

第3版 解説書(表紙)

事業継続ガイドライン第三版

—あらゆる危機的事象を乗り越えるための戦略と対応—

解説書



内閣府(防災担当)

Cabinet office, Government of Japan

平成26年7月

第3版 解説書(目次)

はじめに	2
解説書の読み方	3
【序論】 事業継続の取組とガイドラインの意義について	5
1. 事業継続の取組が注目されてきた理由	5
2. 第三版公表の意義	7
【総論】 実効性のある事業継続マネジメント（BCM）を実現するために	9
1. 事業継続計画（BCP）及び事業継続マネジメント（BCM）とは何か	10
2. 事業継続マネジメント（BCM）は経営戦略の一部	14
3. 事業継続マネジメント（BCM）の実施体制のあり方	15
4. 事業継続能力を高めるためには	18
5. 利害関係者（ステークホルダー）の重要性	20
6. 他主体との「連携」の重要性	23
7. 求められるリーダーシップ	26
【各論】 ガイドライン各章の解説と補足説明	28
I. 事業継続の取組の必要性と概要	28
II. 方針の策定	33
III. 分析・検討	35
IV. 事業継続戦略・対策の検討と決定	41
V. 計画の策定	59
VI. 見直し・改善	62
参考資料 1 総論説明対応箇所の一覧表	68
参考資料 2 各省庁、業界団体等から公表されているガイドラインの例	72
付録 1 参考文献	74
付録 2 関係者一覧	75

総論

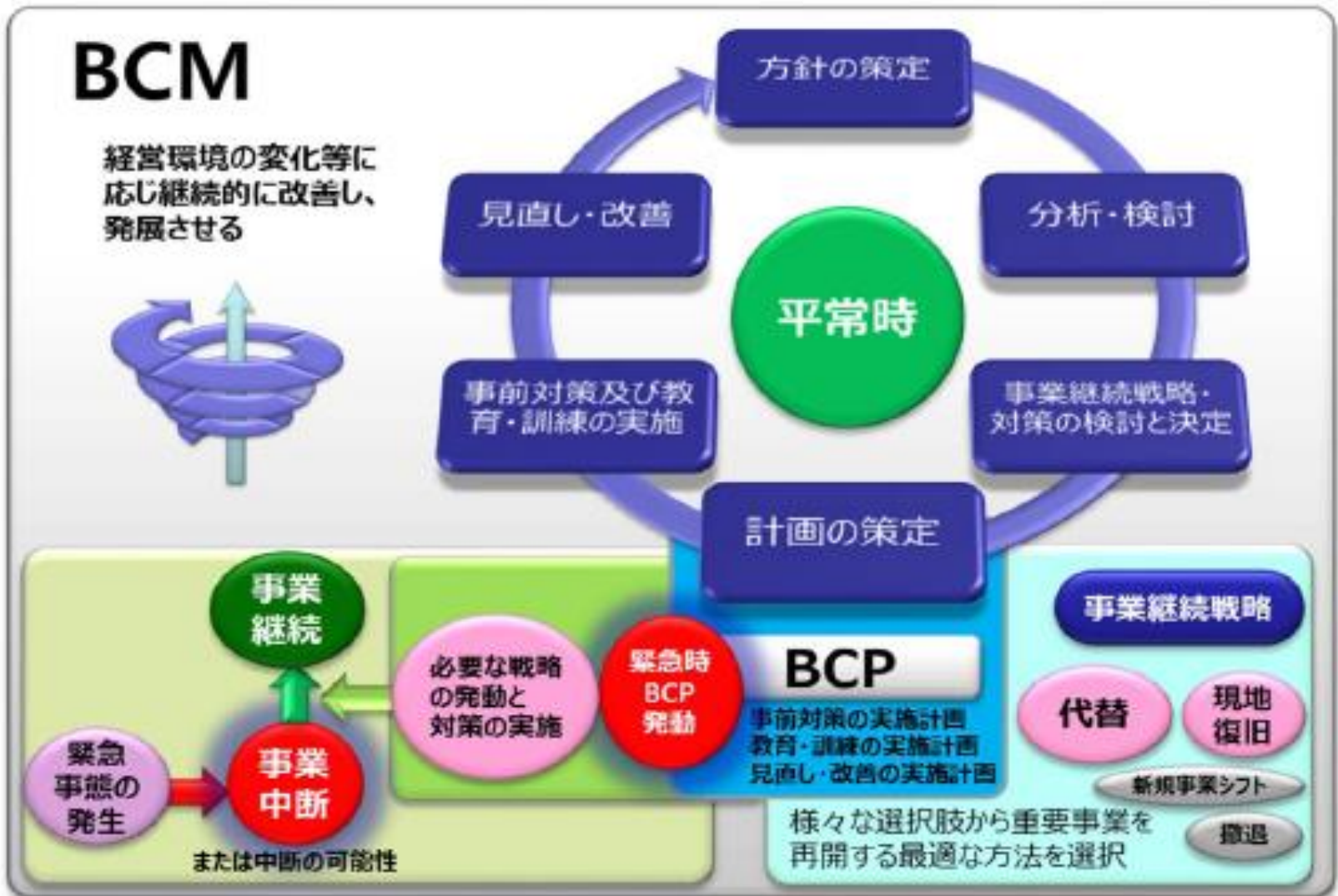


実効性のある BCM を実現するために

1. BCP 及び BCM とは何か
2. BCM は経営戦略の一部
3. BCM の実施体制のあり方
4. 事業継続能力を高めるためには
5. 利害関係者（ステークホルダ）の重要性
6. 他主体との「連携」の重要性
7. 求められるリーダーシップ

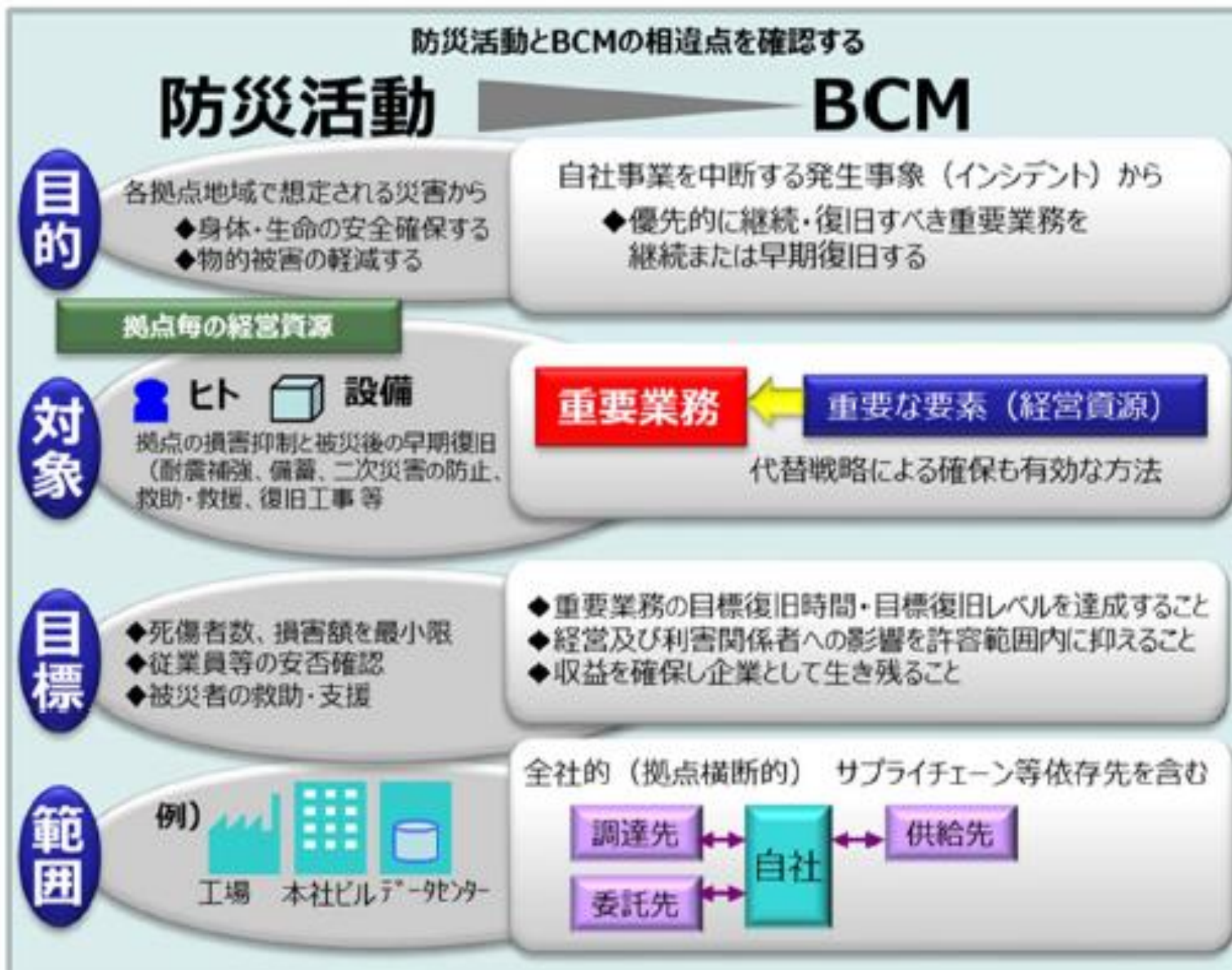
解説書(P10)

BCPとBCMの関係 (イメージ)



解説書(P13)

防災活動とBCMの関係 (イメージ)



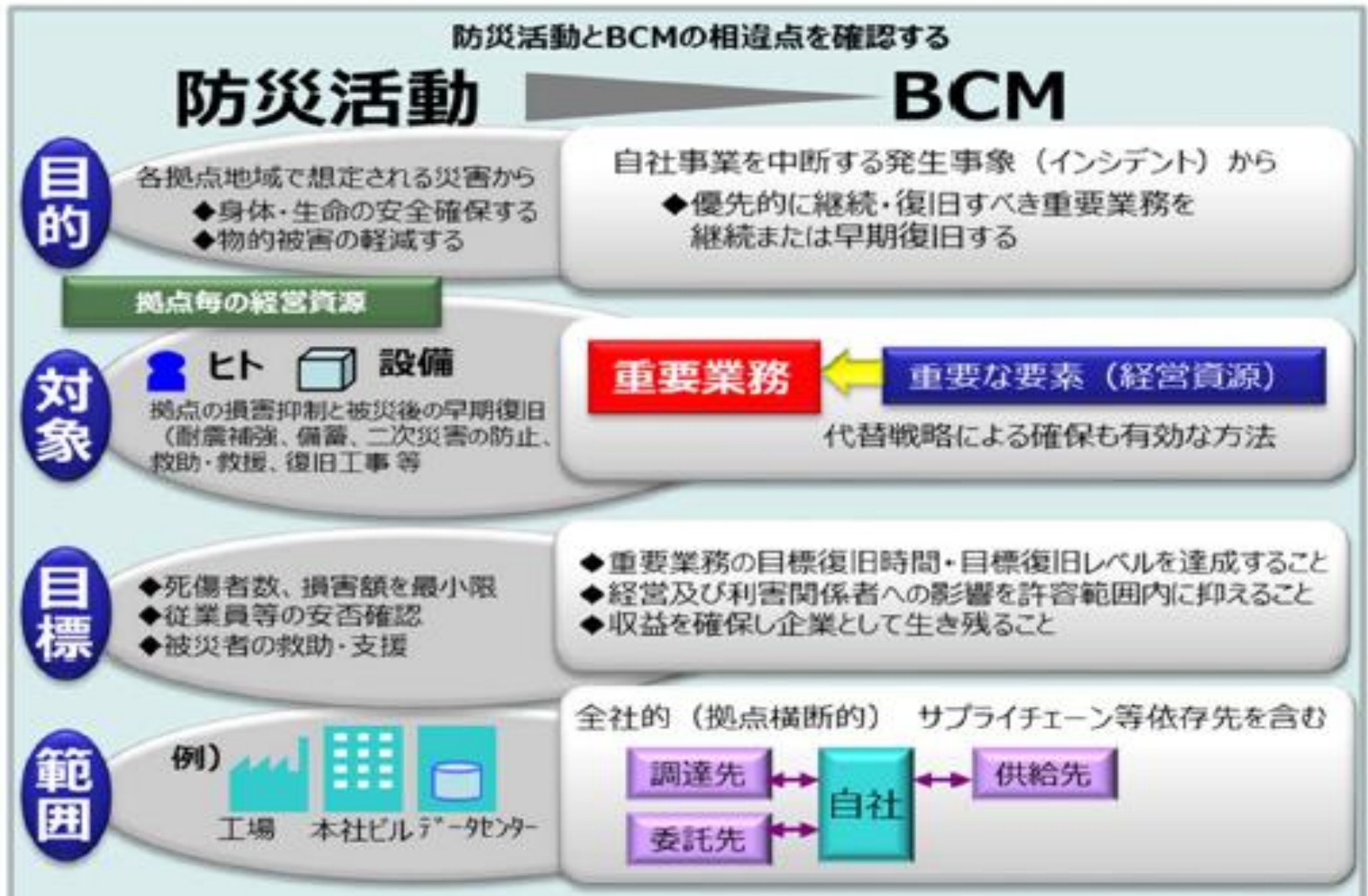
事業継続マネジメント(BCM)は経営戦略の一部

Key POINT BCMを経営戦略として考えるべき理由やメリットの参考例

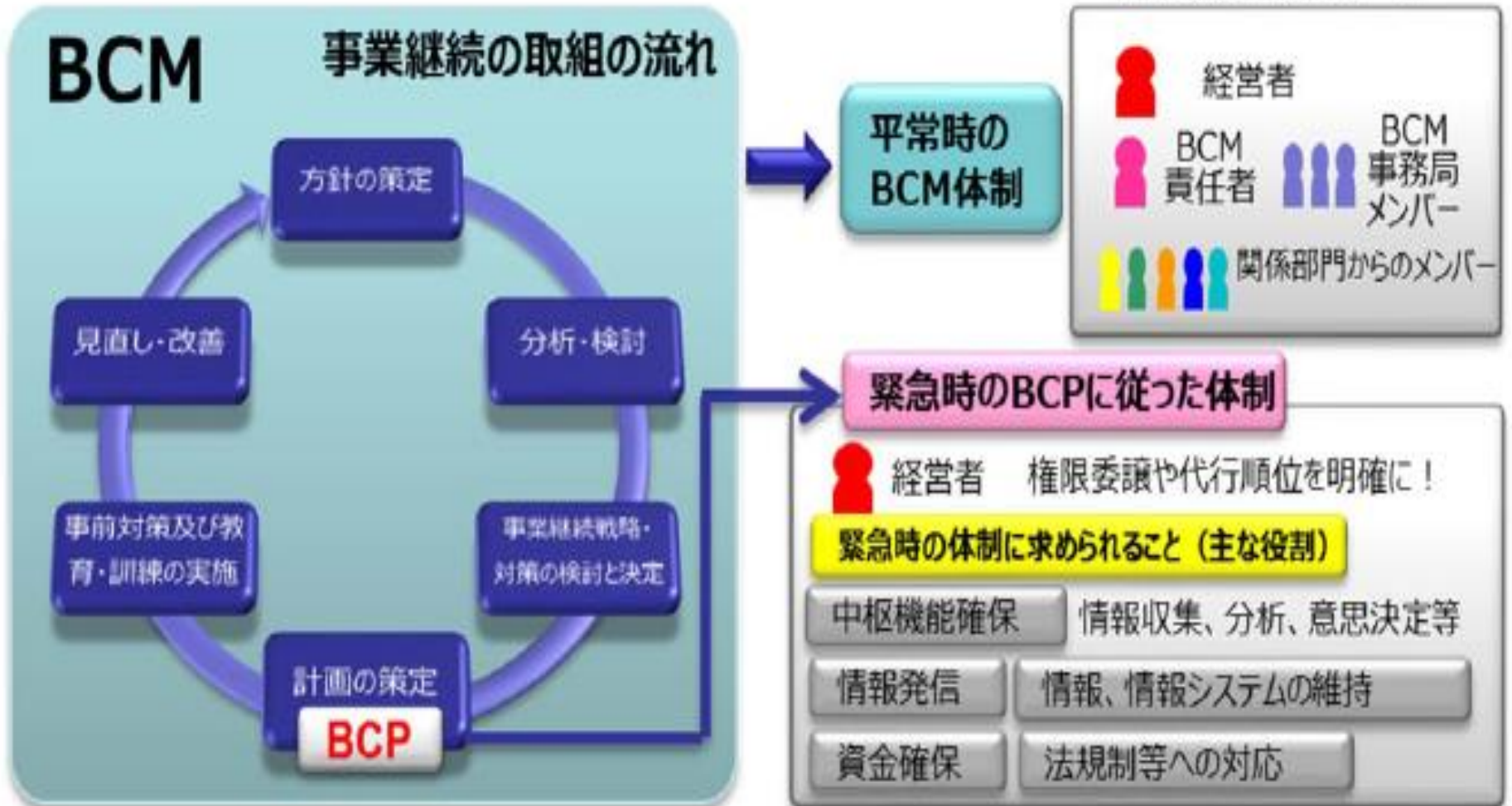
- ✓ BCMには、経営者のリーダーシップと意思決定が不可欠
- ✓ 代替戦略などの事業継続戦略の多くは経営者が決断すべき経営戦略である
- ✓ BCMにおける「重要業務の選定」は経営の「選択と集中」と関わることが多い
- ✓ 事業継続能力を高める対策・努力は、業務の効率化、経営資源の見直しにつながることも多い
- ✓ 経営戦略は戦略目的の達成のために経営資源を分配するが、BCMもまた同様である

解説書(P15)

防災活動とBCMの関係 (イメージ)



BCMの実施体制 (イメージ)



解説書(P20)

企業・組織のBCMと利害関係者の関係（例示）



企業価値を高めるBCM

BCM



経営環境の変化等に応じ継続的に改善し、発展させる



平常時のBCMプロセスをまわしていく！

取引先が増えた

自社ホームページでBCMを開示したことで、供給責任を果たす企業として信頼獲得につながり新たな取引につながった。

人材を育成できた

クロストレーニングを実施した結果、複数の業務に対応できる人材が増え、業務への理解と対応力が深まった。

業務を効率化できた

災害時にも誰でも使えるよう機械の操作をわかりやすくした結果、通常時の操作も時間短縮できた。

解説書(P32)

経営戦略と連動した「儲かる」BCM

危機的事象により経営環境の変化等が生じた場合、的確な判断と迅速な対応により、損失を軽減することが重要ですが、それだけでなく、収益を上げ続けることも企業として求められます。そこで、平常時における「将来の事業拡大に向かって組織を発展的に改善する経営戦略」と連動した BCMに取り組むことにより、危機的事象への意識が日々のイノベーションを刺激し、平常時の組織の体質・文化が変わり、災害に見舞われても「儲かる」ビジネスの継続につながる、といった視点の重要性も指摘されています。このような「儲かる」BCM を実践することで、新たな商品・サービスが早く軌道に乗り、事業競争力を高められ、企業価値を高めることも期待できるでしょう。

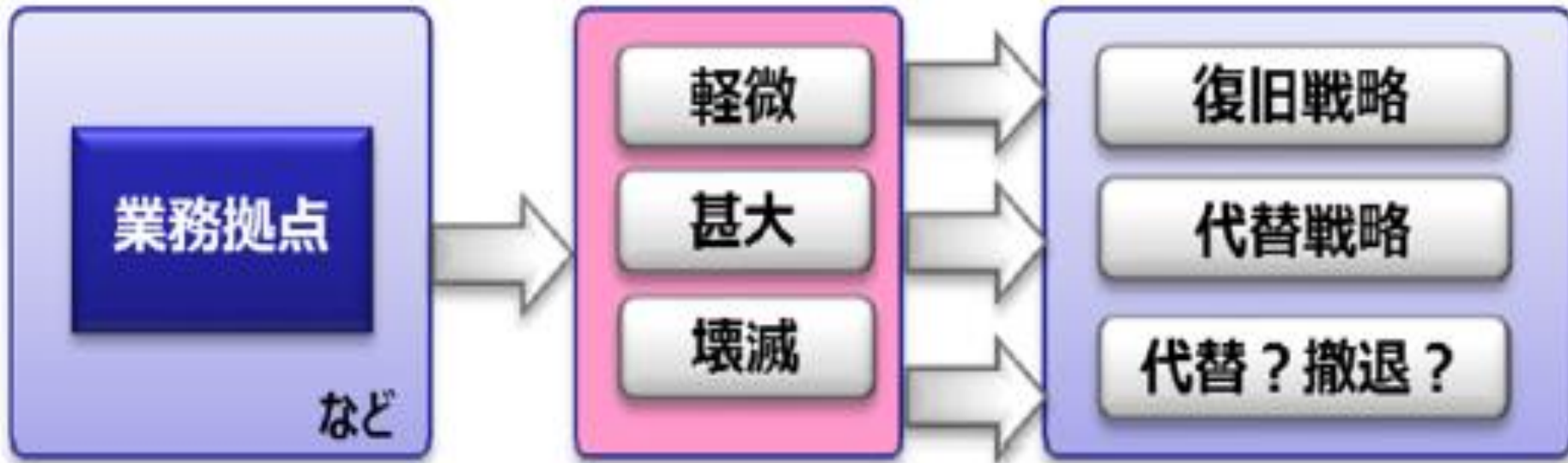
解説書(P44)

被害状況を段階的にわけて戦略を考える（イメージ）

重要な経営資源

被害状況

事業継続戦略と対策



解説書(P47)

緊急時の相互協力から平常時の成長戦略へ

お互い様の「災害時相互協力協定」を締結しただけでは平常時の収益にはつながりませんが、発展的な取組として、岡山県にある小規模プレス加工業 C 社が、新潟県のプレス会社 2 社と「災害時相互協力協定」を締結するとともに、タイにある数百人規模のプレス会社とも連携体制を構築した例があります。これにより、平常時のマーケティングの武器として地域の異なる受注を得る活動、さらに、加工・輸送に関する仕事の融通など、成長戦略に連動する取組が始まりました。このような取組をベースに、タイでは大洪水以降「お互い様プロジェクト」が立ち上がり、日タイ企業間で覚え書を締結するなど、平常時の連携が始まっています。

①プレス加工業者C社

:(株)賀陽技研(吉備中央町)

②日-タイお互い様プロジェクト

:特定非営利活動法人 危機管理対策機構 理事・事務局長 細坪 信二 氏
タイ国家経済社会開発委員会 政策顧問 松島 大輔 氏