

# ネット ワーク 通信

社会広聴アンケート……………	1
「健康維持増進に関するアンケート」調査結果	
企業と生活者懇談会……………	11
サッポロホールディングス(北海道) 花王(神奈川)	
生活者の企業施設見学会……………	19
竹中大工道具館	
未来都市モデルプロジェクト現地報告…	20
「沖縄物流拠点都市」	
経済広報センターニュース……………	22
ご意見・ご感想……………	25

2015  
No.61  
新春号



# 「健康維持増進に関するアンケート」調査結果

## 75%が、健康維持増進や疾病予防が自己の医療費負担軽減につながると認識

わが国は急速な高齢化と現役世代の減少に直面しており、持続可能で経済活動と両立し得る医療保険制度改革を実現し、国民の安心・安全を支える社会基盤を確立するために、様々な議論が求められています。

そのような中、医療保険財政の持続可能性を確保するために、国民一人ひとりができることとして、自らの健康維持増進や疾病予防に努める、「セルフメディケーション」の認識の高まりが必要とされています。国民一人ひとりの毎年の健康診断の受診率を向上させていくことも、医療費抑制や医療給付の効率化のための重要な要素とされています。

また、民間企業についても、事業主が従業員の健康維持増進や疾病予防を重要な課題と位置付け、従業員の健康管理に組織的に取り組む「健康経営」の推進が注目を集めつつあります。

そこで、経済広報センターは、自身の健康維持増進や疾病予防、企業の「健康経営」の取り組みについてどうとらえているかを調査しました。

今回の調査からは、9割以上の生活者が、日ごろ健康を意識し、食事の管理や適度な運動などに取り組んでいることが分かりました。また、健康維持増進や疾病予防に取り組むことが、自身の医療費負担軽減につながると75%が考えています。生活者の8割が、毎年健康診断を受診していますが、加入する医療保険制度の違い等により受診頻度に差が見られました。

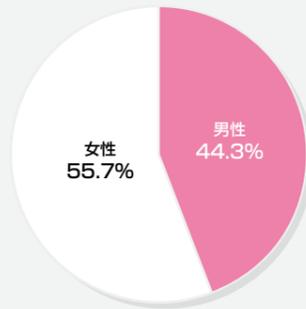
一方、企業の「健康経営」については、8割が「健康保険の医療費抑制につながる」と考え、健診の受診徹底や労務管理を生活者が期待していることも分かりました。こうした期待感は、健康経営の進展を後押しするものと考えられます。

### 調査の概要

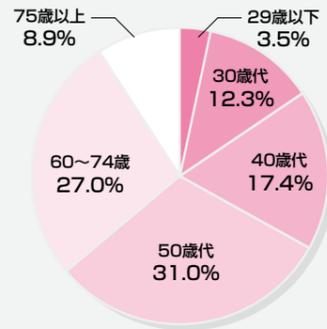
- (1) 調査名称 : 健康維持増進に関するアンケート
- (2) 調査対象 : eネット社会広聴会員 3110人
- (3) 調査方法 : インターネットによる回答選択方式  
および自由記述方式
- (4) 調査期間 : 2014年7月17日～7月28日
- (5) 有効回答 : 1759人(56.6%)

### 回答者の属性

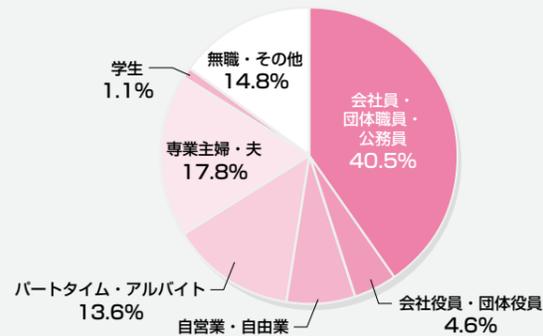
#### 性別



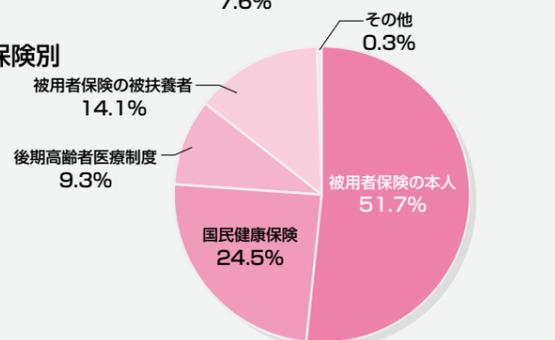
#### 世代別



#### 職業別



#### 医療保険別



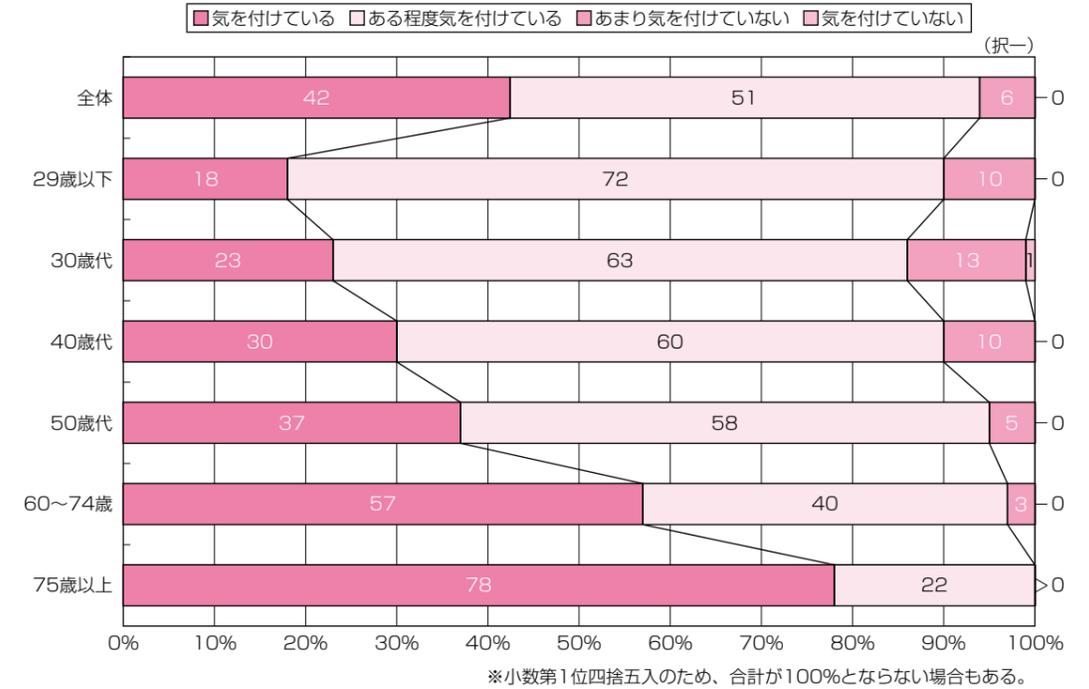
被用者保険……………大企業・中小企業の会社員、公務員等の共済制度加入者  
国民健康保険……………自営業者、被用者保険非加入者  
後期高齢者医療制度……75歳以上もしくは、65歳以上75歳未満の障害認定者

# 1

## 健康に対する意識

### Point 9割以上が日常生活で健康を意識

#### 全体・世代別



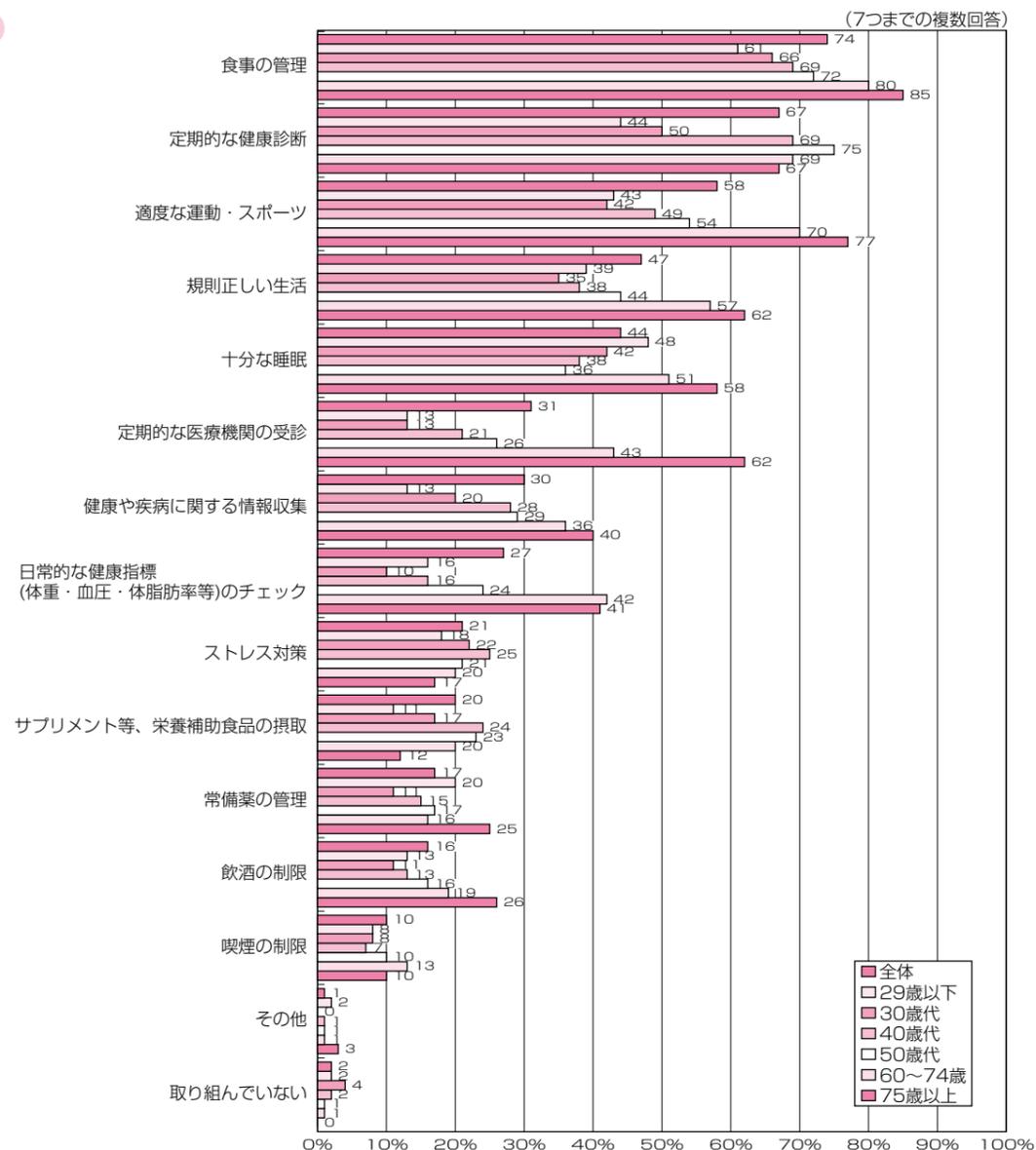
日ごろ、自身の健康に気を付けて生活しているかを聞いたところ、「気を付けている（気を付けている／ある程度）」は93%と、9割を超えている。一方、「あまり気を付けていない」は6%にとどまり、「気を付けていない」は0%。世代別に見ると、「気を付けている」は世代が上がるにつれて高くなり、29歳以下（18%）と75歳以上（78%）では60ポイントの大きな差がある。「あまり気を付けていない」は40歳代以下の世代と比較し、50歳代以上の世代で低い。75歳以上は「気を付けていない（あまり／気を付けていない）」が0%と、健康に対する意識が特に高い。

## 2

### 健康維持増進や疾病予防への取り組み

● Point 健康維持増進や疾病予防のための取り組みは「食事の管理」が74%

全体・世代別



自身の健康維持増進や疾病予防のために、現在取り組んでいることを聞いたところ、「食事の管理」が74%と最も高い。次いで「定期的な健康診断」(67%)、「適度な運動・スポーツ」(58%)となっている。「規則正しい生活」(47%)、「十分な睡眠」(44%)も4割を超えている。

世代別に見ると、「食事の管理」は世代が上がるほど高いが、どの世代も6割を超えており、幅広い世代で取り組まれていることが分かる。

「定期的な健康診断」は、29歳以下(44%)と30歳代(50%)は5割以下にとどまるが、40歳以上では7割が取り組んでおり、30歳代(50%)と40歳代(69%)の間に19ポイントの差が見られる。特に50歳代が最も高く、75%が取り組んでいる。

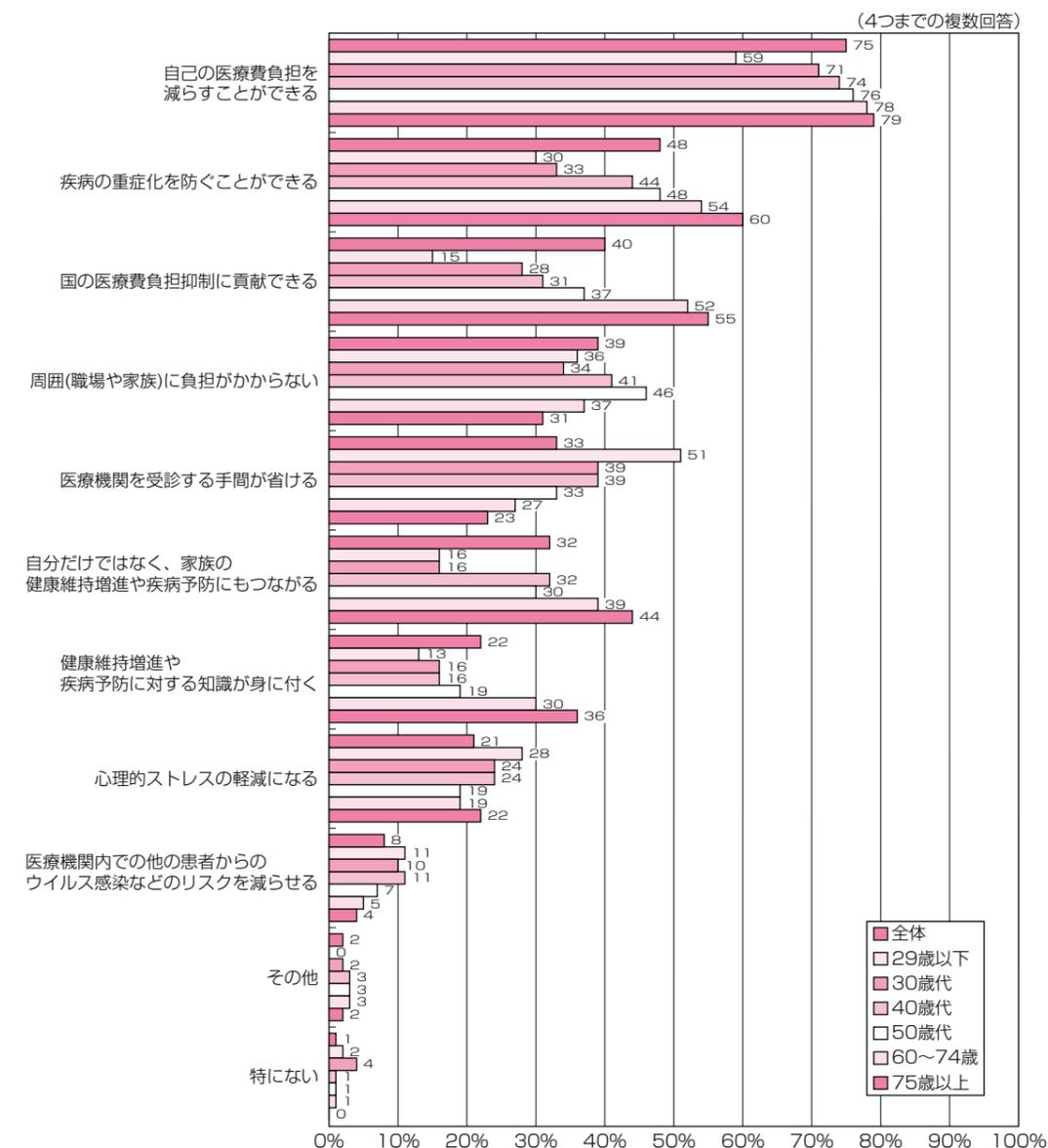
「適度な運動・スポーツ」は世代が上がるにつれて高い傾向にある。特に、60歳以上(60~74歳70%、75歳以上77%)が他の世代と比較して突出している。

## 3

### 健康維持増進や疾病予防のメリット

● Point 75%が、健康維持増進や疾病予防が自己の医療費負担軽減につながると認識

全体・世代別



自身で健康維持増進や疾病予防に努めることにより、どのようなメリットがあると思うかを聞いたところ、「自己の医療費負担を減らすことができる」が75%と突出して高い。次いで、「疾病の重症化を防ぐことができる」(48%)となっている。以下、「国の医療費負担抑制に貢献できる」(40%)、「周囲(職場や家族)に負担がかからない」(39%)は、4割がメリットと考えている。

世代別に見ると、「自己の医療費負担を減らすことができる」は、29歳以下(59%)が6割にとどまるものの、その他の世代では7割を超え、幅広い世代がメリットであると考えている。

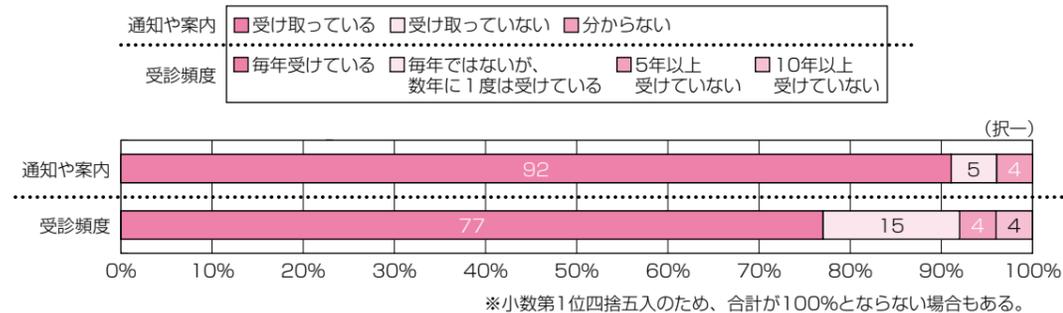
「疾病の重症化を防ぐことができる」「国の医療費負担抑制に貢献できる」は、世代が上がるにつれて高い。一方、「医療機関を受診する手間が省ける」は若い世代ほどメリットであると考えている。

# 4 健康診断

## (1) 通知や案内・受診頻度

**Point** 9割以上が健康診断の通知や案内を「受け取っている」、8割が健康診断を「毎年受けている」

全体



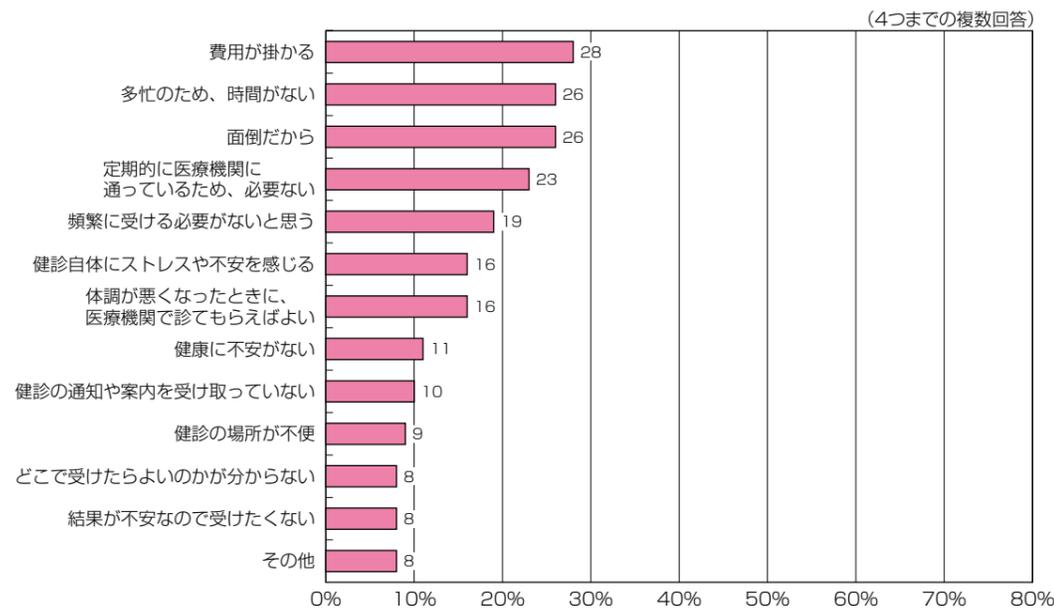
加入する医療保険制度の保険者から、健康診断の通知や案内を受け取っているかを聞いたところ、「受け取っている」が92%に上る。一方、「受け取っていない／分からない」（5%/4%）は1割弱にとどまる。

また、健康診断（人間ドック等も含む）をどのくらいの頻度で受けているかを聞いたところ、「毎年受けている」が77%、「毎年ではないが、数年に1度は受けている」が15%である。「5年以上受けていない」「10年以上受けていない」はそれぞれ4%にとどまる。

## (2) 受診していない理由

**Point** 健康診断を受診しない理由は費用・時間・煩わしさ

全体

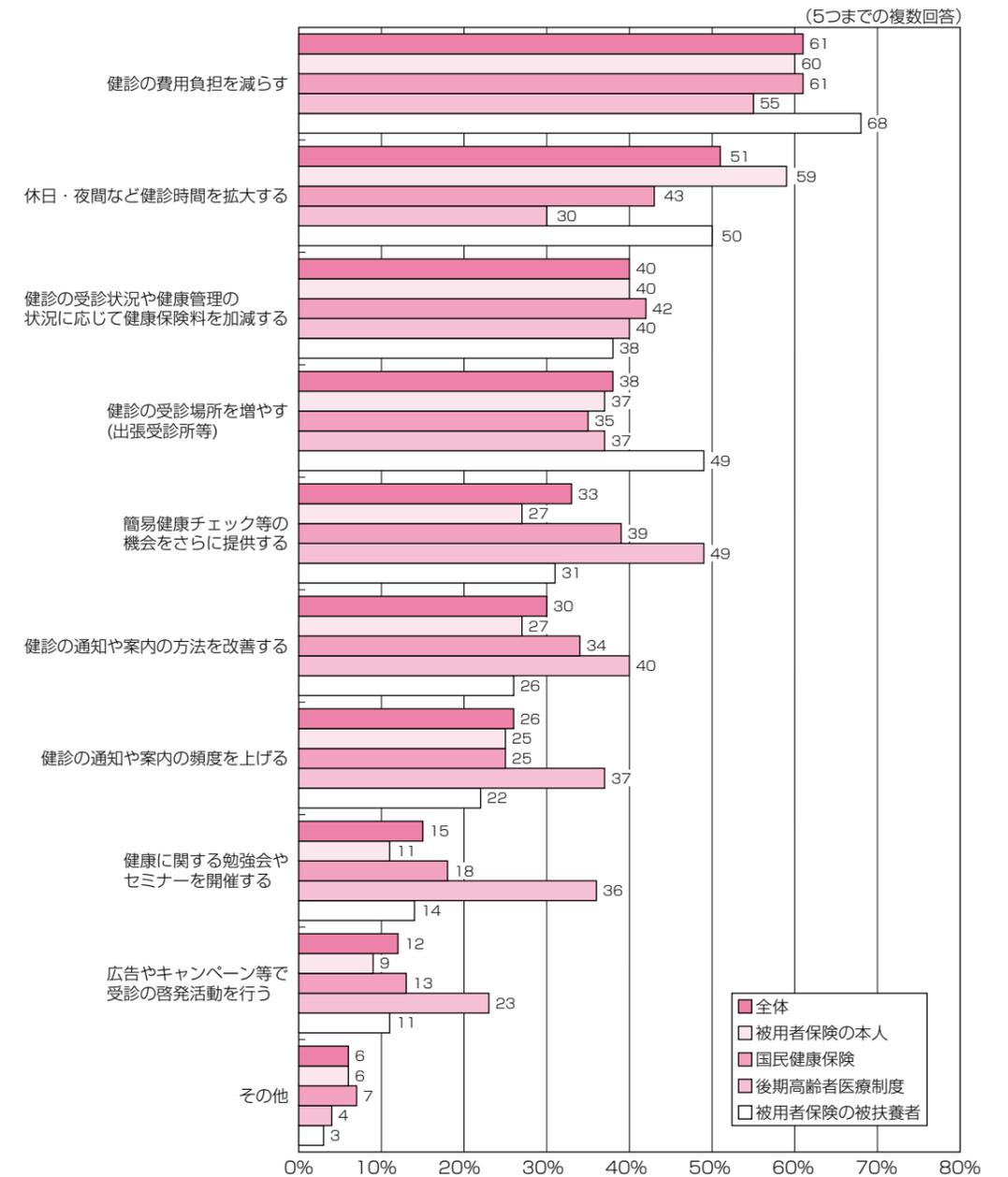


健康診断の受診頻度④-（1）について、「毎年ではないが、数年に1度は受けている」「5年以上受けていない」「10年以上受けていない」と回答した人（23%）に、毎年、受けていない理由を聞いたところ、最も多いのは「費用が掛かる」（28%）、次いで、「多忙のため、時間がない」（26%）、「面倒だから」（26%）、「定期的に医療機関に通っているため、必要ない」（23%）の4項目が2割を超える。

## (3) 受診率向上に向けた取り組み

**Point** 費用負担の軽減と健診の受付時間の拡大が、健康診断の受診率向上のために効果的

全体・医療保険別



国民の健康意識を高め、健康診断の受診率を向上させるためにどのような取り組みが効果的だと思うかを聞いたところ、「健診の費用負担を減らす」が61%と最も高い。次いで、「休日・夜間など健診時間を拡大する」が5割を超えている（51%）。「健診の受診状況や健康管理の状況に応じて健康保険料を加減する」（40%）、「健診の受診場所を増やす（出張受診所等）」（38%）が4割である。費用や時間・場所の利便性の改善が、受診率向上のために効果的と考えられている。

医療保険別に見ると、「健診の費用負担を減らす」では、被用者保険の被扶養者が68%と、他の医療保険と比較し、わずかに高い。また、「健診の受診場所を増やす（出張受診所等）」の項目も、被用者保険の被扶養者が49%と、比較的高い。「休日・夜間など健診時間を拡大する」は被用者保険の本人が59%と最も高く、国民健康保険（43%）、後期高齢者医療制度（30%）と差がある。

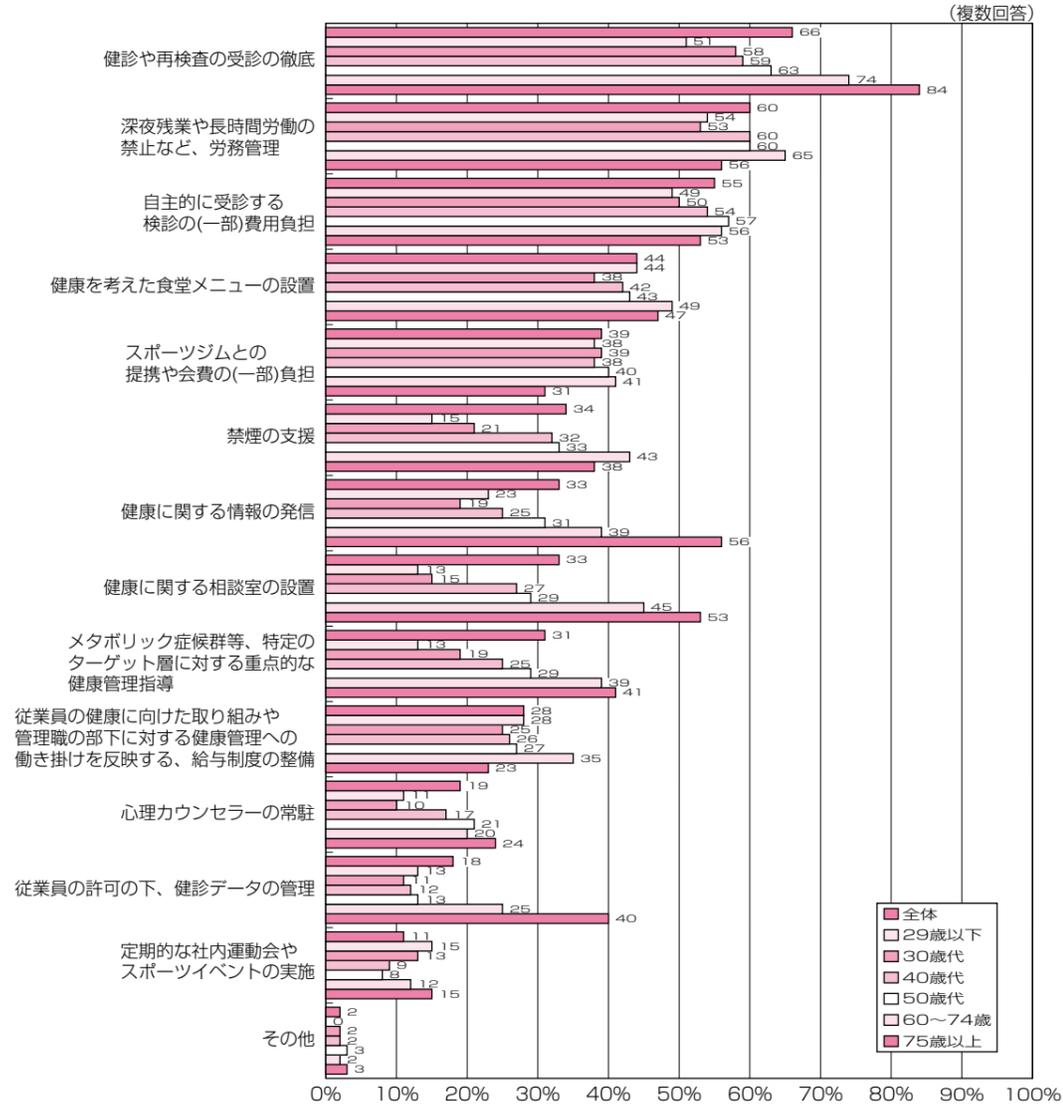
また、上位項目ではないものの、「簡易健康チェック等の機会をさらに提供する」は被用者保険の本人（27%）、被用者保険の被扶養者（31%）と比較し、国民健康保険（39%）、後期高齢者医療制度（49%）が高い。

# 5 健康経営

## (1) 企業に期待する取り組み

Point 「健康経営」に期待する取り組みは、健診の受診徹底や労務管理

全体・世代別



事業主には従業員に対する健康診断の実施義務があるが、それに加え、従業員の健康維持増進や疾病予防に取り組む「健康経営」を実施する企業が増えている。そこで、企業がどのような「健康経営」の取り組みをしたらよいと思うかを聞いたところ、「健診や再検査の受診の徹底」が66%と最も高い。以下、「深夜残業や長時間労働の禁止など、労務管理」(60%)、「自主的に受診する検診の一部費用負担」(55%)と続いている。

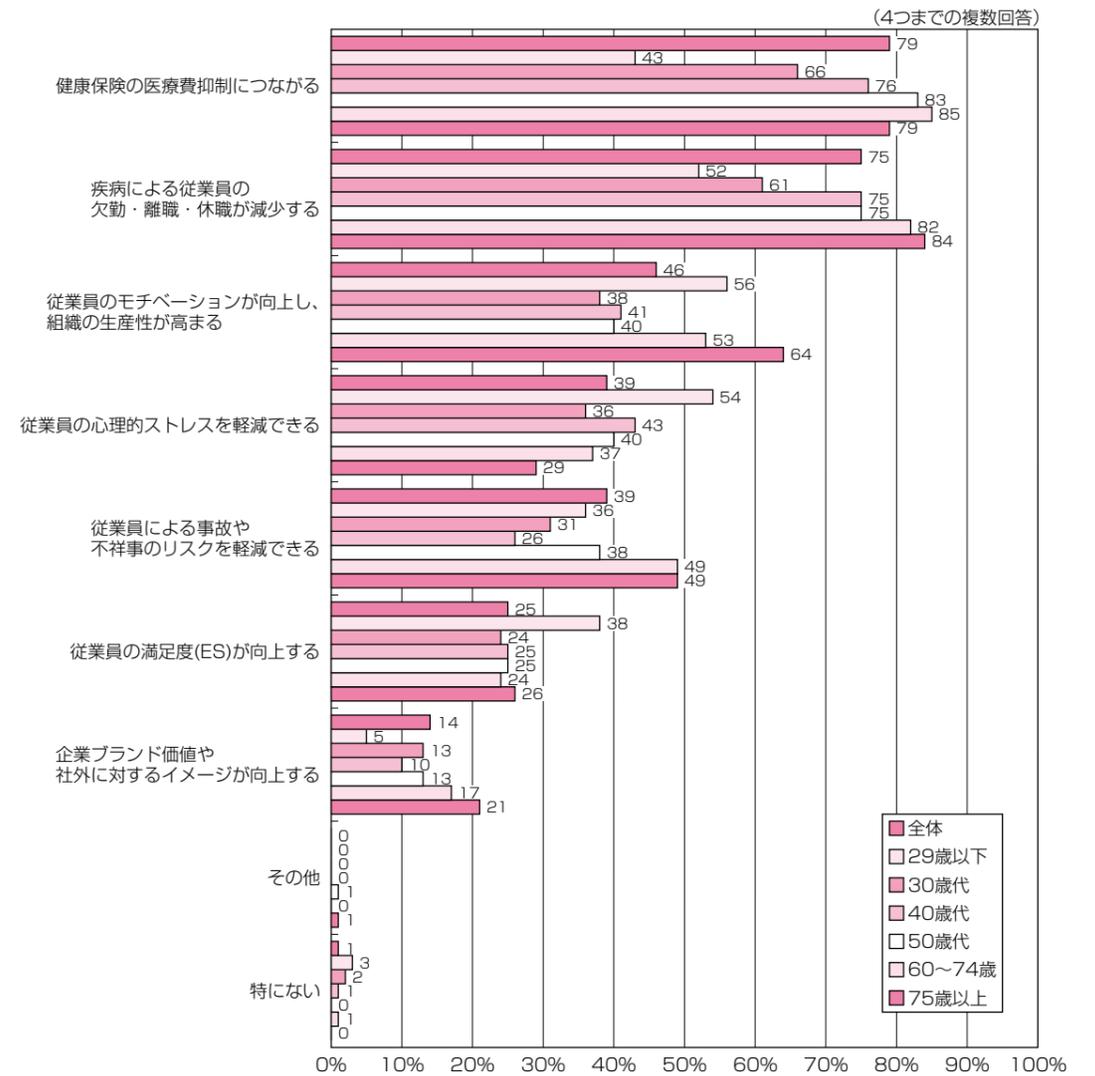
世代別に見ると、「健診や再検査の受診の徹底」は世代が上がるにつれて高い。特に、最も低い29歳以下の51%に対し、最も高い75歳以上では84%と、33ポイントの差がある。それ以外の上位項目である「深夜残業や長時間労働の禁止など、労務管理」「自主的に受診する検診の一部費用負担」は世代間に大きな差は見られない。

一方、上位項目ではないものの、「健康に関する情報の発信」と「健康に関する相談室の設置」は世代により差が大きく、世代が上がるにつれて高くなる傾向にある。

## (2) 企業のメリット

Point 「健康経営」により「健康保険の医療費抑制につながる」が8割

全体・世代別



「健康経営」の推進は企業にとって特にどのようなメリットがあると思うかを聞いたところ、「健康保険の医療費抑制につながる」が79%と最も高く、次いで「疾病による従業員の欠勤・離職・休職が減少する」(75%)である。「従業員のモチベーションが向上し、組織の生産性が高まる」は46%と約半数がメリットと認識している。

世代別に見ると、「健康保険の医療費抑制につながる」は世代が上がるほど高い傾向にある。特に、最も低い29歳以下(43%)と、最も高い60~74歳(85%)では、42ポイントの開きがある。また、「疾病による従業員の欠勤・離職・休職が減少する」も、世代が上がるにつれて高い。

一方、「従業員のモチベーションが向上し、組織の生産性が高まる」は他の世代と比較し、30歳代から50歳代の世代で低い。

## 企業の健康経営に関する意見・感想

### 29歳以下の意見・感想

- ◆企業が従業員の健康管理に積極的になることにより、医療費の抑制につながると考えます。
- ◆企業が従業員に長時間勤務を強いないことが何よりも大切だと思います。
- ◆利益を上げることと、従業員の健康に気を配ることは、相互関係にあると思います。

### 30歳代の意見・感想

- ◆表面的な取り組みだけでなく、社員の働き方や社内の文化を変えるなど、より幅広い視点から取り組む必要があると思います。
- ◆健康維持に積極的な人に恩恵があるようなシステムにすると、より関心が高まると思います。
- ◆中小企業では、現実的に健康経営が難しい企業も多いと思います。国からの助成等も含め、実現可能な対策が必要だと思います。

### 40歳代の意見・感想

- ◆精神的な疾患で休職する人が増えています。気軽に相談できる窓口を設置するだけでも効果があると思います。
- ◆休暇取得など、当たり前の労務管理ができていない現状が問題だと思います。
- ◆企業にとっての健康経営のメリットをさらに浸透させる必要があると考えます。
- ◆中小企業などでは人員不足で仕事優先となり、健康診断が後回しになってしまうと思います。
- ◆本人だけでなく家族ももう少し簡単に健康診断を受けられるようになるとうよいと思います。働く人を支えている家族の健康も大切だと考えます。

### 50歳代の意見・感想

- ◆「健康経営」はもっと本格的に時間もお金もかけるべき重要なテーマだと思います。

- ◆従業員が産業医と定期的に面談できるようなシステムを作るとよいと思います。
- ◆企業がどこまで個人の健康管理に踏み込むかの線引きが難しいと思います。
- ◆パートやアルバイトの健康管理についても徹底されるような制度にするべきだと思います。
- ◆健康維持増進に取り組む従業員に対するインセンティブの強化を望みます。
- ◆労務管理を行う管理職の徹底した意識改革が必要だと思います。

### 60～74歳の意見・感想

- ◆中小企業への支援策が必要です。
- ◆センシティブな情報だけに、情報管理の徹底や、病歴などが人事管理に利用されることへの懸念を払拭する必要があります。
- ◆健康経営は良いと思いますが、そのための企業内風土や環境整備などがなければ、成果は上げられないように思います。
- ◆健康経営に積極的に取り組む企業を評価する制度があるとよいと思います。
- ◆若者の労働条件を整えることで、社会全体の気運も明るくなると思います。

### 75歳以上の意見・感想

- ◆過労死を招くような過重労働を禁止する法的措置、違反企業に対する罰則等の強化が望まれます。
- ◆女性従業員のために女性の産業医を雇うなど、きめ細やかな対応をしてほしいです。
- ◆社員食堂を充実させることが重要と考えます。1日に1回だけでも充実した食事を取ることが、健康維持には欠かせません。

## 健康維持増進や疾病予防(セルフメディケーション)に関する意見・感想

### 29歳以下の意見・感想

- ◆市販薬についての知識が増えれば、風邪などの軽度な疾病での受診が減ると思います。
- ◆公共のスポーツセンターを増やしてほしいです。
- ◆定期的な運動、規則正しい生活が一番の健康維持増進につながると考えます。

### 30歳代の意見・感想

- ◆国が、医療や健康に関する情報を一本化したサイトを設け、情報を提供するとよいと思います。
- ◆年間の医療費に応じて次年度の保険料が多少安くなるなど、個人レベルでのインセンティブが働く仕組みがあるとよいと思います。
- ◆公的な医療情報や、薬のデータベースがあると役立つと思います。
- ◆健康診断などの結果を持参することで、自分の健康状態について説明とアドバイスをしてくれるような専門機関があればよいと思います。

### 40歳代の意見・感想

- ◆企業や公共機関などのリーフレットや案内で、疾病予防に関する知識を手軽に得られる機会が増えるとうよいと思います。
- ◆健康診断の数値の基準や考え方が分からないため、受診後のフォローをもっと行ってほしいです。
- ◆子どものころから健康についての学習が必要だと思います。学校でも、健康維持増進について親子で一緒に考えられるような機会を設けていくべきです。
- ◆地方に公共のスポーツ施設が充実するとよいと思います。

### 50歳代の意見・感想

- ◆費用の掛からないセルフメディケーションのプログラムが豊富にあるとうよいと思います。

- ◆健康を心掛けることは介護予防にもなると思うので、積極的に取り組むべきだと思います。
- ◆健康維持増進を支援する、税制や年金などの制度があるとよいと思います。
- ◆本人が体調不良と感じたときに、できるだけストレスなく専門家の意見を聞けるような環境を整えることが重要だと思います。
- ◆中学か高校時代に、徹底して健康に関する教育を行うと、国民の健康状態が向上すると思います。

### 60～74歳の意見・感想

- ◆地域のかかりつけ医との関係が大切だと思います。
- ◆長生きするだけではない、健康寿命という概念に共感します。
- ◆健康を維持するために、多様な知識からの判断と行動が大切なので、情報提供を増やしていただきたいと思っています。
- ◆若い世代へ負担を掛けている自覚を持ち、自分でできる健康管理は自分で行うことを心掛けています。
- ◆健康保険制度で健診データを一元的に管理し、受診時期などが自動的に個人の元に通知されるようになると、健康管理に役立つと思います。

### 75歳以上の意見・感想

- ◆ウォーキングや簡単な筋力運動など、自治体や公共団体が率先して実施できる設備を作してほしいです。
- ◆企業や地域ぐるみの健康に関する啓発活動やPRが効果的だと思います。
- ◆健康維持増進に関する情報が溢れ過ぎているため、国に正しい情報を分かりやすく公開してほしいです。

(文責 主任研究員 鈴木恵理)

# 企業と生活者懇談会

第189回【北海道 2014年9月5日】

**サッポロホールディングス株式会社  
サッポロビール博物館  
サッポロビール北海道工場**

豊かで潤いのある生活の実現に貢献することを目指して

9月5日、サッポロホールディングスのサッポロビール博物館（北海道札幌市）と北海道工場（北海道恵庭市）で、「企業と生活者懇談会」を開催し、生活者25名が参加しました。会社概要の説明を受けた後、サッポロビール博物館と北海道工場を見学、その後、質疑懇談を行いました。

サッポロビールから、北海道工場の寺本幸司工場長、生産部の潮井徹部長、北海道本社戦略営業部の安藤達也副部長が出席しました。

## ● サッポロホールディングスからの説明

### サッポロホールディングスの概要

2003年（平成15年）に、サッポロビール株式会社から純粋持株会社へ移行したサッポロホールディングス株式会社は、国内酒類事業、国際事業、食品・飲料事業、外食事業、不動産事業の5つの事業を行っています。幹となるのは国内酒類事業ですが、酒類を巡る環境の変化に伴い、多角的経営で安定的に成長する戦略を行っています。

国内酒類事業では、ビール事業を中心にワイン洋酒事業などを展開しています。国際事業では、海外の現地工場などで外国仕様のビールを造り、販売しています。米国でサッポロブランドは、日本のビールとしてナンバーワンのシェアを誇ります。また、日系メーカー初のビール工場であるベトナムでは、国内にとどまらずASEAN各地で販売しています。食品・飲料事業では、2013年（平成25年）にポッカコーポレーションとサッポロ飲料が経営統合し、ポッカサッポロフード&ビバ

レッジ株式会社として新たなスタートを切りました。外食産業では、サッポロライオンをはじめ、和食やイタリアンなど各種飲食店を経営しています。不動産事業の大きな軸は、恵比寿ガーデンプレイスとサッポロファクトリーです。いずれもビール工場の跡地です。

### サッポロビールの沿革

サッポロビールのルーツは、1876年（明治9年）開業の官営工場「開拓使麦酒醸造所」にさかのぼります。明治政府はロシアの南下政策への対抗策として1869年（明治2年）に開拓使を設置し、外貨を稼ぐ手段の1つとしてビールを考案したといわれています。外国から来た開拓の技師が、偶然、岩内で野生のホップを発見したこと、寒冷地では米より麦栽培の方が効率が良いなどの幾つかの条件が重なり、未開の土地でビール造りが始まりました。

北海道の開拓は荒涼とした原野で始まりました。方位を知るための重要な北極星に希望を託したことから、開拓使の旗には、青地に赤い星がシンボライズされています。この赤い星は、1877年（明治10年）、初出荷の商品に付けられ、北海道旗や道庁、札幌市時計台などにも取り付けられています。また、現在のサッポロビールの社章には黄色い星が用いられています。

開業5年目の1881年（明治14年）、明治天皇が行啓の折にお立ち寄りいただいています。ビールを試飲され、お褒めの言葉を頂いたという話が社内では伝わっており、これを励みに事業を続け、今に至ります。

開業後10年で民間に払い下げられ、その後、製造量を上げるため道内初の企業として東京進出を果たしました。しかし、明治30年代にビールが爆発的な人気となり、ビール会社の数も増えて競争が激しくなったため、国の指令のもと、札幌麦酒（サッポロビールの前身）、日本麦酒（恵比寿麦酒を製造）、大阪麦酒（アサヒビールの前身）の3社が合併し「大日本麦酒会社」となりました。戦後は、1949年（昭和24年）に独占禁止法の適用を受けて、サッポロビールとアサヒビールに分かれて現在に至ります。

ビール製品は長らく、熱で酵母を死滅させた熱処理という方法で造られていました。サッポロビールでは赤い星の歴史を受け継ぎ、現在も熱処理ビールを約140年の伝統の味を守り販売しています。一方、生ビールは製法がドイツから入ってきて、1957年（昭和32年）に日本で最初に造りました。東京、横浜、札幌のみの限定販売でしたが、20年の歳月を経て1977年（昭和52年）に全国で発売しています。当時は別の名称でしたが、瓶のラベルが黒だったため、お客さまからはすでに「黒ラベル」の名で親しまれていました。1989年（平成元年）、「黒ラベル」を正式に商品名にしています。

## ● 見学の様子

### サッポロビール博物館

日本で唯一のビールに関する博物館「サッポロビール博物館」を見学しました。1890年（明治23年）、札幌精糖会社の工場として建設されたレンガ造りの建物です。高さ50メートルの煙突の先端をはじめ、建物の至る所に赤い星があります。



北海道の産業史を知る上で貴重な遺産である博物館

館内には、1877年に最初に製造・販売された「冷製札幌麦酒」に始まり、歴代に製造された数々のビールの瓶や缶が並んでいます。また、札幌にあった工場で使用され、未来技術遺産にも登録されている大きな「麦汁煮沸釜」も展示されています。

ビールの原料である、麦とホップの実物も見る事ができました。ビール造りには、でんぷんを多く含みビール造りに適した「二条大麦」を使用します。ホップは爽やかなビールの香りや苦味をつけるためにスパイスのような役割を果たし、ビール造りには欠かせない重要なものですが、香りが強くあつという間にビール

に香りと苦味が移るそうです。乾燥させたホップは、お世辞にも良い香りとは言えませんが、貴重な体験ができました。



「これがホップか！」見て、嗅いで、理解を深めます

おいしい缶ビールの飲み方の実演もありました。グラスにビールを3回に分けて注ぎ、泡をしっかりつくることで、樽生ビールの味に近くなるそうです。「黒ラベル」の秘密は、泡持ちが良くなるよう20年かけて品種改良した「うまさ長持ち麦芽」です。実演では、ビールが注がれたグラスを振っても泡が壊れず、斜めに傾けても落ちない様子を、参加者一同驚きながら見学しました。

### サッポロビール北海道工場

北海道恵庭市にある工場は、札幌市内からの代替工場として1989年に建てられ、2014年（平成26年）に25周年を迎えました。札幌ドーム約6.5個分の敷地内の約62%が緑地帯です。ピアホール園や35ホールあるゴルフ場も備え、地域に開かれているのが特徴です。恵庭市に工場を建てたのは、支笏湖の北に位置する恵庭岳の良質で豊富な水源が使い、また、高速道路が近く、全道へ製品をお届けするための物流面で優れていたからです。

原料の大麦とホップは、産地や生産者が明確で、生産方法もはっきりし、安全でおいしいものを使用しています。フィールドマンと呼ばれる専門家が世界中の産地へ飛んで行き、生産者と交流を持って確認しています。「協働契約栽培」と言い、サッポロビール独自の取り組みです。また、大麦とホップ両方の研究所を持ち、育種も行っていますが、これも世界中のビール会社で唯一とのこと。

工場では、これらの厳選された材料を用いてビールを造っています。敷地内にはサイロやタンク、建物内

部はキッチンの役割を果たす釜が並んでいます。サイロ内から取り出された「麦芽」はまずは仕込釜に入り、ゆっくり煮込まれ、甘い麦のお粥になります。続いて、濾過槽でこされ麦汁になり、煮沸釜でホップペレット※を加えて煮込みます。ここで加えるホップがビールの泡に重要な働きをします。その後、ホップのかすなどを取り除いてから、発酵・熟成へ進みます。発酵タンクでは、麦汁にビール酵母を加えることで、糖分がアルコールと炭酸に分解され、麦のジュースがお酒へ変化していきます。それを熟成タンクに移し、摂氏零度くらいで1カ月間眠らせて味をなじませ、下に沈んだビール酵母を取り除くと、琥珀色の美しいビールが出来上がります。

長年の経験と技術を有する醸造技術者は、仕込む温度やタイミング、時間などを微妙に調節し、毎回同じ品質のビールを造ります。まさに職人技です。

こうして出来上がったビールは、パッケージのラインで缶、瓶、樽へと詰められ、厳しいチェックを経て出荷されます。缶に蓋を取り付ける工程では、もとは分かれている缶と蓋を、2つのローラーを使い巻き締めという方法で、蓋を内側に巻き込んで付けていく様子を見学しました。アルミ缶は金属とはいえ紙よりも薄く、力加減を間違えるとすぐ曲がったり破れたりするそうです。

北海道工場は、工場から出る廃棄物は1998年（平成10年）に100%再資源化を達成するなど、環境にも力を入れています。例えば、「モルトフィード」と呼ばれる麦のお粥の搾りかすは、乾燥させて家畜の餌にしたり、使用したビール酵母は、栄養剤やお菓子に加え、無駄なく利用されていることを学びました。

## 懇談会の概要

**Q 初期の開拓使時代にどのような苦労がありましたか。**

**A** 先人から伝え聞いているところでは、とにかく何もない不揃いな中でスタートしたということです。

今のような手法が確立していない中、おいしいビール造りの経験を積み重ねていきました。瓶1つをとっても同じ規格はなく、輸入してきた不揃いの大きさの瓶にコルクを入れて、針金で閉めていました。失敗を重ねながらも、商売を軌道に乗

※ホップの花を摘んで乾燥させ、細かく砕いて凝縮した状態のもの

せてきました。販路も何もない中ですべてゼロから始めたのです。社内ではよく「フロンティア精神」の言葉を旗印にしますが、まさに開拓者、ゼロから造っていくという精神に基づいています。これからの商品開発もゼロから造っていくという発想で、他社とは一味違う着眼点でやっていきます。

**Q ビール造りでは、腐造はあるのでしょうか。**

**A** 現在の衛生管理、設備、検査からは、失敗して腐造するということはありません。しかし今のような技術がなかった時代は、ビール造りの成功を神様をお願いをしていたところがあると聞いています。北海道神宮には開拓・発展の守護神として3つの神様が祭られています。その1つが少彦名神すくなひこのかみという酒造の神様です。そこから分けていただき、現在でも、北海道工場内の神社、博物館、サッポロファクトリーの一角の、道内3カ所でまつっています。



寺本北海道工場長から説明を受ける参加者の皆さん

**Q 第三のビールについて、税金との関係を教えてください。**

**A** お酒は課税されますが、その中でもビールは比較的課税率が高く、350ミリリットル缶当たり77円が税金です。

この状況の中、税率の低いビールを造ろうという流れになりました。定義的には、麦芽を67%以上使用し昔ながらの方法で製造したものがビール、67%未満に抑えたものが発泡酒で軽減税率の対象です。さらに第三のビールは、ビールに近いものの法令に定めがなくビールの税率が適用されません。例えば、2005年（平成17年）発売の「ドラフトワン」は、麦芽を一切使用せずエンドウたんぱくでお酒を造っています。しかし飲み心地はビールに近いことから、発売と同時に爆発的な人

気になりました。

「極ZERO」は第三のビールとして売り出しましたが、現在は発泡酒として再発売しています。中身は同じ価値を持つお酒ですが、税金区分を変更しました。

発泡性酒類に関しては税体系が複雑化しており、消費者の皆さまが混乱しないような制度設計が待ち望まれていると思います。

**Q 海外販売用のビールについて、教えてください。**

**A** 日本で生産して輸出もしていますが、どちらかというと現地生産でビールを造っています。海外のお客さまの好みに合わせて、味や缶の形も違います。嗜好品なので、どのように好みに合わせるのか、海外ではスタンダードな層かプレミアム層を狙うのか、といったマーケティング上の悩みもよくあります。

**Q 環境への取り組みについて教えてください。**

**A** 工場内の各個所ではエネルギーをどの程度使っているかを「見える化」し、リアルタイムで把握して省エネを図っています。二酸化炭素（CO<sub>2</sub>）は1990年（平成2年）と比べて2010年（平成22年）で54%削減しました。設備的にも、コジェネレーションシステムの導入で効率よく熱回収を行ったり、排水処理設備では、水をきれいにする菌が発生させるメタンガスを利用して工場内で使用し、ガス使用量の15%程度をまかなったりしています。また、燃料転換も積極的に進め、ほとんどの設備で天然ガスを利用しています。ガスは完全燃焼するため、環境への負荷が少ない燃料となっています。

**Q 地域貢献の取り組みについて教えてください。**

**A** 北海道洞爺湖サミットが開催された時に、会場近くで森づくりのお手伝いをさせてもらう協定を結んだことが大きな契機となり、様々な活動をしています。

北海道で生まれた会社という特徴を生かし、お客さまの生活行動に結び付ける活動を心掛けています。例えば「麦とホップ」はコープさっぽろと協力し、1本買うと1円が寄付される仕組みです。また、イオンとは北海道遺産を守る活動を行っています。

札幌に関しては、札幌近郊で食材関係を扱う会

社と、道内外の飲食店関係者とのビジネスマッチングのお手伝いや、市内の観光ボランティアが着る青いビブス（ベスト状のもの）を用意させていただいたりしています。

## 参加者からの感想

▶博物館のビールの歴史史料は特に興味深かったです。ビールが出来た当初、北海道からの輸送は大変だったということで、試行錯誤したのだらうと当時の苦労を思わずにはいられませんでした。

▶サッポロビールの歴史は北海道の開拓の歴史とともにあったことを学びました。開拓者精神でビール造りをされていること、安全に消費者に届けるものづくりの真摯な姿勢に、道民として応援したいと思います。

▶サッポロビールの歴史をはじめ、環境への取り組みを詳しく学ぶことができ、ますますサッポロビールのファンになりました。これからも「フロンティア精神」を基本として頑張ってもらいたいです。

▶札幌市に在住して30年近くですが、躍進していく北海道の企業を誇らしく思いました。星のマークの意味が分かり、歴史を知ってさらに身近な企業になりました。

▶ビール業界は日進月歩で競争も激しく、グローバル化で世界を相手においしいビールを製造しなければなりません。これからも新しいユニークなビールを創造し、人類を幸せにしてくれるよう祈ります。



### ●サッポロホールディングス ご担当者より●

遠方のお客さまも含め多くの皆さまにご参加いただき大変うれしく存じます。

私どもの「出発点」である札幌でビール造りが始まった背景、現在に至る道のりをお伝えし、実際の商品生産現場をご覧いただけたことで、より理解を深めていただけたのではないかと思います。

質疑においても様々な観点から問題提起を頂きました。今回のコミュニケーションを「気付き」として、皆さまの毎日に潤いをお届けしたいと存じます。

サッポロ「乾杯をもっとおいしく」

（文責 主任研究員 杉山佳子）

## 花王株式会社 川崎工場

### 花王の“よきモノづくり”を知る

9月25日、花王の川崎工場（神奈川県川崎市）で「企業と生活者懇談会」を開催し、社会広聴会員20名が参加しました。会社概要、工場概要の説明を受けた後、川崎工場を見学し、質疑懇談を行いました。

花王からは、川崎工場の和田康工場長、菊地寛之課長、生活者コミュニケーション部の大竹正子部長、サステナビリティ推進部の横見瀬薫部長、広報部の坂倉隆仁部長、篠崎直之課長、小川直哉氏が出席しました。

### ● 花王からの説明

#### 花王について



和田工場長からの説明

花王は、「長瀬商店」として1887年（明治20年）に創業しました。今では約3万3000人の従業員が働き、1兆3152億円（2013年度）を売り上げる企業グループに成長しました。ビューティケア事業（化粧品、スキンケアやヘアケア製品）、ヒューマンヘルスケア事業（サニタリー製品、健康機能飲料、入浴剤や歯みがきなどのパーソナルヘルス製品）、ファブリック&ホームケア事業（衣料用洗剤、台所用洗剤、住居用洗剤など）、ケミカル事業（産業界向け工業用製品）の4つの事業部門から成ります。国内には、北から酒田、栃木、鹿島、東京、川崎、小田原、豊橋、和歌山、愛媛の9つの工場があります。

#### 「よきモノづくり」とは

「よきモノ」とは、店頭でお客様に購入していただけるコンセプトやデザイン、価格を有している商品

というだけでなく、購入後も、使用感に満足し、最終的には感動していただける商品と考えています。充実した研究開発体制により革新的な製品を創造するだけでなく、常にお客さまからのご意見に耳を傾け、お客さまの声をよりよい商品開発や生産に生かしています。

川崎工場では毎朝、花王独自のお客さまの声を集約するシステムを用いて、川崎工場生産された商品に対して寄せられたお客さまの意見を全員で確認し、日々の仕事に生かすことで“よきモノづくり”を生産の現場で実践しています。

花王は、消費者・お客さまの立場に立って、心を込めた“よきモノづくり”を行い、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化の実現を目指しています。

#### 川崎工場

川崎工場は、主に衣料用洗剤、食器用洗剤、全身洗剤、シャンプー・リンス、住居用洗剤などを年間約41万トン（2013年度）製造する工場です。約270名が働いています。約10万平方メートルの敷地を有し、多摩川と多摩運河に囲まれた川崎臨海工業地帯の浮島町の入り口に位置しています。工場の操業開始は1962年（昭和37年）です。

川崎工場は首都圏に位置する工場であるため、その使命は確実に首都圏や東日本のお客さまに商品をお届けすることです。川崎工場は徹底した効率化を追求した工場であり、非常に少ない人数で生産を行っています。しかし、それと同時にお届けする商品の品質を保つ取り組みや工夫を常に行っています。

また、川崎工場には家庭品の基幹工場として遂行すべき社会的責任があります。第一に守るべきことは安全です。また、万が一大きな災害や事故で生産が止まってしまうと、お客さまに商品を十分にお届けできないという事態にもつながりかねません。24時間稼働している工場であるため、生産を続けながら、安全に対してしっかりとした目配りと気配りを怠らないような運営を行っています。

さらに工場として重要なことは、環境に対する配慮です。これまで、工場の外に出すガスや排水を徹底的に綺麗にする努力をしてきました。その結果、現在、この川崎工場では、多摩川より綺麗な水を排水しているのが誇りです。そのほかにも、地道な努力を続けな

がら安全・安心な工場運営を行っています。



花王製品を前に“よきモノづくり”について意見交換

### ● 見学の様子

川崎工場では、液体洗剤、粉末洗剤などの製造ラインや箱に入った製品の保管と出庫準備をする自動倉庫を見学しました。特に製造ラインでは、間近で製品の生産現場を見ることができました。そのため、見学者の安全確保と落毛防止などの衛生上の理由から、全員がインナーキャップと帽子を着用しました。

#### 液体洗剤の充填工程

工場内部に入ると液体洗剤の中身をパウチと呼ばれる詰め替え用の袋に充填するラインが動いています。詰め替え用の袋が自動的に供給され、ロボットが袋をつかむと正しくつかんでいるかをセンサーがチェックしロットナンバーが印字されます。その後、袋は充填用機械に運ばれ、袋の口が開けられ、液体洗剤がノズルより袋に自動的に充填され、所定の量が入ると口が熱でシールされます。最後までノズルから勢いよく液体洗剤を袋に充填すると、泡が立ち袋から溢れてしまうので、充填速度をコントロールしながら泡を立たせず、かつ、高速に充填しています。パウチの口をシールすると次の箱詰め工程に送られます。すべて機械は自動であり、無人化が徹底されています。この充填用機械は数種類の製品に対応しており、同じ機械で洗剤や柔軟剤の充填をすることが可能です。しかし、各製品で大きさが異なるため、通常は同じ機械やラインで数種もの異なる種類の生産は非常に困難とされているそうです。花王では独自の生産技術の開発により安全

性や高生産性を損なうことなく、製品の種類ごとの大きさの違いを吸収できるよう製造ライン上で工夫がされています。

参加者は機械の間近まで立ち入ることができ、製品を搬送するコンベヤーは、まさに手が届くところを高速で動いていました。参加者がそのダイナミックな動きにしばし見入っている間も工程の所要所で重量や充填した液体が外に垂れていないかなど、センサーによるチェックが一品一品自動で行われていました。参加者は、高速で製品が生産されるなかで、こうした徹底したチェックが、高い品質を支えていることを知ることができました。



参加者の目の前で高速生産される製品

#### 粉末洗剤の外箱の組み立てと充填工程

粉末洗剤を充填する外箱は、平らな紙の板を折り畳むことでつくられます。印刷された紙の板が専用の組み立て機に供給され、ロボットにより機械の中を一周するうちに組み立てと糊付け、乾燥が行われます。その後、箱が正確な形状に組み立てられたかをチェックします。効率的な組み立ての順番や、糊の乾燥を短時間で言うなど、数多くの工夫が施されています。

チェックされた外箱は充填工程へと送られます。充填工程でも素早く正確に粉末を充填するためにわざと一度で充填せずに、速度を変えて充填するなどの工夫が施されています。

#### 自動倉庫

自動倉庫は、パレットと呼ばれる木製の台座の上に製品が入った何個かの段ボールを積む工程とそのパレットに載った製品を倉庫棚に格納する工程から成っ

ています。自動倉庫はすべて無人であり、空調のないエリアです。

段ボールをパレットに積み工程は、パレットローダーと呼ばれる機械で行います。パレットローダーは、パレットの上に、製品を詰めた箱を積み上げます。2段積みされたパレットは自動的に倉庫にコンベヤーで送られます。

倉庫の空間は高さ30メートル、横幅40メートル、奥行き68メートルで、そこにおよそ7500の棚があります。専用のベルトコンベヤーとクレーンが棚の間をひっきりなしに行き来しています。2階ではクレーンにより製品が積まれたパレットが棚に入れられ、1階では棚からパレットごとに運送用トラックに運び込まれる仕組みになっています。なお、製品はその種類ごとにまとめて入っているのではなく、ランダムにバラバラの状態で棚に入っています。

参加者は24時間動き続ける工場の見学を通じて様々な場面での安全と品質確保への努力を学ぶことができました。

地道に一つひとつ丁寧に積み重ね、皆で心掛けていくしかないと考えています。花王は生産における作業リスクアセスメントを必ず行っています。もし、流れる商品が倒れたときに手を出してしまったりどうなるか、など多くのリスクを想定し、その際にどうすれば安全に作業できるかを検討しています。このようなリスクアセスメントに加えて、声を出してチェックしながら作業を行うといった地道なこともずっと続けることがヒューマンエラーの防止に重要と考えています。

**Q 花王の環境への取り組みについてお聞かせください。**

**A** 花王は2008年（平成20年）に環境宣言を行いました。その中で二酸化炭素（CO<sub>2</sub>）の削減、製品使用時の水の削減、自然保護に配慮した原材料調達、化学物質の安全管理の4つの事項を約束しました。特に原料調達について述べますと、洗剤の活性剤の原料は、熱帯雨林気候に生育するパームやヤシの油を使用しています。一方、国連のニューヨークでのサミットにおいて、パームやヤシの無計画な伐採が森林破壊によるCO<sub>2</sub>の上昇や地元の暮らしの破壊などにつながっているとの指摘があります。そこで花王では認証原料を使用するようにしています。認証原料とは森林破壊や児童労働などの問題がない農園で得られた原料（パームやヤシの油）のことです。花王では2013年（平成25年）末に原材料調達ガイドラインを改訂し、2020年までに原材料調達による森林破壊をゼロにすることをコミットメントしています。

**Q 川崎工場の省エネルギーの取り組みをお聞かせください。**

**A** 川崎工場では付加価値生産高当たりで前年比1%削減を継続しています。更には排水、廃棄物、温室効果ガス、エネルギーは2008～2014年で40～50%削減し、この7年で1つの商品を製造するのに必要なエネルギーをおよそ半分に減らしています。

**Q 海外での事業展開についてお聞かせください。**

**A** タイと台湾が花王の海外事業のスタートですが、

本年（2014年）9月に50周年を迎えることができました。花王には2015年までに売り上げの海外比率を30%に、2020年まで50%にする目標があります。皆さまは川崎工場で製造している衣料用洗剤と同じものが海外で販売されている印象を持っておられるかもしれませんが、海外では日本とは洗濯の仕方や水質などに大きな違いがあり、その国に合った商品開発をしています。特にアジアでは洗剤、オムツ、生理用品、全身洗淨料、シャンプー・リンスなどはその地に合った商品開発を進め、市場に出していきます。



懇談会の様子

**Q ヒット商品が生まれた背景においてお客さまのニーズはどのように生かされていますか。**

**A** 花王ではお客さまの満足点、不満点を調査して商品開発に生かしています。花王の電話相談には年間約18万5000件のお問い合わせがありますが、問い合わせをいただくというのは、製品が分かりにくいからととらえて、お客さまの意見に耳を傾けるよう常に心掛けています。さらにご意見を相談部門だけでなく、生産や研究や営業などでも共有することでよりよい製品の開発につなげています。

### 参加者からの感想

▶花王社員の方が、一丸となってよきモノづくりに向かっている姿勢、社員教育が行き届いていると感じました。また、気持ちの良い対応には花王の品格の良さを感じました。

▶花王の「おもてなし」の心が伝わるとともに、川崎工場がモノづくりの第一線に立っていることを実感しました。会社への理解や親しみを深め、花王ファンを増やしていくための大きな役割を果たしていると感じました。

▶廃棄物を燃やして出た熱の工場内での再利用や、排水は多摩川よりもきれいに流していることを知り、環境に配慮した企業であることを実感しました。

▶3.11の際、いち早く赤十字に寄付し、その後も被災地にその時その時に応じた援助と支援を継続されているなど熱心な取り組みについても知ることができ、素晴らしい企業であることを再認識しました。

▶各部門の方からのご説明もお聞きすることができ、消費者を大切にする花王ウェイを実感した1日になりました。

▶地域に開かれた企業として様々な活動をされていることに感銘を受けました。



### ●花王 ご担当者より●

参加者の皆さまには、日ごろから愛顧いただいている花王製品を製造する川崎工場をご見学いただきありがとうございました。見学と懇談会を通じて、当社の企業姿勢から、製品づくりにかかわる様々な取り組みについてご理解を深めていただけたのではないかと思います。また、生活者の皆さまが日ごろどのような意見を持っておられるのかをじかに伺いするよい機会を頂き感謝しています。

（文責 主任研究員 磯部 勤）

# 竹中大工道具館



2014年9月26日、公益財団法人竹中大工道具館（兵庫県神戸市）で、「生活者の企業施設見学会」を開催し、社会広聴会員23名が参加しました。

## ■概要説明

竹中大工道具館は、竹中工務店の創立85周年を記念して1984年（昭和59年）に元町（神戸市）に設立され、30周年を迎えた2014年（平成26年）10月、新神戸駅前に移転しました。建物は地上1階、地下2階で、周辺を樹木に包まれ自然と調和したオアシスのような空間です。

60数年前から日本では電動工具が出回り始め、手道具を使う大工が少なくなってきました。大工の精神とその道具を民族遺産として残し、ものづくりの心を後世に伝えることを目的に、日本で唯一の大工道具の博物館「竹中大工道具館」が設立されました。今日までに収集した資料は約3万500点。その中から約1000点を展示しています。

## ■見学の様子

館内のシンボルは、高さ7メートル超の「唐招提寺金堂組物」の実物大の模型です。日本の大工が精巧な仕事で木を刻み、建造物を造ったことが実感できます。



唐招提寺金堂組物の模型でつくりを学ぶ

展示では、先史時代からの様々な道具を実物や復元資料で紹介しています。原始的な斧に始まり、約2000年前に大陸から伝来した鉄の技術により柔らかい木材を扱えるようになったこと、鎌倉時代後半に伝来した巨大な鋸が、日本では1人で使えるよう独自の発達を遂げたことなど、時代と道具の深いかかわりを興味深く見学しました。江戸時代には、鍛冶の技術が向上し、建物細部の精度を求める日本では用途に応じて、様々な鑿、鉋、鋸などが登場します。昭和10年代、日本の大工は平均で179点、多い人は200点超の道具を持ち、世界の大工が約60点だったことに比べ、極めて種類が多かったことに驚かされます。

数寄屋造りのスケルトンの茶室を見学しました。数寄屋は自然の丸太をそのまま組んで使う、日本独

特の建築方法です。数寄屋大工は複数の丸太をきれいに収めるため、様々な道具を使って組んでいきます。木の模型で、実際にこの組み立てを体験すること



映像を交えて道具の説明を受ける参加者

もできます。茶室の中に入ると、自然の木と大工の技が融合した精緻なつくりで、参加者からは感嘆の声が上がりました。

## ■木と道具に親しむプログラムを体験

木工室で、堂宮大工から道具の面白さを学びました。鉋削りの実演では、見事な技で削られた檜、松、兵庫県樹の楠などを参加者が手に取り、木の香りや特徴を学びました。その後、参加者が鉋削りの体験をしました。滑らかに削ることは想像以上に難しかったものの、木と道具に触れる楽しさを知り、大工道具の奥深さや面白さを体験できたひとときでした。



堂宮大工による鉋削りの実演を見学

## ■参加者からの感想

「道具の歴史に、日本人の精神が生きていることに感動しました」「あえて集めないと消えていく道具を収集している、その価値は計り知れないです」「名工の大工道具に用と美を兼ねた芸術的な美しさを感じました」「一つひとつの道具を大事に使っていた昔の大工たちが喜ぶ息遣いが聞こえてくるようでした」

（文責 主任研究員 杉山佳子）

# ～未来都市モデルプロジェクト現地報告～ 「沖縄物流拠点都市」 ー 沖縄貨物ハブ ー

経団連は、全国の11都市・地域に、日本企業が有する、医療、農業、環境・エネルギーなどの分野の最先端の技術を結集し、革新的な製品、技術、システムを開発、世界に先駆け社会的課題の解決を目指す「未来都市モデルプロジェクト」を実施しています。経済広報センターは、同プロジェクトの理解促進を図るため、各地で見学会などを開催してきましたが、「沖縄物流拠点都市」（沖縄県那覇市）プロジェクトは、深夜に業務が行われるため見学会の開催が難しいことから、当センター事務局が現地レポートをします。

2014年7月21日から22日にかけて、全日本空輸株式会社沖縄空港支店の近藤博之支店長と総務課の浦口彰伸主席部員の案内により、那覇空港内の「ANA沖縄貨物ハブ」取材しました。

## ■沖縄物流拠点都市

「沖縄物流拠点都市」プロジェクトは、那覇空港と那覇港を含むエリアで、サービス・パーツ（修理・交換部品）や医薬品、農水産品など、速達性が求められるBtoBとBtoC商品を主な対象に、日本を含むアジアをカバーする「国際物流拠点」（沖縄物流ハブ）を整備することを目指しています。

特に東アジアと国内各都市を結ぶ豊富な航空ネットワークを生かし、輸出入に関する手続きの簡素化・一元化、海運ネットワークと航空ネットワークの連携、航空貨物の搭降載や空港と倉庫間移動の自動搬送システムの活用により省人化・低炭素化などを図り、日本品質のきめ細かな物流をアジア並みのコストで提供するとともに、「環境負荷低減」が可能な物流モデルを実現することが目的です。

## ■ANA沖縄貨物ハブ

アジア主要都市を結ぶ国際航空貨物ネットワーク構想を目指すANAと沖縄県の戦略が一致し、2007年（平成19年）、沖縄に国際貨物拠点をつくる合意がなされました。その後、那覇空港に国際物流拠点となるANA沖縄貨物ハブが整備されました。ANA沖縄貨物ハブは那覇空港北側に位置し、建屋の広さは、およそ2万7700平方メートル（一部LCC旅客ターミナル含む）

です。日本を含むアジアの各主要都市から那覇空港にいったん集荷された貨物を、短時間で効率的に積み替え、目的地へのスピーディーな輸送を実現します。夜間の通関、積み替えなど24時間の稼働がこのスピードを支えています。

## ■沖縄は物流のハブとして最適

沖縄が物流のハブとして有利な点は、まず地理的優位性が挙げられます。飛行機の稼働効率の点からは、往路4時間、駐機2時間、復路4時間というように、1往復の飛行を10時間以内にとどめると、1日2往復が可能となります。そのためには片道の飛行時間がおおよそ4時間の圏内に、できるだけ多くのアジアの主要都市が入る場所がハブとして有利です。沖縄を中心に飛行4時間の距離を半径とする円を描くと、国内や上海、台北はもとより香港、バンコク、シンガポールまでも、ほぼその円内に含まれます。またスピーディーな物流を考えると仕分け作業、通関などを深夜でも行う必要がありますが、ANA沖縄貨物ハブは24時間運用であり、物流のハブとして適した機能を有しています。

このような理由から、沖縄を物流のハブとするANA沖縄貨物ハブ事業が2009年（平成21年）に開始されました。当初、国内は羽田、成田、関西、海外は香港、台北、上海、ソウル、バンコクの8地点でしたが、

山陽新幹線「新神戸駅」中央改札口より徒歩3分、市営地下鉄「新神戸駅」北出口2より徒歩3分ほか

●住所：兵庫県神戸市中央区熊内町7-5-1 ●TEL：078-242-0216

●入場料：一般500円、大高生300円、65歳以上200円、中学生以下無料 団体割引あり

●開館時間：9時30分～16時30分（入館は16時まで） ●休館日：月曜日（祝日の場合は翌日）、年末年始

2013年（平成25年）8月に名古屋、2014年（平成26年）1月に青島、3月に広州、5月にはシンガポールが加わり、現在沖縄は12地点の日本、アジアの主要都市を結ぶ物流ネットワークのハブになっています。



### ■深夜のANA沖縄貨物ハブの視察

深夜の午前0時前、ANA沖縄貨物ハブエリアにおよそ180名のスタッフが集まります。午前1時半ごろから、国内、アジア各地からの飛行機が那覇空港に次々と着陸します。駐機場に着いた飛行機から続々とコンテナが降ろされ、送られてきた機械部品や電子部品などがANA沖縄貨物ハブエリアに運ばれます。物流の中心であるハブに貨物が集中する瞬間です。その後、通関の手続きとともに行き先別の仕分けがスピーディーに行われ、新たにコンテナに入れられ、貨物ハブの駐機場に並ぶ飛行機にそのコンテナが次々に運び



ANA沖縄貨物ハブに集まる貨物

入れられます。明け方5時ごろ、一度ハブに集中した貨物は仕分けされ、沖縄貨物ハブから再びアジアの空へ旅立っていきました。

品物の流れから見ると、例えば、昼過ぎに日本国内の地方都市から発送された品物は、羽田経由で沖縄に届き、ANA沖縄貨物ハブなら深夜の間に貨物の積み替え、通関を行うことによって、次の日の朝には飛行4時間圏内のアジアの都市に運ばれ、早ければ発送された次の日の昼に相手方に届けることができます。逆に海外から沖縄に入った貨物は夜間にANA沖縄貨物ハブで通関まで済ますことができるため、朝の羽田空港での取り扱いが国内貨物となり、ノンストップで出荷の翌日に顧客に配送されます。



アジア各地に向けて深夜便にコンテナが搬入される

### ■沖縄県を日本産品輸出のゲートウェイに

2013年10月、「日本の食品の鮮度を保ったまま、最速のスピードで海外へ届ける」を実現するため、ANA沖縄貨物ハブのスピードとヤマト運輸の陸送ネットワーク&クール宅急便が連携を開始しました。香港の顧客が注文した北海道、北陸、九州の生鮮食品を集荷翌日に顧客に届けることを可能にするには、「厳密に温度コントロールされた最速の「国際小口保冷輸送」を実現しなければなりません。ヤマト運輸は自社の生鮮品輸送ネットワークにより最速の国内搬送を行い、沖縄まで届けます。一方、ANA沖縄貨物ハブは24時間稼働を生かして、物流のスピードを緩めることなく夜間に通関、仕分けを行うことで翌朝に香港の空港に届け、ヤマト運輸がその日のうちに顧客に配達することが可能となりました。「お客さまからは、日本のおいしい思い出の食べ物が手軽に手に入りうれしかった、とか、こんな簡単に早く届くなんて驚きだ、との

感想が寄せられています。ANAとヤマト運輸が連携した国際小口保冷輸送の実現が、この結果につながっています」と沖縄空港支店総務課の浦口主席部員は語ります。

今後、香港だけでなく台湾、上海、シンガポールにもこのサービスを展開し、ANA沖縄貨物ハブ、すなわち沖縄県を日本産品輸出のゲートウェイにすることを目標にしています。

### ■羽田・沖縄線の深夜貨物便でも運ぶ

通常、貨物を運ぶ際、相手空港と沖縄の間で使用される飛行機は貨物専用機です。しかし、羽田・沖縄間は人も運ぶことができる普通の飛行機を使用しています。これは羽田空港では昼間帯（6～23時）は、貨物

専用機が離発着できないからであり、昼間でも離発着できるように、通常の飛行機を使用して貨物を運んでいます。そこで、ANAは2014年7月18日から8月31日まで（毎月曜日を除く）、深夜0時に羽田を出て午前2時半に沖縄に着く便と、早朝4時40分に沖縄を出て午前7時に羽田に着く便を貨物だけでなく旅客便としても活用することを考えました。沖縄便の利用者が多い夏休み期間限定ですが、ANA初の国内線深夜便「ANAギャラクシーフライト」として羽田・沖縄間の運航を開始しました。「初めは利用者が少ないのではと心配しましたが、航空運賃は同期間中の日中帯運賃と比べると格安ということもあり、思いのほか、人気は上々です」と沖縄空港支店総務課の浦口主席部員は語ります。

（文責 主任研究員 磯部 勤）

## 経済広報センターニュース

### 日本経済新聞に意見広告を掲載

経済広報センターでは、経済界の主張・考え方について社会の理解促進を図るため、また、当センターの活動を知っていただくため、新聞を活用した広報活動を行っています。内容は当センターのホームページ(<http://www.kkc.or.jp/>)でもご覧いただけます。

- 2014年9月9日 将来を担う子どもたちのために
- 2014年10月9日 新卒採用に関するアンケート調査結果を公表
- 2014年11月13日 マイナンバー通知まであと1年

### 新卒採用に関するアンケート調査結果を公表

採用選考で重視した要素は、**「コミュニケーション能力」が11年連続で第1位**

経団連は、大卒新卒者等の採用選考活動の総括を目的として、会員企業を対象に新卒採用（2014年4月入社対象）に関するアンケート調査を実施し、9月29日に結果を公表しました。

企業が採用選考にあたって重視した要素は、「コミュニケーション能力」が11年連続で第1位となり、以下「主体性」、「チャレンジ精神」、「協調性」、「誠実性」の順に続きました。

詳しくは → [経団連 新卒採用2014](#)

一般財団法人  
経済広報センター <http://www.kkc.or.jp/>

2014年10月9日

### 将来を担う子どもたちのために

過去最高1,149人の教員が企業の研修に参加  
年々高まる「教員の民間企業研修」への関心

経済広報センター（会長：神原定征）が、1983年から毎年夏休み期間中に実施している「教員の民間企業研修」が、8月22日に終了しました。この研修は、小・中・高等学校の教員が企業活動で学んだことを子どもたちに伝えていただくことが目的です。

年々、応募者数が増加し、今年は過去最高1,149人の教員が105の企業・団体の研修に参加。人材育成やCSR活動などの講義のほか、現場体験や工場見学などを通じ、様々な企業活動を学びました。

詳しくは → [教育界と企業の懸け橋 2014](#)

一般財団法人  
経済広報センター <http://www.kkc.or.jp/>

2014年9月9日

### マイナンバー通知まであと1年

企業でも、実務上の対応準備が必要です

マイナンバー制度（社会保障・税番号制度）は、社会保障・税一体改革や電子行政の基盤となる制度です。来年（2015年）10月には、マイナンバーが市区町村から国民に通知され、2016年1月から、社会保障・税・災害対策などで利用されます。

企業では、納税や社会保障関係手続きなどでマイナンバーの取扱いが必要となり、社員研修やシステム改修等の準備を始める必要があります。

詳しくは → [経団連 マイナンバー実務対応](#)

一般財団法人  
経済広報センター <http://www.kkc.or.jp/>

2014年11月13日

## 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。

### ○健康維持増進に関するアンケート（2014年10月調査結果発表）

- 2014年11月5日 医療介護CBニュース（Web）「自己負担減と時間拡大で健診受診率アップを一民間調査」  
2014年11月6日 経団連タイムス 第3199号 5面 「『健康維持増進に関する意識・実態調査』結果を発表 健康維持増進や疾病予防が自己医療費負担軽減につながると認識」  
2014年11月25日 日本農業新聞 12面  
「健康への取り組み 意識・実態調査 『食事の管理』が7割 『健診受けず』は2割」

### ○東京オリンピック・パラリンピックを契機とした観光立国に関するアンケート（2014年7月調査結果発表）

- 2014年8月12日 日刊工業新聞 3面 「経済広報センター 東京五輪開催での意識調査 景気回復・業績改善55% 日本の魅力発信のチャンス85%」  
2014年8月13日 共同通信ニュース 「東京五輪で魅力発信、85%期待—広報センター調査、外国人を誘致」  
2014年8月14日 秋田魁新報 5面 「日本の魅力発信、20年東京五輪に期待85% 経済広報センター調査」  
2014年8月14日 下野新聞 9面  
「東京五輪意識調査 世界に魅力発信、85%期待／経済界、外国人誘致強化へ」  
2014年8月14日 東奥日報 5面 「東京五輪 日本の魅力発信85%期待 経団連系センターが全国調査」  
2014年8月14日 北国新聞 9面 「東京五輪 世界発信、85%期待 外国人旅行者の誘致強化へ」  
2014年8月14日 富山新聞 9面 「東京五輪 世界発信、85%期待 外国人旅行者の誘致強化へ」  
2014年8月14日 中部経済新聞 15面 「五輪で世界に魅力発信へ85%が期待 経済広報センター調査」  
2014年8月14日 大阪日日新聞 7面 「日本の魅力の世界発信 五輪に85%が期待」  
2014年8月14日 日本海新聞 7面 「日本の魅力の世界発信 五輪に85%が期待」  
2014年8月15日 日経流通新聞 11面 「経団連系調査『五輪で魅力発信』85% 観光立国へ期待感」  
2014年8月15日 山形新聞 9面 「東京五輪 魅力発信の好機 経済広報センター調査 85%が期待」  
2014年8月15日 中国新聞 夕刊 4面 「経団連系 東京五輪調査 日本の魅力発信『期待』85%」  
2014年8月18日 岩手日報 4面  
「五輪で魅力発信 全国の85%期待 20年東京開催時調査 経団連系機関」  
2014年8月18日 茨城新聞 10面 「日本の魅力発信85%が五輪期待 ネット調査」  
2014年8月18日 奈良新聞 3面 「日本の魅力世界へ発信 期待85%、東京五輪で意識調査」  
2014年8月19日 京都新聞 11面 「五輪で観光立国85%期待 外国人旅行者誘致へ 交通案内充実求む」  
2014年8月20日 宮崎日日新聞 8面 「東京五輪 世界発信85%期待 経団連系組織が全国調査」  
2014年8月21日 交通新聞 4面 「20年東京五輪が好機—経済広報セ意識調査日本の魅力発信で」  
2014年9月4日 経団連タイムス 第3190号 5面 「経済広報センターが『東京オリンピック・パラリンピックを契機とした観光立国に関する意識調査』を実施 85%が東京オリンピック・パラリンピックを日本の魅力発信のチャンスととらえる」  
2014年11月号 広報会議（宣伝会議発行）122頁 「日本の魅力発信、85%の生活者が期待 ～東京オリンピック・パラリンピックをチャンスに～」  
2014年11月13日 交通新聞 2面  
「日本の魅力発信のチャンス—経済広報セの意識調査—『もてなし』は最大の観光資源」

### ○女性の活躍推進に関するアンケート（2014年3月調査結果発表）

- 2014年10月1日 産経新聞 夕刊 4面 「i k u - m e nスタイル 日本 ユニークな働き方で離職率減」

### ○グローバル人材の育成に関するアンケート（2013年11月調査結果発表）

- 2014年10月号 日経ビジネスアソシエ 64～65頁 「日本文学・文化に詳しい、ロバート キャンベルさんに聞く 知識と感じたことを組み合わせ日本文化や歴史を身につける」

### ○災害への備えと対応に関するアンケート（2013年3月調査結果発表）

- 2014年9月1日 日本経済新聞 夕刊 9面 「災害の備え 女子目線で SNS／地域の意識底上げ おむつは多めに用意、合コンで止血訓練」

## 名古屋で道州制講演会を開催

2014年11月6日、青山学院大学経済学部の西川雅史教授を講師に迎え、名古屋市において道州制講演会を開催し、社会広聴会員など、21名が参加しました。

西川教授は「日本は少子高齢化や財政状態の悪化が待ったなしの状況下であり、道州制や都道府県合併の推進は、経済的な論理からも必然的要請である」と述べました。また、「道州制や都道府県合併を単なる目的として考えるのではなく、国際競争に打ち勝つための日本の在り方を考えるための手段、行政サービスを効率化するための手段、そして基礎的自治体の格差を穴埋めする手段として考えることが重要」との見解を示し、「推進していくには、地域格差是正を目指す取捨選択が前提であり、そのための都道府県の戦略的協力が不可欠である。同時に取捨選択から生まれる脆弱な自治体への配慮も重要であり、そうした自治体を支えることも国の役割である」と主張しました。その後、意見交換が行われました。

## 経団連と共催でマイナンバーシンポジウムを開催

2014年11月10日、マイナンバー制度（社会保障・税番号制度）への円滑な対応に向けた「マイナンバー実務対応シンポジウム～マイナンバー通知まで1年。企業は何をするべきか～」を東京で開催し、企業・団体関係者、社会広聴会員など、750名が参加しました。

マイナンバー制度導入まで1年余りとなり、2015年10月にはマイナンバーが市区町村から全国民に通知され、2016年1月から国や地方公共団体などで、社会保障・税・災害対策の分野で利用されます。阿部知明内閣官房社会保障改革担当室参事官の来賓挨拶の後、榎並利博富士通総研経済研究所主席研究員が「マイナンバー制度と企業の実務対応」と題して、民間企業が取るべき対応を実務面（事業や業務・システムや人事給与関係）と安全管理面について説明しました。また、袖山喜久造SKJ総合税理士事務所所長・税理士が「税務面からみたマイナンバー制度とその対応について」としてマイナンバーの社会保障・税番号への対応と活用について講演しました。

## 未来都市モデルプロジェクト見学会 ～柏の葉スマートシティ ゲートスクエア～

2014年11月12日「第5回 未来都市モデルプロジェクト見学会」を、柏の葉スマートシティ ゲートスクエア（千葉県柏市）で開催し、社会広聴会員16名が参加しました。

当日は、三井不動産の協力のもと、柏の葉スマートセンター、KOIL、街のすこやかステーション、エネルギー棟などを見学しました。柏の葉スマートセンターでは、すでに稼働している地域エネルギーの運用・監視・制御を大型液晶パネルで見学するとともに、太陽光発電や夜間電力の蓄電が昼間の電力需要を効率的にカバーしている状況についても説明を受けました。またKOILでは新産業を生み出すイノベーションオフィスを、街のすこやかステーションでは疾病予防型の健康サービスの専門店街などを見学しました。

## 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>

## 「社会広聴会員」からの ご意見・ご感想

### 「東京オリンピック・パラリンピックを契機とした観光立国に関するアンケート」について

- 景気に期待したいです。ハードインフラ面で建設関係は良くなりそうですが、多方面に景気の良さが普及してほしいです。(20代・男性・神奈川県)
- 観光客誘致のための良いきっかけになると思います。開催後に「また来よう」と思ってもらえるよう、アピールポイントを伸ばしていけるとよいと思います。(30代・女性・東京都)
- 東京での開催はうれしいニュースだったので、希望的な明るい展望の回答が多く、アンケートを読んでいて楽しかったです。(50代・女性・福岡県)
- 国際交流、観光事業、優れた技術製品を世界に広める良い機会と期待する人が多数だと感じました。地方都市でも外国の観光客を見掛けただけで手助けしたいと思い、遅まきながら英会話を習っています。(60代・女性・広島県)
- 日本人は自分たちに自信がない民族だと思っていましたが、アンケートでは日本の良さを把握していることが感じられてほっとしました。今後は日本の良さを海外にもどんどんPRすべきだと思います。(40代・女性・北海道)
- 日本ならではの「おもてなし」精神が必要だと思います。和食とのセットで、より一層アピールできるのではないのでしょうか。また、イスラムのハラールなど宗教の制約もあるので、受け入れる方も幅広い知識が求められると思います。(30代・男性・大阪府)
- おもてなし、親切な対応、マナーをアピールできる場ではありますが、まず言葉が通じなければ相手の不安を解消できないこともあるのではないのでしょうか。(40代・男性・東京都)
- 外国人旅行者のリピーター増加に向けたアピールポイントが食文化では弱いと思います。やはり観光地や伝統芸能の充実が望まれます。(50代・女性・愛知県)

- スマートフォンやタブレット端末が普及した昨今、「Wi-Fiの整備を」との若い方の意見は、貴重だと思います。(80代・女性・青森県)
- 税金が大量投入されるということが少し気になります。税金の投入で日本経済が活性化するならよいと思いますが、国の赤字が増えるだけということにはならないでほしいです。(30代・女性・山梨県)
- 前回の東京オリンピックの時、地方にも聖火ランナーが来て、小学校全体で声援を送った記憶があります。東京では今回の開催に向けて、再開発やインフラ整備が進められていますが、「地方創生」と絡めて地方も元気になるような政策も必要ではないでしょうか。(60代・男性・新潟県)
- オリンピック開催で盛り上がる東京と、ほかの地域との差が広がる気がします。(30代・男性・兵庫県)
- 東京ではなく、東北で復興をしながら開催するオリンピック・パラリンピックにしてほしかったです。東京に訪れた外国の方々が、地方にも足を伸ばしていただけるような働き掛けや整備を望みます。(50代・女性・三重県)
- 50年前のオリンピックを経験している世代ですが、成熟した日本での開催に期待しています。日本国民として、高齢者にもできることはやってみたいと思います。(70代・女性・兵庫県)

### 「企業と生活者懇談会」について

#### 〈コスモ石油〉

- 原油が成分ごとに分けられて精製・加工されている様子がよく分かりました。人口が増加している地域で、石油製品が素材として利用されることが想定されることは心強いです。(60代・女性・兵庫県)
- 石油や天然ガスの枯渇が心配されていますが、新

しい技術の向上により、可採年数が延びるのはうれしいことです。(60代・女性・大阪府)

- 堺製油所は、規模は小さくとも最新の装置群で効率的に付加価値の高い製品をつくることに、オイルマンの志を感じます。24時間体制でエネルギーを支えている人が居てこそ、当たり前ガソリンを入れられるのだと思いました。(50代・女性・大阪府)
- 石油は身近なものでありながら、種類や精製のことなど理解していませんでしたが、安全に対する取り組みは万が一を考慮し、環境にも十分な配慮がされていることが分かりました。(40代・女性・大阪府)
- 原油を一滴の無駄もなく精製する技術に驚きました。個人ベースでは食材の無駄をなくす努力を日ごろからしていますが、こうした企業が増えてくれるとよいと思います。(50代・女性・埼玉県)
- 重油留分から、新たにジェット燃料などが生産されるようになったとありますが、資源のない日本では今後が期待でき、その技術力に敬意を表します。(80代・男性・北海道)

#### 〈協和発酵キリン〉

- 薬の進歩の目覚ましさを感じています。バイオ関連の薬の開発が進めば、人類はあらゆる病を克服できるのではないのでしょうか。(30代・男性・大阪府)
- 新しい医薬品の開発は、健康で居るために本当に大切な仕事だと思います。(50代・女性・山口県)
- 「たった一度の、命と歩く。」という企業理念を初めて知りました。良い理念だと思います。(50代・女性・千葉県)
- これからの日本は高齢者が増え、バイオ医薬品は注目を浴びていくことになると思います。今後に大いに期待しています。(50代・女性・熊本県)
- 情熱を持って新薬の開発に挑む様子が分かり、ますますの発展を期待します。高崎工場の、操業以来25年間休業災害件数ゼロの偉業は見事です。(70代・女性・愛知県)
- 最先端のバイオ技術による抗体医薬品により、難病に苦しむ人たちに大きな希望を与えてくださることを切に希望します。(70代・女性・神奈川県)

### 生活者の企業施設見学会について

#### 〈印刷博物館(凸版印刷)〉

- 印刷技術の進歩が人類の文明発展の基礎であるこ

とがよく分かりました。東京の中心地にあるので、子どもの教育に大変有効であると感じました。

- (80代・男性・東京都)
- 「マイノート作り」は自分だけのノートを作ることができ、良いと思います。自分で体験することは、話をただ聞くだけよりいろいろなことを知ることができます。(30代・女性・山梨県)
- 時代が変わっても、製本された印刷物には見ながら想像をめぐらす「間」があります。それは画面を見ながらのものにはない、独特の「間」であると思います。(60代・男性・群馬県)
- 印刷の歴史は技術の歴史との印象を受けました。3Dプリンターなど日本を代表する技術を伝えてほしいと思います。(50代・男性・北海道)

### ご意見・ご感想

- 秋号の表紙の絵は、観光立国に関するアンケートのテーマに沿っていて良かったです。このようなお茶は外国人も気軽に飲めると聞いています。表紙はそれを表していると思います。(30代・女性・埼玉県)
- 「ご意見・ご感想」を読むのが好きで、しっかり目を通しています。積極的に意見を述べられるのは年齢の高い方が多い気がします。もっと若い方も意見を述べてほしいと思います。(50代・女性・福岡県)
- 「ネットワーク通信」は、分かりやすく読みやすいので、少し社会にかかわった気分になれます。日ごろ、自分の周りのことで精いっぱいですが、少し余裕を持って社会全体を見て参加してみようという気になってきます。(40代・女性・兵庫県)
- 「生活者の企業施設見学会」は、記事を読んでも楽しいし、参加したいと思います。いろいろな施設を企画してほしいです。(50代・女性・東京都)
- いつも平日に「企業と生活者懇談会」や「生活者の企業施設見学会」が開催されているので、仕事で参加できません。とても気になるので、休日に開催してほしいです。(20代・男性・神奈川県)
- 北米社会科教師との交流会に参加しました。わが家では着物が「たんすの肥やし」になっています。有効活用していただければと思うのですが、何かあれば協力したいと思います。(60代・女性・三重県)

# 表紙のことば

直近の調査によると、男女ともに長寿日本一は長野県だそうです。その理由として、県全体で減塩の取り組みを行ったこと、野菜の摂取量が多いこと、特産の寒天や信州みそが健康に良いのではといった、食生活に関することがよく取り挙げられます。しかしほかに見逃せないのが、「生涯学習」やボランティアに取り組む人が多い、県内各地に温泉があり、そこに集う人々が情報交換を行うことが長寿に寄与しているのではという説です。食事の管理や健康診断受診などに加えて、「生きがい」を持ったり人とかわかることで、毎日変化や刺激のある生活を送ることも、健康を維持して長生きをするための秘訣のひとつなのかもしれません。



## 杉山 佳子(前列左)

小京都と呼ばれる地方都市で、江戸時代から続くかじ屋を営む伯父がいます。歴史的な建物の工房でこつこつ仕事をする様子が、時々雑誌にも載ります。しかし伯父も今年で90歳。後継者はいません。日本の伝統的な技能が失われつつある今、大工道具やそれにまつわるものを大切に守ろうとする竹中大工道具館の姿勢に、温かな光が灯ったように感じます。

## 磯部 勤(前列中央)

南の島の海がエメラルドグリーンに見えるのはプランクトンのせいです。プランクトンが少なく透明度の高い海では、プランクトンが少し増えるとサンゴの白い浅瀬がエメラルドグリーンになります。白と紺の海が、時間とともに満ち潮になり、水温も上昇しプランクトンが増え、エメラルドグリーンと紺へと変わっていくさまを眺めていると、地球という大きな生態系を感じる事ができ幸福な気分になれます。

## 伊藤 貴範(前列右)

あるテレビ番組の生放送の現場を見学する機会がありました。スタジオ内、別室と、予想以上に多くの方々画面に映らない所で奮闘されていました。1秒刻みで時間を管理しスムーズな番組進行に全力を注ぐ姿に感動し、自分自身の時間の使い方を改善していかなければならないと反省しました。

## 大野 祥子(後列中央左)

巷で人気の「消せるボールペン」。便利ですが、高温になる場所に放置しておくと、文字が勝手に消えてしまうこともあるので要注意です。ちなみに冷凍庫などで冷やせば消えた文字は復活しますが、それも面倒な話です。

消すなら鉛筆、消さないならボールペン、訂正は二重線。それでいいじゃないかと思う今日このごろです。

## 鈴木 恵理(後列中央右)

毎年のように年始の目標に掲げるものの、全く達成できないことがあります。「自炊」です。時間や環境の制約もありますが、理由のほとんどは自分のやる気と性格です。それでも「今年こそは……」と懲りずに目標に掲げてみました。自分の健康は自分で守るためにも、料理に対する苦手意識を払拭して頑張っていきたいと思います。

## 高橋 美香(後列右端)

昨年末もバタバタと年賀状を書いてしまい、もっとゆっくり一人ひとりでいねいに書きたかったと反省。今や「メールで一斉送信」もあるようですが、やはり、年始に1枚1枚読むひとときの幸せを考えると、自分も「葉書で」と思いつつ、今年の年末もおそらくバタバタと……。

新しい年の始まりです。皆さまにとって良い年になりますように。

## 佐藤 亜矢子(後列左端)

あと1分いや30秒と、寝床から出るのに一大決心が必要な季節です。これを払拭してくれるのが、来月下旬ごろから……ウグイスの鳴き声です。ホーホケキョの美しい音色を聞くと、姿をひと目見たいと、目が覚めます。いまだ姿の確認はできていませんが、ウグイスに起こされた朝は、特上な気持ちで1日の始まりを迎えられます。

社会広聴活動レポート

ネットワーク通信

2015 No.61 新春号



ネットワーク通信は再生紙を使用しております。

発行／一般財団法人 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／2015年1月9日

<http://www.kkc.or.jp/>