

事例7：「機動性・柔軟性」が、事業継続力強化の決め手に

● 株式会社ホンダプリモ大阪南 ～会社を取り巻くすべての人の安心のために！～

■ 会社概要

企業名：株式会社ホンダプリモ大阪南 資本金：3,000万円
所在地：大阪府堺市 業種：自動車販売、修理、
従業員数：61名 保険代行
保険：火災保険

◇防災・減災について考えるようになったきっかけ

・2018年台風21号で被害を受けたことが、防災意識が変わるきっかけだった。それまで災害の少ない地域であると思い込んでいたため、ショックは大きかった。

・次の意識改革は、コロナウイルス感染症の感染拡大時。このときに、事業の継続・BCPの重要性に気づかされた。

◇被害とその対応は

・台風当日は定休日だったため人的被害はなかったものの、店舗のスポットライトが落ちたり壁が破損したりと、建物・設備に被害があった。翌営業日には何とか形を整え、休業することなく営業を続けることができた。

・台風の影響で顧客の車の故障が多く、普段の何倍もの修理件数となり、受付しきれないほどに。正式な修理は先でも、まずは出来ることから社員が応急措置をして回ったところ、非常に感謝され、顧客からの信頼維持・獲得に繋がった。完璧ではなくても、直ぐにできることを実行する、機動性・柔軟性を高めることが重要であると痛感。

・コロナウイルス感染症の感染拡大時においては、迷いはあったものの、店舗の営業時間は敢えて短縮しなかった。自動車販売店は「車のお医者さん」であり、顧客が来店可能な時間帯はそれぞれ異なるため、どの顧客でも来店可能なように、各種感染症対策を講じた上で営業時間を確保した。



写真：ホンダカーズ大阪南の皆さん

◇どのような事前の備えをしているか

・非常用電源として、ホンダ社製「エネポ」という小型発電機を各店舗に常備している。家庭用のカセットガス燃料2本で発電可能で、非常用電源として注目を集めている。顧客の来店目的は自動車の購入・修理等だが、接客時にエネポや蓄電池等の紹介も合わせて行うことで、災害時への備えに関心が向くよう工夫し、地域住民の防災意識の向上に一役買っている。

◇他事業者と連携した取り組みについて

・親会社であるホンダ社にてグループ各社の情報クラウド化を行っており、ホンダグループ全体で災害時等における事業継続力向上に力を入れている。

・各地域にまんべんなく張り巡らされた同グループの販売網を活かし、各店舗が被災した場合には非被災店舗からの応援派遣、部品供給等が可能となっている。