

“ポストコロナの さがみはらを 考える”

はじめに

ポストコロナの時代は、社会の通念すなわちパラダイムに大きな変化をもたらします。今回はワクチン・治療薬により対処できたとしても、数年後には、また今回同様の感染症や人為的要因による事態により社会経済活動が停止してしまうことを前提に、事前の危機管理対策をしていかなければなりません。

相模原の良さは、地震災害に強く、市街地が高密度化しておらず、飲料に関わる水資源も豊富にあり、治水においても不安が少ないなど、優良安全都市として誇れることです。

市営病院こそ持たない相模原市ではありますが、地域に密着した医院、病院（民営、企業、組合運営、大学、国立）があり、相模原市民の健康が維持され

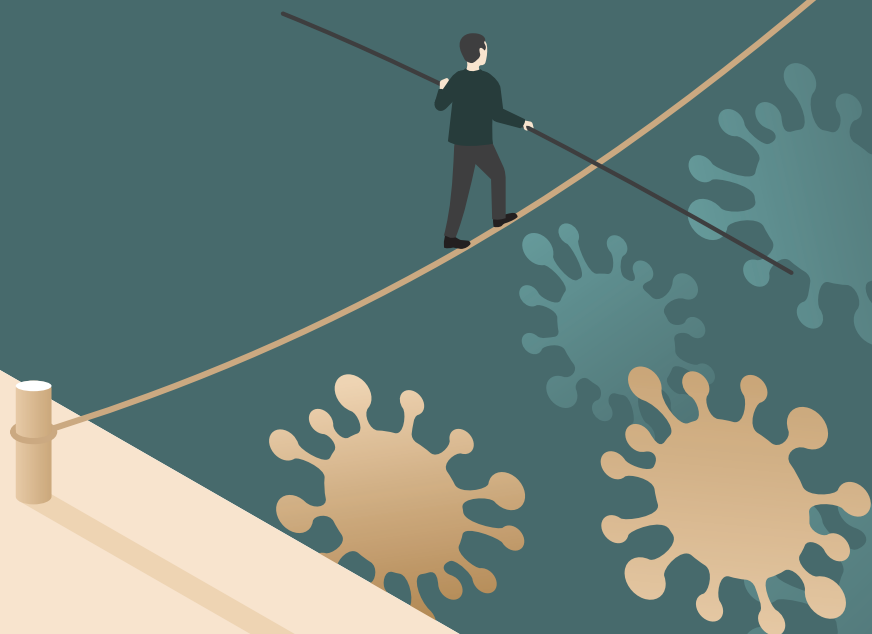
ています。これらについては、医療関係機関の現状を正確に確認し、素早く情報発信する仕組みが必要です。

都市形成についても、相模原駅北口および橋本駅周辺の再開発は、相模原の強みを活かした都市像を描き、「東京」という超過密都市とは異なる、選ばれる都市を構築する絶好の機会となると考えます。

今回の感染症が制御可能になれば、また元の生活に戻れるかもしれません。しかし、数年後、再度対処の難しい新たな災禍が訪れ、「あのとき、急激な社会変化にも適合できる仕組みを構築しておけばよかった」と、また皆が口にする事のないよう、“さがみはら”だから出来ることを提言したいと思います。

提言

「新しい働き方」



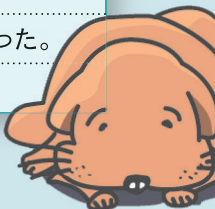
コロナ禍で感じた

生の声



困ったこと

商業	<ul style="list-style-type: none"> ▶ コロナ禍において、人通りが大幅に減少し、売り上げにも影響。密になるイベント（入学式・卒業式・式典）が開催中止になり多様な業種の売り上げに影響。 ▶ 学校行事（卒業式など）、社内式典、イベントなど減少し花卉業界が打撃。 ▶ 国による経済対策のアクセル（消費喚起の割引キャンペーンやキャッシュバックなど）とブレーキ（感染防止対策）との同時発動は、対策ストーリーを明確にしなければ困惑が生まれやすい。
飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 飲食店は売り上げに大きな影響を受け、街全体で取り組まないと地域の外食文化が危機へ。 ▶ 会社関係の宴会、外国人観光客がゼロ、周辺の店も売り上げ面で大きな影響。 ▶ しばらくお客が来ることができない時期が続き、売り上げに大きな影響。
観光・宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 全世界的に経済活動が停滞し、観光、宿泊、飲食などのサービス業が大打撃。 ▶ 売上が大幅減。雇用調整助成金がなければ雇用維持はできなかった。観光バスのみで営業しているバス会社は相当厳しい。
冠婚葬祭業	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 三密回避のため結婚式・葬儀の縮小・中止傾向で、売り上げ面で大きな影響。
物流業	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 業務内容は三密とはならないが、始業・終業の点呼時や、物品の受渡しがあり、事務所内での待機時間中は人との接触が多々あり感染予防が必要。外食・建設・輸出品等を扱う物流業者は落ち込みがあったが、食品・日用品・通販等を扱う業者への影響は少なかった。他業種からの転職希望者が増えたが、低賃金、長時間労働などの業界問題がハードルとなる。未経験者への研修費等の負担、事故リスクの増加などでなかなかマッチングには至らない。
不動産業	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 賃料の期間的な値引きや退去、学校の講義のリモート化で入居者が減少し大打撃。
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 不特定多数が集まる工事現場では朝の検温・手洗いの推奨等の対応はしているが、休憩スペースなどの確保ができず、三密の回避・消毒・熱中症対策などの管理が困難。特定の顧客に計画から施工まで一人で対応するケースが多いので、感染リスクで外出を抑制。 ▶ 世界的なサプライチェーンの停滞で一部物資の不足が起これ工程に大きく影響。顧客訪問が必要な仕事で、社員が顧客訪問する際のコロナウイルス感染予防の徹底、及び帰社後の社内での感染予防の徹底が重要かつ課題。
教育関係	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 大学での講義の殆どが「オンライン化」しており、実験や実技の機会がなくなった。学生同士や大学関係者との交流から生まれる「何か」が不足してしまう。
納税面	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 確定申告、法人税申告の時期に行動制限がかかり調整が求められた。
仕事面	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 健康状態に確信の持てない中では、高齢者のいる家への訪問にストレスが増加。 ▶ 会議イベント向けのレンタルスペースの利用者がなく、売上が減少。創業支援施設として、来所する相談者との面談を行っているが、マスクもせず相談に来る方もおり、面談対応に苦慮している。 ▶ ローテーションで在宅実施。在宅勤務中は同僚とのコンタクトに問題は無いが、社内資料の守秘義務問題があり作業効率は大幅ダウン。コロナ対策のための備品購入等の費用増加。 ▶ 従業員を在宅勤務にすると、出勤する必要がないと言う従業員もいた。 ▶ オンライン上では、相手の要望を聞きつつも、伝わり方の違いから、行き違いが発生する事案があった。 ▶ 展示会のブース製作業務において、展示会自体がなくなったので、大幅に売り上げ減少。





困ったこと

仕事面

- ▶ 時短勤務となり、ものづくりの稼働率が下がった。
- ▶ 助成金の申請書類の作成手順が分かりづらい。
- ▶ コロナ禍により先行き不透明で注文が減少。納入予定の延期が多々発生している。
- ▶ 依頼した仕事の納期が希望よりも大幅に遅れることが多い。
- ▶ テレワークで対応出来るのは一部の人で、職場に行かなければ仕事が出来ない人達があり対応に困惑している。小規模な事業所は一部でも感染者が出たら全滅する。
- ▶ 高齢者施設の出入り制限のため、定期清掃が余儀なく中止。在宅ワークを実施したが、細部に渡って難しさがある。
- ▶ 取引先が大手で早々に在宅によるテレワークとなったため、注文が止まった。
- ▶ 緊急事態宣言により大型製品の生産が一時中止となり、保管コストが増加。
- ▶ 飲食業と比較すると現段階ではいいが今後はどうなるかという不安がある。リモート会議だと意見交換が上手くできない。
- ▶ 従業員が感染し代替人員がおらず困窮。一時的休業による、売上減少や顧客離れが発生。
- ▶ クライアントの業績低下。既存のクライアントも安泰ではなく、廃業の相談。新規の顧客獲得をどうすべきか検討。接客が困難になり営業活動が困難な状況が続く。
- ▶ 新規事業の延期。研修・セミナー事業が全て中断。準備のための費用回収が見込めない。
- ▶ 会社は、休業すること無く事業継続するために、社内の感染拡大予防対策として、三密を避ける対策を講じた。
- ▶ 政府の緊急事態宣言で、会社の属する地方自治体等の感染拡大予防ガイドラインを参考に全社一丸の防止対策を敢行。
- ▶ 事務所の勤務時間を AM9 時から PM4 時までの 1 日 6 時間勤務に変更し、帰宅ラッシュ時に電車に乗る危険を避けた。
- ▶ 従業員の分散化班交代勤務化。従業員が週 1～2 日のみの出社で自宅でのテレワーク化に変更。
- ▶ 急遽ノートパソコンを社員分購入しテレワーク可能な体制に変更。パソコン整備で出費が増加した。
- ▶ 対面での打ち合わせが多いのでなかなか以前のような業務形態では対応しきれない場合が多い。
- ▶ コロナ対策で自家用車通勤や社用車通勤などを可としたため、通勤定期代+駐車場費用、燃料費などが追加が必要となっている。
- ▶ デスクごとのパーティション設置や非接触照明などの導入により、対策費用が増加。
- ▶ コロナ対策として、テレワークが推奨されたが、自宅にプリンター、スキャナー等がなく、押印や直筆必須の業務に関して、出社しなければ、対応できない事も多い。
- ▶ お客様の家での見積りの際、マスク越しの会話に苦勞することがある。お客様との距離感にも気を使う。例年以上に仕事の入りか読めないのも、材料の仕入れなど苦勞する。

生活面

- ▶ 外食・観光業を営んでいる知人のお店・宿などを利用してあげたいが、世間の目を気にして行きづらい。
- ▶ 自治会・町内会の活動が制限され、祭りなどの行事もできない。
- ▶ 終息の見通しすらたない状態が不安。情報は一面的なものが多く、ワクチンについても不確定な情報しか聞けない。
- ▶ 行事・イベント（祭りや地域、街おこしイベント、親睦会、バス旅行）などが中止。
- ▶ 各種選手権の延期で運賃キャンセルに関する返金に苦慮。
- ▶ 感染拡大予防策自体が手探り状態で不安。メンタル面が不安定化。
- ▶ 疾病に関して様々な情報や繰り返されるメディアの情報に翻弄され、いじめや差別を生む事態が起こっている。
- ▶ 友人と集まらない。対人関係が希薄化。
- ▶ 感染が怖くて外食が激減した。特に夜間の外食や会合等は避けている。ストレス解消が出来ず、メリハリのある生活が出来ない。
- ▶ 家族内感染が心配で、家族での外食、外出、帰省、お見舞い、レジャーが出来ず、気分転換もままならない。
- ▶ 外出できないことで、巣籠生活に慣れた。





コロナ禍で感じた

希望の声



voice / 01



- 相模原商工会議所のテイクアウト用フラッグを市内飲食店へ配布する事業を継続する。
- テイクアウト及びランチ営業について、ポスティングチラシを周辺地域に配架し、新規顧客を獲得した。
- 送別会などをリモートで開催するなど新しい習慣が生まれた。
- 国、地方自治体が支援する感染予防対策の情報発信強化。
- 商店会のクラウドファンディング事業や飲食店のテイクアウト情報をSNSにてPRする。
- 街中テラス事業（商店街アーケードエリアを活用した販売）を実施していく。
- 商店会内で補助金や助成金などの支援情報を共有。
- 飲食店については、テイクアウトができることをPRするフラッグを作成。また、SNSやYouTubeなどを活用することによって店舗をPRした。
- VRを活用したコミュニケーションのメリットを学び推進するシステムの構築。
- 市内の「空き家」や「アウトドア」情報に特化した、さがみはら情報バンク（総合情報サイト）を開設し、ポストコロナの時代に備える。



voice / 02

- 人類全体がこのコロナに対して理解を深め、抵抗力を持つこと。
- 感染予防の工夫や対策を新方式として確立し、以後、実証例として活用。
- 地元の飲食店が大変なので、少しでも貢献するためにテイクアウトをしている。
- 風評被害、差別につながるような情報の発信がないように細心の注意を払う。



voice / 03

- 正しいコロナ感染拡大防止対策を啓蒙し実践することが重要。
- ひとりひとりの認識と対応策実施により感染は防止可能であり、コロナと付き合っていくという新たな生活観の定着が必要。
- 今ある商品をコロナ禍に対応した商品にブラッシュアップさせていく。





voice / 04

- 感染症に対する、BCP・BCM^[注1]を市は今後策定し、備蓄などを含めた安全、安心を構築する必要がある。
- コロナ禍の現在は企業にとって逆風であるが、業務形態を変革させることが出来た企業にとっては新たなビジネスチャンス獲得の時でもある。
- 感染防止策について業界団体が先頭となりガイドラインの作成支援プログラムを構築する。
- 「できる感染対策の提示」「対策しながらの経済活動推進」「感染者への支援」「医療体制の強力な支援」などのために行政は積極的に説明・アピールすることを望む。



[注1]

BCP (Business Continuity Plan: 事業継続計画) とは、企業が自然災害、大火災、テロ攻撃などの緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段などを取り決めておく計画。

BCM (Business Continuity Management: 事業継続管理) とは、事業継続計画を策定構築し継続的に運用していく活動や管理の仕組みのこと。

中小企業庁 中小企業BCP策定運用指針より引用

voice / 05



- 人同士の接触機会を軽減するために、接客ロボットの導入支援。
- 生活・日常のストレスの解消を共有出来る取り組みを考える。
- ウェブ会議の積極的導入・VR (バーチャル・リアリティ) の新分野での活用・飲食店の出前の多様化を推進。
- 新規顧客獲得のためホームページのリニューアル。
- 研修事業については、インターネット会議システムを活用し対応した。
- パソコンによるリモートワークは、従業員の自主性に依存してしまうが、自主性を持つ人材であれば出勤をして勤務するより、逆に生産性が上がることが分かった。
- 補助金・助成金申請に関する負担を軽減するシステム構築が必要。
- ペーパーレス化の推進や、押印等の決済ルールの見直しを検討する必要がある。
- 感染症を想定した新しいBCP・BCMの作成を支援するシステムが必要。



『相模原市に望むこと』



01/ 情報

- 統一された感染症の正しい情報を逐一発信する行政スポークスマンが必要
- 混乱を招く情報の排除
- 情報の信頼性の付与（市の指定媒体の宣言）

02/ 指針

- 業界・業態に合わせた予防策・感染症防止対策の指針を発信
- 混乱の回避、適正な対応の指標の明言

03/ 事業存続

- 大打撃となった飲食関係はテイクアウトサービスの情報発信を平時から対応
- 接触感染に影響を受ける業種の保護、支援、事業継続に資する有事でも通用する新手法の検討

04/ 地域安全

- 自治会・町内会の活動は、情報伝達面をコアとして再構築
- 人口動態の激変に対応し、今までの自治会運営を改革
- ネット参加の拡充による機能維持を確保

05/ 事業継続 1

- 多様な災禍への対応項目にBCPを追加し、BCM運営状況の点検制度を企業・行政が実施
- 企業のBCPと連動した行政との連携策を構築
- 自助・公助・共助の仕組みを主導して構築

06/ 事業継続 2

- 補助金・支援金制度の情報発信を強化
- 非常時モード移行へのリードタイム短縮
- 事業継続困難時の各種存続支援制度の強化・周知・スピードアップ





提言

— 都市産業研究会が望む対策 —

01 市の公認情報機関の明確化・市内全域へ放送エリアを拡大し 民間FM局などをフル活用する

- ▶ 正確な情報を素早く発信し、不確実で混乱を招くようなSNS発信をチェック・訂正できる仕組みを
- ▶ 相模原市ホームページを、市民にわかりやすく正確な情報を得やすい身近なものに

02 各業界のコロナ感染対策(防止策)の状況を集約し、今後の指針を策定 事業者が安心して運営出来るルールを提示

- ▶ 行政によるわかりやすい認定制度を創出し、官民一体の事業の安全性・健全性を誘導

03 飲食接客業など感染症予防の難しい業態や 個人個人の適応力アップ

- ▶ 適応力アップ事業を商工会議所、業界関連団体、行政が連携しインセンティブ付与を強力に推進

04 人口減少、 高齢化社会の自治会の在り方を再考

- ▶ 地域の自治に大きく役割を果たす点を重視し、有事の運営方法を再考
- ▶ 独居高齢者や単身居住者が増える現状を直視し、自治会の運営を議論
- ▶ 高齢者などのネット情報弱者への保護・支援

05 企業・行政が今回のコロナ禍を含めたBCP/BCMの改訂を進めるとともに、 未取り組み企業に情報や内容の開示

- ▶ 未取り組み企業、民間団体、自治会などに最低限のBCP策定を支援
- ▶ BCMはイベントなどを通じ、災禍対策リテラシーを向上、持続

06 行政の補助金・支援金制度のわかりにくさ改善や、 情報提示の工夫

- ▶ 申請事業者の立場で的確でわかりやすい情報の作成・提示、申請支援を充実
- ▶ 補助金・支援金に頼らない事業者の耐力&体力アップを市ぐるみで支援

会員(役職以下・50音順)

会長	桑島 克也	大野土建(株)
副会長	安西 登	(株)K・A・S・H
副会長	小峰 望	のぞみ合同事務所
理事	市川 英一	(株)相模運輸
理事	大瀧 博行	大昇産業(株)
理事	唐澤 章三	焼肉八起
理事	砂川 貴幸	砂川豊店
理事	萩原 真澄	萩原製畳(有)
理事	原 保美	(株)エフエムさがみ
理事	山中 仁	(有)山中自動車商会
理事	渡邊 知雅子	(有)サガミピーアールセンター
会計	白井 一郎	
監事	井上 栄次	井上栄次税理士事務所
監事	小野 弘	小野建材工業(有)
顧問	中嶋 幸夫	ファンック(株)

新型コロナが発生してすでに1年以上が経過していますが、いまだに出口の見えない状況が続いています。

度重なる緊急事態宣言の中、当会の活動もかなりの影響を受け、試行錯誤しながらいろいろな形で続けて来ました。

今回の提言書では未知の災禍に対して我々の経験してきたこと、考えてきたことを集約して、未来の相模原に望む事を提言することとしました。

これまで当会が提言してきた、住みよい・暮らしやすい・災害に強い・魅力あふれるまち相模原の実現に向けた一助となれば幸いです。

浦上 裕史	菊屋浦上商事(株)
金子 政明	(株)エスユーホームズ
齊藤 正巳	アイフォーコムホールディングス(株)
澤村 太陽	大和建物(株)
柴田 正隆	ウィッツグループホールディングス(株)
柴田 正彦	(株)東急設計コンサルタント
白井 憲二	東神興業(株)
杉岡 芳樹	相模ガス(株)
高橋 純	司法書士 高橋純事務所
田口 直樹	(株)樹
武内 英雄	(有)武内商店
所谷 茂	つばめ観光バス(株)
中村 昌治	(有)石神前中村商店
西野 清一	(株)西野工務店
平栗 文夫	(有)平栗

制作者

相模原商工会議所 都市産業研究会

発行者代表 会長 桑島克也
原案・編集 顧問 中嶋幸夫

2021年4月1日

