

建設、製造、小売……、

現場での コロナ対策を考える

コロナ対策については、オフィス内だけでなく、建設、製造、小売などの現場でも必須のものとなっています。本稿では、それぞれの業務形態に応じた対策について具体例を解説します。

社会保険労務士川嶋事務所
社会保険労務士

川嶋 英明



職場における コロナ対策

職場における新型コロナウイルス感染症防止について、基本的な対策はどの業種でも大きく変わるところはありません（図表1）。

こまめな手洗い・うがい、マスクの着用といった基本的な感染症対策のほか、密閉空間、密集場所、密接場面のいわゆる「3つの密」を避けることなどがそれに当たります。

また、今回のコロナ禍を受け、

満員電車や事業所内などでの「3つの密」を避けるため、テレワークの実施に踏み切った会社も多かったことでしょう。

一方、業務を行なう現場によって、実施可能な感染症対策には違いがあります。

わかりやすいところであれば、建設業や製造業といった現場でテレワークを行なうことは、ほぼ不可能です。

こうしたことを踏まえ、本稿では建設、製造、小売、それぞれの現場の特徴に沿ったコロナ対策について考えていきます。

建設現場での コロナ対策

(1) 建設現場ならではのリスク
建設現場が他の職場と異なる点は、建設現場という業務を行なう期間が限定されている場所です。様々な業者の人間が業務を行なう点です。そのため、現場でどのようなコロナ対策を取るにしても、所属を問わず現場で作業をする人同士が、対策の内容を共有している必要があります。

国土交通省が公表している「建

設業における新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」では、図表2のような取組み・対策を挙げていますが、それらも現場で作業する人たちにきちんと伝わらないと意味がありません。

そのため、同ガイドラインでは現場や事務所にオリジナルの「ポスターやロゴ、看板を設置し、『3つの密』回避等の意識向上と作業姿勢の定着を図る」といった取組みも併せて記載しています。

(2) 新型コロナ以外のリスク

一方で、建設現場のようにもと

図表1 各業種共通の基本的なコロナ対策

- ・手洗い・うがい
- ・マスク着用
- ・ソーシャルディスタンスの確保、換気の徹底等、3つの密の回避
- ・会議等のオンライン化
- ・テレワークの推奨
- ・時差通勤の推奨
- ・体調の悪い労働者の自宅待機
- ・共有物・共有スペースのこまめな消毒
- ・労働者に対する感染防止対策の啓発 など

もと労働災害が多い、あるいは屋外で業務を行なう業種においてはリスクは新型コロナウイルスだけではなくありません。

具体的には、暑い日に屋外の現場でマスクを付けたまま業務を行なうと、熱中症のリスクが高まります。実際、今夏の建設現場のなかには、「マスクをしなくてもよいから熱中症にだけは気をつけ

図表2 建設現場におけるコロナ対策

【現場作業や移動時の取組み事例】

- ・作業員の配置のブロック分けによる密接した作業の回避
- ・車両での移動時の同乗・相乗りを避け個別の移動を励行
- ・現場と自宅の直行直帰の推奨
- ・重機や車両等の操作前の消毒等の徹底
- ・密室・密閉空間での換気や送風機等の使用の励行 など

【内装工事等、室内の現場における取組み事例】

- ・内装仕上げや設備工事等の室内の作業では、工事エリアごとに区画を設定して作業。狭い場所や居室での作業は、広さ等に応じて入室人数を制限して実施
- ・大部屋での作業等においても、あらかじめ工程調整等を行なってフロア別に人数を制限
- ・室内には換気装置を設置し、換気を実施
- ・工程管理や内装仕上げの確認・是正にWebカメラや通信端末等を利用し、遠隔で実施
- ・作業用エレベーターは3密回避のための使用のルール化 など

ろ」と指示するところもあったようです。またガイドラインでも、感染症対策と熱中症対策の両立のため、空調機能付きの作業着の使用を奨励しています。

そのほか、慣れないマスクやフェイスシールドを着用しながらの業務により、労働災害が発生する可能性も高まります。これらもリスクであることに変わりはなく、

労働者の健康や安全を脅かすものです。

リスク対応には多くの場合、コストがかかります。そのため、他の様々なリスクを比較し、どこまでコロナ対策を行なうかを検討する必要があります。

たとえば、屋外の現場であれば、いわゆる「3つの密」は避けられることも多いはずですから、取れる対応の幅も広いと考えられます。

製造現場でのコロナ対策

製造業の現場では、各現場・製造するものによって、置かれている機器や労働者の配置等が異なりますが、そこに集まるメンバーは基本的に固定化されている場合が多いでしょう。

メンバーが固定化されている

点ではオフィスの業務と共通しますが、製造業の現場では、テレワーク化することが難しい点で異なります。そのため、業務の際はいつものメンバーがいつもの現場に集まることになります。

このようにメンバーが固定化されているなかで、仮に職場内でクラスターが発生するとすれば、それはメンバーのうちの誰かがプライベートな時間に新型コロナウイルスに感染し、それを職場内での従業員に感染させてしまうケースであると考えられます。

そのため、職場内の感染症対策だけでなく、それとは別に、職場外でそれぞれの従業員が感染しないこと、感染してしまった場合に、職場内に持ち込ませないことが必要となります。

そのためには、会社から従業員に対し、プライベートで買い物等に行くときはマスクを着用する、これまでクラスターが発生している場所（接待を伴う飲食店、ライブハウス、スポーツジム等）にはなるべく行かない、といった呼びかけが重要となります。

ただし、従業員のプライベートな時間について、会社が業務命令や就業規則等で拘束することはで

きない点に注意しなければなりません。そのため、感染の危険性が高い場所に行くことを禁止する、ということを経営者が強制することは基本的にはできません。

一方で、従業員には業務のために自己の健康を保持する「自己保健義務」があるため、プライベートな時間だからといって、自己の健康を阻害するようなことをしてもよいことにはなりません。

会社はそのことをしっかりと周知し、従業員の業務外での予防意識を高めたところです。

また、新型コロナウイルスに感染した従業員が職場内に入ること未だに防ぐには、毎朝の検温の徹底や、それらの記録をまとめた体調管理表の作成といった対策が考えられます。そして、会社と従業員の意思を統一するためにも、感染症に対する考えをはっきり示した「指針表明」を文書等でまとめて公表し、今後の対応等を明確化していくことが重要です。

小売現場での コロナ対策

(1) 不特定多数を相手にする業種
小売業の現場が他の業種と異な

る点は、不特定多数の顧客を相手にする点です。

日本小売業協会等が公表している「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症 感染拡大予防ガイドライン」でも「店舗には不特定多数の人々が訪れることから、店頭において十分な感染拡大防止策を講じることが、従業員及び顧客の感染を防止し、事業の持続可能性を確保する上で極めて重要」と記載されています。

店舗内では不特定多数の顧客と従業員、そして、不特定多数の顧客同士による感染が起る可能性があります。

そのため、小売業の現場では、会社としての対策や従業員による対策に加え、来店する顧客に対しても感染予防の呼びかけを行なう必要があります。

会社の対策としてはコロナ禍ですっかり見慣れた光景となった「レジ前に透明間仕切り等の設置」のほか、「店舗入口の消毒液の設置」「買い物かごやカートなど不特定多数の顧客が触る物、場所の消毒」「レジでのコイントレ」での現金受渡の励行」「自動精算機・キャッシュレス決済の利用促進」などが考えられます。

それ以外にも、レジ前の床にソーシャルディスタンスの目印を設置する、休憩スペースやイートインスペースの間隔を確保する、さらには店舗のSNSやHPを通じて混雑時間を公表するといった対策も店舗の状況に応じて行なう必要があります。

一方、顧客に対する呼びかけについては前述の「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症 感染拡大予防ガイドライン」で、次の3つの理解促進が必要であるとしています。

① 対人距離の確保および混雑緩和に係る理解促進

② 感染防止対策への理解促進

③ サービスの内容変化に対する理解促進

①は密集を避けるためのもので、具体例として「他の顧客および従業員との一定の対人距離を確保」「精算を待つ際は間隔を空けて並ぶ（複数人グループでの購入の場合にはできるだけ1人で精算）」「あらかじめ購入品の計画を立てて来店するなど店内滞在時間短縮化を心がけること」、さらには「来店回数の削減」「混雑時間帯を避けての来店」などがガイドラインでは挙げられています。

②については、密集以外の面で

直接的な感染防止に繋がる対策が挙げられており、具体的には「発熱その他の感冒様症状を呈している場合の入店を自粛」「マイバックの洗浄や消毒」のように入店前の時点で顧客に理解を得る必要があるものと、「入店時のマスク着用および、入店後に飲食等のためマスクを外す際の、使用中のマスクの適切な管理」「消毒液が備え付けられている場合、手指の消毒」「咳エチケットの徹底」「現金を数える際に指をなめるなどの感染懸念行為を行なわないこと」「可能な限り購入しない品物に接触しない」「電子決済や自動精算機の利用」「顧客自身によるマイバックへの袋詰め」といった店内での顧客の行動について理解を得る必要があるものが併せて挙げられています。

最後の③は感染症対策とサービスの両立のため、接客やサービスの内容が変化することに対する理解を得るためのものです。

具体的には「接客対応やサービス水準が従来とは異なるものとなり得ること」や「店舗において一時的に品薄商品や陳列棚における欠品が生じる可能性があること」や、必要に応じて点数制限による

図表3 エssenシャルワーカーのための就業規則例

第〇条（緊急時特別手当）

国または地方自治体が緊急事態宣言を出すなど、会社が緊急事態と認める場合、販売の業務に従事する労働者に対して、1勤務当たり〇〇円の緊急時特別手当を支給する。

第〇条（緊急時特別休暇）

1 国または地方自治体が緊急事態宣言を出すなど、会社が緊急事態と認める場合、販売の業務に従事する労働者に対して、実労働時間40時間あたり1日の緊急時特別休暇を、要件を満たした賃金支払い期の締め日の翌日に付与する。

2 その他緊急時特別休暇の取扱いについては、第〇条の年次有給休暇に準ずるものとする。ただし、付与された緊急時特別休暇の時効は付与日より1年とする。

もちろん、日本人の性格や日本が銃社会でないことを踏まえると、海外のようなケースにまで発展することはまずあり得ないと考えることもできます。

そのため、徹底的に感染症対策を行なうため、マスクを着用していない人の入場を店舗の入り口でシャットアウトする、

販売が行なわれること」などについて、会社として顧客に対し理解を得ていく必要があります。

(2) 非協力的な顧客への対応

一方で、店側が対処に困るのが、マスクを着用しない、大声で喋る、ソーシャルディスタンスを守らないなどのように、店側が求めている感染症対策に非協力的な顧客の存在です。

こうした顧客がいると、店内で

の感染リスクが高まるだけでなく、感染症対策に協力的な顧客の店に対する評価も下がってしまう可能性があります。

しかし、現状では、店側が定める感染症対策に非協力的であることを理由に退店を求める店舗は少数でしょう。

マスク着用を顧客に求めるとなると、人手や従業員の負担も増えますし、マスク着用を求めたことで顧客とトラブルになる可能性もあります。

という方法も1つの手段として考えられます。

しかし、人手が必要となり、従業員にも負担のかかる方法であることは間違いないので、慎重に検討したいところです。

一方で、そこまでは行なわない、という場合については、マスク未着用なうえに大声で喋る、といったように複数の点で問題のある顧客や、他の顧客とマスク着用について揉めている、などトラブルが起きている場合のみ対処する、といったような消極的な対応とならざるを得ないでしょう。

そして、顧客への対応が消極的にならざるを得ない以上は、店側はその分、他の部分で感染症対策に力を入れる必要があります。

エssenシャルワーカーに対するインセンティブ

今回、対策を解説した建設業や製造業、小売業に就く労働者の一部は、いわゆるエssenシャルワーカー（生活必須職従事者）に当たり、感染症のリスクが高いにもかかわらず、業務を行なわなければなりません。しかし、今回のコロナ禍のような場合、エssenシャルワーカー

カーのなかにもコロナ感染を心配して、出勤を拒んだり、会社をやめたりする人も出てきます。

こうした感染症を理由とする出勤拒否については、会社が対策をきちんと行なっていれば、当該労働者に対して懲戒処分を行なうことは可能であると考えられます。しかし、そうした業務命令を出したり、懲戒処分を行なったたりしたことが原因で、当該労働者が退職してしまったのでは元も子もありません。

そこで重要となるのがエssenシャルワーカーに対するインセンティブです。インセンティブの形としては危険作業手当などの特別手当や、休業期間中の出勤日数や労働時間に応じて付与する特別休暇などが考えられます（図表3）。

注意点としては、あくまでこうした手当や休暇は特定の期間限定のものであることを明確にすることです。

なぜなら、休業等の期間が終わった後も支給や付与が行なわれてしまうと、それが平時の労働条件とみなされてしまい、制度の適用をやめるときに労働条件の不利益変更と判断される可能性があるからです。