

自動車販売店の再開手順：付録 D

最新の更新：

7/17/20: 従業員と顧客のフェイスカバー着用、及び従業員と顧客の症状確認に関するポリシーを明確化するために更新されました。（変更は黄色で強調されています。）

ロサンゼルス郡公衆衛生局は、特定の企業が安全に営業を再開できるよう、科学と公衆衛生の専門知識に基づく段階的アプローチを試みています。以下の要件は、2020年5月7日付のカリフォルニア州公衆衛生からの担当官命令により、再開を許可された自動車販売店に特化したものです。必須企業に課されている州知事からの条件に加え、自動車販売店は以下の自動車販売店向けチェックリストに記載されている条件にも遵守する必要があります。

注：本文書は追加情報やリソースが入手され次第更新されることがあるため、定期的にロサンゼルス郡のウェブサイト <http://www.ph.lacounty.gov/media/Coronavirus/> にアクセスし、本文書が更新されていないか確認してください。

本チェックリストの内容：

- (1) 職場における従業員の健康を保護するための方針と実践
- (2) 物理的距離を確保するための措置
- (3) 感染防止対策
- (4) 従業員および市民とのコミュニケーション
- (5) 重要なサービスへの公平なアクセスを確保するための措置

施設が再開手順に取り組む際、これら5つの重要点を考慮する必要があります。

本ガイドの対象となるすべての企業は、以下に記載されているすべての適用可能な対策を実施し、対策が実施されていない場合は、それが適用されない理由を説明する必要があります。

企業名：

所在地：

投稿日：

A. 職場における従業員の健康を保護するための方針と実践

- 在宅勤務で職務を果たせる従業員には、在宅勤務が指示されている。

- 従業員を在宅勤務にする機会を増やすため、可能な限り作業工程が再編成されている。
- 脆弱なスタッフ（65歳以上、慢性疾患のある人）には、可能な限り在宅勤務で行うことができる作業が割り当てられている。
- すべての従業員が、病気または COVID-19 感染者にさらされた場合は、出勤しないように指示されている。従業員は、該当する場合、自己隔離と検疫に関する公衆衛生局のガイダンスに従う事を理解している。病気で自宅待機することによって従業員が罰せられることがないように、職場休暇方針を見直し、修正している。
 - 従業員には、受給資格があれば経済的に自宅待機しやすくなる、雇用者または行政が提供する休暇給付金に関する情報が提供されている。[ファミリーファーストコロナウイルス対策法](#)に基づく従業員の病気休暇の権利、労災補償給付金における従業員の権利、および[州知事令 N-62-20](#)に基づく3月19日から7月5日に発生した COVID-19 への曝露の労働関連の推定を含む、COVID-19 における病気休暇および労災補償を支援する行政の[プログラム](#)に関する追加情報を参照のこと。
- 従業員が職場に入る前に**症状の確認**を行っている。症状の確認には咳、息切れ、呼吸困難、発熱または悪寒、および従業員が過去14日間に COVID-19 への感染が判明している人との接触があったかどうかを含む必要がある。これらの確認は遠隔か、従業員の出勤時に直接行うことができる。可能であれば職場での検温も行う。
- 一名以上の従業員が COVID-19 検査で陽性反応を示す、または症状を発症している報告を受けた場合、雇用主は**感染者を自宅で隔離**させ、職場で曝露した可能性のあるすべての従業員を即時**自己検疫**させるための計画を用意している。雇用主の計画は、追加の COVID-19 管理対策が必要となりえる職場での新たな曝露があったかを判断するため、検疫中の全従業員が COVID-19 検査にアクセスする、または COVID-19 検査を受けるための手順を検討する。[職場での COVID-19 への対応](#)に関する公衆衛生局のガイダンスを参照している。
- 14日以内に職場内で3件以上の症例が確認された場合、雇用主はこのクラスターを (888) 397-3993 または (213) 240-78211 で公衆衛生局に報告する。クラスターが現場で特定された場合、公衆衛生局は、クラスターへの対応を開始し、感染対策のガイダンスと推奨事項、技術サポート、および施設に特化した対策を提供する。公衆衛生局のケースマネージャーがクラスターの調査として配属され、施設の対応への指示をサポートする。
- COVID-19 による深刻な病気の症状（呼吸困難、胸部の痛みや圧迫感、唇や顔の血色の悪化や、今までに無かった精神の錯乱や意識が朦朧とする）について従業員に教育を行い、これらの症状が発生した場合、911に電話するか救急病院に行くよう指示する。
- 勤務中に他者と接触する従業員に鼻と口を覆う適切な布製フェイスカバーを無料で提供している。勤務中に他者と接触する、またはその可能性がある従業員は常時フェイスカバーを着用する。医療従事者からフェイスカバーを着用しないように指示されている従業員は、状態が許す場合に限り、州命令に準拠した下端にドレープが付いたフェイスシールドを着用する。ドレープはあごの下にフィットするものが推奨される。一方向弁付きのマスクは使用しない。個人オフィスや立った時の高さよりも高い仕切りで仕切られた作業スペースに一人で勤務する従業員は布製フェイスカバーを着用する必要はない。
- 従業員には、フェイスカバーを毎日洗濯**または交換**するよう指示する。
- すべてのワークステーションの間隔を少なくとも6フィート置く。
- ショールーム、顧客待合室、休憩室、トイレ、その他の共用エリアは、以下のスケジュールに従って頻繁に消毒する。

-
- ショールーム _____
 - 休憩室 _____
 - トイレ _____
 - その他 _____
- 休憩室で、常に従業員の間で6フィートの距離を保てるよう、休憩時間をずらす。
 - 従業員は、マスクが一貫して正しく着用されるように、指定された休憩室、プライベートオフィス、または囲まれたワークステーション以外での飲食を禁じる。
 - 従業員が利用できる消毒剤および関連用品は以下の場所に常備する：

 - 従業員が利用できる COVID-19 に対して効果的な手指消毒液は以下の場所に常備する：

 - 従業員は手を洗うため、頻繁に休憩をとることが許可されている。
 - 従業員用トイレには、石鹸と使い捨てタオルを十分に用意する。
 - 各従業員には、各自の用具、機器、および特定のワークスペースを割り当てる。手持ちのアイテムの共有は最小化または排除する。
 - 各従業員に本手順のコピーを配布する。
 - この手順に記載されている、雇用条件に関するポリシー以外のすべてのポリシーは、配達スタッフおよび第三者として敷地内にいる可能性のあるその他の会社に適用されている。
 - オプション - その他の対策の説明：
-

B. 物理的距離を確保するための措置

- 顧客が、顧客間および顧客とスタッフの間で少なくとも6フィートの距離を保ちつつ、さまざまな車のモデルを見ることができるようショールームの配置をする。
- 布製フェイスカバーを着用したスタッフを、最も近い顧客から少なくとも6フィートの距離を保ちつつドアの近くに配置し、顧客をショールームや待機エリアへ適切に案内し収容人数を制限する。
- スタッフの勤務エリアの周囲6フィートの境界にテープまたはその他の材料を用いて印を付ける。
- 顧客に従業員用トイレを使用させない。
- 従業員に対して、顧客および従業員間で少なくとも6フィートの距離を保つように指示する。従業員は、書類上の手続き、支払い、商品の受け渡し、またはその他必要に応じて一時的に顧客に近づくことができる。
- 試乗に同乗できるのは、該当する場合、顧客1名と運転席の反対側の後部座席に座る従業員に制限する。顧客と従業員の双方が布製フェイスカバーを着用する。
- 顧客が販売担当者と個人面談するスペースは、双方が6フィートの距離を保てるよう十分にもつ。
- 社会的距離の要件は一緒に来店された二人組や同じ世帯の人々には適用されないが、子供と一緒に来店した顧客には、子供が親のそばを離れず、他の顧客やスタッフから少なくとも6フィート離れているこ

とを確認するよう依頼する。

C. 感染防止対策

- 空調システムは正常に機能し、可能な限り換気量を増やす。ポータブル高効率空気清浄機の設置や、建物の空気フィルターを可能な限り最高効率のものへアップグレード、または外気量を増やし職場内の換気を増やすためにその他の変更を加えることを検討する
- 非接触型決済システムを設置する。設置できない場合は決済システムを定期的に消毒する。
説明： _____
- 営業時間中、共用エリアや頻繁に触れる物は EPA 承認の消毒剤を使用して消毒する。
- ゴミ箱、ランプ、ソープディスペンサー、ドア開閉装置など、頻繁に触れるものの代替として、可能な限りハンズフリーデバイスを使用する。
- 施設に到着した顧客に、施設内または施設の敷地内では（該当する場合は、飲食中を除いて）常時フェイスカバーの着用が必要であることを説明している。これはすべての成人と2歳以上の子供に適用される。医師よりフェイスカバーを着用しないように指示をされている顧客はこの要件から免除される。従業員と他の来訪者の安全をサポートするために、フェイスカバーを持参せずに到着した顧客が利用できるフェイスカバーを用意する。
- 来訪者が施設に入る際に、症状の確認を行う。症状の確認には咳、息切れ、呼吸困難、発熱または悪寒が含まれる。これらの確認は、対面式で行うか、オンラインチェックインシステム、またはこれらの症状のある来訪者は施設内に入場してはならないことを通告する看板を施設の入口に掲示するなどの代替方法で行う。
- 身近でのやり取りが必要なエリアでは、透明プラスチック板（プレキシ素材）またはその他の透明な仕切りを設置し、販売担当者、財務マネージャー、受付、レジ係と顧客の間に距離を置く。
- 施設の念入りな洗浄を定期的に行うため、営業時間を変更または調整する。
- 顧客（または一世帯から複数の方がいる場合はその世帯）が車内を下見した後、車内で頻繁に触る部分を消毒剤を使って拭き掃除をする。これらには必要に応じて、ドアノブ、ハンドル、ダッシュボードの備品、その他の車の部品が含まれる。
- 顧客に購入を検討している車種のみを試乗を限定するよう促す。
- 車の頻繁に触れる部分を、顧客（または一世帯から複数の方がいる場合はその世帯）が車を試乗する前後に消毒剤を使って拭き掃除をする。これには、ドアノブ、ハンドル、シート、ギア、および他のすべての運転コントロール部品とダッシュボードの備品が含まれる。試乗中に使用するすべての座席エリアの部品を消毒する。試乗中の汚染リスクを最小限に抑えるため、使い捨てのフロアカバーやシートカバーを使用する。
- 手指消毒液、ティッシュ、ゴミ箱を施設の入り口または入り口付近に設置する。
- すべての支払いポータル、ペン、およびスタイラスは、別の人が使用するたびに消毒する。顧客とのミーティングに使用する机や椅子は、使用后必ず拭き掃除を行う。
- セルフサービスの未包装飲食物は顧客に提供しない。水飲み器は使用停止にし、セルフサービスのコーヒーメーカーは、電源を切るか、顧客エリアから除去する。
- 施設に配達された荷物は、受取時に可能な範囲で検査および消毒する。
- オプション - その他の対策の説明（例：シニアのみの時間を提供する、ピーク時以外の販売にインセンティブを与える）

D. 一般市民とのコミュニケーション対策

- 本手順のコピーを、施設のすべての公共の入口に掲示する。
- 施設のオンライン発信（ウェブサイト、ソーシャルメディアなど）は、営業時間、フェイスカバー着用の必要性、ショールーム内の子供に関する方針、およびその他に関する明確な情報を提供する。

E. 重要なサービスへの公平なアクセスを確保するための措置

- 顧客・クライアントにとって重要なサービスを優先する。
- 遠隔で提供できる取引またはサービスはオンラインでのサービスに移行する。
- 移動が制限されている、または公共スペースにいて病気になるリスクが高い顧客のための商品およびサービスへのアクセスを保証するための対策を講じる。

企業は 上記に含まれていない追加の対策について別のページに記載し、
本文書に添付してください。

本手順に関するご質問やご意見は、以下の者までご連絡ください。

担当者名：

電話番号：

最終更新日：
