

新型コロナウイルス：緊急事態宣言後の状況と今後に関するアンケート

実施期間：4月21日(火)～4月24日(金) 対象社：OAC会員社144社(全会員に配信)

回答社数：29社(回収率：20.1%)

2020年4月7日(火)に出された「緊急事態宣言」から2週間が経過しました。「緊急事態宣言」以降の働き方、また今後の見通しや国や都府県等の経済的支援の活用状況など、皆さんで今後に役立つ情報を共有できればと思います。

在宅勤務の実施に関して【全般】

4月8日(水)以降、貴社の在宅勤務社員の割合はいかがでしょう？	2
在宅勤務を始めて、現段階にても出社しなければならない業務は何でしょう？	3
PC環境	3～5
コミュニケーション環境	5～6
TV会議など、顔を見ながら行う必要性を感じるものは何でしょうか？	6～7
在宅勤務を行ってみて社員の方から聞こえてきた意見や課題	7～8

【労務面】

生産性に関して	9～11
仕事やその生産性とは別に、この機会を活かし行っていること	11～12
勤怠管理・労働時間に関して	12～13
給与等に関して社員の方への相談は？	14
今後就業規則に在宅勤務の実施基準やルールを反映させるかどうか	15
社員の方の不安払拭のために実施して有効だと思った施策	15～16
4月入社の新卒社員への現在の対応や研修方法	16～17
2021年度入社予定の採用計画は現状どのような段階で、今後は？	17

【仕事面】

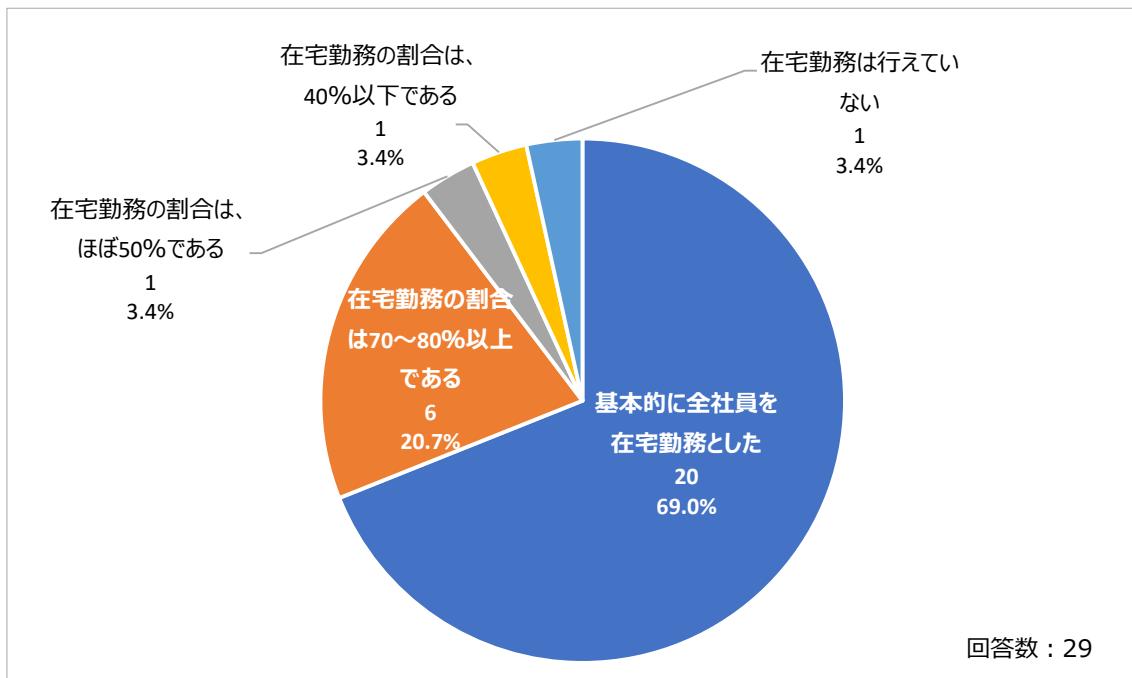
受注量に関する事	18～20
リスク回避基準(会議人数、撮影時・校正時など)を設けているか・撮影の絡む仕事の注意点	20～21
緊急事態宣言以降の「3つの密」が懸念されるような打合せや、業務依頼は？	21
中止や延期の仕事の割合・営業方法・提案事項	22～23

【経営面】

4月～7月の売上見込みは、対前年同月比では何パーセント？	24
経営に関する相談(融資・助成金等)に関して	25～26
クライアントへの要望・その他意見	26～27

在宅勤務の実施に関して【全般】

4月8日（水）以降、貴社の在宅勤務社員の割合はいかがでしょう？



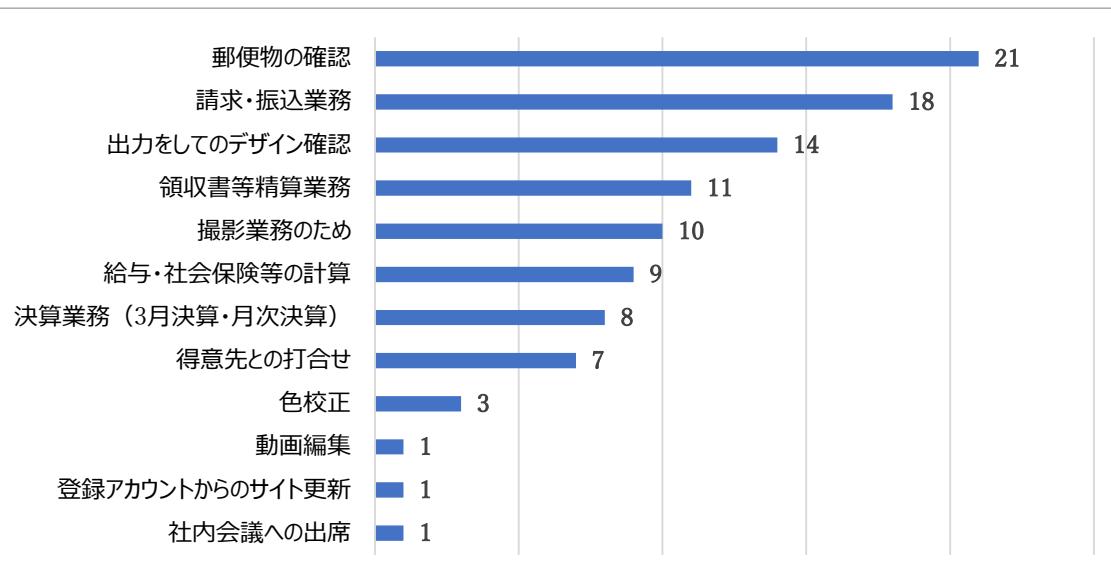
前回の在宅勤務に関するアンケートでは、デザイナー以外の職種からスタート（デザイナー職はタクシー等で Mac などを自宅に搬入などハードルの高さを指摘する声も多かったですが）、現在デザイナー職の在宅率はいかがでしょうか。

上記と同一の結果となった

※ 29社の回答中、26社が70%以上の社員が在宅勤務となっている。

在宅勤務を始めて、現段階にてどうしても出社しなければならない業務は何でしょう

(複数回答可)



【PC 環境】 前回のアンケートで PC 環境をどうするかの質問にも多数ご回答をいただきましたが、「緊急事態宣言」より約 2 週間が経過し（再度実施した内容をご記入いただきつつ）見えてきた課題や実行した策で良かったと思える点をお教えてください

- 全社員 PC は自宅へ持ち帰り対応中。緊急対応のため、自宅の Wi-Fi 環境の使用を許可しているが、極端にスピードが遅いなどの課題が有る際にはレンタルで対応している
- この状況下で繁忙ではないので、取り敢えず目立った不具合は無いという状況。評価は難しく、今後の課題は、いまだ未知数。
- ネット環境を社員各自の自前の回線に依存している。どうしてもネットがない社員には、モバイルWIFIルーターを会社で契約して貸与した。セキュリティとしては、元々各自の PC に入れてあるウィルス対策ソフトのみであり、不安あり。お子さんの WEB 授業が始まるとネット環境のせいかメール受信に遅延が生じる、という声もある。
- デザイナーも含め、全員ノートなので PC には問題なし。自宅に大型モニタが無いスタッフはモニタを追加購入したり、会社のものを持ち帰ったりしています。自宅にネット環境が無い場合、ルーターを貸与するなどしていますが、ビデオ会議などで不安定になる場合があります。
- 設備投資の割合が増えた。社内アンケートによるスタッフ過半数の希望もあり、急きょモバイル対応 PC を全スタッフ分発注。
- デザイナー職は MAC をすべて持ち帰りとし、在宅作業をおこなっている。通信環境は大部分が個人

所有の設備・契約を利用せざる得ない現状にて、セキュリティ及び個人負担の限界など、課題と考えています。

- ノート PC を支給しているが、スペックが不十分な場合があり、会社のデスクトップを配送するなど検討中。
- 新 VPN の環境整備、XMFリモート利用
- ルールが不徹底な部分があつたので再度共有
- 全員テレワーク（在宅勤務）も、やつてしまえばできることが分かった。
- 社内と同環境で作業できるよう全社員にラップトップやタブレットを支給しているが、昨今のラップトップはディスクドライブが付いていないため、ROM 指定の納品案件ではそのために出社するケースが発生している。その他のガジェット類も含め、PC の細かいアクセサリをどこまで揃えるかは引き続き試行錯誤している
- いきなり大きな資金を投下して完全な形での PC 環境を整えるのはハードルが高いため、デザイナーには会社の PC を自宅に移動してもらい作業しています。今のところは自宅で作業できる安心感と通勤に要する時間削減の効率化によるメリットがあげられますが、これが長期化すると様々な弊害が出てきそうな気がします。今は予想がつきませんが。
- PC を持っていない社員には貸与している。しかし、セキュリティの問題が懸念される。
- Zoom など Web 会議システムを常に接続させ、業務を実施すると、PC 端末のスペック不足や、自宅のインターネット回線の混雑などが発生してきた。妻も在宅で Web 会議などを実施する為。
- 課題と言えるかはわからないが、制作に関しては顧客も動いており、毎日提出や修正を受けるので社内に進まない業務（ADとDの共同作業でのデザイン制作、撮影／スキャンしてイラスト起こしなど）があるため在宅では現実的には難しい作業も多いので在宅勤務は進んでいない。結局はどのような仕事内容かによると思う。また、ノート PC を持ち帰って（場合によってはモニタも持つて帰れば）完結できる仕事であれば在宅で良いと思う。

※アイデア・企画出しやレイアウトの修正、画像の検索、切り抜きなど単体作業だけなら在宅でできると思う。

営業・事務系に関しては機密事項に関わらない書類は持ち帰り、在宅でも仕事ができることは多いと思う。実行した策で良かったのは、時差通勤と時短業務。出社が必要な業務を理解して出社してくれている社員からも好評です。お昼前まで時間をずらせば、かなり電車は空いているので 3 密になることはないということです。ただし顧客からは朝から電話やメールは来るので、誰か一人は朝から居る必要がありますが。

- PC は支給すれば済むが、ネットワーク環境に関しては本人が動いてもらうしかない。実行したのは、回線の確保だけでなく、在宅勤務でかかる下水道、光熱費なども含め、全社員に一律 10 万円を在宅勤務開始の前日に振り込んだ。
- 取引先との連絡に使用する電話は一部を除いて個人所有なので、会社から支給するまたは、社用電話番号を取得する必要性がある。
- 通信環境に個人差があり、リモート手当てを支給し環境整備に活用してもらった。

- 全社員 PC は自宅へ持帰り対応中。緊急対応のため、自宅の Wi-Fi 環境の使用を許可しているが、極端にスピードが遅いなどの課題が有る際にはレンタルで対応している
- 無料の TV 会議システムは想像していた以上に便利でクオリティが高く、通常の業務でも今後活用できると思った。
- 元々の弊社業務環境で、かなりの部分を対応できている状況
- 元々のクラウドシステムが役に立ちました。テレワークへの以降が早かったです。
- 今回のコロナ以前から全員ノート PC に切り替えていたのでリモートへの移行がスムースだった

【コミュニケーション環境】 前回のアンケートで PC 環境をどうするかの質問にも多数ご回答をいただきましたが、「緊急事態宣言」より約 2 週間が経過し（再度実施した内容をご記入いただきつつ）見えてきた課題や実行した策で良かったと思える点をお教えください

- ハングアウト含む Google suite 使用
- 今のところは各自メール等でコミュニケーションを取っているので問題は無いかと。それもこの状況がいつまで続くかですね。
- 売上減を前提としているからできている。通常業務より、おそらく効率は落ちるだろう。
- それぞれの仕事を結果だけで判断しなければいけないこと。
- テレカンなどが普通に行われるようになり、今後の働き方改革などへの準備になっていることは、副産物としてプラスと感じています。
- コミュニケーションは低下している。必要な、イエス、ノーの確認のような要件はともかく、それ以前のニュアンスを図ることが出来ないのは不自由。
- ZOOM を使用することで WEB 会議も意外と違和感なく行えている。もっとも仕事量が激減していることも作用していると思うが。
- チーム内で朝礼、昼礼、夕礼を実施し、軽い世間話や、業務の報告を行った後、今困っていることがないかを質問するようにしている。
- オンラインで打ち合わせができるように、システムを使えるようになります、そのことにより遠隔でのミーティング（複数人参加も OK）が開催できるようになり、業務を滞りなく進めることができます。
- チーム単位で仕事は進行してはいるものの、お互い他の社員の姿が見えないため、正確な状況が見えにくい。
- 【社内】Slack を活用。全社、部、チーム、階層別にチャンネルを作り活用、そのほかテレワーク相談など新たな共通課題チャンネルも用意。社内会議、打合せは全て ZOOM
- 【社外】客先の環境に応じ電話、メール、テレカン、SNS を使い分け。電子印鑑等。書類の郵送がネックになっている。
- 個別の自宅ネットワークの不安定さが一部見られるが、まだ解消されていない
- ビデオ会議もチャットワークも以前から活用していましたが、全員がレベルの差こそあれ、行うようになったというのが進歩と思われます。ちょっとした確認は格段にスピードアップしたと思います。

- 主に Zoom を活用。ビデオミーティングよりもチャットを活用している。これまででは出社し直接画面を見ながら会話ができていたため、Slack などのツールは一切使用していなかった。2週間経った今でも、社内連絡や意思疎通には苦労している。
- もともと子どもとの関係で週何日かリモート勤務している人をはじめ、社内でスカイプネットワークをつけていたのでそれもコミュニケーションがスムースな要因だと感じている。
- クライアントへの積極的な営業活動に制限
- 基本的には共有ツールの活用やメールで対応、必要に応じて電話でコミュニケーションをとっている。特に大きな問題は起きていないが、意思の疎通、情報共有、浸透度合いについてはまだ完全とはいえない。
- 最低限、TV 会議が行えるカメラ付きノート PC 等は全員分必要だと感じた。
- 弊社は在宅勤務になっていないので、コミュニケーションに関する課題などは特になし。
- 特に問題ない
- 基本的に変化なし

TV 会議など、顔を見ながら行う必要性を感じるものは何でしょうか

- 役員会、取締役会
- 企画ブレストやオリエン内容共有
- 社内オリエン、ブレスト
- プrezenなど相手の反応によって、説明の仕方を臨機応変に変える場合や社員とのコミュニケーションで表情からいろいろ感じ取ろうとする時
- 多人数意志統一の場面。プレゼン等は必須。
- ブレスト、仕事のミーティングなど
- 企画会議、プレゼン、連絡会など
- キャンペーン立ち上げ時のオリエンなどでは、対面での打合せで情報を引き出す部分もあり、お会いして顔を見ながらのコミュニケーションが必要なのでは。
- 顔を見ながら、というよりも資料を表示できるので、打ち合わせやプレゼンなどでは重宝している。
- デザイン制作におけるニュアンスを伝えるようなやりとりは TV 会議が必要だと感じる
- クライアントとの打合せは、基本的にはビデオ会議でも対面で行うのが礼儀と考えています。しかし、ネット環境の都合で音声だけになってしまっている場合もあり、お互いの協力で乗り切っていただいています。
- デザインに対する意見交換や、案件に対する意調整の際は顔色や仕草も気になるので、TV 会議は有効。
- 朝礼や営業会議は、TV 会議。その他も含め、チャットでは意思疎通が薄い。遅い。不確実。
- コミュニケーションの重要性。TV 会議のやり取りは全員で朝の会議。
- 特に無いが、社員同士の場合は表情が見えるので安心感はあるかも！

- 社外チームとの打ち合わせでいつものメンバーでない人がいる時など、顔が見えると安心感がある。
- 大勢での打ち合わせや、社内の定期連絡など、メールでは限界があるため有用かと感じています。
- 会話を重ねることで、新たな考え方や結論を導くことを目的とする議論
- 擬似リアル感
- 全ての MTG において可能であれば顔を見ながらの方が、理解しているのかどうかがわかる。朝礼でも、身だしなみや顔の表情から、メンタルや体調面なども見えるので、必要と感じる
- 営業活動（顧客との打ち合わせ）はなるべく顔が見えた方が良い、あとは場合によってはスタッフとの打ち合わせ
- お互いの表情が見えることによるコミュニケーションの深化。情報の共有時も、顔が見えている状況で伝え合うことで、理解が深まる気がします。
- 連帯感、お互いの繋がりなど、気持ちが通い合うことが安心感にも通じているように感じる。
- 真剣に取り組む姿勢がせる。
- 一部声だけでも可能なものはあるが、クライアントおよび社内プロジェクト会議は全般的に必要。プロジェクトだけでなく、日頃顔を合わせられない分、従業員の健康面、気持ちの面でも状況の確認をしておく必要があるため。

その他、在宅勤務を行ってみて社員の方（本アンケートのご記入者自身でも結構です）から聞こえてきた意見や課題などありましたらお聞かせください（精神面・健康面・家族との関りなど何でも構いません）。

- デザイナーの孤独感をどう解消するか
- やり取りがダイレクトだったりして、逆にストレスを抱えている社員が多い。
- 特に問題は無いが、一人暮らしの社員はそろそろ閉塞感を感じ始めている。
- 一人暮らしの社員は、孤独感を感じやすくなる。
- ずっと部屋にいると気持ちが落ち込んでくる。特に一人暮らしだと外出もできずストレスがたまる。家族がいると逆に、自分だけ黙々と仕事をするわけにいかない場合もある（小さなお子さんがいる家庭は特に）。在宅だと残業しがちになる。
- 小さな子どもがいる社員は、子どもがまとわりついで仕事効率が悪いようです。
- 子供が小さいと、どうしても面倒見て欲しいと家族から頼まれたり、子供が邪魔をしに来たり。外出できず小さい家にいなければいけない状況での仕事との両立が課題
- ON/OFF の切り替え。運動不足。保育園からの登園自粛要請により、幼児が日中家にいて、しつちゅう仕事を中断せざるを得ない。
- 家での仕事はやはり家族やペットがいて集中しづらい。
- 新規顧客開拓、新規案件獲得などの営業活動ができない。
- 会社にいれば時間が空いても忙しいフリをする必要がありますが（笑）、自宅ではそういった拘束から解かれるので余計にヒマを感じるようです。しかし、今は誰も経験したことのない状況に置かれてい

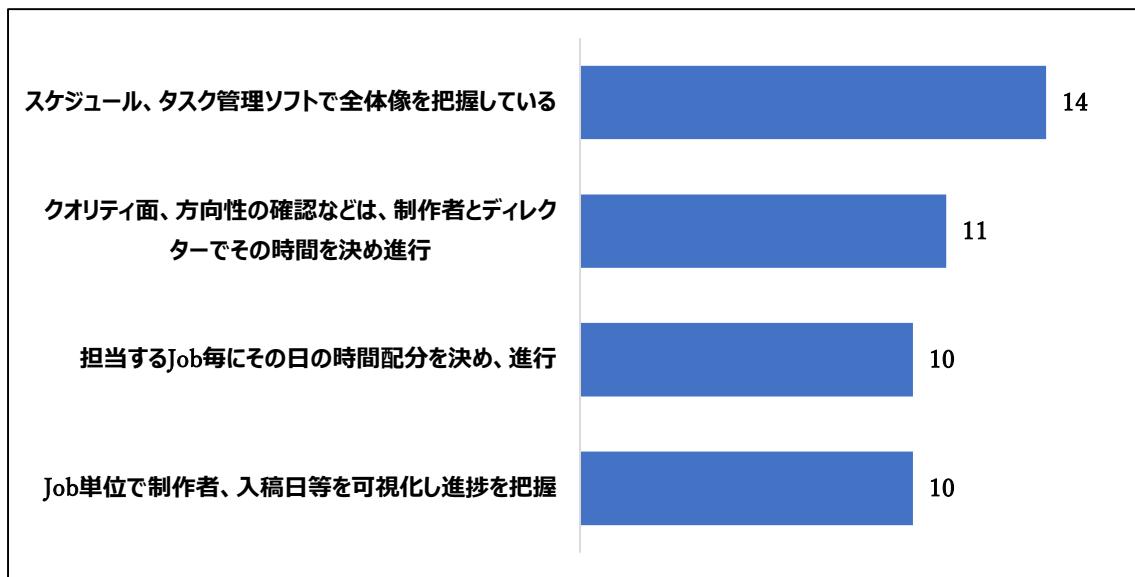
るのでしばらくは静観するしかないかと思います。

- オンオフの切り替え、作業効率も低下（家族などもいれば集中しづらい）など
- そもそも労働の時間管理とは何なのか、根源的な疑問がより顕在化した
- AD などからの意見として、仕事に対して高揚感を感じないとの声。
- 在宅は週のうち数日だけで良いかも。
- 在宅勤務は実施していないで不明だが、顧客企業の方々は在宅勤務をしており第三者目線で感じるのは、スピード感や効率はすごく落ちているように感じられる。在宅だとお子さんなど家族がいるのでその対応で時間を取りられているか、集中しづらいのが原因ではないかと思う。自宅に在宅勤務用のスペース（環境）が急遽確保できるような人は少ないのではないか。
- 在宅勤務であっても、普段の仕事のルーティンを外さない（起床時間、業務時間中は集中など）がしっかり守れると、業務も捗ります。また、狭い環境になりがちなので、窓を開けて開放感ある空間とするよう心がけています（気の流れもよくなる？）
- 公私の分別がとりづらく勤務時間が長くなる傾向にある。家族に会社のポジションが見える。会社への帰属性の作り方が大事。
- 通勤がないことは精神的にラクだという意見は多い。ひとりで作業することに慣れていないことに多少やりにくさを感じているという意見もある。
- 基本は全員在宅としたが、一部、徒歩や自転車通勤の社員数人からオフィスで働きたいと要望があった。またオフィス組とリモート組が ZOOM ランチをしているのを見ていると、会社は働く場、給与を得る場としてだけでなく、コミュニティとしても機能していると感じた。
- オフィスで働いていた頃より、コロナに対する恐怖心が増幅したように思う
- 会社出勤時と同等の気持ちを保つことが難しい、運動不足になりがち、との声はあった
- TV 会議などの活用により、事務所に関わるコストをもっと抑えられないかという意見。
- 今後聞き取り予定
- 在宅になったので逆にその辺の情報共有がまだされていません。

※ 一人暮らしの社員の方に対するケアも、大事そうです

【労務面】

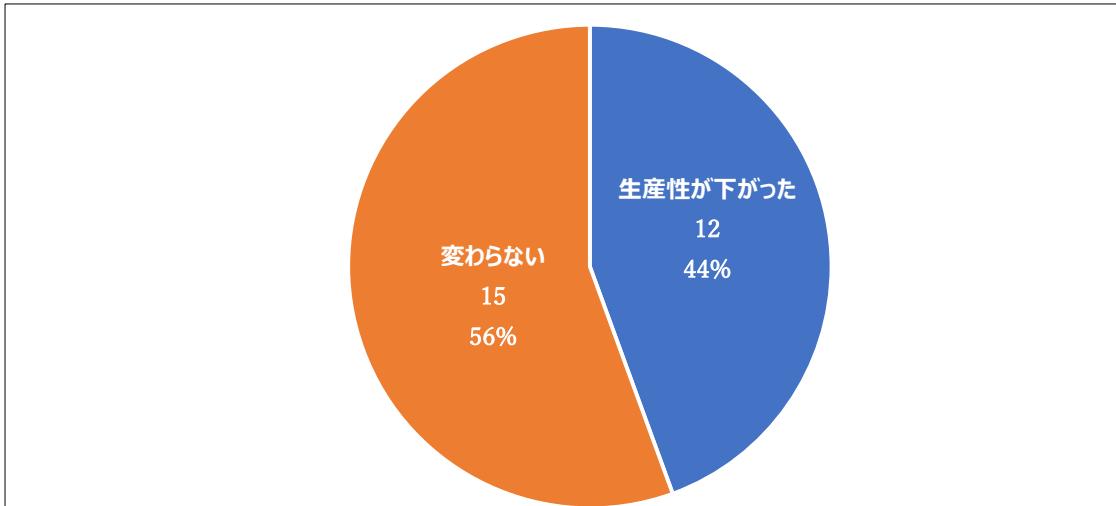
前回のアンケートでは、「生産性が把握しづらい」との意見が多くありましたが、現在はどのような方法で把握に努めていますか？



【その他】

- 本人の自己申告
- 基本的にあまりシビアな管理はしていない
- 毎日の報告ミーティングで把握
- 全メンバーへの日報の義務化。プロジェクト管理システムでの商談・進捗報告など
- 業務計画書・業務報告書（30分単位での記入欄）にて日々確認
- 朝のZOOMミーティングで確認
- 各チーム、各ディレクター任せのままで様子を見ている段階
- チームは毎朝朝礼、部は週次部会などをテレカンで。
- 部署ごとに生産性が落ちないように長と部下とで対応している
- スプレッドシートで作成した業務報告書に毎日記入。毎朝毎夕、部長とその日の仕事を確認している。報告書は、社員全員が全員分見えるようにしている。
- 生産性を把握していない。通常の半分の仕事もないわけだから。

生産性は在宅勤務実施以降、いかがでしょうか？



上記で、それぞれ生産性に対する回答にて考えられる要因をお聞かせください

- 受注減
- 仕事が激減している。仕事が増えた状態でないと、生産性が上がるか判断できない。
- 発注が落ちたこと。
- そもそも新規など仕事量自体が低下しているので、生産性とは直接リンクしないかと。というよりも、案件自体の動きが停滞している
- 生産性が下がったというよりも、仕事量が激減しているため、生産性を上げられないというのが実情。
- 案件がキャンセルになり手が空いている社員にも満遍なく業務を振り分けるよう意識しているため、平常時より生産性は下がっている。しかし、「暇」は辛いという社員からの声もあり、悩ましい。
- 顧客との接点が大きく減っている。いわゆる新年度の挨拶や、担当変更の挨拶など、不要不急と思われる打ち合わせを断られ、潜在ニーズのヒアリングなどができなくなっている。
- 紙ベースでくみ上げられた社内処理を無理やりリモートワークにしているため、煩雑であったり、抜け漏れ、利用ツールの分散などが起きている。
- 在宅だとお子さんなど家族がいるのでその対応で時間を取りれているか、集中しづらいのが原因ではないかと思う。自宅に在宅勤務用のスペース（環境）が急遽確保できるような人は少ないのではないか。
- 物理的に距離が離れており、本人の集中力などが持続しない
- 導入 1 週目は確実に下がる。大型の作業をチームでやる場合に時間がかかるが 2~3 名での作業は変わりなくできる。

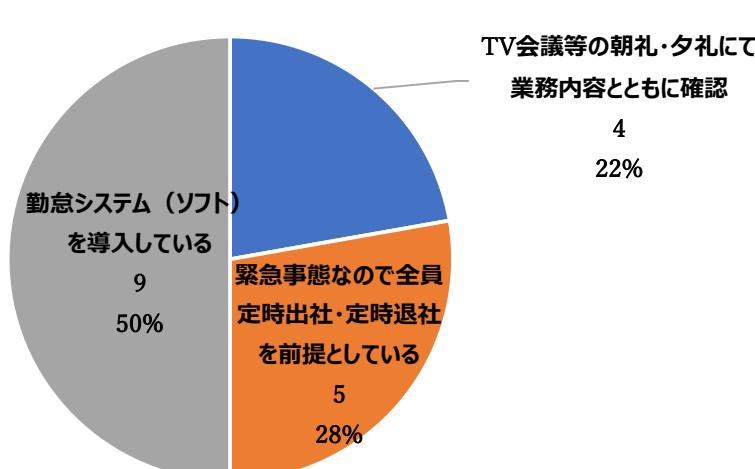
- チームで取り組む仕事も多く質に関してのコミュニケーションの難しさ。対応性や作業環境が会社と家ではかなり差がある。
- 直接画面を見たり話したりすることができないというコミュニケーションの取りづらさが主な要因。
- チームでの対応の場合、意思疎通に時間がかかる。
- 基本的に PC があれば事務所にいるのと同じ作業は可能なので特に変化はない。
- たまたま、閑散期なので変わりないが繁忙期だと下がると思う。
- 現状は変わらないが、今後、新規の仕事が増えた場合の生産性が見えない。
- 私自身が直接かかわっていないので何とも言えないですが、業務環境が整備されたことで、何とか円滑に行えていると聞いております。

(この状況が長引かないことを祈りつつ) 仕事やその生産性とは別に、この機会を活かし行っていることがあればお聞かせください（クリエイティブスキルの向上、発想力・アイデア出しの強化のための施策、社内サーバ内の整理等々）

- 施策とは違いますが、長引くことを前提で新型コロナが与える社会構造の変革について自分たちの会社で何ができるのかを考えようと言っています。
- 新商品開発、新卒に課題を与える、IT パスポート・クロスマディアエキスパート受験準備
- ライセンスの取得やレギュラー案件のマニュアル化を進めている
- 具体的には進めていませんが、事務所自体の必要性や経費削減方法は考え始めています。
- 企画書のアーカイブ化など。
- 受注型からできることを仕掛ける営業スタイルに切り替える。
- VPN 環境を整理、帳票類の電子化を進めて平時にもどつてもリモートワークを進めたいと考えています。
- 先々のリモートワークに対するルールづくり。社内はもちろん、クライアントとの契約条項の改定も含めて。
- 大掃除のような整理整頓。書類やデータの選別。世間の動きが遅くなっている間に、沈静化した後のことを考えて経営会議。
- 勉強会、業務の進め方の見直し
- チーム MTG を定期的に行い、各自の仕事がしっかりと動いているか共有する時間を作っています。
- 事故やミスがないように通常業務を進行することで精一杯です。
- インサイドセールス、オンラインポートフォリオ、プレゼン内容の共有
- リモートワークに対しての慣れ。
- 情報共有の習慣化。Slack にて各自の状況が把握できるように意識して発信してもらっている。
ex.朝礼にて「昨日の振り返り、本日のタスク、共有問題事項の報告、終了時間」を共有、
昼休憩や打ち合わせの開始/終了の告知、終業の報告など
- 社内共有サーバのクラウド移行、運動不足解消＆コミュニケーション推進のためのネットヨガ

- BCP体制の強化など、運営のための体制づくり
- TV会議の活用法などによる業務改革

勤怠管理はどのようになされていますか？



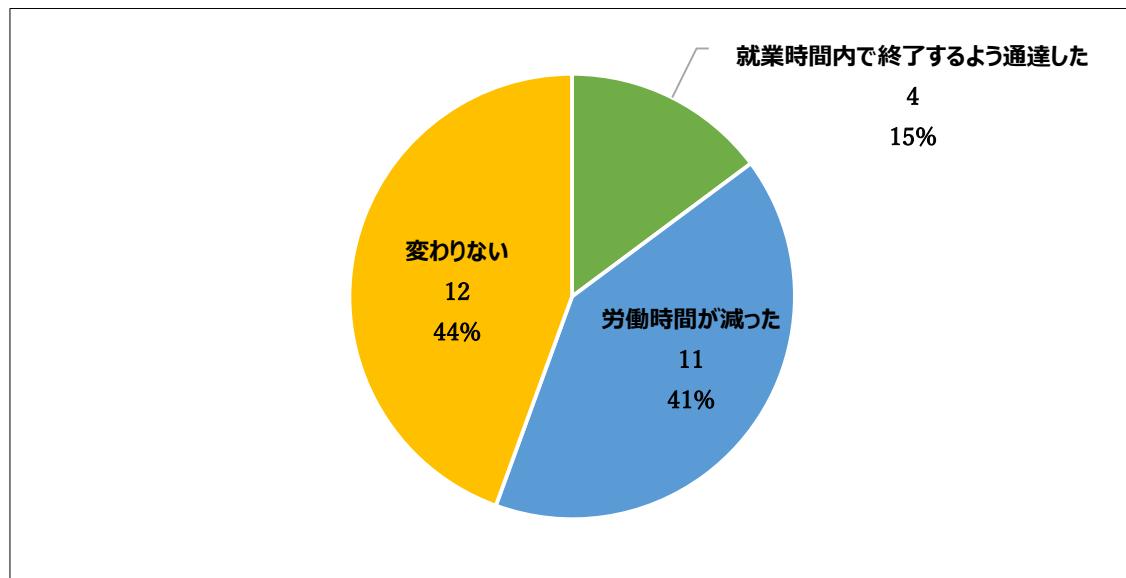
【その他】

- 本人の自己申告
- 事務所出席者は通常通り、在宅勤務者はスマホによる打刻
- SNSを活用して開始・終了を連絡しあっている。
- あまり縛らず、無理をしない範囲で「やることはやる」という性善説ベースで管理。現在の世間の動きだと「ブラックな状態」よりも「時間が空いてしまう（暇になる）」方が多いと思うので、性悪説ではなく性善説が大事と考える。
- 基本的に自主管理
- 本人連絡をもとに、ローカル環境のシステムにて管理
- 業務終了時にメールにて報告
- 朝の体調報告と、夜の日報のみ。
- 個別に状況の確認をしている程度です。
- フレックスタイム（含：時短）

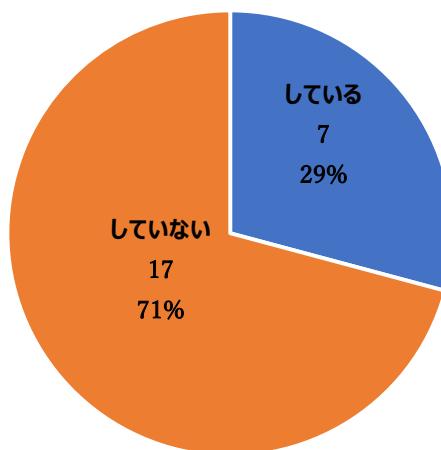
勤怠システム（ソフト）を導入している方にお聞きします。具体的なツール名と、実際に活用してみての感想をお聞かせください

- バックログ（Backlog）
- 社労士と共に構築したフォーマットをもとに運用。ベースはexcel
- マイクロソフト・チームズ（Microsoft Teams）。なかなか便利。
- AMANO のタイムカードと連動したシステム 結果的にタイムカードの運用は現在停止中。
そもそもテスト運用期間中だったので、評価や改善課題はこれから。
- 「ジョブカン」を以前より導入済み。可もなく不可もなくといったところです。
- 「ジョブカン」を利用。遠隔から入力可能なので便利、各人の時間意識をあげるように促しているが、ますます厳しくなる時間規制に追いつけない状況。意識改革と業務改善が待ったなし。
- 「iQube」のタイムカード機能を使用中ですが、集計には手間がかかるので、新システムに移行準備中です。自社専用線接続が必要であったが二重認証で接続可能な状況作った。
- 弊社オリジナルのソフトを導入。
- 「レコル」を使用 まだ使用開始したばかりで設定方法などがまだ完全ではないため、十分に使いこなせていない
- セールスフォース
- サイボウズ 特に問題は起きていない

社員の労働時間に変化はありますか



今回の件で「給与等に関して」会社としての考え方を伝えたり、社員の方へ相談されていますか？



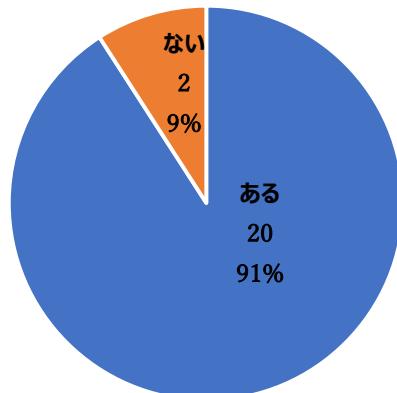
【その他】

- 現状はしていないが、5月6日以降もこの状態がつづけば何らかの相談はする可能性はある。
- まだしていないが、今後は必要になるかも
- 給与は変えず、時短にして安心感を持ってもらうのが先決。夏までは良いが冬以降の業績見通しは予測し辛いことを率直に伝えている

「給与等に関して」社員の方に相談された方にお聞きします。社員の方の反応はいかがでしょうか。

- 納得してもらった
- 少なくとも今年は給与も年収も変える予定はないことは伝えてあるので、素直に伝えることで社員も奮起している。
- 概ね理解を得ている（たぶん）
- まだ影響はないが、今後の状況については説明しており、ある程度受け入れてもらっていると思う。
- 「仕方ない」というスタンス

現在は緊急対応だと思われますが、今後就業規則に在宅勤務の実施基準やルールを反映させるお考えはありますか？



【その他】

- もしそうなった場合は、勤怠管理・生産性管理ソフトを導入する。
- 未定だが、大震災の可能性も踏まえて検討を始めるつもり。
- 今回の試行をもとに制度化を今後検討
- 要検討

社員の方の不安払拭のために実施して有効だと思った施策をお教えください
(感染防止策・経済的施策・精神的支援策等)。

- 全社員の在宅勤務自体。
- 感染防止策としての在宅勤務は、社員とその家族に安心感を与えた。
- マスク・手指消毒の社内設置、定期的な除菌清掃、換気の実施。
- マスクは知人会社と合同でまとめて輸入、消毒液は社員のツテで研究職員から手配し、社内外問わず希望者に配布。その他、自宅用のリラックスグッズ等も配布している
- 感染防止策:全社員にマスクとハンドジェル支給（リモートワークに入る前に支給。通勤の際の感染予防のため）
- 消毒液とマスクの確保、及び配布
- マスク、アルコール消毒液、体温計、センサー式ソープディスペンサーなどの購入など。
- 経済的施策:休業している分についても給与を減らさず、全額支給
- 現状の給与額の維持
- この期間中のみテレワーク対応の補助手当を支給する。

- コロナ対策援助費支給。
- 個々人の経済的な不安を払拭するのが一番良いかと考えます。感染防止は個人の行動による部分も多いですし、精神的な支援も一番は「給与」と連動して来ると思います
- 経済的施策（一律支給）、精神的支援策（オンラインでの毎週飲み会、毎日ランチ会）
- リモート環境を一気に進めて、感染防止の会社のスタンスを示せたことはプラスかと
- 定期的にチーム MTG を持つことは効果的だと思いました。特にオンライン会議で顔が見えると、安心感があると思います。初のオンラインチーム MTG は、結構盛り上がりました。
- 早めの対応（テレワーク実施やルールの事前説明）
- とにかく SNS などで社員同士の状況を「見える化」されているのが互いの精神的な支えになっていると思う
- チャット、メールでのコミュニケーション
- 発熱したら 2 週間の出社禁止を義務化したこと。
- 体調の経過を毎日報告義務。
- 新型コロナ対応のガイドライン、BCP の策定。撮影や取材などクライアントとの対応の相談。撮影を回避したクライアントへの代替企画提案などを含めた先取りした対応
- 特別休業の積極的取得等による接触回数軽減
- 情報共通管理ツールを使った役員からの日々の声掛け。
- 政府・都などの発表およびクライアント状況等に合わせ、通勤の制限、自宅就業のための環境整備（緊急でできること）、連絡方法、情報確認等早めに対応。
- 企業に対する政府の支援策などの情報提供

2020 年 4 月入社の新卒社員の方がいらっしゃる場合、新卒社員への現在の現在の対応や研修方法などをお聞かせください

- 課題を与えて自宅で研修中
- 課題を提供（サイト作成など）
- マイクロソフト・チームズを通して課題を出している。
- 全員在宅で研修。職種ごとに課題を与えて進めている
- Zoom を利用したリモートでの研修。
- オンラインで想定していた研修カリキュラムの 90%くらいはできている
- 各自にトレーナーをつけて、オンラインでフォローしています。うまくやっています。
- 1 ヶ月の自宅待機、週ごとに手書きでできる企画作業中心の課題を用意し実施。5 月からは通信、作業環境が整うのでオンラインで 4 月当初予定した導入時研修を行う。
- 自宅待機
- 基本的には配属先の部署に一任。合同で行う外部の研修は全て中止、社内研修はすでに終了。
- 1 名採用したが、入社数日で自宅勤務に。仕事の指示などはすべて電話やオンラインにて。

- 職種により対応、時差出勤または在宅勤務、広告賞応募に向けた自学自習を推奨
- 入社 4 日目以降在宅勤務のため、業務に必要なスキル研修を担当部署マネージャーが実施。定期的にフィードバックをおこなっている

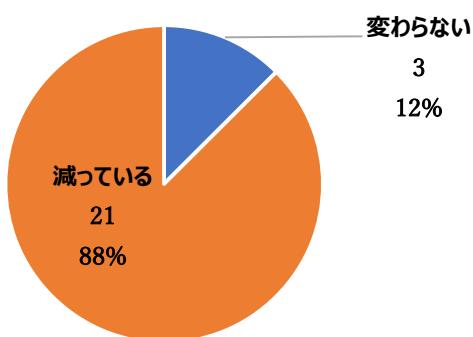
2021 年度入社予定の新卒採用を予定している（または、いた）会社にお聞きします。

採用計画は現状どのような段階で、今後はどのようにされる予定でしょうか

- 未定
- 採用の可能性はある。ただコロナの収束がある程度見てから。
- 現段階は考えていません
- いたん白紙、未定
- まだ検討に至っていない。
- 来期の採用は予定していない
- 募集人数等検討中
- 現時点では未定
- 会社説明会を行っているステータスと役員面接のアレンジ待ちのステータスの両方ある。
今後の売上状況を鑑み、採用基準(人数)は、今までより厳しくなるかもしれない
- 特に変更はない
- 採用数は職種ごとに若干名。スケジュールは若干後ろ倒しにしてオンライン活用で対応する。
- 今までと同じスケジュールで進行中。現在は会社説明会（web 対応）中。
- ネットサービス活用、通年採用など

【仕事面】

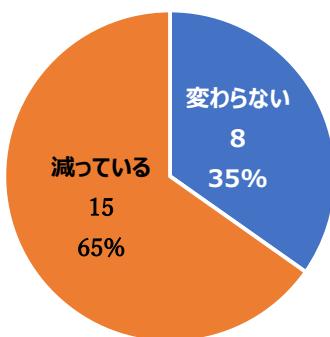
グラフィックの仕事について受注量は？



【その他】

- 2、3月は案件が増えたが、5、6月以降の増減は見通せない。ただ、もともと定期的な案件が多く、固定顧客が多いので、顧客の調子次第の部分がある
- これから減るであろうと思われます

デジタル分野の仕事について受注量は？



【その他】

- あまり変わっていないと思うが、仕掛け途中などが多いので現時点ではなんとも言えない。

クライアントにより状況は大きく異なると思いますが、受注量が増えた、または大差なく進行できている分野（業種）がありましたらお教えください

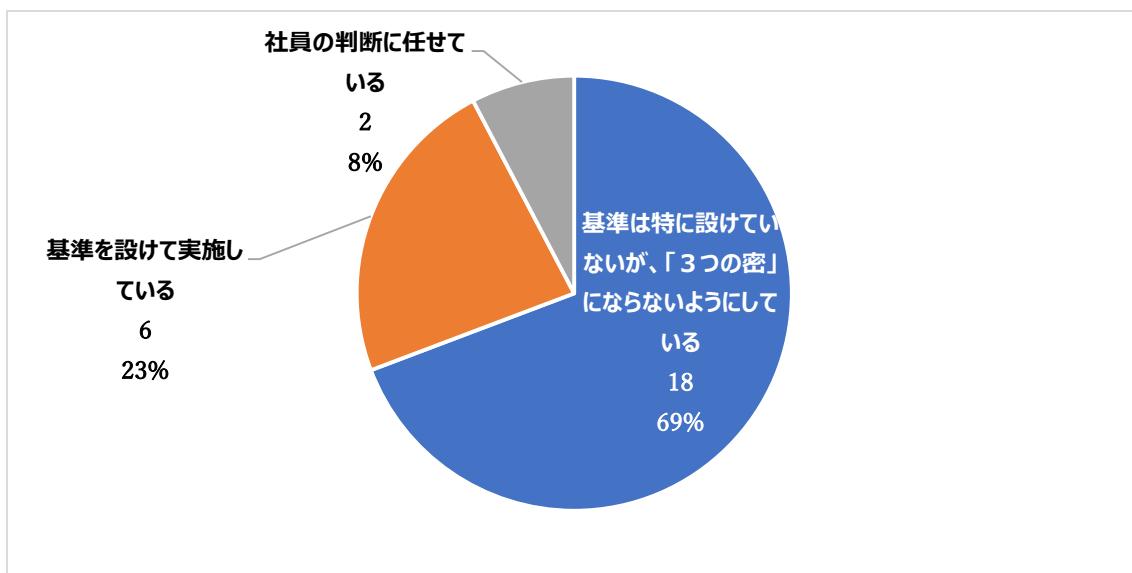
- 今のところ定期的なカタログ・雑誌などは問題なく受注進行しています。
- 定期刊行物（出版社）は辛うじて維持できている。
- 通販カタログの進行は遅れているが、受注量は変わりありません。
- 動画関連
- レギュラーの web マガジン
- 不動産広告のサイト構築案件
- ゲーム、fintech、オンラインエンターテイメント、飲料、EC
- アプリ/サービス開発に関わる UIUX 案件は継続案件が多く、現在もコロナ以前と変わらず業務が進行している。ただし新規依頼についての相談はあるが、実施がいつになるか不明。
- 教育系の動きは遅くなっているが、やることは決まっているので大差なく進行している
- 教育関連の状況は大きく変わっていない
- 食料品関連 化粧品関連 教育関連
- 食品系、通販系
- 全ての業種で縮小している

逆に受注量が大きく減少している分野（業種）をお教えください

- 航空業界、旅行業界、観光業界、各国における政府観光局
- 旅行業関連
- 旅行関連、航空会社関連、ホテルなど
- 流通、化粧品、旅行・交通、生活消費財を中心に春需要商品広告全般、オリンピック・パラリンピック関連キャンペーンの中止。
- 公共交通機関、流通・小売、不動産、展示会・イベント関連。
- 商業施設、ハウスメーカー
- 商業施設（流通業）
- 海外案件。百貨店業。
- 流通（百貨店） レジヤー関連
- 販促系【飲食・流通】
- 小売業
- 自動車
- 建設業
- イベント関連
- 中国生産に依存しているクライアント、諸外国に拠点があり販売しているクライアントは減っています。

- クライアントの宣伝販促分野は、現時点では中止にはなっていないが、広報や総務などの管理・間接領域の動きは、対外的活動の自粛と共にシユリンクしている。
- 今後の状況次第だが、プロダクト(情報機器、組み込み系)の UIUX の依頼は少なくなる想定はしている
- 広告出稿、オウンドメディアへの広告等
- グラフィック含む印刷関連
- 全般的に減少
- すべて。

業務実施・リスク回避基準（会議人数、撮影時・校正時など）を設けて対応されていますか？

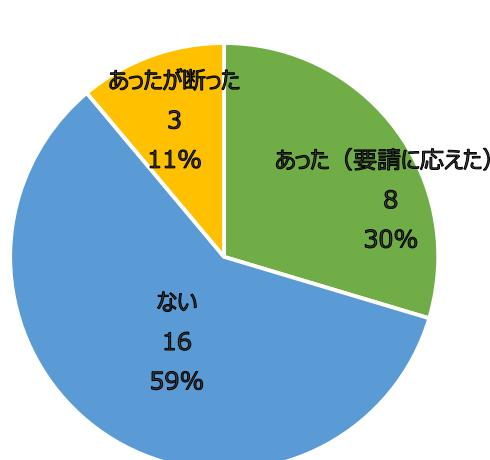


撮影が絡む仕事を行っている場合、特に注意している点がありましたらお教えください。

- 最小人数で
- 参加人数を極力少なくしている。
- 必要最低限の人員で進行しています。
- 最小限の人数で参加する
- 最少人数での対応
- 被写体、演者の拘束時間が最小限になるよう意識している
- 外気換気、必要な会話のみ、リスクを共有、
- マスクを必ず装着。2m の距離をあけるようにする。手の消毒を頻繁に。
- スタジオワークは三密回避。不要な外出抑制。ロケ取材は延期。
- 3つの密の回避

- 緊急事態宣言解除後の撮影にリスケしている
- 基本的には延期または企画変更。やむを得ない場合は協力会社基準、自社基準を確認、同意を得て進行する。
- 基本的にはリスケで調整。回避できないときは人数をコントロール
- 撮影自体が延期、もしくは代替案で中止となっている
- 撮影は現状殆どが中止になっています。料理などは換気したスタジオ撮影をしています。
- 万が一の事態に備えて、その場合のカバーを常に対応できるように準備している。

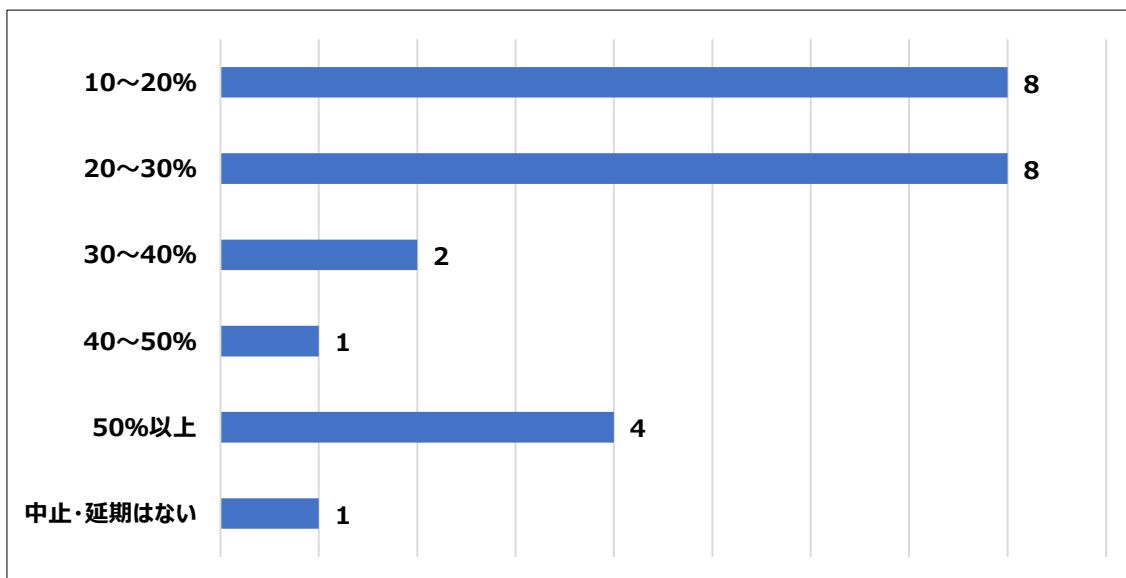
「緊急事態宣言」以降に、クライアントから「3つの密」が懸念されるような打合せや、業務依頼はありましたか？



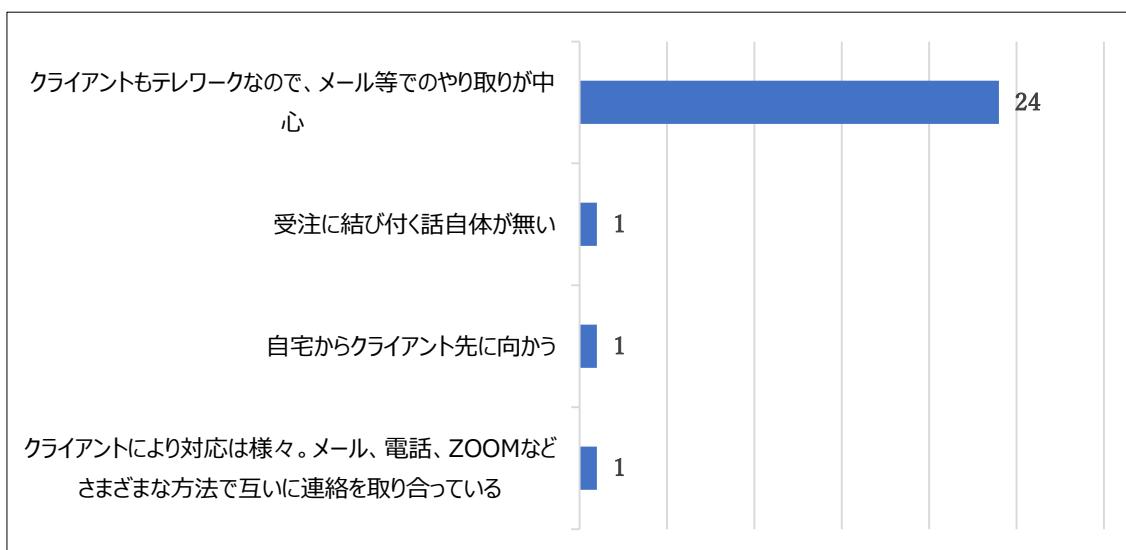
上記で「あつた（要請に応えた）」とご回答された方にお聞きします。どのような内容でしたか？

- 通常の定例 MT や、コロナ後の対策等打合せ参加
- スタジオでのタレント撮影（グラフィック）
- スタジオワーク、現場取材
- 打合せ、撮影
- オリエン。打ち合わせ。
- キックオフのみ対面で合い、以降はすべて WEB 会議での進行に切り替わった。
- なるべく来社を控えてほしいと言われました。そういう方にはオンラインでの打ち合わせ時間を設定していただいております。

「緊急事態宣言」以前に受注していたが、中止や延期になった仕事の割合（2.3月受注分）はいかがでしょうか？



「緊急事態宣言」後の営業方法・情報取集方法についてお教えください



上記営業ならびに情報収集で感じたこと、共有しておきたいことなどあればご記入ください

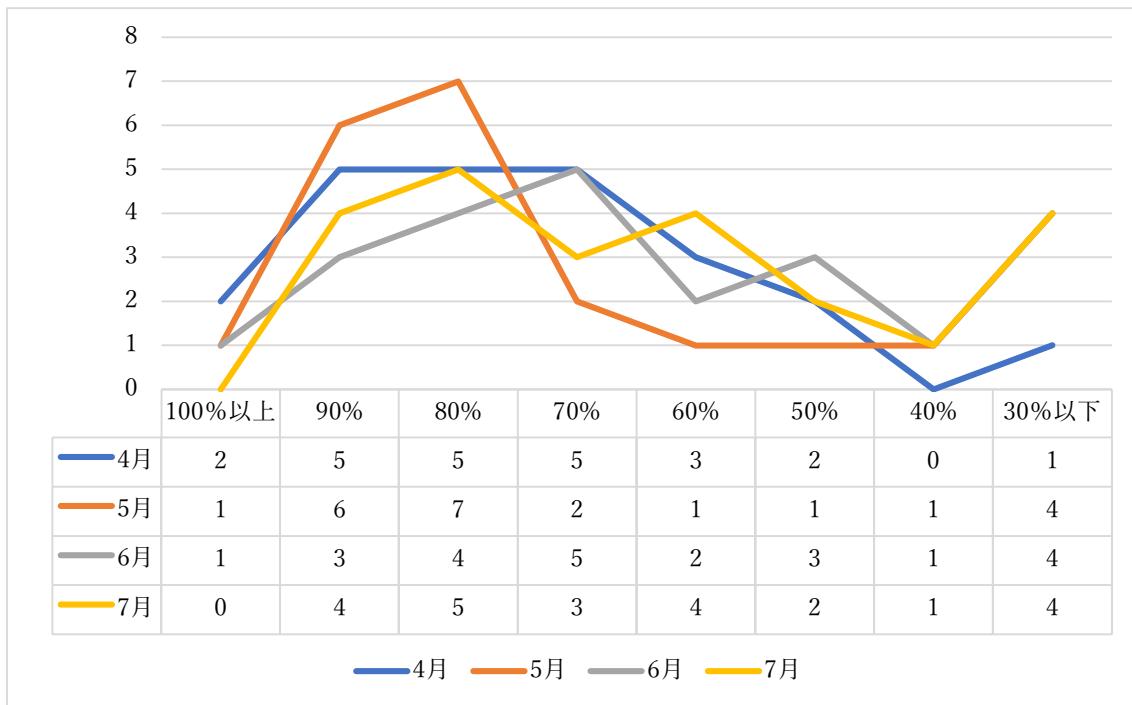
- 非接触営業（インサイドセールス・オンラインセミナー）等の積極的利用
- 再開の基準や目安がないのでただ不安
- どの業種のクライアントも、宣言解除はまだまだ先と感じている。
- 顧客とのコミュニケーションツールがメールからチャットに変わりつつあり、カジュアルなやり取りが増えた。これと同様に、訪問での商談も、よりカジュアルに、Web会議で20分ほど画面共有しながら、相手の顔もみつつ…なものに変化するのではないかと感じている。
- リモートワークであっても、時間を決めて打ち合わせする（要はアポをいただく）と打ち合わせが締まるので、良いと思いました。
- 客先では現場担当者はキャンセルや企画変更対応が中心になっているが上層部はその先を考えているのでそこにコミットする必要がある

現時点で（またはコロナ収束後を見越して）、クライアントに対してこんな提案をしている、また、してはどうかと考えていることがあればご記入ください

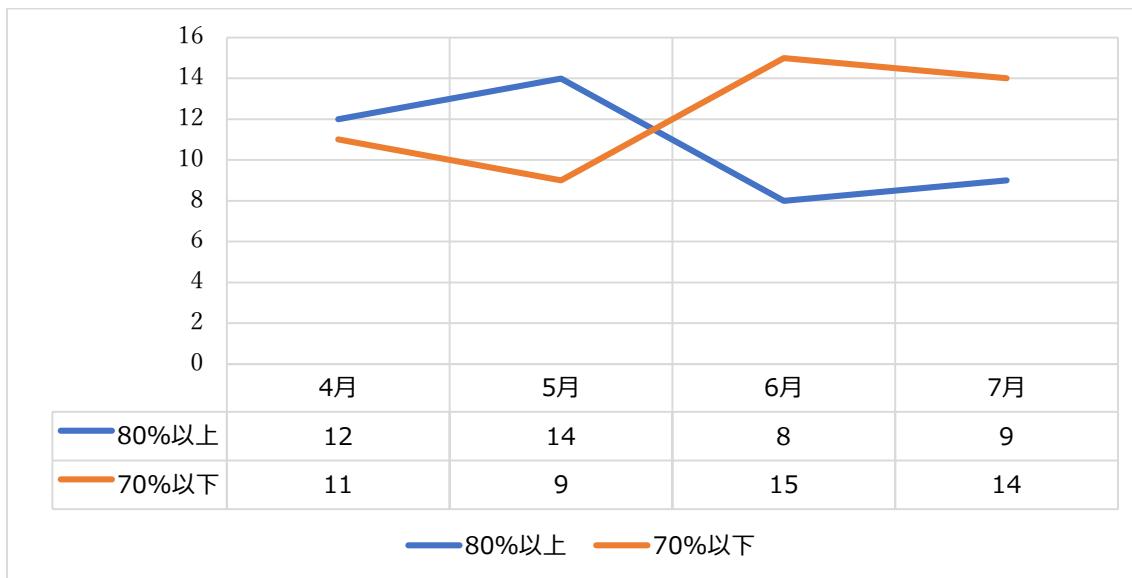
- BCP 対策告知パンフ作成
- 今はコロナ対策で各企業とも手一杯の状況ですが、今やっておかないといけない作業、今だから出来る作業があると思います。コロナが収束したら景気の反動が期待され一気に大きな波が来る可能性もあります。それからの準備では手遅れになると予想します。（具体的な提案内容は差し控えます）
- 展示会に代わる何か。
- 正直まだこれから。連休明けに事態が変わらなければ、いろいろな話が出てくると思います。
- 会話のなかでの軽い提案は常にしている。
- 検討中です。
- 率直に申し上げて現在の日本経済・市況は厳しいですが、必ずそれを挽回し・売り上げを伸ばしていく必要がありますし、具体的なアクションを起こすタイミングを設定する必要があります。
そのために、状況が落ち着くであろうタイミング（弊社展示会の多くは9月以降に開催）に展示会に出展し、営業機会を作りましょう！と強くお勧めしています。実際に、そのタイミングなら出展したいという方も多くなっています。また、東京都から助成金制度が発表されたので、そちらの活用についてもご紹介しています。
- 自社ブランディング（インナーとアウター）。自社や商品サイトの流入促進提案。

【経営面】

2020年4月～7月の売上見込みは、対前年同月比では何パーセントくらいを想定されていますか？

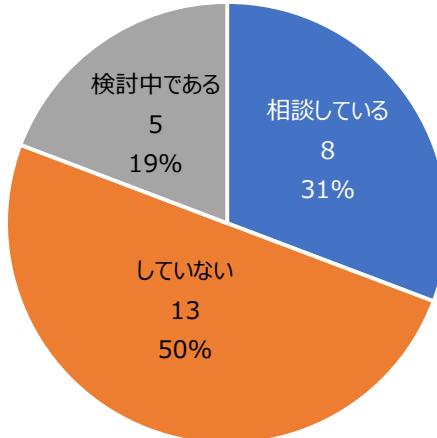


上記を前年同月比 80%以上と、70%以下に分類してみました



※ 6月以降、逆転傾向に。

今後の経営に関する相談を国、都道府県、区や市、銀行系、専門家などにされていますか？



各種融資や助成金の申請や相談は行っていますか。行なっている場合は、具体的な融資や助成金名、またその目的をお教えください

- 運転資金目的で「新型コロナウイルス感染症特別貸付」を予定。
- 日本政策金融公庫「新型コロナウイルス感染症特別貸付」
- 「新型コロナウイルス感染症特別貸付」
- 日本政策金融公庫の融資
- 雇用調整助成金の特例措置・セーフティネット4号
- 緊急経営支援特別資金（渋谷区）、セーフティネット5号
- 信用保証協会の融資を申込みすでに実行済みです。
- 融資は考えていない。助成金申請はしたいので、申請された具体例があれば見習いたい。
- 手元資金の確保、リモートワーク 助成金
- 特別休業取得による助成金を申請予定
- 雇用調整助成金
- まだ行っていない、検討中段階

その他参考意見

- 東京都中小企業振興公社が展示会出展費用についての助成金制度

**上記申請や相談を行つてみて、その状況や手間の部分、他の会員社へのアドバイスなどあれば
お聞かせください**

- 政府もドタバタでやっている感があるので全体的にわかりにくいです。（弊社は税理士さんと相談しながら取り組んでいます）
- 助成金申請は社労士に任せるとおススメします。
- 申請中なのでいつ承認が下りるのかは分かりませんが、この融資は、無担保・無保証人（審査により）・3年間の返済猶予と無利息などメリットが多いと思います。
- 行政や金融機関の窓口が大変混み合っていて何日も待たされるので、必要と判断されるなら早めに動いた方がよい。
- 市区町村の窓口に提出する財務表は、顧問税理士事務所の押印があると信頼性が高まり審査がスムーズでした。
- 面談窓口が混雑しており予約後2週間を要するところだったが、顧問税理士から連絡するとアポが取れて待ち時間無く面談できた
- 審査は電話での簡単なヒアリングだけで容易に通るが、申し込みが殺到しているため融資実行まで1ヵ月半～2ヵ月かかる

※ 専門家の方に相談されるのが良さそうです

広告会社（広告代理店）やクライアントに要望したいことがありましたら、お聞かせください

- ほほないと言っていいですが、対面の打ち合わせを希望する方はまだいますので、対面の打ち合わせは無くして欲しいと感じます。
- モックや東見本提出の省略。普段と同じ色味での希望が複数の取引先からあるが、結局出社するほかなくなるため、困っている
- とにかく得意先に頑張って頂きたい！それだけです。
- 本格的に事業を再開してほしい。
- いまこそパートナーとしての関係性が求められると思います。
- 今というより、回復期に無理な進行を多く望まれると困りそう
- 請求書などは郵送ではなく、PDFなどメール対応していただけると助かります。
- クライアントに向けたアフターコロナの活動に向けた提案。
- 厳しい状況ですが、仕事ください 協力します
- 撮影や打合せなど 安全な方を選択しましょう
- このような社会情勢を鑑みたサービスの開発

その他、ご意見がございましたらご記入ください

- 意見ではありませんが、“あんな大変な時期もあったな”と、早く言える日が来ることを望むばかりです。
- このようなアンケートはたいへん有意義。答えながら、考えさせられます。
- いまは耐えるしかない。経営者は資金調達をして体力をつけるしかないと思っています。
- 今は緊急対応時、どうにか対応に動きますが3か月以上この状態では、何かとムリな感じです
- 先々の在宅勤務に対し思うこととして、クライアントにはまず自社のセキュリティ対策を説明し、承認を得ることから始めたい。
- 社員の精神面ケアが必要。今後、新規案件、新規取引先をいかにして拡大していくかが課題。
- TV会議に抵抗感を持って活用しない取引先があるが、意外と使い始めればメリットのほうが大きいのですべての企業が早期に導入してほしい

(雑記)

多くの設問項目にも関わらず、貴重なご意見を頂戴いたしました。この情報を参考に、良い点は取り入れ、さらに前進出来るようになれたらと願っています。

また、今後も様々な部分で有益な情報を共有し、皆さんと共にこの難局を乗り切っていけるよう努めてまいります。皆さまからも、「こんな情報を共有したい」などございましたら、事務局までお知らせください。

アンケートへのご協力ありがとうございました。

2020年4月28日
公益社団法人 日本広告制作協会