



社会広聴会員アンケート

「地方自治体の機能・役割に関するアンケート」調査結果 1

「情報源に関するアンケート」調査結果 8

企業と生活者懇談会

JFEスチール（神奈川） 東京証券取引所（東京） 新日本石油（宮城） 18

ご意見・ご感想

..... 27

経済広報センターニュース

..... 29

「地方自治体の機能・役割に関するアンケート」調査結果

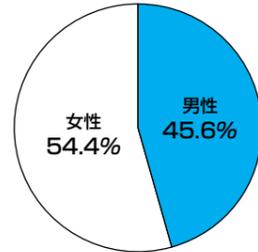
道州制に「関心がある(強い/少し)」が66%

わが国社会は、今、急激な変容を遂げつつあり、その中で国民が日々生活している地域社会は、幾多の難問を抱えています。特に、急激に進む高齢化や少子化、さらに都市への人口集中、過疎化などにより、地域の基盤は大きく揺らいでいます。こうした課題の解決のため、地域社会が主体的に創意工夫を発揮し、社会インフラの整備、経済振興、住民の間のきめ細かいネットワークづくりなどに取り組む動きが各地で活発化しておりますが、一方で国と地域行政の枠組みを根本から見直すとする動きも加速しております。広域行政の実現という観点から市区町村の合併が進んできましたが、さらにより強い権限と広い地域に責任を有する地方自治体、つまり道州制の導入が議論されております。

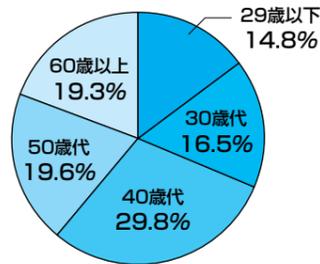
そこで、経済広報センターは、道州制の議論を進める上で、地域の生活者が現在の地方行政の在り方や理想的な行政体制をどのようにイメージしているかの参考にするため、全国の様々な職種、世代により構成されている当センターの「社会広聴会員」を対象に、道州制の意義や関心、権限や財源移譲の在り方、都道府県と市町村の重複事務の問題などについて、意識調査を行いました。

今回の調査からは、生活者は、行政が地域の実情に合わせ、地域を活性化していくため、住民選択による独自の行政を望み、道州制への関心が高いことが分かりました。また、道州制の下での具体的な区域割りや実施目標年などについても、かなり明確に考えつつあるように見受けられます。ただ、男女間や地域などにより、道州制への理解度は差異が大きく、今後、より一層の理解促進活動が必要になると考えられます。

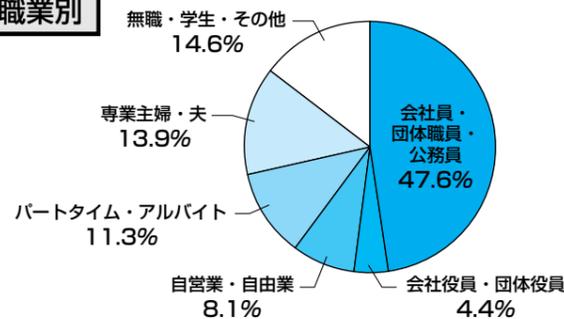
性別



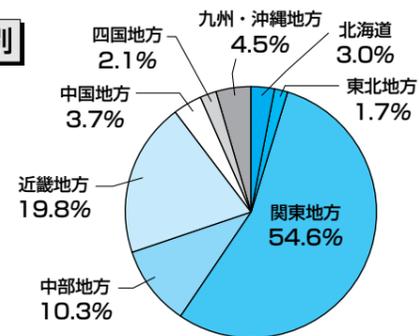
年代別



職業別



居住地域別



●調査の概要

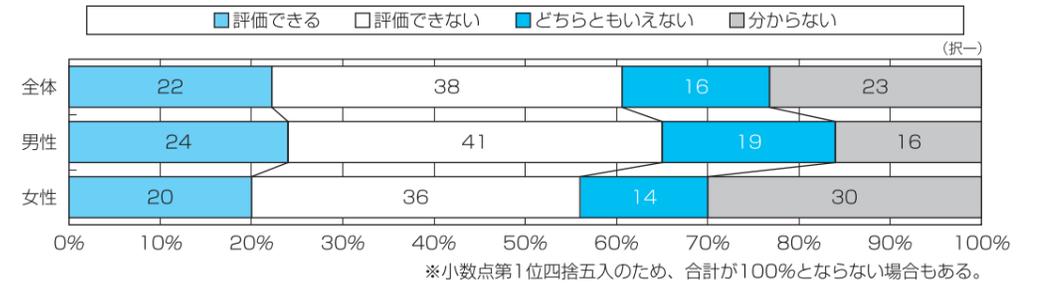
- (1)調査名称 : 地方自治体の機能・役割に関するアンケート
- (2)調査対象 : eネット社会広聴会員 2154人
- (3)調査方法 : インターネットによる回答選択方式
および自由記述方式
- (4)調査期間 : 2007年2月15日～2月23日
- (5)有効回答 : 1547人(71.8%)

1 地方自治体の行政活動の評価

自治体の行政活動は「評価できない」(38%)が「評価できる」(22%)を16ポイント上回る

Point

自治体の行政活動が「評価できない」が全体の4割



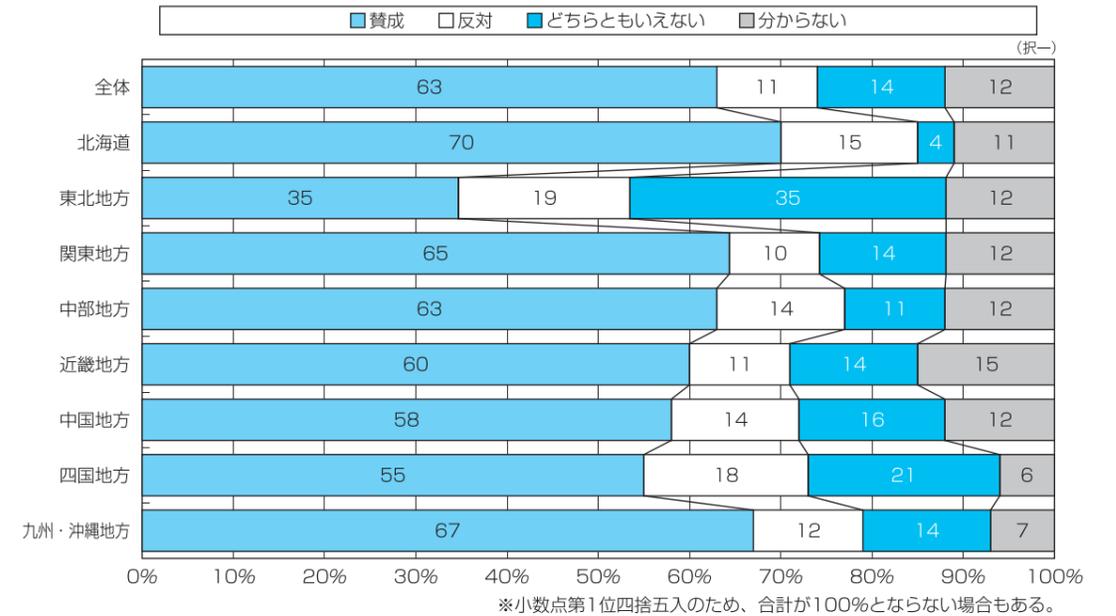
現在の自治体の行政活動について「評価できない」との回答が38%となり、「評価できる」の22%を大きく上回っている。男女別に見ると「評価できない」との回答は男性41%に対して、女性の回答は36%となり、5ポイントの差があり、男性の方が女性に比べ自治体の行政活動に不満を持っていると思われる。一方、「分からない」との回答が女性で30%に達している。

2 国から地方自治体への権限や財源移譲の賛否

国から地方自治体への権限や財源の大幅移譲は「賛成」が63%

Point

東北地方では、「賛成」が少なく、「どちらともいえない」が多く特徴的



国から地方自治体に権限や財源を大幅に移譲することについては「賛成」が63%、「反対」が11%となっている。国と地方自治体の行政活動に対し、生活者により身近な地方自治体への権限と財源の移譲が期待されている。

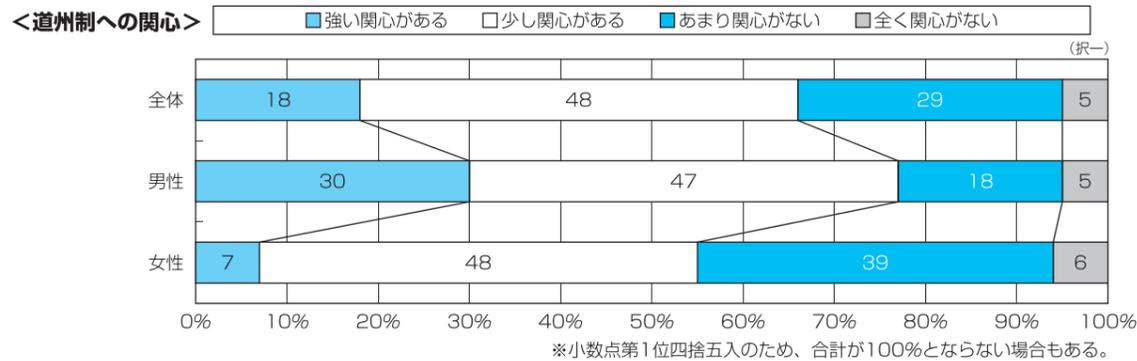
地方別に見ると、北海道、東北地方、九州・沖縄地方を除く地方では「賛成」が55～65%、「反対」が10～18%とほぼ同様の回答になっている。道州制特区*が実施されている北海道は、「賛成」が70%と多い。続いて、知事や経済界で議論が進んでいる九州地方が67%と多い。東北地方は、「賛成」が35%と最も少なく、「どちらともいえない」が35%と非常に多く特徴的である。

*2007年4月から実施されている。アンケート調査時は実施前。

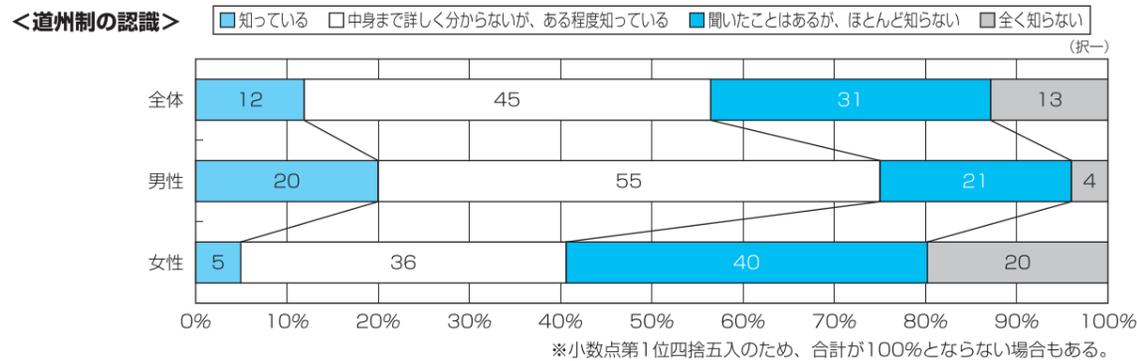
3 道州制への関心と認識

道州制への「関心がある（強い/少し）」が66%で内容を「知っている（知っている/ある程度）」は57%

Point 男性・女性では、道州制への関心の度合いに大きな差



Point 道州制への関心、認識とも男性の方が高い



道州制に「関心がある（強い/少し）」が66%となっている。男女別に見ると、男性が77%、女性が55%となっている。

また、道州制の内容を「知っている（知っている/ある程度）」は57%となっている。男女別に見ると、男性が75%、女性が41%となっており、関心度合いとほぼ同様の傾向が見られる。女性で、道州制に「関心がない（あまり/全く）」が45%、「聞いたことはあるが、ほとんど知らない/全く知らない」が60%となっており、特に女性の道州制への関心が少ない。

道州制シンポジウムの開催

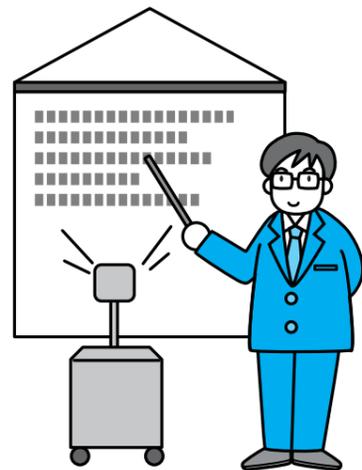
道州制に関する理解を深めるため、シンポジウムを開催する予定です。

お近くで開催の際は、ぜひご参加ください。

【東京】2007年9月上旬

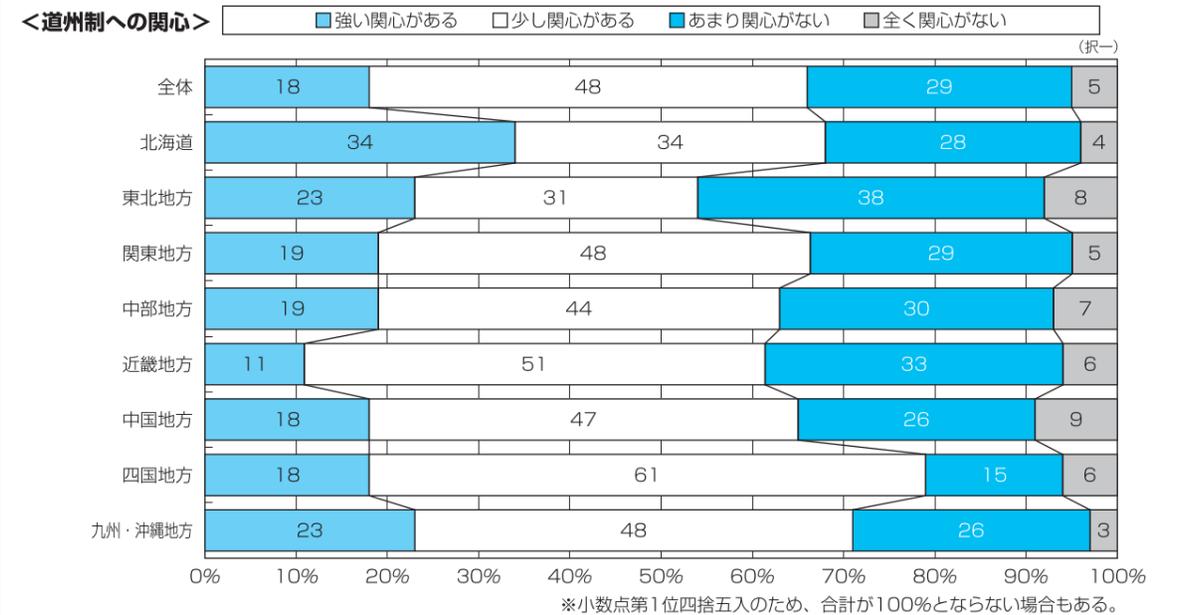
【名古屋】2007年11月

【九州】2008年2月

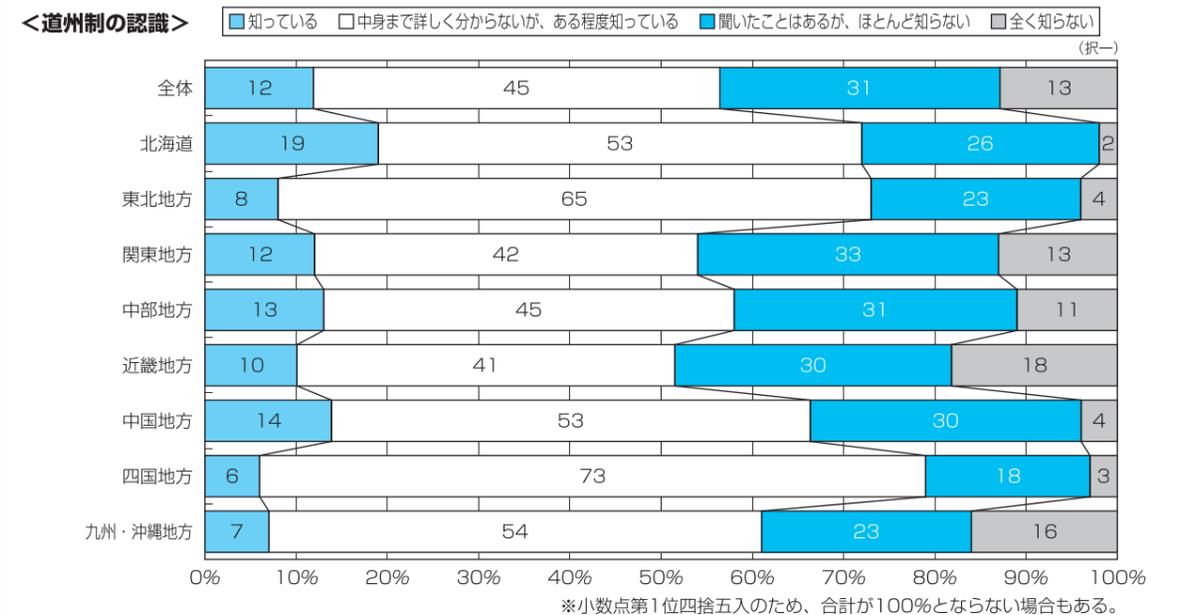


3-A

Point 東北地方では「あまり関心がない」が多く特徴的



Point 地方によって、道州制の認識度が違う



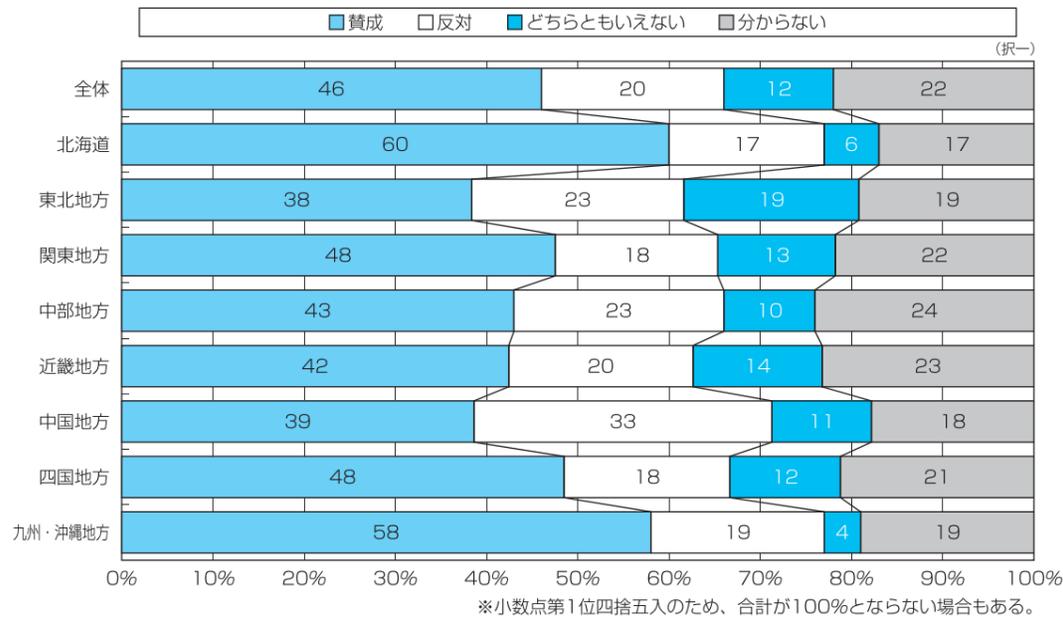
地方別に見ると、道州制に「関心がある（強い/少し）」が、「北海道」（68%）「四国地方」（79%）「九州・沖縄地方」（71%）で全体（66%）を上回っている。「北海道」は、調査当時、道州制特区の実施が目前に迫っていたため、関心が高かったように思われる。「四国地方」「九州・沖縄地方」は、一つのまとまりのある地域であることから、関心が高いように思われる。一方、「東北地方」で「あまり関心がない」が38%と高いことは、特徴的である。また、道州制の内容を「知っている（知っている/ある程度）」が、「北海道」（72%）や「東北地方」（73%）、「中国地方」（67%）、「四国地方」（79%）、「九州・沖縄地方」（61%）で全体（57%）を大きく上回っている。「関東地方」「近畿地方」「中部地方」を除く地方は、道州制のイメージが比較的明確であり、道州制について知っている生活者が多いことがうかがえる。

4 道州制における地域への権限や財源移譲

道州制の導入時の地域への権限や財源の移譲に「賛成」が46%

Point

道州制特区の北海道は「賛成」が多い



道州制の導入により現行市町村が広域的に再編され、そこに大幅な権限や財源が移譲されることについては、「賛成」が46%、「反対」が20%となっている。

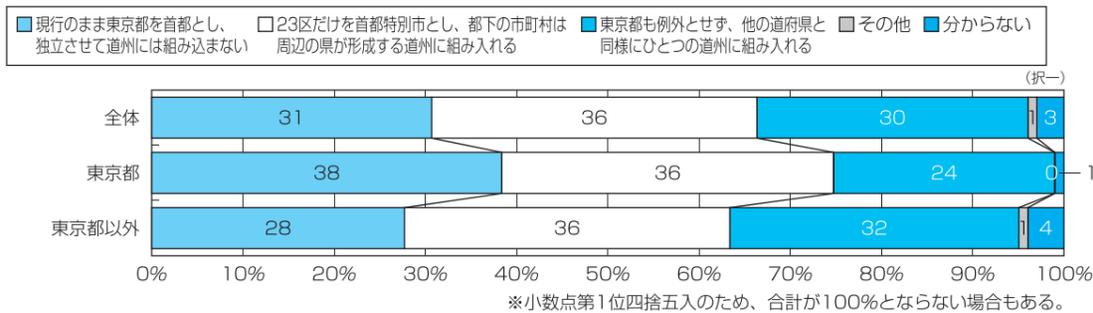
地方別に見ると、この4月から道州制特区が実施されている北海道は、「賛成」が60%と多くなっている。続いて、九州・沖縄地方の「賛成」が58%となっており、全体（46%）を大きく上回り、他の地方より、道州制の導入への期待が強いようだ。

5 道州制における東京都の扱い

道州制における東京都の扱いは、ほぼ3つの意見に分かれる

Point

都民は「東京都を例外とする」が38%で最も多い



道州制における東京都の扱いについては「現行のまま東京都を首都とし、独立させて道州には組み込まない」（31%）と、「23区だけを首都特別市とし、都下の市町村は周辺の県が形成する道州に組み入れる」（36%）、「東京都も例外とせず、他の道府県と同様にひとつの道州に組み入れる」（30%）の3つの意見がほぼ同じ回答率になっている。東京都は、道州に組み込まれないで特別なイメージを持って見られている。

ただ、回答者を「東京都」と「東京都以外」に住んでいる方で分類すると、「現行のまま東京都を首都とし、独立させて道州には組み込まない」との回答は、「東京都」に住んでいる方で分類すると38%、「東京都以外」に住んでいる方が28%と大きく異なっている。東京都に住んでいる方を見ると、「現行のまま東京都を首都とし、独立させて道州には組み込まない」（38%）と「23区だけを首都特別市とし、都下の市町村は周辺の県が形成する道州に組み入れる」（36%）を合わせると、74%が「東京都を例外」とするよう考えているようだ。

地方自治体の機能・役割に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

◆地方自治体がどのような活動をしているのかが、あまり市民に伝わっていないような気がする。権限移譲によって、地方がもっとよりよくなっていくのではないだろうか。自分たちの町をよくしよう、自分の町を好きでいたいという気持ちの原動力になっていくと思う。

◆地方分権が進めば、各地方の実態に即した政策などが施行できるようになると思うが、それには多額の財源が必要となる。住民の負担は一体どうなるのか、箱の話だけでなく中身がどうなるかの話も詳細にしてほしい。

◆現在の地方行政は無駄が多すぎる。地方は国の補助金や交付金に頼りきっていて自立できていない。道州制により解決できることが多いのであるならば、思い切って大胆に制度を変更すべき。地方の財政状態を考えると、10年、20年先の移行ではなく、5年以内を目標に早急に変革を。

◆道州制のメリットがよく分からないので、他の人たちがどのようにとらえているか、とても興味がある。道州制の認知度が一般に低いと思われるため、内容を理解した人たちの見解を聞きたい。

◆今回、道州制という政策を初めて知った。もう少し地方自治が発展し、地域住民のニーズに積極的にこたえられるような、もっと地域に密着した、充実したものになってほしい。

◆現行の一極集中化は、地域格差を生む大きな要因となっている。地方都市の若者の流出、それによる高齢化は、自治体が福祉に財源を投入せざるを得ない一因であり、それにより、仕事がないことを理由に若者が「ふるさとを捨てる」ことへの対応（産業の活性化、雇用促進など）は、後手に回っていると感じる。このスパイラルは早急に断ち切る必要を感じている。道州制を導入することにより、地域の活性化、競争力につながれば、これらの問題は解消し、日本全体が元気のある国になるのではないだろうか。

30歳代の意見・感想

◆これまでの非効率な行政のやり方が改められ、しっかりしたモラル・ガバナンスが保たれ、住民の意見が取り入れられるようなものにならないと導入する意味はないと思う。また、東京への一極集中と経済

発展に比べ、地方の疲弊は目を覆うばかり。東京だけが発展すればいいのか、地方は過疎化が進み、独自の文化やなりわいが消えてもいいのか、日本全体を今後どうしていきたいのかなどについて国民の合意が必要だと思う。ばらまきにならない、バランスの取れた国家の発展を目指す政策が求められていると思う。

◆国から地方への権限移譲はとても重要なことだが、今までの国政や地方自治の「やり方」の延長線ということでは、金をめぐる癒着や不正といった構造を是正することはできない。行政も国民（市民）ももっと勉強して、新しい仕組みをつくらないといけないと思う。

◆国に依存しないとすると、おそらく夕張市のようなことが多々出てくると思う。マスコミや国民は町のせいにしていて、そもそも政治に関心のない風土をつくった国民全体の責任ではないだろうか。今こそ地方自治に目を向けて、今後起こりうるだろう困難を住民全体で考えないと、地方自治体は駄目になる一方だと思う。道州制にしたとしても同じだ。

◆国および国会議員が道州制に関する議論を進めているのは知っているが、我々一般国民にとってのメリットが詳しく分からない。道州制に関する講演会にも参加したことがあるが、理解が困難だった。もう少し噛み砕いた説明ができないものだろうか。マスコミの役割にも期待したい。

◆とにかくまず、税金の使い道を見直してもらいたい。足りなければ徴収すればよいという考えでなく、切り詰められるところはすべて切り詰めることから始めてほしい。

◆今までの都道府県知事よりもより大きな権限を持つことになるので、トップとなる人はリーダーシップだけでなく、公僕としての心構えや責任感がよりいっそう求められることになると思う。そのような人々を育成していく仕組みづくりも大きな課題ではないだろうか。

40歳代の意見・感想

◆高齢化社会においては小規模なコミュニティが望ましいのではないかと。高齢者にとっては各種手続きや相談など、身近に窓口が必要である。現在も出張所があっても、そこですべての手続きができるわけ

でなく本庁まで出掛けるのに苦勞をすることが、特に地方ではよくある。また、地域による差を把握したきめ細かい行政サービスが必要だと思われる中、市町村の合併があちこちで進められ、不安に思っているが、それをさらに大規模にしようというには賛成できない。

- ◆国からの補助金を地方の権限に移譲した方が、その地方の事情に合った行政が実現できると思うが、その一方、ますます知事や市長の権限が強まり官製談合などの問題がさらに増えるのでは。そのためには、情報の透明性や住民による監査を強化するべきである。
- ◆慣れ親しんだ「県」がなくなるとか、歴史のある地名が消えるなどといった問題や実際の生活圏の問題を含めて議論してほしい。特に政治家は自分の政治基盤ではなく国民、住民の生活を向上させるために、世の中の仕組みをどう変えるべきかのビジョンを発信してほしい。そして、我々にどう影響があるのかを分かりやすく開示してほしい。
- ◆ある程度権限が移譲された方が、国の顔色を見て陳情などをすることもなくなり、無駄がなくなるような気がする。また、その地域に魅力がなければ人が集まらなくなると思われるので、住みたくする自治体にするために、自治や福利厚生などについて、真剣に住み手のことを考えるようになるかもしれないという期待はある。
- ◆どの地域に住んでいても一定の生活、教育、文化に触れられるように願う。そこにプラスアルファの地域の特性、郷土文化が加わればそれぞれの自治体は素晴らしいと思う。
- ◆道州をどのように分けようかという報道を見たことがあるが、内容に関するものはあまり見た覚えがない。本質についての議論ができるようにさらなる広報が必要だと思う。

50歳代の意見・感想

- ◆工程表を作り地域住民への説明や必要性を訴え、なぜ道州制が必要かの合意をあらゆる年代で形成していく。道州制の最終目標は地域住民の自立、自覚が必要であり、行政に頼らない自立した個人を増やすことではないだろうか。
- ◆基本的には、各地域の自治を尊重して、地域でできることは地域で行うことに賛成だが、現状、その各地域に格差があり、また、地域住民の意識レベルにも違いがあるため、同じ水準で、国から各地域にいろいろな権限を移譲することについては不安がある。
- ◆例えば空港などの大型のインフラは県単位ではなく、もう少し大きなエリアでの必要是非の検討が必要で

はないか。また、国は外交などを含めて国全体のことについてもっと専念すべきではないかと考える。

- ◆地方分権の流れには賛成だが、その受け皿となる地方行政、住民に自治・独立の意識が低い。お上から与えられるもの、あるいはお上に従うものという歴史的依存性からの脱却が必要。教育に反映させるべき。
- ◆田舎に住んでいると、東京一極集中を切実に感じる。若者は勤め先のある都会に出て行き、田舎は年寄りばかりとなっている。企業の在り方などから変えなければ能力のある若者は都会に出てしまう。地方自治体に役割を分担するといわれても果たしてすべての地方自治体が担えるのか考えてしまう。
- ◆地方自治体がそれぞれに知恵を出し合い、独自性を出すことによって活性化する。また、そこに暮らす住民も行政に関心を持ち、地方自治に積極的にかかわる姿勢が出てくるのではないかと。

60歳以上の意見・感想

- ◆地方自治体の大幅な機能強化および効率向上が必要と考える。国は外交、国防、経済、環境、医療、年金、福祉、義務教育等々国家存立の根幹部分を包括的に担当して、各地域の特有な事項は極力地方自治体に予算とともに権限移譲すべきだと思う。
- ◆現在の都道府県自治と市町村自治は重複部分が多く、効率的ではない。民間の力を最大限活用する方向で、地方自治体の行政を抜本的に見直ししてほしい。
- ◆国および各地方自治体の機能・役割を明確に決め、簡素化した上で、道州制の可否について議論を進めるべきであろう。その前提として、各地方自治体に対応能力が十分にあるかが問題になる。
- ◆より身近な行政が期待できるが、逆に権限と金が集まることで、現在でも生じている汚職がさらに増加すると考えられる。市民オンブズマンの権限をさらに広げ、常に監視が行われる制度も必要と考える。
- ◆中央集権から脱却し、住民主体の中身のある地方自治が展開されたとしても、州によって格差が生まれるのではないかと懸念もある。地理的条件などで、財政的にゆとりのある州と、そうでない州の格差をどう埋めるかが難しい。州の格差を平均化すると、単に地理的な州の分割では済まないのではないかと懸念する。利害得失いろいろあつてすぐには実現しないような気がする。

「情報源に関するアンケート」調査結果

「インターネット」が“第3の情報源”として確実に台頭

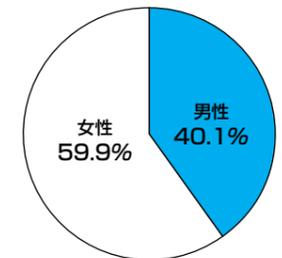
わが国のメディアをめぐる情勢は、消費者ニーズの多様化、近年のインターネットの急激な普及、携帯電話の利用拡大、地上デジタル放送の全国展開、若者の活字離れなどにより、大きく変化しております。メディア各社は、厳しさを増す競争環境の中で、それぞれの特色を強化する取り組みを続けております。

一方、国民の情報の収集方法、情報源（メディア）に対する認識も変化し、活字、電波、インターネットと媒体の使い分けも進んでいるように思われます。

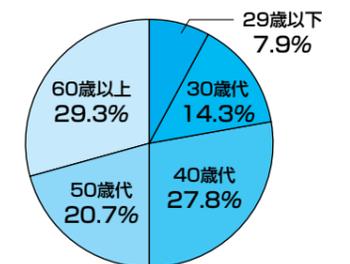
そこで、経済広報センターは、この度、全国の様々な職種、世代により構成されている当センターの「社会広聴会員」を対象に、各情報源（メディア）がどのように意識され、活用されているかを調査し、生活者・消費者側から見たメディアの位置付けを考えてみました。具体的には、社会広聴会員の情報源への印象、情報源利用時間の変化、企業情報を収集するときの情報源などについて、調査を実施いたしました。

今回の調査からは、生活者が、既存メディアである活字媒体の「新聞」「雑誌」と電波媒体の「テレビ」「ラジオ」を、状況に応じて使い分けしている実態や、新しいメディアである「インターネット」の活用が拡大し、利用されている状況がうかがえます。

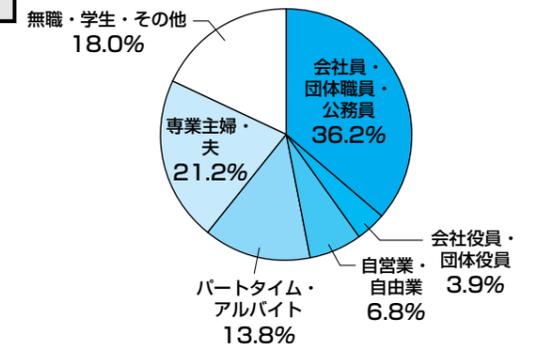
性別



年代別

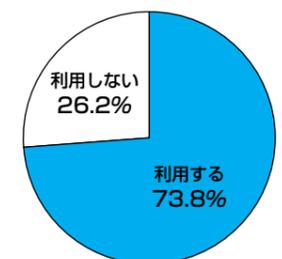


職業別



インターネット*利用の有無

*1日1回以上(週平均)利用



●調査の概要

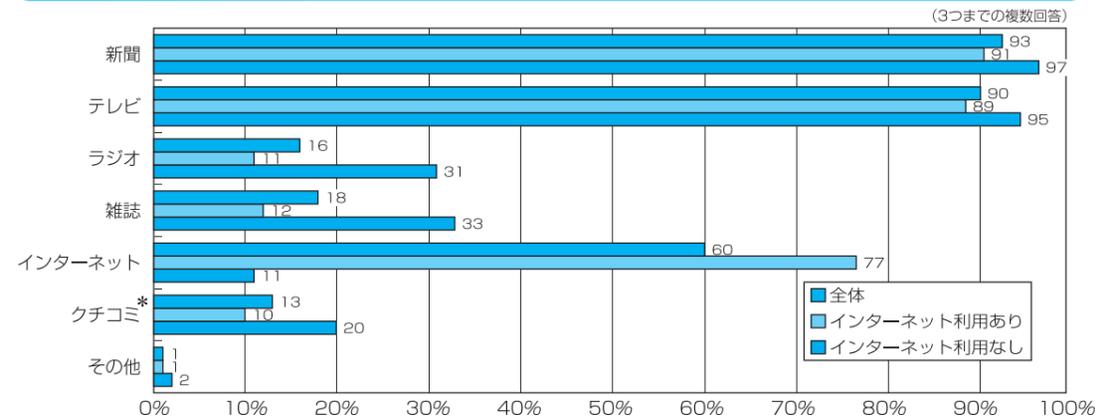
- (1)調査名称 : 情報源に関するアンケート
- (2)調査対象 : 社会広聴会員 5084人
- (3)調査方法 : 郵送またはインターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- (4)調査期間 : 2007年3月16日～3月30日
- (5)有効回答 : 3913人(77.0%)

1 情報源の利用

一般的な社会の動きを知ろうとするとときに利用する情報源は「新聞」(93%)、「テレビ」(90%)で9割を超える

Point

「新聞」・「テレビ」の“2本柱”



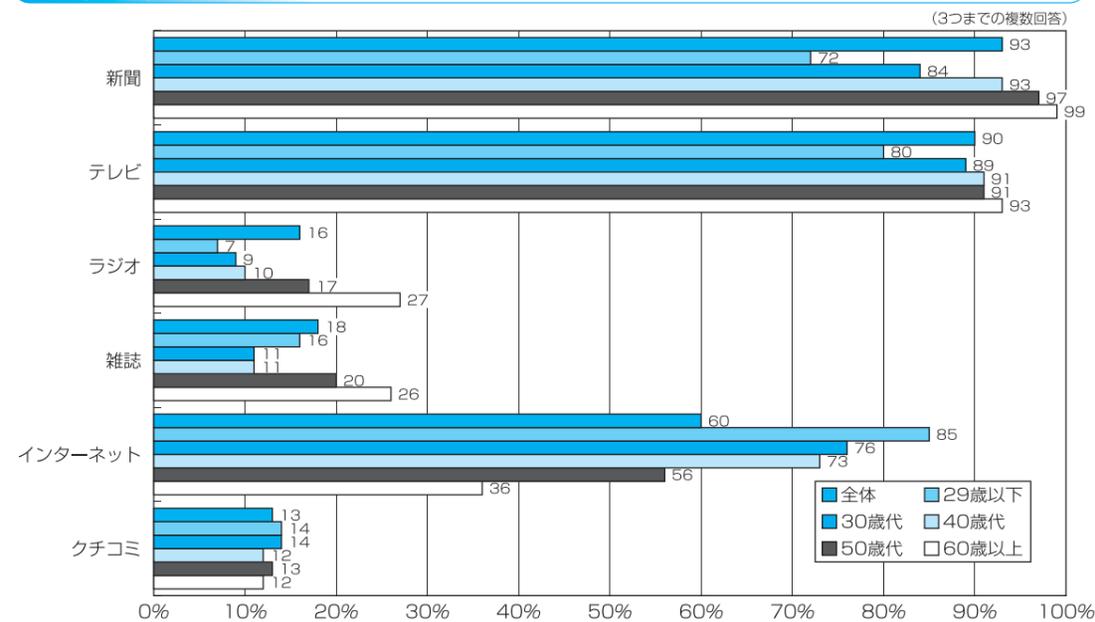
生活者が一般的な社会の動きを知ろうとするとときに利用する情報源は、既存メディアの「新聞」(93%)、「テレビ」(90%)が、9割となっており情報を得る際の“2本柱”といえる。一方、既存メディアでも「ラジオ」(16%)、「雑誌」(18%)は2割以下と低迷し、利用される既存メディアの“二極化”が見られる。また、インターネットを1日1回以上利用する人では、「インターネット」(77%)が7割を超えており、“第3の情報源”として確実に台頭してきている。ただ、興味深いのはインターネットを1日1回以上利用しない人では、「ラジオ」(31%)、「雑誌」(33%)の利用が3割を超えていて、インターネットを1日1回以上利用する人に比べ、「ラジオ」「雑誌」の利用率が高い。

*クチコミ…人との会話やパソコン、携帯電話を通しての会話、チャット、メールのやり取りを含む

1-A

Point

29歳以下のインターネット利用率は高い



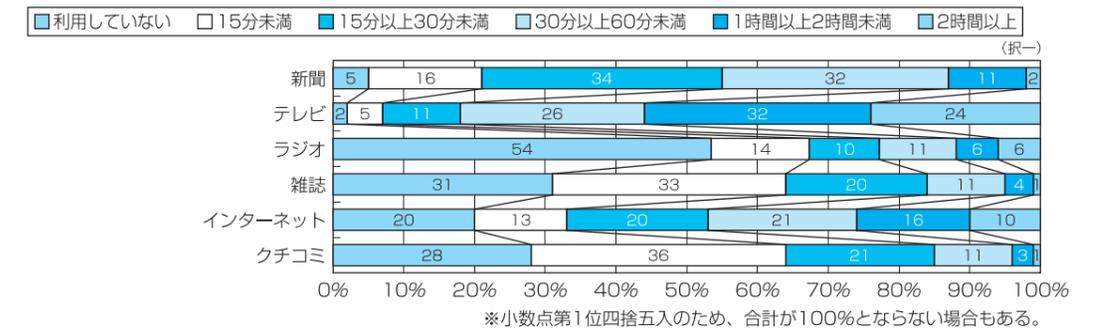
情報源別に世代を見ると、一般的な社会の動きを知ろうとするとときに利用する情報源は、「新聞」「テレビ」「ラジオ」「雑誌」の既存メディアについては、世代が上がるにつれ、活用度合いが上がる傾向にあり、世代の違いによる特徴がある。一方で、「インターネット」は世代が上がれば活用度合いが下がり、60歳以上では36%と、29歳以下との差が49ポイントに至っている。

2 情報源の利用時間

情報源ごとの利用時間は、「テレビ」は「1時間以上2時間未満」、「新聞」は「15分以上30分未満」、「雑誌」「クチコミ」は「15分未満」が最も多い

Point

テレビの利用時間で「2時間以上」も24%



情報源ごとの平均的な1日の利用時間は、「新聞」では、「15分以上30分未満」(34%)と「30分以上60分未満」(32%)を合わせると66%となり、「15分以上60分未満」利用している人が多い。

「テレビ」では、「30分以上60分未満」(26%)と「1時間以上2時間未満」(32%)を合わせると58%と5割を超えているが、「2時間以上」も24%となり、長時間視聴する人が多いこともうかがえる。

「ラジオ」では、「利用しない」(54%)が5割を超えており、利用時間もばらつきがある。

「雑誌」では、「15分未満」(33%)と「15分以上30分未満」(20%)を合わせると53%と5割を超えており、通勤時間などの交通機関内で利用されているのではないと思われる。

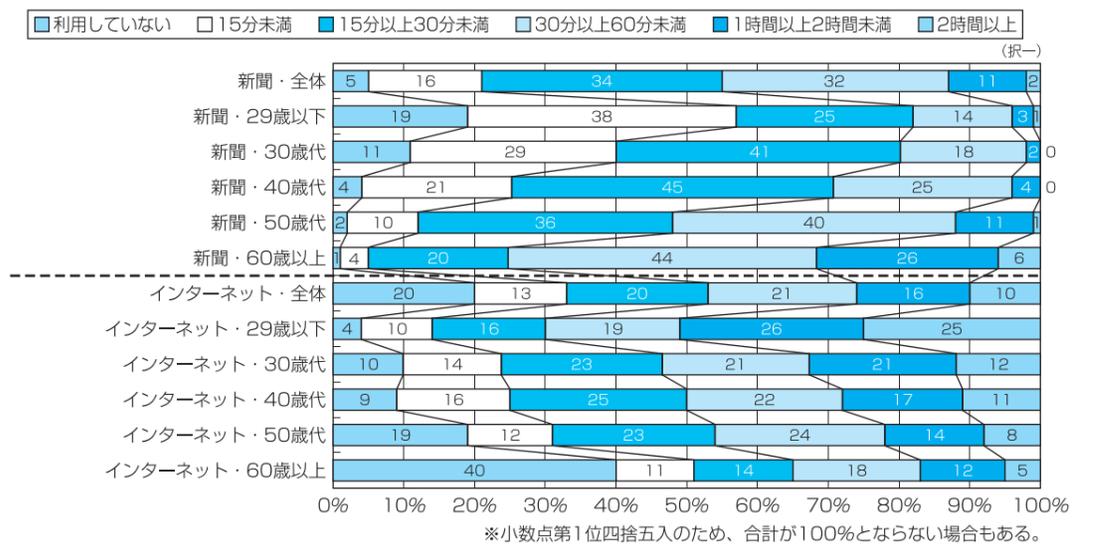
「インターネット」では、利用時間がほぼ均等に分散しており、生活形態で利用時間にばらつきがあるように思われる。

「クチコミ」は、「15分未満」(36%)と「15分以上30分未満」(21%)を合わせると57%となり、「30分未満」利用しているといえる。

2-A

Point

若者の“新聞離れ”が顕著に見られる



「新聞」と「インターネット」を世代別に見ると、「新聞」では、世代が上がるにつれ利用時間が増える傾向にある。「新聞」の29歳以下は、19%が「利用していない」など“新聞離れ”が顕著に見られる。

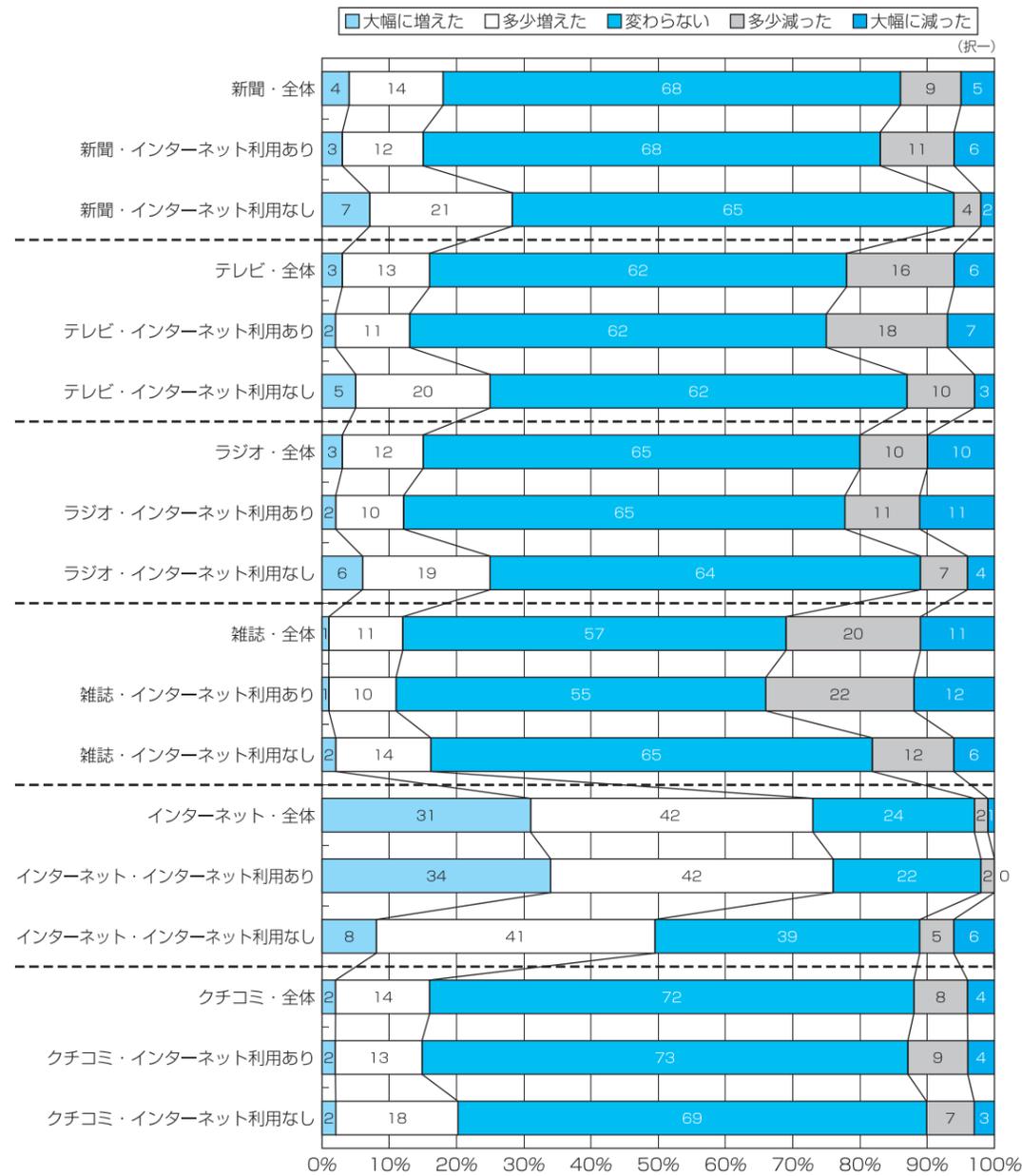
「インターネット」は、30歳代、40歳代、50歳代で、利用時間に大きな違いはないが、29歳以下での利用時間は多い。一方、60歳以上は、「利用していない」が40%と、他の世代より利用時間が少ない。

3 情報源の利用時間の変化

情報源の利用時間の変化は、「インターネット」で「増えた(大幅/多少)」が73%

Point

インターネットを利用する時間が増えた



情報源の利用時間の変化を情報源別に見ると、「新聞」「テレビ」「ラジオ」「クチコミ」の利用時間は「変わらない」が60%以上で多い。情報源の利用時間が「増えた(大幅/多少)」人と「減った(大幅/多少)」人を比較すると「新聞」「クチコミ」で「増えた」人が多い。一方、「テレビ」「ラジオ」は「減った」人が多い。ただし、インターネットを利用している人の中では「新聞」の利用時間は減少傾向にあり、インターネットを利用していない人の中では「テレビ」「ラジオ」の利用時間が増加傾向にあり、全体の傾向と逆転している。

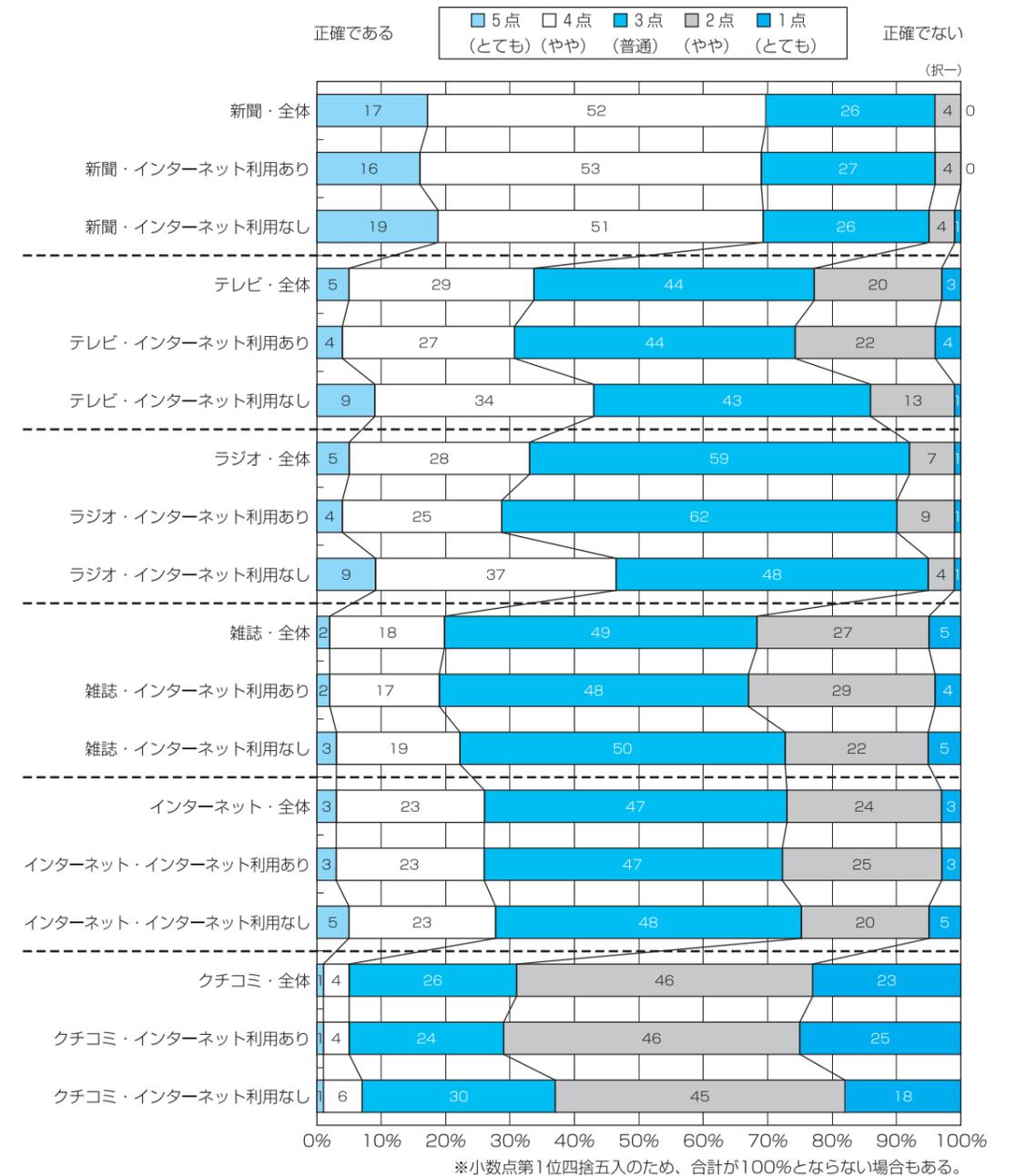
「インターネット」では、利用時間が「増えた(大幅/多少)」が73%となっている。インターネットを、週平均1日1回以上利用しない人でも「増えた(大幅/多少)」が49%となり、必要に迫られたり利便性を感じてインターネットを情報源として活用するケースが増しているように思われる。

4 情報源の印象(情報が正確である/情報が正確でない)

「新聞」は「情報が正確である(やや/とても)」で69%

Point

雑誌・インターネットは「情報が正確でない」が「情報が正確」を上回る



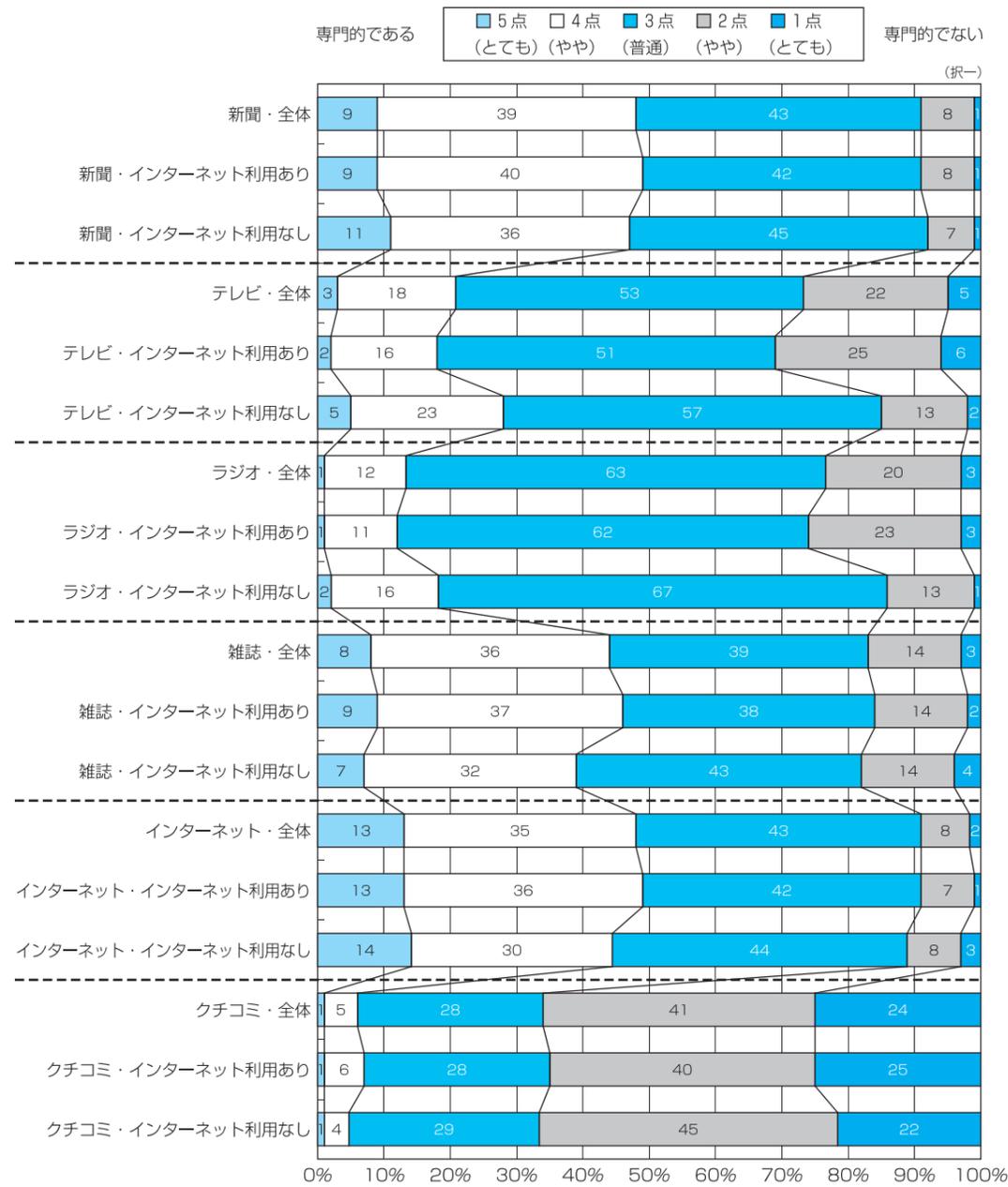
情報源ごとに「情報が正確である/正確でない」を見ると、「新聞」では、「情報が正確である(やや/とても)」(4点/5点)との回答が69%となり、7割近くの人が正確であると考えている。「テレビ」「ラジオ」「雑誌」「インターネット」では、「普通」(3点)との回答が、4~6割になっており、正確であるものと正確でないものがあり、どちらともいえないことがうかがえる。ただ、「テレビ」「ラジオ」では、「情報が正確である(やや/とても)」が「情報が正確でない(やや/とても)」を上回っており、どちらかといえば、「情報が正確である」方が多い。一方、「雑誌」は「情報が正確でない(やや/とても)」が「情報が正確である(やや/とても)」を上回っており、どちらかといえば「情報が正確でない」ものの方が多い。「クチコミ」では、「情報が正確でない(やや/とても)」が69%と7割近く、正確な情報源とは認識されていない。なお、「インターネット」は、「情報が正確である(やや/とても)」と「情報が正確でない(やや/とても)」がほぼ拮抗しており、現在のところ生活者の評価は中立的といえよう。

4-A 情報源の印象 (情報が専門的である/情報が専門的でない)

「新聞」「インターネット」は「情報が専門的である(やや/とても)」が48%

Point

クチコミは「情報が専門的でない(やや/とても)」が65%



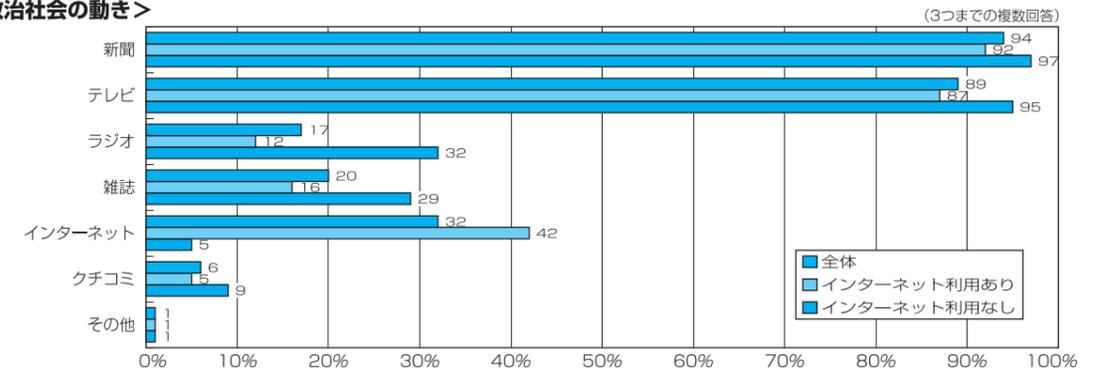
情報源ごとに「情報が専門的である/専門的でない」を見ると、「情報が専門的である(やや/とても)」(4点/5点)との回答が多いのは「新聞」(48%)「インターネット」(48%)、「雑誌」(44%)の順となっている。また「テレビ」「ラジオ」では、専門性は普通(3点)との見方が50%を超えており、なおかつ「情報が専門的でない(やや/とても)」が「情報が専門的である(やや/とても)」を上回っており、専門的情報の収集としては期待されていない。さらに、「クチコミ」は「情報が専門的でない(やや/とても)」が65%となり、専門的分野の情報収集にはほとんど利用していない。

5 テーマごとの情報を収集するときの情報源の活用

Point

「政治社会の動き」の情報収集をするときは「新聞」が94%

<政治社会の動き>

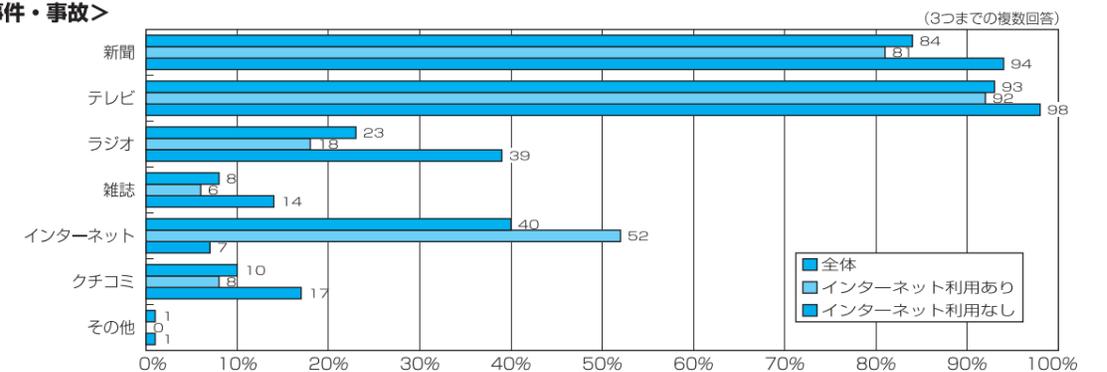


「政治社会の動き」の情報収集をするときに利用する情報源は、「新聞」(94%)、「テレビ」(89%)の2つが9割近くになっている。インターネットを利用しない人は、インターネットを利用しない分、「ラジオ」「雑誌」の2つの情報源を活用しているといえそうだ。

Point

「事件・事故」の情報収集をするときは「テレビ」がトップで93%

<事件・事故>

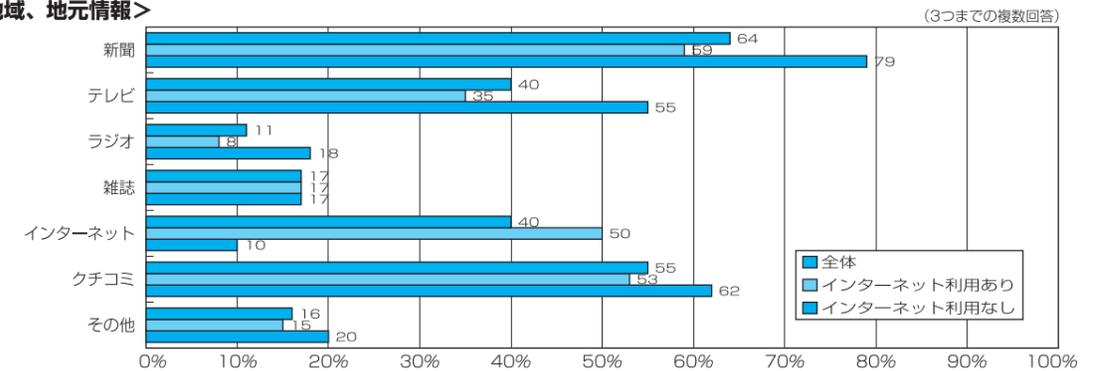


「事件・事故」の情報を収集するときは「テレビ」が93%、「新聞」84%となっている。「事件・事故」などで、視覚・聴覚で情報を収集できる速報性がある「テレビ」の方が「新聞」より活用度合いが高い。続いて「インターネット」が40%となっている。インターネットを利用しない人はその分、「ラジオ」の情報源を利用しているといえそうだ。

Point

「地域、地元情報」の情報収集をするときは、「クチコミ」も5割を超える

<地域、地元情報>

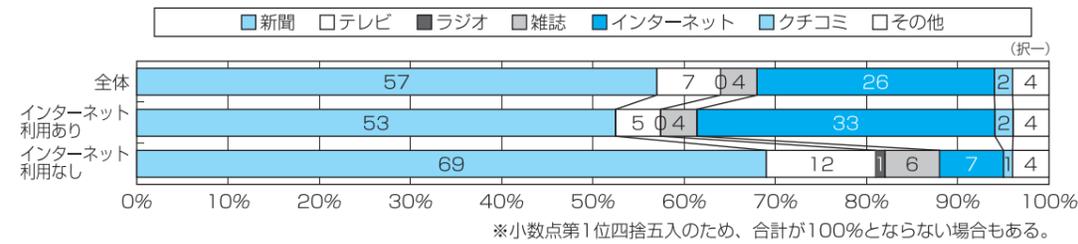


「地域、地元情報」の情報を収集するときは「新聞」が64%、「クチコミ」55%となっている。続いて「テレビ」「インターネット」がともに40%となっている。「新聞」「テレビ」「ラジオ」については、インターネットを利用する人と利用しない人で活用度合いに大きな差がある。

6 企業情報を収集するときの情報源の信頼性

一番信頼している情報源は「新聞」で57%

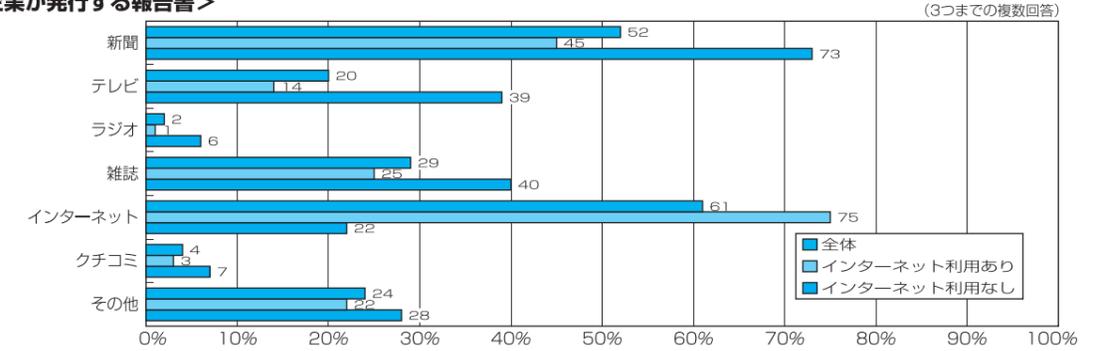
Point インターネット利用の有無で「新聞」「テレビ」の信頼度合いに大きな差



企業情報を収集するとき一番信頼している情報源は、「新聞」(57%)、「インターネット」(26%)の順であり、「二極化」している。1日1回以上インターネットを利用する人は、「新聞」(53%)、「インターネット」(33%)、「テレビ」(5%)の順となり、インターネットを利用しない人は、「新聞」(69%)、「テレビ」(12%)、「インターネット」(7%)の順となり、「新聞」「テレビ」の信頼度合いに大きな差が見られる。

Point 「企業が発行する報告書」の情報収集をするときは「インターネット」が61%

<企業が発行する報告書>

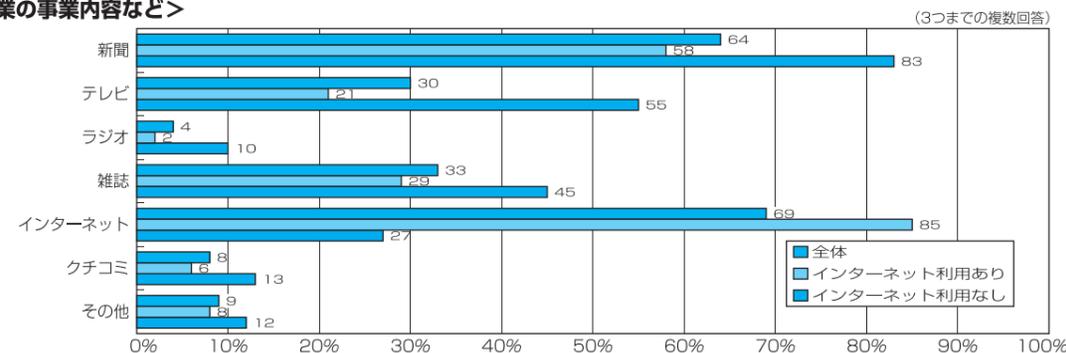


「企業が発行する報告書」の情報を収集するときは「インターネット」が61%、「新聞」が52%となっている。インターネットを利用する人は、「インターネット」(75%)を活用し、インターネットを利用しない人は、「新聞」(73%)を活用している。インターネット利用の有無で情報源が2つに分かれている。

7 企業情報を収集するときの情報源の活用

Point 「企業の事業内容など」の情報収集をするときは「インターネット」「新聞」が6割を超える

<企業の事業内容など>

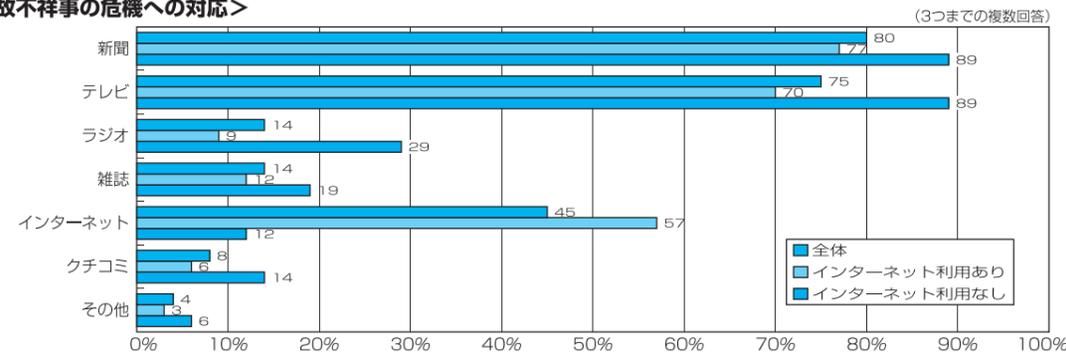


「企業の事業内容など」の情報収集については「インターネット」が69%、「新聞」が64%と、2つの情報源で6割を超えている。

インターネットを利用する人は、「インターネット」(85%)と「新聞」(58%)を活用しているが、インターネットを利用しない人は、「新聞」(83%)と「テレビ」(55%)の2つの情報源を主に活用している。

Point 「事故不祥事の危機への対応」の情報収集をするときは「新聞」が80%

<事故不祥事の危機への対応>



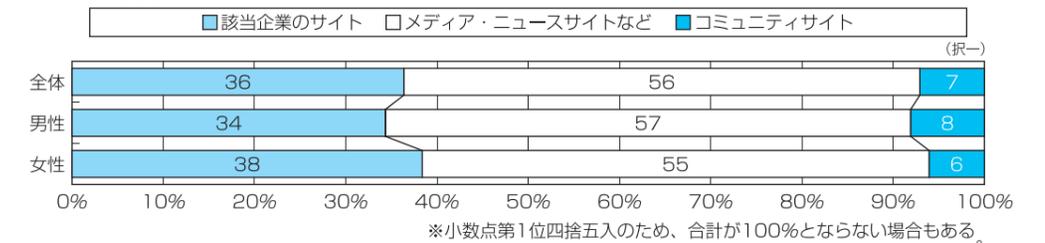
「事故不祥事の危機への対応」の情報を収集するときは「新聞」(80%)、「テレビ」(75%)、「インターネット」(45%)の順となっている。インターネットを利用する人でも、「新聞」(77%)、「テレビ」(70%)の2つの情報源が「インターネット」(57%)より活用されている。インターネットを利用する人もしない人も、まずは「新聞」「テレビ」の2つの情報源を活用している。

8 企業情報をインターネットで収集するときの利用サイト

「事故不祥事の危機への対応」の情報収集をするときでも「該当企業のサイト」が36%

Point 「該当企業のサイト」も見られている

<事故不祥事の危機への対応>

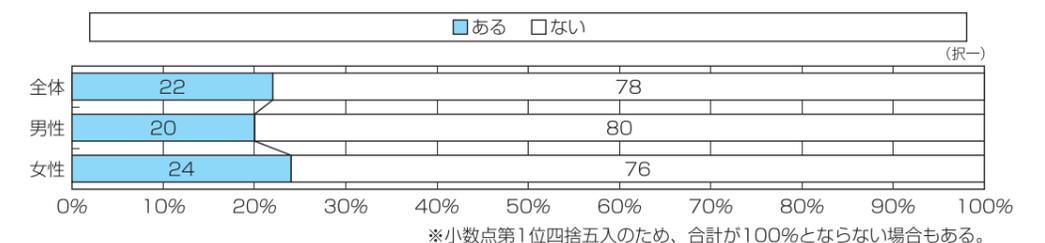


「事故不祥事の危機への対応」の情報を収集するときは「メディア・ニュースサイトなど」(56%)と「該当企業のサイト」(36%)の2項目を合わせると9割を超えており、生活者は、「該当企業のサイト」と「メディア・ニュースサイトなど」の双方を見比べている。企業が発信する情報の量や内容、タイミングの違いが生じると企業の姿勢を問われかねない。

9 ブログの利用状況

ブログの書き込みをしたことが「ある」が22%にとどまる

Point ブログの利用は女性の方が男性を上回る



ブログの書き込みをしたことが「ある」が22%になり、男女間では、女性の方が4ポイント多い。

情報源に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆知りたいことがあるときは、まずインターネットで調査して、それで情報が足りなければほかのメディアで調べてみるというパターンが多い。ネット上の情報を全面的に信頼しているわけではないが、知りたいことを知りたいときに手軽に調べられることが最大のメリット。
- ◆一人暮らしの友人は新聞を取らず、ほとんどの情報をインターネットで収集する人も多い。保存できる雑誌ではレストランやタウン情報を、ニュースや事件の情報は新聞・インターネットで得るなど、情報源を使い分けしている。
- ◆情報を収集するのは簡単でも、その情報がどれだけ信頼できるものか、そもそも正しいものなのかを自分で判断するのはとても難しいと思う。
- ◆自分も含めてだが、インターネットで何でも調べることができるようになったので、少し調べただけで、その物事全体が分かった気になってしまう傾向があるのではないかと考えている。

30歳代の意見・感想

- ◆企業としてのリスクは、ブログなどにより個人がマスコミ並みの力を持ってしまったことだと思う。個人の主観により企業情報が勝手に曲げられてしまうリスクが常に付きまとう。こうしたリスクを回避するには、企業が先手を打って情報公開していく以外にないと思う。
- ◆メディアに対しての要望。ひとつ問題が起こったときにそればかりを攻撃しないで、幅広い視点から論じてほしい。不祥事が明らかになったとき、その会社が悪いということだけでなく、原因や周辺の問題点にもより多くの報道時間、紙面を割いてほしい。
- ◆偽装やねつ造といったニュースが絶えない時代。情報をうのみにせず、各自が判断する必要がある。メディアリテラシー教育が課題だろう。
- ◆ネット社会になり、テレビ番組を見ても「詳しくはホームページを見てください」というコメントをよく聞く。私などの若い世代は良いが、親世代以上には不便だと思う。

40歳代の意見・感想

- ◆情報収集しながら同時に考えることもできる新聞と、家事をしながら情報収集できるテレビ、ラジオを中

心に生活で十分。ネットのブログはあまり信頼していない。企業のサイトで得る価格やサービスの情報は便利。

- ◆クチコミは、人と人の生のコミュニケーションが魅力的である。ブログも同様であるが、顔が見えないコミュニケーションであり、情報の提示も収集も気を付けないとリスクが大きいと思う。
- ◆インターネットの普及により、知りたい事を、より早く提供してくれるようになり助かっている。今後は若年層（子どもたち）でも分かりやすく、健全なサイトの運営を推進して欲しいと思う。
- ◆メディアの影響力はかなり大きいと思うので、やはり、誠意を持って正確に情報を流してほしいと思う。

50歳代の意見・感想

- ◆一般的にいつまでも残る新聞、雑誌の方が、一瞬にして消えてしまうテレビ、ラジオなどより信頼性が高いように感じている。
- ◆なかなかインターネットになじめない世代であるが、最近はそのようになってきた。ただ内容の正確さについては、まだ信頼しきれていないところがある。
- ◆インターネットの情報が質、量ともに飛躍的に向上していると感じる。情報の出所や情報操作には注意しなくてはならないが、必要ときにすぐ情報が得られる魅力は大きい。じっくり見られる新聞などとバランスを取って情報源としていきたい。

60歳以上の意見・感想

- ◆インターネットの情報は、早急に自分の得たい情報を取捨選択できるので便利。企業のサイトは、分かりやすく、得たい情報をすぐに探し出せるような工夫をしてほしい。
- ◆情報が多すぎて判断に迷うことが多い。情報の質を向上するような手だてはないものか。何でも公表すればよいというものではない。
- ◆インターネットの普及により、新しい犯罪が多発している昨今の現況を見聞きすると、新しいメディアに対する法整備の早急な確立が必要だと思う。
- ◆ある情報について話し合う、あるいはそれについて意見を聞ける人が、複数周辺にいることはとても大切。情報を一人で一方的に取り入れて、それで終わりというのが恐い。

企業と生活者懇談会

	開催日	開催地	協力企業
第111回	4月26日	神奈川県川崎市	JFEスチール 東日本製鉄所（京浜地区）
第112回	4月27日	東京都中央区	東京証券取引所 東証アカデミー
第113回	5月10日	宮城県仙台市	新日本石油 新日本石油精製仙台製油所

■第111回（神奈川 4月26日）

JFEスチール株式会社 東日本製鉄所（京浜地区）

4月26日、神奈川県の川崎市と横浜市にまたがるJFEスチールの東日本製鉄所京浜地区で「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員15名が参加し、同製鉄所の概要について説明を受け、所内を見学した後、質疑懇談を行いました。

JFEスチールからは、東日本製鉄所の山村康総務部長、柳川真人総務部京浜総務室長、阪本岳郎（京浜地区）総務部総務室主任部員、田中良次（京浜地区）見学チームチーフ、JFE環境の鈴木克紀東日本本部京浜技術部長が出席しました。

■JFEスチールの歩み

川崎製鉄と日本鋼管は、2000年（平成12年）4月から製鉄所間協力を検討し、2001年（平成13年）にはグループ企業を含めた経営統合に合意しました。

2002年（平成14年）9月に持ち株会社であるJFEホールディングスが設立され、2003年（平成15年）4月には製鉄事業会社であるJFEスチールが発足しました。

■東日本製鉄所（京浜地区）の概要

JFEスチールは、旧日本鋼管の京浜製鉄所と旧川崎製

鉄の千葉製鉄所を東日本製鉄所として一体的に運営しており、そのうち旧日本鋼管の京浜製鉄所を「京浜地区」と呼んでいます。

京浜地区は1912年（明治45年）に旧日本鋼管がわが国初の民間製鉄所を建設した地であり、今年（2007年）で95年の歴史を持っています。合計670万平方メートルの敷地に協力会社の社員も含めて約5000人の従業員が交替制で勤務し、年間約425万トンの鉄鋼製品を生産しています。これは東京タワー1000基分の鉄に相当します。また、使用済みのプラスチックやペットボトルなどのリサイクル事業が行われています。

京浜地区の中心は旧日本鋼管が1969年（昭和44年）から1976年（昭和51年）にかけて川崎市および横浜市の沖合の海域550万平方メートルを埋め立てて造成した人工島、扇島です。鉄鉱石や石炭などの製鉄材料は扇島東岸の原料岸壁から陸揚げされ、高炉に入れられます。高炉では高熱で鉄鉱石を溶かし、不純物を除いた



京浜地区では使用済みプラスチックを処理し、コークスの代わりに高炉の還元材とするシステムを世界で初めて採用しました

写真提供JFEスチール

鉄分（銑鉄）を取り出します。

銑鉄は炭素などの不純物を多く含んでもろいため、転炉に入れて酸素を吹き込み、不純物と反応させて浮かび上がらせ、これを取り除いて強くしなやかな鋼を造ります。この工程を製鋼といいます。

冷えて固まった鋼は直方体や円柱形の鋼片に切断され、圧延や溶接などによって鋼板や鋼管などの製品に加工されて、扇島西岸の製品岸壁から出荷されます。

このように扇島では原料受け入れから出荷まで、一直線に配置された設備で効率的に生産をしています。

■製鉄工程の見学

参加者はバスで構内を工程順に見学し、特に転炉での製鋼と熱間圧延の工程では下車して見学をしました。

司令室から見る転炉は1回で200～250トンの鋼を造ることができる巨大なたる状の炉で、表面を滝のように絶えず火の粉が流れ落ちていました。



転炉に酸素を吹き込むと酸化熱で炉内は1600～1800度にもなります。酸素と反応して上に浮いてくる不純物を取り除いて、鋼を造ります
写真提供JFEスチール

転炉でできた鋼は切断されて鋼片となります。この鋼片を加熱し、熱いうちに薄く延ばして鋼板にするのが熱間圧延の工程です。赤熱した鋼片がごう音を上げて勢いよくローラー上を往復し、一気に薄い鋼板になっていきます。

■JFE環境川崎ペットボトルリサイクル工場

製鉄工程に続き、グループ会社であるJFE環境の川崎ペットボトルリサイクル工場を見学しました。

京浜地区では、使用済みプラスチックを高炉の還元材として製鉄工程で活用するほかに、家電やペットボトルなどのリサイクル自体を事業化しています。



加熱された鋼片が通るたびに、10メートル以上離れていても顔面が焼け付くようです。蒸発した冷却水が高く吹き上がります
写真提供JFEスチール

ここではペットボトルを処理してペット樹脂のフレーク（小片）を生産しています。再生フレークは繊維メーカーなどに販売され、衣類などに生まれ変わります。

技術を駆使して様々な異物が混入している回収物を分別し、フレークの純度を高めています。

■懇談会の模様

Q. 用途に応じた鋼の成分はどの段階で調整しますか。

A. 高炉で造る銑鉄は1種類だけです。用途による仕様に依りて転炉で成分を調整します。転炉では、仕様別に複数のお客さまからの注文分をまとめた上で、1回ごとにクロムやニッケルなど、加える元素を調整して鋼の成分を造り分けています。

従って、できあがった製品はすべていつどの転炉で何番目にでき、どの熱延工程でどう圧延したかという履歴をさかのぼることができるようになっています。

Q. 御社では生活者との接点は限られていると思われませんが、地域住民との交流機会を持っていますか。

A. 当社の直接のお客さまは製造メーカーや建設会社であり、製品もすべてオーダーメイドですが、自社を生活者の皆さんに知っていただくことが大切だと考えています。

東日本製鉄所では地区ごとに年に1度、「製鉄所祭り」というイベントを地域社会と共催しています。

イベントでは町内会にも出店していただき、製鉄所の見学会なども行います。京浜地区では約1万5000人の地域のお客さまがいらっしゃいます。

Q. 構内を見学して、行き交う従業員の方たちがお互いに「ご安全に！」とあいさつの声を掛け合っていることが印象的でした。これは工場の管理部門や間接部門でも共通なのでしょうか。

A. 東日本製鉄所では全員が「ご安全に」とあいさつをします。これは部門や職位、協力会社などの所属を問いません。例外を設けないことが大切です。

Q. 鉄鉱石や石炭などの原料は海外からの輸入に依存していると思いますが、安定的な確保が可能ですか。

A. 鉄鉱石の確認されている埋蔵量は120年分とされており、当面の心配はありません。また、鉄はリサイクルの優等生といわれ、資源の保護に寄与しています。

Q. 御社が、二酸化炭素の排出量を抑える溶鉱炉を建設すると聞きましたが、どのようなものでしょうか。

A. この扇島に約100億円を投じ、国内最大のシャフト炉という縦型溶解炉を建設します。来年（2008年）8月に稼働予定です。年間約50万トンの鉄のスクラップをコークスを使って溶かして再利用するもので、排出される二酸化炭素が高炉と比較して半減する見通しです。

Q. 鉄鋼業の世界的な再編ということがよくいわれますが、御社が買収を仕掛けられる可能性はありますか。

A. 世界の鉄鋼業では今後、一層の再編が進む可能性があるものと考えられています。当社がその対象になる可能性も否定できないと思いますが、株主やステークホルダーの価値を減少させるような買収には対抗する必要があるものと思います。

■参加者からの感想

◆社名や業種は知っていても、生活者と接点が少ない企業との懇談会は大変有意義でした。

◆日ごろなじみが薄い鉄鋼業でしたが、事前資料を読んで、身近に感じました。

◆今でもあの太陽のように鮮やかな鉄の色と、その変化していく様子が目に焼き付いています。

◆初めての参加でしたが活発な質疑に驚きました。

◆JFEスチールの方の説明が丁寧で、業務内容、製造に関する仕組みがよく理解できました。

◆大型統合の成功例であるJFEスチールを見学できて幸運でした。「ご安全に」のあいさつが良かったです。

◆製鉄業の現場を見学でき、規模の巨大さと技術力、それを支えている従業員の素晴らしさを実感しました。

◆水の再資源化などの取り組みが勉強になりました。

◆ペットボトルのリサイクル工場を見て、混入している異物を取り除く現場の大変な苦勞が理解できました。

◆脱窒素酸化物、脱硫黄酸化物などの環境対策がなされ、職場もきれいになっていると感じました。

◆選ばれ続け、成長を続ける会社の条件として「共生」があることを意識させられた一日でした。



工場内のビオトープにて。自然環境が保てるよう工夫されている

（文責 主任研究員 工藤徹明）

■第112回（東京 4月27日）

株式会社東京証券取引所 東証アカデミー

4月27日、日本橋兜町にある東京証券取引所で「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員21名が参加し、同取引所の概要などの説明を受け、東証Arrows（アローズ）を見学した後、質疑懇談を行いました。

東京証券取引所からは、勝尾修証券広報部課長兼アカデミー事務局次長、梶川稚代証券広報部見学担当、保坂武志売買審査部チーフコンプライアンスアドバイザー、井澤郁恵上場部上場管理担当管理主任が出席しました。

URL:<http://www.tse.or.jp/>

■東京証券取引所の歩み

東京証券取引所の前身は、1878年（明治11年）5月に創立された東京株式取引所です。その後、数度の組織変更がありましたが、戦後は、日本経済の復興とともに歩み、2001年（平成13年）11月、証券取引法が改正されたことから組織変更し、取引所有価証券市場を開設する株式会社組織となりました。その長い歴史の間には、株式市場全体の資産価値の変化を表す東証株価指数（TOPIX）の公表、信用取引の開始、債券市場の開設、転換社債の売買取引の開始、国際取引所連合への加盟、国債先物市場の開設などを経て、現在に至っています。

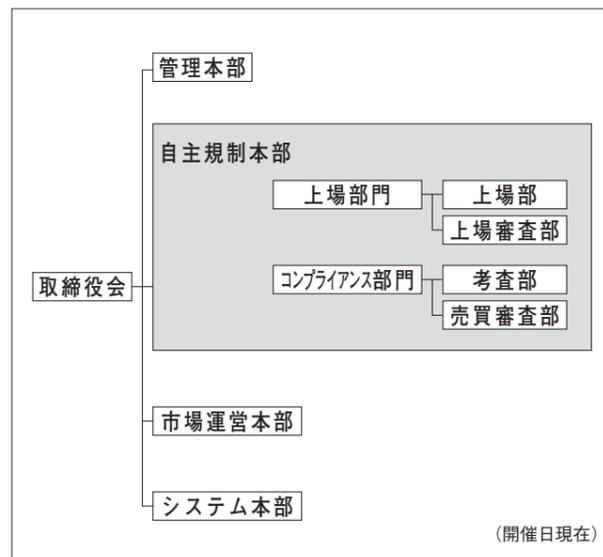
東京証券取引所の最も重要な役割は、一定のルールに従って、有価証券の売買にかかる多くの注文（需要）を1カ所に集中させることにより、投資家が安心して取引できる公正かつ円滑な流通市場を運営することです。有価証券売買は、様々な投資判断に基づく投資家の需給（売買注文）を反映して成立します。そのため、公正かつ円滑に取引が行われるよう規則を整備し、個々の取引が、規則にのっとり正しく行われているかどうかを運営・管理する様々な市場運営業務があります。具体的には、市場内においてリアルタイムかつ継続的

に行われる市場内管理（市場部門）と、すでに成立した売買等について行う売買審査（コンプライアンス部門）です。この市場内管理と売買審査は、証券市場の公正性・信頼性を守るため、売買等がルールに従って適正に行われているか、価格形成が適正に行われているかを管理するとともに、インサイダー取引や相場操縦などの不正取引の恐れのある取引が行われていないかの調査活動を行っています。

万が一、取引参加者や上場会社に違反行為や社内管理体制に不備等が認められた場合は、当取引所の規則に基づき処分・注意喚起等の措置を行っています。

さらに、未上場企業が資金調達を希望する場合、経営状況について、適時開示（タイムリー・ディスクロージャー）が可能な内部管理体制になっているかを含め、一般の投資者からの信頼を確保できるような上場適格性を有する企業かを審査する上場審査部や、上場後、日常的な相談窓口となり、企業の経営内容や会社情報が適時開示されることをサポートする上場部などがあります。

そのほかにも市場運営に関して多岐にわたる業務を行っています。



* 東証組織図簡略版（詳細はHP <http://www.tse.or.jp/about/tse/index.html>参照）

■インサイダー取引

インサイダー取引といっても、あまりなじみがないかもしれません。株式の売買をされるときには、いろいろな会社情報をもとに最終的にはご自分の判断・責任で行います。この会社情報は、基本的には上場会社

から発表されたもので、その情報を皆さんなりに分析をされて、この銘柄だったら今は割安だから今のうちに買っておけばいずれは株価は上がるだろうと判断したり、逆にこの会社は業績が悪くなりそうだから、今売っておいた方が損が出ないと考えて売買したりしますので、この会社情報自体の重要性は非常に大きいものです。一般の外部の人が知らない株価に影響する内部情報を上場会社内部あるいは関係先の人を知って、その情報が上場会社から公表される前、つまり株価が反応する前に密かに買ったり売ったりしていれば、確実に利益を上げたり、損失を回避することができるわけです。皆さまもこういう確実にもうかる情報があれば自分もその話に乗りたい、と思われるかもしれませんが、こうした取引は社内などの有利な立場にいるからこそ知ることができるマル秘の内部情報を使う不正な取引であり、インサイダー取引として証券取引法という法律で禁止されています。

例えば皆さまご自身やご家族が上場会社にお勤めされたり、お仕事の取引先が上場会社である場合にその上場会社の株式を売買することもあるかと思いますが、そのような場合にはインサイダー取引にご注意いただくことが必要です。

典型的なインサイダー取引の架空の例をご紹介します。ある製薬会社を舞台にしましたインサイダー事件ですが、一般的に製薬会社というのは、業績に大きく貢献するような特効薬を開発したという情報が公表されると株価が大きく反応して急騰します。この製薬会社の研究開発部門を担当している執行役員であれば当然特効薬の開発情報を知っていて、会社が特効薬の情報を公表する前に自社株式を買い付けておけば、公表後の株価急騰で大もうけすることができます。

一方で株価が下がる内部情報でもインサイダー取引が起こります。例えば業績予想の大幅下方修正の情報を業務上で知った経理課長が自社株式を保有していた場合、この情報が会社から公表されますと一般的には株価が下がりますので、下がる前に早く売って利益を確保する、または損失を防ぐということになるのですが、これもインサイダー取引となり、禁止されています。

皆さまもこのような取引が違法であることをよくご理解の上、目先の利益のためにインサイダー取引に走ることをないようお願いするとともに、私ども、東証でもインサイダー取引をはじめとする不正取引の監

視・調査を行うことによって証券市場の信頼性・透明性を高め、皆さまにも安心して証券取引をしていただけるよう活動していきたいと思っております。

■東証市場の上場制度

企業等が発行する有価証券等が証券取引所において、売買できるようになることを上場といいます。株券が上場されていると、その上場会社にとっては、株価が形成されることで、会社の価値を評価されたり、新たな株式の発行による資金調達が行きやすくなることで、会社の財務体質の強化を図ることができます。また、上場により会社の知名度や社会的信用度も高まり、有能な人材の確保や業務拡大の可能性も高くなります。一方、投資家の皆さまにとっては、株券が上場されると、売買が行いやすくなると同時に、上場会社の情報が入手しやすくなります。それは、上場会社には、東証の規則に基づいて、適時開示が義務付けられているためです。上場会社に適時開示が義務付けられているのには、次のような理由があります。まず、投資家の皆さまが日々流通市場で売買をすることによって、株価が形成されていますが、投資家の皆さまの投資判断のもとになっているのは、直接的または間接的には、会社の適時開示情報です。つまり、流通市場において公正な価格が形成されるためには、上場会社による適時開示が必要不可欠なのです。また、上場会社にとって、適時開示とは、インサイダー取引規制から外れるための「公表」の条件になっているという意味で、重要な役割を果たしています。

株券を上場させたい会社から、東証が上場申請を受けると、東証の定めた上場審査基準に適合しているかを確認し、投資家保護等の観点から上場が適切かどうかの審査が行われます。その審査基準は、上場する株式数、株主数などの定量的な基準と、企業の損益見通しが良好であるか、適時開示が可能な体制が確立されているかなどの定性的な基準です。上場審査をクリアした上場会社の株券は、投資家の皆さまそれぞれの投資判断に基づいて、東証の運営する流通市場で売買することができるようになります。上場会社は、適時開示規則を遵守しつつ、適時開示に努める義務があります。

しかし、投資家保護の観点から、上場会社としてふさわしくない状態になってしまった場合、その株券が上場廃止になることもあります。そのような上場廃止

の決定は、東証が定めている上場廃止基準に基づいて行われます。上場廃止基準には、上場時価総額、売買高等の定量的なもの、虚偽記載、上場契約違反等の定性的なものがあります。

このように、東証の上場制度は、上場審査基準、適時開示規則、上場廃止基準などの上場関係規則をもとに、よりよい上場銘柄を投資家の皆さまに提供することで、投資家保護に資するべく運営がなされています。

■東証Arrowsの見学

東証Arrowsは、投資家に対しては、リアルタイムの市場情報の提供を行う場、上場企業に対しては、的確な情報開示をサポートする場となっています。マーケットセンターは、東証のマーケット部門が売買管理業務を行うエリアです。見学しました株価情報の発信地である円状の電光掲示板は、株式関係では必ずマスコミに登場しています。さらに、マーケット・エクスペリエンス・コーナーでパソコンを利用し、擬似株式売買を行い、株式投資を体験しました。



株価情報の発信地である円状の電光掲示板

■懇談会の模様

Q. 今、外国人の投資家が非常に多いと聞いていますが、海外からの実際の売買は、どのような方法で行われているのですか。

A. 売買の仕組みは国内の投資家からの注文と同じです。一般的には現地の証券会社に発注した注文がその証券会社の日本法人・支店または国内の証券会社に取り次がれ、それが証券取引所へ発注されます。発注された注文は証券取引所のルールに基づいて付け合せて約定しますので、国内からの注

文、国外からの注文の別なく公平に処理されます。

Q. 東京証券取引所と大阪証券取引所、名古屋証券取引所の関係を教えてください。3取引所に上場している銘柄の株価は、取引所によって違うのですか。

A. 各証券取引所は資本、組織、人員とも全く別組織です。トヨタや新日鉄など東京、大阪、名古屋など複数の取引所に上場している会社もあり、例えば東京で1000円の株価を付けていた場合、他の取引所では注文状況によって多少の株価の差が出てくることはあります。しかし同じ会社の株式の売買をしていますので、株価に乖離が生じたとしてもやはり平準化する動きを示します。一般的には株価が取引所によって大きく乖離することはないといえるでしょう。

■参加者からの感想

◆かつてのにぎやかな立会場を知っている私にとっては、人影もまばらで閑散としていて電光掲示板だけがぐるぐると回っている様子は、時代の流れを感じさせる景色でした。画面に向かってバーチャルで株取引を体験したり、東京証券取引所の自主規制の様々な取り組みなどを知り、株式投資を以前より身近に感じて帰って来ました。

◆株式市場や東京証券取引所に関して、ほとんど知識がありませんでしたが、今回、とても勉強になりました。勉強になっただけでなく、実際に株取引を試みたくなりました。

◆毎日目覚しい動きを展開している東京証券取引所を見学して、生活者としても無関心ではられないことを痛感しています。「貯蓄から投資へ」の流れの中で、東京証券取引所の位置付けや情報公開の重要性、上場審査の厳しさ、インサイダー取引に関する問題など、見学と併せてのレクチャーは大変貴重でした。熱い闘いの場であることを想像していた館内は、静寂で電子機器の点滅と巨大な電子回転盤の動きだけが目に入りましたが、警備体制の厳重さは格別に見えました。

(文責 主任研究員 樋野泰人)

■第113回 (宮城 5月10日)

新日本石油 新日本石油精製仙台製油所

5月10日、宮城県の仙台市宮城野区と多賀城市、七ヶ浜町の3市区町村にまたがる、新日本石油精製の仙台製油所で「企業と生活者懇談会」を開催しました。生活者16名が参加し、同社の企業戦略と仙台製油所の概要について説明を受け、所内を見学した後、質疑懇談を行いました。

新日本石油精製・仙台製油所からは、小菅章光執行役員仙台製油所長、伊藤理副所長(事務担当)、松田忠雄副所長(製油担当)、木村睦副所長(工務担当)、佐藤洋環境安全グループマネージャー、中村延幸総務グループマネージャー、遠藤博地域交流室シニアスタッフが出席しました。また、新日本石油から経営管理第1本部広報部の大山陽一副部長、石油連盟から浜林郁郎総務部広報グループ長が出席しました。

■新日本石油の歩み

新日本石油は、1999年(平成11年)に日本石油と三菱石油が合併して日石三菱として発足、2002年(平成14年)に現在の社名になりました。サービス・ステーションでお馴染みの「ENEOS」ブランドには、グループ理念である「Your Choice of Energy ーエネルギーの未来を創造し、人と自然が調和した豊かな社会の実現に貢献します」という思いが込められています。

■新日本石油の事業戦略

新日本石油グループの事業戦略は、石油の探鉱・開発から国内での販売に至る一貫操業体制と、天然ガス・電力・石油化学などの事業を幅広く行う総合エネルギー企業グループ体制の確立が2本柱です。また、これらの事業活動を支える基盤として、CSR(企業の社会的責任)推進活動を位置付けています。

一貫操業体制については、石油の99%を輸入に依存

している日本のエネルギー供給を支えるべく自主開発原油の「探鉱・開発」に取り組むとともに、「輸入・備蓄」「精製・生産」「物流」「販売」の各部門で安定的かつ効率的な供給を目指し、日々努力を重ねています。

また、総合エネルギー企業体制の確立に向けては、LNG(液化天然ガス)の輸入・販売や残渣油(原油の残りかす)を活用したクリーンな発電事業、将来のエネルギーとして期待される水素を利用した燃料電池、石油から様々な製品を作る石油化学など、幅広いエネルギー事業を展開しています。

■仙台製油所の概要

1968年(昭和43年)に三菱石油など数社が同地区に製油所を設立し、1971年(昭和46年)から操業を開始したのがこの製油所の始まりです。2002年(平成14年)に新日本石油精製仙台製油所に名称を変え、現在に至ります。

同製油所の広さは150万平方メートル、原油処理能力は1日当たり14万5000バレルで、LPG(液化石油ガス)、ナフサ、ガソリン、灯油、軽油、重油、アスファルトなどの石油製品を生産し、東北地方唯一の製油所として、同地方を中心に毎日の生活に欠かせないエネルギーを供給しています。

■仙台製油所の特長

同製油所は、原油処理能力では全国の製油所の平均(15万9000バレル)を若干下回りますが、設備面では高度な装置を有しています。例えば、重油の硫黄分を除去する脱硫装置の能力が原油処理能力の36%と全国製油所平均の2.5倍、重油を分解してガソリンや軽油を作る能力が同じく30%と全国製油所平均の1.5倍であり、ともに全国の製油所と比較して高い水準です。このため、同製油所では、重油が多く含まれる、コストの安い「重たい」原油から、より多くのガソリンや軽油を生産できるという特長を持っています。

また、現在600億円を投じて、同製油所内に新しい設備の建設を、ACE(Advanced refinery of Chemical and Electrical integration)プロジェクトと銘打って進めています。この設備により、*オクタン価の高いガソリンを生産する装置の能力が原油処理能力の33%と全国製油

*オクタン価
燃料のノッキング(異常燃焼)のしにくさを示す指標。オクタン価の値が高いほど、ノッキングを起こしにくい。

所平均の2倍まで向上する予定です。また、アジア諸国で需要が増加しているキシレンやプロピレンなどの石油化学製品の増産や、高効率の発電設備を用いた電気小売事業への参入など、ACEプロジェクトの完遂により、将来の総合エネルギー基地としての機能が大きく向上します。

■仙台製油所の環境への取り組み

同製油所の運営にあたっては、安全操業を最大の使命とし、「地域社会との共生」を念頭に置いて環境面での取り組みを進めています。

まず、製造面では、同製油所の装置を活かして、硫黄分を10ppm以下にした「サルファーフリー」のガソリンや軽油を生産しています。また、製品をタンクローリーに積み込む際に、大気汚染の原因となるVOC（揮発性有機化合物）を回収する設備投資を行っています。

水質汚濁防止への取り組みとしては、工場排水の油水分離や加圧ろ過などを実施しています。また、製油所に停泊しているタンカーから、万が一原油が流出しても問題がないように、オイルフェンスや油回収船を配備しています。

製油所全体では、毎年1%の省エネを進める目標を立て、2006年度では前年比1.7%の削減を実現しました。その結果、2006年度までに1990年比で35%の省エネを実現しています。



小管所長の説明を聞く参加者の皆さん

■仙台製油所の安全・防災活動

同製油所では、地震や津波などの様々なケースを想定して、防災体制を整えています。地震に対しては、構内に設置した地震計が一定の数値以上の揺れを観測した瞬間に、自動的に装置が停止するシステムを導入

しています。2005年（平成17年）に宮城県沖で発生した地震の際には、動力装置を含めてすべての装置が速やかに自動停止し、安全を確保しました。消防車両も消火能力に優れる大型車両を数多く配備し、全所員が参加する総合防災訓練などを通じて、迅速かつ的確な対応に努めています。

■製油所内の見学

新日本石油の全社的な取り組みと、仙台製油所の概要について説明を受けた後、広大な製油所構内をバスで巡り、大規模な装置を車内から見学しました。説明を受けた各種装置の実物の巨大さを目の当たりにできた、大変貴重な機会でした。



原油タンクや大型の装置群をバスの車内から見る

また、当日は特別に精製工程や動力源の管理を集中的に行う中央制御室（オンサイトコントロール室）を見学し、その業務内容について説明を受けました。コンピューター制御と遠隔監視により、24時間安全かつ安定した操業を守っている努力の一端を垣間見ることができました。

■懇談会の模様

Q. 新日本石油として、環境に配慮した製品にはどのようなものがありますか。

A. 2005年（平成17年）に発売した環境ハイオクガソリン「ENEOS NEWヴィーゴ」は硫黄分を10ppm以下にする「サルファーフリー」を実現するとともに燃費を最大3%向上、規制排出ガスを最大10~30%低減しています。また、同年にガソリン・軽油全体の「サルファーフリー」を世界に先駆けて達成し、自動車の燃費向上を通じて二酸化炭素排

出量を削減することにより、地球温暖化防止に貢献しています。このサルファーフリー燃料の製造・販売と脱硫プロセス技術の開発が評価され、「平成17年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰（技術開発・製品化部門）」を受賞しました。

また、水素を使って電気と熱をつくる家庭用燃料電池を世界で初めて商品化しています。これにより二酸化炭素排出量を30~40%削減することができます。

Q. 新日本石油では、どのような社会貢献活動を行っていますか。また、その方針を教えてください。

A. 社会貢献活動の柱は、①環境技術を通じた社会貢献、②次世代の育成支援の2つです。

まず、環境技術については、二酸化炭素や有害物質を排出しない水素エネルギーシステムの技術革新の芽を育てるため、2006年（平成18年）に「公益信託ENEOS水素基金」を創設しました。

また、次世代育成としては、将来を担う子どもたちを対象に、子ども科学教室や環境教育を実施したほか、社会人野球の新日本石油ENEOS野球部による少年野球教室や、ジュニア野球トーナメントENEOSカップなど、スポーツを通じた社会貢献活動を実施しています。

Q. 現在話題になっているバイオガソリンについて、今後の見通しを教えてください。

A. 2007年（平成19年）4月に首都圏50カ所で発売を開始しており、3年後には全国で販売する予定です。現在エタノールは法律により3%までガソリンに混入できますが、直接エタノールを入れてしまうと、蒸発ガスによる大気汚染や、車の部品の劣化などの恐れがあります。そこで今回発売したバイオガソリンはエタノールをバイオETBEという物質に加工して配合し、規格に沿って製造しており、安心して使っていただける品質を確保しています。

Q. 石油製品の国内需要が減少しつつありますが、今後の見通しや、新日本石油としての戦略を教えてください。

A. 日本国内の需要は、2006年度には前年に比べて5%を超える減少となり、今後も徐々に減っていく

と予想されています。従って新日本石油は、石油だけでなく、様々なエネルギーや石油化学製品をお届けする「総合エネルギー企業」を目指しています。また、石油製品の需要が急激に伸びているアジア諸国の企業と包括的な業務提携を結び、アジア市場をグローバルにとらえ、受託精製事業なども行っています。

一方、サルファーフリーのガソリン・軽油など環境対応技術の進歩により自動車の燃費が向上することで、石油の消費量が減っていく面もあります。新日本石油としても売り上げが減ることは痛手ですが、環境問題は最も重要な課題であり、積極的に環境対応商品を開発し、販売していきたいと考えています。

■参加者からの感想

◆石油製品を生産するには、港湾やタンク群、大規模な装置などを総括する大規模な土地が必要であることを、見学を通じて改めて認識しました。

◆石油だけではなく、将来のことを考えて新エネルギーの開発、普及にグループ全体で取り組んでいることが分かりました。

◆防災面で二重三重にチェックされていることが分かり、地元住民として安全安心を深く感じる事ができました。

◆安全、安心はもとより、CSRやコンプライアンスにも力を入れているENEOSを応援していきたいと思っています。

◆石油業界全体の話や、エネルギー全体の問題点など、石油に関することを分かりやすく話していただき、内容が充実した懇談会でした。

◆今まであまり考えずに使っていたガソリンなどについて、消費者へ供給されるまでのプロセスがよく分かることで、使用する際の心構えが違ってくると思いました。

（文責 専門研究員 吉川敬宏）

「社会広聴会員」からのご意見・ご感想

ネットワーク通信 2007 No.30 春号 を読んで

「第10回 生活者の“企業観”に関するアンケート」について

- 若年層と高年層では傾向が違っており、世代によって考え方も変わるものだと思います。
(70代・男性・新潟県)
- 現場で働く方々の努力にかかわらず、企業のトップの姿勢や行動によっては、業績が悪化し、信用も失われることがよく分かりました。
(40代・女性・東京都)
- 29歳以下と60歳以上で逆の傾向がある、ということが明確になるだけでも、アンケートを実施した意義があると思います。
(20代・男性・北海道)
- 商品・サービスの質を維持しつつ、今後は従業員を重視することが重要だと思います。
(50代・女性・奈良県)
- 商品を選ぶ際、ブランドイメージや価格などの要因が重要なのは紛れもない事実ですが、不祥事などマイナス要因の比重が増えていると思います。
(40代・女性・滋賀県)
- 各項目ごとに「POINT」という形式でコメントがあるのは見やすく、分かりやすいです。
(60代・男性・富山県)
- 会社は誰のためにあるのか、企業はよく考えるべきです。就業者も消費者であることを理解してほしいです。
(80代・男性・兵庫県)
- 企業が最も重視すべき利害関係者がエンドユーザーであるという結果は当然ですが、従業員という意見がもう少し多くても良かったと思います。
(40代・女性・大阪府)
- アンケートの意見・感想を読むと、消費者の立場で考えることが大事であり、その考えが広く社会に浸透していると思いました。
(20代・女性・沖縄県)

- 企業のコンプライアンス意識の高まり、倫理観の醸成などは最近の社会情勢を反映していると思います。
(50代・男性・福岡県)
- 売りっぱなしでよいという姿勢では、企業は生き残れないと思いました。営業の仕事はしていますが、肝に銘じたいと思います。
(20代・男性・三重県)

「識者と語る論談倶楽部」について

- 企業は高品質の商品を提供し、競争に勝ち抜く必要があるが、同時に地球環境から周辺地域、従業員に配慮し、総合的に企業を運営していかなければならないと思いました。
(40代・女性・埼玉県)
- 日本の商人文化である、「売り手よし、買い手よし、世間よし」という言葉に感銘を受けました。
(70代・男性・新潟県)
- 「会社は誰のものか」という問いに、平易に答えていただいて、CSRについてよく理解できました。
(60代・男性・東京都)
- もう少し具体的にポイントや取り組みを紹介しても良かったと思います。
(40代・女性・熊本県)
- 正論ではあるが、評論家としての意見であり、企業で実務に携わる人の意見とは違う部分もありました。
(40代・男性・兵庫県)
- 「インセンティブのギャップ」という文言に強く共感しました。
(30代・男性・東京都)
- 不祥事を起こしてしまう企業には、法令順守や社会的貢献に対する認識に何かしら問題があるといえると思います。
(60代・男性・静岡県)
- グローバルに事業を展開する企業が増えているので、CSRなど、企業には高い視点を持って取り組んでいただきたいです。
(60代・女性・群馬県)
- 日本では、小型の家電製品などについて、生産者責任を果たしておらず、リサイクルが進まないのだと思います。
(50代・女性・岩手県)
- 今日のグローバル化の時代では、企業の利害関係者は以前より多岐にわたります。外国での対応も求められ、企業も大変だと思います。
(60代・男性・香川県)

- 企業のCSR活動が、なぜ今になって求められているか、よく理解できる内容でした。
(80代・男性・宮城県)
- 企業の成り立ちは利益集団であることを踏まえ、何が社会的責任なのかを考え、優先すべき課題から取り組んでいくことが望ましいと思います。
(60代・男性・大分県)

「企業と生活者懇談会」について

- 東京ガスのガスの科学館は、親子連れで楽しみつつ、企業について学ぶことができ、非常に良い施設だと思います。
(30代・女性・北海道)
- 天然ガスがその他のエネルギーと比較して、環境負荷が少ないことを、もっと積極的にPRしてほしいと思います。
(40代・女性・茨城県)
- 小学生などの次世代を対象にした東京ガスの活動に感心しました。
(50代・女性・滋賀県)
- 日本航空の企業努力が分かりました。メディアは不祥事以外にも、様々な取り組みを紹介してほしいと思います。
(50代・女性・鹿児島県)
- 日本航空の安全の担い手である、整備などの技術者の育成や、団塊の世代から若手への技術継承が大切だと思います。
(60代・男性・青森県)
- 日本航空は、最近あまりよいニュースを聞かないのですが、社員の方々は、日々安全対策に取り組んでいることが分かりました。
(30代・女性・山梨県)
- マツダはロータリーエンジンを開発し、燃費など性能を向上させた、高い技術力を誇る企業だと思います。
(60代・男性・愛知県)
- マツダの懇談会に参加して、水素ロータリーエンジンの車に試乗し、技術力の高さに驚きました。
(70代・男性・広島県)
- マツダのロータリーエンジンは日本の誇りであり、今後の新技術の開発などでも期待しています。
(40代・男性・富山県)
- 安全、環境への取り組みの重要度がますます増し、企業活動の指針になってきたと思います。
(60代・女性・愛媛県)
- 企業と生活者の直接の接点は少なく、むしろ子どもたちの方が社会見学で知っていることも多いので、より接点を増やすような取り組みを願います。
(40代・女性・宮城県)

「経済広報センターニュース」について

- 「2007年度のアンケート」について、Q&Aで再度取り上げていただいて、大変よく分かりました。
(40代・女性・島根県)
- ステークホルダーミーティングの活動趣旨がよく分かりました。
(40代・女性・高知県)
- 『ネットワーク通信』などの経済に関する広報活動で、若い人の意見も多く取り入れてくれていることを、うれしく思います。
(30代・女性・大阪府)
- 会員の年代構成のバランスが良くなったことに賛成です。若年層への呼び掛けも活発に行ってほしいです。
(60代・女性・愛知県)
- 地域別、年代別のグラフがあり、社会広聴会員の現在の構成がよく分かりました。
(50代・女性・京都府)
- 社会広聴活動のQ&Aに終始する内容ではなく、経済広報センターから発信するニュースや動きに対するQ&Aにしてはどうでしょうか。
(20代・女性・岡山県)

ご意見・ご感想

- 『ネットワーク通信』は、様々な企業の活動から、生活者のストレートな意見まで掲載されていて、日ごろの考えを改めるきっかけになります。
(20代・女性・東京都)
- 消費者一人ひとりの声は小さいですが、確実に企業を見る目が肥えてきているので、社会広聴活動を続けたいと思います。
(50代・女性・秋田県)
- 社会広聴活動は、年齢にかかわらず、広く社会に関心を持ち続けることで成り立っていると思います。
(90代・女性・大阪府)
- 競争社会について、どこまでが正しいことなのか、『ネットワーク通信』を通じて、社会や企業について考えたいです。
(40代・女性・山口県)
- 企業の最前線である現場社員の声をもっと取り上げてほしいと思います。
(20代・男性・東京都)
- 中高年層の堅実な意見が多く見受けられるのは当然として、若年層の頼もしい意見がもう少しほしいと思います。
(70代・男性・神奈川県)

KKC NEWS

【経済広報センターニュース】

経済広報センター Q&A

経済広報センターは、社会広聴活動を通じて皆さまからご意見・ご質問を多数いただいています。複数の方からいただいたご意見・ご質問をQ&A形式でまとめてみました。

Q. 「eネット会員」に変更したいと思いますが、アンケートに答えるために、パソコンの環境などで、必要な条件はありますか。

A. 現在、アンケートにお答えいただくためには、1名1アドレスをご用意いただいております。また、推奨ブラウザは、以下の通りです。

Windowsの場合

- Internet Explorer 6.0
- Mozilla Firefox 1.0.*以上

Macintoshの場合

- Safari 2.0.*以上
- Mozilla Firefox 1.0.*以上

今後も、バージョンが変更する可能性がありますので、アンケート実施の際に送付いたしますメールにて、ご確認ください。

Q. 郵送会員のアンケートがなくなるとのことですが、郵送会員が意見を言う場がなくなってしまうのでしょうか。

A. 『ネットワーク通信』の「ご意見・ご感想」用紙にご記入いただいたり、「企業と生活者懇談会」「ステークホルダーミーティング」などの会合にご参加いただき、ご意見をいただくなど、今後もご意見を伺う場を設定していきたいと思っておりますので、よろしく願います。

Q. 「企業と生活者懇談会」などの抽選にいつも外れてしまいます。参加人数は増やせないのですか。

A. 首都圏では応募が殺到し、倍率が高いため、抽選に外れてご参加いただけない場合もあり、申し訳ございません。

「企業と生活者懇談会」は、企業の取り組みなどを実際に見て、お互いに意見を出し合い、生活者の皆さまと企業が活発に議論することが目的です。そのため、参加人数などを勘案し、現在の規模で実施しています。

開催企業には見学などの手配、事前質問への準備、当日の対応など、多大なご協力をいただいております。参加されることになった社会広聴会員の皆さまには、緊急の場合を除き、必ずご参加いただきますよう、お願いします。特に、開催直前や当日のキャンセル、無断キャンセルなどはなさないよう、会員の皆さまのご協力を願っています。

Q. 会合が土日に開催されると参加しやすいのですが、今年度も「企業と生活者懇談会」などの土日開催の予定はありますか。

A. 以前から、多くの方々からご要望をいただいております。会合の土日開催ですが、昨年度は開催企業のご協力もあり、土曜日に2回開催しました。土日開催は、平日ではどうしてもご参加いただけない方々が会合に参加でき、より幅広い意見をお伺いできるというメリットがあると思っております。今年度も、年に数回程度実施できるよう、努力したいと考えています。

社会広聴活動 お問い合わせ先

- 経済広報センター 国内広報部 社会広聴グループ
電話：03-3201-1412
- 経済広報センターホームページ
<http://www.kkc.or.jp/>
- 社会広聴活動のページ
入会・変更のページ
<http://www.kkc.or.jp/society/index.html>

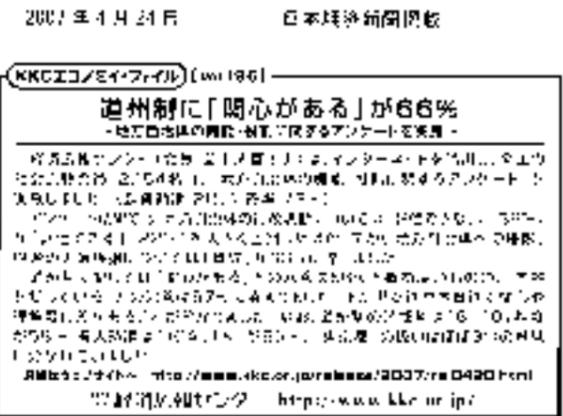


経済広報センターの最近の活動紹介

KKCエコノミイ・ファイル

日本経済新聞に「KKCエコノミイ・ファイル」という意見広告を掲載しています。2007年4月から6月までのタイトルをご紹介します。内容は当センターのホームページ (<http://www.kkc.or.jp/>) で見ることができます。

- 4月10日 「平成の廃県置州」実現に向け、提言を発表
～究極の構造改革を目指す「道州制」の導入を～
- 4月24日 道州制に「関心がある」が66%
～地方自治体の機能・役割に関するアンケートを実施～
- 5月15日 CO₂排出削減900のヒント
～地球温暖化防止対策事例集を発表～
- 5月29日 「規制改革の意義と今後の重点分野・課題」を発表
～地域の自立や競争力強化のために規制改革の推進を～
- 6月12日 仕事・役割・貢献度を基軸にした
賃金制度の導入移行を
～提言「今後の賃金制度における基本的な考え方」を発表～
- 6月26日 経済連携協定を通じEUとの新たな関係構築を
～提言「日EU経済連携協定に関する共同研究の開始を求め」を発表～



アンケート結果の新聞掲載記事

2007年2月に実施した「地方自治体の機能・役割に関するアンケート」の調査結果がマスコミで取り上げられました。

- 4月20日 共同通信ニュース 「道州の数は6-10が58% 経済広報センター調査」
- 4月21日 毎日新聞 大阪 朝刊 2面 「道州制：推進委、新設へ 08年秋までに提言-日本経団連」
- 4月21日 熊本日日新聞 朝刊 6面 「経済フラッシュ=道州の数「6-10」が58%」
- 6月6日 西日本新聞 朝刊 28面 「動きだす道州制 『道州制に関心』66% 4割は『内容知らない』 経済広報センター調査」

フォーラム「『京都議定書』目標達成に向けて」に社会広聴会員が参加

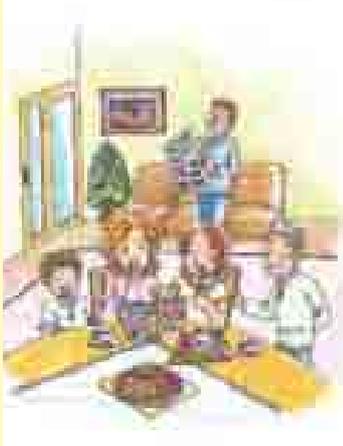
経済広報センターが4月18日に東京大手町で開催した、フォーラム「『京都議定書』目標達成に向けて -みんなで止めよう温暖化」に、ご応募をいただいた社会広聴会員が参加しました。このフォーラムには、ほかに国会議員、報道関係者、企業関係者ら、約230名が参加しました。

冒頭、経済広報センター会長、御手洗富士夫（日本経団連会長）が挨拶し、日本の「京都議定書」の削減目標達成には民生部門における削減が重要であり、そのための抜本的な対策の実施と、産業界に加えて政府や一般の生活者が一体となった取り組みが必要であると訴えました。あわせて、「ポスト京都議定書」の国際体制についても触れ、より多くの主要排出国が参加する、公平でエネルギー効率の向上に役立つ仕組みとすべきであると述べました。

続く基調講演で、東京大学大学院新領域創成科学研究科の松橋隆治教授は、温暖化に対する最近の見解や、二酸化炭素削減状況などを紹介し、「ポスト京都」における各国の提案を比較しました。中でも日本の産業界や政府が提唱する「セクトラルアプローチ」は最も有効であると述べました。

この基調講演を受けて、松橋教授のほか、企業や生活者の代表4名を加えてパネルディスカッションを行いました。家電製品や自動車、小売業など、各企業の温室効果ガス排出削減の取り組みについてお話いただいた後、民生部門における二酸化炭素の削減案について意見を交換しました。

企業は環境への取り組みが業績向上につながるという信念を持ち、生活者はライフスタイルに応じて地球環境に貢献することを確認してフォーラムを終了しました。



表紙のことば

皆さまも、複数の媒体から情報を得ていらっしゃるかと思います。今日では、同じ情報なのにとらえ方や切り口が異なると、意見が全く逆になることもあります。どのように情報を得て、どの情報を信頼するか、またそれらの情報をどのように活用するのか、それぞれの行動が大変重要になります。また、複数の媒体から情報を得ることで、違った視点から情報を分析でき、視野が広がるということもあります。

このたび生活者の皆さまの情報源について、アンケート調査をさせていただきました。情報が氾らんする今日の、様々な情報源の利用についてご回答いただき、分析ができましたので、ご参考にしてください。

事務局 便り



樋野 泰人（前列右）

「情報源に関するアンケート」の分析中、子どものころ描いた「未来の絵」のころを思い出しました。あのころ、これほどパソコンや携帯電話が普及すると考えていた人はいたのでしょうか。いまや小学生も携帯電話を持つ時代。今の子どもが描く「未来の絵」はどのようなもののでしょうか。

工藤 徹明（後列中央）

お気に入りのネクタイがありました。鮮やかなイエローに赤・青・緑の原色が飛び交い、トロピカルな雰囲気。別にほかの季節に着けて悪いことはないのですが、自然に夏の限定タイとして「マイ風物詩」になっていたのですが…。昨今のクールビズで夏はノーネクタイが定着し、すっかり出番が無くなってしまいました。少しかわいそうですが、これも地球環境のため。派手派手ネクタイよ、もって戻すべし！

土川 慎一郎（前列左）

日中国交正常化35周年を迎えて、様々なイベントが開催されています。そのひとつとして、中国では珍しい油絵展の開会レセプションに出席しました。絵画などは、今まであまり接することがなかったのですが、作者からのレクチャーを受けて、少し文化的になったような気がします。

吉川 敬宏（前列中央）

電車の時刻を調べるには、今では自宅からインターネットで最寄駅の時刻表が分かり、印刷もできます。私が子どものころはそのような便利なものはなく、ダイヤ改正があれば必ずポケット時刻表を手に入れるか、もしくは手書きの時刻表を作るなどしていました。やはりインターネットは大変便利なツールだと思います。

高橋 美香（後列左）

わが家の隣に古くからある商店が最近コンビニになり、お付き合いでカードを作りました。レジにかざすだけで支払いができる便利なもの。子どもにとっては、何でも買える魔法のカードに見えるようです。便利なものを正しく使う知識、お金の大切さ、人とのコミュニケーションの大切さなど、教えることもたくさんあると感じるこのごろです。

佐藤 亜矢子（後列右）

毎年、初夏は「梅仕事」を楽しんでいます。中でも梅干し作りは、非常に手間がかかりますが、その分、出来上がったときの喜びは絶大です。手塩にかけた梅干しは宝石のようにきらきら輝いて見え、じっと眺めていたくなるほどです。今期の梅干し作りも最終段階（土用（3日）干し）にきています。あらゆる情報源での天気予報を参考に、3日干しのタイミングを見極めたいと思います。



古紙配合率100%再生紙を使用しています



発行／（財）経済広報センター

〒100-0004

東京都千代田区大手町1-6-1 大手町ビル7階

TEL：03-3201-1412 FAX：03-3201-1404

発行日／ 2007年7月13日