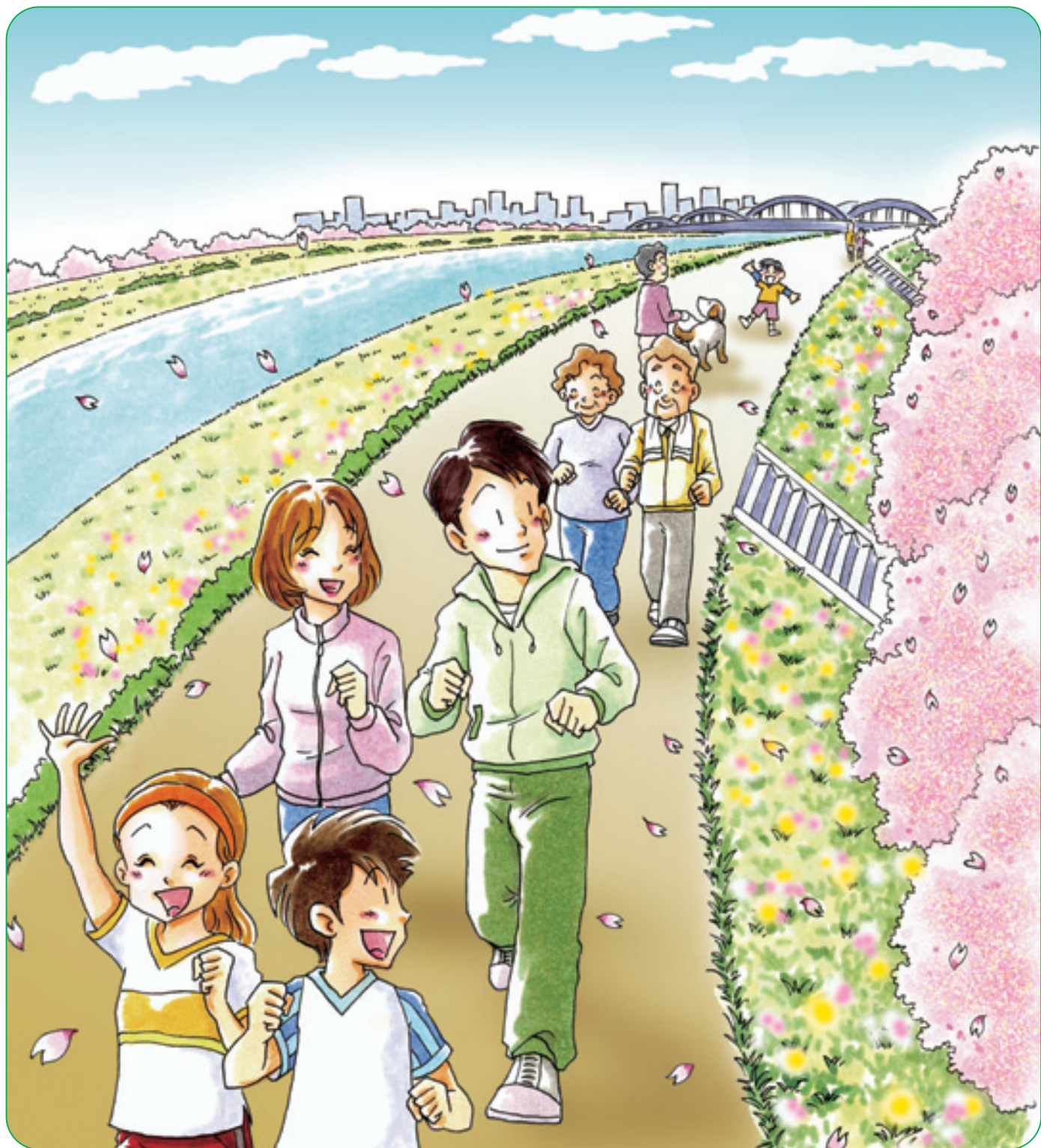


ネットワーク通信



社会広聴アンケート

「家計と景気に関するアンケート」調査結果 1

企業と生活者懇談会

大阪ガス（大阪） 雪印乳業（神奈川） ソニー（大分） 12

ご意見・ご感想

..... 21

経済広報センターニュース

..... 23

「家計と景気に関するアンケート」調査結果

景気回復に向けて取り組むべきこととして「歳出構造（税金の使い道）を見直し、国の借金を減らすなどムダをなくす」(68%)が第1位

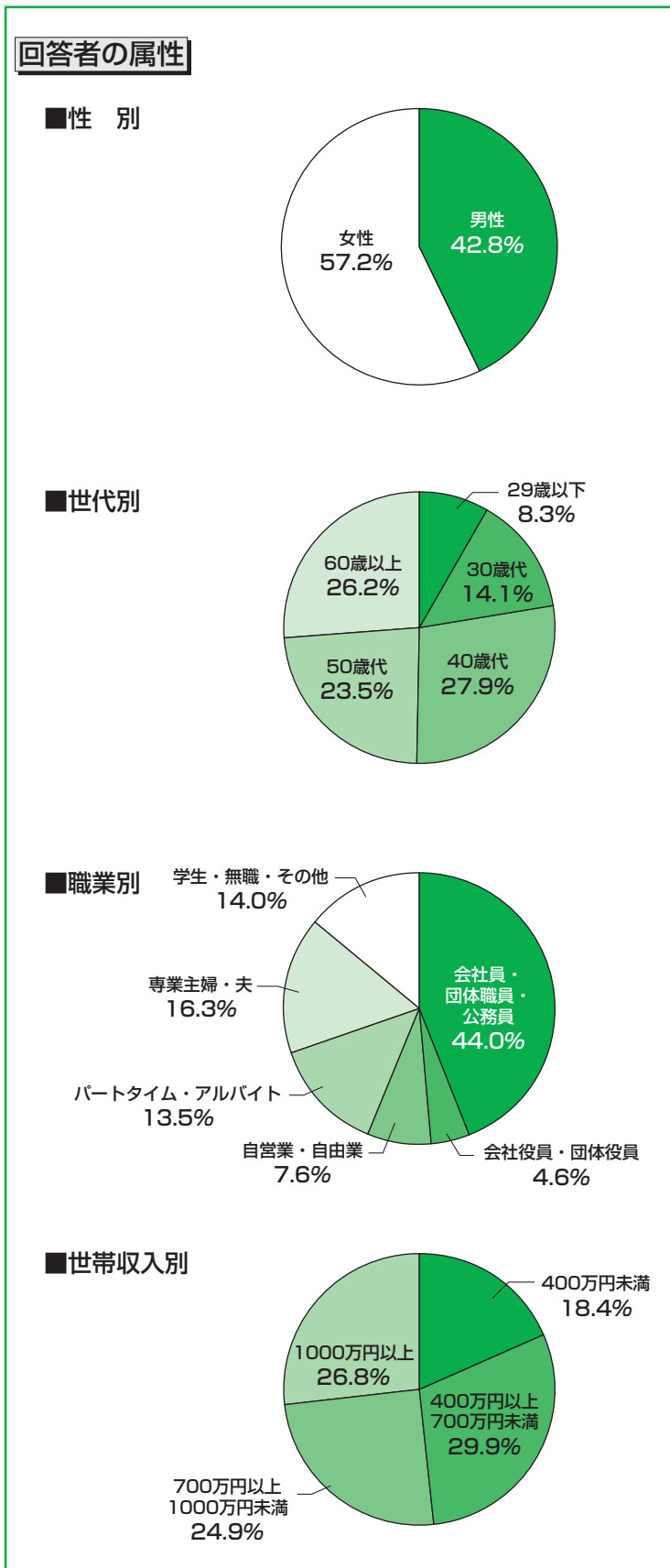
わが国経済は、最悪期を脱しつつあるものの、世界同時不況が与えた痛手は大きく、円高、デフレの進行、厳しい雇用情勢など、未だ予断を許さない状況にあります。

そこで、経済広報センターは、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、「家計と景気に関するアンケート」と題して、現状の景気についての認識と、家計について、アンケートを実施しました。

今回の調査からは、今の景気に対して85%もの生活者が悪いと感じていることが分かりました。その原因として最も多かった回答は「給料が上がらない」(55%)となりました。家計における支出の負担感については、2002年9～10月に実施した調査結果（「アンケート『家計と景気』結果報告書」2002年12月発表）と比べると、「食費」や「医療・介護」など生活に直結する支出について、負担感が大きくなっています（「食費」(第4位→第2位)、「医療・介護」(第5位→第3位)）。さらに将来への消費につながる、「欲しいモノやサービス」について聞いたところ、支出額が大きい「住宅」「自動車」などの順位が大きく落ち込んでいます（「住宅」(第3位→第7位)、「自動車」(第4位→第8位)）。一方で、「健康・介護サービス」は第7位から第2位と大きく上昇しています。現状の景気動向や将来の社会保障制度への不安などにより、生活者の消費意欲が未だ上がらない状況が改めて示されました。

調査の概要

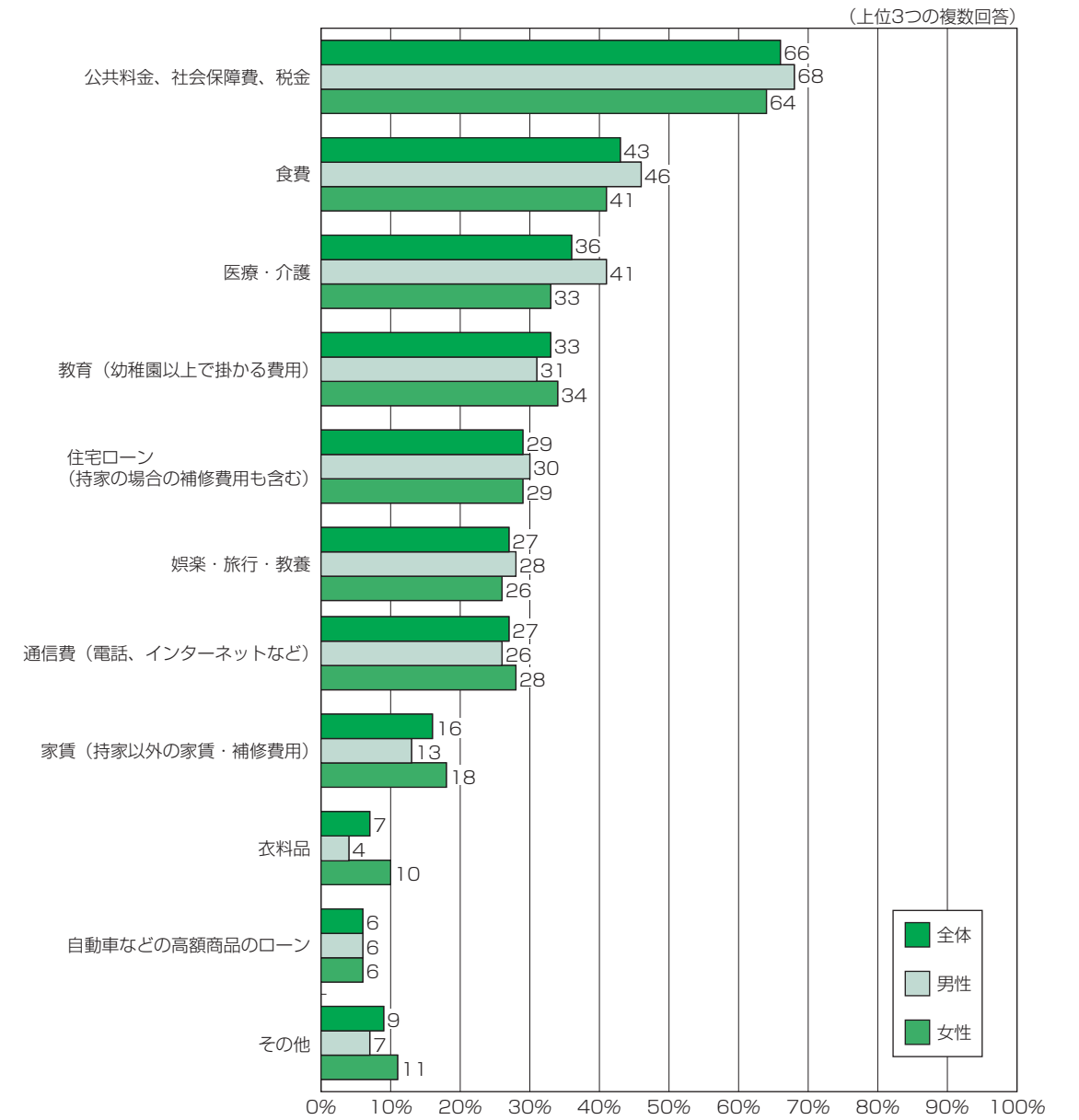
- (1) 調査名称：家計と景気に関するアンケート
- (2) 調査対象：eネット社会広聴会員 3108人
- (3) 調査方法：インターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- (4) 調査期間：2009年11月26日～12月7日
- (5) 有効回答：2087人(67.1%)



1 家計における負担感のある支出項目

Point 「公共料金、社会保障費、税金」が家計における負担感のある項目で第1位（66%）

<全体・男女別>



家計において負担感がある支出項目の第1位は「公共料金、社会保障費、税金」(66%)となっている。男女による大きな差はない。

7年前の調査（2002年実施）と比較すると、「住宅ローン」が第2位（40%）から第5位（29%）、「教育」が第3位（35%）から第4位（33%）と順位を下げた一方、「食費」が第4位（33%）から第2位（43%）、「医療・介護」が第5位（23%）から第3位（36%）と順位が上昇している。日常生活に直結する支出の負担感が相対的に大きくなったといえる。

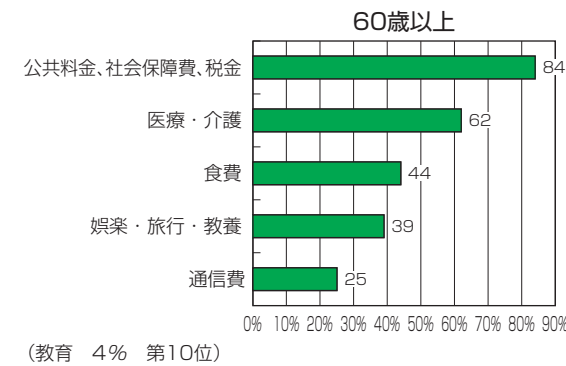
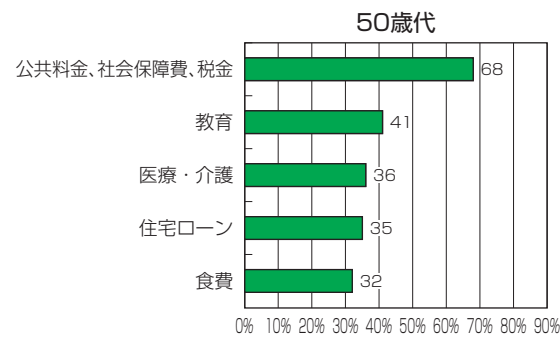
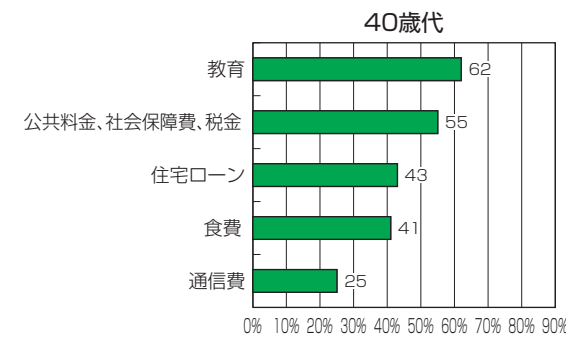
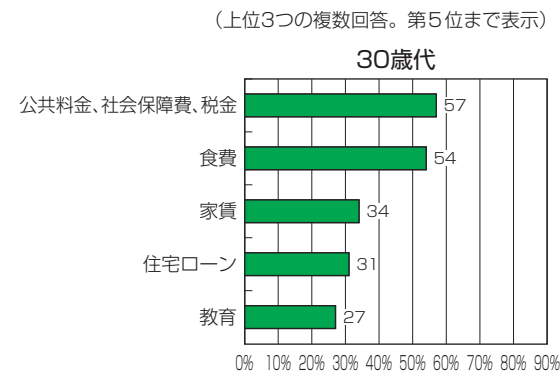
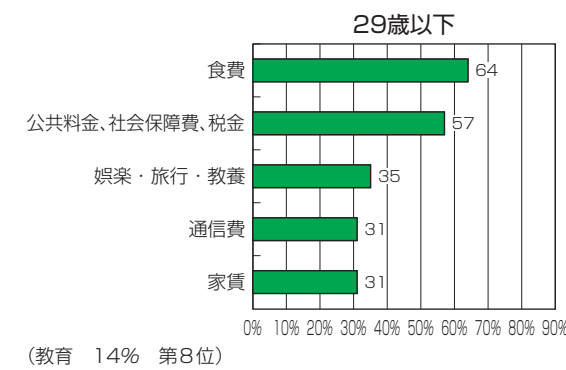
<全体 2002年実施調査比較>

2002年		2009年	
第1位	公共料金、社会保障費、税金 64%	公共料金、社会保障費、税金 66%	
第2位	住宅ローン 40%	食費 43%	
第3位	教育 35%	医療・介護 36%	
第4位	食費 33%	教育 33%	
第5位	医療・介護 23%	住宅ローン 29%	

(3つまでの複数回答。第5位まで表示)

※2002年：発表時の数値（%）を四捨五入

<世代別>

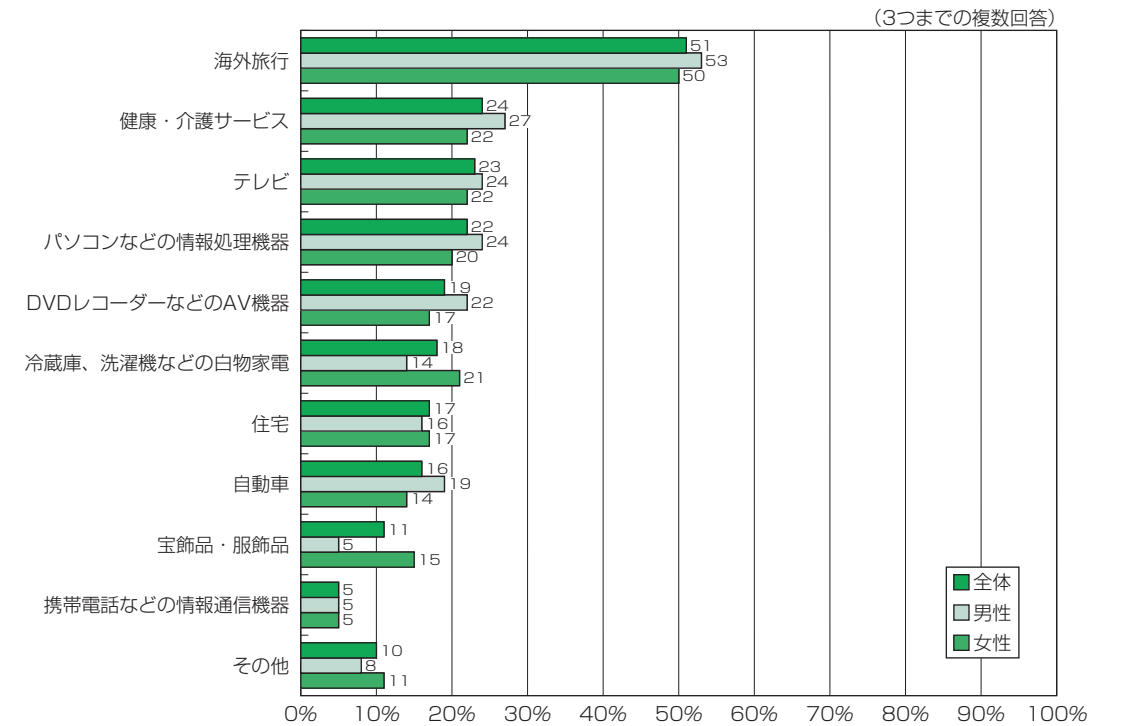


世代別に見ると、29歳以下と30歳代の若い世代では「食費」が29歳以下で64%（第1位）、30歳代で54%（第2位）であり、40歳代の41%（第4位）、50歳代の32%（第5位）、60歳以上の44%（第3位）と比べると、負担感が大きいことが分かる。「教育」については、40歳代が62%（第1位）とほかの世代と比較して突出している。

2 欲しいモノやサービス

Point 7年前の調査と比較して「住宅」が第3位（24%）から第7位（17%）、「自動車」が第4位（22%）から第8位（16%）と落ち込む

<全体・男女別>



<全体 2002年実施調査比較>

2002年		2009年	
第1位	海外旅行 37%	海外旅行 51%	
第2位	テレビ 27%	健康・介護サービス 24%	
第3位	住宅 24%	テレビ 23%	
第4位	自動車 22%	パソコンなどの情報処理機器 22%	
第5位	パソコンなどの情報処理機器 22%	DVDレコーダーなどのAV機器 19%	
第6位	DVDレコーダーなどのAV機器 14%	冷蔵庫、洗濯機などの白物家電 18%	
第7位	健康・介護サービス 11%	住宅 17%	
第8位	-	自動車 16%	

(3つまでの複数回答。第7位まで表示)

※2002年：発表時の数値（%）を四捨五入し、欲しいモノやサービスの項目は2009年に合わせて表示。順位は、実数ベース

欲しいモノやサービスについては、「海外旅行」が第1位で51%。男女別で大きな差はない。7年前の調査（2002年実施）と比較すると、「健康・介護サービス」が第7位（11%）から第2位（24%）と大きく上昇する一方、「住宅」が第3位（24%）から第7位（17%）、「自動車」が第4位（22%）から第8位（16%）と大きく落ち込んでいる。医療・介護制度への不安や将来の収入への不透明感から、「健康・介護サービス」の順位が上昇する一方、支出額が大きい「住宅」や「自動車」などの順位が落ち込んだと考えられる。

<世代別 2002年実施調査比較>



※2002年：発表時の数値（%）を四捨五入し、欲しいモノやサービスの項目は2009年に合わせて表示。順位は、実数ベース

世代別に見ると、「健康・介護サービス」について、7年前の調査（2002年実施）では、60歳以上の第4位（27%）のみが、5位以内に入っていたが、今回の調査結果では、50歳代、60歳以上で第2位となり回答率もそれぞれ26%、37%と高い結果となっている。支出額が大きい「住宅」「自動車」については、すべての世代で落ち込んでいる。特に、29歳以下の世代では、「住宅」が第1位（36%）から第7位（17%）、「自動車」が第2位（32%）から第6位（20%）と落ち込みが大きい。

<世帯収入別>



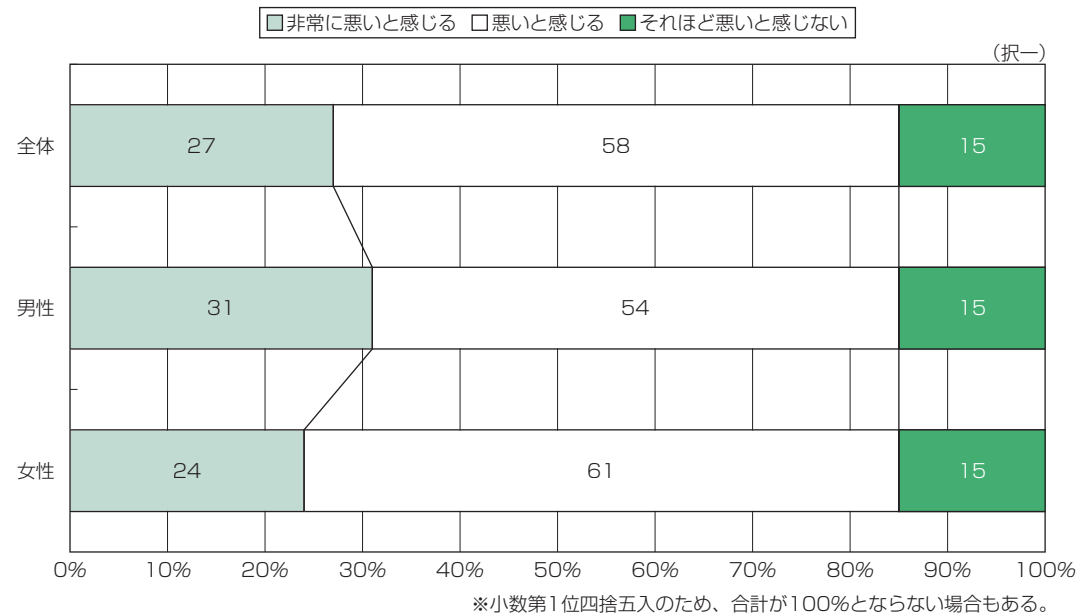
世帯収入別に見ると、「健康・介護サービス」が「400万円未満」世帯、「400万円以上700万円未満」世帯と「700万円以上1000万円未満」世帯で第3位、「1000万円以上」世帯では第2位と、すべての世帯で上位となっている。また「住宅」「自動車」は、すべての世帯で第5位から第8位に入っている。今回の調査結果からは、欲しいモノやサービスについて世帯収入によって大きな差がないことが分かる。

以上のように世代別（5頁）と世帯収入別からは、生活者が将来の消費につながる欲しいモノやサービスを検討するとき、考慮する要素としては、収入よりも年齢の要素が大きいことが読み取れる。

3 景気に対する実感

Point 今の景気に対して「非常に悪いと感じる」「悪いと感じる」の合計が85%

<全体・男女別>

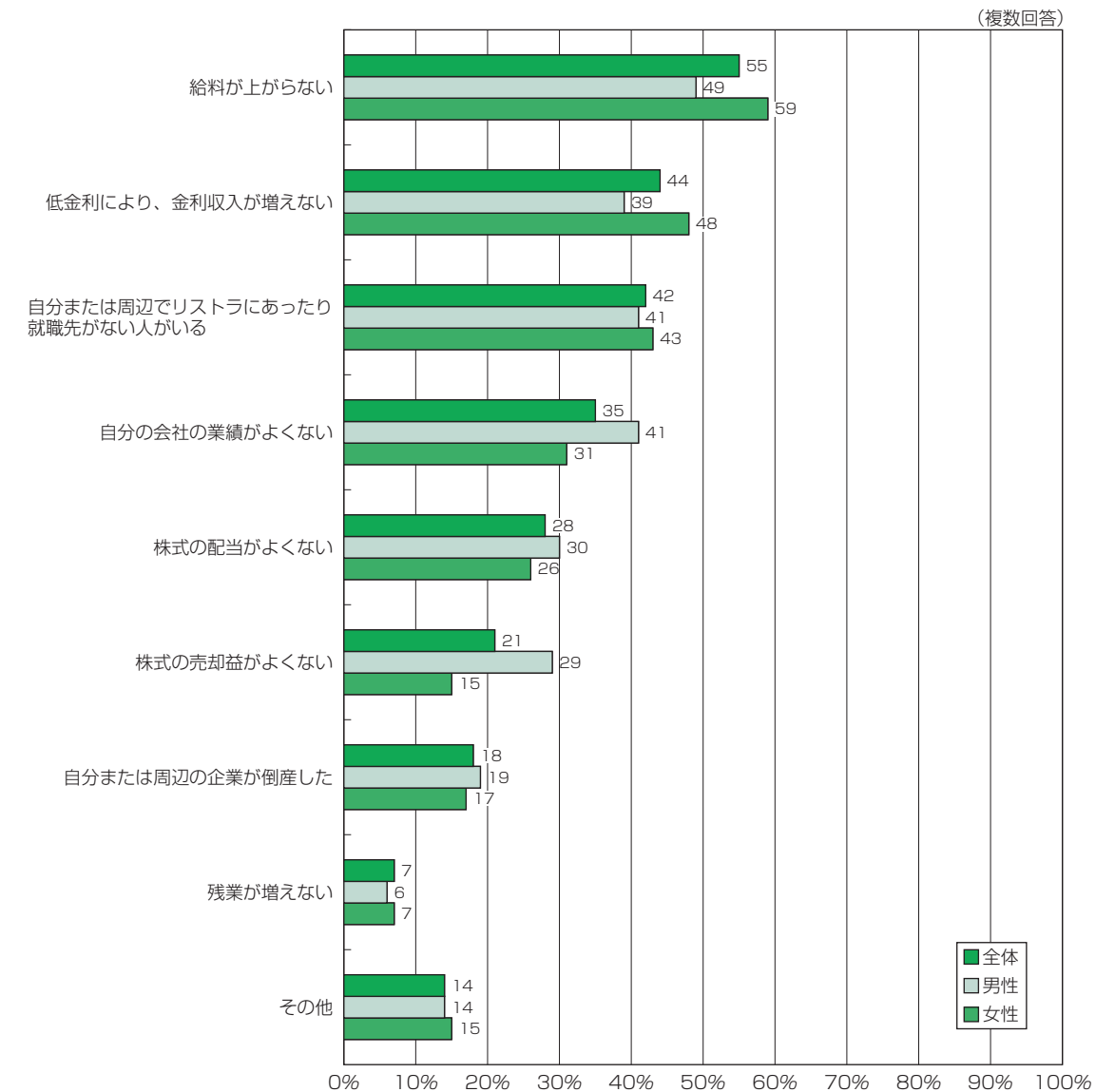


今の景気に対する実感は、「非常に悪いと感じる」(27%)と「悪いと感じる」(58%)を合わせると85%となり、男性、女性ともに85%である。
 しかし、「非常に悪いと感じる」で見ると女性が24%であるのに対し、男性が31%で7ポイント高い。男性の方が女性より今の景気について深刻に受け止めていることが分かる。

4 景気が悪いと感じる理由

Point 景気が悪いと感じる理由として「給料が上がらない」が55%で第1位

<全体・男女別>

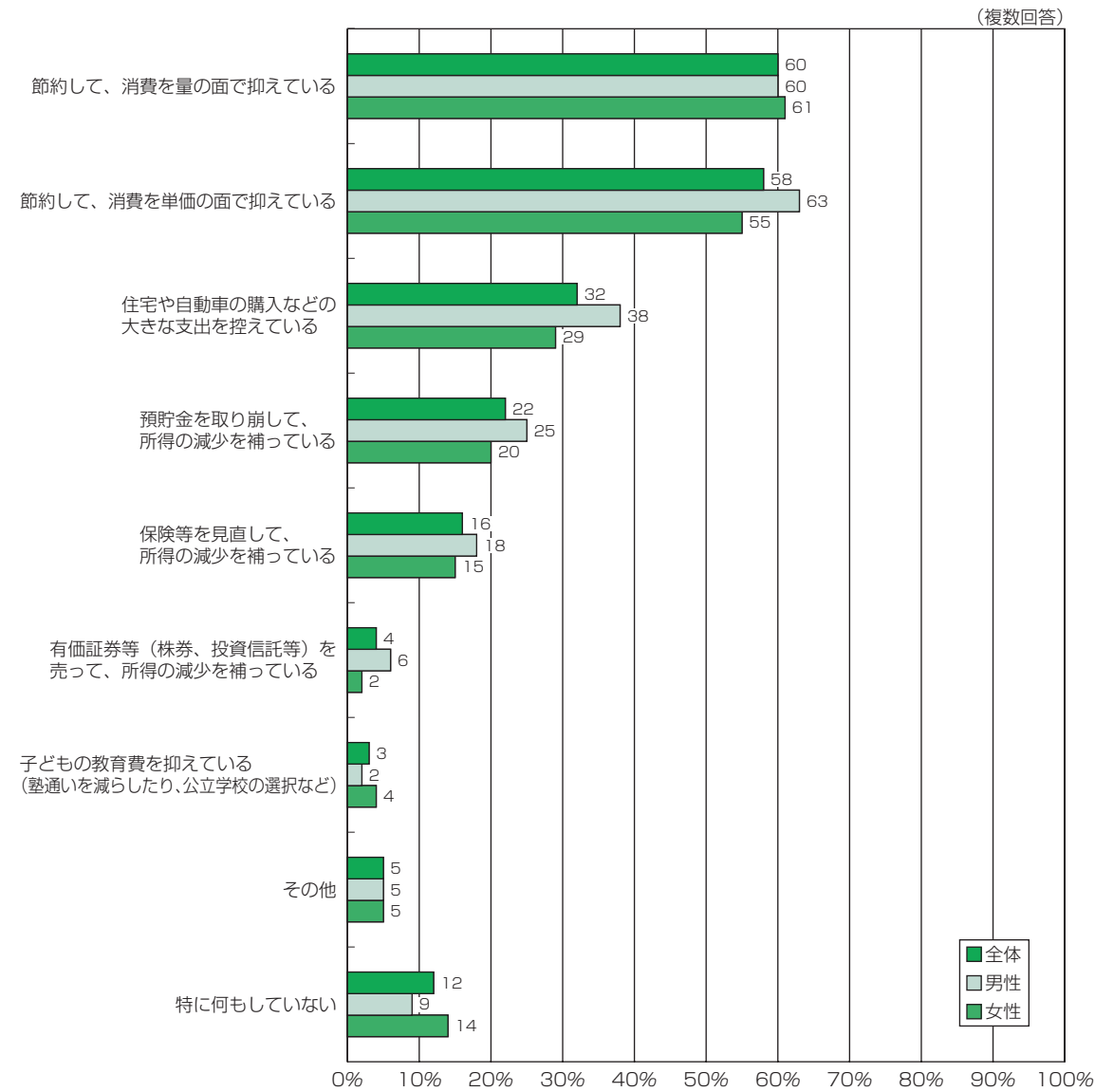


景気が悪いと感じる理由として「給料が上がらない」が55%で第1位となっている。「低金利により、金利収入が増えない」(44%)が第2位、「自分または周辺でリストラにあたり就職先がない人がいる」(42%)が第3位となっている。
 男女別で見ると、「給料が上がらない」「低金利により金利収入が増えない」の項目で女性が男性を10ポイント近く上回っている。一方「自分の会社の業績がよくない」「株式の売却益がよくない」で、男性が女性より10ポイント以上、上回っている。

5 現状の景気に対する対応

Point 現状の景気に対する対応の第1位は、「節約して、消費を量の面で抑えている」(60%)。次いで「節約して、消費を単価の面で抑えている」(58%)

<全体・男女別>

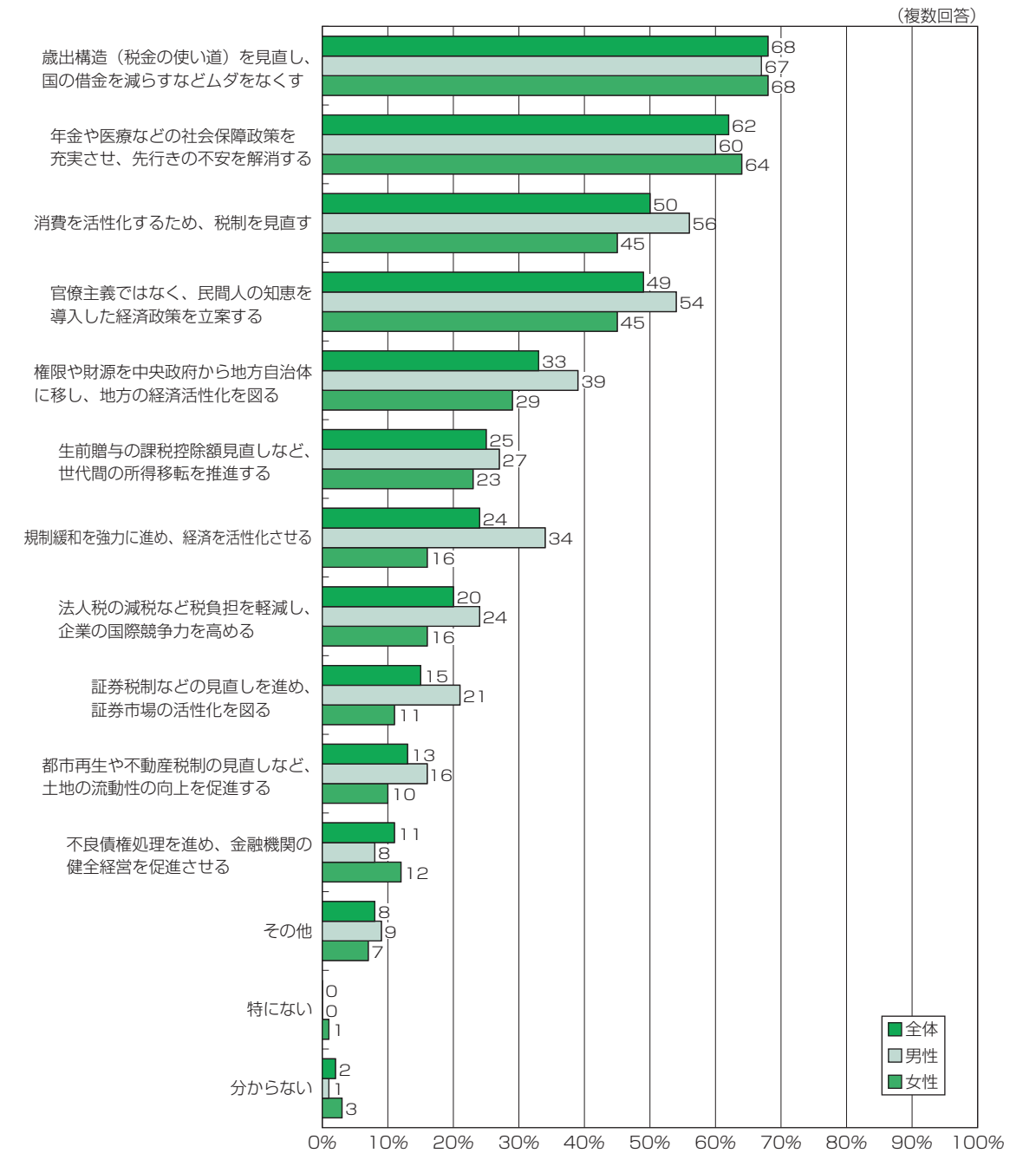


景気が悪いと感じる人に、現状の景気に対する対応を聞いたところ、「節約して、消費を量の面で抑えている」(60%)が第1位、次いで「節約して、消費を単価の面で抑えている」(58%)となっており、多くの生活者が節約をして消費を抑えることで、現状の景気に対応していることが分かる。

6 景気回復に向けて取り組むべきこと

Point 景気回復に向けて取り組むべきこととして「歳出構造(税金の使い道)を見直し、国の借金を減らすなどムダをなくす」(68%)が第1位

<全体・男女別>



景気回復に向けて優先的に取り組むべきこととして「歳出構造(税金の使い道)を見直し、国の借金を減らすなどムダをなくす」(68%)が第1位、次いで「年金や医療などの社会保障政策を充実させ、先行きの不安を解消する」(62%)となっている。

家計と景気に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆人口減少などの今後日本に訪れる構造変化に対しても大きな不安があります。リーマンショックだけが、現在の景気悪化の原因ではないように思います。
- ◆今後、どのように景気が動くのか分かりません。私は大学生なので就職が不安です。景気対策として地方活性化を重視すべきではないかと思えます。
- ◆世代間の不公平により、高齢者が過剰な資産を持って余す一方、消費の柱となるべき世代に十分な資金が渡らないために生活防衛に走らざるを得ないことが、景気の足かせとなっています。もはや「強者」となった「社会的弱者」の処遇を見直す必要があります。
- ◆マスコミが過剰に不景気について報道することも、不安をあおり、消費が停滞する悪循環の一因となっているように感じます。現状の厳しさだけでなく、景気回復の兆しや、それに伴う企業の工夫を知ることも大事だと思います。

30歳代の意見・感想

- ◆都道府県単位や、市町村単位でも事業仕分けを実施してほしいです。絶対無駄なお金が溢れていると思うので、余ったお金はいったん、国の借金返済に充てればいいと思います。
- ◆昨年、結婚、出産をして生活にお金が掛かることを身に染みて感じています。自分が働こうにも、保育園も空いてないし、景気が悪いので働き口を探すのも大変そうで……いつになったら景気が良くなるのだろうと思いつつながら生活をしています。
- ◆一部では、各省庁の意思決定プロセスをまったく無視し、官邸の権限が肥大化しています。それをやゆして「なんでも官邸団」といわれるほどです。冷静かつ慎重な議論を期待します。

40歳代の意見・感想

- ◆新政権が日本の将来の進むべき方向性を示していないことが大問題です。天下り用としての予算削減

は絶対必要ですが、方針のない事業仕分けによる判断（廃止など）は断固反対です。

- ◆わが家はまさに給料、ボーナスカット。妻のパートも半年契約で先行き不安。中・高生を抱え教育費もかさむばかり。今の不況のあおりを受けています。当面は何とかやっていけそうですが、一番の不満はやはり将来の不安です。

- ◆新政権になっていろいろな改革が試みられています。無駄な歳出を減らそうとしているのは良いのですが、「使うべき所には使う」というのが難しそうだと思います。

50歳代の意見・感想

- ◆地方にはまだ無駄な公共事業をしているところが少なくありません。地方自治体にもメスを入れるべきです。
- ◆国の将来を考えると、大学などの研究費をケチるのは良くないと思います。また、世代間格差をなくすためにも年金や医療の高齢者優遇はやめる時期にきていると感じます。
- ◆政権交代で、早急な景気対策が打ち出されることを期待しましたが、かえって期待を裏切る行動が多く、見通しが立たない状況を招いている感があります。政治家の感覚と庶民の感覚の乖離を感じます。

60歳以上の意見・感想

- ◆国際的には世界資本の日本への呼び込み、国内的には社会保障制度の確立（安心）。これによって個人（高齢者）の金融資産を市場に流出させることです。
- ◆高額な資産を蓄えている高齢者でも先行きに不安があるから消費に回そうとしないのだと思います。不安が解消されればある程度は消費活動に貢献できるのではないのでしょうか。
- ◆早く道州制を導入して「国」「地方」の根本的な改革を実施してほしい。

(文責 主任研究員 横地征史)

企業と生活者懇談会

	開催日	開催地	協力企業
第144回	2009年11月9日	大阪府高石市	大阪ガス 泉北製造所第二工場
第145回	2009年11月17日	神奈川県横浜市	雪印乳業 横浜チーズ工場
第146回	2010年1月19日	大分県速見郡日出町	ソニー ソニー・太陽

■第144回(大阪 2009年11月9日)

大阪ガス株式会社 泉北製造所第二工場

2009年11月9日、大阪府高石市にある大阪ガスの泉北製造所第二工場で、「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員17名が参加し、大阪ガスや泉北製造所の概要について説明を受けた後、第二工場や同敷地内にある泉北天然ガス発電所、ガス科学館を見学し、質疑懇談を行いました。

大阪ガスのガス製造・発電事業部からは、藤井貴理事・泉北製造所長、矢田潔泉北製造所工場長、永野典郎発電部泉北発電センター所長、入江俊和泉北製造所技術チームマネジャー、経営企画本部企画部からは、速水英樹環境・エネルギー政策チームマネジャー、リビング事業部お客さま部からは、大島浩史サービス企画チームマネジャー、広報部からは古田聡理事・広報部長、津田龍司報道チームマネジャーが出席しました。

大阪ガスからの説明

■大阪ガスの概要

大阪ガスグループは、1905年（明治38年）に創業し、今年（2009年）で104年目を迎えます。グループの主力事業であるガス事業は照明用のガス灯から始まり、家庭の厨房や給湯、そしてオフィスや工場などの商業用や工業用へと広がってきました。現在はそうしたガス事業に加え、電力事業も手掛けています。都市

ガス会社は全国で約210社あり、その中でも大阪ガスの販売量は日本で2番目に多く、国内シェアの約4分の1を占めています。

■クリーンな天然ガス

都市ガスの主成分は天然ガスです。天然ガスはマイナス160度に冷やして液体にし（液化天然ガス（LNG））、体積を約600分の1に小さくして、海外から専用のタンカーで輸送しています。そして、製造所でLNGに海水の熱を加えて再び気化し、もとの天然ガスに戻しています。天然ガス自体は無色無臭ですが、万一ガス漏れが発生した場合でも感知しやすくするため製造所においておいを付け、家庭に送り出しています。

天然ガスは石炭に比べて燃焼時の二酸化炭素（CO₂）排出量が少なく、環境性に優れたエネルギーです。大阪ガスは、この天然ガスを燃料にするコージェネレーションシステム*や燃料電池など、高度なエネルギーシステムを普及させることで、省エネルギーとCO₂の排出削減を両立させ、低炭素社会の実現に貢献しています。



開会のあいさつをする古田理事・広報部長

*天然ガスコージェネレーションシステム

天然ガスを用いて、家庭や事業所等で発電した際に発生する排熱を冷暖房や給湯などにムダなく利用する省エネルギーシステムのこと。

■天然ガスの高度利用で、地球環境に貢献

大阪ガスは、家庭で天然ガスを燃料に発電し、そのときに出る排熱を給湯や暖房に利用する家庭用コージェネレーションシステム「エコウィル」を2003年（平成15年）から発売しています。火力発電所などで発電して家庭に送電する従来の発電システムでは、排熱や送電ロスが多いのに対し、このシステムではパイプラインで家庭までロスなく運ばれてきたガスを使用し、しかも天然ガスで発電した際に発生する熱も利用できるというのが特徴で、エネルギー効率が高く、CO₂排出量を約32%削減できます。

さらに、2009年（平成21年）6月からは、家庭用燃料電池コージェネレーションシステム「エネファーム」を発売しています。これは、天然ガスから水素を取り出し、空気中の酸素と化学反応させて発電する仕組みで、そこで得られた電気や発生する熱を同時に利用することができます。従来型の燃焼によってタービンやエンジンを動かし、その動力で電気を起こす発電方法とは異なり、化学反応によって直接発電するため、エネルギー損失が少なく、「エコウィル」以上の高い発電効率とCO₂削減を実現しています。

■都市ガス生産の7割を担う泉北製造所

泉北製造所は大阪ガスの都市ガス生産量の約7割を製造する大規模な製造所で、海を挟んで向かい合った第一と第二の2つの工場からなっています。

第一工場は三井化学と東燃ゼネラル石油の間に位置する工場で、その立地を生かし、両社と冷熱供給や蒸気融通などで協力しながらエネルギー利用の効率化を進めています。一方、第二工場は南北の長さが2.1kmと長く、タンカーを受け入れる栈橋も2カ所に設置され、LNGの貯留タンクや気化設備が充実していることが特徴です。また、安定的なガス供給を可能にするため、第二工場は地区を南と北の2つに分け、それぞれの機能を分離しています。さらに、第一工場と第二工場を海底トンネル内に敷設した連絡管でつなぎ、そのパイプを通してLNGを移送するなど両工場は一体的に運用されています。これらによって、万が一の異常発生の際においても、都市ガスを安定供給できるよう配慮されています。

■冷熱を有効活用した発電設備

泉北製造所は都市ガス製造だけでなく、LNGが持つマイナス160度の「冷熱」を有効活用する設備を設置しています。その代表例が冷熱発電設備です。LNGを気化させるためには海水の熱を用いるのが一般的ですが、泉北製造所では、海水とプロパンを熱交換させ、海水の熱を一旦プロパンに与え、そのプロパンがLNGに熱を与えるというトライエックス式という方式を用いて冷熱発電を行っています。この方式では、プロパンは海水の熱により気化し、またLNGの冷熱により液化する過程を繰り返しますが、液体状態のプロパンをポンプを用いて圧力を上げ気化させた後、その圧力でタービンを回転させることにより、発電が可能になります。この冷熱発電設備をはじめとした冷熱の有効活用によって、泉北製造所では年間約15万トンのCO₂削減を実現しています。

見学の様子

■製造所内やガス科学館の見学

天然ガスを有効活用する同社らしく、製造所内の見学も、天然ガス自動車を使って移動しました。その日は、月に8度しか来航しないというタンカーが運よく着桟しており、そのスケールの大きさを見たときには、思わず声を上げてしまいました。その後、工場内にある学習用体験施設、ガス科学館を見学しました。これは来館者が年間5万人にも上る人気施設で、子どもたちが環境について楽しみながら学べる様々なアトラクションが設置されています。中でも、当日体験した「触れる地球」は、その日が初公開の新アトラクションで、私たちは記念すべき最初の体験者となりました。地球の温度変化やオゾン層の状況など温暖化が地球に与える影響を目で見て触りながら感じる事ができるのが特徴で、参加者の皆さんも夢中で説明に聞き入っていました。



「触れる地球」を体験する参加者の皆さん

懇親会の概要

Q. 地球温暖化防止については、どのように考えていますか。

A. 石炭や石油、天然ガスなどの化石燃料は利用する際に、「温室効果ガス」であるCO₂を排出します。CO₂を出さない太陽光などの再生可能エネルギーの導入が進められていますが、今後しばらくは化石燃料への依存が続くと予想されています。そうした状況の中、化石燃料の中で環境負荷が非常に小さい天然ガスへの転換が温暖化対策として有効であり、石油から天然ガスにエネルギー資源を代えると、CO₂の25%削減につながります。今後は、天然ガスの利用を促しながら、同時に省エネを進めていくことが重要だと考えています。

Q. ガスの料金はどのようにして決まるのですか。

A. ガス料金は、為替や原油価格に連動する原料価格部分とそのほかの原価からなっています。この原料価格を除いたガス原価については、大阪ガスは1980年（昭和55年）以来、一切値上げしていません。これは労務費や経費の削減、検針方法の簡素化など継続した企業努力の結果です。また、原料価格を為替や原油価格に連動させる原料費調整（スライド）制度については、ガス料金に反映するまでのタイムラグを縮め、一般の生活感覚に近づくようにしております。

Q. ガスの埋蔵量はどのくらいあるのですか。

A. 地下に存在する資源のうち、技術的・経済的に採掘可能な埋蔵量を可採埋蔵量といい、現在の生産を続けた場合に資源があと何年もつかという数値を可採年数といいます。天然ガスはこの可採年数が約60年といわれています。それに対して、石油は約40年、石炭は約130年と考えられています。ただ、この数値は20年前からほとんど変わっていません。それは新たな油田やガス田が見つかることや、技術革新とともに採掘可能な資源が増えているために可採埋蔵量自体が増加しているからです。

Q. 電力会社がIH製品に力を入れていることに対しては、どのように考えていますか。

A. ガスと電力はその使われ方が違うと考えています。営業現場でももちろん競争意識もありますが、環境への対応などにおいては、むしろお互いに協力し合えることがたくさんあります。調理や床暖房などガスならではの特性をしっかりとアピールして、用途に応じてお客さまにガスと電力を使い分けていただけるようにしていきたいと思っています。



懇談会で質問に答える藤井泉北製造所長

参加者からの感想

◆ガス会社でありながら、数多くの発電設備を持ち、発電した電気を電力会社に販売しているとは知りませんでした。

◆CO₂削減の取り組みがかなり進んでおり、頼もしい限りでした。今後は一層削減を進めてほしいと思います。

◆広い敷地を見学し、緑の多さに驚きました。また、防災設備の数々を見て安心しました。

■大阪ガス ご担当者より

このたび、生活者を代表される社会広聴会員の方に、当社の製造所の見学等を通して当社グループの事業活動や最新のエネルギー事業環境をご理解いただき、ご意見をいただく貴重な機会を得たことに大変感謝しています。参加された方々のエネルギーや環境に対する意識や見識の高さにもとづく率直なご意見は、今後の事業活動に生かしてまいります。このたびは、本当にありがとうございました。

(文責 専門研究員 城塚也)

■第145回(神奈川 2009年11月17日)

**雪印乳業株式会社
横浜チーズ工場**

2009年11月17日、神奈川県横浜市の雪印乳業横浜チーズ工場で、「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員22名が参加し、同社やチーズ工場の概要について説明を受けた後、チーズ製品の加工の様子などを見学し、続いて質疑懇談を行いました。

雪印乳業からは、横浜チーズ工場本田孝夫総務課長、古谷耕一製造課長、加藤義信チーズハウス館長、スタッフの皆さん、雪印メグミルクから広報部広報グループの松本幹治課長、松繁かな子氏が出席しました。



質疑懇談の様子

雪印からの説明

■雪印乳業について

雪印乳業の前身である北海道製酪販売組合（酪農民の協同組合）は、1925年（大正14年）5月に設立されました。バター製造からスタートし、1928年（昭和3年）にアイスクリーム、1933年（昭和8年）にはチーズの本格製造も始めました。1950年（昭和25年）に雪印乳業（株）を設立。1981年（昭和56年）には医薬品分野への進出など事業の多角化を行い、1992年（平成4年）にオーストラリアなどで、海外生産・販売ビジネスへも進出しました。その後、2000年（平成12年）の食中毒事件、2002年（平成14年）に発覚した牛肉偽装事件を機に、牛乳、アイスクリーム、冷凍食品、粉ミルク、医薬品の5つの事業を分社化し、2003年（平成15年）には新しい企業理念を発表しました。

グループ会社には、酪農家向けの飼料製造販売などを行う雪印種苗（株）や粉ミルクの製造販売を行うビーンスターク・スノー（株）、海外のチーズを輸入する商社チェスコ（株）など40社あります。

そして、2009年（平成21年）10月には、分社化した牛乳事業と全農直販などにより設立された日本ミルクコミュニティ（株）と経営統合し、雪印メグミルク（株）が誕生しました。

現在、雪印乳業は、雪印メグミルク傘下の事業会社として、バター・チーズなどの乳製品の製造販売を行っています。

■雪印のコーポレートマーク

創業の翌年から使っている雪印のコーポレートマークは、雪の結晶の中に、北の大地に輝く北極星がデザインされています。当時の技術担当者だった佐藤貢技師と、販売担当の瀬尾俊三主事（後の会長、社長）の母校である旧札幌一中（現札幌南高校）の校章の雪のマークにヒントを得、それに北海道を象徴する北極星を組み合わせて考案しました。

■2つの事件を乗り越えて

雪印乳業食中毒事件は、2000年6月27日にお客さまからの苦情第一報を受けました。その後、判断や告知の遅れ、お客さま対応やマスコミ対応で混乱を招き、最終的に1万3420人のお客さまが体調不良を訴えるという大きな事件となりました。この反省から、検査体制の充実を図るとともに、マニュアルの再徹底を行いました。また、お客さまからいただいたご意見が、同一商品で2件以上あった場合には、コンピューターで即座に把握できるシステムを導入するなどの対応も行いました。食中毒に対する知識不足が原因で社会に大変な迷惑を掛けてしまったとの思いから食品衛生研究所も設立しました。

しかし、食中毒事件からおおよそ1年半後の2002年1月に、今度はグループ会社であった雪印食品による牛肉偽装事件が発覚しました。雪印食品は同年4月に解散しました。この不祥事の背景には、内向きの企業体質、社会常識との乖離、企業倫理の徹底不足、縦割りの組織などがありました。そこで、今度こそ真の信頼回復を図るべく、社外取締役として元全国消費者団体連絡会事務局長の日和佐信子氏を招聘、企業倫理委

員会の設置など、企業倫理の徹底と体質改善に取り組んでまいりました。また、2002年からは「お客さまモニター」との対話も継続的に実施しています。

2つの事件を教訓に、雪印は「安全・安心に向き合う雪印に変革する」「お客さまに向き合う雪印に変革する」「食の責任を認識する雪印に変革する」という3つの改革の柱を掲げました。これをもとにした企業理念「おいしい笑顔のある暮らし」のため、日々努力しています。

■横浜チーズ工場について

横浜チーズ工場は、1963年（昭和38年）11月にチーズ専門工場として設立されました。主に、東日本地域向けにプロセスチーズの製造・配送をしています。1965年（昭和40年）に「6Pチーズ」と「ベビーチーズ」を、1972年（昭和47年）には「スライスチーズ」の生産を開始しました。

この工場の敷地面積は約4万㎡で、東京ドームとほぼ同じ大きさです。北海道やオセアニアなどからの原料チーズをもとに、1日おおよそ140トンもの製品を製造しています。これは、8枚入りスライスチーズ、97万個分の量に相当します。生産量のうち7割は家庭向けで、残りの3割はレストランや製菓業者向けの業務用です。

工場では、小中学生や一般向けの見学を幅広く受け入れており、年間約2万人が訪れています。料理講習会や親子体験教室などの催しも夏休みなどに実施しています。

見学の様子

■生産ラインの見学と試食

はじめに、原料チーズが製品になるまでの流れを、ビデオで見ました。見学では、ガラス越しにチーズを溶かしたり充てんする機械のほか、「6Pチーズ」が高速で箱詰めされる様子を間近に見ることができました。また、「6Pチーズ」が三角型に包装される様子が模型で示してあり、分かりやすく見せる工夫がなされていました。

見学後、懇談会場でナチュラルチーズとプロセスチーズの試食を行いました。



チーズを試食しながら、特徴などの説明を受ける広聴会員

懇談会の概要

- Q. ナチュラルチーズとプロセスチーズの違いは。
- A. ナチュラルチーズは、チーズを作りあげた菌や酵素が生きて活動しているチーズで、熟成が進むとともに味が変化していきます。一方、プロセスチーズは、原料となるナチュラルチーズを砕いて熱を加えて溶かし、殺菌して容器に詰めたもので、保存性がよく味が一定なのが特徴です。
- Q. 乳製品の良い点を教えてください。
- A. 牛乳には、体に不可欠な5大栄養素（①炭水化物、②脂質、③タンパク質、④ビタミン、⑤ミネラル）が含まれていることです。中でもタンパク質中の必須アミノ酸9種類が含まれていることや、カルシウムが豊富に含まれていることが挙げられます。カルシウムは骨と歯をつくります。体内のカルシウムのおよそ99%が骨と歯をつくりますが、残りの1%で筋肉の収縮や神経の伝達、血液の凝固、精神を安定させるなど、身体に欠かせない役割を果たしています。この1%のカルシウムが不足すると、骨からカルシウムが溶け出し、しっかり摂取する必要があります。チーズの栄養成分は、牛乳のおよそ10分の1に凝縮されていますので、これらの栄養素を手軽に取ることができます。ただし、ビタミンCと食物繊維が含まれていないので、野菜や果実などと一緒にとるとバランスの良い食事になります。洋食だけでなく、和食のメニューとも相性が良いので、取り入れて調理するとよいでしょう。
- Q. 食育活動について教えてください。
- A. 近年、「食品の製造過程が見えにくい」「家族で食卓を囲む機会が減少している」「偏食・欠食の増加」「食への関心低下」などが社会的な問題となり、

2005年（平成17年）には食育基本法が施行されました。また、当社にも乳製品についての誤解（牛乳を飲むと太るのでは？など）のお問い合わせが寄せられています。そこで、雪印は「食べ物をえらぶこと」「食べ物の味がわかること」「料理ができること」「食べ物の命を感じる」「自分のからだを大切にできること」の『5つの大切なこと』を育む食育活動を行うことにしました。雪印のコーポレートメッセージは「おいしい顔。」です。食育は「心に残るおいしい顔の実現」として実施しています。食育活動で小学生に「今まででおいしい顔になったのはどんなとき？」と問いかけると、単に好きな食べ物を食べたときではなく、「誰と・どこで・どんなふうに・食べた」という答えが返ってきます。こういう場面こそが「心に残るおいしい顔」に必要なことだと考えています。



栄養価値に優れたチーズについて、説明する栄養士の松繁さん

- Q.** 食品のトレーサビリティはどうしていますか。
- A.** 商品には製造工場と賞味期限、ロット番号が記してあります。それらの情報から、当該商品に使われた原料ロットの特定ができます。また、そのロットの商品が当社の営業倉庫から出荷された特約店を特定することができます。
- Q.** 創業の精神「健土健民」について教えてください。
- A.** 雪印の前身、北海道製酪販売組合の創業者のひとりである黒澤西蔵が、雪印乳業(株)の創業の精神を表す言葉として「健土健民」を唱えました。健やかな土地づくりが、健やかな民を育てるという意味です。土地から作物が取れ、作物は飼料になる。飼料を家畜が食べ、家畜のふんは堆肥になり、土に戻る。現在の環境問題にも通ずるものだと思います。また、牛の乳は、人を健康にする。牛乳・乳製品は最高の栄養食品であり、それを提供することで日本人の健

康向上に寄与するとも言っています。創業者は当時から明確に企業のミッションを示しています。今もなお、北海道酪農の構想を示す「健土健民」の精神は、企業理念として受け継がれています。

- Q.** 企業価値をどのように考えていますか。
- A.** 2つの事件の後、世間から会社の存在自体を否定されたような状況の中でも、「この商品がないと困る」というありがたいお声をたくさん頂戴しました。それこそが社会の中での責任であり、企業にとってはお客さまからの信頼が全財産だと強く感じました。その気持ちに応えるべく、事件後の改革を持続させながら、今後も企業価値の向上に努めていきたいと思っています。また、乳製品の研究開発を進め、メタボ対策に効果のある商品や早く熟成できるものなど機能的な商品展開も進めていきたいです。

参加者からの感想

- ◆横浜チーズ工場は、ナチュラルチーズを原料にプロセスチーズを各種商品化して製造、配送している工場だということを知りました。1963年（昭和38年）設立の古い工場でしたが、よく手入れされていて大事に使われていることに好感が持てました。
- ◆会社の歴史や日ごろの運営についてご説明いただき、感激しました。特に二度にわたる品質問題で社員一丸となって対応し、これをバネに着々と会社経営を持続されていることが理解できました。
- ◆企業不祥事への反省に立った食品を扱う企業の安心・安全への配慮には、並々ならぬものがあり、さすがと感じ入りました。
- ◆チーズがいかに健康面で優れているかの周知がまだまだ不足していると思いました。

■雪印 ご担当者より

最初はどんな質問が出るか不安でしたが、頂いた疑問やご意見を通して、改めてたくさんの「気づき」を頂きました。厳しくも温かいお言葉、本当にありがとうございました。

（文責 主任研究員 子安美紀）

■第146回(大分 2010年 1月19日)

ソニー株式会社 ソニー・太陽株式会社

2010年1月19日、大分県速見郡日出町のソニー・太陽で、「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、同社の概要や設立の理念について説明を受けた後、マイクロホンおよび業務用ヘッドホンなどの製造工場を見学し、続いて質疑懇談を行いました。ソニー・太陽からは、長田博行代表取締役社長、総務部の佐藤いづみ担当部長、野田浩二人事総務課担当課長が出席しました。



ソニー・太陽について説明する長田社長

ソニー・太陽からの説明

■ソニー・太陽について

ソニー・太陽は、1978年（昭和53年）にソニーと社会福祉法人太陽の家の共同出資により設立され、1981年（昭和56年）にソニーの特例子会社となりました。「世に身心障がい者はあっても仕事に障害はありえない。身障者に保護より働く機会を。」と考えた社会福祉法人太陽の家創設者の中村裕博士と、「障がい者の特権無しの厳しさで健丈者より優れたものを…」を目指したソニーの創立者の井深大の思想をベースに、働く障がい者のトップランナーを目指しています。

現在、従業員は183名で、そのうち118名が障がいを持っています。

なお、ソニー・太陽では「五体満足の人には単に『丈夫』なだけである」との井深の考え方を踏まえ「健常

者」ではなく「健丈者」と表記しています。

■最高の技術で最先端の製品をつくり続ける

ソニー・太陽はソニーグループ唯一のマイクロホン製造工場です。

ここでは、今から40年以上前に生産が開始された「C-38」というマイクを製造しています。漫才のテレビ番組で、中央にマイクが置いてあるのを目にすると、このマイクが「C-38」で、音響の現場からは名機中の名機と評価を得ています。

また、プロのミュージシャンが録音の際に使用する「C-800G/9X」もここでつくられています。このマイクは音の深みや柔らかさを表現できるものとして高く評価されています。

そのほかにもプロ用のヘッドホンや大容量のメモリースティックの生産もしています。

このような高品質のものづくりを可能にしているのが、部品や工具・治具を配置した「セル」と呼ばれる作業台で、設計から組立、出荷のための箱詰めまでの全工程を一人から数人で担当し、作業を行う「セル生産方式」です。

当社では長年のノウハウの蓄積により「セル」の部品や工具・治具を一人ひとりの障がいに合わせて配置した「カスタムセル」による生産方式を確立しました。従来はベルトコンベヤー方式による生産を行っていましたが、社員一人ひとりが個人商店主のように製品をつくり上げる「セル生産方式」への移行により、生産効率が飛躍的に上がり、モチベーションや技術力も一気に向上し、2007年（平成19年）には「ものづくり日本大賞」優秀賞を受賞することができました。また、ソニー・太陽では、障がい者と健丈者が同じ社会で生活できることを目指して、これまで培ったノウハウをグループ内外へ伝える活動も行っています。

■「インクルージョンされた社会」の実現に向かって

ソニー・太陽では、身体障がい者、聴覚障がい者、視覚障がい者など様々な人が働いています。そこで、製造現場では一人ひとりの身体状態に合わせて「人が製品をどう造るか」を追求しています。

例えば、聴覚障がい者と円滑にコミュニケーションをとるために、パソコンによる要約筆記が取り入れら

れました。また、それをプレーステーションポータブルの画面に瞬時に転送することで、全員が同時に会議に参加できるようにもなりました。

当社では、製造現場はもちろん、間接部門やマネジメントに至るまで、各社員の障がいに応じて、「適材適所」の業務配置を心掛けています。こうした取り組みによって、性別や障がいの程度にとらわれない「インクルージョンされた社会」を目指しています。

見学の様子

■工場の工夫

フロアは、車椅子に対応するためすべて段差がない上、入り口の自動ドアはスムーズに出入りできるよう広く間口を取ってありました。工場では精密機器を製造しているため、車椅子のタイヤについた埃を取るための粘着シートが入り口に張ってありました。

車椅子で従業員が不自由なく移動できるように通路は広く取ってありました。特にそれぞれの「セル」をつなぐ通路を広く取り、工場ではそこを「国道」と呼んでいました。「国道」では通路の端に線を引き、その中は通行の邪魔にならないように物を置かないように特に注意しているそうです。

また、通路の交差点の天井には衝突防止のために半球状のミラーが取り付けられていました。

■カスタムセルによる生産の現場

一つひとつのセルに「〇〇商店」というように個人名を冠した名前が付いていました。これは責任と自信を持って生産を行っていることの表れです。一つひとつのセルで製造が完結した製品がソニーグループの技術力の高さを示すものとして世に売り出されていきます。

セルはそこで働く社員の障がいに合わせて高さや大きさ、部品の取りやすさが様々に工夫されていました。部品が置いてある棚もコンビニエンスストアの陳列棚からヒントを得て、各段が斜めになり、常に前面に必要な部品が出てくるようになっていました。

このように工夫された「セル」もまた同じ工場の一角でつくられていました。まさに働く人に合わせたオーダーメイドの工場でした。



佐藤部長からセルの仕組みについて説明を受けている様子

懇談会の概要

Q. 「インクルージョンされた社会」という言葉を初めて聞きました。

A. 技術の進歩に伴い、障がい者が活躍できる分野はどんどん増えていっています。例えば外出が困難な人でも今はインターネットの活用による在宅勤務が可能になってきています。将来、障がい者も健丈者も、女性も男性も人種も関係なく、同じように学び、同じように働く社会となってほしいと思います。

Q. 給与体系や教育プログラムは健丈者と障がい者で違いなどはありますか。

A. 給与、人事考課、教育プログラムはすべて同一の体系で運営しています。研修についても違いはありません。ただ、障がいの種類によっては短時間の勤務となる場合もありますので、個別の体系も用意しています。

Q. 製品の競争力の源はどこにありますか。

A. 当社は使う人の「琴線に触れるもの」をつくることで成り立っていると考えています。それぞれの社員が、より高い技術の習得を目指しているため、そのための教育や訓練はとても重要であると考えています。つまり各社員が時間をかけて積み上げていく経験や技術が競争力の源になると思います。

Q. 他の企業で障がい者雇用を進めていくために必要なことは何ですか。

A. まず、私たちがここまで歩んでくるまでに経験した苦勞を多くの方々に伝えていくことが必要だと

思います。そして、企業の従業員や、そのトップの方にも障がい者雇用と、その先にある、人間の多様性を尊重する社会の実現に向けた活動の重要性を理解していただくことだと思います。

Q. ソニー・太陽のように、障がい者が生産、管理、全体の運営まで行う企業は海外にもありますか。

A. 私どもが知る限りでは存在しないと思います。海外から、多数の方が当社の「セル生産方式」を学ぶために視察に来られることがあります。私たちは、「セル」という形はまねをすることができませんが「セル」をものづくりのシステムとして運営していくには、文化的背景や長年培った経験など、目に見えないノウハウがたくさん必要で、それをすぐにまねすることはできないと考えています。

Q. ソニー・太陽におけるCSR（企業の社会的責任）活動について教えてください。

A. 私たちはCSR活動においても「インクルージョンされた社会」の実現につながることを目指しています。ソニーの「技術力」を使って、障がいを持った社員が、社会とのパートナーシップを発揮できる活動に取り組んでいます。

例えば、「大分国際車いすマラソン大会」での運営ボランティアや地域緑化活動を実施したり、特別支援学校で、聴覚障がいを持つ社員が、同じ障がいを持つ子どもたちにCDの原理を伝える活動をしています。また昨年（2009年）は小学校低学年向けに、手づくりICレコーダーをつくって遊びながら仕組みを勉強するワークショップを開催しました。



懇談会の様子

参加者からの感想

◆健丈者と障がい者の区別のない社会づくりがソニー・太陽から広まればいいと思います。そのために私自身ができることを考え、行動しようという思いを抱きました。

◆見学する前までは、障がい者の法定雇用率を確保するために障がい者を受け入れていると思っていましたが、お話を聞いたり、実際に見学をして、本当に一人ひとりのことを考え、人の能力を最大限に引き出すとても素晴らしい会社だと分かりました。たくさんの人にもっと知ってほしいと思います。そうすればきっと世の中が変わると思います。

◆訪問した日の夜のテレビ番組で、ソニー・太陽で製造されたヘッドホンを見つけ、製造していた方のお顔が浮かんできました。きっとあの方も同じテレビ番組をご覧になって自慢されているのだろうと想像して思わず微笑んでしまいました。

◆生産現場を見学し、生産工程をすべて自分の手で行うという発想の素晴らしさに驚きました。セルの使用者と改善を重ねながらここまでこられたと思います。最終工程まで一人から数人で作業し、そこに責任感が生じ、結果として、安心して使える製品を生産している姿を間近に見せていただきありがとうございました。

◆社長の「どの会社でも普通に障がい者が働くことが当たり前になり、『ソニー・太陽』がなくなる日が来るのが一番良い」という言葉が心に残りました。今日はとても視野が広がりました。

■ソニー・太陽ご担当者より

今回の「企業と生活者懇談会」では、県内外の地域住民の方へ、当社が目指している「インクルージョンされた社会」について、32年前の設立当初から今日に至る会社の変遷や、当社独自の障がいを持った社員が一人で製品を完成させる生産方式、障がいを感じさせない職場環境を直接ご覧頂き当社にとっても大変有意義な機会となりました。

(文責 専門研究員 三浦壽夫)

「社会広聴会員」からのご意見・ご感想

ネットワーク通信 2009 No.41 新春号 を読んで

「少子化問題に関するアンケート」について

- 子育て世代に、苦勞、面倒、子どもの成長や教育などの心配が絶えない、ネガティブな考え方がありと思われまふ。金銭的負担の軽減、社会福祉の充実などの対策以外に、「ポジティブキャンペーン」の必要性を感じまふ。(60代・男性・神奈川県)
- 政府の少子化対策について男性の方が重要と考えている割合が多いのは意外でした。(30代・女性・東京都)
- 若者の安定した職場がなければ、結婚も子どもの誕生も無理です。(60代・女性・神奈川県)
- このテーマは、普段あまり考えていないため、アンケートで各世代の意見が分かり参考になりました。しかし、繰り返し取り上げないと、関心を持たないと思ひまふ。(70代・男性・東京都)
- 少子化が及ぼす影響について、「十分知っている」が少ないことに驚きを感じまふ。なぜこんなに少ないのかが問題だと思ひまふ。教育が不十分なのか、それとも、無関心からくるものでしょうか。(60代・女性・愛媛県)
- 自分の問題として、とらえている人がまだ少ないように思ひまふ。子どもを授かることの喜びについて認識することと社会が子育てを支援することの2つが大事だと思ひまふ。(50代・男性・東京都)
- 2055年の少子化を問題にするのは、少し先走り過ぎではないでしょうか。将来の展望が明るければ、自然に人口は増えるでしょうし、その逆は逆の結果になると思ひまふ。うば捨て山のような考え方が主流になるのは怖いと思ひまふ。(50代・女性・高知県)

「パンデミックに関するアンケート」について

- 職場でパンデミック対策用に大量の備品をストックしましたが、今、消化中です。少し警戒の意識が薄

れてきたように感じまふ。(40代・女性・島根県)

- 一時期に比べると落ち着いたように思ひまふが、アンケートを見て、今こそ正しい知識の普及が大切であると教えられました。しかし、あれほど大騒ぎしたワクチンが今は余っていて厚生労働省が使用するよう督励していることは腹立たしいし、あつたマスコミの責任も大きいと思ひまふ。(60代・男性・大阪府)
- 新型ワクチンの効果はあるにせよ、うがい、手洗い、咳エチケットなど、常識的、伝統的対策と正しい知識を持つことの重要性が再認識されたと思ひまふ。(70代・男性・神奈川県)
- 新型インフルエンザの初期報道は、過剰に恐怖感をあおることがなく、評価しています。しかし、あまりにも長期間にわたり同じような内容が続き、うんざりした人も多かつたのではないのでしょうか。(40代・男性・埼玉県)
- 日本での水際作戦は、その後のインフルエンザの広がりを見ると、結局あまり意味がなかつたと思ひまふ。(50代・女性・大阪府)
- インフルエンザはうわさの方が怖いと思ひまふ。来るぞ来るぞという恐怖で精神的に追い詰められる方がよっぽど怖ひです。(50代・女性・山口県)
- 今回ほど中央と地方の落差を感じたことはありません。テレビなどで「こうすることが決まりました」と報じられても、地方の医療機関では「そんなことは県や市から何の連絡も受けていない」との返事だつたことがありました。(80代・男性・福岡県)
- 実際に新型インフルエンザにかかつてしまい、今までに報道されていた情報がいかにうわだけなのかが、よくわかりました。医者に行つても検査を受けても確実に判定できるわけでもありません。マスコミも流行初期に大騒ぎした以上、最後まで科学的な報道を続けてほしいと思ひまふ。(50代・男性・東京都)
- 道行く人を観察するに、ガッホーン！と口を覆わず咳をするのは、いい年の男性。幼少期に、男の子は行儀悪くても構わないと「咳エチケット」を教えられずに成人したと推察します。(70代・女性・兵庫県)

「企業と生活者懇談会」について

- 佐川急便の苦勞話として、単身世帯の場合、不在が多いとあり、そうだろうなと思ひまふ。再配達は、会社から帰宅する時間になるとどうしても夜遅くなりますが、女性の一人暮らしの場合、過去に宅配を装つた犯罪もありましたので、このあたりの対応も大変になると思ひまふ。(40代・女性・北海道)
- 佐川急便の天然ガストラックやモーダルシフトなど、環境に配慮した取り組みに共感します。「安全に特効薬はない」の言葉に、安全に対する地道な姿勢がうかがわれます。(40代・男性・埼玉県)
- 荷物が早く届くには、働く人にかなりの負担を強いることとなります。ユーザーである我々客の立場から、感謝の気持ち、言葉を持ちたいです。(70代・男性・静岡県)
- JALは政府支援を受けることになりましたが、接客などにおいて優れたノウハウを持っていると思ひまふ。これを財産に再生を図ってほしいです。(60代・女性・千葉県)
- 飛行機は富裕者のぜいたくではなく、一般市民の足であると認識を改めなければ何も変わらないと思ひまふ。わずか数時間の国内移動の機内食やサービスに代わり、航空券の入手方法の簡便化や当日料金など基本的なサービスに着眼してほしいです。(20代・女性・東京都)
- 注目度の高い東京スカイツリーの建設現場見学はとても良いことです。しかも、建設途中を見せることで、企業も完成後の安全、環境も含めて色々なことを考えて建設していくと思ひまふ。(40代・男性・東京都)
- 大林組の環境保全に対する姿勢は素晴らしいと思ひまふ。そういう姿勢から、環境にも人間にも優しい、最高の技術での仕事が可能なのだろうと思ひまふ。(50代・女性・秋田県)
- 大林組の懇談会に参加し、ゼネコンといえば官つるんで反社会的行動をしているのではないかとついう偏見が一蹴されました。素晴らしい技術を駆使して難関工事に挑戦している姿に感動しました。(70代・男性・東京都)
- いつもこのコーナーを楽しみにしています。実際

に参加した方の声や内容から、濃い体験をされていると感じまふ。(30代・女性・大阪府)

- 今回企画された宅配便会社、航空会社客室乗務員教育、超高層タワー建設現場のいずれもそれぞれに独特の知恵や努力を必要とし、多くの苦勞があることが分かり非常に面白かつたです。(70代・男性・神奈川県)

ご意見・ご感想

- 私たちのアンケートがいろいろなところで取り上げられているのはうれしいです。(50代・女性・京都府)
- 大学生の娘に、ネットで学生の新規会員募集をしていると案内してみたら、「面倒くさい」と言われてしまいました。内容を伝えるには「経済広報センター」では、分かりづらくとつきにくいかなと苦笑ひです。(50代・女性・北海道)
- 表紙がほのぼのとした感じでいいですね。(50代・男性・愛知県)
- 仕事に追われていると、視野が狭くなりがちで、異業種の企業懇談会など楽しく読ませてもらっています。(30代・女性・埼玉県)
- 社会広聴会員の性別について、全体で女性が60%とのこと。女性の方が社会を見る目が発達しているのか、または平均寿命の関係でしょうか。(70代・男性・東京都)
- 会員の年代別プロフィールは、高齢化社会の今、60歳以上ではなく、70歳以上や80歳以上などのくりがあつてもいいのではないのでしょうか。(50代・女性・高知県)
- eネット会員が思つていたほど多くないので安心しました。視力が落ち、今は一切パソコンに触れていません。多くの高齢者の中にはネットを断念している人がいることを理解してほしいです。(70代・男性・広島県)
- 経済広報センターは政権交代があつても、良い道州制をつくりあげることを目標としてほしいです。(80代・男性・千葉県)
- 道州制について、いろいろな資料を送つてくださつてありがとうございます。(60代・女性・大阪府)

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. 『ネットワーク通信』の感想票に意見を書いて送りましたが、なんの返事也没有ありません。どうなっているのですか。

A. 毎回、『ネットワーク通信』のご感想、社会広聴活動に関するご意見・ご提案などをいただき、ありがとうございます。いただいたご意見・ご提案は、事務局ですべて目を通し、活動の参考とさせていただきます。時折、日本の経済活動全般に関するご質問・ご意見をいただく場合もございますが、内容によっては対応し、必要な場合は日本経団連など関係団体に伝えております。ただし、個別の業界、商品についてなど、直接経済広報センターがお答えするようなご質問でない場合には対応できかねますので、ご了承ください。

Q. 経済広報センターは税金で運営されているのですか。

A. 経済広報センターは、1978年に「社会と経済界とのコミュニケーション」をキーワードに、経済界の考え方や企業活動について国内外に広く発信するとともに、社会の声を経済界や企業にフィードバックするために設立されました。当センターは民間団体で、税金ではなく主

に会員企業・団体からの会費により運営されています。

Q. 「企業と生活者懇談会」やシンポジウムなどの会合に参加する場合、会場までの交通費は出ますか。

A. 企業と生活者懇談会、各種シンポジウム・講演会などは、開催地近県の方にご案内しています。会場までの交通費は参加者にご負担していただいておりますので、ご了承ください。シンポジウムなどは遠方から参加したいとのこと希望もありますので、eネット会員の方には、広範囲にご案内する場合があります。その場合も宿泊費などは、参加者にご負担いただいております。

Q. 各地で講演会を開催しているようですが、年間どのくらいの活動をしているのですか。

A. 2009年度の実績ですと、道州制などのテーマで講演会・シンポジウムを全国各地で11回開催しました。また、企業と生活者懇談会は13回、ステークホルダーミーティングは2回開催しています。
次頁に「2009年度に社会広聴会員の皆さまにご協力いただいた活動」としてまとめましたので、ご参照ください。

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：03-6741-0021

■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>



2009年度に社会広聴会員の皆さまにご協力いただいた活動

<社会広聴アンケート>

- 2009年6月 少子化問題に関するアンケート
- 2009年8月 パンデミックに関するアンケート
- 2009年11～12月 家計と景気に関するアンケート
- 2009年12月 第13回 生活者の“企業観”に関するアンケート
- 2010年3月 生物多様性に関するアンケート
- 2010年3月 企業の役割に関するアンケート

<企業と生活者懇談会>

- 2009年5月12日 コマツ コマツ・テクノセンタ（静岡県）
- 2009年7月17日 ジャパンエナジー 水島製油所（岡山県）
- 2009年7月24日 NEXCO東日本 北海道横断自動車道道路工事現場（北海道）
- 2009年8月27日 佐川急便 東京本部（東京都）
- 2009年9月29日 JAL 客室教育・訓練センター（東京都）
- 2009年10月5日 大林組 東京スカイツリー建設現場（東京都）
- 2009年11月9日 大阪ガス 泉北製造所第二工場（大阪府）
- 2009年11月17日 雪印乳業 横浜チーズ工場（神奈川県）
- 2010年1月19日 ソニー ソニー・太陽（大分県）
- 2010年2月19日 資生堂 資生堂本社（東京都）
- 2010年2月26日 イオン イオンレイクタウン（埼玉県）
- 2010年3月11日 バンドー化学 加古川工場（兵庫県）
- 2010年3月17日 セコム セコムSCセンター（東京都）

<ステークホルダーミーティング>

- 2009年11月5日 「TOTOステークホルダーダイアログ2009」（大阪府）
- 2009年11月13日 「TOTOステークホルダーダイアログ2009」（東京都）

<シンポジウム、講演会など>

- 2009年4月2日 道州制標語「表彰式・記念講演会」（東京都）
- 2009年6月18日 講演会「地方自治制度改革と道州制」（香川県）
- 2009年7月4日 「北米の社会科教育関係者との懇談会」（東京都）
- 2009年7月10日 講演会「道州制で何が変わるか ～地域経済の再生戦略～」（大阪府）
- 2009年9月25日 講演会「道州制で何が変わるか ～地域経済の再生戦略～」（福岡県）
- 2009年10月15日 シンポジウム「道州制で日本を変える」（北海道）
- 2009年11月18日 シンポジウム「子育てに優しい社会の実現を目指して～働き方の改革に向けた企業の挑戦」（東京都）
- 2009年11月19日 講演会「地方分権改革の真実 ～市町村合併と道州制・地方自治と地域間格差～」（石川県）
- 2009年12月8日 「電子行政推進シンポジウム」（東京都）
- 2010年1月20日 講演会「地方分権改革と『道州制』～自民党（中心）政権から民主党（中心）政権へ」（愛媛県）
- 2010年3月2日 講演会「地方分権改革の真実」（宮城県）
- 2010年3月23日 シンポジウム「低炭素社会の実現に向けた産業界の取り組み」（東京都）

経済広報センターの最近の活動紹介

掲載記事

2010年1月19日に開催したソニー・太陽での「企業と生活者懇談会」の様子が新聞に掲載されました。当日ご出席された社会広聴会員の方から情報を提供いただきました。ご協力ありがとうございました。



読者も多く雇用
ソニー・太陽で
西成対象の懇談会
日本経済新聞の調査によ
「ソニー・太陽」の記者大
会(1月19日)に出席した
社会広聴会員の皆さんが
当日ご出席された社会
広聴会員の方から情報
提供いただきました。ご
協力ありがとうございました。

2010年1月23日 大分合同新聞(朝刊)掲載

東京で、「電子行政推進シンポジウム」を開催

2009年12月8日、標記シンポジウム(主催:日本経団連、共催:21世紀政策研究所、経済広報センター)を開催しました。御手洗富士夫日本経団連・経済広報センター会長と長谷川憲正総務大臣政務官が挨拶した後、渡辺捷昭日本経団連副会長・情報通信委員長(トヨタ自動車副会長)が、日本経団連の提言「ICTの利活用による新たな政府の構築に向けて」について講演しました。パネルディスカッションでは、遠藤紘一日本経団連電子行政推進部会長(リコー副社長)がモデレーターとして、津村啓介内閣府大臣政務官、木下敏之前佐賀市長、野村敦子日本総合研究所主任研究員、秋草直之日本経団連電子行政推進委員長(富士通取締役相談役)がパネリストとして出席し、電子行政が変える日本の姿や国民番号の導入意義などについて、それぞれの立場から意見交換をしました。津村政務官は、政府は電子行政について歩きながら考え、答えを出していくと語りました。最後に清田瞭日本経団連情報通信委員会共同委員長(大和証券グループ本社会長)が締め括りの挨拶をしました。

当日は、企業トップをはじめとする企業関係者、政府や地方自治体関係者、経済広報センターの社会広聴会員など、約450名が出席しました。

道州制講演会

2008年度より、道州制の国民的議論の活性化を目的に、各地で講演会を開催しています。

<松山 2010年1月20日>

2010年1月20日に松山で、名城大学都市情報学部の昇秀樹教授をお迎えし、「地方分権改革と『道州制』—自民党(中心)政権から民主党(中心)政権へ—」をテーマに講演会を開催しました。昇教授は、「地方分権」と「地域主権」の学問的定義や自民党・民主党の道州制への取り組み内容について説明しました。また、「坂の上の雲」を題材に、わが国の明治初期の姿と対比して、現在の状況を解説する場面もあり、分かりやすく興味を引く講演でした。なお、この講演の様子は1月31日の『中国新聞』で詳しく紹介されています(参加者は社会広聴会員を中心に20名)。

<仙台 2010年3月2日>

2010年3月2日仙台で、青山学院大学経済学部の西川雅史准教授をお迎えし、「地方分権改革の真実」をテーマに講演会を開催しました。

西川准教授は、市町村合併の功罪、それに伴う基礎自治体と都道府県の役割の変化を示し、都道府県の役割を再考するに当たり、新たな広域行政が求められると主張しました(参加者は社会広聴会員を中心に25名)。

ホームページ ~道州制のページを開設~

道州制の理解促進を図るため、道州制の意義や各方面での取り組みを紹介する道州制のページを開設しました。イベント情報や各種データなども掲載しています。ぜひ、ご利用ください。

① 経済広報センタートップページ <http://www.kkc.or.jp/>



道州制

※「道州制/新しい地域づくりのために」をクリック

② <http://www.kkc.or.jp/dousyusei/>



漫画『やっぱりいいね！道州制』の感想

漫画『やっぱりいいね！道州制』をご覧いただいた方からご意見や感想をいただきました。

- ◆よく耳にする「道州制」という言葉。何となく分かってはいますが、実際はよく分かっていないことが、とてもよく分かりました。中学生の息子と娘にも読ませようと思います。
- ◆分かりやすく良かったです。実際にはもっとデメリットもあるでしょうが、取りあえずメリットがはっきり分かることが大切です。
- ◆誰が見ても理解しやすい漫画本でした。道州制と聞いて、何となく理解はできますが、具体的には？でした。ページをめくるたびに「こういうことなのか……」と納得できました。
- ◆各ページのタイトルが「やっぱりいいね!」となっており、良いことであることを前提としているのは公平さに欠けると感じました。
- ◆漫画で短い文章で分かりやすかったです。この漫画冊子『やっぱりいいね！道州制』は良い本です。





表紙のことば

このところ夕方になると、ランニングウェアに着替えたサラリーマンやOLが集まり、思い思いに走る光景を見掛けます。走って汗を流すことは、気分転換や身ひとつで手軽にできることから、不景気の今、お金を掛けずに手軽にできる健康法として人気があるようです。今回のアンケートからも、健康（医療・介護）についての関心の高まりがうかがえました。出費に負担を感じつつも、お金を掛けても健康を手にした、維持したいという結果は、「健康に勝る幸せはない」と生活者が感じたことの表れではないかと思えます。

事務局 便り



子安 美紀（後列中央）

毎年この時期、スーツについて考えます。というのも、普通の学生はファッションブルで、時には大人っぽく見えたりするのに、なぜか新入社員は、スーツに着られ、一様にごちなく、どこから見ても新社会人！初々しく感じるからです。不思議とこのまぶしさは新入社員の数カ月だけに見受けられます。次に、社会での経験と自信で、スーツを着こなしていくからでしょうか。毎年初々しい新入社員の姿が見られるように、企業は採用を継続してほしいと思います。

横地 征史（前列中央）

マイケル・ジャクソンの“THIS IS IT”などがヒットしています（ミーハーな私も購入）。彼が亡くなり「なーんだ、彼ってアーティストとして一流だったんじゃないか」という当たり前のことに皆が気付いて、評価が急上昇したのでしょうか。近年は、奇行ばかりが有名でした。奇行といえば、私はこれが最後の寄稿となり、経済広報センターから卒業となります。私が去って初めて「なんだ、横地って仕事をしっかりしていたんじゃないか」（奇行はしていません）と残ったメンバーが思い、涙していただけることを信じて、お別れしたいと思います。お世話になりました。

城 塚也（前列右）

最近読んだ長編小説に塩野七生さんの『ローマ人の物語』があります。読んでびっくりしたのですが、今から2000年以上前の古代アテネの時代にはもう選挙が行われ、当時の有力政治家が「政治のレベルはそれを支える民衆のレベルによって決まる。いい社会にしたいと思えば、民衆一人ひとりが政治に関心を持ち……」などの演説をしていたと書かれています。それ以来2000年、技術が目覚ましく進歩する一方で、政治やそれを支える人の心の成長は、なんたる歩みの遅さだろうと感じずにはおれません（自戒も込めて）。それでも、たとえ少しづつでも前へ進んでいくことが大事なのでしょうね。

三浦 壽夫（前列左）

皆さんのかばんの中は整理されていますか。私は、整理整頓が大の苦手なかばんの中もかなり散らかっています。かばんの中に入れてしまえば後は意識がまわりません。そんな感じですので1日の最後に必ず困ることがあります。帰宅時、かばんから鍵を取り出そうとしても、どこにあるか分からないのです。いつも家のドアの前でかばんをガサガサ探しています。

ここであえて自分の苦手を書かせていただき、かばんの整理をするきっかけにしたいと思います。

高橋 美香（後列左）

小学生のころ、夢中になって読んだ「シャーロック・ホームズ」の全集を図書館で見付け、今、また読み直しています。推理という知的な作業（？）に魅せられ、将来は探偵になるんだと決め、ワクワクしながら読んだことを思い出します。今は何かにあこがれ、未来に向かってワクワクすることは、めっきり少なくなっていました。

新入学、新入社の春。皆さまはどんなワクワクする夢を描いていますか。

佐藤 亜矢子（後列右）

つーん、むずむず、春の風物詩になってしまった……と思われる「花粉症」。お悩みの方も多いのではないのでしょうか。私も10年以上の長い付き合いになります。早め早めの予防対策で年々軽症化しているものの、日常生活に支障をきたす日もあります。この季節、飛散情報の確認やマスクの装着、やわらかいティッシュペーパーの所持が必須です。そんなことを気にせずに出掛けられるまで、あと1カ月。快適に過ごせる春の日が待ち遠しいです。



ネットワーク通信は再生紙を使用しております。

発行／（財）経済広報センター
〒100-0004

東京都千代田区大手町1-3-2 経団連会館19階

TEL：03-6741-0021 FAX：03-6741-0022

発行日／ 2010年3月29日