



社会広聴アンケート	「インターネット利用に関するアンケート」調査結果	1
企業と生活者懇談会	コスモ石油（三重） JTB（東京） 大成建設（神奈川）	13
ご意見・ご感想		22
経済広報センターニュース		24

「インターネット利用に関するアンケート」調査結果

インターネット利用者で「情報発信をしている」が26%

わが国のメディアをめぐる情勢は大きく変化し、インターネットを利用した情報収集は、もはや日常の風景といえるものになりました。また、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）、ツイッター、ブログなどのソーシャルメディアの活用も進んでいます。

そこで、経済広報センターは、インターネットの利用やインターネットを活用した双方向コミュニケーションの実態、また企業によるソーシャルメディアを活用したコミュニケーションに対する興味・関心について調査しました。

今回の調査からは、ここ2～3年で情報収集や商品購入・サービスの利用、メールの送受信が増えたことが分かりました。

また、インターネットを利用している人の4人に1人は、ブログやツイッターを使って情報発信を行っていることが分かりました。

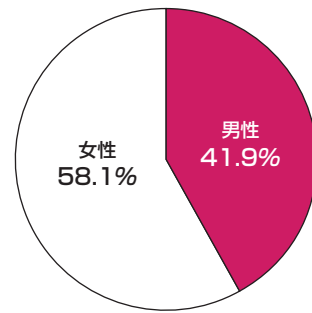
さらに、企業によるソーシャルメディアを活用した生活者とのコミュニケーションや双方向の対話を重視する動きについて、過半数の生活者が関心を示していました。

調査の概要

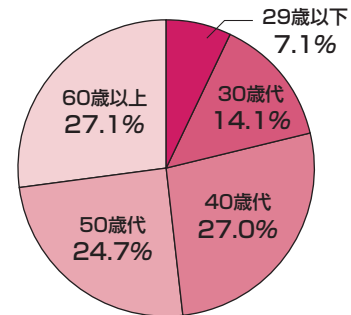
- (1) 調査名称：インターネット利用に関するアンケート
- (2) 調査対象：eネット社会広聴会員 3140人
- (3) 調査方法：インターネットによる回答選択方式 および自由記述方式
- (4) 調査期間：2010年8月2日～8月16日
- (5) 有効回答：2133人(67.9%)

回答者の属性

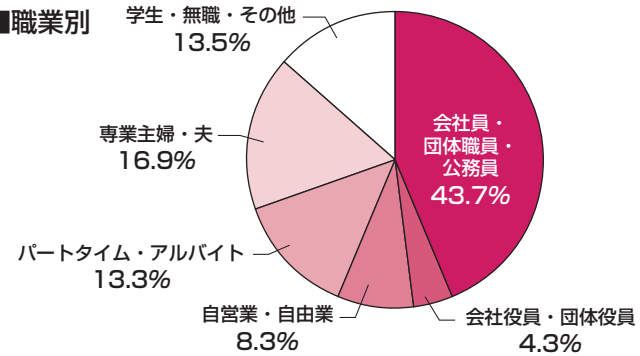
■性別



■世代別



■職業別



※小数第2位四捨五入

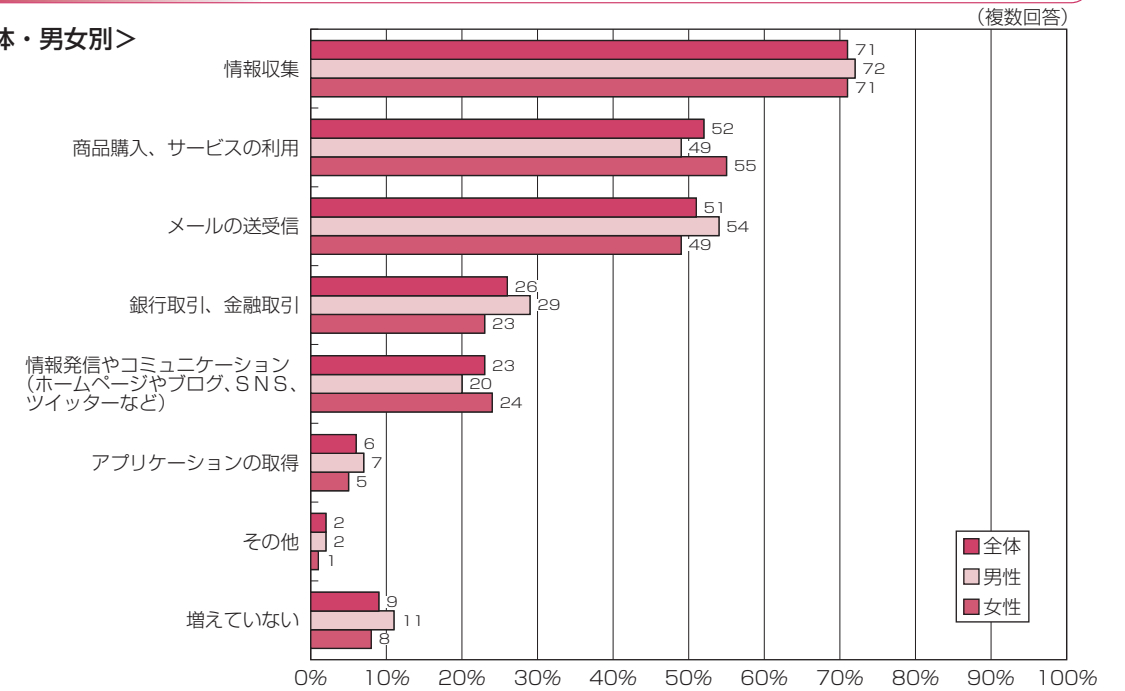
*SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）とは：会員制のネットサービス。会員同士が交流したり、趣味を通じてコミュニティをつくらできる。

*ツイッターとは：利用者は140字以内で「つぶやき」を投稿するもの。利用者が、他の人の「つぶやき」を見たり、その「つぶやき」に返信したりすることができる簡易投稿サイト。

1 インターネット利用目的の変化

Point 「情報発信やコミュニケーション目的の利用」の増加は23%

<全体・男女別>

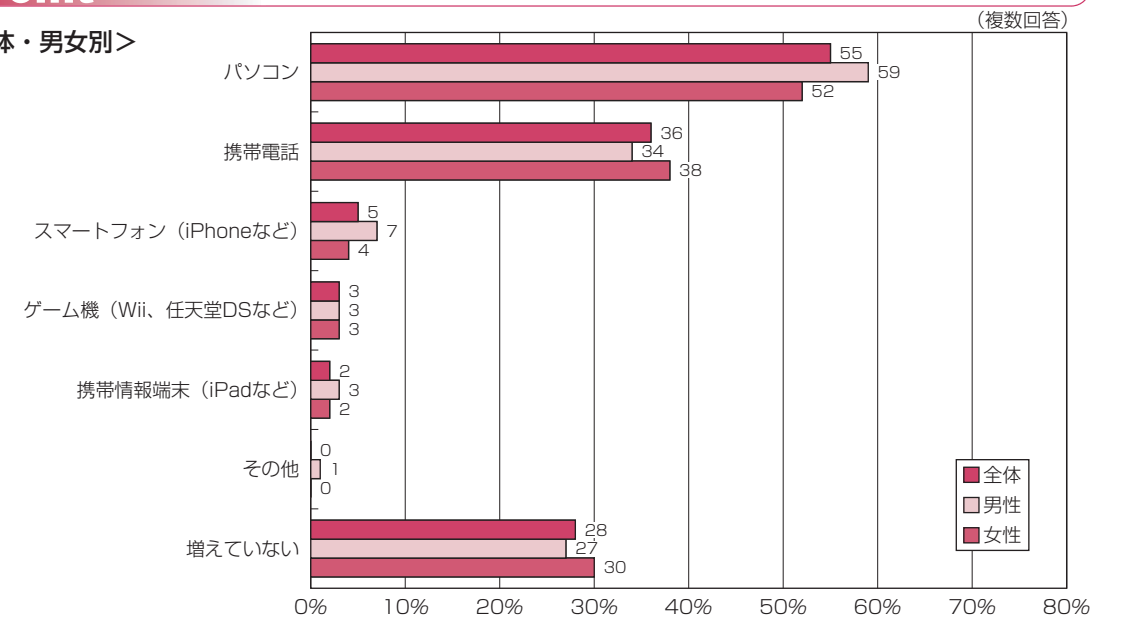


個人的なインターネット利用で、2～3年前と比べて増えたものを聞いたところ、「情報収集」で71%、続いて「商品購入、サービスの利用」(52%)、「メールの送受信」(51%)となっている。また、「情報発信やコミュニケーション」を目的とする利用は23%増加している。

2 利用機器の変化

Point パソコンや携帯電話の利用が進む

<全体・男女別>



インターネットを利用する際の端末機器について2～3年前と比較し、利用が増えた、または新たに使い始めたものを聞いたところ、特に増えた割合が高かったのは「パソコン」(55%)と「携帯電話」(36%)であった。なお「スマートフォン」は5%にとどまっている。

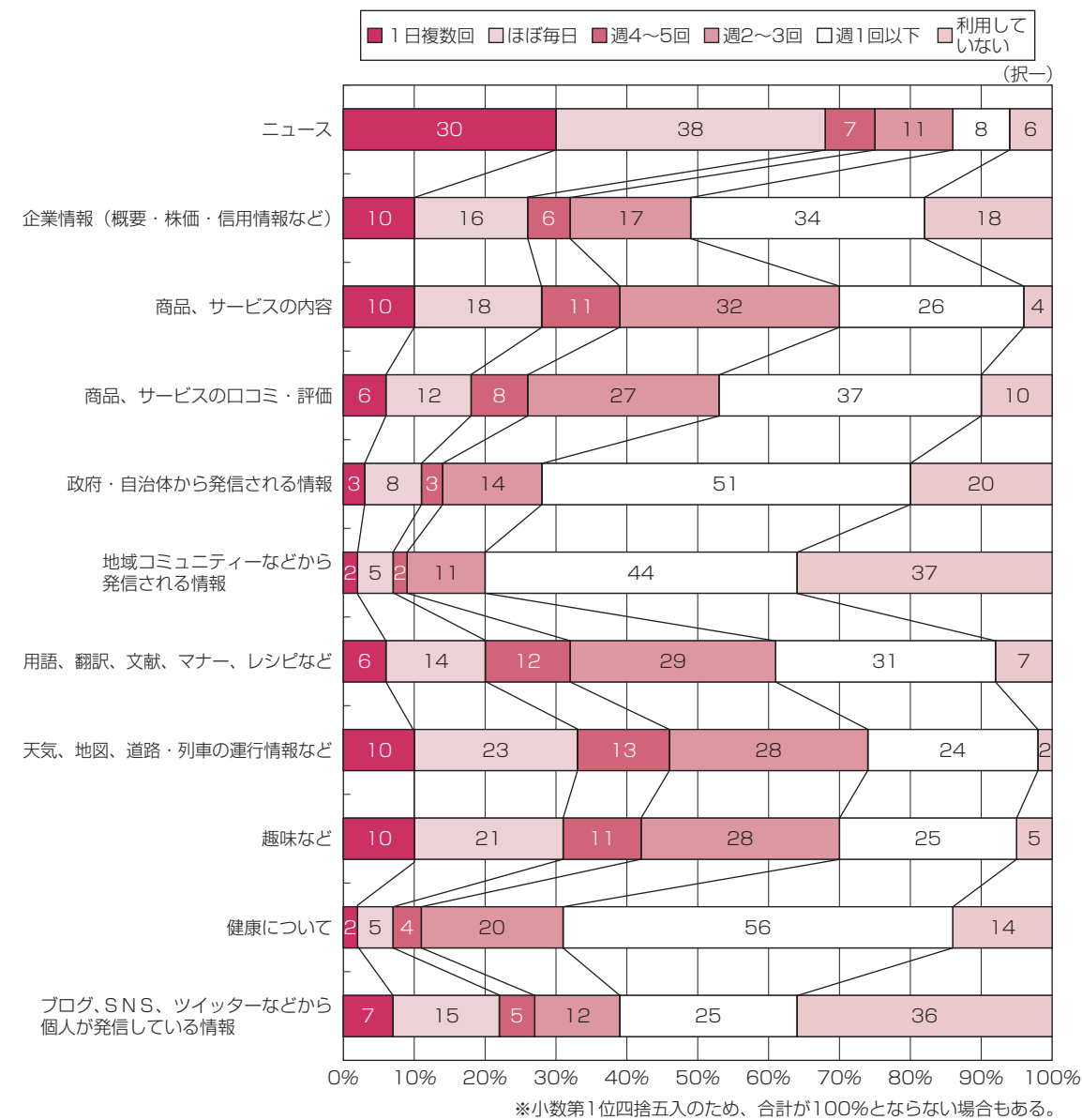
*スマートフォンとは：携帯電話やPHSで使える音声通話、メールなどの一般的な機能に加え、パソコンの基本的な機能も併せ持つ、高性能な携帯端末。

3 情報収集の頻度

Point パソコンを使って「ニュース」を「1日複数回」と「ほぼ毎日」収集しているとの回答で7割

情報の内容ごとに収集頻度を、パソコン、携帯電話、スマートフォン、携帯情報端末、ゲーム機の5つの機器別に聞いたところ、スマートフォン、携帯情報端末、ゲーム機はほとんど使われていない。そこでパソコンと携帯電話について、分析を行った。

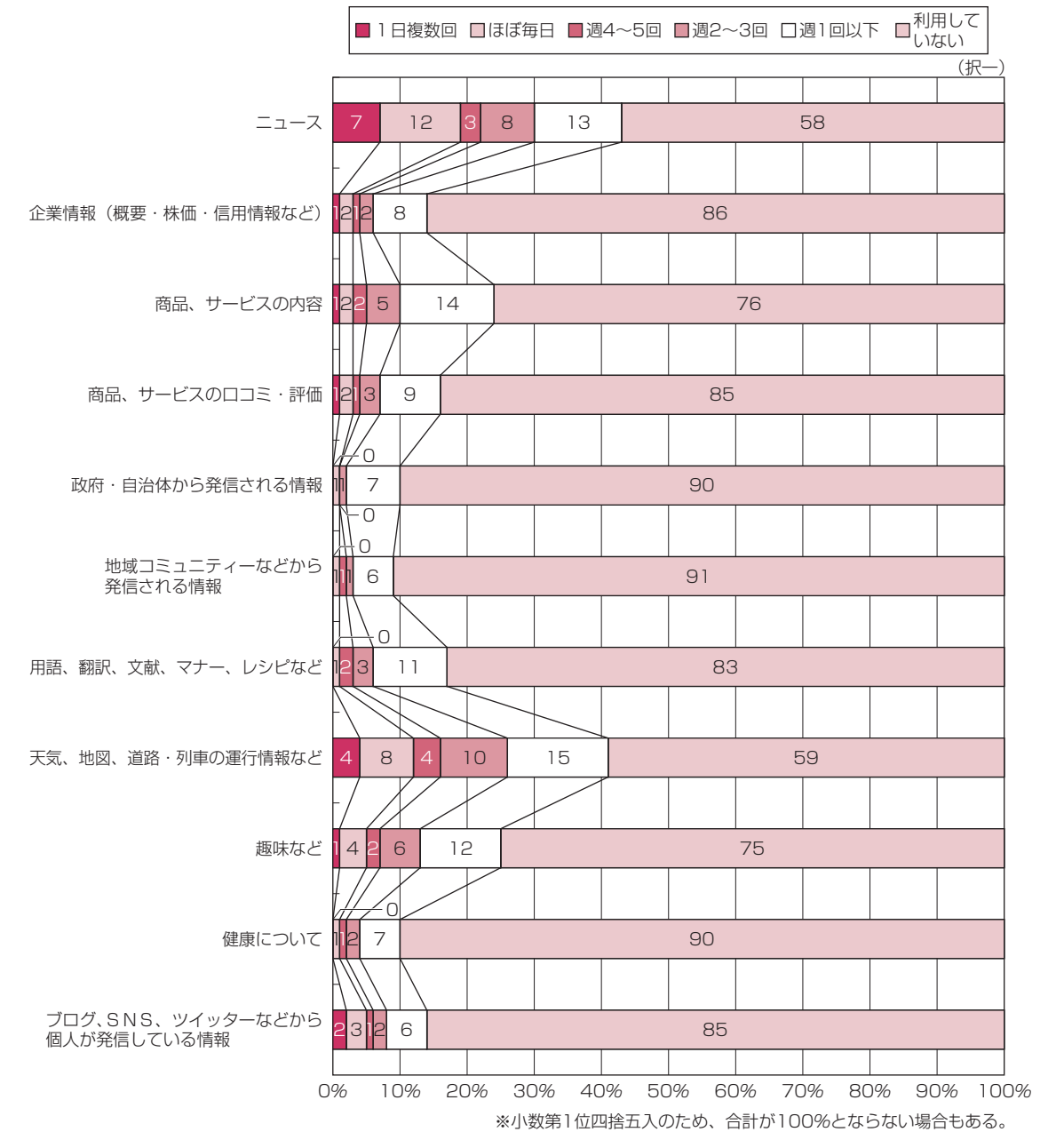
<全体・パソコン>



パソコンを使って行う情報収集の頻度を内容ごとに聞いたところ、「ニュース」は「1日複数回」(30%)と「ほぼ毎日」(38%)収集しているとの回答で7割近くあった。

なお、「企業情報 (概要・株価・信用情報など)」「商品、サービスの内容」「商品、サービスの口コミ・評価」はいずれも「週2~3回」と「週1回以下」で過半数となった。

<全体・携帯電話>

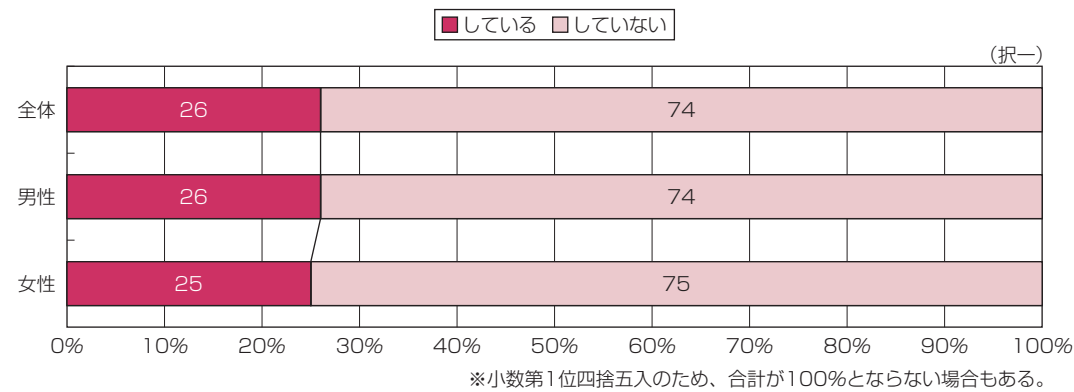


携帯電話を使って行う情報収集は、パソコンを使った場合より全体的に頻度が低い。その中でも「ニュース」「天気、地図、道路・列車の運行情報など」「趣味など」「商品、サービスの内容」は比較的収集されている。

4 インターネットを使った情報発信

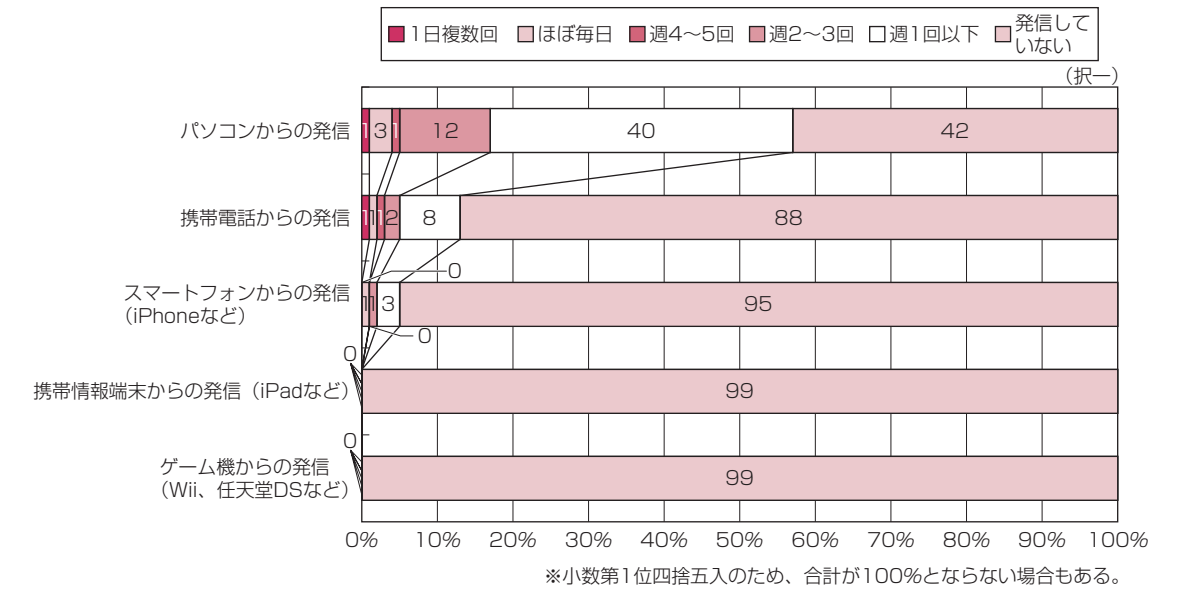
Point 「インターネットを利用して情報発信をしている」が26%

<全体・男女別>



インターネット上で、ブログやツイッターなどを使って情報発信を行っているとの回答は26%であった。

<商品、サービスの内容・評価>



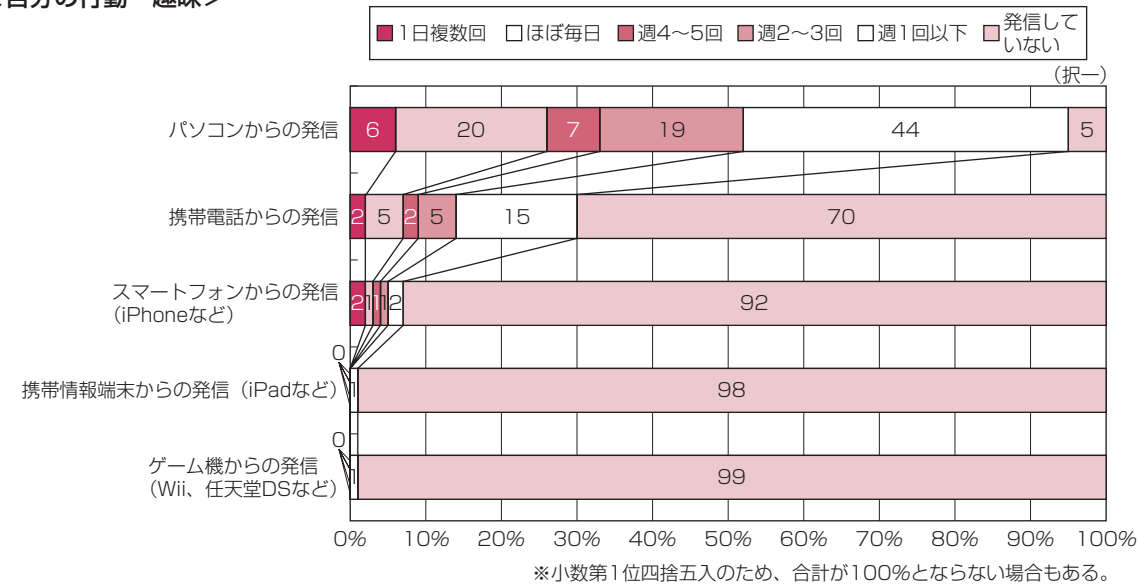
情報発信を行っているとの回答者に、商品、サービスの内容・評価についてどの端末機器を使って発信しているかを聞いたところ、6割が「パソコンからの発信」との回答だった。

なお、「携帯電話からの発信」は13%、「スマートフォンからの発信」は5%、「携帯情報端末からの発信」「ゲーム機からの発信」はほとんどない。

5 情報発信の頻度

Point 情報発信に用いる端末機器の中心はパソコン

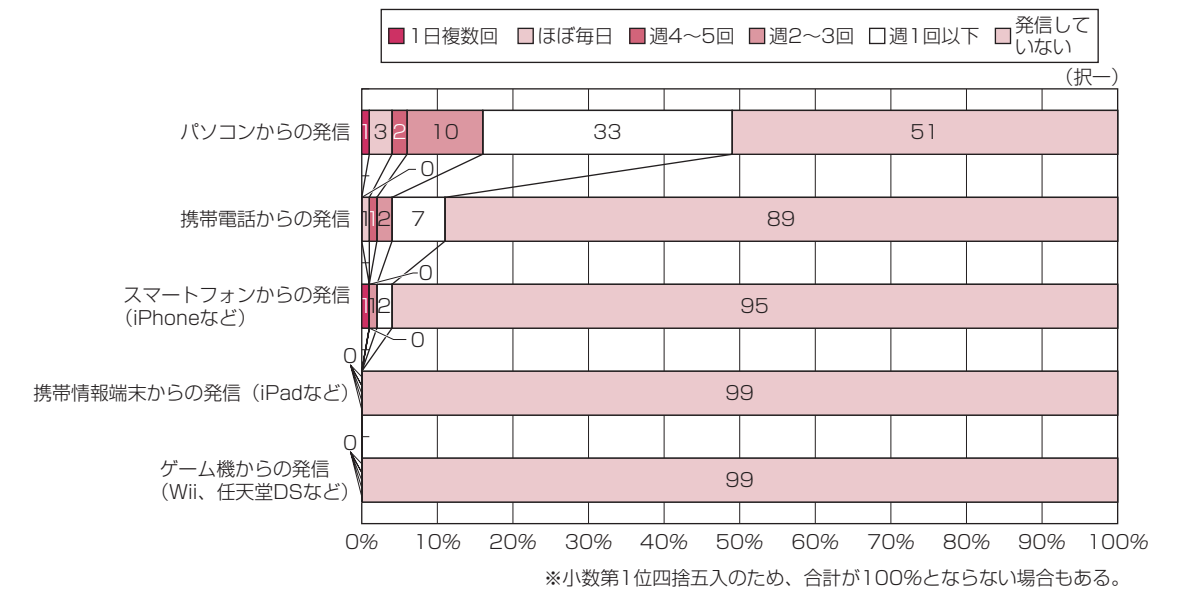
<自分の行動・趣味>



情報発信を行っているとの回答者に、自分の行動・趣味について端末機器ごとに、発信する頻度を聞いたところ、パソコンからの発信が96%と最も多く、「1日複数回」(6%)、「ほぼ毎日」(20%)で、4分の1を占める。

携帯電話から情報発信をしていると答えているのは、情報発信を行っているとの回答者のうち3割である。

<社会問題や政治などへの関心>

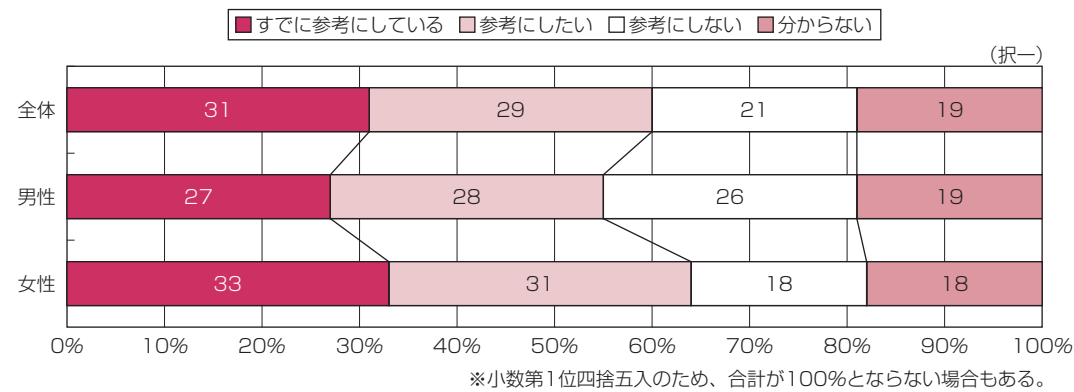


情報発信を行っているとの回答者に、社会問題や政治などへの関心について、どの端末機器を使って発信しているかを聞いたところ、半数が「パソコンからの発信」である。また、「携帯電話からの発信」は1割程度、「スマートフォンからの発信」は4%。「携帯情報端末からの発信」「ゲーム機からの発信」はほとんどない。

6 個人から発信される情報への評価

Point 「すでに参考になっている」「参考にしたい」を合わせると60%

<全体・男女別>



個人から発信される情報への評価を聞いたところ、「すでに参考になっている」(31%)、「参考にしたい」(29%)を合わせると、肯定的な回答が6割を占める。なお、「参考にしない」は21%である。

男女別に見ると「参考にしない」は女性が18%に対し、男性が26%と、男性の方が評価をしていない割合が高い。また、「すでに参考になっている」「参考にしたい」を合わせた割合は、男性が55%に対し、女性は64%と、女性の方が、個人から発信される情報を参考になっているといえる。

ウェブへの取り組みで優れた企業とその理由 その①

ウェブへの取り組みで優れた企業と、その理由を聞いた。主な企業と、特徴的な理由は以下の通り。

サントリー

クイズをしながら楽しく企業の環境に対する取り組みなどの情報を得られる。

パナソニック

欲しい情報にアクセスしやすい。また、理解しやすい。

トヨタ自動車

内容が多岐にわたり充実している。読んでみると、面白く、引き込まれてしまう。

東京電力

環境、省エネ、料理レシピ、クイズなど多岐にわたって興味を引く情報発信をしている。

味の素

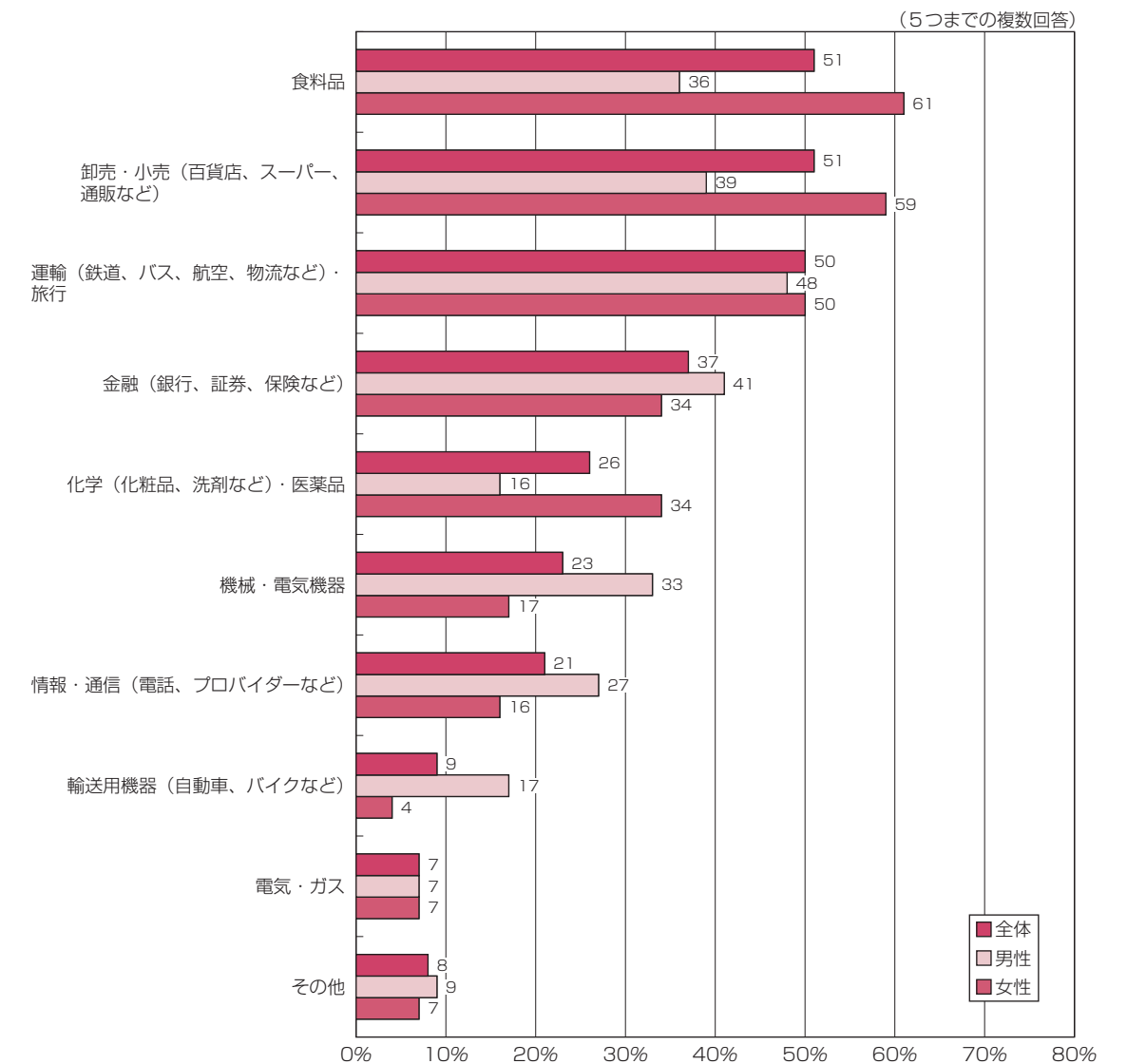
料理のレシピなど、生活に役立つ情報を受け取ることができる。



7 業種別のホームページ閲覧状況

Point 「運輸・旅行」は男女とも半数が見ている

<全体・男女別>

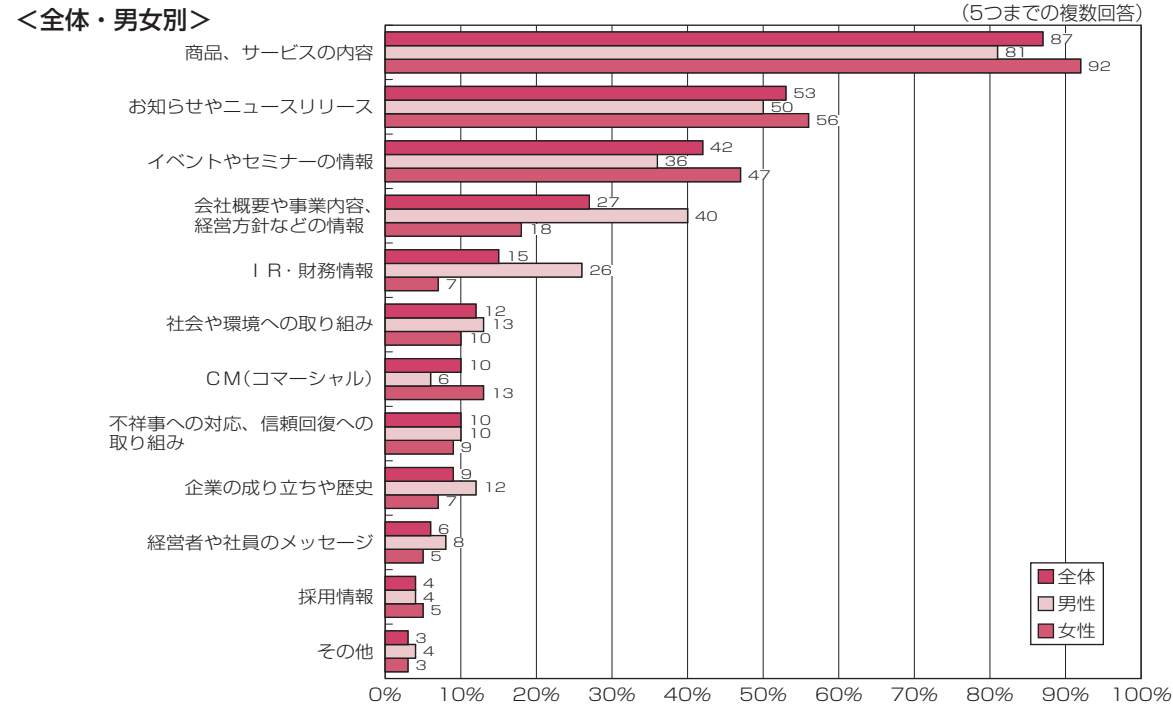


ホームページをよく見る企業の業種について聞いたところ、「運輸(鉄道、バス、航空、物流など)・旅行」は男女とも半数(男性48%、女性50%)が見ている。

男性と女性で閲覧される割合に差があるのは、「食料品」(男性36%、女性61%)、「卸売・小売(百貨店、スーパー、通販など)」(男性39%、女性59%)、「化学(化粧品、洗剤など)・医薬品」(男性16%、女性34%)、「機械・電気機器」(男性33%、女性17%)、「情報・通信(電話、プロバイダーなど)」(男性27%、女性16%)、「輸送用機器(自動車、バイクなど)」(男性17%、女性4%)である。

8 企業のホームページ閲覧内容

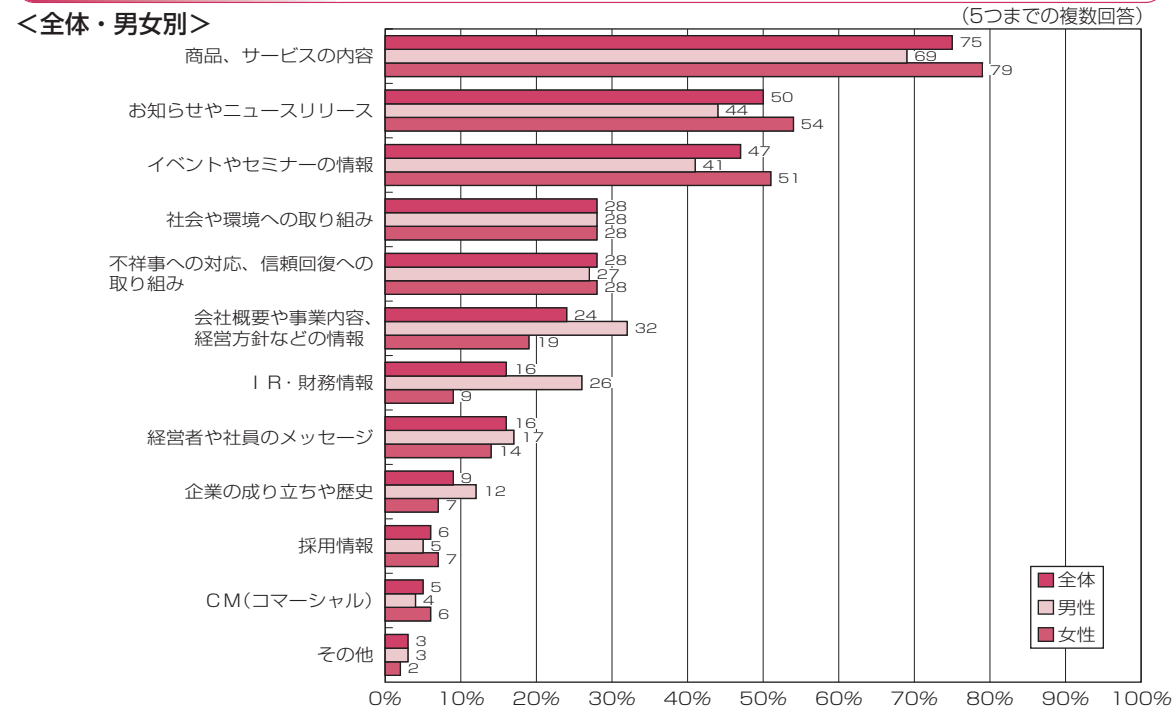
Point 「商品、サービスの内容」(87%)や「お知らせやニュースリリース」(53%)の閲覧が多い



企業のホームページの情報で閲覧頻度が高いものは、「商品、サービスの内容」(87%)、「お知らせやニュースリリース」(53%)、「イベントやセミナーの情報」(42%)の順である。

9 企業に強化してほしい情報発信の内容

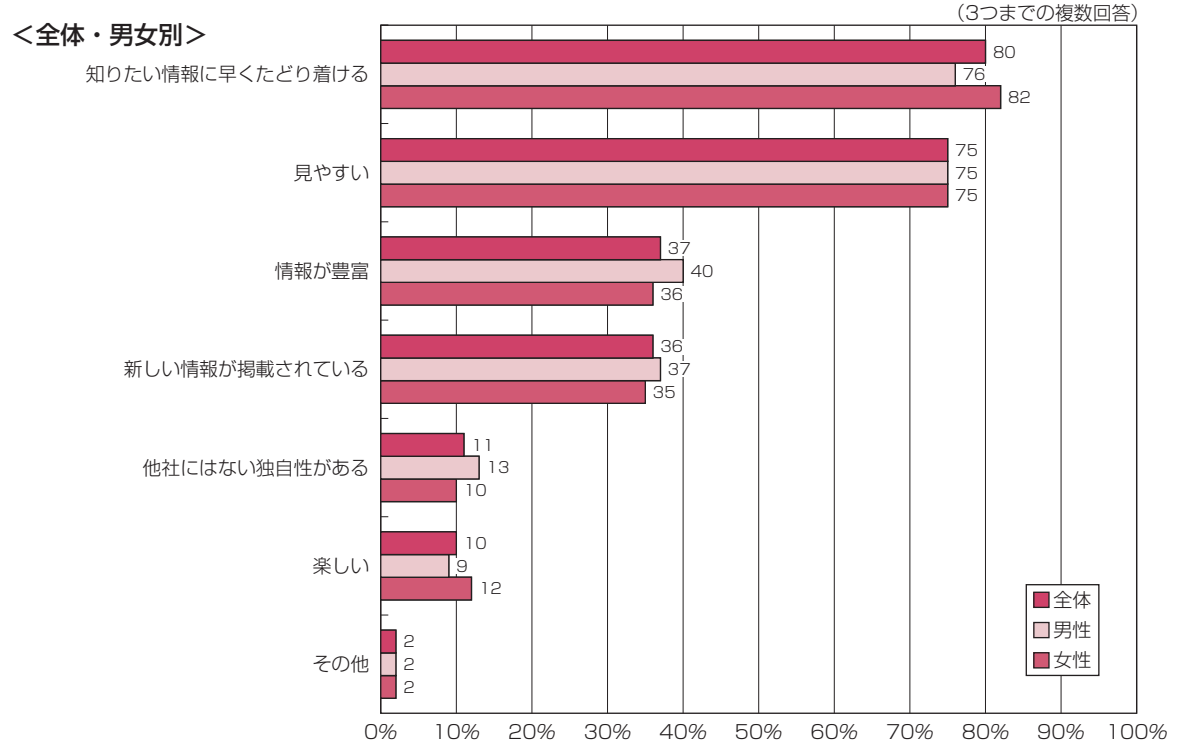
Point 「商品、サービスの内容」(75%)が第1位



企業に強化してほしい情報発信の内容を聞いたところ、「商品、サービスの内容」(75%)、「お知らせやニュースリリース」(50%)、「イベントやセミナーの情報」(47%)となっている。

10 企業のホームページ閲覧で重視していること

Point アクセシビリティへの配慮が求められている



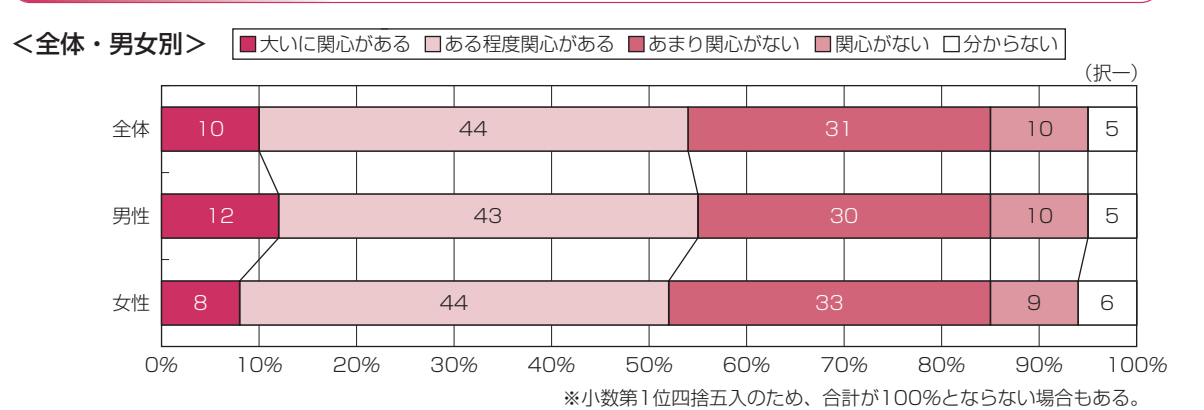
企業のホームページ閲覧で重視していることを聞いたところ、「知りたい情報に早くたどり着ける」(80%)、「見やすい」(75%)が多く、アクセシビリティへの配慮が求められていることが分かる。

なお、男性と女性で回答に大きな差はない。

*アクセシビリティとは：「知りたい情報に早くたどり着ける」「見やすい」など、そのウェブページにアクセスした誰もが、同様に情報を共有できる状態にあること

11 企業によるソーシャルメディアを重視した動きへの関心

Point 「関心がある(大いに/ある程度)」が54%



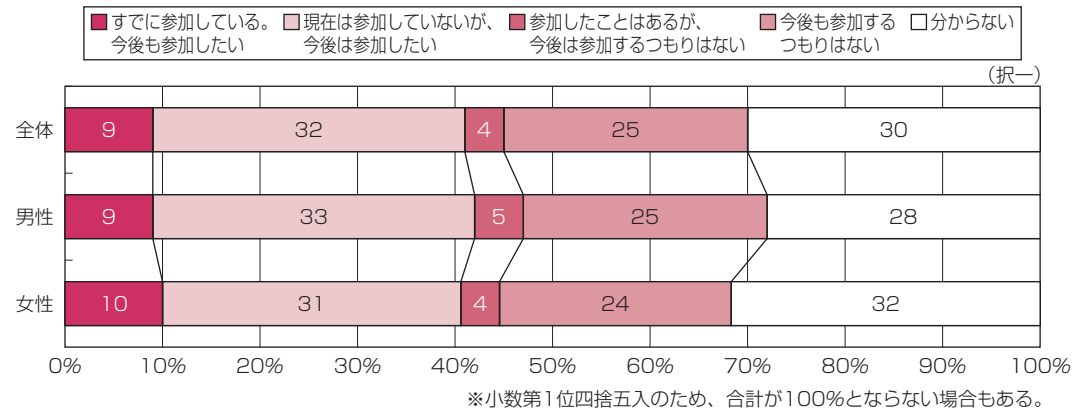
ソーシャルメディアを使ってユーザー参加型のコミュニケーションや双方向の対話を重視する企業が増えつつある動きについての関心を聞いたところ、「関心がある(大いに(10%)/ある程度(44%))」との回答が半数を超えた。

なお、男性と女性で回答に大きな差はない。

12 ソーシャルメディアへの参加状況と意識

Point 参加に肯定的な回答が全体の4割

<全体・男女別>



企業のソーシャルメディアを使ったコミュニケーション活動は始まったばかりだが、ソーシャルメディアを利用して企業が発信する情報を、取得したことが「ある」は15%であった。

ソーシャルメディアへの参加状況と意識について聞いたところ、「すでに参加している。今後も参加したい」(9%)、「現在は参加していないが、今後は参加したい」(32%)を合わせ、約4割は参加に積極的である。

一方、「参加したことはあるが、今後は参加するつもりはない」(4%)、「今後も参加するつもりはない」(25%)を合わせ、約3割は参加に否定的である。

「参加したことはあるが、今後は参加するつもりはない」と回答した人にその理由を聞いたところ、「参加すると、インターネットをチェックしなければならないという切迫感にかられて疲れてしまったため」や「情報に客観性や信頼性を見だしにくい」といった回答があった。今後、こういった課題が解決されることで、さらに参加の促進が期待できる。

ウェブへの取り組みで優れた企業とその理由 その②

全日本空輸

画面の操作性が改良され進化しており、使いやすい。

楽天

常に新しい仕組みを考え、情報を発信している。

花王

企業情報だけでなく、生活情報が多く掲載されており、日常生活に役立つ。

本田技研工業

お客様相談室へメールした際、迅速かつ的確な対応をもらった。

麒麟麦酒

見ていて楽しいコンテンツが豊富である。

インターネット利用に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆オンラインストアで商品を購入する際、口コミが参考になるので便利です。
- ◆今や、インターネット対応の仕方が、企業イメージを左右しかねないことを、企業は念頭に置いてほしいです。
- ◆顔の見えない、声の聞こえない通信手段だけに、さらに安心して使うことができる配慮があるといいと思います。
- ◆企業のウェブへの取り組みは、あまり流行りに流されるものではなく、地道に行ってほしいです。
- ◆ソーシャルメディアを使いこなせないと、社会の動きに遅れをとってしまうように感じます。

30歳代の意見・感想

- ◆ツイッターなどの新しい手段も大事ですが、企業の公式ホームページのさらなる充実を期待します。
- ◆家に居ながら、知りたい情報が即時に得られたり、買い物ができたりと便利な時代ですが、ウイルスや個人情報漏洩など、怖い面とも付き合っていくにはいけない難しさがあります。
- ◆インターネットも今までは情報の流れが一方通行でしたが、ツイッターの登場で双方向の情報交換ができるようになってきたと思います。
- ◆ソーシャルメディアでの企業との交流については相手の顔が見えないため、若干の不安はありますが、でも、今後は有効なツールになると思っています。

40歳代の意見・感想

- ◆以前は、インターネット上の個人の意見は、一部の人たちの声だと思っていましたが、インターネットが世の中に大きく普及し、それは遠い昔の話になったと感じます。
- ◆今後はインターネットの双方向性がさらに発達すると思います。
- ◆インターネットはとても便利ですが、情報量の多さに、あっという間に時間が過ぎていきます。的確に自分が知りたい情報が見つかる方法が知りたいです。

- ◆今後、高齢者の利用が増えると思います。通信環境の整備や、簡単に操作できる端末の開発があれば、より利用者が増加すると思います。
- ◆インターネットの利用は、今後ますます増え、多様化することでしょう。頑張っただけ時代に追いついていきたいです。

50歳代の意見・感想

- ◆病気になって、外出がままならなくなって、インターネットの利用を本格的に始めました。まだ利用法を十分に習得できているわけではないですが、今後大いに活用していきたいです。
- ◆いろいろな情報を家で簡単に見ることができて、とても重宝しています。昨年からオンラインストアでの買い物の回数も増えてきました。しかし、セキュリティの問題やネット上の個人の書き込みが正しいかどうか、客観的に判断を求められると思います。
- ◆顧客からの問い合わせには、インターネット上だけでなく、電話や対面など、直接対応できる体制も十分につくってほしいです。
- ◆情報をうのみにせず、淡々と利用していきたいです。

60歳以上の意見・感想

- ◆企業の短期的な利益に結び付かずとも、社会のためになる情報は的確に提供してほしいです。
- ◆インターネットが無い時代の方が長い世代なのに、日々の生活に無くてはならないものになっています。便利に使っていますが、機器が故障するとお手上げになってしまう不安があります。
- ◆企業の商品に対する要望などを、一人の消費者でも伝えることができるのは非常に良いと思います。ただ、それにどのように対応するかで、その企業へのイメージが変わってしまうので、企業は対応が難しい時代だろうと思います。
- ◆自分にとって、インターネットには未知の分野が多く、これから勉強していくのが楽しみです。

(文責 専門研究員 三浦壽夫)

企業と生活者懇談会

	開催日	開催地	協力企業
第154回	2010年7月9日	三重県四日市市	コスモ石油 四日市製油所
第155回	2010年8月5日	東京都品川区	ジェイティービー JTBビル
第156回	2010年9月30日	神奈川県横浜市	大成建設 大成建設技術センター

■第154回（三重 2010年7月9日）

コスモ石油株式会社 四日市製油所

2010年7月9日、三重県四日市市のコスモ石油四日市製油所で、「企業と生活者懇談会」を開催しました。生活者18名が参加し、同社および製油所の概要や石油製品の製造工程の説明を受けた後、製油所および石油連盟の国内油濁防除資機材基地第3号伊勢湾基地を見学し、質疑懇談を行いました。

コスモ石油四日市製油所から、大滝勝久執行役員四日市製油所長、桑島孝洋総務担当副所長、小笠原浩三生産管理担当副所長、鈴木収総務課長代理、本社コーポレートコミュニケーション部から安田善彦広報室長、前田勝久氏が出席しました。また、石油連盟から橋爪吉博広報グループ長が出席しました。

■四日市製油所の概要

四日市製油所は1943年（昭和18年）大協石油の製油所として操業を開始し、コスモ石油の製油所では最も古い歴史を持っています。原油処理能力は1日当たり12万5000バレル（東京ドーム約半分）で千葉製油所に次ぐ規模となっています。敷地面積は約117万平方メートルで、従業員392名のほか、協力会社のスタッフも入ると600名を超える人員が働いています。

大型タンカーで原油棧橋に入荷した原油からLPG、ナフサ、ガソリン、灯油、軽油、重油、潤滑油を精製し、残ったものでアスファルトをつくり、無駄なく利用し製品化しています。



大滝執行役員四日市製油所長のご挨拶

見学の様子

■四日市製油所の見学

広大な敷地内をマイクロバスで巡り、原油を各製品に分ける常圧蒸留装置や、さらに圧力を下げ無駄なく製品を精製する減圧蒸留装置、クリーンな製品をつくるための脱硫装置などの生産設備や、原油タンクや製品タンクなどの貯油設備、棧橋や陸上出荷基地など入出荷設備を車窓から間近に見学し、そのスケール感に圧倒されました。また随所で、敷地のセキュリティー

管理や自衛消防隊の設備などの説明を受け、安定操業への取り組み状況について実感することができました。さらに、近隣に見える各社の設備やそこへとつながるパイプそれぞれについても説明を受け、コンビナートについての理解も深まりました。

■石油連盟の国内油濁防除資機材基地の見学

わが国では原油および石油製品のほぼすべてを海外から輸入しており、海上輸送が大きな役割を担っていますが、万一事故が発生した場合、流出油が広範囲にわたる可能性があります。そのため、石油連盟（石油精製・元売会社16社で構成される団体）では、国内6カ所、中東からのオイルロードに5カ所、オイルフェンスなど油濁防除資機材を備蓄する基地を設置しています。四日市市には国内第3号伊勢湾基地が設置され、コスモ石油グループのコスモ海運株式会社が管理を受託しています。

2010年（平成22年）4月に発生したメキシコ湾の原油流出事故の記憶も新しく、オイルフェンスや油回収機などの備蓄資機材について興味深く見学しました。



備蓄資機材を見学する様子

懇談会の概要

- Q. 「ココロも満タンに」というスローガンができた経緯と具体的な活動について教えてください。
- A. 1997年（平成9年）、コピーライターの仲畑貴志さんにより誕生しました。このメッセージスローガンの下、社会から信頼され、お客さまから選ばれる企業を目指しています。全国各地のコスモステーションでは、「“ココロも満タンに” 宣言3つの約束」として心地よさ、信頼感、責任感をお客さまに約束しています。

- Q. 環境問題への取り組み状況や地域への配慮はどのようになっていますか。
- A. 石油産業では、クリーンな製油所を目指し硫黄酸化物（SOx）、窒素酸化物（NOx）、ばいじんなどの大気汚染対策、水質保全、騒音対策、緑化対策、産業廃棄物対策など業界を挙げて取り組んでいるほか、ガソリンや軽油の低硫黄化は国の規制開始に先駆けて実現させました。物流ではタンクローリーや内航タンカーの大型化や高積付率の維持に取り組んでいます。サービスステーションでは太陽光発電システムやLED照明の採用も始めました。また、当社が発行する「コスモ・ザ・カード・エコ」では、お客さまから毎年お預かりする500円とコスモ石油グループからの寄付金を、「コスモ石油エコカード基金」として、地球環境保全をサポートする「ずっと地球で暮らそう。」プロジェクトを展開しています。地域社会とのかかわりでは、四日市製油所での三滝川の清掃など、事業所ごとに地域清掃活動を行っています。また、千葉製油所、堺製油所およびコスモ松山石油では「コスモの森」として県有林を借り受け、里山を整備しています。

- Q. ガソリンスタンドの地震対策は。
- A. 可燃性危険物を取り扱うため、一般建築よりも厳しい耐震性・耐火性を求められており、貯蔵タンクも二重殻構造となっています。1995年（平成7年）の阪神淡路大震災でも震災直後こそ停電のため給油できないところがありましたが、被災地域内869カ所のほとんどが被害もなく、2日後にはその大半が営業を開始しました。その後の新潟中越地震でも給油所の堅牢性と石油製品供給の重要性が確認されたので、自家発電設備や貯水設備のほかAEDや生活用水を供給できる井戸設備を備えた災害対応型サービスステーションを全国に設置しています。
- Q. エネルギーの安定供給に向けた取り組み、備蓄状況について教えてください。
- A. わが国では原料である原油を輸入し、国内製油所で精製し石油製品として供給する「消費地精製方式」を採っています。製品より原油の方が国際間の取引量が多く、平時は言うまでもなく、緊急時においても、安定供給上優れています。石油緊急

時対策としては平常時の備蓄、準緊急時の備蓄石油の取り崩し、緊急事態宣言後の消費抑制対策や供給対策が定められています。石油備蓄は4月末現在、政府が行う「国家備蓄」116日分と石油会社が行う「民間備蓄」87日分の計203日分の備蓄量があります。民間備蓄は経営の自由度を制約するものですが、義務付けられた70日分以上の備蓄をエネルギー供給事業者の社会的責任の一環として確実に履行しています。なお、中東から日本までの輸送は20～25日かかっています。

Q. 石油の今後や新しいエネルギーへの取り組みはどう考えていますか。埋蔵量は大丈夫ですか。

A. 石油は、第一次石油ショック以降、依存度は低下しつつあるものの、わが国の一次エネルギー供給の5割を占めています。常温・常圧で液体であり、輸送や貯蔵の容易性にも優れているため、また、石油化学製品の原料にも利用されているため、経済性、利便性の観点から今後とも重要な位置を占めることは変わりません。埋蔵量に関しては、掘削技術の進歩や新規油田の発見、石油類似資源の開発などで石油の可採年数は40年とも50年とも、あるいは200年を超えるともいわれていますが、石油資源は「地球からの贈り物」「古代の遺産」であり有限であることから代替エネルギーの開発に積極的に取り組む必要があります。コスモ石油では、集光太陽熱発電やバイオマスエネルギー、風力発電事業の研究に取り組んでいます。

Q. ガソリンの価格はどのように決まるのですか。

A. ガソリン代129円の場合、中味価格が67.1円、これに対する消費税3.3円、ガソリン税53.8円、石油石炭税2.04円、両税に掛かる消費税2.8円となっています。中味価格のうち53～54円は原油代、精製コストに3～4円掛かるため、流通・販売コストは1円以下の単位で合理化が求められています。

Q. ガソリンスタンドのセルフ化が進んでいますが、人によるサービスはどう考えていますか。

A. 全国4万軒弱のスタンドのうち3割がセルフ化しているといわれています。コスモ石油では現在、ひとつの商圈内に車検までできるキーステーションと

サテライトステーションを設けていますが、今後、セルフでもカーケアメンテナンスのサービス提供ができる体制をつくっていく予定です。

Q. 製油所内に他社のタンクローリーが出入りしていましたが、どういうことですか。

A. 石油製品は品質が統一化されているので、安定供給と物流効率化のため、業界で物々交換する仕組みができています。他社で精製された石油製品であっても販売するメーカーはお客さまに対し自社製品として責任を持っていますのでご安心ください。

参加者からの感想

◆コンビナートの主要部がパイプによってつながっている現場を見ると、国内産業の基幹として、日本経済を支えてきた姿に一種の感動を覚えました。

◆石油連盟の事業で、オイル流出事故を想定して皆さんの機材を準備されており、今回のメキシコ湾原油流出事故で、要請の打診が来ていると聞いて遠い異国の話が身近な出来事に感じました。

◆ガソリン価格のうちスタンドの利益が1リットル当たり数円規模と知って、驚きです。

◆所長をはじめ、本社や製油所の関係者の皆さんの真摯な対応に「ココロも満タンに」なり、コスモ石油がより身近な存在になったように感じました。

■コスモ石油 ご担当者より

ガソリン等の石油製品の製造工程はすべてが装置や配管に覆われており、詳細をご紹介することができませんでしたが、「国内油濁防除資機材基地」の見学では、メキシコ湾での原油流出事故が発生した後でもあり、興味を持って見学いただけたのではないのでしょうか。

普段利用いただいているガソリンスタンドやニュースで見聞きする石油に関する情報について、今回の懇談会を通じて、少しでも身近に感じていただければ幸いです。

これからも皆さまのココロが満タンになるよう、頂戴したご意見、ご感想を事業活動に生かしてまいります。このたびはありがとうございました。

(文責 主任研究員 那須 寿)

■第155回 (東京 2010年8月5日)

株式会社ジェイティービー JTBビル

2010年8月5日、東京都品川区のJTBで、「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員14名が参加し、JTBの会社概要、CSR(企業の社会的責任)への取り組みについて説明を受けました。続いて「JTB100年の歴史」と題する旅行業から交流文化産業への進化についての講演、質疑懇談を行いました。

JTBからは、田川博己代表取締役社長をはじめ、高橋威男常務取締役、旅行事業本部の加藤誠地域交流ビジネス推進部長、萩野隆二地域交流ビジネス推進室マネージャー、小泉学地域交流ビジネス推進室グループリーダー、広報室の加藤八十司マネージャー、佐藤実希グループリーダー、JTBグランドツアー＆サービスの井上康史執行役員企画販売部長が出席しました。



挨拶をする高橋常務取締役

JTBからの説明

■JTB100年の歴史

1912年(明治45年)に喜賓会「外国人観光客誘致機関」より役割を引き継ぎ、ジャパン・ツーリスト・ビューロー(JTB)が発足しました。第二次世界大戦の際、リトアニアの在カウナス領事館に赴任していた外交官杉原千畝は、ユダヤ人難民が亡命できるよう大量のビザを発



交流文化産業について説明をする田川代表取締役社長

給しました。ナチス政権下のドイツによる迫害を受けていたおよそ6000人のユダヤ人を救いました。JTBは、このときのユダヤ人避難ルートにおける輸送を担当し、陰ながら避難を支えました。1945年(昭和20年)に名称を(財)日本交通公社(JAPAN TRAVEL BUREAU)と変更し、進駐軍の斡旋と復員軍人、一般邦人の引き揚げ輸送斡旋を当面の主な事業としました。

その後(戦後復興・体制強化期)、1949年(昭和24年)に観光券取扱手続制定、1955年(昭和30年)に周遊券発売開始、1962年(昭和37年)に旅行商品券、1964年(昭和39年)にはギフト旅行券を発行しました。1964年のサンライズツアー、1968年(昭和43年)のルック、1971年(昭和46年)のエース登場とパッケージツアーを本格化しました。

2001年(平成13年)には名称を(株)ジェイティービーと変更し、丸の内にあった本社を天王洲に移転しました。2006年(平成18年)、北海道から沖縄まで、「地域密着」を掲げた地域会社に分社化し、「交流文化産業」を新たな事業ドメインとして新たなビジネス領域を創造し、発展することを志しています。

■JTB社会貢献活動

地域に埋もれたり、忘れ去られようとしている郷土の祭りや芸能を見つけ出し、旅として楽しんでいただく「杜の賑い」や、地域固有の魅力を開発・発見し磨き上げることで持続的な観光振興による地域活性化を支援すると同時に、地域の観光振興を主導する人材育成を目的として「JTB交流文化賞」を実施しています。

また、観光地クリーンアップキャンペーンとして観光地の清掃活動、植林、花植え、稚魚放流といった環

境保護活動をお客さまとともに継続的に取り組んでいます。最近では、バードウォッチングや地元の歴史解説などのプログラムを取り入れ、地域の特性を生かしたキャンペーンを実施しています。

■JTBグループ戦略

総合旅行業として旅行を販売する時代から分社化したJTB地域会社が着地型地域コンテンツをプロデュースする時代となり、交流文化産業へと進化を目指しています。交流文化産業とは、旅の力（交流、文化、経済、教育、健康）を原点として、より大きな感動や活力を呼び起こすことで、社会やお客さまの生活を豊かにするために、あらゆる交流の場を「創造、演出、サポート」し、「優れた商品・情報・サービス」を提供することと定義しています。さらに将来はJTBグループが豊富な地域の知恵、専門性、資源を所有し、イベント、アクティビティー、ツアー、輸送、運送計画をデザインし、提案することに特化したプロフェッショナルなサービスを提供できることを目指しています。

懇談会の概要

- Q.** 旅行業の現況について教えてください。
- A.** 旅行業はリーマンショック以降、厳しい状況が続いています。インターネット販売が利便性が高いため拡大していますが、現状は家電製品購入なども競争相手となっています。これからは旅行自体の魅力を高めていかなければならないと考えています。
- Q.** 今、一番力を入れていることは。
- A.** まず、拡大しているインターネット販売であるウェブ戦略です。次にグローバル戦略で、中国、韓国、オセアニアなどに会社を設立しました。これまでお客さまを日本からオーストラリア、オーストラリアから日本にお連れするといった双方向が中心でしたが、グローバル化の中ではオーストラリアのお客さまを例えば中国へお連れするような世界全体での最適ネットワーク展開ができるよう基盤整備をしています。また、地域交流ビジネス戦略として地域経済を潤し、お客さまが興味を持ち、行きたいと思っていただけるような地域活性化を支援しています。

- Q.** 同業他社との違いを教えてください。
- A.** 当社は、お客さまからの要望や意見に対し、様々なサービスが提供できる仕組みになっています。ロイヤルロード銀座支店は、例えばお客さまのご自宅へ直接伺い、お話を聞いて旅行プランを作成するケースもあります。
- Q.** アジア人の日本への旅行が増えています、JTBでは何か対応されていますか。
- A.** まず、利用者を増やすため、英語、ハングル、繁体字、簡体字にてウェブサイトを作成しました。そして、中国に旅行会社を設立しています。今後中国人の方の日本への旅行の取り扱いを準備しています。
- Q.** ツアーパッケージの企画はどのようにつくられるのですか。
- A.** 2006年に海外旅行専門会社として設立したJTBグランドツアー&サービスのお話をしますと、ツアーの企画、仕入れ、手配、販売、添乗の機能を自社内に持つ会社で、今までのJTBにない秘境専門の旅行会社です。最初5コースから始まり、お客さまとの対話により企画に役立て、今は120コースまで拡大しています。場合によっては、お話しした担当者が添乗することもあります。企画の原点はお客さまとの対話からできるものと認識しています。
- Q.** 旅行会社としての危機管理について教えてください。
- A.** 外務省のホームページに各地域の危険情報などが掲載されています。JTBとしても国からの情報を基準に判断しています。もし事故などがあった場合は、緊急対策マニュアルが現地、日本、海外それぞれに用意されています。状況に対応したマニュアルとなっていますので早急に対応できる仕組みになっています。
- Q.** 海外旅行は、なぜ時期によって金額の差が大きいのですか。
- A.** 航空会社やホテルの価格がその国のシーズンのオンオフにより細かく設定されているためです。

- Q.** 地域交流ビジネスとは地域活性化や町おこしの事業だと説明がありましたが、広告代理店など（マーケティング会社）と何が違うのですか。
- A.** 広告代理店は新聞広告のPRなどがメインとなっていますが、JTBの地域交流ビジネスは人が交流することで文化や経済が生まれ、その結果地域活性化につながると考えています。JTBは問題の解決策を提示し、独自の旅行商品をつくり、お客さまをお連れする仕組みを持っています。地域が活性化するためには人材が重要です。JTBは、人材育成についてのカリキュラムも持っています。
- Q.** 旅行ガイドについて教えてください。
- A.** ガイドのレベルによって旅の楽しさが変わってしまうため、非常に重要な要素だと認識しています。ガイドについては、現地の各旅行会社のガイドと契約しています。旅行後のアンケートにガイドの評価項目を入れ、再教育や改善を行っています。

参加者からの感想

- ◆田川社長にご同席いただき、自ら自社の経営方針を熱く語られていた姿に感動しました。
- ◆グランドツアーや介護が必要な方のためのツアーがあることを初めて知りました。親戚に体の不自由なものがいるので、紹介してあげようと思いました。
- ◆地域での対話、提案、観光化は地域とともに繁栄する企業として素晴らしい在り方だと思いました。
- ◆観光立国「日本」として世界に打って出るための民間の幹はJTBをおいてほかにはないと思いました。
- ◆JTBの歴史、理念やCSRの取り組み、ビジネスモデルなど、分かりやすくご説明いただき理解を深めることができました。私たち参加者が今度は発信者となり、JTBのPRの一端を担えればと思います。
- ◆個人的にも興味深い旅行業界や、業界を代表する会社について、幅広い話を伺うことができました。特に質疑応答の時間がたっぷりあり、参加者のいろい

ろな質問に丁寧な回答をいただいたので、好奇心が十分満たされ良かったです。

◆「旅」を観光旅行としか認識してなかった気がする私にとっては「旅」の意義を整理し、「旅」の素晴らしさを再発見する機会でもありました。

◆地域交流事業は、今の日本に最も必要とされるアプローチですが、これも言うは易く行うは難しで、大変な努力が必要でしょう。頑張ってくださいと思います。



JTBについて説明を受ける参加者

■JTB ご担当者より

今回、「企業と生活者懇談会」という貴重な機会をいただき誠にありがとうございました。参加者の皆さま方からいただいたご意見、要望をお客さま満足度の向上、地域の発展のためにしっかりと生かしてまいりたいと考えております。JTBを今後ともよろしく願います。

(文責 専門研究員 小池尚也)

■第156回(神奈川 2010年9月30日)

大成建設株式会社 大成建設技術センター

2010年9月30日、神奈川県横浜市戸塚区の大成建設技術センターで、「企業と生活者懇談会」を開催しました。参加した21名の社会広聴委員は、技術センターに関するDVDを視聴後、説明を受けました。その後、センター本館研究棟と実験施設を見学。続いて質疑懇談を行いました。

大成建設から、技術センターの東江隆夫技術企画部長、酒井雅史情報技術室長、経営企画部の島本幸一郎CSR推進室長、環境本部企画管理部の日野隆地球環境室次長、人事部の塩入徹弥いきいき活躍推進室長、広報部の小林修社会貢献推進室長が出席しました。

大成建設からの説明

■技術センターについて

大成建設は、建築・土木を中核に事業を展開するゼネラル・コントラクター（総合建設業者）です。

技術開発部門は1958年（昭和33年）に新設されました。数度の機構改革を経て、現在は「技術センター」として、同社およびグループ会社の建築・土木関連技術の研究・開発を担っています。当初、実験施設は東京都江東区に設置されましたが、その後ここ横浜市戸塚の地に移転し、およそ30年が経ちました。約3万5000平方メートルの敷地に、合計11棟の研究・実験施設が並びます。

技術センターは、建設業の技術開発部門でありながら、建築・土木技術だけでなく、生物、化学といった様々な関連分野の研究にも力を入れているのが特長です。

■技術センターの使命

技術センターの使命は、3つ挙げられます。ひとつは、新しい技術の研究開発と、開発した技術を現場に適用・展開すること。次に、現場・顧客からの緊急の要請に対して、建築・土木だけでなく物理、化学、生

物を含む様々な分野を専門とする研究スタッフの知恵を集結して解決策を提供すること。3つ目は、広くアンテナを張って、先端技術情報、現場・顧客ニーズの変化、さらに異業種で用いられている技術情報を獲得して社内に発信することです。



技術センターについて説明する東江技術企画部長

■技術センターの組織

技術センターは6つの部から構成されています。まず管理部門として、技術施策の立案・推進、数ある研究開発テーマの選定・評価および予算管理などを行う「技術企画部」と、技術の特許と知的財産の管理を行う「知的財産部」があります。

次に研究部門ですが、「建築技術研究所」「建築技術開発部」「土木技術研究所」「土木技術開発部」の計4部です。このように建築と土木それぞれに技術研究所と技術開発部の2種類の部があります。技術研究所は、3～5年程度で新技術の研究開発を行う部門です。一方の技術開発部は、顧客・現場からの課題や要望に対して、最適な解決策を探り必要な技術を提供するなど現場に直結した対応を行うのが役割です。

以上の部門に210名の研究員が配属され、実験・解析の支援要員100名程度が加わり、総勢およそ310名が技術センターで働いています。

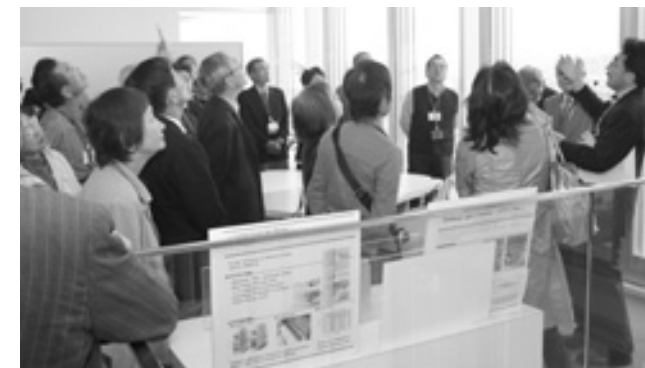
見学の様子

■技術センター研究本館

2007年（平成19年）に、研究活動の創造性・生産性向上や、最新技術のショールームとして外部者の見学も念頭にリニューアルされた技術センター研究本館を見学しました。大幅な二酸化炭素（CO₂）削減と、排出権使用による、業界初の「CO₂ゼロオフィス」でもあります。

リニューアルにより生まれ変わった研究棟前面の増床部分は、同社が誇る超高強度繊維補強コンクリート構造、省エネ全面二重ガラス、さらにフィルムを用いた軽量調光天井システムなどを採用したおかげで、明るく開放的な吹き抜け空間でした。モダンなテーブルや椅子も置かれ、研究分野の垣根を越えてスタッフが集いコミュニケーションを図る格好の場となっているそうです。

建物内部をリアルスケールで疑似体験できるバーチャルリアリティシステムも視聴しました。室内の3D画像だけでなく、気流、日射、照明、音響などの分析結果もあわせて表現されるため、発注者は、室内設計プランを完成後さながらの臨場感をもって事前に比較・検討することができます。建築仕様についての顧客等との合意形成に大いに役立っているとのことでした。



研究本館について酒井情報技術室長の説明を受ける参加者の皆さん

■各種実験棟など

免震構造の情報管理棟の地下で、実物の免震装置を見学した後、屋外に出て研究・実験施設を巡りました。最初に案内されたのは、芝生の鉢が並ぶ温室でした。20年近く日本の気象環境に適した芝生の品種改良に取り組んでおり、その研究成果は建物屋上・壁面の緑化やスポーツ施設に生かされています。環境技術を得意とする同社を象徴する研究施設といえそうです。

次は、温室から一転、巨大な実験棟に移りました。構造物の耐火性能を測る防耐火実験棟、続いて波や潮の流れを再現するための大きな水槽を備えた水理実験棟を見学しました。実験が大きな振動や騒音を伴う場合は、あらかじめ近隣に周知し了解を得たり、実験中に発生する燃焼ガスは浄化した上で排気するなど、近隣や環境にも十分配慮し、実験は進められているとのことでした。

懇談会の概要

- Q. 最も力を入れている研究分野を教えてください。
- A. 環境関連の研究・技術開発に力を入れています。建物単体だけでなく、植栽や建物配置等の解析・シミュレーションなど街全体の省エネ性能向上のための研究も進めています。土壌・水質の浄化技術にも積極的に取り組んでいます。
- 環境のほかには、超高強度コンクリートや、免震・制震技術の研究開発にも引き続き力を入れています。
- Q. 自然環境に配慮した取り組みを教えてください。
- A. 建設機械のエコドライブをはじめとする細かな努力の積み上げによって施工時に発生するCO₂を減らす取り組みをしています。
- 土木プロジェクトも、自然環境に十分配慮して取り組んでいます。ドバイでは海底トンネル工事に先立ち、地元漁師の手を借りて魚を工事エリアから退避させたところ、大いに感謝されました。現地では当初、「日本人は、これ幸いと寿司にして食べてしまうのでは」と思われていたようですが。
- Q. 建設業界の将来性について聞かせてください。
- A. 建設業界は、今後も激しい競争状態が続くと考えています。そのような中、公共工事において価格だけでなく、業者の技術力、経営力を含めて総合評価して落札者を決定する取り組みも始まっています。コンプライアンスの徹底はもとより、高い技術力を備えること、働きやすい環境を整えることなど、多くの観点から総合的に企業が評価されるという最近の産業界の傾向は、建設業界にも当てはまり、求められるようになっていきます。
- Q. 意識している会社があれば、教えてください。
- A. CSRランキング上位の会社は、しっかり利益を上げつつも、各ステークホルダーに十分配慮するというバランスの取れた経営をされていますので、大変参考になります。
- 同業者では、中国のゼネコンの動向が気になります。建設重機の製造部門も擁し社員5万人と大規模の上、事実上の国営です。アフリカのプロジェクトでは3000人規模で乗り込み、彼らが現地でもキャベ

ツが食べられるよう農民まで連れて行ったそうです。こうしたビジネスモデルへの対抗は非常に厳しいものがあると思います。

Q. 戸塚に技術センターがあるメリットは何でしょう。

A. 広い敷地内に必要に応じて徐々に実験施設を増設していくことができました。その結果、現在、必要な施設がすべて整っている状態です。周辺は住宅地となりましたが十分に緑豊かで、研究員にとって大変恵まれた環境だと思っています。

Q. 現場と技術センター間の意志疎通のために留意していることを、教えてください。

A. 建設会社は現場が中心ですから、人事交流を積極的に行っています。研究員として入社した社員も、必ず2～3年は現場に配属しています。技術開発方針を策定する際も、現場ニーズと乖離しないように、本社各部署と連携して決定しています。

参加者からの感想

◆建設は、建築・土木技術はもとより総合技術であることがよく分かりました。永年の企業文化に裏打ちされ、かつ時代の変化に対応されている様子がうかがえました。特に、環境への配慮が興味深かったです。

◆建築・土木に限らず生物・化学などの幅広い生活関連のあらゆる分野にかかわりを持って取り組まれていることを改めて知りました。

◆先日見学したばかりの富士山レーダードーム、羽田D滑走路、2年前に観光したボスポラス海峡（海底トンネル建設中）。これらに大成建設の技術が生かされていると知り、地元住民として誇らしく思いました。

◆新素材の研究や環境を考慮した様々な取り組み、大規模な設備を利用したの耐火、耐震波の実験など、企業努力されている様子を拝見できて、ゼネコンへのイメージが変わりました。

◆「自由闊達」「価値創造」「伝統進化」という大成スピリットが具現化されている堅実な会社だと思いました。

◆企業や施設の概要説明などから、技術に裏打ちされた自信を感じました。そして、次世代へもぜひそのたゆみない技術と誠実さ、信用性を引き継いでほしいと思いました。

◆会社を見学し、懇談すると、その企業に対して愛着がわいてきます。今後は、大成建設を見る目が違ってくると思います。環境重視で工事に取り組んでおられることやコミュニケーションを大事にして身の周りのできることからあきらめずに解決していこうという姿勢を感じ取ることができました。

◆大手ゼネコンとしての、また日本の産業をリードする企業としての姿を垣間見ることが出来ました。工法はもちろんのこと、素材の研究やさらに芝や水など構造物を取り巻く多くの要素の研究まで行われており、とても感心しました。



芝生の研究施設を見学

■大成建設 ご担当者より

このたび、大成建設における「企業と生活者懇談会」が実現し、幅広いステークホルダーとの対話を通じ、相互理解を深める機会に恵まれ感謝しております。参加された社会広聴会員の方々からいただいたご質問やご意見は私どもにとって貴重な情報になりました。また、温かい応援のお言葉も頂戴し勇気づけられました。サステナブルな社会を目指すために、建設業に対する期待は高く、責任の重さを改めて感じました。今後こうした社会貢献活動は継続的に参加し、社会とのコミュニケーションを構築していきたいと思っております。

(文責 主任研究員 小寺隆夫)

「社会広聴会員」からのご意見・ご感想

ネットワーク通信 2010 No.44 秋号 を読んで

「生物多様性に関するアンケート」について

- 意外と生物多様性の内容を知らない人が多いのに驚きました。「エコ」が浸透してきたように、身近なところで一人ひとり何ができるのか、啓発活動が必要だと思います。(60代・女性・愛知県)
- こうして感想を記入している今日から地元の名古屋市で生物多様性条約締約国会議(COP10)が始まりました。地元のニュースでは学生の活動や、子どもたちに向けた企業による環境イベントなど紹介されています。「名古屋議定書」が策定されるということで、期待しています。(30代・女性・愛知県)
- 名古屋市でCOP10が開催されることを、回答者の15%しか知らないとは、ちょっと残念な結果でした。(60代・男性・愛知県)
- 私は日本自然保護協会に加入し、生物多様性については以前から興味を持ち、子どもたちに観察会の場などで説明してきましたが、多くの人その内容を知らないとのアンケート結果を見て、驚きました。(60代・男性・広島県)
- アンケート結果(生物多様性などへの関心の低さ)に驚きましたが、そういう自分も知らないことが多く、反省しています。「人類も自然の一部であり、自然との共生によって生活が成り立っている」ことを忘れてしまったからでしょう。今後、生物に関心を持ち保全していかなければならないと思います。(60代・女性・愛媛県)
- 過去の歴史からも、進化の過程においてある程度の生物種の絶滅は仕方がないと思います。しかし、それが明らかに人為的なものに起因するのであれば、危惧しなければならないと思います。(50代・男性・京都府)

●生物多様性の大切さは知っていましたが、今年が「国際生物多様性年」とは知りませんでした。生物多様性についての教育普及活動をもっと有効に進めるためにも、マスコミへの働き掛けや教育機関との連携を強化して認識を広げ、運動の実効性に結び付けなくてはいけないと思います。(50代・女性・栃木県)

●生物に対して多くの人の関心が低いことが分かりました。多様性のメリットについて、広く理解が必要なのかなと感じます。(30代・男性・神奈川県)

●意外と「生物多様性とは何か」、知られていないのだなと思いました。言葉が少し堅苦しいから、あまり興味を持たれないのでしょうか。別の親しみやすい名称だと興味を引きやすいと思います。(30代・女性・三重県)

●生物多様性について知らない人が多く、驚きました。長い地球の歴史の中で種の淘汰は常に起こってきたことですが、バランスを欠く種の淘汰が起こっている現状、次に淘汰されるのは人間かもしれないという危機感を持つべきだと思います。(40代・女性・東京都)

「企業と生活者懇談会」について

- P&Gは世界80カ国に主要拠点があり、約40億人に商品を提供しているとのこと。世界中の顧客のニーズをくみ取り研究開発をされていること、世界中の消費者から信頼を勝ち得ていることが、この事実から伝わってきます。(40代・男性・埼玉県)
- P&Gのお客さま相談室の最近の傾向だという「男性からの問い合わせの割合が増えている」のは、面白いと思いました。男性が積極的に家事に参加することで、消費財のデザインも変わっていくかもしれません。(40代・女性・茨城県)
- P&Gの「参加者からの感想」欄の中に、「いきいき働く社員の方々の笑顔に、とても元気をいただき…」との感想がありました。こういう会社が、今求められていると思います。(50代・男性・静岡県)

- P&Gの「消費者がボス」というのは、消費者優先を訴え徹底する際に説得力がある言葉だと思いました。(30代・男性・神奈川県)
- 三菱地所の「風の道」「生グリーン電力」など、企業としてゆとりのある発想と、先を見据えた姿勢に感心しました。(50代・女性・山口県)
- 新しい丸の内の街並みは見たことがありますが、三菱地所の開発コンセプトを知ることができたので、そういう観点から見直してみたいです。(50代・女性・滋賀県)
- 三菱地所には土地開発ディベロッパーとしてのイメージしかありませんでしたが、環境配慮の街づくりに貢献されている素晴らしい事業者だと再認識しました。様々な環境配慮の工夫を凝らされている三菱一号館の美術館をぜひ拝見したいものです。(70代・女性・広島県)
- 三菱地所の丸の内の街づくりが世界を視野に入れたの事業であること、計画に際しては時代の変化をあらかじめ考慮して柔軟に軌道修正できる余地を残していることに、感心しました。(70代・女性・福島県)
- 電源開発の事業は国内展開のみならず、世界各地にまで及んでいることを初めて知りました。今後とも世界に向けて効率の良い、クリーンで環境にやさしい電力の供給に寄与することを、期待します。(70代・男性・福岡県)
- 電源開発のことをまったく知りませんでした、こうした会社が日本の経済を支えているのだと思います。(50代・女性・三重県)
- 電源開発の記事から、産業にとって不可欠なエネルギー開発の現状を知ることができました。(40代・女性・三重県)
- 山奥で黙々と働く、電源開発奥清津発電所に携わる方々に、感謝です。(80代・男性・東京都)
- 「インタビュー このまま放置しておく、この国は危ない」について
- マスコミの第一線で活躍されている方が、マスコミについて批判しているのが興味深かったです。(60代・男性・京都府)

- 辛坊さんの「理系の従業員の待遇が諸外国と比べて劣っている」との指摘に賛成です。技術の蓄積のために、官民一体となって 待遇改善のために努力を惜しまないでほしいです。(60代・女性・長崎県)
- 著者の本当に言いたかったところ、あえて誤解されかねない過激な表現としているところなどについて、とても分かりやすく説明されていました。賛同できる内容でもあり、大変参考になりました。(60代・男性・千葉県)
- 日本経済を安定的に成長させること、そしてゆくり過去の借金を返すこと。このことについて国民が共通認識を持つべきという辛坊さんの考えに賛同します。(70代・男性・静岡県)
- 面白いインタビュー記事でした。紹介されていた兄弟での共著もぜひ読んでみたいと思いました。(20代・女性・東京都)

ご意見・ご感想

- 経済広報センターは日本経団連の関連団体と理解しています。その日本経団連自体の活動、施策についてもっと広報されてはどうか。(70代・男性・千葉県)
- 「生物多様性に関するアンケート」調査結果に、COP10の開催日程や議論・協議のポイントなどの見どころが記載してあれば、と思いました。(40代・女性・東京都)
- ご意見・ご感想のところを読むのが、一番楽しみです。いろいろな考え方の人がいることや、同じ事柄に対しても別の視点で考えていることが、よく分かります。(50代・女性・福岡県)
- 道州制講演会に参加しました。内容が多岐にわたり、講師の方が時間内では話し尽くせなかったような印象を受けました。また別の機会がありましたら、参加したいと思います。(40代・女性・熊本県)
- 休日分散化など、以前、社会広聴アンケートで回答したことが、その後広く世間で議論されるようになってくるのを、面白く感じています。(40代・女性・愛知県)

経済広報センターの最近の活動紹介

アンケート結果の掲載記事・報道

「社会広聴アンケート」の結果が新聞などで取り上げられました。

○インターネット利用に関するアンケート (2010年10月調査結果発表)

- 2010年10月7日 産経新聞 朝刊 10面「4人に1人がブログやツイッター」
- 2010年10月7日 フジサンケイビジネスアイ 朝刊 12面「ブログなどで26%情報発信」
- 2010年10月7日 日刊工業新聞Newsウェブ21 (Web掲載)「ネット利用者、4人に1人が情報発信」
- 2010年10月13日 電力時事通信 第6564号 5頁「東京電 自社HPが高い評価」
- 2010年10月19日 電気新聞 朝刊 3面「ウェブ優良企業、東電など高評価」
- 2010年10月21日 日本経団連タイムス 第3017号 4面「『インターネット利用に関する意識・実態調査』結果発表 7割がパソコンを使い頻繁に “ニュース収集”」

○生物多様性に関するアンケート (2010年5月調査結果発表)

- 2010年9月15日 産経新聞 朝刊 21面「生物多様性と向き合う 身近な自然でまず触れて」
- 2010年10月7日 ECO JAPAN (Web掲載 (日経BP社)) 「リスクが見えにくい『生物多様性』は最も難易度が高い環境問題——足立英一郎 サステナブルな視点——」
- 2010年10月31日 北国新聞 朝刊 5面「石川県戦略ビジョン策定が大詰め 生物多様性の浸透が鍵 『トキ羽ばたく』へ7戦略」

道州制シンポジウムを開催

<熊本>

2010年10月26日、熊本市内にて地域主権と道州制を推進する国民会議（日本経団連などの経済三団体）、九州地域戦略会議主催（後援：経済広報センター）で、標記シンポジウムを開催し、「地域主権と道州制」をテーマにパネルディスカッションを行いました。コーディネーターは田川憲生熊本日日新聞社専務取締役。蒲島郁夫熊本県知事、横尾俊彦佐賀県多良木市長、池田弘一日本経団連道州制推進委員会共同委員長がパネリストとして参加しました。地方分権や道州制推進の必要性について、奄美大島の水害対応や九州地方知事会が国の出先機関の受け皿として設立を目指す「九州広域行政機構」など、現時点の問題や具体的な移行策についての議論も交え率直な意見が交わされました。参加者は約400名（うち、社会広聴会員4名）。

<高松>

2010年11月17日、高松市内にて地域主権と道州制を推進する国民会議、四国経済連合会主催（後援：経済広報センター）で標記シンポジウムを開催しました。浜田恵造香川県知事、常盤百樹四国経済連合会会長のあいさつ後、林宜嗣関西学院大学経済学部教授が基調講演。引き続き、「地方の活性化を目指して～道州制がもたらす可能性～」をテーマにパネルディスカッションを行いました。コーディネーターは林宜嗣関西学院大学経済学部教授。小川淳也前総務大臣政務官・衆議院議員、大西秀人高松市長、池田弘一日本経団連道州制推進委員会共同委員長、山下直家四国経済連合会副会長・地方分権特別委員会委員長がパネリストとして参加しました。北海道の高速交通網の現状、道州制特区の進行状況などを踏まえた、地方分権型の国の行き着くべき形としての道州制導入の意義などについて、率直な意見が交わされました。参加者は約270名（うち、社会広聴会員18名）。

道州制講演会を開催

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

<京都 2010年9月29日>

2010年9月29日、京都市内で関西学院大学経済学部の林宜嗣教授による講演会「待ったなしの地域再生—地域主権と道州制—」を開催しました。林教授は、地方経済の現状と地域主権の重要性について解説し、道州制は目的ではなく地域再生の手段であることを強調しました。（参加者25名）

<広島 2010年11月26日>

2010年11月26日に広島市内で青山学院大学経済学部の西川雅史准教授による講演会「市町村合併から道州制へ」を開催しました。西川教授は専門である地方財政の観点から、身近に行われた市町村合併の背景とその効果を解説し、政令指定都市・中核市・特例市・市の増加による都道府県の役割低下や機関委任事務の廃止を背景に、都道府県レベルでの同様な動きとして新たな広域行政や道州制の可能性について論じました。（参加者15名）

東京と大阪で、講演会「温暖化対策、どう変わるあなたの生活」を開催

温暖化対策は国民生活に大きな影響を与えるものであり、国民の理解と合意を得て進める必要があります。そこで、2010年9月16日に東京で、11月2日に大阪で、21世紀政策研究所の澤昭裕研究主幹を講師に招き、標記講演会を開催しました。澤研究主幹は「二酸化炭素（CO₂）排出削減努力は大切だが、日本の排出量は世界のわずか4%。その削減効果は地球全体から見ると限定的だ。世論調査では多くの国民がCO₂排出削減に賛成だが、そのための負担額の大きさ、国際的な法的義務となった場合の厳しい規制への理解が不足している。環境対応型産業によって経済が発展するとの議論もある一方、厳しい削減規制でマクロ経済が落ち込む中で、一部で伸びる産業が出てくるに過ぎない」と述べました。（参加者は、東京：約130名（うち、社会広聴会員23名）、大阪：63名（うち、社会広聴会員21名））。

東京で、「観光立国シンポジウム～わが国観光のフロンティアを切り拓く～」を開催

2010年11月29日、日本経団連、日本商工会議所主催（後援：経済広報センター、観光庁）にて標記シンポジウムを開催しました。竹歳誠国土交通省事務次官のあいさつ後、基調講演に代えてニューツーリズム（従来の名所・史跡見物的な観光に対して、テーマ性が強く、体験的要素を取り入れた新しいタイプの観光）の事例報告が行われました。また、パネルディスカッションは、牧野光朗長野県飯田市長、アートディレクターの北川フラム氏、大曾根健久東京電力環境部自然環境グループマネジャー、布施直人トヨタテクノミュージアム産業技術記念館館長、観光カリスマの山田桂一郎氏をパネリストとして、わが国観光市場の飛躍的な拡大に向けての、今後の経済界の取り組みや、政府・地方自治体に必要な政策について議論しました。参加者は約400名（うち、社会広聴会員39名）。

TOTO株式会社「ステークホルダーダイアログ2010」を開催

TOTOは「TOTOの環境経営への取り組み」をテーマに、「TOTOステークホルダーダイアログ2010」を大阪と東京の2カ所で開催しました。開催日と社会広聴会員の参加者は以下のとおりです。

2010年10月27日 大阪…… 3名（15名） 2010年10月29日 東京…… 3名（16名）
 ※（ ）内は、全参加者数

いずれの会合も、ショールームで環境貢献商品を見学した後、TOTOの新たな環境ビジョン「TOTOグリーンチャレンジ」に関する説明を受けました。その後のディスカッションでは、同社の取り組みに対する様々な評価や、今後のもう一步踏み込んだ活動の提案など、活発な意見交換が行われました。

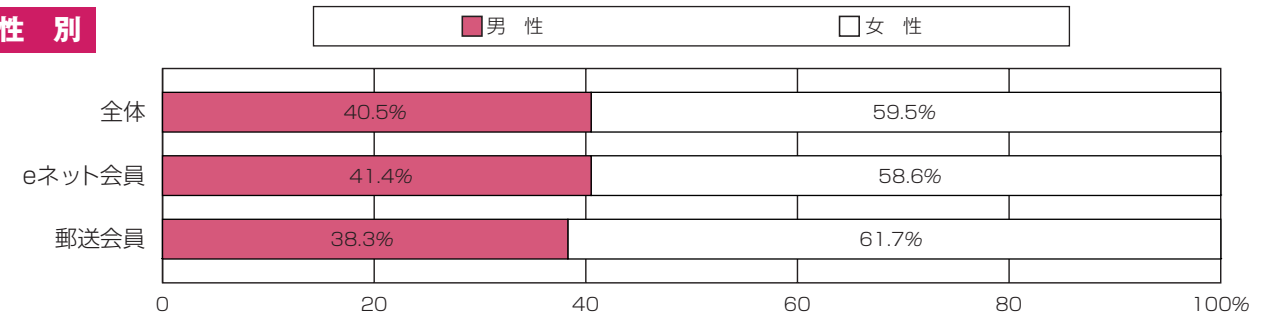
東京と大阪で、日本経団連との懇談会を開催

生活者にとって日本経団連は身近とは言い難い存在のため、社会広聴会員から参加者を募集し、2010年9月2日に東京で、12月9日に大阪で、中村芳夫日本経団連副会長・事務総長／経済広報センター理事長を囲む懇談会を実施しました。参加者から、印象や疑問点をお聞きした後、日本経団連や企業の活動について、具体的な政策提言内容や活動の実態について説明するとともに、表現方法を含むその内容や発表の仕方、広報の在り方について、意見を聞く場となりました。参加者は東京15名、大阪13名。

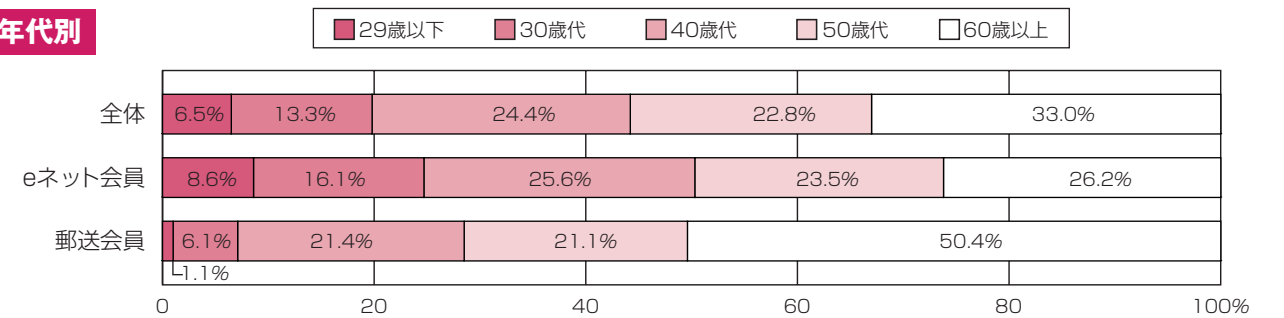
社会広聴会員のプロフィール

社会広聴会員 4407人（うち、eネット会員 3168人、郵送会員 1239人） 2010年11月10日現在

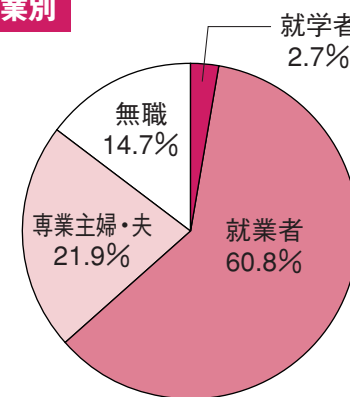
性別



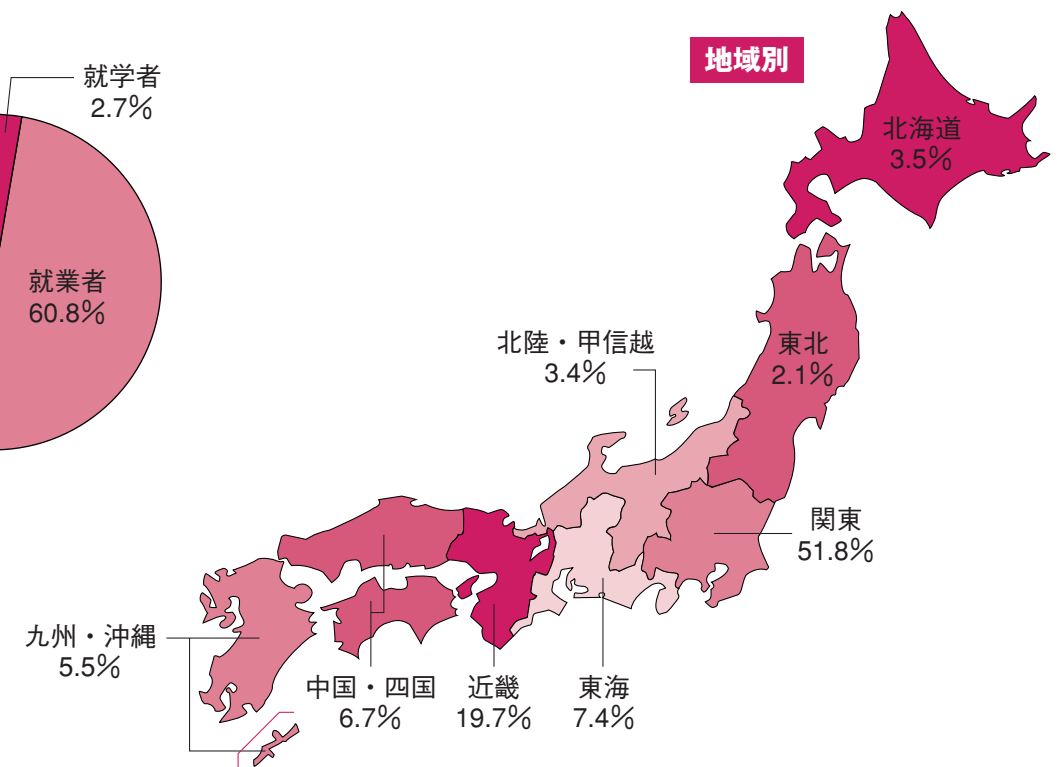
年代別



職業別



地域別



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.php>





表紙のことば

今回のインターネット利用に関する調査では、およそ4人に1人が、ブログやツイッターなどネットを利用して情報発信をしていることが分かりました。今後、スマートフォンやパソコンの使い勝手がさらに向上し、ブログ、ツイッターに並ぶ新しいサービスが普及して、さらに多くの人々が、インターネットを通じて情報を発信・交換することになるのでしょうか。独り占めしておくべき情報をなぜかみんなで共有したくなる、思い出すのもつらい出来事や気持ちなのに誰かに聞かせたい……人が伝えたがるのは、理屈ではなくて本能なのでしょうか。

事務局 ………便り



小寺 隆夫 (後列左)

クリックひとつでどんな書籍も即日宅配される時代ですが、街の大きな書店に出掛けて本を買い求めるのを楽しみにしています。単に買うだけでなく、新刊書から始まり、雑誌、文庫、読めもしない洋書のコーナーまで、店内を隅々まで巡回して、それぞれのコーナーでどんな人が本を探しているのか、確認しないと気が済みません。本ではなく人を見るのが楽しみで来ていると思うことがあります。

那須 寿 (後列中央)

来る2月27日東京マラソン2011が開催されます。毎年夏過ぎになるとダイエットのきっかけにしようと思気込み、第2回からエントリーし続けているのですが、今回もまた抽選漏れとなってしまいました。そしてまた、いつもの秋と同じように「食欲の秋」を十二分に楽しみました。その結果は……いくら運動しても食べる方を抑えないとダメですね、それ以上にお酒も……。

小池 尚也 (後列右)

最近ハマっているものとして、コーヒーがあります。コーヒーと聞いてまず思い浮かぶ効能は眠気覚ましかと思いますが、二日酔いの緩和、筋肉疲労回復、朝が弱い人の寝起き向上、リラックス効果などほかにも様々な健康パワーがあるようです。健康に関して優れたものだと思ってから、私は毎日2～3杯飲むように心掛けています。

三浦 壽夫 (前列右)

年が暮れるとスケジュール帳を買い換えるために文具店に行くのを習慣にしています。最近、電子手帳や携帯電話などでもスケジュール管理ができますが、すぐに書けるし、落書きの要領でレイアウトを自由にでき、そのうえ毎年買い換えてきれいにできるので、私は紙製の手帳を使っています。

スケジュール帳を買い換えると、一年の終わりと新しい年の到来を感じます。

高橋 美香 (前列中央)

今年、アナログ放送が終了します。世の中ますますIT化するような予感がありますが、ITは、あくまで人々が幸せになるための「ツール」。ITに振り回されることなく、賢く使えたらと思っています。とはいうものの、新しい機器が増え、使い方に不安を感じる今日このごろです。そこで、今年ひそかにたてた目標は「ITの分かるアナログ人間になる」。さて、皆さまの今年の目標は？

佐藤 亜矢子 (前列左)

「一富士、二鷹、三茄子」という初夢のことわざがありますが、皆さんは年の始めに縁起を担ぐことはありますか。私は、お正月に、自宅の窓から富士山が見えたら、無事(富士)に一年が過ごせると信じています。もし、元日に見られなければ、2日、2日も駄目なら3日、それも駄目なら七草粥を食べるまでに。ということで、毎年、良い年になると決め込んで、新年を迎えています。



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 / 2011年1月7日