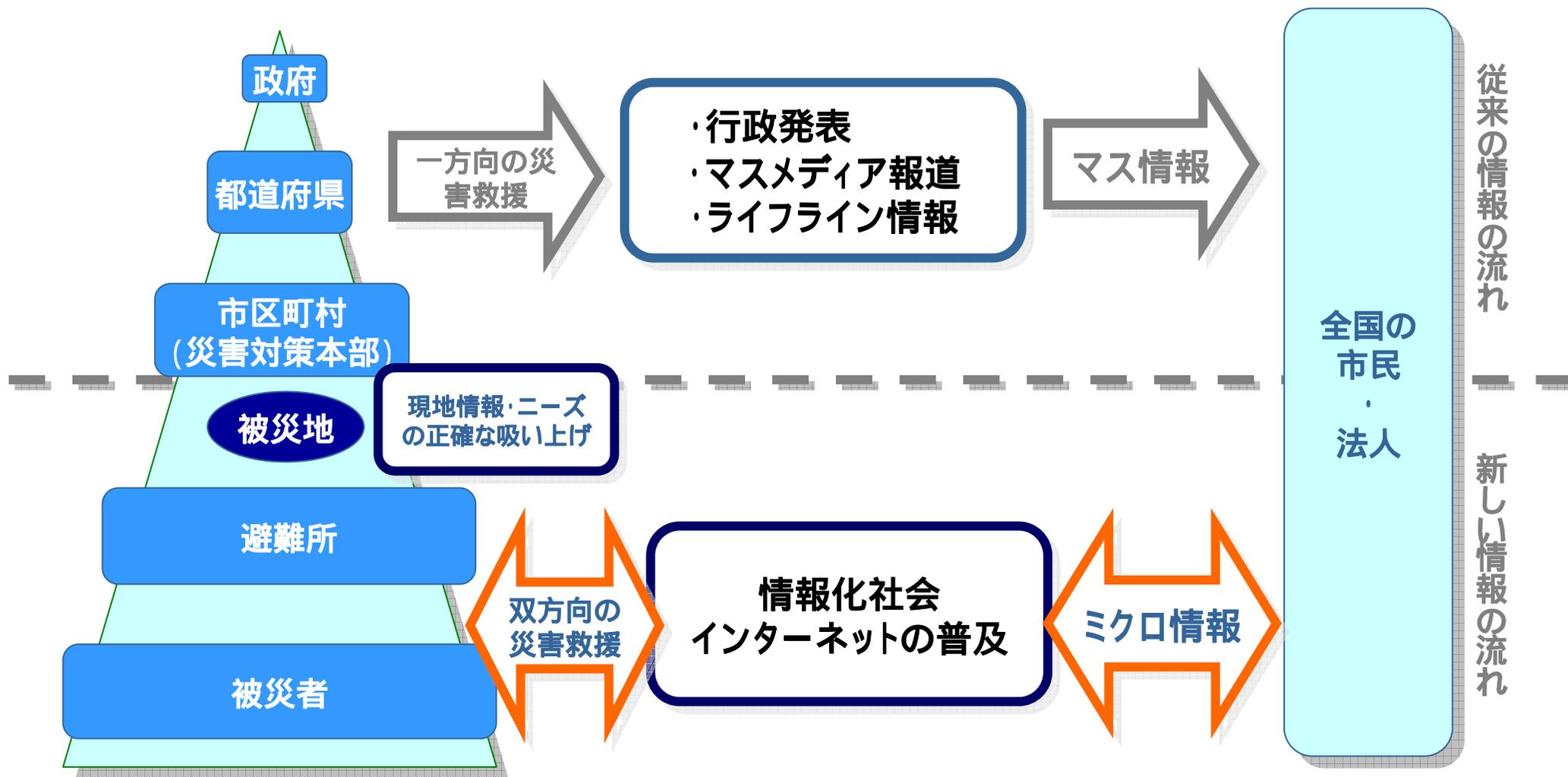


災害情報と企業防災

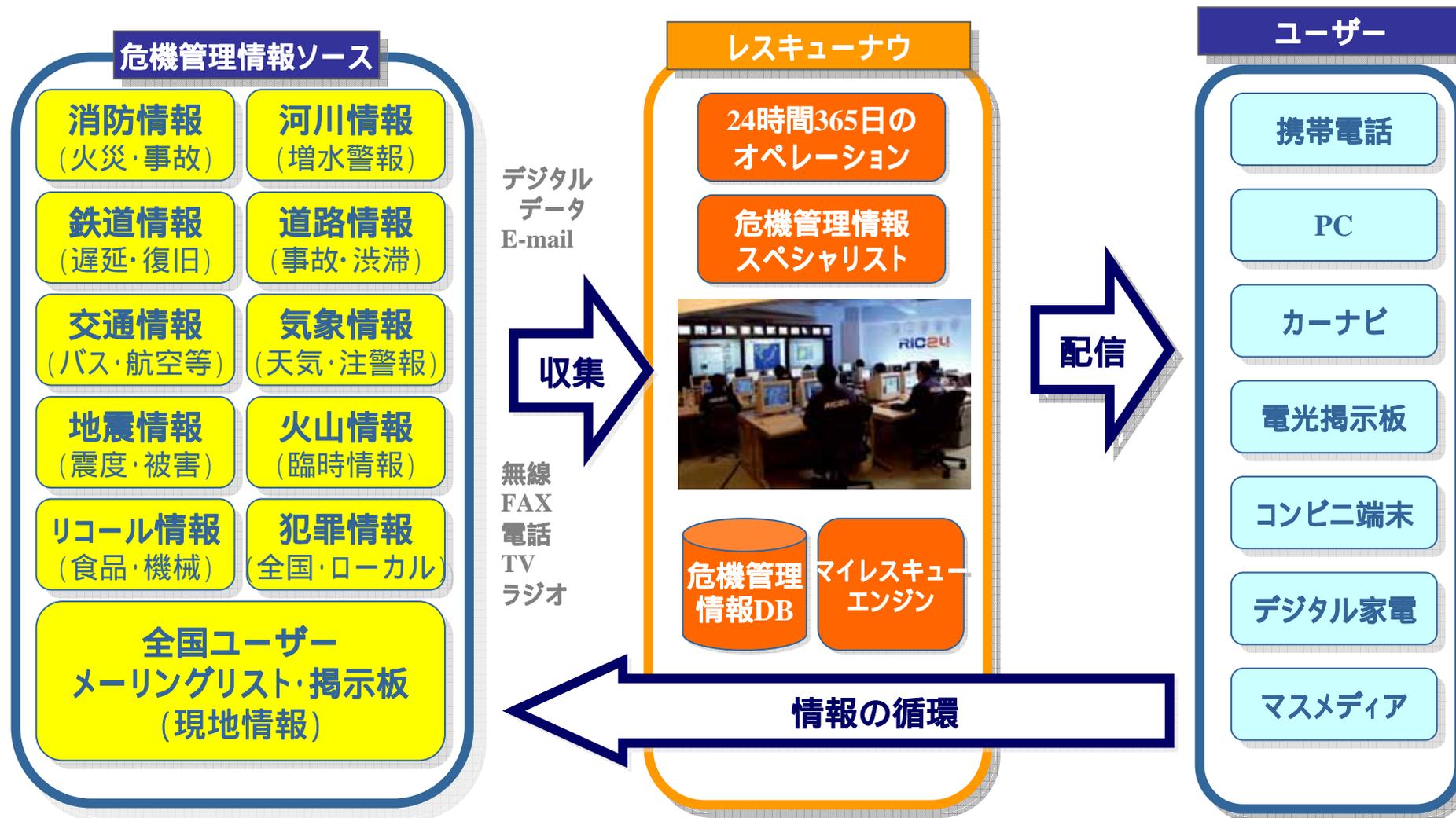
～ 災害情報のビジネス化事例 ～

2005年12月9日
株式会社レスキューナウ・ドット・ネット
代表取締役 市川啓一

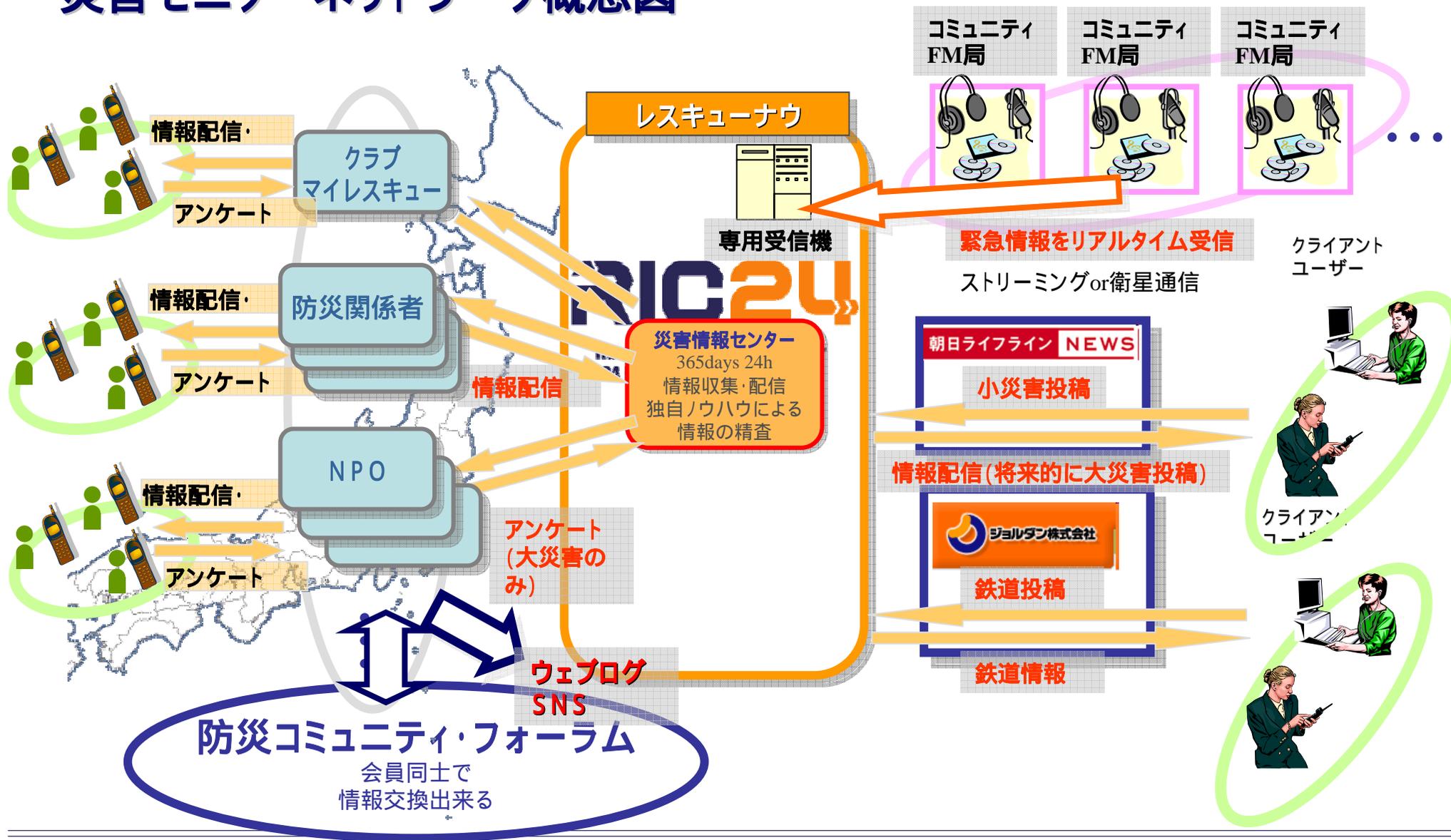
自助・共助を推進するためにはマイクロ情報が必要



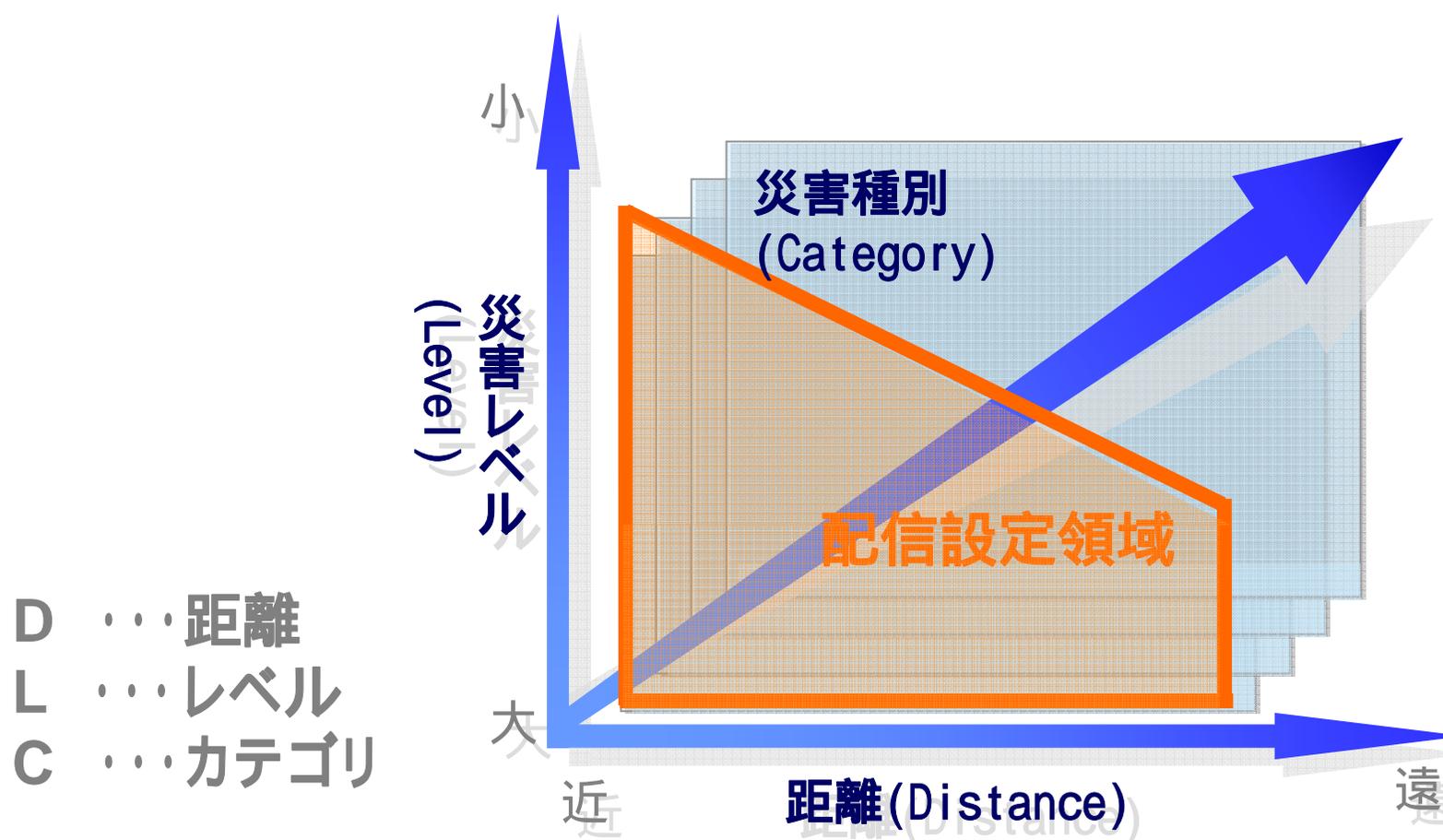
24時間365日ノンストップで情報を収集配信



災害モニターネットワーク概念図



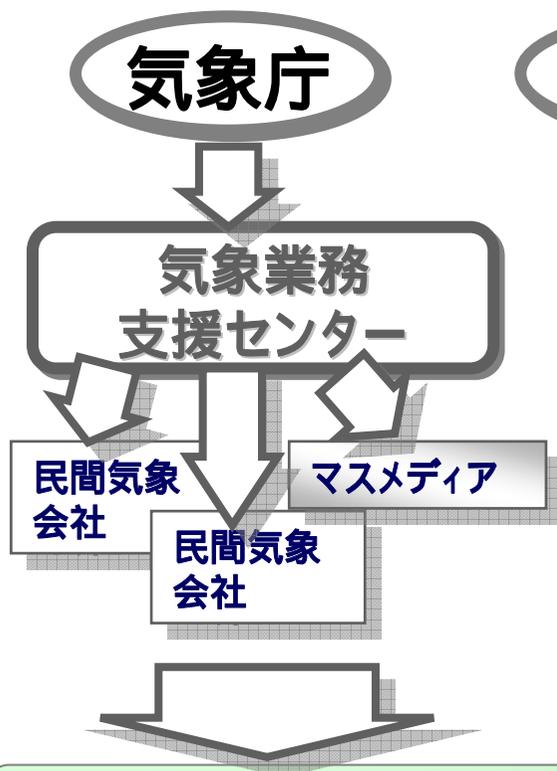
D L Cエンジン (ビジネスモデル特許技術)



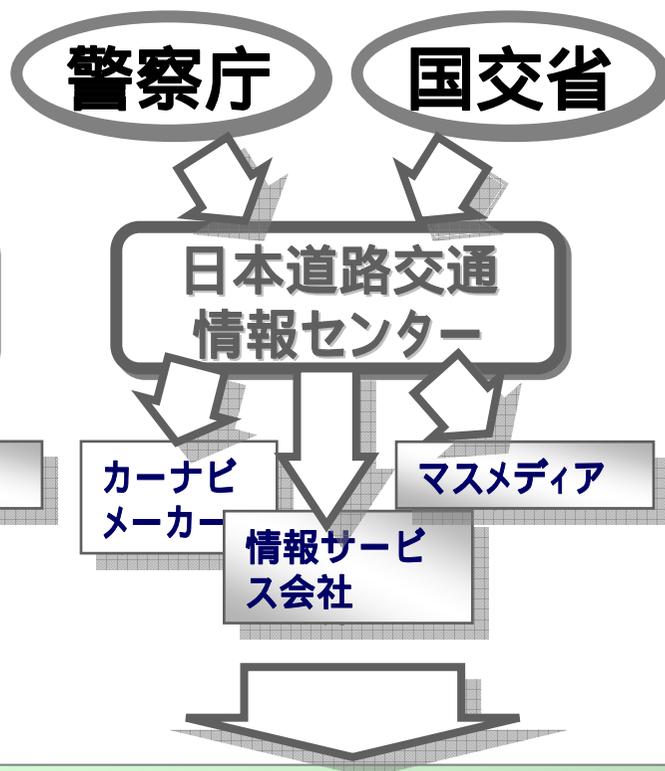
災害の地域、レベル、カテゴリによって、情報を全て整理して、DB化します。このため、個々人に必要な情報だけを自由に配信することができます。

危機管理情報センターの構築

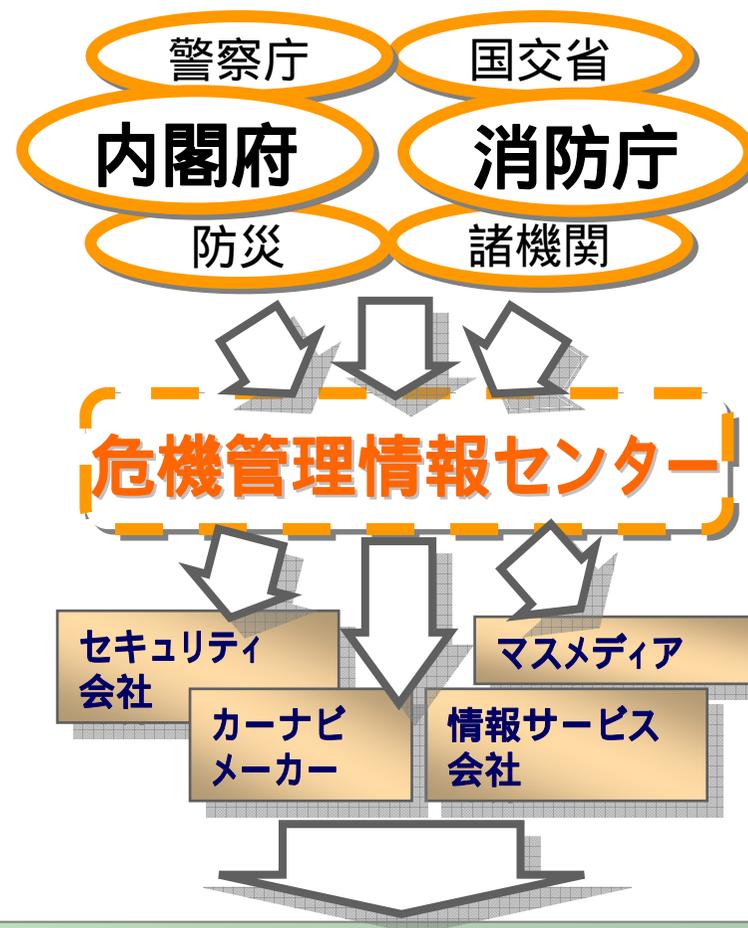
気象情報



道路情報



危機管理情報



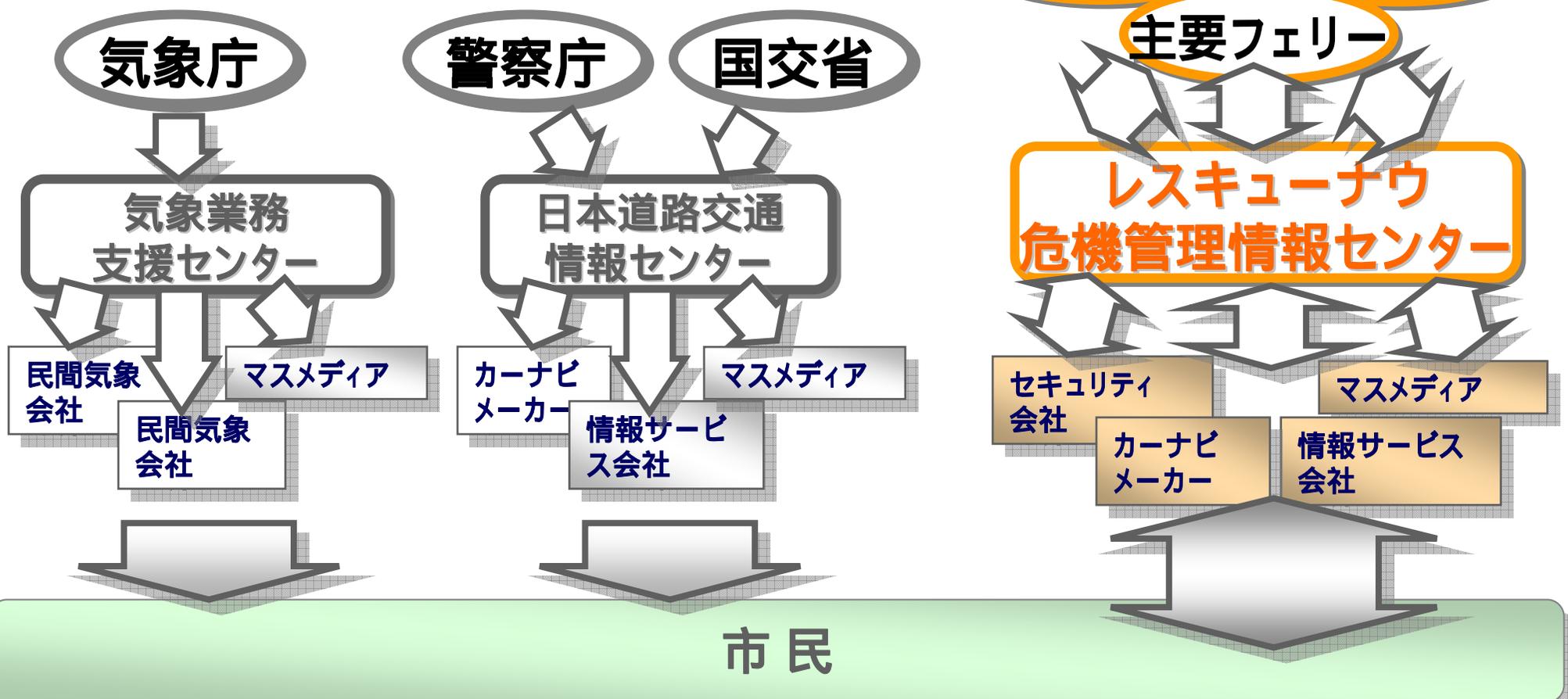
市民

実際に役立つ情報配信の仕組み

気象情報

道路情報

公共交通情報



・ 鉄道情報について

弊社が取り扱う情報の中で、一番引き合いの多い情報です。

提供例

京鉄道運行情報

My鉄道へ
▼関東

- JR東日本=宇都宮線
平常運転(07/16 17:40)
- JR東日本=常磐線 列
車遅延(07/16 17:30)
- JR東日本=高崎線 平
常運転(07/16 14:12)
- 都営地下鉄=都営浅
草線 平常運転(07/16
12:30)

朝日新聞が提供する携帯電話向けサービス、朝日ライフラインNEWSの情報として利用されています。
* 気象情報、緊急情報なども提供中。



検索サイト goo の路線ページに掲載される運行情報として利用されています。



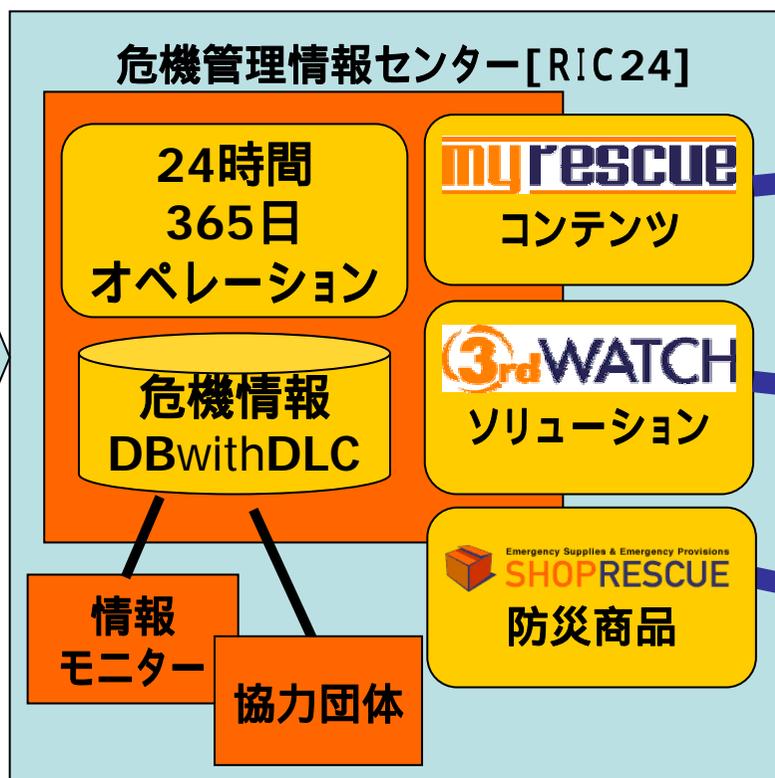
読売新聞のインターネットサイト、YOMIURI ONLINE の交通情報として、利用されています。

レスキューナウのビジネススキーム

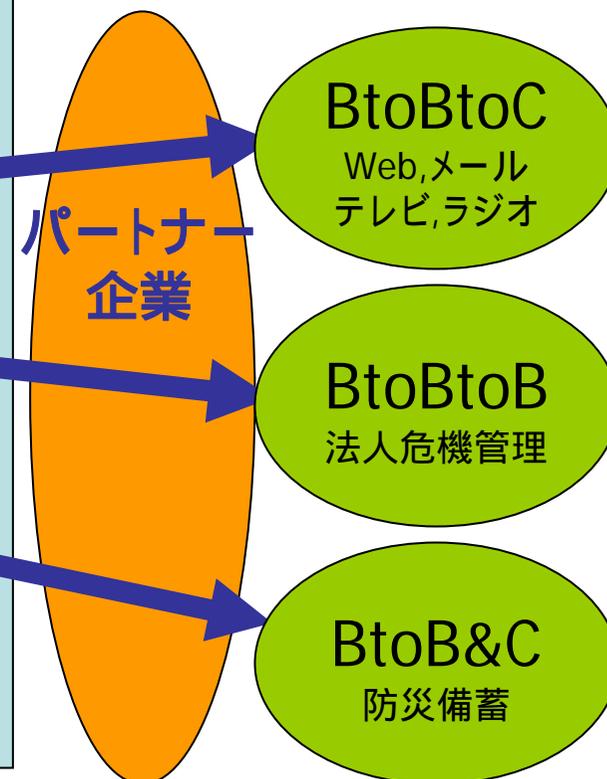
危機情報



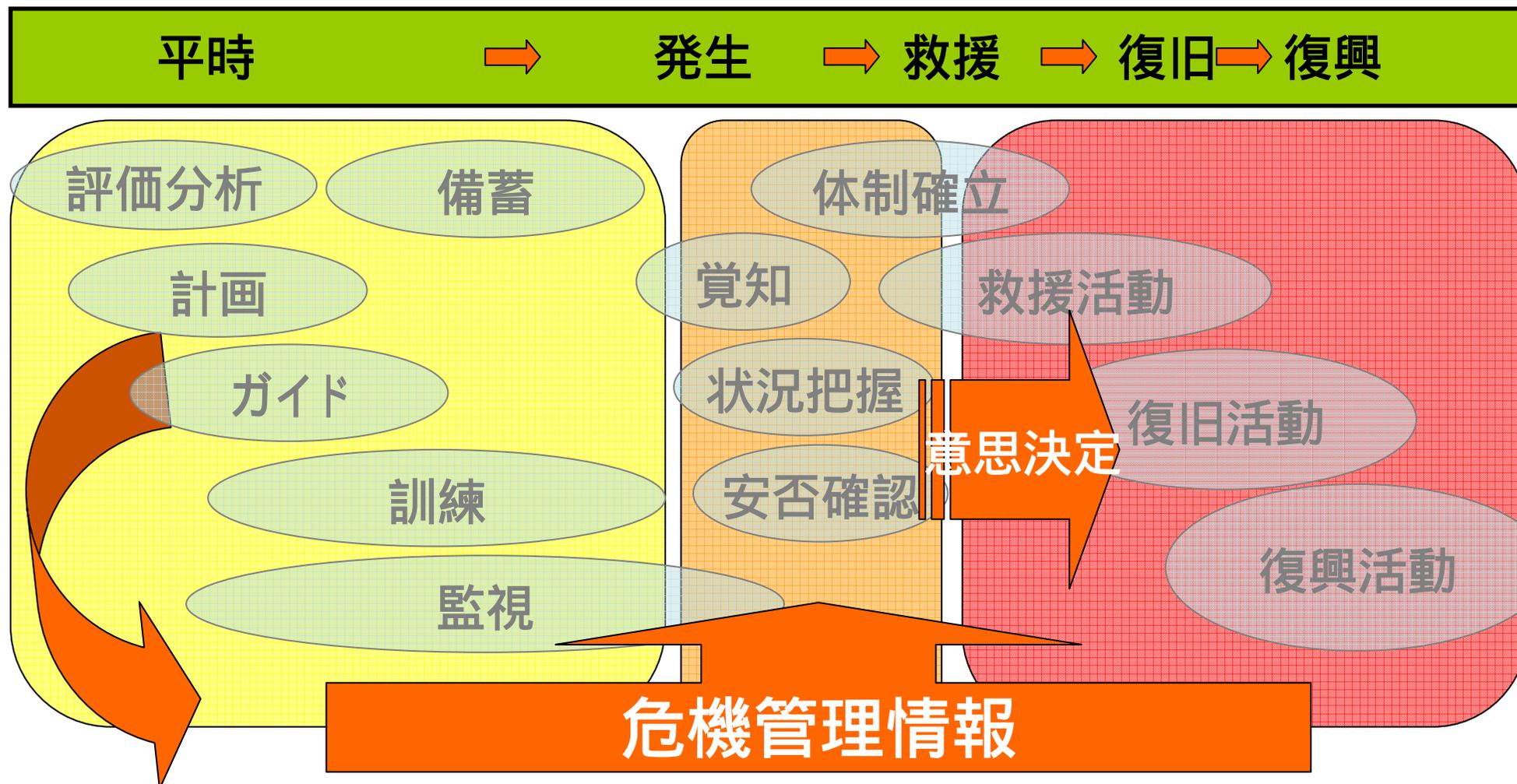
レスキューナウ



ビジネス展開



情報は危機管理対応の要



経営者および災害対応部門に求められる災害時の判断

早期の被害状況の把握

被害状況が入手できない場合の最悪状況の検討

ビジネスチェーンの被災状況の把握

事務局要員の早期動員

先遣隊の派遣

< 初動 >

業務の影響範囲の確認

災害時対処の基本方針の決定

対策の優先順位付け

復旧目標の明示

初期対応の指示および進捗管理

臨時チームの創設と責任者の任命

代替先への移転可否の決定

バックアップシステム稼働の可否

復旧資材の確保

再開した業務の状況把握

追加として必要な資材の把握

現状への復帰の判断

再発防止策の検討

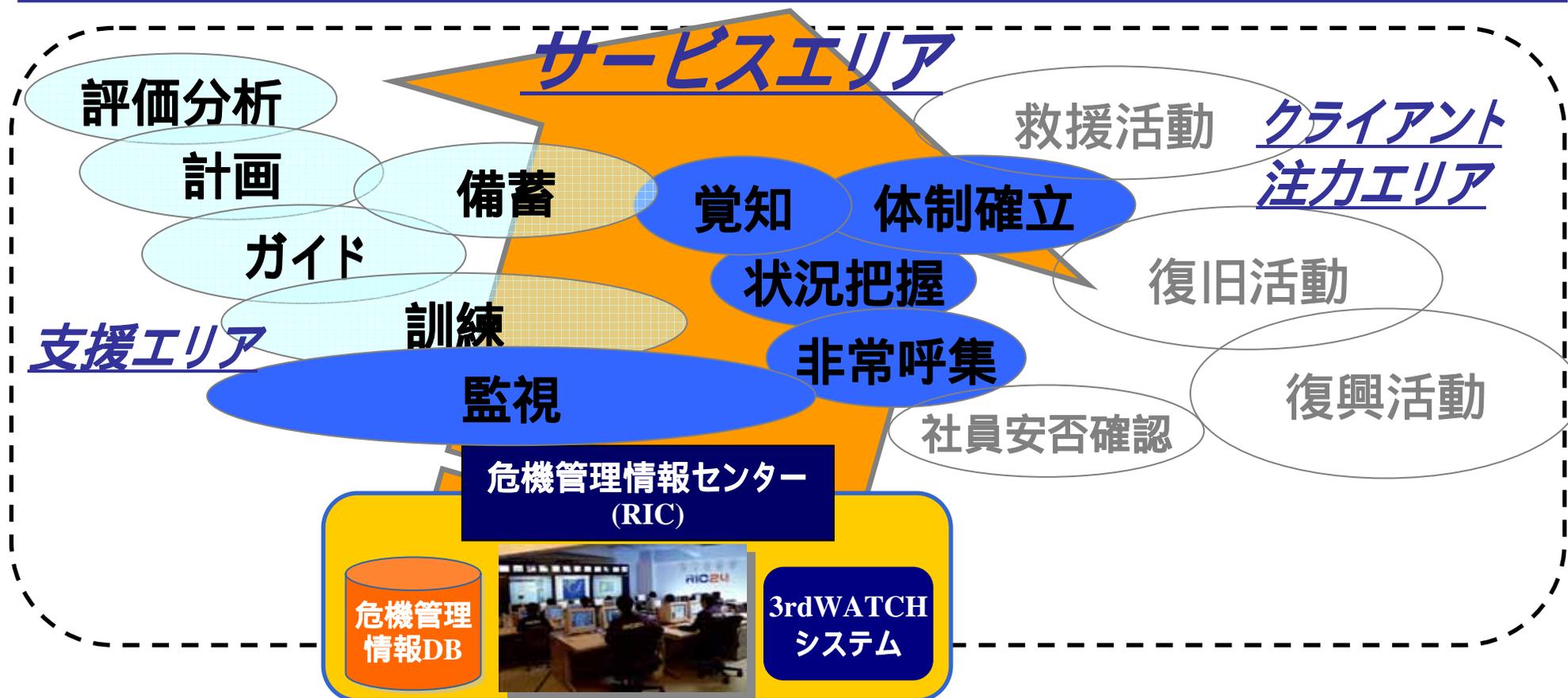
臨時予算の確保

関係者への説明

* 中央防災会議「事業継続ガイドライン第一版」より

3rdWATCHサービスエリア

平時 ⇒ 発生 ⇒ 救援 ⇒ 復旧 ⇒ 復興



用意すべき防災用品の商品事例

その瞬間を生き残る



<耐震器具>

- ・蛍光灯飛散防止フィルム
- ・耐震マット
- ・マグニチュード7 など



- (1) その瞬間を生き残る(耐震補強)
 - ・災害直後に最も警戒しなければならないものは、蛍光灯など頭上からの落下してくる物への対策
 - ・身近にあるロッカーや壁などの倒壊を防ぐことが必要

その場を脱出・救助する



<緊急脱出>

- ・工具(救助・工作)
- ・防煙用マスク など



- (2) その場所から脱出する(緊急脱出)
 - ・避難する際、日頃から身近に防災用品を備える(身の安全の確保・視界の確保・呼吸の確保)
 - ・脱出経路の確保として、倒壊物などの撤去工具
 - ・生命に関わる負傷者の応急処置

その時を生きながらえる

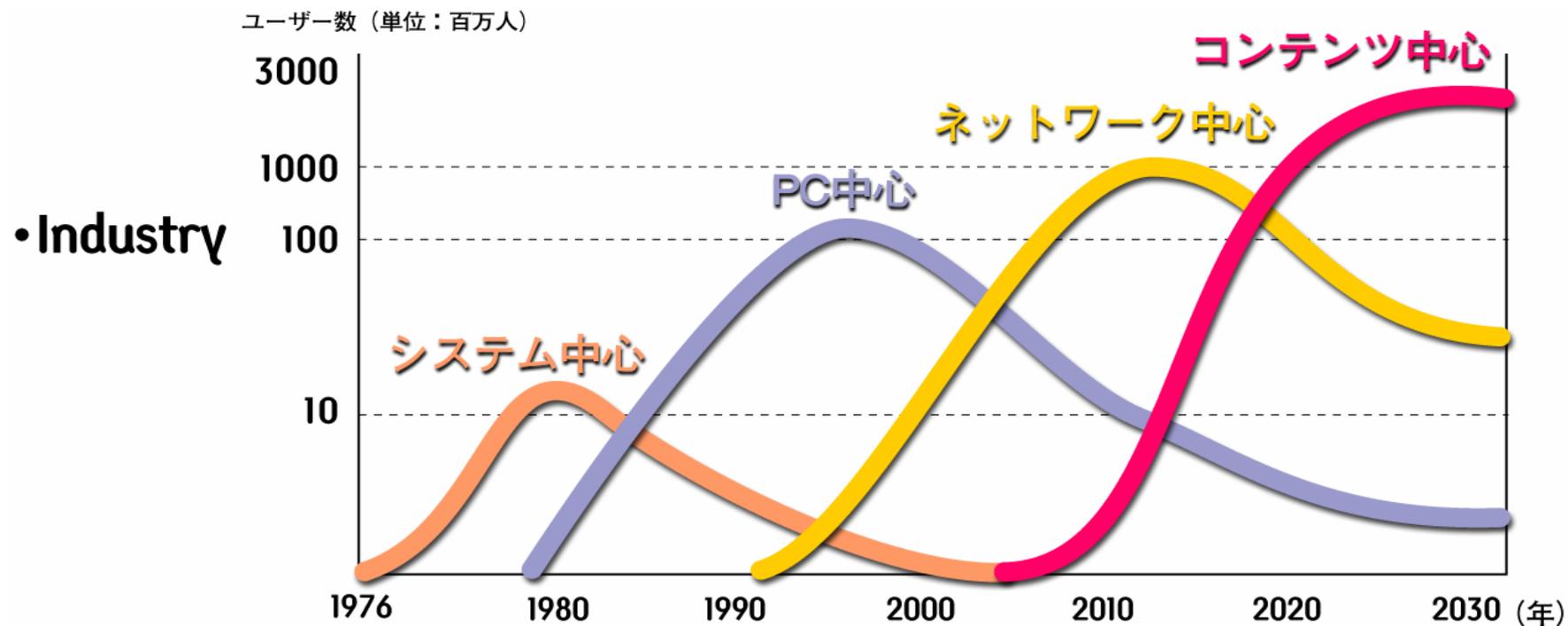


<非常食:1dayレスキュー>

- ・毛布
- ・トイレ
- ・ラジオ など

- (3) その時を生きながらえる(非常食・生活用品)
 - ・無事避難後、業務継続や帰宅困難な社員やパートナーのためにも最低限の食料を備蓄
 - ・災害時のライフライン復旧までは大体2日程度だったため、最低限1人1日分の食料を確保
 - ・水が使えない可能性があるため排泄対策用品の備蓄が必要

情報ビジネス覇者の流れ



「覇者の未来」デビッド・C・モシュラ著
佐々木浩二監訳 (1997年9月)

当社がいかにして 災害情報をビジネス化してきたか

- ・オンリーワン： 災害情報の専門企業
- ・汗！汗！汗！： 日々24時間実戦
- ・リスクと責任： 自社取材・編集
- ・集中と分配： 集中投資と月額料金制
- ・継続と実績： 一貫したビジネスモデル追及



企業防災を進めるには？

言ってみせ

やってみせ

やらせてみないとわからない