

ネット ワーク 通信

DXで実現するSociety 5.0	1
経団連 DXタスクフォース 浦川座長 インタビュー	
経団連「チャレンジゼロ」プロジェクト	3
経団連 帝人	
動き出すSDGs	5
全国地方銀行協会 サントリーホールディングス	
企業施設レポート	7
キャノン(茨城) ヤマトホールディングス(東京)	
企業・団体のCSR活動	11
東京海上ホールディングス ライオン	
ご意見・ご感想	13
経済広報センターニュース	14

2021
No.85
新春号



一般財団法人

経済広報センター

生活者にとっての価値が最も重要



浦川 伸一 (うらかわ・しんいち)
経団連 DXタスクフォース座長
損害保険ジャパン株式会社 取締役専務執行役員

経団連は、今後の日本が目指すべき未来社会として「創造社会Society 5.0」を掲げ、その実現に向けた議論や対話を重ねています。その鍵となるのが、DX（デジタルトランスフォーメーション）です。経団連では、DXを、「デジタル技術とデータ活用が進むことによって、社会・産業・生活のあり方が根本から革命的に変わること。また、その革新に向けて産業・組織・個人が大転換を図ること」と定義しています。

日本の経済界が今後推し進めていくDXにおいて、最も重要なことは、企業含め様々な主体が手を取り合うことで生活者の方々にとっての価値の実現を目指すこととされています。そこで、今回、経団連DXタスクフォース座長の浦川伸一氏に、日本の経済界がDXによってどのような生活者価値の実現を目指しているかについてインタビューしました。その様子を以下に掲載いたします。

世界全体でDXが進み、国際競争が激化する中、日本の経済界はどこに向かおうとしているのでしょうか。

日本経済は「失われた20年」と呼ばれる低迷期を経験してきました。元気な日本経済を取り戻さなければなりません。特定の巨大IT企業が市場を独占するような他国のやり方をまねるのではなく、生活者への価値提供を中心に、産官学の三位一体でそれぞれの強みを持ち寄り、そこにデジタル技術とデータ活用を組み込んだ新しいビジネスモデルを構築することが求められています。その新たなビジネスモデルの構築が、今後日本が目指していく「多様な主体の協創で生活者価値を実現するDX」の本質です。日本だけに通用するという「日本型」の考え方ではなく、国内外の企業や研究機関が手を取り合って価値を創造する形を「日本発」の新たなモデルとして世界に広めていくという考え方を大事にすべきと考えています。

「生活者の価値」が日本発DXで重要視されるようになった経緯をお聞かせください。

「デジタル化」を考えると、まずは、その軸合わせが必要ではないかという議論になりました。そして、企業活動におけるデジタル技術の活用は、決して「個社の生産性を高め、収益を向上させるため」のものではなく、「生活者がこの国・この街・この地域で心理的、経済的に豊かに過ごせる社会を創るため」にあるという共通認識に至ったのです。

これまでそれができてこなかったのには理由があります。それは、行政や産業界における「縦割り構造」です。その構造を抜本的に改革し、DXをきっかけとして業種・業態の枠を超えて様々な主体が手を組むことで新たな経済圏が生まれます。その中で企業はパイを奪い合うのではなく、共に協力し合い、生活者への価値提供を軸に収益を伸ばしていくことで、経済圏全体を拡大することが重要になります。このような協創は少しずつ実践されており、今後、その成功体験の

積み重ねが日本の未来社会を創っていくのだと考えています。

「生活者の価値」には具体的にどのようなものがあるのでしょうか。

生活者の皆さまの欲求や消費行動の変化に合わせて、企業が提供する価値も進化させなければなりません。1つ分かりやすい例として、モビリティの例を挙げます。

以前は、個人のアイデンティティーの象徴として「クルマ」を所有したいという欲求がありました。しかし、現在では、「山や海に行きたい、あの国や街に行きたい」といった「移動」に対する欲求が主になってきたのです。その変化に応じて、企業等が提供する価値も変えていかなければなりません。現在はまだ、飛行機・電車・タクシー・レンタカー・カーシェアリングなど各企業がそれぞれにサービスを提供し、生活者の方々が自分たちで組み合わせて旅程をつくるという形です。しかし、DXが実現するSociety 5.0では、各企業が手を組むことで、1つのサービスを提供し、生活者がスマートフォンのアプリ上で、例えば、価格重視、スピード重視、楽しさ重視といったそれぞれの好みを選択するだけで、それに合ったチケットが自動購入され、ワンタッチで旅程がトータルコーディネートされるような理想の「移動」が現実になるかもしれません。

モビリティの例に限らず、生活者の価値は、様々な協創によってますます増えていくでしょう。

「生活者の価値」を提供するために企業は生活者の個人データを活用します。それに対して不安を覚える方も多くいらっしゃると思いますが、どのようにお考えでしょうか。

データの活用にあたっては、認証制度の脆弱性、個人情報漏洩、第三者利用など様々な不安があると感

じています。情報技術の進展により、経済社会が複雑化してしまったことで、その仕組みが分かりにくくなってきたことに原因があるのではないのでしょうか。以前のような企業がモノ・サービスを売って収益を得るというシンプルな構造から、現在は、広告収入による収益構造やデータを多く集めて事業に役立てる構造に変わってきています。この新たな変化の分かりにくさがデータ活用に対する不安を増長させているように感じます。

情報技術による新たな変化について、丁寧で地道なリテラシー教育が大切だと考えています。例えば、初等・中等教育の段階において、あるいはご高齢の方に対して、分かりやすくお伝えする環境づくりが求められているのだと思います。

最後に生活者の皆さまにお伝えしたいことはありますか。

現在、日本は諸外国に比べ、デジタル化が遅れているといわれています。今回のコロナ禍での給付金支給時の事務処理など、デジタル化が進んでいないがゆえの不便が多くあることを改めてご認識いただきたいと思います。この現状を打破することで、経済を押し上げ、明るい未来社会を切り開くことができます。産官学が一丸となって目指すSociety 5.0はそのような社会です。そのことを皆さまにも知っていただければうれしく思います。

聞き手 専務理事・事務局長 渡辺良

(文責 主任研究員 森山洋平)



Challenge Zero

・towards a decarbonized society

イノベーションによる 脱炭素社会の実現に向けて

昨今の異常気象の世界的な増加などを背景に、気候変動への対応は待ったなしの課題となっています。そうした中、経団連は2020年6月8日、気候変動対策の新プロジェクト「チャレンジ・ゼロ」（チャレンジ ネット・ゼロカーボン イノベーション）を、137社・団体の参加を得て開始しました。脱炭素社会への挑戦を重要な経営課題と位置付け、イノベーションを通じて、パリ協定の掲げる温室効果ガス排出ネット・ゼロの早期実現を目指します。

3つの挑戦

国内外で頻発する異常気象などを受け、脱炭素社会に向けた企業の取り組みが問われるようになっていきます。脱炭素社会は、既存の取り組みの延長では実現できず、革新的な技術の開発と、安価な価格での普及、すなわちイノベーションの不断の創出が不可欠です。「チャレンジ・ゼロ」は、企業の脱炭素社会に向けたイノベーションへの決意を内外に示し、具体的な挑戦を後押しする、経団連の新プロジェクトです。

対象とするチャレンジは3つあります。第1に、技術開発です。水素、蓄電池、再エネ、原子力、次世代自動車、CCUS（CO₂回収・利用技術）など、温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする「ネット・ゼロエミッション技術」はもとより、ネット・ゼロへの移行期に必要な「トランジション技術」や、脱炭素社会を支える「適応・レジリエンス技術」といった幅広い技術を対象としています。

第2は、これら幅広い技術の社会実装・普及です。技術的には実現可能でも、それが安価な価格で広く普及しなければ、世界全体でのネット・ゼロの早期実現には至りません。そのためには、革新的技術の大幅なコスト低減に加え、初期需要の創出や規制改革といった政策的な後押しも必要になってきます。

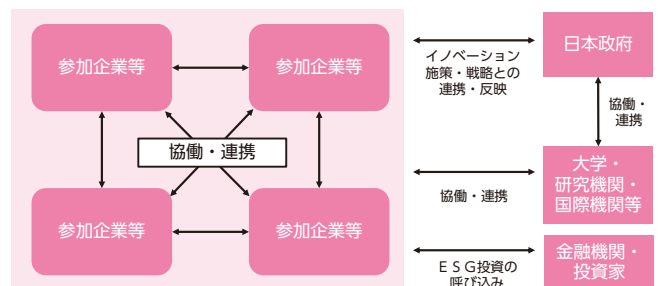
第3に、企業へのファイナンスです。技術開発から社会実装に至るまでに必要となる投資は莫大であり、長期にわたるものも少なくありません。民間では負いきれないリスクを負担する政府資金に加え、民間のESG投資を動員していくことが重要となります。

さらなる拡大・深化に向けて

6月8日の開始時点で、137の企業・団体から305の具体的なチャレンジが寄せられ、その数は増え続けています。これらのチャレンジにより、多様なイノベーションが早期に創出・実装されることで脱炭素社会が実現し得ることも、（公財）地球環境産業技術研究機構の協力を得て描くことができました。

経団連は、「チャレンジ・ゼロ」を強力に推進し、ESG投資の呼び込みや、異業種・同業種・産学官の連携を促すなど、パリ協定の掲げるネット・ゼロの早期実現を目指していきます。その動きの1つとして、ゼロエミ・チャレンジなどを通じた政府の革新的環境イノベーション戦略との連携も開始しました。

引き続き、参加企業やチャレンジを募りつつ、日本政府と連携しながら、「チャレンジ・ゼロ」をさらに大きな動きとしていきます。



◇ 「チャレンジ・ゼロ」特設ウェブサイト：

<https://www.challenge-zero.jp/>

政府との連携について：

<https://www.challenge-zero.jp/jp/news/7>



ESG：Environment（環境）、Social（社会）、Governance（ガバナンス）

（経団連 チャレンジ・ゼロ推進室長 谷川喜祥）



Challenge Zero

~ towards a decarbonized society ~

「Well to Wheel ゼロエミッションモビリティ」の実現を目指して

帝人株式会社

「Well to Wheel」という言葉をご存じでしょうか。これは「油田（燃料採掘）から車両・タイヤまで」を意味し、自動車からの二酸化炭素の排出やエネルギー消費を、燃料の製造も含めて、すべての段階で捉えるものです。帝人は「Well to Wheel ゼロエミッションモビリティ」実現のため、燃料から走行までトータルでの温室効果ガス排出量のゼロを目指し、豪州AEV Robotics社（以下、AEV社）と低速のEV（電気自動車）開発に取り組んでいます。経団連「チャレンジ・ゼロ」プロジェクトの紹介シリーズとして、帝人の脱炭素への取り組みを紹介します。

強みである軽量化ソリューションをもとに脱炭素化に貢献

帝人は2018年に創立100周年を迎え、次の100年に向けて新たな一歩を踏み出しています。1918年に日本初のレーヨンメーカーとして発足し、現在は「マテリアル」「ヘルスケア」「IT」の3つの異なる事業領域を併せ持つユニークな企業体です。



近年、環境負荷低減の要請から自動車のEV化が進展しており、将来の自動車像として「CASE*1」が唱えられ、MaaS*2といったモビリティを一体化したサービスを捉える新たな概念が登場するなど、自動車を取り巻く環境には大きな変化が起きています。また都市化の進展に伴い交通渋滞や環境問題が発生し、超高齢化社会の進展に伴い都市部での高齢者事故の問題や過疎地での移動弱者対策の問題が顕在化しています。

こうした状況の中、帝人は自社のマテリアル分野における強みである軽量化ソリューションを生かし、豪州のベンチャー企業であり、エネルギー効率の高いEVに関するノウハウ、エンジニアリング力を有するAEV社と、2019年から「Well to Wheel ゼロエミッションモビリティ」の実現に向けた共同開発を実施しています。

*1 CASE: Connected (つながる)、Autonomous (自動運転)、Shared (共有)、Electric (電動化)
*2 MaaS: Mobility as a Serviceの略で、情報通信技術を活用することによりあらゆる交通手段による移動を1つのサービスとして捉え、シームレスにつなぐ新たな「移動」の概念

協創による新たな価値の実現

共同開発に当たって、帝人は、複合成形材料・樹脂グレージング・熱マネージメント素材などを適材適所に用いた部品全体の設計、最適化を行う軽量化ソリューション、マルチマテリアル・マルチファンクショナル技術、および太陽光発電樹脂ルーフの開発を担当しています。一方、AEV社は電子制御やシステム技術を生かした高効率EVプラットフォーム、自動運転技術の開発を行っています。電力を太陽光発電ですべて賄えるよう、軽量化によって必要な電力量を減らし、Well to Wheel ゼロエミッションモビリティの実現を目指しています。

AEV社の低速EVは、駆動部とその上に搭載する交換可能なボディにより構成されており、ボディ交換により多様な車両として利用できる利点があり、単なる交通手段だけではなく、医療・運送・工業など幅広い分野で活用できます。充電ステーションを必要としないチャージフリーな低速EVの特徴を生かし、移動弱者に対するモビリティサービスや非常時バックアップ電源として活用する可能性も模索しています。

帝人はこの共同開発により、将来のEVに求められる設計・素材選定を含むデザイン力を獲得し、長期ビジョンである「未来の社会を支える会社」を目指して、モビリティ分野におけるソリューション提案力を強化することにしています。



(文責 主任研究員 中尾治生)

SDGsへの取り組みを通じて地域の課題解決に貢献

一般社団法人全国地方銀行協会

■SDGsを原動力とした地方創生へ

全国地方銀行協会は、地方銀行の健全な発展を通じて地域の課題解決や企業価値向上を図り、地域経済の持続的発展に貢献することを目指す団体です。現在、地方銀行63行が加盟しています(2020年12月時点)。

地域経済は人口減少や少子高齢化など、社会構造の大きな変化に直面しています。社会課題の解決と経済成長の両立を追求するSDGsと、地方の人口減少に歯止めをかけ、住民一人ひとりが夢や希望を持ち、豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成を目指す地方創生は相通じるものがあり、SDGsの推進が地域活性化の原動力になることが期待されています。

同協会は、2019年度より事業計画に「SDGs／ESGへの取り組み」を掲げ、その方針に沿った取り組みを積極的に展開しています。また、2020年6月には、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言への賛同を表明し、環境や気候変動問題に対して積極的に取り組む姿勢を打ち出しています。

■【取組例1】啓発パンフレットで分かりやすく解説

持続可能な社会の実現に向けたニーズ・関心の高まりにより、中小企業においてもSDGs視点で経営を行うことで、環境・社会問題に係るリスクを回避するとともに、新規事業創出や企業イメージ向上、人材獲得といった効果をもたらすことが期待されています。一方、経営者にとっては本業との整合性を見いだす難しさがあります。

同協会ではSDGsと経営を両立させる観点から、会員銀行の行員や取引先向けに啓発パンフレットを作成しています。例えば、取引先向けパンフレットでは、各目標に取り組むことのチャンスとリスクを分かりやすく解説しています。再生可能エネルギーの利用や省エネを推進する目標7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」や目標13「気候変動に具体的な対策を」に取り組むことで、環境を重視している企業との取引チャンスが増え、事業成長機会につながる可能性を記しています。



取引先向けパンフレット

また、「人権・労働」や「環境」「製品・サービス」「社会貢献・地域貢献」「組織体制」の5つのテーマごとに、自社の取り組み状況を把握するためのチェック項目を盛り込んでいます。

■【取組例2】古民家再生支援でSDGs達成に貢献

同協会の特設サイト「古民家等歴史的資源の活用支援」では、地方銀行の古民家再生ビジネスを取りまとめ、これまで39の事例を公表しています。

空き家や老朽化問題を抱える古民家などの伝統的建物を、レストランやゲストハウスなどの地域再生の核となる観光資源とすることは、旅行者の増加、地域雇用の創出、Uターン者の若者の増加といった地方創生への源泉として注目されています。SDGsの目標8「働きがいも経済成長も」や目標11「住み続けられるまちづくりを」の達成に貢献することにもつながっています。地方銀行はこのような取り組みに対し、資金面にとどまらない様々なサポートを行っています。

■【取組例3】地方創生の多彩な事例を紹介

同協会は、地方創生に関する地方銀行の取り組み事例として、「想いが動かす地方創生」を特設サイト「地方創生事例集」において公表しています。事例は、新たなアイデアで地域の観光資源を再創造した「観光振興」、公共施設に新たな息吹を吹き込んだ「公共施設利活用」、こだわり抜いた高品質の農産物を生み出す「農業活性化」、移住・定住の促進を通じてコミュニティの未来を描く「移住定住」の4つのテーマで構成されています。

地方銀行は、地方の魅力発信による活発な交流創出、地域資源を活用した新事業創出など、地方の自治体、企業、住民が「何とかしたい」と胸に秘める想いをひとつにつなぐため、全力で取り組んでいます。



地方創生に関する地方銀行の取り組み事例集

(文責 主任研究員 米山由起子)

企業理念「人と自然と響きあう」の実現でSDGsに貢献

サントリーホールディングス株式会社

■「人と自然と響きあう」社会の実現に向けて

サントリーは、1899年に鳥井信治郎が大阪で創業し、酒類や清涼飲料を中心に幅広い事業を展開しています。創業以来、「やってみなはれ」「利益三分主義」の精神が脈々と受け継がれ、新たな事業への参入やグローバルへの展開を行うと同時に、サントリー美術館やサントリーホールなどの芸術・文化活動、「サントリー天然水の森」などの水源涵養活動、災害支援活動など様々な社会貢献活動に取り組んできました。

2019年7月、同社は「サステナビリティ・ビジョン」を策定。水資源の保全やCO₂排出削減、資源の循環利用促進など地球環境保全、サプライチェーンにおける人権の尊重、そして人々の心豊かで健康な生活への貢献といった取り組みをさらに加速させ、グループ一丸となってサステナビリティ経営に取り組んでいます。「人と自然と響きあう」を企業理念に掲げ、商品やサービスを通じて人々の生活文化を潤い豊かにすること、社会や地球環境と共生することを使命に、持続可能な社会の実現を目指しています。

■自然環境の保全・再生の実現に向けた水のサステナビリティ

水や自然の恵みに支えられて事業を展開するサントリーグループは、自然界における水の健全な循環への貢献―すなわち「水のサステナビリティ」を事業活動における最も重要な課題と認識しています。「水循環を知る」「大切に使う」「水源を守る」「地域社会と共に取組む」を理念とする“水理念”を策定し、世界各地の水課題の解決に貢献するための様々な活動に取り組んでいます。

自社工場の水源涵養エリアを「天然水の森」とし、工

場でくみ上げる地下水の2倍以上の水を育むための水源涵養活動を全国で展開。サントリー水科学研究所を中心に、様々な分野の研究者と連携し、100年先を見据えた継続的な活動を行っています。また、自社工場での「森と水の学校」や学校への「出張授業」を通じて、未来を担う子どもたちに水の取り組みや大切さを知ってもらうための次世代環境教育「水育」を実施しています。同社の事業活動が世界に広がり、環境活動もグローバルに推進していきたいとの思いから、「水育」をベトナム、タイ、インドネシアなどでも展開しています。

■環境負荷低減に向けたプラスチックの取り組み

プラスチック製品はその有用性により、私たちの生活を豊かにしてきました。その一方で使用済みプラスチックの不適切な扱いによって海洋プラスチックごみなどの環境汚染が社会問題となっています。2019年5月、同社は持続可能な社会の実現に向けて循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導すべく、「プラスチック基本方針」を策定しました。プラスチックの有用な機能を保持しつつも、地球環境へネガティブな影響を与えないよう、問題解決に向けた取り組みを推進しています。具体的には、2012年から米国のアネロテック社と植物由来原料100%ペットボトルの共同開発を開始。さらに、2020年6月には、日本のプラスチックのバリューチェーンを構成する11社と共に共同出資会社「アールジャパンプラス」を設立し、使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組んでいます。「プラスチック基本方針」に基づき、2030年までに同社グループで使用するすべてのペットボトルを、リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替え、化石由来原料の新規使用をゼロにすることで、100%サステナブル化を目指します。



サステナビリティ・ビジョン



プラスチック基本方針

(文責 主任研究員 鴨奥琴)

キヤノンエコテクノパーク

キヤノン株式会社

コロナ禍で「企業と生活者懇談会」「生活者の企業施設見学会」が開催できない状況が続いているため、懇談会、見学会に代わる新たな取り組みとして「KKC取材班が行く！ 企業施設レポート」を掲載します。社会広聴会員の皆さまから寄せいただいた質問をもとに、企業施設を訪問して紹介いたします。

■キヤノンの環境への取り組み

キヤノンは、企業理念に『共生』を掲げ、「世界の繁栄と人類の幸福のために貢献していくこと」を目指し、オフィス、イメージングシステム、メディカルシステム、産業機器など様々な事業を展開するとともに、低炭素社会や資源循環型社会の実現、有害物質の廃除、生物多様性の保全を推進しています。同社は、限りある資源を有効活用し、最小の資源で最大の価値を生み出す「資源生産性の最大化」を環境保証活動の基本的な考え方としており、開発・設計から生産、輸送、使用、リサイクルに至るまで、製品ライフサイクル全体を通してCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

■キヤノンエコテクノパークの概要

キヤノンエコテクノパークは、高度な資源循環を追求する環境活動の発信拠点として、2018年に開所しました。使用済みのキヤノンの複合機やトナーカートリッジ、インクカートリッジなどを回収し、リユース、リサイクルを実施し、新品同様の品質が保証されたリマニュファクチャリング製品や、キヤノンの製品に再び使用されるクローズドリサイクル材を生産しています。また、これらのリユース、リサイクル工程の工場見学や、小学生などを対象とした環境授業も実施しています。

※現在は新型コロナウイルスの影響から、子ども向けの見学、授業は中止しています。

■ショールーム見学

ショールームでは、製品のリユースやリサイクルの工程について、パネルや部品、製品の展示を用いて紹介しています。複合機は、再利用可能な部品を取り出し、新品同様の複合機に組み直す「リマニュファクチャリング」を行い、再生複合機のRefreshedシリーズとして出荷します。同施設では最新鋭の自動リサイクルラインを導入しており、トナーカートリッ

ジは、「CARS-T (Canon Automated Recycling System for Toner Cartridge)」を用いてプラスチック材料が取り出され、再びリサイクル材として利用しています。インクカートリッジは、「CARS-I (Canon Automated Recycling System for Ink Cartridge)」を用いて、型番や形状を識別し機種ごとに選別した上で、解体・粉砕・洗浄し、再びリサイクル材として利用しています。ショールームには、製品に使用されている素材の特徴を生かした選別技術について、見学者に体験を通じて理解を深めていただくため、様々な体験装置が設置されています。



複合機で使用されている部品の展示パネル

■工場見学

①トナーカートリッジの仕分け

主に企業のオフィスに設置された複合機などのトナーカートリッジが回収され、1日当たり約16トンの量になります。数も種類も多く、他社製品が混在していることもあり、後工程の効率化のために仕分け作業を行います。完全自動化が難しいため、一部が手作業で行われています。トナーの粉塵の拡散を防ぎ作業員の働きやすさに配慮するため、同施設は「クリーン&サイレント」をコンセプトに、囲いや集塵ホースを設置することで作業環境を整備しています。



■アクセス情報

つくばエクスプレス守谷駅からタクシーで約30分

●住所：茨城県坂東市馬立1234番地 ●TEL：0297-36-3101 ●入場料：無料

●開催時期：毎週月曜日～金曜日 午前10：00～12：00 ●予約：完全予約制（対象：ビジネス関連）

※見学お申し込みは、ウェブフォームよりご予約ください。（<https://global.canon/ja/environment/ecotechnopark/index.html>）

②トナーカートリッジのリサイクル（CARS-T）

仕分けエリアとベルトコンベアでつながれたCARS-Tは、仕分けされたトナーカートリッジを破砕・選別・成形し、ペレット状のリサイクル材にしています。このエリアでは装置のメンテナンス以外で作業員が作業することはなく、一気通貫型の自動リサイクルラインが特長です。



CARS-T

③インクカートリッジのリサイクル（CARS-I）

家庭などで使用されたインクカートリッジは、郵便局に設置されている回収箱などを通じて同施設に運ばれてきます。回収されるインクカートリッジは約80種類もあり、CARS-Iによって素材を選別し、リサイクル材にしています。CARS-Iも一気通貫型の自動リサイクルラインですが、粉碎の音が大きい粉碎機部分を防音室にして音漏れを防ぐことで、防音室の外で働く作業員に優しい作業環境を提供しています。

④複合機のリユース

回収された複合機は、リユースする製品とリサイクルする製品に仕分けれます。ここでは、リユース対象の製品を分解、清掃、組み立て、検査し、再生複合機にしています。Refreshedシリーズのスタンダード「Rモデル」に加え、2019年夏にはリユース率を高めてさらなる環境配慮を目指した「RGモデル」が誕生しました。複合機のカバーの使用済み感をなくすため、ブラスト加工によって傷を目立たなくするなどの工夫を凝らし、可能な限り多くの部品をリユースできるように努めています。

⑤複合機のリサイクル

リユースできない複合機は解体・分別して協力会社へ送り、リサイクルしています。本工程では、トナーによる粉塵爆発を防ぐ工夫や、束線の被覆部と



複合機リユースの様子

銅の比重の違いなど素材の特性を生かした選別をしています。

Pick up

社会広聴会員からの質問

- Q** 様々な製品をリユース・リサイクルするに当たり、消費者にお願いしたいことはありますか。
- A** 家庭で使用されたプリンターなどの製品は、行政によって回収されるため、各市町村の回収方法に従ってください。また、使用済みのインクカートリッジは、郵便局、学校などに設置されている回収箱に入れてください。一人ひとりが使用した製品を適切に処分することで、リユースやリサイクルされ、循環型社会の実現につながります。
- Q** 海外にもリサイクル拠点はありますか。
- A** 日本をはじめ世界4地域に5つのリサイクル拠点（米国1カ所、欧州2カ所、中国1カ所、日本1カ所）を構え、各地域で回収した製品をリユースやリサイクルし、消費地リサイクルを推進しています。また、各拠点と情報交換し、最善の方法をシェアしながらリサイクルの高度化を図っています。
- Q** どのような方が見学されますか。
- A** 大学関係者、行政関係者、異業種や同業種の企業の方々が見学され、様々な意見交換を行っています。資源循環は1つの企業だけで実現することはできず、世界全体で取り組んでいく必要があります。同施設も1つのケーススタディとして循環型社会の実現に向けて貢献したいと考えています。

（文責 主任研究員 鴨奥琴）

取材日：2020年9月1日

■概要説明

ヤマトグループは、1919年の創業以来、日本初となる路線事業や「宅急便」の開発など、時代のニーズに応えるイノベーションを創出し、物流事業を通じて社会課題の解決に取り組んでいます。

「クロネコヤマトミュージアム」は、同社が2019年11月29日に創業100周年を迎えたことを記念して設立されました。「つなぐ」をテーマにお客さまとの交流空間として建設されたヤマト港南ビルの中にあり、宅急便センターのトラックが走る車路のスロープを活用したミュージアムです。同社が歩んだ100年の歴史を「創業の時代」「大和便と事業多角化の時代」「宅急便の時代」「新たな価値創出の時代」の展示コーナーに分け、来館者が一歩ずつ追体験できるようになっています。

■展示内容

①創業の時代

1919年、同社は東京銀座にトラック4台で創業しました。創業者の小倉康臣はスピードの時代が来ることを予見し、トラック運送業に乗り出したことが始まりです。展示コーナーでは、当時の制服や車両、社章、社員手帳などが展示され、創業間もない頃の街や会社の様子を知ることができます。お客さまに直接接する運転手こそが会社の顔であると考え、制服を導入したことや、社員が気持ちを合わせ



創業時に使用されていたフォード社製T型1トン車（模型）の展示

自主的に働けるように社訓を制定したことなどの説明を受けました。社員が参加した新年会や運動会の写真も展示されており、当時から社員を大切にしていたことが分かります。約14メートルの大型ワイドスクリーンを備えたシアターでは、家族4世代とヤマトグループ100年の物語が約10分間放映され、同社がいかに私たちの暮らしを豊かに変えてきたかを理解しました。

②大和便と事業多角化の時代



ネコマークのヒントとなった絵

続くコーナーでは、日本初の路線事業が生まれた背景や仕組み、戦後に取り組んだ事業の多角化を紹介しています。当時を再現した大和便の営業所や宣伝広告物などが展示されています。電話一本で集荷を依頼する方法をイラストで描いたパンフレットや色鮮やかなちらしが目を引き、販路拡大に向けた工夫の数々が見て取れます。同社のシンボルマークとして親しまれている「ネコマーク」をデザインする時のヒントとなった絵が展示され、誕生秘話を知ることもしました。また、戦後に進駐軍の引越しを担当したことを契機に、航空貨物・美術梱包など、事業を拡大していったことを学びました。

③宅急便の時代

事業の多角化で時代の最先端を走っていた同社ですが、長距離輸送で遅れをとり、経営危機に陥りました。このコーナーでは、同社の経営危機を救うことになった「宅急便」の誕生秘話や、手軽にスキーに行くことを可能にした「スキー宅急便」、新鮮な食材を送りたいという要望に応えた「クール宅急便」



■アクセス情報

JR線・京急線「品川駅」港南口(東口)より徒歩10分/東京モノレール・りんかい線「天王洲アイル駅」より徒歩15分
●住所：東京都港区港南2-13-26 ヤマト港南ビル6階 ●TEL：03-6756-7222 ●入場料：無料 ●開館時間：10：00～17：00
●休館日：月曜日・年末年始・お盆●予約：自由見学 ※10名以上の団体とアテンドツアーをご希望の場合は、事前にお申し込みください。
※新型コロナウイルス感染症拡大防止対応や開館に関する最新情報はホームページでご確認ください。

など、お客さまの声から生まれた先駆的なサービスについて紹介されています。お客さま満足を追求し続けた小倉昌男が残した言葉を投影している展示コーナーがあり、その経営哲学を知ることができました。「宅急便体験コーナー」では、実際に運転席から荷室に立ったまま移動できる「ウォークスルー車」に乗って集配車の秘密に触れることや、本物の制服を試着し、セールスドライバー 気分を味わうこともできます。



「宅急便」誕生のヒントになったアイテム

④新たな価値創出の時代

このコーナーでは、多様化する社会における物流の新たな価値やライフスタイルの変化に伴うお客さまのニーズに応えた宅急便など、様々な取り組みが紹介されています。高齢化が進む地域で「配達時の見守り」や「買い物代行」などを行う「プロジェクトG」など、地域やお客さまに寄り添った取り組みや、デジタル技術を駆使した最先端サービスについて理解を深めることができました。「未来創造ラウンジ&ライブラリー」の壁には、これまで歩んだ歴史の象徴として描かれた一本の「道」がさらに続き、お客さまと一緒に創造していく未来の街が描かれています。



社会広聴会員からの質問

Q環境に配慮、工夫していることはありますか。また、達成目標などがあれば教えてください。

A2050年までにCO₂実質ゼロを目指しています。

その達成に向けて、オープン型宅配ロッカー「PUDO」の設置や電気自動車の導入など、様々な取り組みを実施しています。「PUDO」の利用率を高めて再配達を減らしたり、一度に大量の荷物を輸送できる「スーパーフルトレーラー25」を導入し、物流各企業と協力して共同輸送を行ったりすることで、CO₂排出量低減を図っています。また、2020年9月16日から導入した新制服には、さとうきび廃糖蜜（砂糖をつくる工程の副産物）を粗原料とした植物由来PET素材を採用しました。一般的な化石由来PET素材と比較すると約500tCO₂の二酸化炭素削減に貢献します。使用後の制服（生地すべて）は他の製品原料として再生利用し、循環型ネットワークを構築しています。

Qコロナ禍における配達の工夫や他社との違い、ご苦労について知りたいです。

A新型コロナが感染拡大する中、いち早く2020年2月から在宅時の非対面での配達を実施しました。また、6月24日に開始した新商品「EAZY」では、電子商取引で購入した日用品などを、玄関ドア前、車庫、自転車のかごなど、多様な指定場所で受け取れるようにしています。新しい生活様式が求められる中、非対面配達や配達直前まで場所の変更を可能にするなど、今後もお客さまの安全性や利便性を追求していきます。

Q施設見学を通して、来館者に何を伝えたいですか。

Aお客さまへの感謝の気持ちを一番にお伝えしたいです。100年間支えてくださったすべてのお客さまに「ありがとうございます」「これから先100年もよろしく願います」という気持ちを込めました。また、創業者が制定した社訓を次の100年にも受け継いでいくために、その理念を発信する場として、社内における研修施設としての活用も促進したいと考えています。

(文責 主任研究員 米山由起子)

取材日：2020年9月17日

東京海上ホールディングス株式会社

小学生向け 防災啓発プログラム 「ぼうさい授業」



東京海上日動火災保険の広瀬伸一社長による防災啓発プログラム「ぼうさい授業（地震・津波編）」の様子

東京海上ホールディングスは、東京海上グループにおけるサステナビリティ（CSR）の主要テーマとして「安心・安全をお届けする」「地球を守る」「人を支える」を掲げています。同社は、子どもの生きる力を育み災害に強いまちづくりに貢献するため、2012年から全国の小学校などの子どもたちを対象にした防災啓発プログラム「ぼうさい授業（地震・津波編）」を実施しています。このプログラムは、東日本大震災をきっかけとして、大きな災害が発生した際に自分や大切な人の命を守るための知識を子どもたちに伝えるため、同社グループ社員が開発しました。「ぼうさい授業（地震・津波編）」のほかに、これまで小学生などを対象にした環境啓発プログラム「みどりの授業」や中学・高校生向けのキャリア教育プログラム「リスクと未来を考える授業」を実施しており、2020年6月までに全国で約1500回、10万人を超える子どもたちが受講しました。

そして、昨今の水害などに対する災害防災ニーズの高まりを受け、大雨による水害などから命を守る行動や避難生活について学ぶ小学校高学年向けの新しい防災啓発プログラム「ぼうさい授業（水害・土砂災害編）」

を2020年6月にスタート。子どもたちが水害・土砂災害のしくみや防災情報を理解し、避難行動や避難生活について学ぶことにより、各家庭や学校、地域社会における災害対策の取り組みを後押しする効果が期待できるとしています。

ぼうさい授業（地震・津波編）と（水害・土砂災害編）は、SDGsの目標4「質の高い教育をみんなに」、目標11「住み続けられるまちづくりを」、目標13「気候変動に具体的な対策を」の達成に貢献しています。同社は、これからも未来を担う子どもたちへの教育・啓発プログラムの提供などを通じて、安心・安全でサステナブルな社会と未来づくりを推進していきます。



地震・津波編で持参し使用する非常用持ち出し袋



災害が発生した時の行動について子どもたちが発表する様子



ぼうさい授業で子どもたちに配布する防災クリアファイル

（文責 主任研究員 鴨奥琴）

ライオン株式会社

清潔衛生習慣の定着、 手洗い習慣の 普及活動の推進



「キレイキレイのまち坂出」プロジェクト実施園にて

ライオンは、生活者の健康・快適な毎日を目指して「キレイキレイ」ブランドを中心とした正しい手洗い習慣普及活動に取り組んでいます。様々な感染症に対して手洗いは誰もができる予防策の1つです。同社が展開する正しい手洗い習慣普及活動は、幼稚園・保育所の園児を対象に、手洗いの大切さ・正しい手洗い方法を伝える衛生行動の啓発活動です。同社は「社員が主体的に活動する」という方針のもと、2050年までに100%の社員がこの手洗い習慣普及活動に参加することを目標としています。2012～2019年の間に1222名の社員が参加し、同期間にこの活動に参加した園児数は約3万5000名となりました。

東日本大震災の被災地であり創業者のゆかりの地でもある宮城県石巻市、「キレイキレイ」ハンドソープの生産拠点である香川県坂出市をはじめとする全国の事業所所在地を主な活動地域とし、幼稚園・保育所、公共施設を中心に実施しています。また、若手社員の人事研修の一環として毎年80～90名の社員がチー

ムに分かれ、全国の幼稚園・保育所で園児に手洗いの大切さを教え、社員の意識向上にもつなげています。

行政との連携も推進しており、2014年1月、坂出市民への清潔衛生習慣の継続的な浸透を目的に、坂出市、ライオン、ハンドソープの生産拠点であるライオンケミカルオレオケミカル事業所が連携し、「キレイキレイのまち坂出」プロジェクトを立ち上げました。幼稚園・保育所、小学校、中学校、公共施設などへのハンドソープの提供や、市民が参加するイベントでの「手洗いチェック」など、清潔衛生習慣を定着させるための様々な活動に取り組んでいます。2019年4月からは従来の手洗いにオーラルヘルスケアも加え、プロジェクトの第2期として新たにスタートしました。

また、「キレイキレイ」ハンドソープは2005年より海外展開をはじめ、今では日本に加え韓国、シンガポール、タイ、中国で販売しています。それぞれの国で商品の提供とともに人々の清潔衛生意識の向上を目指します。



チームラボ《スケッチピストン》©チームラボ
2019年夏、チームラボとのコラボレーションイベントを広島市で開催。カラフルな大画面で参加者が遊びながら学習する様子



▶社員による幼稚園・保育所での手洗い習慣普及活動

◀中国にて、幼稚園児を対象に正しい手洗い教室を開催。2019年は約150園、4万5000名の園児たちに、「Kirei Kirei」健康手帳を配布



(文責 主任研究員 大藤由貴)

「社会広聴会員」からの ご意見・ご感想

「ESGに関するアンケート」について

- ESGを知っている人が35%と、まだまだ認知度が低いと感じました。略語ではなく日本語で適切な言葉ができると、企業が活動する際のスローガンになると思います。(60代・女性・栃木県)
- ESGの認知度より、「投資の際にESG情報を参考にすると」と答えた人の割合(70%)が高いことを興味深く感じました。「ESG」という言葉は知らなくてもその活動の大切さは感じているのだと思います。(50代・女性・東京都)
- ESGに対する生活者の期待の大きさを感じました。収益と貢献のバランスが取れるかが重要だと思います。(60代・男性・岡山県)
- ESGの実施が「普通」である雰囲気にしていくのが理想なのではと思いました。(20代・男性・埼玉県)
- 従来から社会的責任を果たしている企業は、ESGに対しても積極的に投資するでしょうし、生活者はそれを評価しなければいけないと改めて思いました。(30代・男性・兵庫県)

「動き出すSDGs」について

- JEITAの責任ある鉱物調達を推進する姿勢を応援します。鉱物調達には、紛争や非人道的行為が起こっている中で難しい問題がからみます。JEITAの活動に期待します。(60代・女性・兵庫県)
- JEITAのケースのように、個別企業の取り組みだけでなく、業界が協力してSDGsの取り組みを推進していく動きが広まり、さらに日本全体の活動としていく必要があると思います。(60代・男性・東京都)
- ニュースで、鉱物の輸出が武装勢力の資金源に利用されるケースを知りました。JEITAの存在は重要だと思います。(70代・女性・長崎県)
- クボタは農業機械のイメージが強く、福島県での放射性物質汚染廃棄物処理業務にも携わっているとは知りませんでした。環境のことをよく考えている会社だと

いうことを認識しました。(70代・女性・福岡県)

- 「食料・水・環境」というクボタの取り組みに感動しました。人間が生活する上の基本で、大切なことだと思います。(70代・男性・香川県)
- CO₂排出削減に対応すべく農業機械の改良に取り組まれているとのこと。早期の製品化を楽しみにしています。(80代・男性・兵庫県)
- 130年前に創業したクボタの創業者の信念が現在のSDGsの方向性につながっているという先見性の高さに驚きました。食料、水、環境という人の生活の基盤を支える同社の活動に拍手を送ります。(50代・女性・茨城県)

「企業・団体のCSR活動」について

- 豊田自動織機が地域の方々と積極的に交流していることに驚きました。祭りに参加するなど、コミュニティーの発展と豊かな社会づくりを目指しているのですね。(70代・女性・神奈川県)
- 地域との関わりは大変良いことだと思います。企業も大変な時期ですが、積極的に地域に関わってほしいと思います。(50代・女性・兵庫県)
- 株主だけでなく、多様なステークホルダーとの共存を図るのは大切なことだと思います。(50代・男性・愛知県)
- 対人によるつながりが制限されるであろう今後において、企業はIoTなども駆使し、幅広い立場の人々に向けたCSR活動を行ってほしいと思います。(40代・男性・北海道)

「経済広報センターニュース」ほかについて

- ESG、SDGs、DXなど、次から次に新語が出てきます。易しいはずの話が難しくなっていると思います。(80代・男性・愛知県)
- コロナ禍、社会広聴活動も制約されると思いますが、この状況だからこそその情報提供をお願いします。(50代・男性・北海道)
- 各社の取り組みを知ることができる博物館やイベント等の情報をもっと知りたいと思いました。(30代・女性・東京都)
- コロナで世界の常識が変わってしまいましたが、日本の技術や文化でこの窮地を好機に変えられるよう願ってやみません。(50代・女性・東京都)

経済広報センターニュース

2020「小学生クルマのある風景」フォトコンテストを実施 ～応募総数 4088 点から最優秀賞 5 点を選出～

経済広報センターは、「小学生クルマのある風景」フォトコンテスト（後援：一般社団法人日本自動車工業会）を実施しました。4回目となる本コンテストは、将来のモビリティ社会を支えていくことが期待される若年層の関心を高めるべく、子どもたち（小学生）に、クルマへの親しみを覚えてもらい、魅力を感じてもらうことを目的に実施しています。今回は全国から4088点（応募者数1475名）の作品がエントリーし、学識経験者および報道関連の有識者などで構成する委員4名により総合的な審査が行われ、最優秀賞5点、優秀賞10点、佳作10点の各受賞作品が決定しました。

【最優秀賞作品：5点】



「初めてのクルマ」
大塚協音さん（岩手県6年生）

友だちの家の1才の女の子を車に乗せたら、嬉しそうでした。みんなが応援している感じがとれました。



「ドヤ顔」

山家光輝さん（新潟県5年生）

車の上に乗ることが好きなおうちの猫です。後ろのドアが上がっているときに乗ってドヤ顔していました。



「ピッカピカ！」
長谷田梨愛さん（静岡県2年生）

生まれたばかりの妹が病院から帰ってくる日。姉同士力を合わせて、迎えに行く車をピッカピカにしました。



「家（テント）へ帰ろう」
村雨凜さん（愛媛県3年生）

オートキャンプに行った時はテントが我が家になります。早く帰ってご飯を食べよう。



「クルマで跳び箱」

山田彩愛さん（愛媛県4年生）

カメラから人と車の距離と高さを調節するのが難しかったです。

※受賞作品（最優秀賞、優秀賞）は、経済広報センターのウェブサイトに掲載しています。

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

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

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

● 社会広聴活動のページ

入会・変更のページ

<https://www.kkc.or.jp/society/index.php>

詳しい活動内容を
知りたい方はコチラ



表紙のことば

新しい生活様式が定着しつつある中、皆さまのように新年を迎えていらっしゃるでしょうか。『ネットワーク通信』では今号より「DX(デジタルトランスフォーメーション)」「チャレンジ・ゼロ」「企業施設リポート」のコーナーがスタートいたしました。そして、引き続き、「動き出すSDGs」や「企業・団体のCSR活動」などを通し、経済界や企業・団体の様々な取り組みや課題について知見を広めていただけるよう、多岐にわたる新鮮な情報を発信してまいります。社会広聴会員の皆さまからのご意見・ご感想をお待ちしております。本年もどうぞよろしくお願いいたします。



米山 由起子

新年明けましておめでとうございます。お正月にいただくお雑煮ですが、餅、汁、具材など、地域によって違いがありますね。わが家では、餅の代わりに豆腐を入れます。「糖質を控えて正月太りを少しでも解消したい」という家族からの提案でしたが、私はこっそり餅入りを堪能しています。

大藤 由貴

人生初のぎっくり腰になり、整骨院に通っています。小さい頃から風邪とインフルエンザ以外の病気に縁がなく、大きなけがをしたこともなく、身体の丈夫さには絶大な自信がありました。これを機に自身の健康を過信せず、今年も健やかな1年を過ごせるよう、よく寝て、よく食べ、よく働き、よく遊びたいと思います。幸多き年となりますように!

鴨奥 琴

昨年は外出を控え自宅でゆっくり過ごす日が多くなり、今まであまり興味や関心がなかったことに取り組むことができました。バランスの良い食事を心掛け料理を始めてみたり、動画配信サービスを利用して映画を鑑賞したり、運動不足解消のために在宅トレーニングをしたり……。今年も新しいことに挑戦する1年にしていきたいと思います!

高橋 美香

2020年は思いも寄らないことが日々起こり、当たり前と思っていた事が当たり前ではなくなってしまった年でした。それでも、その中で何ができるか、本当に大切なことは何か、たくさん考えた年でもありました。

2021年、まだまだ先は見えませんが、皆さまにとって、少しでも良い年になりますように。

多田 優紀

新年明けましておめでとうございます。昨年はそのうちできるだろうと思っていたことが思うようにならず、もどかしい1年となってしまいました。まだまだ心配はつきませんが、無理はしないけれどできることから、と気持ちの持ち方を変えていきたいと思います。

佐藤 亜矢子

昨年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、働き方や暮らし方が様変わりしました。そして、健康をこれほどまでに意識したことは、いまだかつてありませんでした。「予防は治療に勝る」の言葉を信じ、2021年もしっかり予防対策を取り、健康第一に努めたいと思います。

社会広聴活動レポート

ネットワーク通信

2021年 No.85 新春号



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 / 2021年1月4日

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



社会広聴会員の入会、
詳しい活動内容を知りたい方はコチラ