



社会広聴アンケート	「第14回 生活者の“企業観”に関するアンケート」調査結果	1
企業と生活者懇談会	キューピー（愛知）	12
ご意見・ご感想		15
経済広報センターニュース		17

「第14回 生活者の“企業観”に関するアンケート」 調査結果

企業の信頼度は51%

～前回調査より3ポイント増、
否定的な評価を40ポイント上回る～

経済広報センターは、社会が企業をどのように見ているかを調査するため、1997年以来、毎年、生活者の“企業観”を定点観測しています。

今回の調査では、例年同様「企業に対する認識」や「企業に対する信頼度」などを聞いています。また、信頼を勝ち得るための重要事項、企業評価の際の情報発信者の信用度、企業不祥事、商品やサービスを購入する際に重視する内容、購入した商品やサービスに問題があると感じたときにどのような行動を取るかについて調査しました。加えて自分自身や家族が就職する場合に、どのような企業を選ぶ、または勤めるかについても新たに調査しました。

今回の調査結果からは、企業に対する信頼感が前回調査（2009年度）に比べて高まり、企業に対する信頼感が回復を見せているように思われます。生活者にその理由を聞いたところ、「内部告発など不正を許さない体制が企業内部で確立されつつある」や「情報公開が進んでいる」などとの意見が多数寄せられており、一定の評価が得られていることが分かりました。

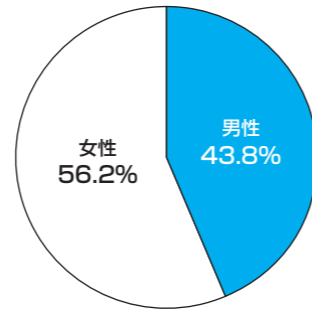
また、「就職先企業の選択」では、企業の将来性や社員の育成、ワークライフバランスを重視していることが分かりました。

調査の概要

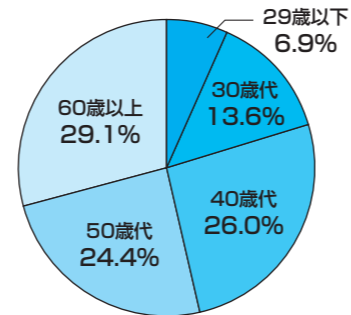
- (1) 調査名称：第14回 生活者の“企業観”に関するアンケート
- (2) 調査対象：eネット社会広聴会員 3161人
- (3) 調査方法：インターネットによる回答選択方式
および自由記述方式
- (4) 調査期間：2010年12月16日～12月27日
- (5) 有効回答：1961人(62.0%)

回答者の属性

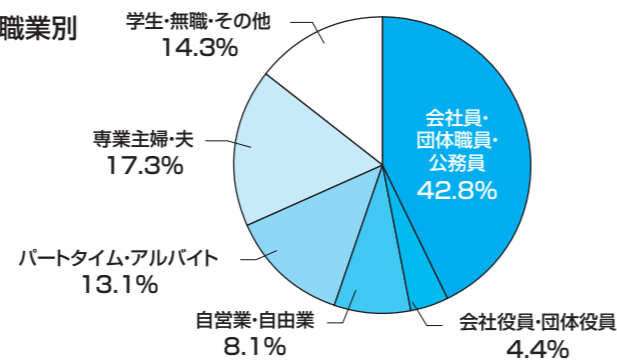
■性別



■世代別



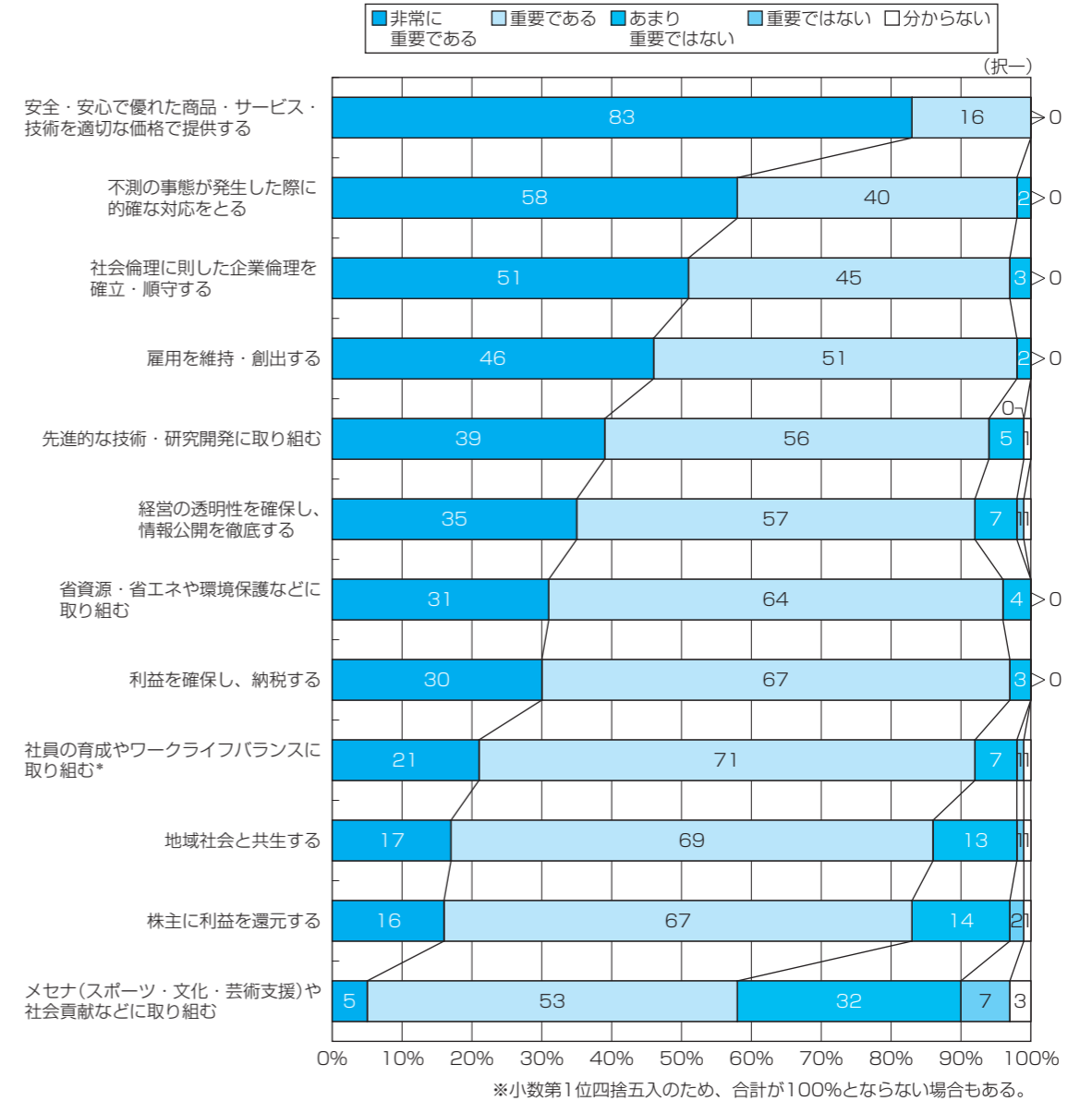
■職業別



1 企業に対する認識

Point 企業は「安全・安心で優れた商品・サービス・技術を適切な価格で提供する」ことが「非常に重要である」が83%

<全体>



*2009年度調査時の選択肢は「従業員の育成や労働条件の向上、働きやすい職場環境の整備に取り組む」

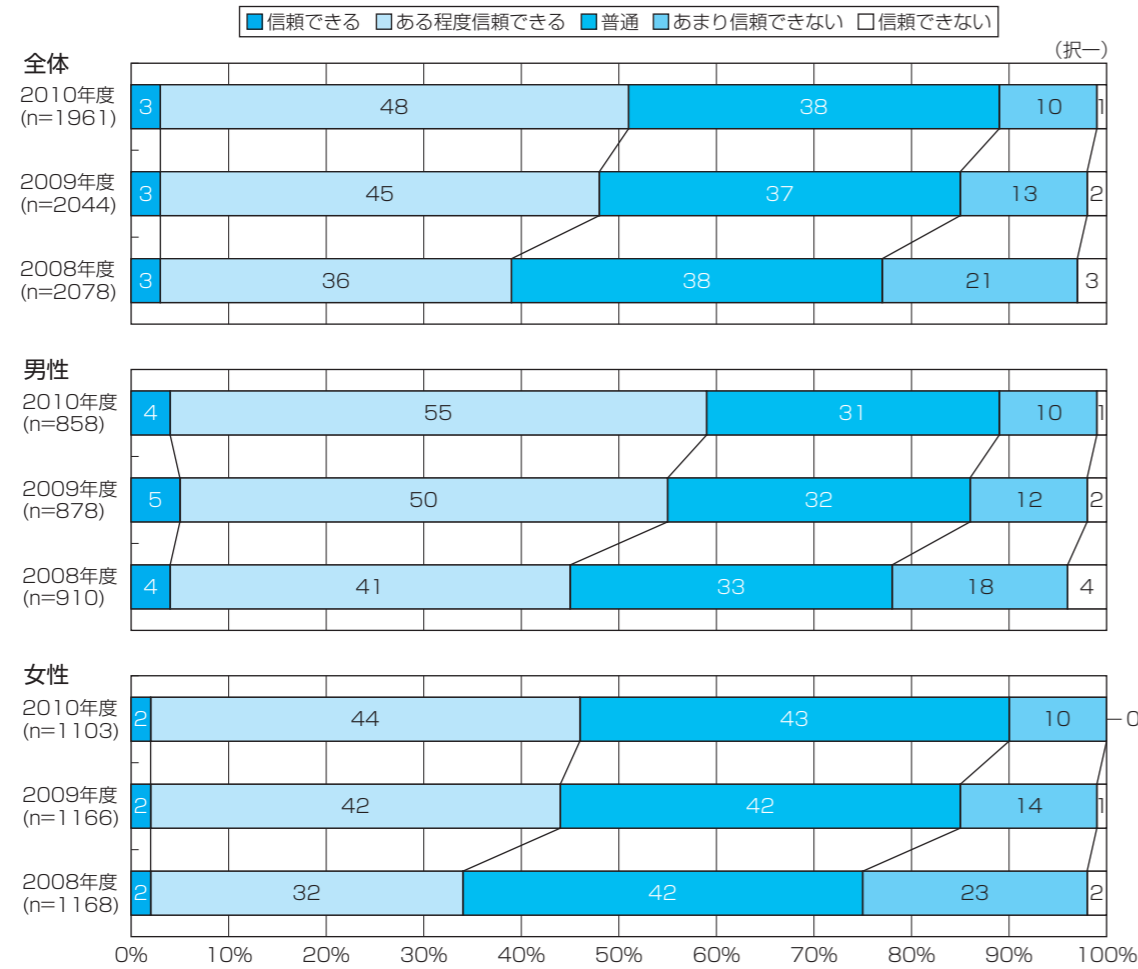
企業の果たす役割や責任について、各項目の重要度を聞いたところ、「安全・安心で優れた商品・サービス・技術を適切な価格で提供する」が「非常に重要である」との回答が83%、「不測の事態が発生した際の的確な対応をとる」が58%、「社会倫理に則した企業倫理を確立・順守する」が51%となった。この上位3つの組み合わせは、第11回調査（2007年度）以降変わっていない。

一方、「社員の育成やワークライフバランスに取り組む」「省資源・省エネや環境保護などに取り組む」は、前回調査（2009年度）よりも「非常に重要である」のポイントが低くなっている。「非常に重要である」のポイントが高くなった項目は「先進的な技術・研究開発に取り組む」「利益を確保し、納税する」で、共に4ポイント高くなっている。

2 企業に対する信頼度

Point 企業に対する信頼度は「信頼できる（信頼できる／ある程度）」が51%で「信頼できない（あまり／信頼できない）」を40ポイント上回る

<年度別・全体・男女別>



生活者の企業活動に対する信頼度(感)は、「信頼できる」が3%であり、「ある程度信頼できる」との回答48%を合わせると、51%が肯定的な評価をしている。なお、前回調査(2009年度)の同評価は48%であり、この1年間で3ポイント高くなっている。2008年度と比べると12ポイント高くなっている。

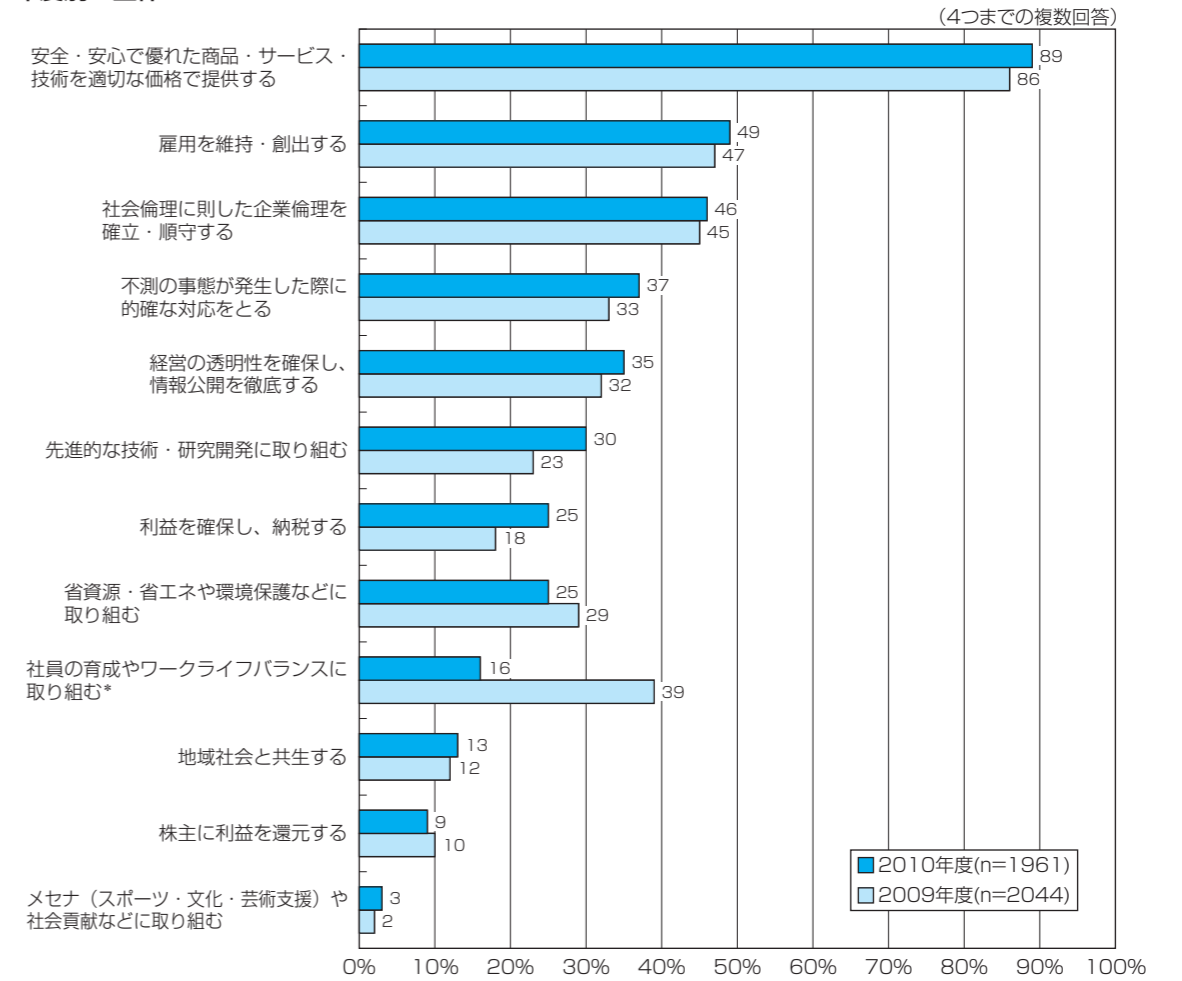
一方、「あまり信頼できない」(10%)と「信頼できない」(1%)を合わせた否定的な評価は11%となり、前回調査(15%)と比べて4ポイント低くなっており、生活者の信頼度は高くなっている。

また、男女別に見ると、肯定的な評価は男性が59%、女性が46%と男性の方が13ポイント高くなっている。この傾向は2008年度から同様である。

3 企業が信頼を勝ち得るための重要事項

Point 「安全・安心で優れた商品・サービス・技術を適切な価格で提供する」が89%

<年度別・全体>



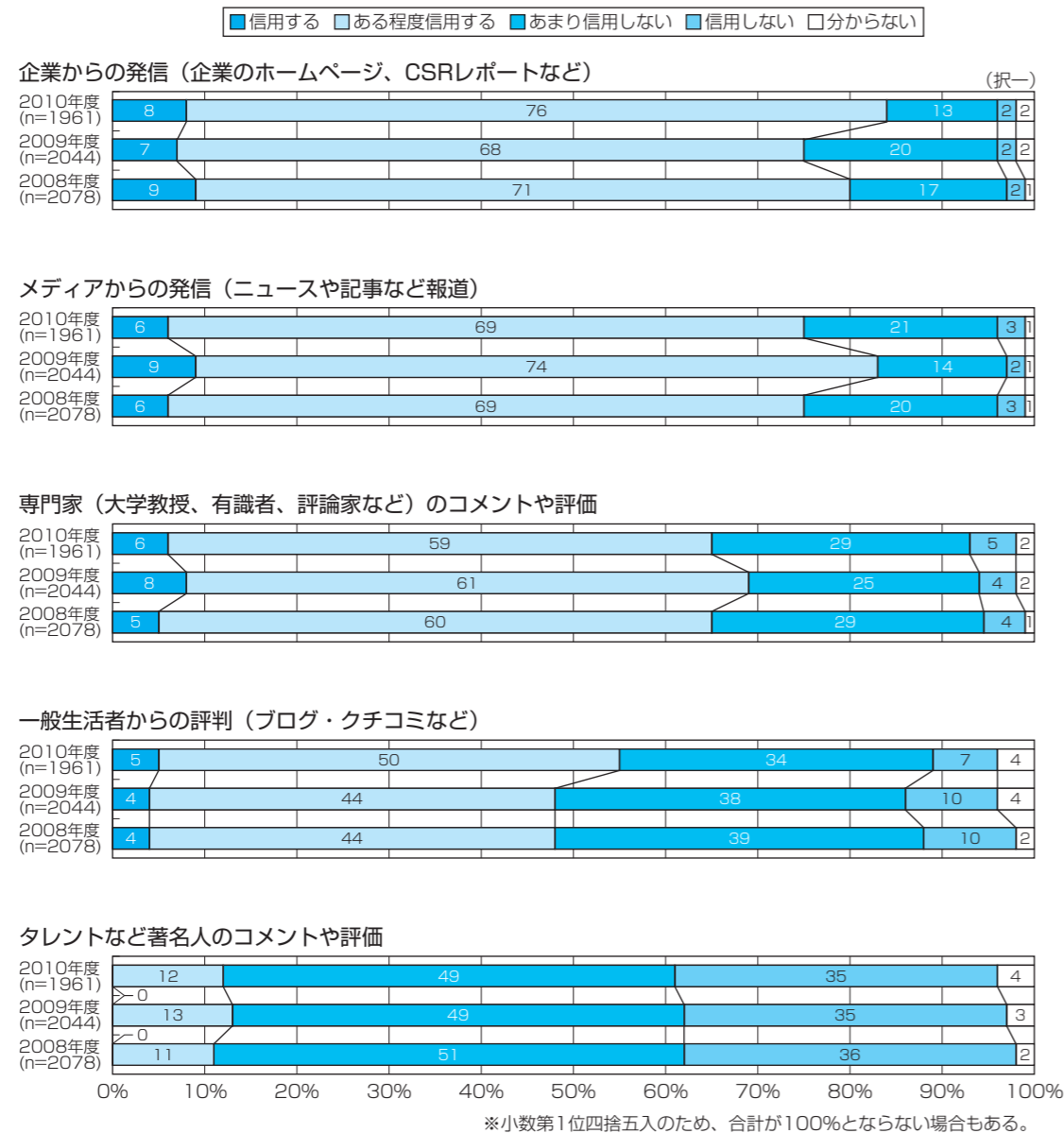
*2009年度調査時の選択肢は「従業員の育成や労働条件の向上、働きやすい職場環境の整備に取り組む」

企業が、社会からの信頼をさらに勝ち得るには何が重要かを聞いたところ、「安全・安心で優れた商品・サービス・技術を適切な価格で提供する」(89%)、「雇用を維持・創出する」(49%)、「社会倫理に則した企業倫理を確立・順守する」(46%)と第1位から第3位までの上位は、前回調査(2009年度)と変わらない。「先進的な技術・研究開発に取り組む」(2010年度30%、2009年度23%)、「利益を確保し、納税する」(2010年度25%、2009年度18%)が、それぞれ7ポイント高くなっている。

4 企業評価の際の情報発信者の信用度

Point 最も信用度が高いのは、「企業からの発信（企業のホームページ、CSRレポートなど）」

<年度別・全体>

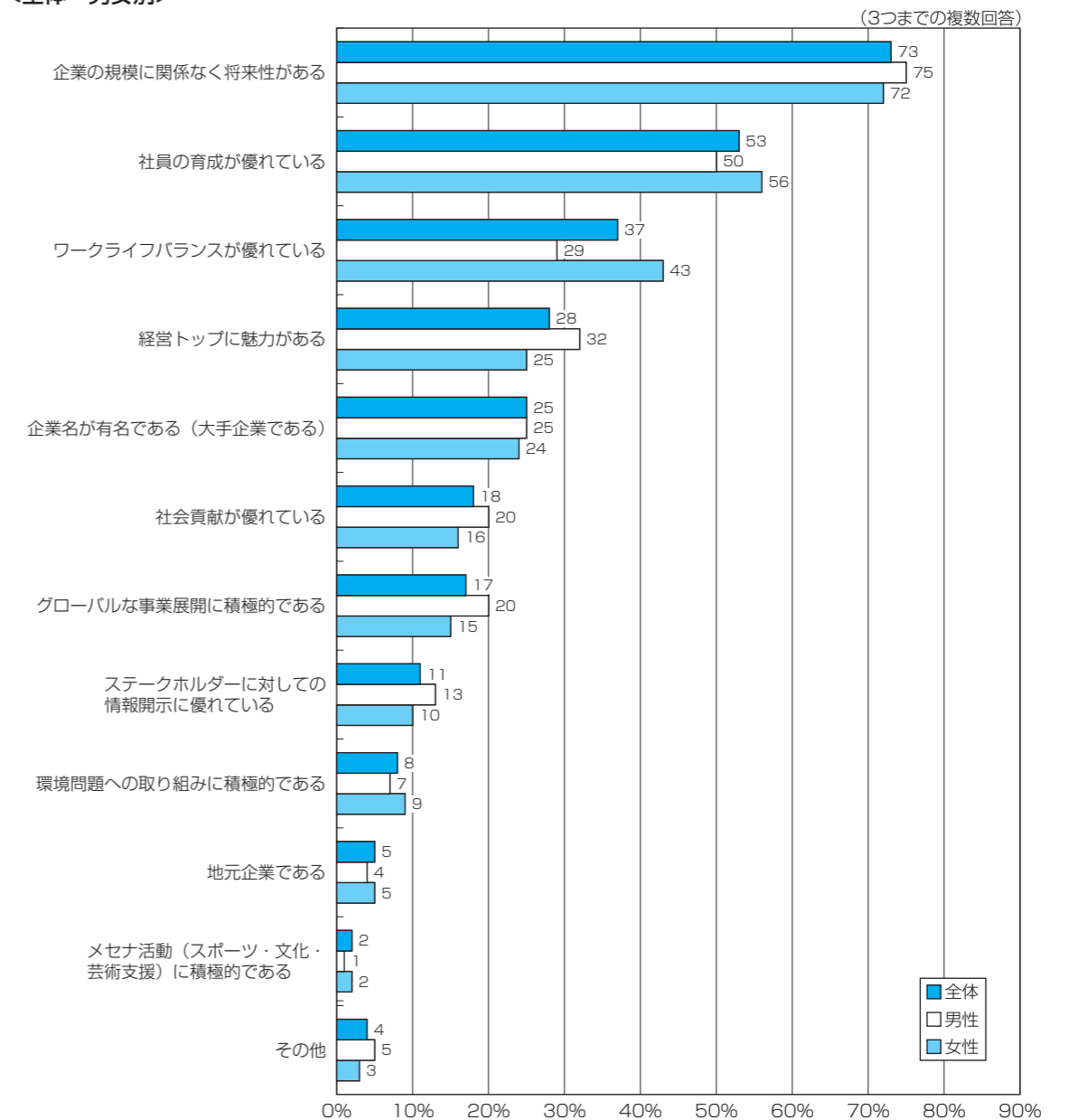


企業を評価する際の情報について、発信者ごとに信用度を聞いたところ、最も信用度が高いのは「企業からの発信（企業のホームページ、CSRレポートなど）」である。「信用する」（8%）と「ある程度信用する」（76%）を合わせた評価は84%となっている。

5 就職先企業の選択

Point 自分自身や家族が就職する場合に、どのような企業を選ぶ、または勤めるかを聞いたところ、「企業の規模に関係なく将来性がある」が73%

<全体・男女別>



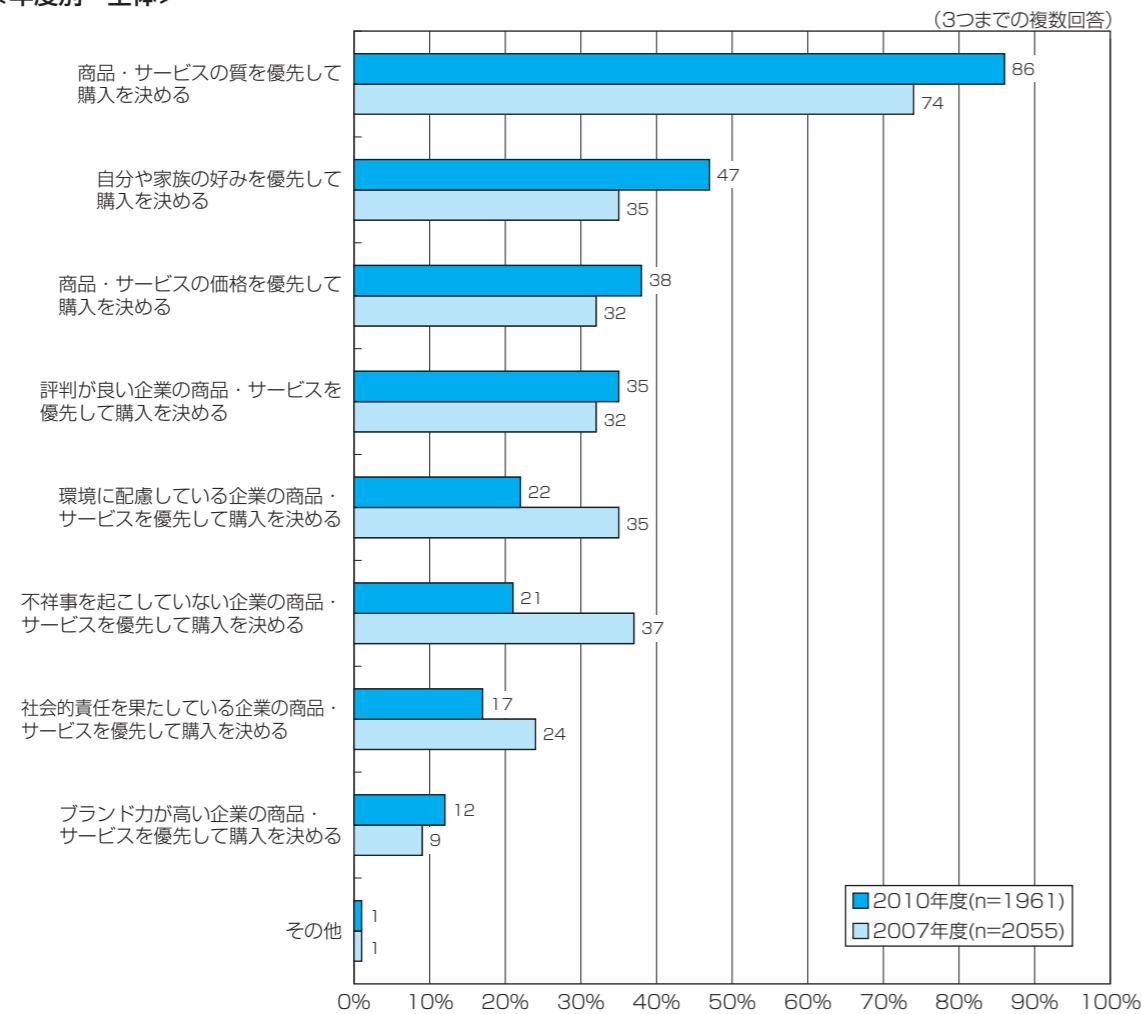
自分自身や家族が就職する場合に、どのような企業を選ぶ、または勤めるかを聞いたところ、「企業の規模に関係なく将来性がある」が73%、「社員の育成が優れている」が53%、「ワークライフバランスが優れている」が37%となった。

男女別で違いがあったものは、「ワークライフバランスが優れている」（男性29%、女性43%）、「経営トップに魅力がある」（男性32%、女性25%）、「社員の育成が優れている」（男性50%、女性56%）、「グローバルな事業展開に積極的である」（男性20%、女性15%）である。

6 商品やサービスを購入する際に重視する内容

Point 「商品・サービスの質を優先して購入を決める」が86%

<年度別・全体>



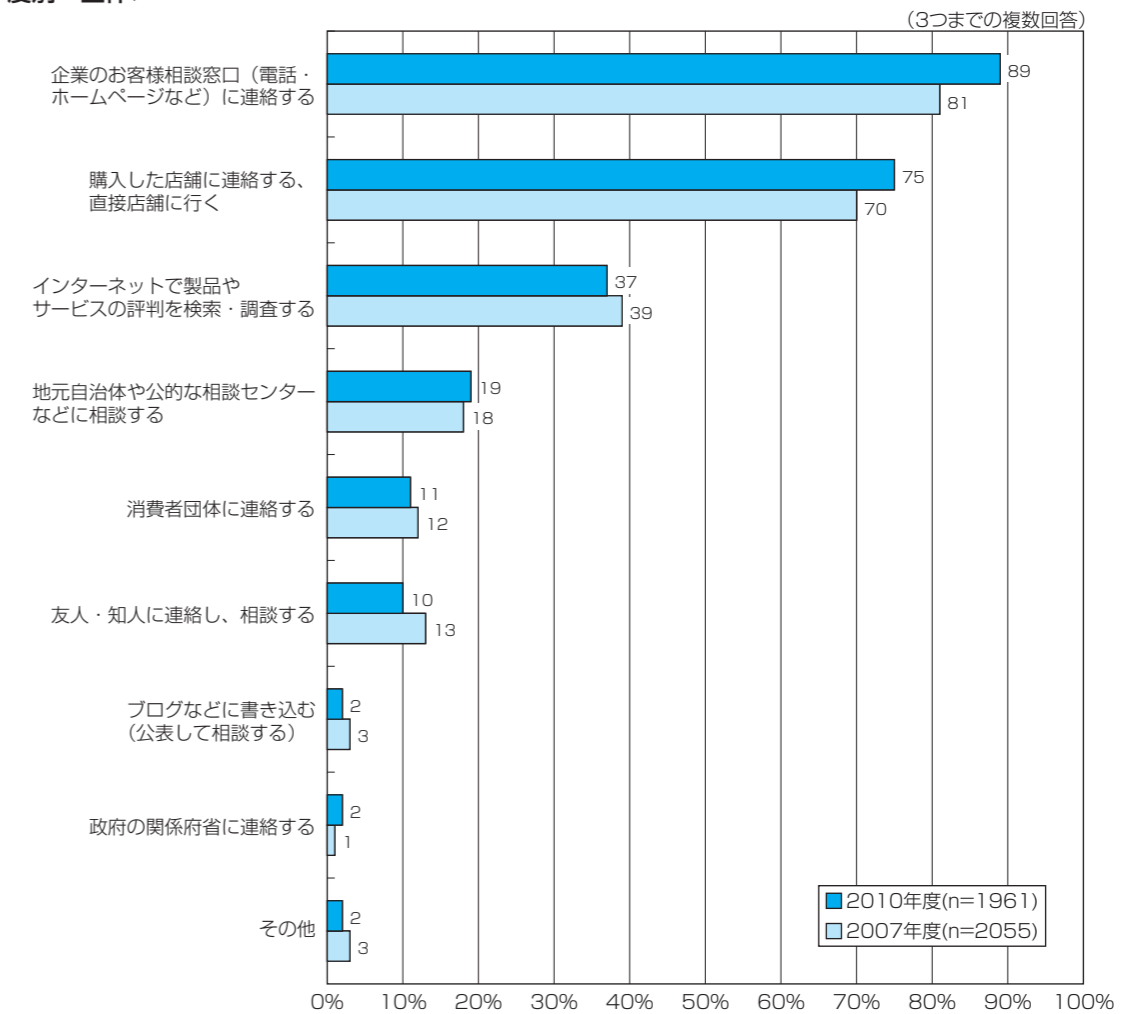
商品・サービスを購入する際、何を重視して決めるのかは、「商品・サービスの質を優先して購入を決める」が86%と突出し、同じ質問をした前回調査（2007年度）同様、多くの生活者が重視していることが分かる。前回調査よりポイントが高くなったのは、「商品・サービスの質を優先して購入を決める」（2010年度86%、2007年度74%）、「自分や家族の好みを優先して購入を決める」（2010年度47%、2007年度35%）で、それぞれ12ポイント高くなっている。

一方、「不祥事を起こしていない企業の商品・サービスを優先して購入を決める」（2010年度21%、2007年度37%）は16ポイント、「環境に配慮している企業の商品・サービスを優先して購入を決める」（2010年度22%、2007年度35%）で13ポイント低くなっている。

7 購入した商品やサービスに問題があると感じたときに取る行動

Point 「企業のお客さま相談窓口（電話・ホームページなど）に連絡する」が89%

<年度別・全体>

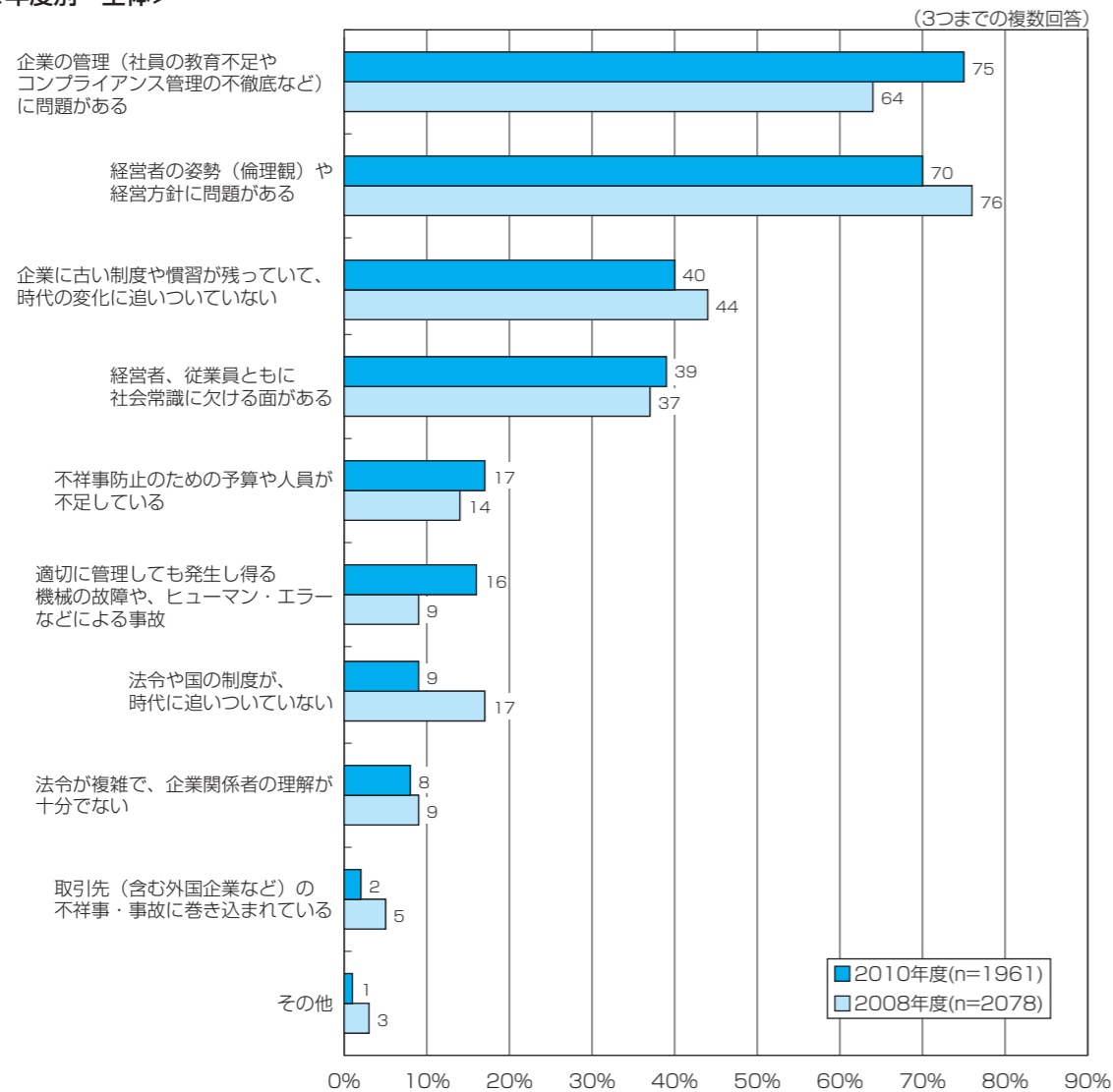


購入した商品やサービスに問題があると感じたときに取る行動について、同様の質問をした前回調査（2007年度）と比較したところ、第1位「企業のお客さま相談窓口（電話・ホームページなど）に連絡する」、第2位「購入した店舗に連絡する、直接店舗に行く」、第3位「インターネットで製品やサービスの評判を検索・調査する」、第4位「地元自治体や公的な相談センターなどに相談する」と上位の順位は変わらないが、「企業のお客さま相談窓口（電話・ホームページなど）に連絡する」（2010年度89%、2007年度81%）、「購入した店舗に連絡する、直接店舗に行く」（2010年度75%、2007年度70%）で、前回調査よりポイントが高くなっている。

8 企業不祥事の原因

Point 「企業の管理（社員の教育不足やコンプライアンス管理の不徹底など）に問題がある」が75%

<年度別・全体>

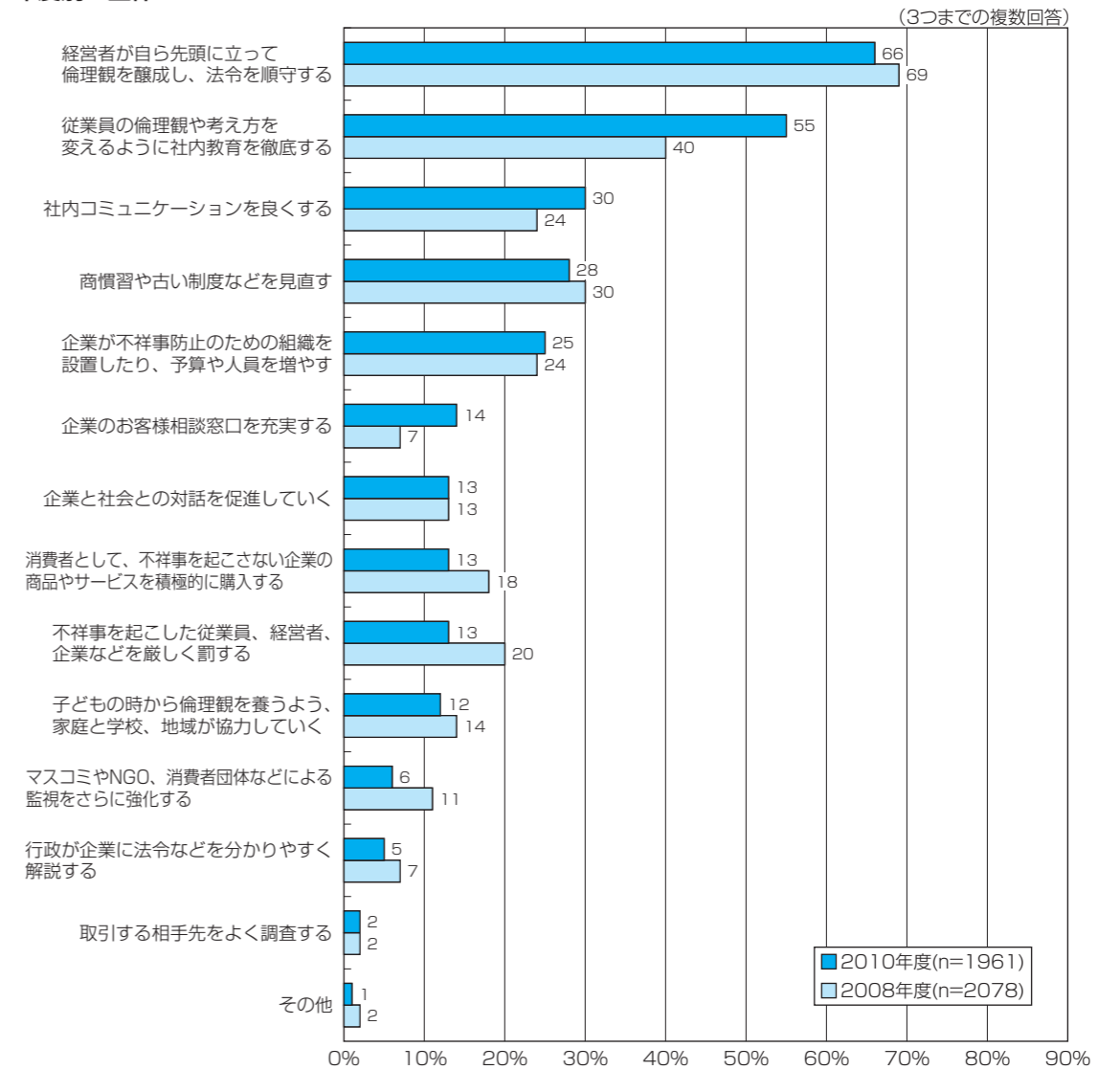


生活者が考える企業不祥事の原因としては、同様の質問をした前回調査（2008年度）で第2位だった「企業の管理（社員の教育不足やコンプライアンス管理の不徹底など）に問題がある」が75%と11ポイント高くなり、第1位となった。前回調査第1位だった「経営者の姿勢（倫理観）や経営方針に問題がある」は70%と6ポイント低くなり第2位となった。次いで、「企業に古い制度や慣習が残っていて、時代の変化に追いついていない」が40%と4ポイント低くなったものの、前回調査同様、第3位だった。順位に大きな変化がないものの、「適切に管理しても発生し得る機械の故障や、ヒューマン・エラーなどによる事故」が7ポイント高くなり（2010年度16%、2008年度9%）、「法令や国の制度が、時代に追いついていない」は、8ポイント低くなる（2010年度9%、2008年度17%）など、企業不祥事の原因が変化していると見られている。

9 企業不祥事の防止策

Point 「経営者が自ら先頭立って倫理観を醸成し、法令を順守する」が66%

<年度別・全体>



企業不祥事を防止するために取り組むべき防止策は、同様の質問をした前回調査（2008年度）と比べ、第1位「経営者が自ら先頭立って倫理観を醸成し、法令を順守する」（2010年度66%、2008年度69%）と第2位「従業員の倫理観や考え方をえるように社内教育を徹底する」（2010年度55%、2008年度40%）の順位に変化はなかった。第3位「社内コミュニケーションを良くする」（2010年度30%、2008年度24%）が6ポイント上昇し、第4位から第3位となった。社内コミュニケーションの大切さが求められていると思われる。

また、「企業のお客さま相談窓口を充実する」（2010年度14%、2008年度7%）が7ポイント高くなっている。

企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆就職活動を始めた大学生です。企業の方の話を聞き、消費者に対する社会的信頼の維持や向上は、企業自体が成長していくためにも本当に大事なものであると痛感しています。私自身もそういったことを意識して働けたらいいと考えています。
- ◆一般的通念を社員に説くよりも、会社は何をすると社会的信頼を失うかなどの具体的事例を学ぶと、より良いのではないのでしょうか。自らに起こり得ることと感じられないと、個人の考えはなかなか変わりません。
- ◆企業のトップが講演会を開いたり、消費者の思いを聞いてくれる場をつくと双方の理解が深まり、より信頼できると思います。
- ◆企業内の文化が社会の一般的な常識や感覚とずれていないか、企業は常にオープンな姿勢で社会と対話すべきです。

30歳代の意見・感想

- ◆何かがあったときには、速やかにその内容を発表する。一方で消費者やマスコミも過剰な反応をせず、冷静に受け止め、企業の真摯な姿勢を受け止めるような行動を取ることが大切だと思います。
- ◆自分の生活のことだけでなく、誰かの喜びなどを想像して働くことができる労働者や経営者を増やすために社員の意識を変えていくべきだと思います。
- ◆だんだん社会の目が厳しくなり、古き良き時代に戻ることはできないのかと残念な気がします。社会全体の目が厳しくなることは、その反面で、社会全体が萎縮してしまう負の面も大きいと思っています。
- ◆コスト削減が主眼になり、社員教育に掛けるお金を削り過ぎています。長期的な視野に立った人材育成を望みます。

40歳代の意見・感想

- ◆いろいろな意味で厳しい現実の中、企業も厳しい運営をしていると思います。こういう時だからこそ、本業

に徹し、より良いもの、サービスを生み出してほしいです。どんな不況に陥っても、本物は残ると思います。

- ◆最近人間関係が希薄になってきたように思います。経営者と従業員、従業員同士の信頼関係をもっと重要視するべきだと思います。
- ◆社員教育を徹底して、一人ひとりの人格を高めることや経営者の倫理観がしっかりしていることが大切だと思います。
- ◆信頼を得るには、やはり人としての心、倫理観だと思います。企業も経営者や従業員など、人々の集まりであり、同様と考えます。

50歳代の意見・感想

- ◆社会的信頼の構築には時間とコストがかかります。企業市民としての姿勢は、経営陣の能力によることも大きいと思いますが、消費者として企業を育てていくという視点も必要だと思っています。
- ◆トラブルに対処する部署が社内には必要ではないでしょうか。トラブルを隠ぺいせず、全体で対処しようとするシステムが必要だと思います。
- ◆世界的な企業ほど競争も激しく、本当に大変だと思いますが、利潤の一番になることを目指すのではなく、信用の一番を目指す姿勢が最も大切だと思います。規模が大きくなることで、生まれるデメリットがあることを考えていくべきだと思います。

60歳以上の意見・感想

- ◆お客さまの声を吸収して対応していくことが大切だと思います。お客さまはわがままですが、千差万別の考え方を企業は吸収して対応すればよいと思います。
- ◆きちんと管理しても事故は起きることがあります。起こさない努力と同時に起こした場合の対応の迅速さと誠意が企業イメージを決定すると思います。
- ◆社内における意思疎通を良くし、従業員の考えを上司が常に把握して、上から下まで自由に意見を言えるような開かれた会社組織にしていくことが大切だと思います。

(文責 専門研究員 小池尚也)

企業と生活者懇談会

	開催日	開催地	協力企業
第160回	2011年2月15日	愛知県豊田市	キューピー <small>こるも</small> 挙母工場

3月15日の大王製紙・三島工場（愛媛県）、3月18日の日清オイリオグループ・横浜磯子事業場（神奈川県）での開催は、事情により中止いたしました。ご参加を予定されていた社会広聴会員の皆さまに、あらためておわび申し上げます。

■第160回（愛知 2月15日）

キューピー株式会社 挙母工場

2月15日、愛知県豊田市のキューピー挙母工場で、「企業と生活者懇談会」を開催しました。生活者22名が参加しました。同社および挙母工場の概要、マヨネーズの製造工程について説明を受けた後、マヨネーズ・ドレッシングの製造工場を見学し、質疑懇談を行いました。キューピーから、挙母工場の上田敏哉工場長、村中優佳氏、広報室の堀池俊介部長、山口ルリ子氏が出席しました。

キューピーからの説明

■キューピー、挙母工場の概要

創始者の中島董一郎が1919年（大正8年）に設立した食品工業（株）が当社の前身です。1925年（大正14年）には国産初のマヨネーズとなるキューピーマヨネーズを発売しました。1957年（昭和32年）、社名をキューピー（株）に変更しました。現在、当社は、国内マヨネーズ市場の約60%、ドレッシング市場の50%弱に当たる商品を提供しています。

ここ挙母工場は、1959年（昭和34年）1月の稼働で今年で53年目を迎えました。現在、約370名の従業員が働き、マヨネーズ、ドレッシングなど計229種類の商品を製造しています。



挙母工場について説明する上田工場長

■品質を守る人づくりと仕組みづくり

お客さまに安全、安心な商品をお届けするために力を入れているのは、品質を守るための人づくりです。従業員全員が一つひとつの作業をおろそかにせず遂行し続けるためには、「なぜこの作業をやらなければならないのか」という疑問を決してそのままにしないことが大切です。作業の目的を深く理解できるよう、従業員同士が十分にコミュニケーションできる職場環境の維持や従業員教育・研修の充実に努めています。

人を支援するシステムや仕組みの整備も重要です。自社開発したFA（ファクトリー・オートメーション）システムは、製造工程で起こるミスをなくすためのシステムです。かつて、ドレッシングのように様々な原料を必要とする商品は原料の小分けや配合の過程でヒューマンエラーが起こりがちで、担当する従業員の心の負担も大きかったのです。こうした配合事故の未然防止と従業員の不安の解消を図るべく、1983年（昭和58年）にFAシステムを開発し、拡充を続けてきました。

システムは、原料名、製造者、賞味期限、内容量などを管理・記録しており、小分け・配合などの作業の都度、二次元コードのスキャンを通じて担当者の作業

内容をチェックし、トラブルを未然に防ぎます。例えば、小分け袋に塩を詰めるべきところ、担当者が誤って砂糖の原料袋を持ち出してきて詰めようとして砂糖袋に張られた二次元コードをスキャンさせると、システムがエラーを表示し自動的に作業が中断します。

このFAシステムをもとにして、ベビーフードなどにトレーサビリティシステムも実現しています。商品には、QA（クオリティアシュアランス）ナンバーが印字してあります。このQAナンバーとトレーサビリティシステムにより、どこの工場のどのラインでいつ製造されたかを5分単位で、さらには原料がどの会社からいつ納入されたものかなどを、すぐに確認できるようになっています。

そのほか、パスワードによる各現場の入室管理や、異物が混入していないことを連続的にモニタリングするための「ろ過器」を工程中に設置するなど、品質を守るための様々な仕組みを導入しています。

見学の様子

■マヨネーズ・ドレッシングの製造工場見学

マヨネーズの主原料である卵の黄身を取り出す割卵の工程から始まり、マヨネーズ・ドレッシングの充填、箱詰めへと続く工程を見学しました。

中でも割卵工程が印象的でした。円筒形の割卵機が目が回るようなスピードで回転しながら、1分間に600個ものペースで卵を割り、卵黄を取り分けていきます。一方で停止・洗浄中の割卵機もありました。一定時間ごとに止めて洗浄し、さらに一日の作業が終了した後も部品を一つひとつ分解・洗浄することにより、衛生管理が徹底されています。

現在、日本で生産される卵の約9%がキューピーの商品に生まれ変わっていますが、卵黄、卵白以外の部



割卵機の仕組みを理解

位もすべて有効活用しているそうです。見学コースでは、卵殻を活用してできたチョークや壁紙なども紹介されました。

懇談会の概要

Q. 多様化する嗜好に応えるための取り組みについて教えてください。

A. 一人でも多くの人の嗜好に合うよう常に工夫を重ねることが大切だと考えています。実はマヨネーズは、年々少しずつ味を変えています。発売当時は生野菜を食べる習慣がなく「かに缶」などに合わせる調味料として売り出したためマスタードの風味がとても強いものでした。日本人の食嗜好・食生活の変化に応じてマヨネーズも変わっているからこそ、「ずっと変わらず同じ味でいいですね」と評価していただけるのだと考えています。

Q. 鳥インフルエンザへの対策を教えてください。

A. 卵は、割卵後に、鳥インフルエンザウイルスやサルモネラを死滅させる条件で加熱殺菌を行っています。鳥インフルエンザウイルスが万一マヨネーズに混入しても30分で不活性化するというのも、大学との共同研究により確認しています。

また、どの地域で鳥インフルエンザが発生しても、卵を原料とするマヨネーズなどの商品の生産・販売に支障をきたさないよう、卵の代替調達先・調達計画を整備しています。

Q. 商品数について教えてください。

A. 業務用を含めて4000~5000種類になります。業務用・家庭用、または内食・中食・外食と、バランスよく展開していることが当社の強みです。例えば、シーザーサラダドレッシングを日本に定着させたのは当社といわれていますが、90年代にまず外食向けにシーザーサラダを展開した後で、2000年代から家庭用ドレッシングとして販売しました。

Q. 社会貢献活動について教えてください。

A. 教育、食育の分野を中心に、長く継続して取り組んでいます。ベルマーク運動は1960年（昭和35年）の開始当初から協賛してきました。オープン

キッチン（工場見学）は、小学生の社会科見学として1961年（昭和36年）から始まりました。当時、工場見学を受け入れる会社は非常に珍しかったそうです。最近注力しているのが、食物アレルギーへの取り組みです。例えば、卵アレルギーを改善する研究、アレルギー特定原材料等25品目を使わないベビーフードの商品化です。食物アレルギーを啓発するDVDを作成し保育園、保健所などに無償で配布する活動も展開しています。



質問に答える堀池広報部長

Q. ドレッシングの商品開発について教えてください。

A. ドレッシング単体ではなく、新しいサラダやメニューを紹介した上で「こんなドレッシングが合いますよ」と提案する形で進めています。また容器についてはユニバーサルデザインを一層追及していきます。このたび「ヒネルキャップ」という新しい容器を開発しました。外蓋を閉める方向に音がするまで回すと中栓が簡単に開きます。中栓のプルリングを取る際の手間や手の汚れに悩まされることなく開封することができます。

Q. かわいいパッケージが評判の、瓶入りのマヨネーズについて教えてください。

A. 中身はボトルタイプと同じです。賞味期限が1年と、ボトルタイプの10カ月に比べて長いのがメリットです。根強いファンがいらっしゃるため、挙母工場でも少量ですが生産を続けています。

参加者からの感想

◆マヨネーズ容器が、酸化防止のため三層構造になっていることに驚きました。厳しい原材料チェックや

製造過程の衛生管理、安全安心への心掛けを知り、キューピーへの信頼を深めました。

◆創始者中島董一郎氏のDNA（常に消費者に目を向けた姿勢）がしっかり継承されているようで、ますますキューピーファンになりました。

◆割卵、充填・窒素置換などの工程について実物の機器や容器を用いて説明いただき、それらに触ることもできたので分かりやすかったです。

◆道義と品質を守る誠実な人材を育てることの大切さを理解し実践していることは、素晴らしいと感じました。

◆品質や衛生管理のお話を伺い、より一層安心と信頼を得ることができました。また、懇談会で教えていただいたとおりにマヨネーズを入れてホットケーキを作ってみたところ、ふんわり焼き上がり、家族にも大好評でした。

◆わが家の食卓で毎日接しているキューピーマヨネーズやドレッシングなどが、どのように作られ、品質販売管理がなされ、安全、安心な食品として全国各地に出荷されているかを知る大変貴重な機会でした。工場見学を「オープンキッチン」と名付けて公開する姿勢は、まさに安全、安心の自信の表れだと思います。

■キューピー ご担当者より

私たちは今、ユニバーサルデザインに力を入れています。もともとなっているのはお客様相談室にいただいたお客様の声で、表示を見やすくする、開封しやすくするといった工夫を重ねています。同じように、今回の生活者懇談会など生活者と直接対話ができる場を大切にしたいと思っています。私たちも生活者の視点を知り、自身の向上につなげていくことができるからです。このたびは、誠にありがとうございました。

（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 2011 No.46 春号 を読んで

「観光に関するアンケート」について

- 観光旅行の情報入手源として「インターネット」を挙げる回答が約8割もの多数を占めていることに時代を感じました。(30代・男性・沖縄県)
- 震災でずいぶん多くの外国籍の方が帰国され、外国人観光客も減りました。私たちの生活も一変しましたが、そう遠くない日に復興した東北地方を訪れるのを心待ちにしています。(40代・女性・東京都)
- リーマンショック以降の景気低迷の影響からか、海外旅行の回数が減少しているのが気掛かりです。さらには、今回の東日本大震災で、観光面は言うに及ばず、あらゆる面で受ける影響が心配です。(70代・男性・青森県)
- 休息時間が減っているため、観光旅行に行けずいます。日本の場合は強制しないと、休暇取得ひいては観光の振興は難しいのではないかと感じます。(30代・男性・神奈川県)
- 外国人観光客の受け入れについて「増えてほしくない」「どちらともいえない」が増えていることが意外です。経済効果や、異文化間の相互理解促進のため、外国人観光客の増加を図るべきだと考えます。(60代・女性・福岡県)
- 90%の人が年1回以上国内旅行をしているという結果は意外でした。不景気でも工夫して旅行に出掛けているとは、心のゆとりを忘れていないようであり、少し安心しました。震災で消費行動が自粛されるとのことですが、一日も早くゆとりを取り戻してほしいと思います。(50代・女性・広島県)
- ニューツーリズムへの関心の高さが印象的でした。温泉ばかりに目が向いてしまう自分にとって、初めて聞くニューツーリズムとは、発見でもありました。(40代・女性・茨城県)

- 夫婦でお城を見にマイカーで全国を巡っていますが、平日の観光地は閑散としています。休暇分散化制度を、実験的に地域限定で実施してほしいと思います。(60代・女性・千葉県)
- 大震災以来、観光の在り方も変化せざるを得ないと考えています。残念ながら、被災後の今は、アンケート結果は「過去のもの」としか目に映りません。科学技術についての信頼もまた、大きく揺らいだのを感じます。(50代・女性・栃木県)

「科学技術に関するアンケート」について

- 最近になり、科学技術への興味、関心が高くなりました。ここ数年は、進歩・発展が望まれる第1位に挙げられた医療分野の技術の進歩を特に感じます。今後も期待したい分野だと思いました。(20代・女性・東京都)
- 今回の東日本大震災による、福島原子力発電所の事故、東京都心の交通混乱を謙虚に反省し、防災、安全科学技術、都市計画の目指す方向について、より高いレベルで、有識者による新たな議論が始められることを期待します。「想定外」で片付けることのない長期的、総合的な計画が求められています。
- 意見・感想欄にもありましたが、ノーベル賞受賞のときだけでなく、常に科学技術についての知識を得る機会があると良いと思います。(30代・女性・神奈川県)
- 科学者、技術者の持つ能力や知識がより尊重され、国により科学技術振興に向けた多くの対応策が検討されるようになればと感じます。まずは、子どもの学力低下を食い止めることが大事。考える能力を身に付けられるような教育改革から始めてほしいと思います。(40代・女性・大阪府)
- 原子力発電所、放射性物質について、専門家、電力会社には、分かりやすい情報を一般の市民が入手できるように情報発信の仕方を工夫してほしいと感じています。(30代・女性・愛知県)

- 日本の科学技術水準は高く、その応用・利用が日常生活を豊かにしてくれていますが、今回の原子力発電所の事故や東日本大震災への対応状況を見るに、「危機対応」「安全管理」の観点が軽視されているのでは、と強く感じます。(70代・男性・東京都)
- 資金も時間もかかり、その割には成果が目に見えてこない……そんな研究活動をどれだけ我慢して支援できるかというところに、国の度量が測られるような気がしてきました。(50代・男性・神奈川県)

「企業と生活者懇談会」について

- 西部ガスの「天然ガス自動車は長距離を走る大型車で強みが発揮できるため、大型車を中心に普及が進み、小型車中心の電気自動車などは棲み分けながら増えてゆく」との説明が、興味深かったです。(40代・女性・福岡県)
- 西部ガスが、天然ガスの安定的な確保に向けて、様々な努力をしていることが、よく分かりました。(70代・男性・神奈川県)
- 過去の懇談会でも度々ガスと電気の違いが紹介されてきましたが、電力不足の状況下にある今こそ、エネルギーのベストミックスの重要性や、エネファームや太陽光発電といった自家発電の技術・仕組みの重要性を強く感じました。(40代・女性・東京都)
- 最近、ガスコンロを買い換えました。西部ガスの説明にもあったように、上面はガラストップの採用で汚れが落ちやすく、ランプの点滅や音声アラームで安全利用を意識させてくれ安心です。蓄電技術を一層高めた未来志向の「創エネ」製品の開発にも期待しています。(70代・女性・新潟県)
- スポーツ用品、タイヤなどでお世話になっている住友ゴム工業は大好きな会社です。これからも環境や人にやさしい素材としてのゴムおよびゴム製品の創造に頑張ってくださいと思います。(40代・女性・東京都)
- どれも同じように見えるタイヤですが、想像を超える様々な技術研究の成果であることに驚きました。また、災害ゼロを目指す強い姿勢、環境への配慮などに、住友ゴム工業の良心が伝わってきます。白河工場は被災地に立地するので心配です。早期の復旧とさらなる発

- 展をお祈りします。(40代・女性・茨城県)
- 住友ゴム工業のCSR活動のキーワード「GENKI」は覚えやすく秀逸です。その活動内容ともども、このキーワードが産業界に広まり各企業を「元気」にしてくれることを願います。(70代・男性・兵庫県)
- 住友ゴム工業が行っている「ものづくり」技能の伝承は、どの企業にとっても必要なことだと感じました。(50代・男性・静岡県)
- カルビーの製品は子どものころからよく口にしていたのですが、かっぱえびせんが、油で揚げているのではなく煎って作られること、頭からしっぽまで殻ごと粉碎されたエビが入っていると知り、驚きました。(40代・女性・三重県)
- カルビーの商品はいつもおいしくいただいています。適量適量を生産すること、製造年月日も印字することなどいろいろ工夫されていることを知り、会社は日々努力して改善していかないと続かない、そして歴史はつくりえないのだと、痛感しました。(60代・女性・兵庫県)
- カルビーの、食品を提供する会社としての真摯な取り組みを知ることができました。社員が誇りを持ち、幼児から老人までの各世代の口に入るものであることを十分に意識し、製品を作っている様子が目に見えるようです。(60代・女性・愛知県)
- カルビーのポテトチップスが大好きなので、楽しく読みました。契約農家と連絡を取り合うなどの工夫によって、毎年、安定的に良質なじゃがいもを確保し、いつもおいしい商品を提供されているのですね。(60代・女性・北海道)

ご意見・ご感想

- 「社会広聴会員と経団連とのテーマ別懇談会」を、これからも開催してください。(50代・女性・三重県)
- 東日本大震災に関連して、企業のBCP(事業継続計画)や被災地支援に向けた取り組みについて取り上げてみてはどうでしょうか。(40代・男性・滋賀県)
- 経団連が行っている各種の活動の中から、生活者に関連するものを紹介してもらいたく思います。(70代・男性・大分県)

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. 日本経団連の政策テーマについて、分かりやすく教えていただけませんか。

A. 昨年从今年にかけて行った「社会広聴会員と経団連との懇談会」で、政策テーマについて、詳しく知りたいとのご意見をいただきました。そこで今年度は、「税・財政／社会保障」「労働・雇用」など、テーマごとに勉強会の開催を検討しています。開催が決定しましたら、ご案内いたしますので、ぜひご参加ください。

Q. 海外転勤になりましたが、社会広聴会員を継続できますか。

A. 現在、国内在住の方に限らせていただいておりますので、一時退会とさせていただきます。日本に戻られた際に、ご連絡をいただければ、いつでも再度ご入会いただけます。

Q. 住所変更をホームページでしましたが、以前の住所に届いてしまったようです。

A. 大変申し訳ございませんでした。ご登録内容の変更手続きには、1～2週間かかる場合がございます。ご迷惑をお掛けいたしますが、ご了承ください。

Q. 大学生の息子に入会を勧めたところ、「会員になったら何をやるの」と聞かれ、きちんと答えることができませんでした。

A. ご紹介いただき、ありがとうございます。会員の方には、「アンケート調査」や「企業と生活者懇談会」などの活動にご協力・ご参加いただき、社会の声を代弁していただいています。最近では、雇用・就労形態の変化など、若年層が直面する課題も少なくありません。社会広聴活動を通じて、若者が意見や要望を提起し、一層の社会参画を図ることは、経済界や社会にとって、また、若者にとっても有意義な活動だと考えています。入会案内のリーフレットもありますので、ご入用の際は、事務局にお問い合わせください。

また、皆さまのご友人、ご家族に若年層の方がいらっしゃいましたら、ぜひご紹介ください。ひとりでも多くの方のご入会をお待ちしています。



※現在、会員の世代構成のバランスを考慮し、入会を18～34歳の方に限らせていただいております。

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：03-6741-0021

■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>



経済広報センターの最近の活動紹介

名古屋で、道州制シンポジウムを開催

日本経団連など経済三団体では、地域主権や道州制などの動きを国民運動として広く展開するため、「地域主権と道州制を推進する国民会議」のシンポジウムを全国各地で開催し、地域主権改革と道州制を通じた地域の活性化について議論を重ねています。

今般、4月7日に名古屋市で、地域主権と道州制を推進する国民会議、中部経済連合会、明日の中部を創る21世紀協議会主催（後援：経済広報センターほか）で、標記シンポジウムを開催しました。

川口文夫中部経済連合会会長から開会の挨拶があり、その後、昇秀樹名城大学都市情報学部教授をコーディネーターに、牧野光朗長野県飯田市長、前田正子甲南大学マネジメント創造学部教授・元横浜市副市長・内閣府地域主権戦略会議委員、池田弘一日本経団連道州制推進委員会共同委員長・経済同友会地域主権型道州制委員長・アサヒビール相談役、古角保中部経済連合会副会長・道州制推進委員会委員長・三菱東京UFJ銀行副頭取により「地域主権改革と道州制」をテーマに、震災への対応も念頭に置きつつ、パネルディスカッションが行われました。（参加者：企業・団体関係者、社会広聴会員など約300名）。

静岡と富山で、道州制講演会を開催

経済広報センターでは、2008年度より、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。

<静岡 3月25日>

3月25日に静岡市内で西川雅史青山学院大学経済学部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。

西川准教授は、明治維新以降の地方自治体の変遷と、明治・昭和の市町村の大合併の歴史的意義、平成の大合併の背景について、社会の変容や市町村が置かれた状況の変化と政策意図を解説しました。市町村合併について、静岡市と清水市の例を交えながら全国の代表的な事例を紹介しつつ、専門である地方財政の観点から都道府県レベルでの合併と分権の効果を論じました。

さらに、市町村合併や権限移譲により都道府県の役割が低下している一方で、市町村合併によって生じた地域間格差の是正や、市町村間の利害対立に対する調整役など、新たに中間的自治体へ期待される機能の担い手として、道州制が持つ可能性を述べました。あわせて移行までの具体的な手法や導入後に求められる政治家像や政策などにも言及しました。（参加者：社会広聴会員など14名）



<富山 5月27日>

5月27日に富山市内で昇秀樹名城大学都市情報学部教授による講演会「『この国の形』を変える道州制—道州制は平成の『廃藩置県』(廃県置州)—」を開催しました。

昇教授は、明治維新後の地方自治体の設置経緯を解説し、基礎的自治体については、国民生活の変化に応じて明治・昭和・平成の大合併により再編されたのに対し、都道府県はほとんど変化がないと強調しました。その上で、今後の地方分権の在り方としては、全国的にレベル統一しやすい大陸型から、個別事情に応じ中央・州・市政府がそれぞれ明確に役割を分担する英米型への移行が解決策との見解を示しました。都道府県が120年間固定化されていたため、マスコミや金融業など府県レベルで最適化されている産業も多く、現時点では道州制の議論はなかなか進展していませんが、地域の自立やグローバル競争への対応のため、国家財政が破綻する前に究極の行政改革手法として、道州制について検討すべきだと論じました。（参加者：社会広聴会員など11名）





表紙のことば

今回で14回目となる「生活者の“企業観”に関するアンケート」の設定の中に、「企業を評価する際の情報の、発信者別の信用度」があります。最も信用度が高いとされたのは「企業からの発信（企業のホームページ、CSRレポートなど）」で「信用する（信用する／ある程度）」は84%に上り、「メディアからの発信」の信用度（75%）、「専門家のコメントや評価」の信用度（65%）を上回ります。客観的な第三者の報道に劣らず信頼されているのは、インターネットを通じて、企業自らが直接生活者に対して、常に情報提供できるようになったことと関連しているのでしょうか。接する機会が増えるほど、親しみがわき、信頼の気持ちも芽生えてくるのは、人間関係と同じようです。

事務局 ………便り



松井 奉子（後列右から2番目）

先日、被災地での診療所再開のニュースで、「先生は震災後、お身体の変化はないのですか？」という問い掛けに診療所の先生が、「私から元気を取ったら何も残りません。私が元気をなくすと皆が心配しますから……元気です！」と笑顔を見せておられました。「明るく元気」な笑顔が、自分にも他人にもエネルギーを与えます。私も、他人を元気づけられる「明るく元気」な笑顔を常に心掛けたと思います。

小寺 隆夫（前列右）

絶え間ない脅威、物不足、停電、さらには交通マヒ……初めての体験でしたが、これにどのくらいの数を掛ければ「戦時下の生活」に近づくでしょうか。想像したくもありません。亡き父が空襲や学童疎開直前の暮らしについてはあまり話をしてくれなかったのは無理もないことだったと、思い至りました。

那須 寿（後列左）

五月雨、皐月雨、麦雨、芒種雨、水取雨、梅霖、霪雨……。古人は様々な呼び名でうとうとい梅雨と折り合いを付けてきました。明ければいよいよ夏本番、社会の知恵と一人ひとりの努力が試される季節を迎えますが、家庭部門だけがノルマを達成できなかった、ということにならないよう「できる範囲」で頑張ります。

小池 尚也（前列左）

今回の震災で人と人との絆の大切さを改めて感じました。同じ気持ちの人がたくさん集まれば不可能なことはないのではと思いました。普段、当たり前となっている何気ない挨拶や会話など、コミュニケーションを大事にしていきたいと思いました。がんばろうニッポン！

三浦 壽夫（前列中央）

こちらに着任して、早2年。ついに私も最後の「事務局便り」となりました。昨今「断捨離」という言葉を耳にしますが、結局私の机は残念な状態のままです。いつも後悔するのですが、今回も、書類の山を見てため息が出ています。

短い間でしたが「企業と生活者懇談会」や『ネットワーク通信』の記事、アンケートなどでは皆さまに大変お世話になりました。

高橋 美香（後列右）

小さいころから好きな本の中に『スイミー』という絵本があります。ちっぴけな自分にも「何かできる！」と、前に進むことができる絵本です。子どものころは絵に引かれて好きだった本も、大人になって読み返すと、様々な思いが凝縮されていて、内容の深さに驚くことがあります。大人の皆さまも絵本を手にとってみませんか。

佐藤 亜矢子（後列左から2番目）

もうすぐ七夕ですね。子どものころは、ササに飾り付けをし、短冊に願いを込めたり、プラネタリアムで天の川を見ながら伝説話を聞いたり七夕の節句を楽しんだものです。いつごろからか、あまり意識しない日となっていました。様々なことを考え、思いをめぐらせたここ数カ月。願わずにはいられない七夕になりそうです。



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6月28日