

# 新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン

2020年11月19日

第二版

一般社団法人衛星放送協会

1. 目的
2. 新型コロナウイルス感染症対策に係る体制の確立
  - (1) 指揮命令系統の構築
  - (2) 情報収集
  - (3) 情報共有と従業員への対応
3. 新型コロナウイルス感染者発生時における対処
  - (1) 職場・オフィス内で従業員の発症が確認された場合の対処
  - (2) 発症の疑いがある従業員が確認された場合の対処
  - (3) 従業員の家族（同居）に発症が確認された場合
  - (4) 過去 14 日以内に政府から入国制限、入国後の観察期間を必要とされている国、地域等への渡航並びに当該在住者との濃厚接触がある場合の対処
4. 各部門における新型コロナウイルス感染症対策の実施
  - (1) 全般
  - (2) 時差出勤等の促進
  - (3) 番組制作（企画打合・撮影・ポストプロダクション）
  - (4) 番組送出
  - (5) 営業活動
  - (6) イベント開催
5. 番組内容の変更等
6. 放送事業者としての啓蒙活動
  - (1) 視聴者

## 1. 目的

2020年5月4日、新型コロナウイルス感染症対策専門会議において「新型コロナウイルス感染症対策の状況分析・提言」が示されました。

提言においては、「長丁場に備え、感染拡大を予防する新しい生活様式に移行していく必要がある」とされ、「【新しい生活様式】の実践例」が示されました。

また、新型コロナウイルス感染症対策本部において「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」が変更され、「事業者及び関係団体は・・・業種や施設の種別ごとにガイドラインを作成するなど、自主的な感染防止のための取組を進めることとし、政府は、専門家の知見を踏まえ、関係団体等に必要な情報提供や助言を行うこととする」とされているところです。

これを受けて衛星放送協会も独自のガイドラインの作成を行うことといたしました。これまで、業界でのアンケート等を実施し、当会員の新型コロナウイルス感染症対策の実態調査を行っていましたが、これも踏まえたガイドラインを検討・作成いたしました。

また、業種や施設の種別ごとのガイドラインを意識した構成とし、今後も状況の変化・会員からの意見を取り入れ、より状況に即したガイドラインに変更してまいります。

## 2. 新型コロナウイルス感染症対策に係る体制の確立

### (1) 指揮命令系統の構築

- ・新型コロナウイルス感染症対策の決定・実行・変更等についての基本方針や意思決定方法等を検討・決定する体制を構築。
- ・意思の決定は、迅速な決断・休業等の重大な決定を伴うところから、経営責任者が率先してあたる必要がある。
- ・会社全体への共有等を考慮した社内連絡網の構築が必要。

### (2) 情報収集

- ・新型コロナウイルス感染症の情報に関しては、国内外のあらゆる公式で正確な情報を入手出来る体制を構築することが必要。
- ・感染症防止策・対応策については、専門的な知識を必要であるため、産業医や医療機関、管轄の保健所などを活用して、助言を依頼することも検討する。
- ・他の業界団体との緊密な情報交換を行い、情報を共有する。

### (3) 情報共有と従業員への対応

- ・得られた情報は、全社で共有し、対策の変更等に利用する。
- ・業界内での情報を共有し、対策に反映する。
- ・会員社間での情報も共有する。
- ・日々の従業員の健康状態の把握
- ・社員の意識をたかめ、少しでも感染の可能性を感じた場合の報告の徹底  
(同居する家族を含む)

### 3. 新型コロナウイルス感染者発生時における対処

#### (1) 職場・オフィス内で従業員の発症が確認された場合の対処

- ・患者が確認された場合、保健所に報告し、対応について指導を受け、従業員に周知を徹底する。
- ・保健所の調査に協力する。  
濃厚接触者の確定を受け、濃厚接触者と判定された従業員には、14日間出勤停止し、健康観察を実施。濃厚接触者と判定された従業員が、発熱等の症状がある場合は、保健所に連絡し、行政検査を受診する。

#### (2) 発症の疑いがある従業員が確認された場合の対処

- ・発症の疑いのある者を別室に移動させ、他者との接触を防ぐ。
- ・軽度の症状がある者も、出社、入室制限等を行うことが必要。
- ・この場合も従業員への感染拡大防止に資する適切な情報開示を行う。

#### (3) 従業員の家族（同居）に発症が確認された場合

- ・従業員は、速やかに会社に報告する。
- ・従業員は、濃厚接触者として、14日間の出勤停止とする。
- ・保健所等の指示に従う。

#### (4) 過去14日以内に政府から入国制限、入国後の観察期間を必要とされている

- 国、地域等への渡航並びに当該在住者との濃厚接触がある場合
- ・自宅待機を指示する。
- ・取引先企業にも同様の取り組みを促すことが望ましい。

### 4. 各部門における新型コロナウイルス感染症対策の実施

## (1) 全般

### ①一人ひとりの基本的感染対策

#### ○感染防止の3つの基本：1.身体的距離の確保 2.マスクの着用 3.手洗い

- ・人との間隔は、できるだけ2 m（最低1 m）あける。（社会的距離の確保）
  - 外勤は、公共交通機関のラッシュの時間帯を避けるなど、出来るだけ人込みに近づかない。
  - 事務所内でも人との間隔を2 m確保する。仕切りのない対面座席配置を避け、可能な限り対角に配置する。
  - 実会議の開催にあたっては、少人数を前提にし、人の間隔2 mを確保する。対面での着席を避け、会議室内の換気を徹底する。出来ればオンライン会議を推奨する。
- ・業務外のプライベートでも屋内より屋外を選ぶ。
- ・会話をしている際は、可能な限り真正面を避ける。
- ・外出時、屋内にいるときや会話をしているときに、症状がなくてもマスクを着用
  - 外出時は、マスクを着用する。
  - 勤務中もマスクの着用を徹底する。
  - 会議等では、マスクの着用は、もちろん換気にも留意する。
- ・家に帰ったらまず手や顔を洗う。出来るだけすぐに着替える。シャワーを浴びる。
- ・手洗いは30秒程度をかけて水と石鹸で丁寧に洗う。
  - 手洗いは、可能な限り多く実施。

<https://www.mhlw.go.jp/content/000501120.pdf>

厚生労働省 感染対策の基礎知識の手洗い・咳エチケットを参照

- 共有物に触れた際には、手洗いを実施。
- 事務所への立ち入りの際には、手にアルコール消毒を行う。

<https://www.mhlw.go.jp/content/000617981.pdf>

(厚生労働省 身のまわりを清潔にしよう を参照)

※食器・手すり・ドアノブなど身近な物の消毒には、アルコールよりも熱水や塩素系漂白剤が有効

- ・接触確認アプリ(COCoA や自治体独自の通知アプリ、QRコードを活用したシステムを含む)等を利用する。会員社としても社員に対し当該アプリの利用を促す。
- #### ○移動に関する感染対策
- ・感染が流行している地域からの移動、感染が流行している地域への移動は控える。
  - ・帰省や旅行は自粛する。出張はやむを得ない場合に限定。

- ・発症したときのために、誰とどこで会ったかを記録する。
- ・地域の感染状況に注意する。

②日常生活を営む上での基本的な生活様式

- ・まめに手洗い、手指消毒。
- ・咳エチケットの徹底
- ・こまめに換気
- ・身体的距離の確保
- ・「3密」の回避（密集、密接、密閉）

<https://www.mhlw.go.jp/content/000645566.pdf>

厚生労働省 3つの密を避けましょう を参照

3密からの回避を徹底

- ① 換気の悪い密閉空間
- ② 多数が集まる密集場所
- ③ 間近で会話や発声をする密接場面

- ・毎朝体温測定、健康チェック、発熱又は風邪の症状がある場合は無理せず自宅で療養

③働き方の新しいスタイル

- ・テレワークやローテーション勤務の積極的推進
- ・時差通勤でゆったりと
- ・オフィスはひろびろと
- ・会議はオンラインを積極推進
- ・名刺交換はオンライン
- ・対面での打合せは換気とマスク

(2) 時差出勤等の促進

- ・テレワークの実施 実施している会員社は、大半であるが、出来るだけ多くのテレワークを検討 することが重要
- ・時差出勤の促進  
混雑する時間帯（7時～10時・17時以降）は避ける。
- ・各種書類のネット化の促進

(3) 番組制作（企画打合・撮影・ポストプロダクション）

- ・すべての作業は、最短時間で対応する。
- ・可能な限り人員を減らし、最少人数での作業を行う。
- ・換気が可能な場所では、定期的に来るだけ多くの換気の実施
- ・関係者の定期的な検温の実施。発熱等の症状がある場合は、入室を禁止。
- ・可能な限りの消毒（手消毒含む）の実施を行う。
- ・制作スタッフのマスクの着用を義務付ける。
- ・可能な限り、リモートワークを実施する。
- ・自社制作ではなく、制作会社への発注の場合は、上記を制作会社と相談し、対応する。
- ・イベントでの収録、撮影については下記（6）イベント開催 も参照

#### （4）番組送出

##### ○運用関係者の感染予防処置

- ・運用関係者が、アルコール手消毒を励行する。
- ・体調不良者（発熱者含む）が出た場合、即時出社停止並びに自宅待機とする。
- ・館内共有部における接触機会が多い箇所のアルコール消毒の日次実施を行う。
- ・放送運行の主執務室における接触機会が多い操作箇所でのアルコール消毒を励行する。
- ・可能な限りシフト制、分散勤務、リモート体制などを構築する。

##### ○運用関係者の発症が確認された場合

- ・保健所等、関係機関の指示に従い、感染拡大防止措置を優先しつつ、運用を継続する。
- ・消毒等の措置のため、対象執務室からの一定時間の退去が必要な場合でも、運用停止をせず、運用を継続する対応を行う。
- ・事前にバックアップ編成、緊急差し替え番組等の体制を構築する

#### （5）営業活動

- ・クライアントへの直接対面を出来るだけ避ける。
- ・対面での打合せは、可能な限り2mを目安に、最低1m確保するよう努め、換気の出来る場所でマスクを着用
- ・会議は、出来るだけオンライン化で実施
- ・出張は、出来るだけ控える。緊急事態宣言が出ている地域は基本的に禁止。
- ・不要な会食は、出来るだけ控える。
- ・打合せは、換気を徹底しマスク着用。

## (6) イベント開催

- ・開催に関し、場所、規模、時期等は内閣官房新型コロナウイルス感染症対策室の指針等を勘案し、判断する。
- ・広域的なこと等により、入退場や区域内の行動管理ができないものは開催を慎重に検討
- ・大規模イベントは、事前に収容率制限等も含めて都道府県と相談
- ・地域の感染状況の変化があった場合は柔軟に対応
- ・イベント開催等に係る基本的な感染防止策

### ①ウイルスを持ち込まない

#### スタッフおよび出演者の体調管理

- ・スタッフおよび出演者の定期的な検温
- ・発熱など、体調が悪いスタッフおよび出演者はイベント等への参加を控える

#### 参加者の体調管理

- ・参加者の入場時の検温
- ・37.5度以上の発熱がある場合や、体温が37.5度未満でも平熱より明らかに高い場合、咳や咽頭痛などの症状がある場合など、体調が悪い参加者にはイベント等への参加を断る  
(有料イベントの場合は参加費等の払い戻しの方針について予め明確にし周知する)

### ②持ち込んでも感染させない

イベントがコンサートの場合等は、演者等と観客が催物前後・休憩時間等に接触しないよう確実な措置を講じる

#### マスク

- ・熱中症対策等に必要な場合を除き、マスクの着用を奨励
- ・着用していない者がいた場合は注意喚起、必要な場合はマスクを配布
- \*マスクを持参していない者がいた場合は主催者側で配布若くは販売し、着用率100%を担保する

#### 大声抑制

- ・観客等による大声を抑制（大声を出す者がいた場合等は個別に注意等を行う）
- ・演者が大声を発する場合、観客まで最低2m程度の距離を確保
- \*スポーツイベント等ではラッパ等の鳴り物を禁止

#### 手洗い



- ・こまめな手洗いの奨励

#### 消毒

- ・施設内のこまめな消毒、消毒液の設置、手指消毒

#### 密閉の回避（換気）

- ・法令を遵守した空調設備の設置、こまめな換気

#### 密集・密接の回避

- ・入退場時や休憩時、待合場所、トイレ等における密集・密接の回避（最低1mの身体的距離の確保、時間差入退場によりエレベーター内等含めた密集防止の工夫、休憩時間を長めにとる、トイレでは中での密集を避けるために入口手前での整列を行う等）
- ・観客席は着席または立ち位置固定を基本とし、十分な間隔を空けて設定する。
- ・出演者間での感染防止の観点から、十分な距離を確保すると共に必要に応じ、クリアパネルの設置やフェイスシールドの使用などを行う。

#### 飲食の制限

- ・飲食のための感染防止策を講じたエリア以外での飲食の制限（劇場・ホール内での食事は自粛を促す）

#### 催物前後の行動管理

- ・イベント前後の飲食（打ち上げ）等の実施は慎重に判断
- ・交通機関・飲食店等の分散利用の注意喚起をする

### ③ 感染しても広げない

- ・参加者の連絡先把握
- ・可能な限り事前予約制（WEB予約の推奨）、又は入場時に連絡先の把握

#### 参加者自身による感染把握

- ・接触確認アプリ（COCOA）、及び各地域の通知サービスの活用を促し、その旨を事前通知する。

## 5. 番組内容の変更等

- ・番組内容の変更は、視聴者やスポンサー及び番組審議委員会に報告を行う。
- ・番組内容の変更や放送休止を行う場合には、視聴者には、放送・ホームページ・

SNS等にて事前に周知を行う。

- ・放送を休止する場合、事前、もしくは事後速やかに監督官庁に報告する。

#### 6. 放送事業者としての視聴者に対する啓蒙活動

- ・ステイホーム等の視聴者への啓蒙をすでに行っている事業者もいるが、「新しい生活様式」に関することを視聴者に啓蒙していくことも我々業界の使命である。
- ・自宅での時間が増えている現状において、自宅で楽しむことが出来る番組をよりお届けすることが最も必要である。

以上

2020年 5月14日 第一版策定

2020年 6月 1日 第一版一部改訂

2020年11月19日 第二版策定