防災は“仕組み化”がカギ
印刷はその基盤になる

非常時は「いつか起こること」ではなく、「明日起こるかもしれないこと」。
だからこそ、防災は“特別な対応”ではなく、
“日常業務の一部”として組み込むべきものです。
たとえば・・・

- 拠点別の避難マップ・誘導ポスター
- 停電や通信断時のマニュアル冊子
- 社員向け安否確認カード・非常時連絡先一覧
- 顧客対応用の張り紙・臨時案内ツール（復旧時期・対応方法など）

このように「仕組みとして印刷物がある」状態を日常化することで、いざという時にも動ける企業へと変わっていきます。

編集後記

情報が溢れる今の時代。しかし、本当に大切な情報ほど、「確実に」「分かりやすく」「手元に残る形で」伝えられる必要があります。災害時、それを可能にするのが“紙”だと思います。デジタル全盛の今だからこそ、あらためて「紙のインフラとしての価値」を見直すことが重要なのではないでしょうか。防災は「備えた分だけ守れる」。印刷の力で“企業の安心”を形にしていきましょう。（T）

nexTRY vol.113
総合印刷の総北海が発信するコミュニケーション誌　2025年8月

株式会社 総北海　www.sohokkai.co.jp
旭川／〒078-8272 旭川市工業団地２条１丁目１番23号　TEL.0166-36-5556　FAX.0166-36-5657
札幌／〒065-0021 札幌市東区北21条東1丁目4番6号　TEL.011-731-9500　FAX.011-731-9515
東京／〒130-0022 東京都墨田区江東橋4-25-10 加藤ビル2F　TEL.03-5625-7321　FAX.03-5625-7323
https://www.sohokkai.co.jp　https://www.instagram.com/sohokkai/
https://www.facebook.com/sohokkai/

nexTRY
総合印刷の総北海が発信するコミュニケーション誌
vol.113
2025年8月

非常時に選ばれる会社は“備えている会社”

防災×印刷

大通公園（札幌市）

最近、トカラ列島やカムチャツカ半島で地震が相次ぎ、南海トラフ地震への懸念もあらためて報じられています。
9月1日は「防災の日」。企業や地域が“もしも”に向き合う意識が高まるこの時期、災害への備えを今一度見直してみるのはいかがでしょうか。
台風・地震・大雨……自然災害はいつどこで発生するか分かりません。そんな中、企業として問われるのは「社員を守る力」「業務を止めない備え」。
防災意識の有無は、従業員や取引先からの信頼にも関わる時代になりました。
今回は、企業が取り組むべき「防災と印刷」の関係に焦点を当て、今こそ見直したい“紙のチカラ”をご紹介します。

その時、社内は動けるか？ 備えを可視化する「紙の力」

突然の災害に見舞われた時、社員はすぐに避難経路を把握できるでしょうか？
誰に連絡し、何を優先すべきか明確にわかっているでしょうか？
非常時の混乱を最小限に抑えるためには、「見ればすぐわかる」「誰もが迷わない」情報伝達が欠かせません。
その手段として、**印刷された避難誘導ポスターや非常時マニュアル、安否確認カードなどの存在**は、災害時の行動を大きく左右します。
災害時に最も頼れるのは、電源もネットもいらない紙媒体。
それは、企業の安心を支える“見える備え”なのです。

BCP（事業継続計画）にこそ、印刷の視点を

BCP（Business Continuity Plan＝事業継続計画）を策定する企業が増える一方、実際の現場で「何をどう伝えるか」という具体的手段までは整備されていないことも少なくありません。
災害時の対応に活用される印刷物の例として、以下のようなものがあります。

- **拠点別の避難マップ・誘導ポスター**
- **停電や通信断時のマニュアル冊子**
- **社員向け安否確認カード・非常時連絡先一覧**
- **顧客対応用の張り紙・臨時案内ツール（復旧時期・対応方法など）**

これらはすべて、「平時に準備しておくこと」で真価を発揮します。
紙で“動ける計画”を支えること、それもまたBCPの一部です。

POD（オンデマンド印刷）が、災害後の“即応力”を支える

災害発生後は、その状況に応じた印刷物が必要になります。ここで大きな力を発揮するのがプリント・オン・デマンド（POD）です。

- **地域・拠点ごとに異なる案内文書の印刷**
- **被災状況に応じた社内通達の貼り出し**
- **店舗・事業所での臨時張り紙（「本日休業」「○月○日より再開」など）**
- **配布用のご案内チラシ（復旧状況・問い合わせ先など）**

こうした印刷物を**短納期・少部数でスピーディーに対応できるPOD体制**があることで、非常時の企業対応に差が出ます。
情報の伝達スピードと正確さは、取引先や顧客の信頼感にも直結します。

「備えている会社」は、選ばれる時代へ

今や、防災対策は「CSR（社会的責任）」の一環として見られています。
特に人を扱う業種——建設、物流、介護、保育、教育などでは、**防災意識が採用や取引の判断材料**になることも増えています。
企業としての信頼性や安心感は、口頭や理念だけでは伝わりません。
避難マニュアルや対策ポスター、非常時対応フローなどを**実際に整備・見える化することが、ブランディングにもつながる**のです。
そしてそれを形にできるのが、私たち印刷業の強みでもあります。