

第3回議事概要

1. 検討会の概要

日時：平成21年3月17日(火) 9:30~12:20

場所：ホテルフロラシオン青山 1階「はごろも」

出席者：大林座長、渥美、宇佐美、加賀谷、角野、田中、傳田、成田、野田、細坪、丸谷、本山、渡辺の各委員（五十音順、敬称略）

2. 議事概要

事務局から前回議事概要の説明を行い、角野委員、本山委員、渥美委員及び中小企業庁から各種取組の概要や課題に関する報告等に続いて、取りまとめに向け先行的に着手すべき課題などについてご議論頂いた。委員からの主な意見は以下のとおり。

- ガイドラインの改定を行う際には、用語の説明や平易化などを含め、中小企業を意識したものにした方が望ましい。
- 行政による普及啓発の方法としては、BCPに関する冊子の作成、ホームページの開設、大規模なセミナーなどを行う事が多いが、20~30人規模のセミナーを繰り返しやっていくのが効果的ではないか。
- 都道府県レベルの取組では企業との間に距離があるため、市区町村レベルの連携が必要になってくると考える。また商工会議所などのレベルよりも、むしろ業界団体レベルでの連携の方が効果的ではないか。
- BCPの策定後の見直しでPDCAを実施していく事が重要であると考えますが、このBCPの運用部分については行政サイドでは支援しづらいところがある。
- 保証制度や融資制度などの場面で、企業が策定したBCP策定の水準を判断する場合において、その判断基準を作るのは簡単ではなく、業種毎の違いや判断する側の目的によって違ってくるであろう。BCPの判断基準を作ってもらえっかくの機会であるという観点から広く包含するような基準をつくれればよいのではないか。
- 事例収集・情報提供の仕組み作りについては、官民共同で進めるような仕組みがよいのではないか。
- BCPの普及促進には経営者にアプローチして認知度を上げることが必要であるが、ガイドラインの改定はある程度の策定意欲のある企業向けであり、経営層へのアプローチ方法は別に検討すべきではないか。
- BCPの策定率が低い現状は、策定に関するインセンティブがないことの裏腹でもあると考えられないか。インセンティブや資本市場とのつながりのフィードバック

ク等も急ぐべきではないか。

- BCPの普及のためには、CSR的な側面、同業他社との比較の観点、資本市場からの評価の観点の3つが考えられる。これらの観点からガイドラインの見直しや、BCP策定のインセンティブ付与などを検討する必要があるのではないか。
- 同業他社との比較については事例収集で対応が可能であると考え。事例が収集されていけば指標が出来るようになり市場からの評価も行われやすくなり、そのことが経営者のBCP策定意欲につながっていく効果も期待できると考える。
- すべての事象を巻き込まねばBCPにならないというのはもったもだが、企業の立場からいえば、個別の事象にどう対処するかを考えることがBCPをはじめのきっかけとなる。また、新型インフルエンザなど時期に合わせたものをテーマとして設定して、入り口を広げていくのが重要ではないか。
- BCPの普及に関して、企業にとってはいきなりBCPの全てをつくるのは難しい。例えば、質問に答えていけば簡易的なBCPができあがるような段階的な取り組みが示されている仕組みがあればいい。
- 中小企業へのBCPの普及を考える際にはツール（ガイドライン）の議論より先に経営者へのアプローチが必要ではないか。
- 経済対策で予算を投入するとすれば、災害対応インフラに税金を投入するようお願いしたい。
- BCPを策定する際には、電気や水道などのインフラ対応によって大きく内容が変わってくる。インフラの復旧日数の目処がわかるようインフラの整備をしてもらえれば、民間企業にとってはBCPの策定のハードルが下がると思われる。
- 新型インフルエンザへの対策は、多くの企業にとって事業継続というよりはより深刻な経営存続という側面を有する。このような観点でBCPの普及策を議論していく必要があるのではないか。
- 内閣府ガイドラインは普及率や知名度ではガイドラインの中では最も普及しているため、マスター的なガイドラインとしての位置づけにある。よって内閣府ガイドラインを見直すとすれば、各省庁との調整を行ってから全体の構成、範囲を定めないと細部の検討に進めないのではないかと思う。
- BCPの普及に関しては、サプライチェーンの流れの中で大企業が取引先に対しBCP策定の要求をきちんと行うことにより、中小企業の普及率も上がるのではないか。
- 大企業のBCP策定担当者・経験者がサプライチェーンや地域のサポートチェーン（注）の企業がBCPを策定する際の指導をすると良いのではないか。これらの

活動をCSR事例として内閣府のホームページで紹介するとBCP策定の取組が広がるのではないか。

(注) サポートチェーン：企業において事業を継続する際に必須となるメンテナンスや外部委託業者等のことを指す。

- 普及啓発に関して中小企業へのアプローチが不足している。具体的な方法は様々あるが、BCPという名称を用いないことも含めて、いかにハードルを下げるかについて今後さらに議論が必要である。

以 上