と対応
- ・マスコミ関連への対応依頼
- ・営業への影響と不備状況

書面での被害報告

地震被害調査報告書

1. 店舗名・報告者

店舗名	店名	報告者	役職名	氏名
-----	----	-----	-----	----

この報告書は、地震発生後の店舗の対応を「本部地震対応本部」と共有化するために作成いたします。
 地震発生直後から、店舗で被害の発生状況を記録し、復旧完了まで記録を続け「本部地震対応本部」への報告と、必要に応じて実施いたします。
 【本部地震対応本部】への報告は、下記のタイムラインでFAX（または電子メール）で行ってください。

- 第一報：地震発生直後（電話での口頭報告を優先させていただきます）
- 第二報：地震発生後の状況が概ね把握した時（人身被害の発生も含め）
- 第三報：商品および施設の被害が確認した時（応じし時）

Eメールでの被害報告

地震被害報告書

報告者名: []

報告日時: []

報告内容:

被害状況	被害発生時刻	被害発生場所	被害発生状況
被害発生時刻	被害発生場所	被害発生状況	被害発生状況

報告内容:

報告内容:

報告内容:

- ・店舗を閉鎖する基準と営業継続の判断基準を明文化。
- ・発災初期は「口頭報告」だが、全ての記録を残し、次の対策の資料とする。

8. 決裁者の所在の明確化と通信網の確保



Ⅶ. 公共交通遮断時の対応（本部の臨時対策本部の設置）

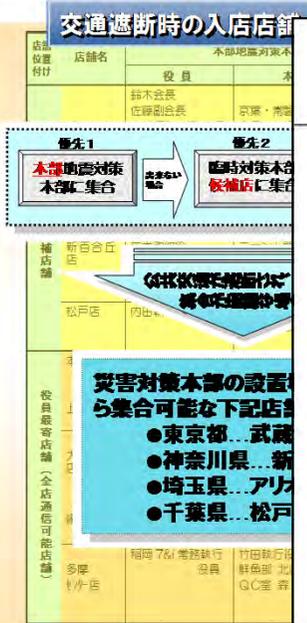


対策本部の立ち上げ

- ・対策本部設置の優先
- ・複数の臨時対策本部候補店舗の設定
- ・入店店舗の自己申告
- ・臨時対策本部での役割分担

情報の共有化

- ・主要役員宅に衛星携帯を設置
- ・全店カバーの通信施設の設置
- ・入店店舗一覧の作成と配信
- ・Eメールでの災害状況の報告



16

Ⅷ. 主要幹部との通信網の確保



通信網の必要性

- ・企業にダメージが大きい事態ほど、迅速なトップの判断が必要
- ・勤務時間は一日の25%程度
- ・災害が大規模になるほど、公共の通信手段の遮断が長い

緊急時の通信手段

- ・災害時優先電話（固定・携帯）
- ・**衛星携帯電話**
- ・FM無線機
- ・MCA無線機・・・他

主要幹部宅への衛星携帯電話の配備



17

- ・ 決裁者の優先付けと、交通網が遮断されたときの所在の明確化。
- ・ 主要幹部の自宅に衛星携帯電話を配備して、通信網を確保。

9. 対策本部要員の確保と訓練



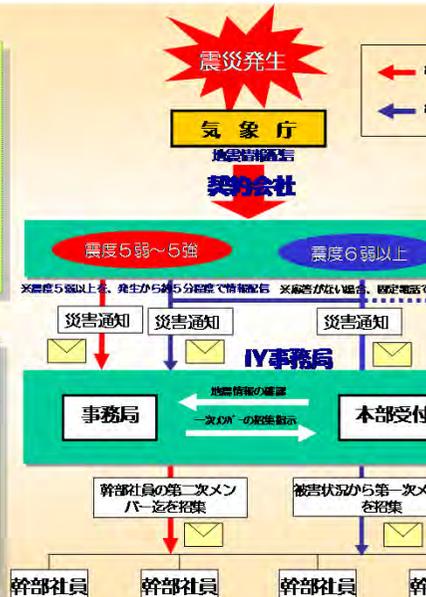
IX. 幹部社員の招集体制

招集システム

- ・安否システムを応用
- ・携帯メールで招集
- ・一部の幹部は有線電話で招集
- ・主要幹部は衛星携帯電話と併用

震度での対応

- ・震度5強で第一メンバーを招集
- ・震度6以上で第二メンバーを招集
- ・関東近圏9都県は一斉招集



18

X. 緊急時に備えての訓練

1. 通信および招集訓練

- ・店舗と本部との通信訓練を月一回実施
第一木曜に衛星携帯電話の操作訓練
第三木曜にFM無線とMCA無線の操作訓練
- ・幹部社員の緊急招集訓練を月一回実施
第三木曜にシステムチェックと招集訓練

2. 店舗での避難訓練

- ・店舗内に緊急一時退避場所の表示を取付
- ・年一回の全ての店舗で防災避難訓練を実施



19

- ・対策本部要員は、本部および店舗所在地の震度が6弱以上で一斉招集。
- ・対策本部の対応がスムーズに進むよう、月一回の頻度で通信訓練を実施。

10. 地震対策の整備と自治体との連携



XII. イトーヨーカ堂の地震対策のあゆみ



大規模地震

- 95年1月 阪神大震災 (M7.2 最大震度7)
- 03年5月 宮城県沖地震 (M7.0 最大震度6弱)
- 03年7月 宮城県沖地震 (M5.6 最大震度6弱)
- 03年9月 十勝沖地震 (M8.0 最大震度6弱)
- 04年10月 新潟中越地震 (M6.8 最大震度7)
- 05年8月 宮城県沖地震 (M7.2 最大震度6弱)
- 07年7月 新潟県中越沖地震 (M6.8 最大震度6強)

イトーヨーカ堂の取組み

- 95年 阪神大震災を教訓に「大規模災害大綱」を作成
- 96年 災害時用「衛星携帯電話機」9台を試験導入
- 98年 「大規模災害大綱」の改定版を作成
- 02年 「災害・事故の危機管理」で補足分を作成
- 02年 「衛星携帯電話機」176台を導入
- 03年 警察・消防・東京都・静岡県、生協連、トラック協会、民間企業に外向き情報収集
- 03年 糧保会社系リスクコンサルタント会社2社に店別の「地震診断調査」を要請・実施
- 03年 「FM無線機」1108台を導入 ※全店緊急連絡網の設置が完了
- 04年 地震啓蒙ビデオ「迫り来る大地震に備えて」を作成し、各店舗に配布して全社員が視聴 ※SM会議で教育と説明
- 04年 全社員に小冊子「大地震が起きたら」を10万部作成し全店に配布 ※SM会議で教育と説明
- 04年 「大規模災害対策」を作成
- 05年 SM会議で「大規模災害対策」の説明と対応の教育
- 06年 「MCA無線」130台を導入
- 07年 「災害時幹部緊急招集システム」を導入
- 08年 「緊急地震速報」スタートにあわせ、全店舗内に安全避難場所のサインボードを取り付

21

XIV. 参考（関係行政との協定と物流体制）

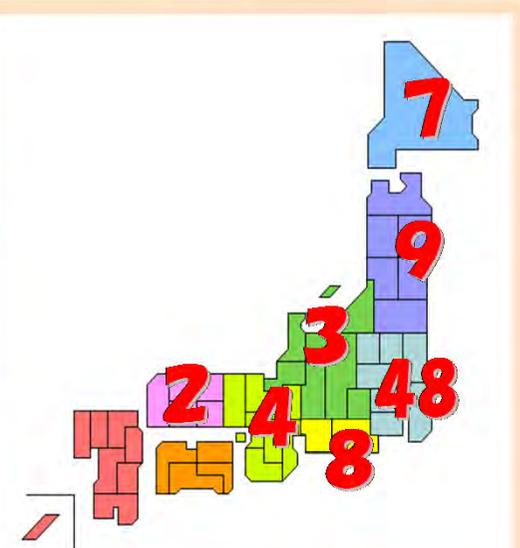


大規模災害協定団体

- ・北海道地区 . . . 7
- ・東北地区 . . . 9
- ・関東地区 . . . 48
- ・甲信越地区 . . . 3
- ・東海・中京地区 . . . 8
- ・近畿地区 . . . 4
- ・中国地区 . . . 2
- 合計 81

緊急車両事前申請

- ・申請許可 2
- ※緊急通行・輸送車両事前届出



23

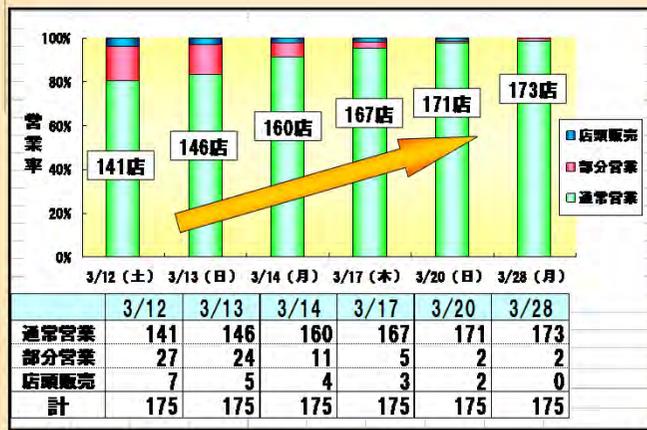
- ・ 災害対策手順書は、過去の災害の都度その経験から整備。（改訂7回）。
- ・ 発災時の対応の機動性を高めるため、全国81の自治体・団体と協定締結。

東日本大震災での対応と手順書 の効果性の検証

11. 東日本大震災での対応と行為の効果性



8. イーヨーカ堂店舗の営業回復トレンド



35

9. 物流体制の構築



■ 東北センター被災による機能停止

センター	状況
宮城日用品センター	壊滅的被害
仙台生鮮センター	壊滅的被害
東北冷凍センター	壊滅的被害
青森加食共配センター	停電による機能停止
宮城TC	搬送設備損壊

■ 物流ルートを変更し、緊急対応

- 生鮮食品
 - ⇒ 首都圏杉戸センターより配送
- 冷凍食品
 - ⇒ 札幌センター、首都圏の戸田橋センターより配送
- 日用品
 - ⇒ 北関東より配送



東北エリアにある9つの物流拠点のうち3センターが被災。日用品と生鮮品は首都圏、冷凍食品は北海道および首都圏から臨時的物流体制を構築し、当日深夜から供給開始。

※仙台地区に暫定の生鮮センターを設置し、4/7(木)より地元食材の供給を再開

36

- ・ 発災後翌日から全店舗が営業。(部分営業27店舗、店頭販売が7店舗)
- ・ 商品の物流は、発災当日の深夜に首都圏から出荷、翌日に現地到着。

12. 商品確保と物流での課題



10. 商品確保と燃料不足対応での課題



発災直後の商品出荷体制の不備による品薄対応

各店で加工食品(カップラーメン・水など)の売れ行きが年末を上回る数量に増加。

- あらゆる役職での商品確保アプローチを実施。
- 日常、チームMDで協同しているメーカー各社への依頼や、きかけを実施。
- 配送地域の組み直しと配送時間の店着を早めた対応

震災後の燃料不足対応

- 物流ネットワークを活用し、運送業を兼ねたセンターには(自前のタンク約2万リッター)から他センターへの供給を
- 日本チェーンストア協会に要請し、資源エネルギー庁発信(災害時に優先的に小売業に軽油を提供するスタンド)のして対応。

37

12. 震災後のグローバル商品手配



不足がちな商品の確実な確保の為に全世界から商品を調達！

40

- 商品の確保は、あらゆる役職者が役割を分担して実施。海外からも手配。
- 発災直後の元売の出荷体制の混乱、物流のための燃料不足が課題。

13. 地域へのサービスの継続と災害協定での対応



15. グループ各社のお客様の生活応援に向けた取組み



●イトーヨーカドー

1歳未満のお子様をお持ちの方に飲料水(2ℓ入りペットボトル)の優先販売
水道水から乳児向け基準を上回る放射性物質が検出されたことに伴い、3月24日から首都圏40店舗で、25日から1都6県の117店舗で実施。

「がんばろう東北!」応援セール

被災された生産者の支援を目的として、東北エリアの米、野菜、果実、魚、牛肉等を販売。また、放射性物質の自主検査実施済みの茨城のレタスも販売。4月6日~10日、約140店舗で実施。

「がんばろう東北!」応援セールには、被災地を支援したいという多くのお客様が訪れました。



●セブン-イレブン

初の移動販売車で、より近くて便利に
4月6日より順次、宮城県内の4店舗でセブン-イレブン初の車による移動販売を開始。買物拠点が減少している被災地で、おにぎり、パン、飲料などを中心に生活必需品約100アイテムを車に搭載し、店舗再開が困難な店の駐車場を基点に、周辺への巡回販売も実施予定。

配送車を改良して、車内に商品を陳列して販売します。



セブン銀行

被災地で移動
5月21日より、災地の生活支援しました。セブン-イレブンの移動販売車と合わせて、宮城県塩釜市、南三陸町、沼市などでサービスしています。

**グループ各社が被災者や被災地への応援活動を実施
セブン銀行では、移動ATMサービスを開始。**

43

16. 緊急支援物資の手配



2011年5月1日現在

3月12日 (セブン&アイHLDGS.)

- 宮城県災害対策本部=ミネラルウォーター2ℓ×30,000本、菓子パン1,000個、バナナ1,080ケース(14t)
- 宮城県仙台市災害対策本部=毛布90枚
- 福島県天栄村役場=ミネラルウォーター2ℓ×1,728本

3月12~13日 (セブン&アイHLDGS.)

- 宮城県・岩手県災害対策本部=毛布10,000枚、セブンプレミアム、ごはん200g×4,800個、給水車1台(宮城県災害対策本部)
- 福島県郡山市役所=食パン×4,225袋、ロールパン×1,693袋

3月15日 (あちやん本部)

- 国際協力NGO ジャイセブンおしりふき9,600個、粉ミルク916個、紙おむつ1,260パック、ベビーフード、離乳食16,543個、ベビー飲料1,824本

3月19日 (セブン&アイHLDGS./イトーヨーカドー)

- アビオ前手産業文化センター=個人衣料(コート、セーター等)約30,000点、紳士衣料(ジャンパー、スエッチ等)約85,000点、子供衣料(ジャンパー、パジャマ等)約25,000点、児童服(無名、紳士、子供用)約163,000点、靴下・タイツ約235,000点



グループの支援物資を載せた大型トラック(L1)が被災地へ物資を運ぶ様子(左)が確認されました。

3月25日 (ヨークベニマル)

- 福島県内の避難所約20ヶ所=ラーメン4,300食、レトルトカレー4,200食、野菜ジュース58,000パック、缶詰6,000個、カップ味噌汁4,800個等

●ヨークベニマルでは、継続してお取引先の協力を得て必要とされる物資を手配し、毎日近隣の避難所に社員が車でお届けに伺っています。

上記以外でもセブン&アイHLDGS. では、被災地だけでなく、避難者を受け入れる関係団体の各行政からの要請を受け、物資の提供を実施しています。

無償支援 32百万円(7団体)
震災翌日から、菓子パン、水、バックご飯の無償支援開始
例) 水203万本、バナナ1,080ケース、パン7,000個

有償支援 1,313百万円(54団体)
震災当日から、毛布の支援を開始
例) 食品 : 粉ミルク、水、おにぎり、飲料
住居品 : 毛布、ゴミ袋、カイロ、オムツ
衣料品 : 風着、靴下、コート、ジャンパー

その他 255百万円

**震災翌日から緊急支援物資を緊急手配。グループとして無償・有償支援を実施。
無償、有償計 約16億円・61団体**

44

- ・被災地域や弱者に商品の優先提供。車載の商品・ATMでサービスを継続。
- ・災害協定に基づき、ヘリコプターやトラックを使い義援や支援物資を提供。

15. 対策本部の新たな対応と重要業務の整理



20.-3 東日本大震災対応での課題と体制づくり



④-1 代替本部体制の構築

①本部使用が不可能となった場合の関東圏内での代替本部体制

②「交通機関の遮断」および「道路・交通規制」により、店舗移動が困難な状況となった場合の体制構築

- 東京都...武蔵境店
- 神奈川県...新百合丘店
- 埼玉県...アリオ川口店
- 千葉県...松戸店

全店に衛星携帯電話もしくはFM発信機が設置されており、本部部おとの必要な店舗に電話通話が可能。

③同一電力会社管内以外での代替本部体制確立

◆代替本部の機能の一部移転

⇒被災していない店舗の通常稼働

⇒被災地に引きずられない営業体制の確立

50

20.-4 東日本大震災対応での課題と体制づくり



④-2 代替本部体制の構築

店舗営業体制の確立

⇒被災していない店舗の通常稼働

⇒被災地に引きずられない営業体制の確立



被災していない店舗の通常営業体制を確立することが重要となる。

51

- ・ 代替本部の設置をする際の基準についての条件を見直す。
- ・ 重要業務のサブテーマであった代金決済をメインテーマに格上げした。

16. 店舗の復旧体制、商品調達、センター機能強化



20.-5 東日本大震災対応での課題と体制づくり



⑤販売体制の見直しと店舗の復旧体制の再構築

販売体制の見直し



- ・店舗の災害時の**緊急体制**の見直し（役割分担の）
- ・店長の行動が機動的にな**と店長の権限を拡大**
- ・ライフラインの供給停止**マニュアルの再整備**

店舗復旧体制の再構築

- ・ライフライン供給停止に伴う**代替の確保**
※自家発電燃料の積増確保（協定含む）、井戸水の流用、給水タンク
- ・建築・設備会社との発災時**緊急体制の整備**。災害協定の）
- ・店舗被災時の**復旧可能時間の算定**。代替不可能な取替部

52

20.-6 東日本大震災対応での課題と体制づくり



⑥商品調達の強化とセンター機能の整備

商品調達の強化

- ・商品調達は、**災害の与件変化に合わせ柔軟な対応**が取れる体制とする。
※商品ごとに卸・メーカーとの災害時備蓄量の明確化と増産可能性を相互で確認
- ・災害時に需要が高まる商品は、**地域ごとにセンター在庫量を分散保管**
- ・災害時の**緊急仕入先と緊急連絡先の明確化**と発注方法の再確認

センター機能の整備

- ・センターの**地域ごとの分散化**と、被災時の**代替センターの明確化と整備**
- ・各センターと**運営会社との「災害時協定」**の締結と**非常通信設備の確保**
- ・拠点センターの**災害時非常発電施設の設置**と燃料の確保（整備中）
- ・店舗配属のネットスーパー車両の柔軟運用（1,400台）

53

- ・店舗への権限委譲の拡大、建築・施設会社との発災時緊急対応の整備。
- ・卸・メーカーとの緊急時供給体制や備蓄量の明確化とセンター機能を強化。

17. システム拡充(安否確認・災害マップシステム)

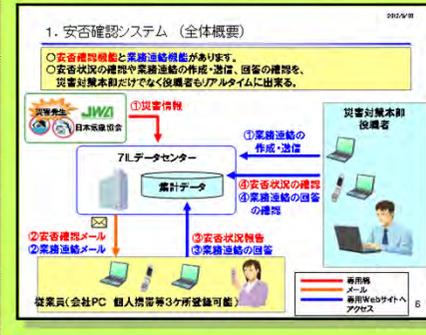


20.-9 東日本大震災対応での課題と体制づくり



⑨安否確認

自社専用の安否確認システム



公共のシステムも併用

優先順位	方法
必須	7&I 安否確認システム
併用 1	対面報告
併用 2	固定電話、携帯電話
併用 3	携帯メール
併用 4	NTT 災害用伝言ダイヤル (171)

- ・ 業務連絡機能を付けた自社専用の安否システムを導入
- ・ 自社専用の安否確認システムに加え、公共の安否確認のバックアップとして併用

56

20.-11 東日本大震災対応での課題と体制づくり



⑩危機管理システムの構築

危機管理システムの構築

- ・ 被災地のグループの店舗やベンダーの配置
- ・ 地震情報との連動
- ・ 店舗との通信状況のマップ化
- ・ 災害による各種情報をマップ化

被災地店舗の状況が
可視化できる



店舗の被災状況を明確にし、フォロー体制の優先付けを行う

58

- ・ 安否確認システムは、限定された者の対象をグループ全社の従業員とした。
- ・ 全国広範囲の店舗を、発災後即座に震度別に表示し、対応の優先を付ける。

18. 参考(非公開資料2. の説明)

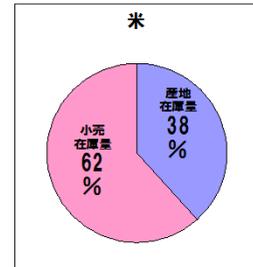


1. 東南海地震による生産への影響(日本全体での在庫の割合)



カテゴリ	在庫量t	割合	日数	代表的なメーカー	量t	消費の何日分
米	マーケット全体の在庫量	890,370	100%	一日当り生産量	22,200	1日分
	産地にある在庫量	342,450	38%	増産可能な生産量	3,960	0.2日分
	小売りにある在庫量	547,920				
飲料水	マーケット全体の在庫量	3,830				
単位:万本(2L換算)	メーカーにある在庫量	3,256				
	問屋にある在庫量	575				
	小売りにある在庫量	383				
カップ麺	マーケット全体の在庫量	5,700				
単位:万食	メーカーにある在庫量	3,990				
	問屋にある在庫量	1,140				
	小売りにある在庫量	570				

南海トラフ大地震
(株)



資料1-1



東日本大震災時の商品の需給バランス

食品事業部 緊急対応商品 要望・対応状況		※3/16(土)18:00現在		※3/23(水)10:00現在		※3/30(水)10:00現在		
項目	お客様 需要額 対比	実際の 供給額 対比	項目	お客様 需要額 対比	実際の 供給額 対比	項目	お客様 需要額 対比	実際の 供給額 対比
飲料水大型	3110%	250%	飲料水大型	3000%	500%	輸入部壊滅	2200%	520%
飲料水小型	2810%	430%	中華まん	700%	300%	飲料水小型	660%	460%
お茶飲料大型	1580%	210%	餅	240%	230%	パプリカ	280%	270%
お茶飲料小型	760%	200%	袋ラーメン	300%	200%	和牛うま焼	230%	220%
米	1070%	200%	餃子	200%	200%	国産塩草	230%	200%
カップラーメン	1410%	270%	フロッコリー	180%	180%	飲料水大型	340%	200%
バスカ	2710%	360%	チョコレート	300%	180%	赤じばら乾酒	160%	160%
惣菜	1270%	330%	魚肉ソーセージ	400%	180%	焼酎燻製肉	160%	160%
食パン	410%	140%	氷庫凍付団子	260%	170%	納豆	300%	140%
菓子パン	260%	100%	西米米飯	160%	160%	カップラーメン	200%	140%
バナナ	210%	130%	国産豚肉	150%	150%	牛乳	150%	120%
じゃがいも	250%	170%	人参	150%	150%	人参	150%	120%
玉ねぎ	190%	170%	冷凍野菜	150%	140%	魚肉ソーセージ	200%	120%
人	320%	160%	即席味噌汁	180%	140%	冷凍食品	300%	120%
小箱チョコレート	1810%	150%	冷凍麺類	140%	130%	輸入凍正肉	150%	110%
凍やうどん	740%	160%	ぶり	140%	130%	中華まん	130%	110%
ヨーグルト	580%	100%	みかん	135%	130%	甘栗	110%	110%
牛乳	180%	120%	食パン	130%	120%	赤豆	420%	90%
チーズ	490%	140%	とんかつ	130%	130%	輸入うなぎ	90%	90%
豆腐・大豆加工品	400%	140%	茶	150%	120%	食パン	100%	90%
納豆	305%	80%	カップラーメン	150%	120%	バスカ	150%	90%
おでん・惣菜	1035%	140%	バスカ	110%	110%	アイスクリーム	80%	80%
餅	300%	150%	牛乳	200%	200%	重宝味噌	270%	80%

- 「南海トラフ大地震に伴う商品供給への影響」「その課題」と「東日本大震災時の商品の需給バランス」を添付。

18. 参考(非公開資料2. P1の表の補足説明)



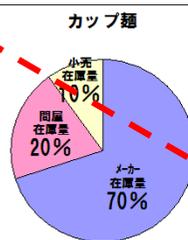
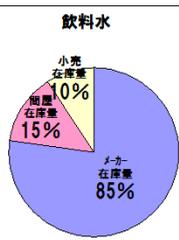
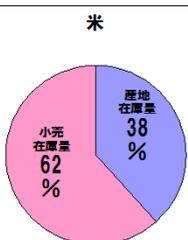
1. 東南海地震による生産への影響(日本全体での在庫の割合)



カテゴリー	在庫量 t	割合	日数	代表的なメーカー	量 t	消費の何日分	
米 単位：トン	マーケット全体の在庫量	890,370	100%	40.1日	一日当り生産量	22,200	1日分
	産地にある在庫量	342,450	38%	15.4日	増産可能な生産量	3,960	0.2日分
	小売りにある在庫量	547,920	62%	24.7日	一日当り消費量	22,200	
※米の場合は 産地の在庫量=生産量							
飲料水 単位：万本 (2ℓ換算)	マーケット全体の在庫量	3,830	100%	11.8日	一日当り生産量	383	1.2日分
	メーカーにある在庫量	3,256	85%	10.0日	増産可能な生産量	77	0.2日分
	問屋にある在庫量	575	15%	1.8日	一日当り消費量	325	
	小売りにある在庫量	383	10%	1.2日			
カップ麺 単位：万食	マーケット全体の在庫量	5,700	100%	6.5日	一日当り生産量	950	1.1日分
	メーカーにある在庫量	3,990	70%	4.5日	増産可能な生産量	77	0.2日分
	問屋にある在庫量	1,140	20%	1.3日	一日当り消費量	880	
	小売りにある在庫量	570	10%	0.6日			

震災時増産可能量
全体の20%程度

※代表メーカーから聞き取り



代表的なメーカー	量 t	消費の何日分
一日当り生産量	22,200	1日分
増産可能な生産量	3,960	0.2日分
一日当り消費量	22,200	
一日当り生産量	383	1.2日分
増産可能な生産量	77	0.2日分
一日当り消費量	325	

非常時の増産可能生産量

国内全体の消費量(推測)

カテゴリー	在庫量 t	割合	日数
米 単位：トン	マーケット全体の在庫量	890,370	100%
	産地にある在庫量	342,450	38%
	小売りにある在庫量	547,920	62%
※米の場合は 産地の在庫量=生産量			
飲料水 単位：万本 (2ℓ換算)	マーケット全体の在庫量	3,830	100%
	メーカーにある在庫量	3,256	85%
	問屋にある在庫量	575	15%
	小売りにある在庫量	383	10%

在庫量：国内にある全体の在庫総量(推測)
日数：一日の消費量の何日分か

メーカー・問屋等にある在庫量

小売等の店舗・センターの在庫量

18. 参考(非公開資料2. P15参考の表の補足説明)



参考 イトーヨーカドー

東日本大震災時の商品の需給バランス

食品事業部 緊急対応商品 要望・対応状況

※3/16(水)18:00現在 ※3/23(水)18:00現在 ※3/30(水)18:00現在

項目	お客様 需要額 通常時 対比	実際の 供給額 災害前 対比	項目	お客様 需要額 通常時 対比	実際の 供給額 災害前 対比	項目	お客様 需要額 通常時 対比	実際の 供給額 災害前 対比
飲料水大型	3110%	250%	飲料水大型	3000%	500%	輸入香切落し	2200%	520%
飲料水小型	2610%	430%	中華まん	700%	300%	飲料水小型	600%	460%
お茶飲料大型	1580%	210%	煎餅	240%	230%	パブリカ	280%	270%
お茶飲料小型	760%	200%	惣ラーメン	300%	200%	和牛すき	230%	220%
米	1070%	200%	総切身	200%	200%	国産塩草	230%	200%
カップラーメン	1410%	270%	フロッツェリー	180%	180%	飲料水大型	340%	200%
パスタ	2710%	380%	チョコレート	400%	180%	あじパラ販売	160%	160%
缶詰	1270%	330%	焼肉ソーセージ	400%	80%	総福豚焼肉	160%	160%
食パン	410%	140%	水産練付缶詰	280%	170%	納豆	300%	140%
菓子パン	260%	100%	無糖糸麺	160%	180%	カップラーメン	200%	440%
バナナ	210%	130%	国産豚肉	150%	150%	牛乳	150%	120%
じゃがいも	250%	170%	人参	150%	150%	人参	150%	120%
玉ねぎ	190%	170%	冷凍野菜	150%	140%	食肉ソーセージ	200%	120%
人参	320%	180%	団栗味糖汁	180%	140%	冷凍食品	300%	120%
小物チョコレート	1810%	150%	冷凍総巻	140%	130%	輸入鶏缶肉	150%	110%
要冷凍うどん	740%	160%	ぶり	140%	130%	中華まん	130%	110%
ヨーグルト	580%	100%	みかん	135%	130%	甘栗	110%	110%
牛乳	180%	120%	食パン	130%	120%	赤卵	420%	90%
チーズ	490%	140%	とんかつ	130%	130%	輸入うなぎ	90%	90%
豆腐・大豆加工品	400%	140%	米	150%	120%	食パン	100%	90%
納豆	305%	80%	カップラーメン	150%	120%	パスタ	150%	90%
おでん・雑物	1035%	140%	パスタ	110%	110%	アイスクリーム	80%	80%
卵	300%	150%	牛乳	200%	100%	畜産缶詰	270%	80%
食肉ソーセージ	270%	210%	ヨーグルト	200%	80%	ヨーグルト	300%	70%
きゃべつ	178%	150%	納豆	500%	70%	米	150%	60%

項目	お客様 需要額 通常時 対比	実際の 供給額 災害前 対比
飲料水大型	3110%	250%
飲料水小型	2610%	430%
お茶飲料大型	1580%	210%
お茶飲料小型	760%	200%
米	1070%	200%
カップラーメン	1410%	270%
パスタ	2710%	380%

お客様が購入を要望された総量

店舗に納入された総量

通常時対比：年間平均一日販売量対比
災害前対比：11年3月第一週の一日の販売量対比

3月30日（水）の対応量

3月23日（水）の対応量

3月16日（水）の対応量