



社会広聴アンケート

「経済連携協定（EPA）に関するアンケート」調査結果 ..... 1

企業と生活者懇談会

第一三共（神奈川） キッコーマン（兵庫） キヤノン（茨城） ..... 13

ご意見・ご感想

..... 22

経済広報センターニュース

..... 24

# 「経済連携協定(EPA)に関するアンケート」 調査結果

日本がEUや米国とEPAを締結することに「賛成」がEU76%、米国62%となっている

わが国は、グローバル化の進展による激しい経済競争、少子高齢化という大きな流れの中にあります。今後もわが国の繁栄を維持していくためには、成長が期待されるアジア諸国のダイナミズムを取り込み、アジアとともに発展を遂げていくことが不可欠です。そのための手段として、わが国は、自由貿易協定（FTA：Free Trade Agreement）などの地域貿易協定、さらには、FTAの内容に、投資の自由化、ビジネス環境の整備、人の移動の円滑化、知的財産権の保護などを加えた経済連携協定（EPA：Economic Partnership Agreement）の締結を推進しています。

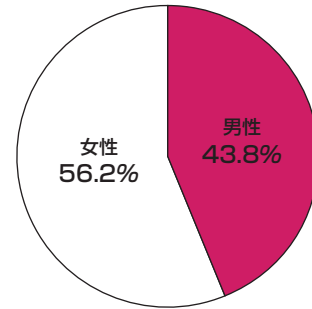
そこで、経済広報センターは、「eネット社会広聴会員」の皆さまを対象に、生活者・消費者側から見た日本と諸外国・地域との付き合い方を考えてみました。特に、経済のグローバル化の負の側面が強調される昨今の風潮の中で、「社会広聴会員」が、日本と諸外国・地域との関係をどのような方向にすべきと考えているかを調査することは、経済界にとっても意義あることと思われます。さらに、より具体的にEPAへの関心や今後、外交上重要となってくる諸外国・地域なども調査をしました。

今回の調査からは、生活者の多くは日本の将来のためには、日本と諸外国・地域の関係を強化すべきと考えており、また、日本が諸外国・地域との間でEPAの締結を推進することに賛成していることが分かりました。

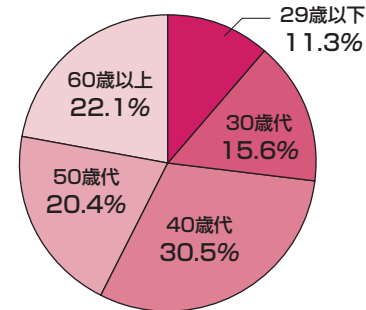
## ●調査の概要

- (1) 調査名称：経済連携協定(EPA)に関するアンケート
- (2) 調査対象：eネット社会広聴会員 2991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：2007年8月3日～8月13日
- (5) 有効回答：2065人(69.0%)

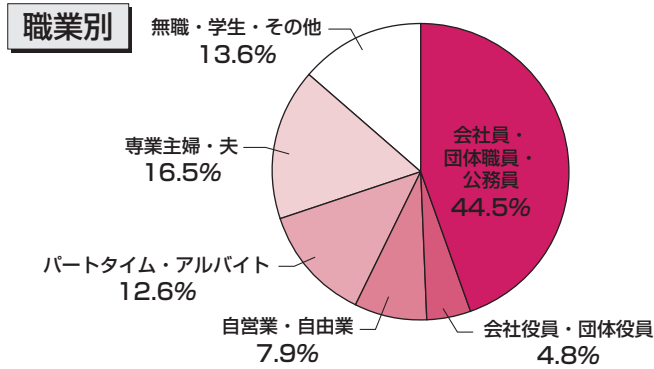
### 性別



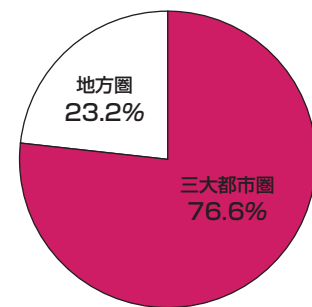
### 年代別



### 職業別



### 居住地別



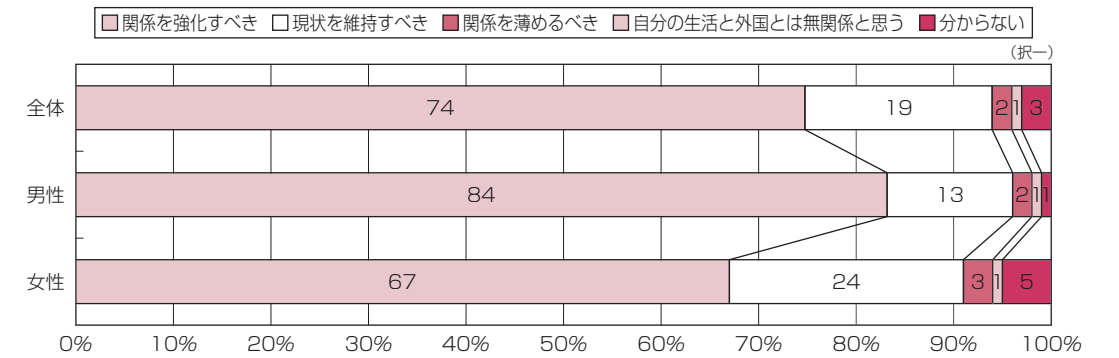
三大都市圏…東京圏（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）  
名古屋圏（岐阜県・愛知県・三重県）  
大阪圏（滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県・福井県）の14都府県

## 1 日本と諸外国・地域との関係に対する意識

日本と諸外国・地域との「関係を強化すべき」が74%

### Point

女性より男性の方が関係強化を望む



日本と諸外国・地域の関係を、生活を豊かにするためには「関係を強化すべき」が74%に達した。多くの生活者が、日本は諸外国・地域との関係を発展させることが大切であると考えている。

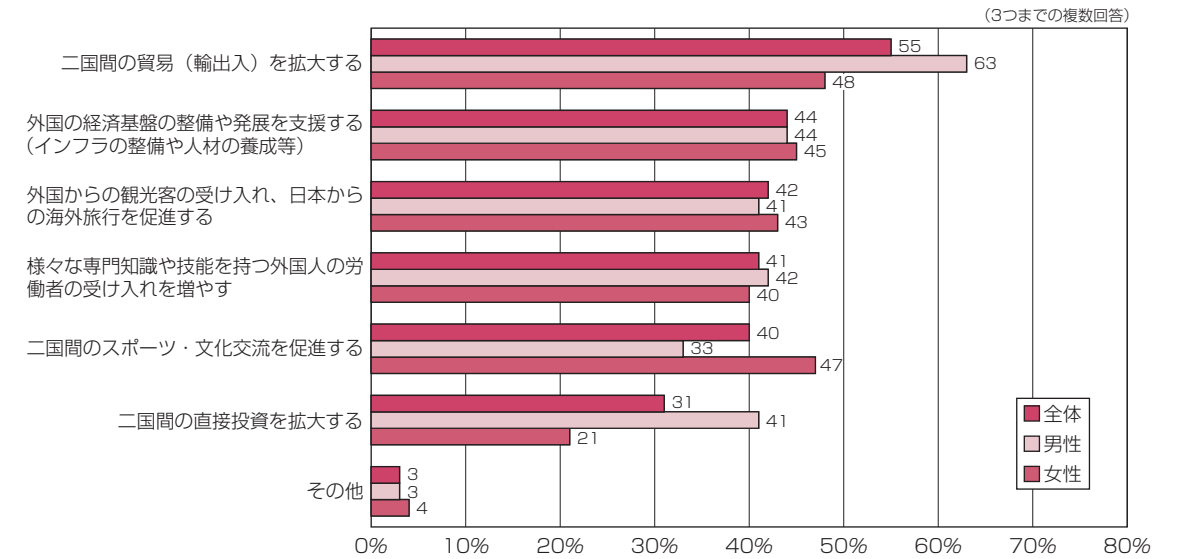
男女別に見ると、「強化すべき」が男性で84%、女性で67%であり、女性より男性の方が諸外国・地域との関係強化を望んでいる。

## 2 日本と諸外国・地域との関係強化のための方策

日本と諸外国・地域との関係を強化するには「二国間の貿易（輸出入）を拡大する」が55%

### Point

スポーツ・文化交流には、女性の方が積極的



日本と諸外国・地域との関係を強化し、生活を豊かにするためには「二国間の貿易（輸出入）を拡大する」との回答が55%と最も高い。続いて「外国の経済基盤の整備や発展を支援する（インフラの整備や人材の養成等）」（44%）、「外国からの観光客の受け入れ、日本からの海外旅行を促進する」（42%）、「様々な専門知識や技能を持つ外国人の労働者の受け入れを増やす」（41%）、「二国間のスポーツ・文化交流を促進する」（40%）が4割台で意見が拮抗している。

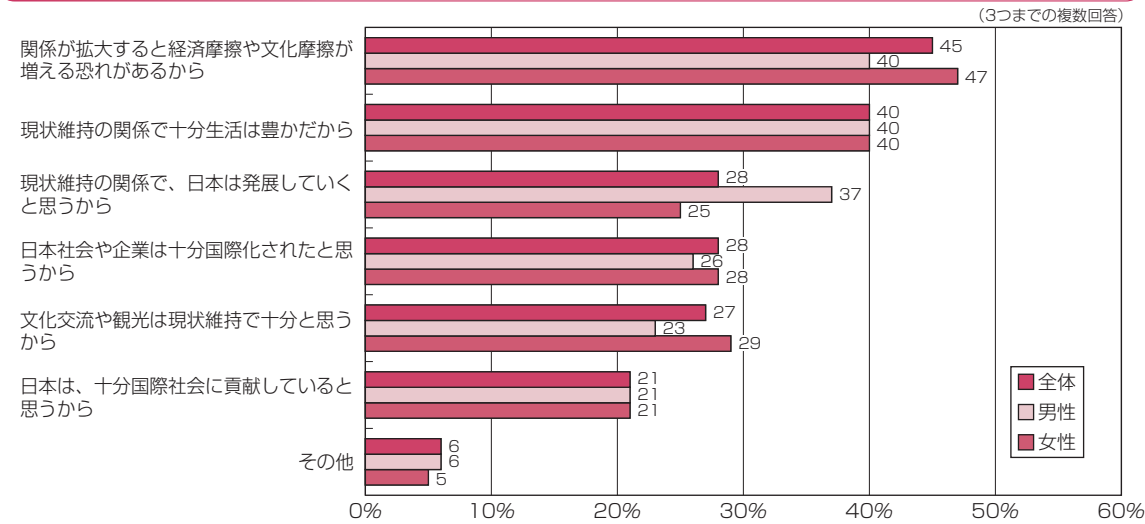
男女別に見ると、「外国の経済基盤の整備や発展を支援する（インフラの整備や人材の養成等）」「外国からの観光客の受け入れ、日本からの海外旅行を促進する」「様々な専門知識や技能を持つ外国人の労働者の受け入れを増やす」では、男女とも、4割程度と回答に差は見られない。これに対して、「二国間の貿易（輸出入）を拡大する」と「二国間の直接投資を拡大する」との回答では、男性が女性を大きく上回っている。特に、「二国間の直接投資を拡大する」は男性が41%で女性21%の約2倍となっている。これに対し、「二国間のスポーツ・文化交流を促進する」では、女性は47%に対して、男性は33%とスポーツ・文化交流には、女性の方が積極的である。

### 3 日本が諸外国・地域との関係を維持すべきとする理由

日本が諸外国・地域との関係で、今後とも現状を維持すべき理由は、「関係が拡大すると経済摩擦や文化摩擦が増える恐れがあるから」が45%

#### Point

これ以上の拡大は、経済・文化摩擦を懸念



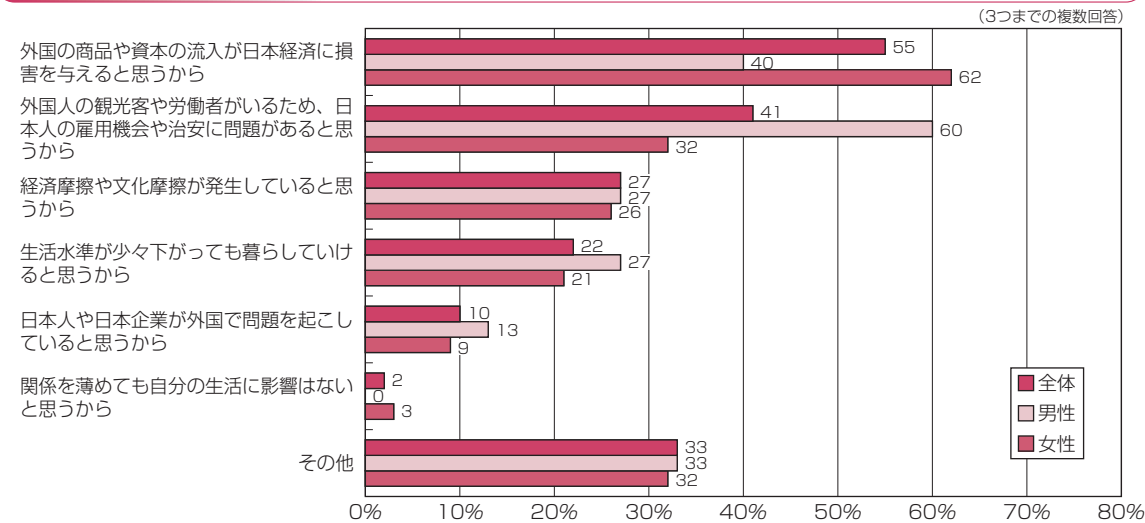
日本と諸外国・地域との関係について、生活をより豊かにするためには今後も現状を維持すべきとする理由は、「関係が拡大すると経済摩擦や文化摩擦が増える恐れがあるから」（45%）と「現状維持の関係で十分生活は豊かだから」（40%）が4割台と他に比べて回答が多い。

### 4 日本が諸外国・地域との関係を薄めるべきとする理由

日本が諸外国・地域との関係を薄めるべきとする理由は、「外国の商品や資本の流入が日本経済に損害を与えると思うから」が55%

#### Point

安全がおびやかされるような外国商品の流入には、女性が敏感



日本と諸外国・地域との関係を、生活をより豊かにするためには今後は薄めるべきとする理由は、「外国の商品や資本の流入が日本経済に損害を与えると思うから」（55%）が、最も高く、「外国人の観光客や労働者がいるため、日本人の雇用機会や治安に問題があると思うから」（41%）が続いている。また、「その他」との回答が33%あるが、その中の理由としては、食料の自給率を上げるべきとする生活者の意見が目立っている。

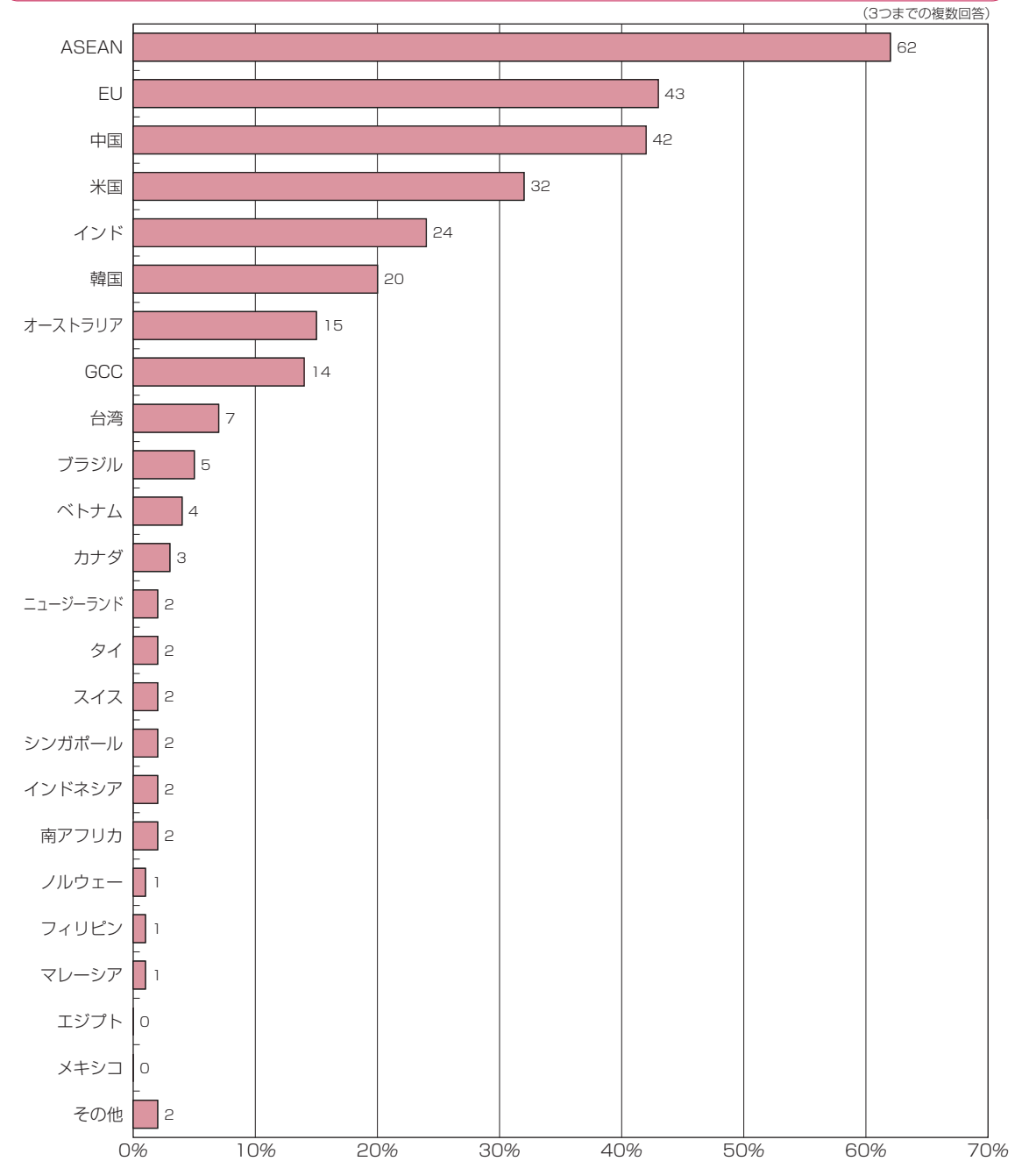
男女別に見ると、「外国の商品や資本の流入が日本経済に損害を与えると思うから」との回答では、女性が62%で男性40%を大きく上回っている。安全がおびやかされるような外国商品の流入に女性が敏感に反対していると思われる。これに対し、「外国人の観光客や労働者がいるため、日本人の雇用機会や治安に問題があると思うから」では、女性が32%であるのに対して男性が60%と約2倍となっている。

### 5 日本として関係を強化していくべき国・地域

日本として関係を強化していくべきと考える国・地域は、ASEANが62%

#### Point

ASEAN・EU・中国との関係強化4割以上



日本として関係を強化していくべきと考える国・地域は、ASEAN（62%）、EU（43%）、中国（42%）、米国（32%）、インド（24%）、韓国（20%）、オーストラリア（15%）、GCC（14%）、の回答になっている。特にASEANと、加盟国が27カ国になったEU、さらに発展を続ける中国との回答が4割を超えている。生活者はこれらの国・地域との関係を強化することを望んでいる。

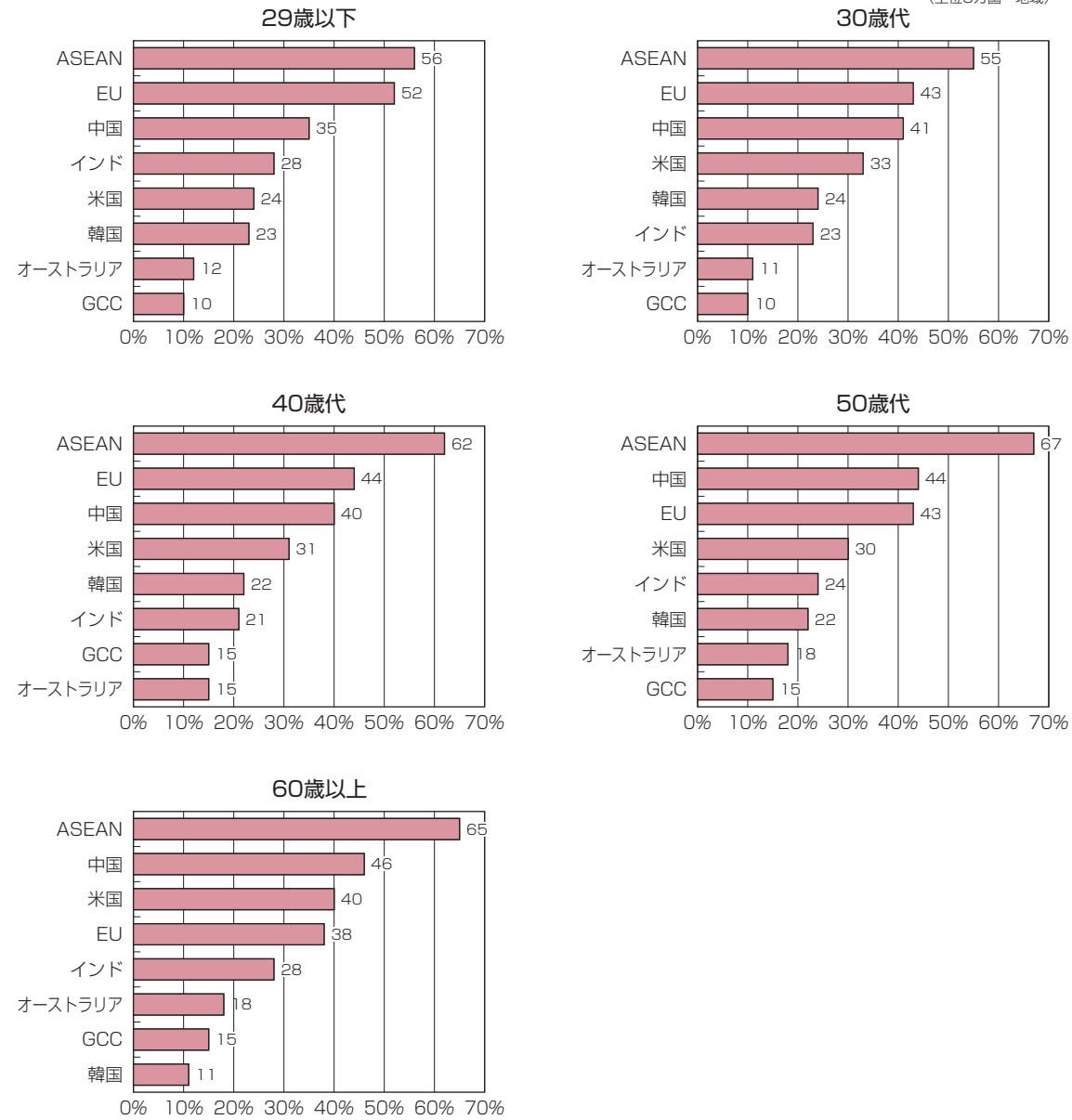
注：ASEAN…東南アジア10カ国の地域協力組織  
 EU……欧州連合。ヨーロッパ各国による国家連合体（27カ国が加盟）  
 GCC……中東・ペルシャ湾岸地域における地域協力機構（6カ国が加盟）

# 5-A

## Point

ASEANは全世代で日本との関係を最も強化すべき国・地域で1位

(上位8カ国・地域)



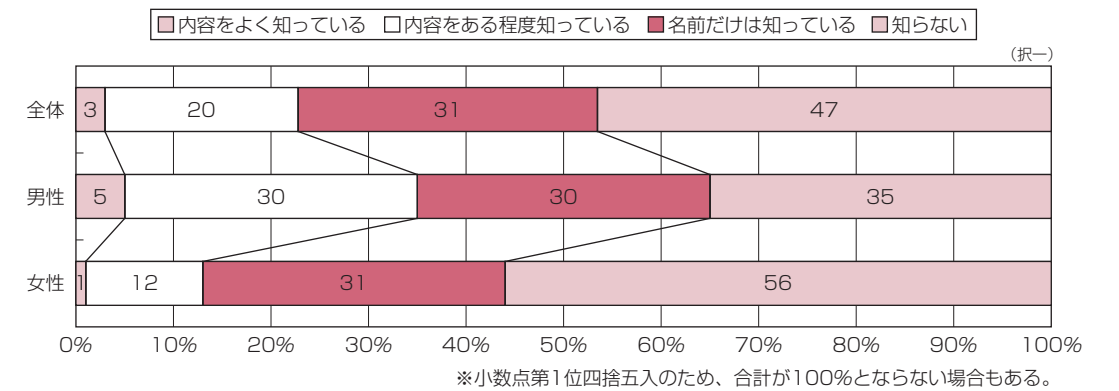
世代別に見るとASEANは全世代で、日本と関係を最も強化すべき国・地域と考えられている。EUは29歳以下から40歳代で関係を強化すべき国・地域の2番目となっている。それに対して、中国は50歳代、60歳以上では2番目となっている。

# 6 EPAの認知度

EPAを「知っている（内容をよく/内容をある程度/名前だけは）」が54%

## Point

EPAの認知度は、男性と女性に差がある



EPAを「内容を知っている（よく/ある程度）」の23%と「名前だけは知っている」の31%を合わせると54%と半数を超える。一方「知らない」は47%となっている。

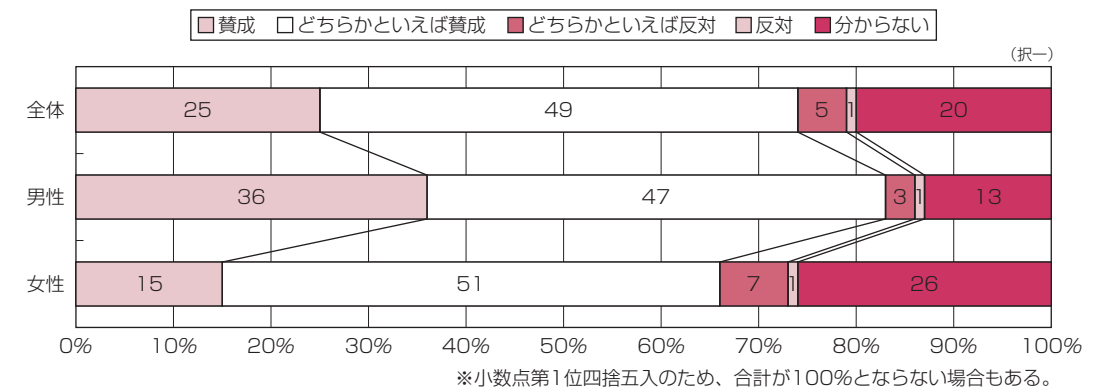
男女別に見ると、EPAを「知っている（内容をよく/内容をある程度/名前だけは）」との回答は、男性65%に対し、女性44%で、21ポイントの差となっている。

# 7 EPA締結の推進の賛否

日本が諸外国・地域との間でEPA締結を推進することに「賛成（賛成/どちらかといえば）」が74%

## Point

生活者は、EPA締結に積極的



日本が諸外国・地域との間でEPA締結を推進することに「賛成（賛成/どちらかといえば）」が74%となり、生活者は諸外国・地域とのEPA締結に積極的である。

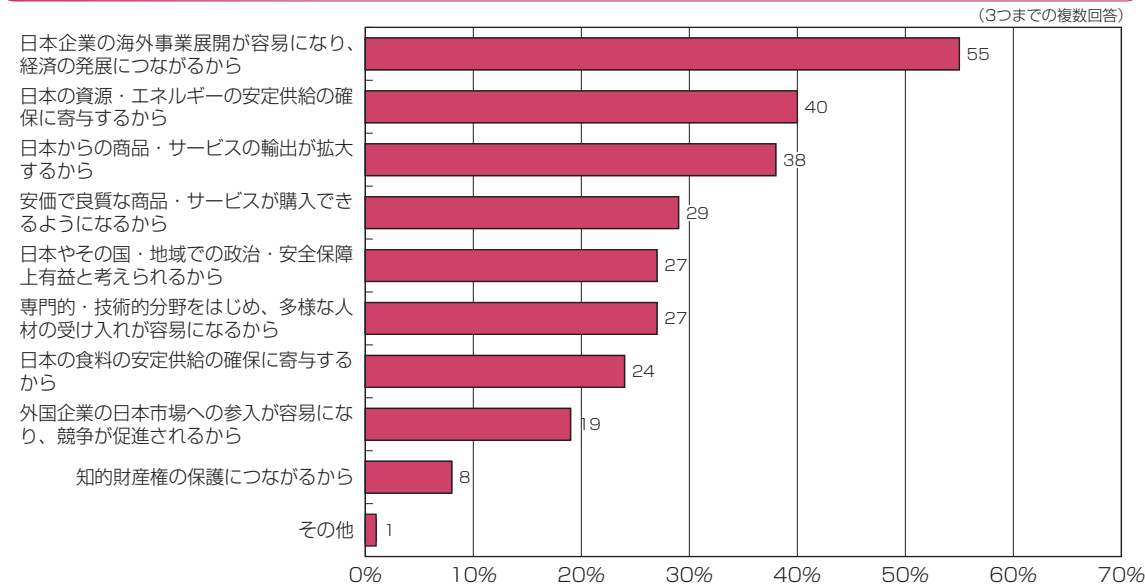
男女別に見ると、「賛成（賛成/どちらかといえば）」との回答は、男性83%、女性66%と17ポイントの差となっている。一方、「分からない」との回答は男性13%に対し女性が26%で、男女で回答に大きな差が見られる。

## 8 EPAの締結推進に賛成の理由

日本が諸外国・地域との間でEPAを締結することに賛成の理由は、「日本企業の海外事業展開が容易になり、経済の発展につながるから」が55%

### Point

様々な賛成意見がある



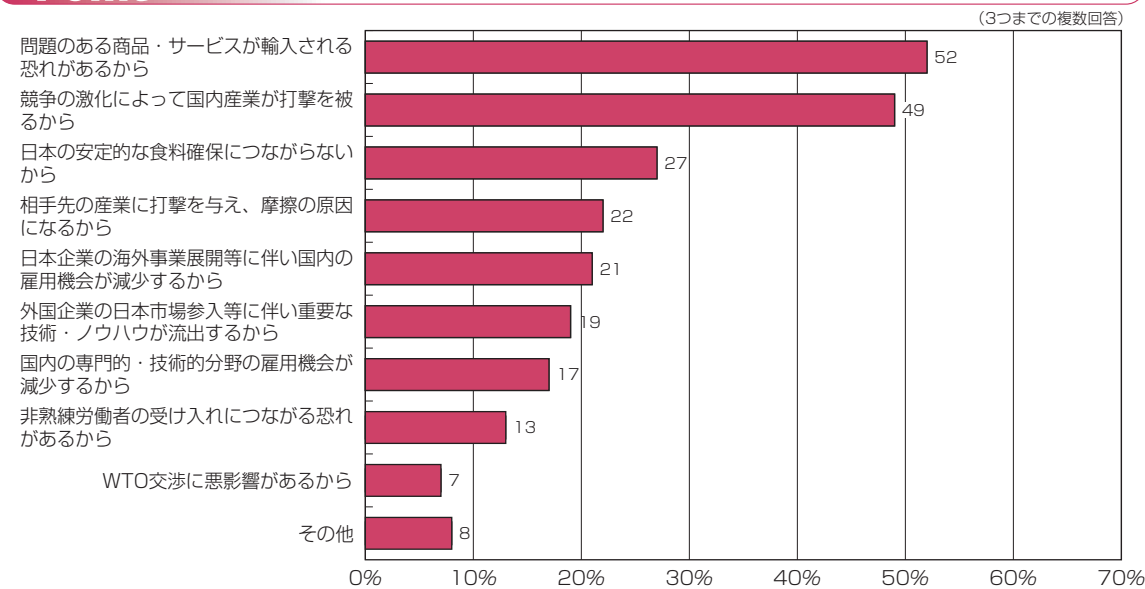
日本が諸外国・地域との間でEPAを締結することに賛成する理由は、「日本企業の海外事業展開が容易になり、経済の発展につながるから」(55%)、「日本の資源・エネルギーの安定供給の確保に寄与するから」(40%)、「日本からの商品・サービスの輸出が拡大するから」(38%)になっている。経済発展への寄与、双方のメリットの拡大、食料・資源・エネルギーの安定供給、安全保障上などの経済的な問題とそれ以外の様々な意見がある。

## 9 EPAの締結推進に反対の理由

日本が諸外国・地域との間でEPAを締結することに反対する理由は、「問題のある商品・サービスが輸入される恐れがあるから」が52%

### Point

輸入商品・サービスの問題は女性が積極的



日本が諸外国・地域との間でEPAを締結することに反対する理由は、「問題のある商品・サービスが輸入される恐れがあるから」(52%)、「競争の激化によって国内産業が打撃を被るから」(49%)になっている。

男女別に見ると「問題のある商品・サービスが輸入される恐れがあるから」との回答で、男性(34%)、女性(58%)の間に24ポイントの大きな差が見られる。

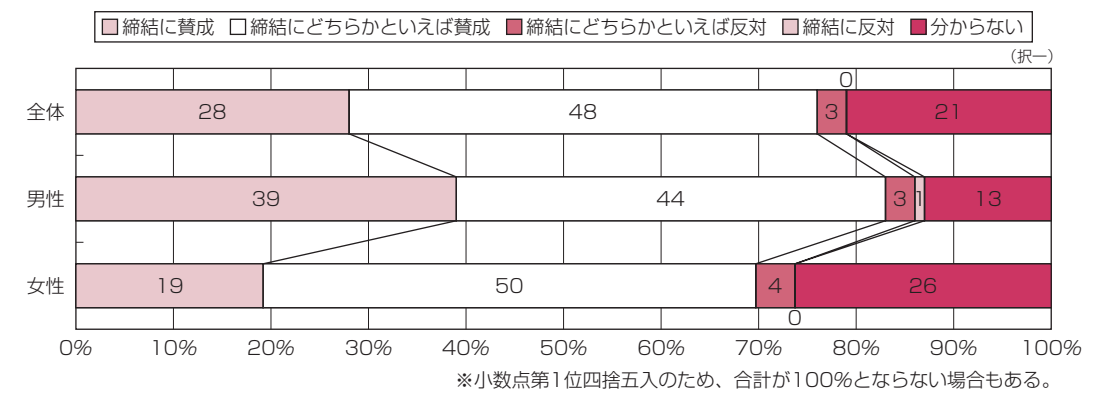
## 10 EU、米国、その他の国・地域とのEPA締結

日本がEUや米国とEPAを締結することに「賛成(賛成/どちらかといえば)」がEU76%、米国62%

### 〈EUとのEPA締結の賛否〉

#### Point

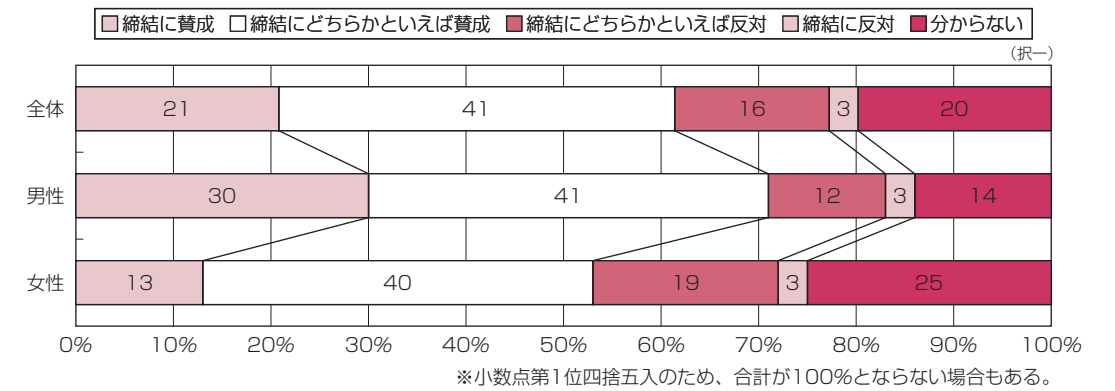
EUとのEPA締結には76%が賛成



### 〈米国とのEPA締結の賛否〉

#### Point

米国とのEPA締結には62%が賛成



日本がEUや米国とEPAを締結することに「賛成(賛成/どちらかといえば)」との回答はEU76%、米国62%となっている。一方、「反対(反対/どちらかといえば)」はEU3%、米国19%となり、日本とEU、米国とのEPA締結には、生活者の多くが賛成と考えている。ただ、米国とEUとを比較すると、米国とEPAを締結することに「反対(反対/どちらかといえば)」が、EUとのEPA締結より、16ポイント高い。

日本がEU、米国以外の国・地域とEPAを締結することについて、具体的な国・地域を挙げて賛否を回答した生活者は23%で、その国・地域の内訳は、中国(7%)、ASEAN(4%)、インド(3%)、オーストラリア(3%)、韓国(2%)、ロシア(1%)になっている。

「回答」の内訳は、中国との締結については、「賛成(賛成/どちらかといえば)」が70%、「反対(反対/どちらかといえば)」は30%となっている。また、ASEANとの締結については、「賛成(賛成/どちらかといえば)」が99%、「反対(反対/どちらかといえば)」が1%、インドとの締結については、「賛成(賛成/どちらかといえば)」が100%となっている。オーストラリアとの締結については、「賛成(賛成/どちらかといえば)」が92%、「反対(反対/どちらかといえば)」は8%となっている。

EUとのEPA締結について男女別に見ると、「賛成(賛成/どちらかといえば)」との回答は、男性83%、女性69%と14ポイントの差となっており、女性はその分「分からない」との回答が多い。

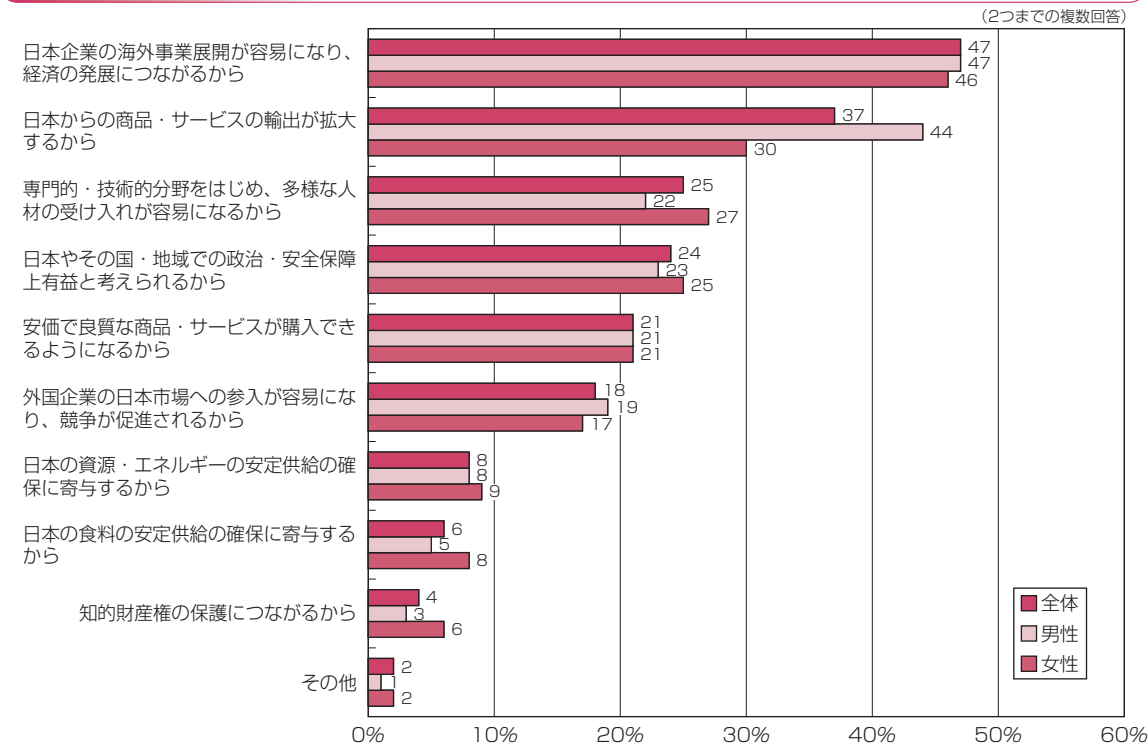
米国とのEPA締結について男女別に見ると、「賛成(賛成/どちらかといえば)」との回答は、男性71%、女性53%となっており、18ポイントの差となっている。一方、「分からない」との回答は、男性14%、女性25%と11ポイントの差となっている。

# 10-A

## 〈EUとのEPA締結に賛成の理由〉

### Point

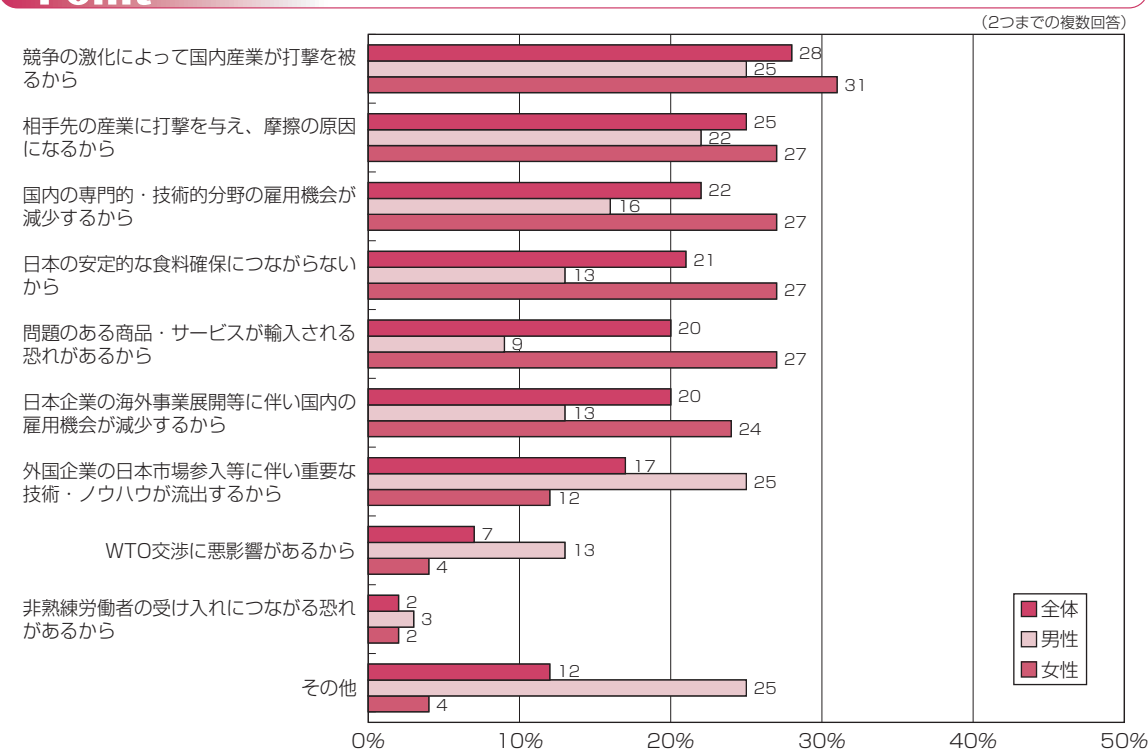
賛成の理由は、日本の経済発展と輸出の拡大



## 〈EUとのEPA締結に反対の理由〉

### Point

反対の理由は、4つの意見に分かれる



EUとのEPA締結に賛成する理由の上位2項目は、「日本企業の海外事業展開が容易になり、経済の発展につながるから」(47%)、「日本からの商品・サービスの輸出が拡大するから」(37%)である。また、「専門的・技術的分野をはじめ、多様な人材の受け入れが容易になるから」(25%)、「日本やその国・地域での政治・安全保障上有益と考えられるから」(24%)、「安価で良質な商品・サービスが購入できるようになるから」(21%)、「外国企業の日本市場への参入が容易になり、競争が促進されるから」(18%)の4つの回答がほぼ2割で続いている。

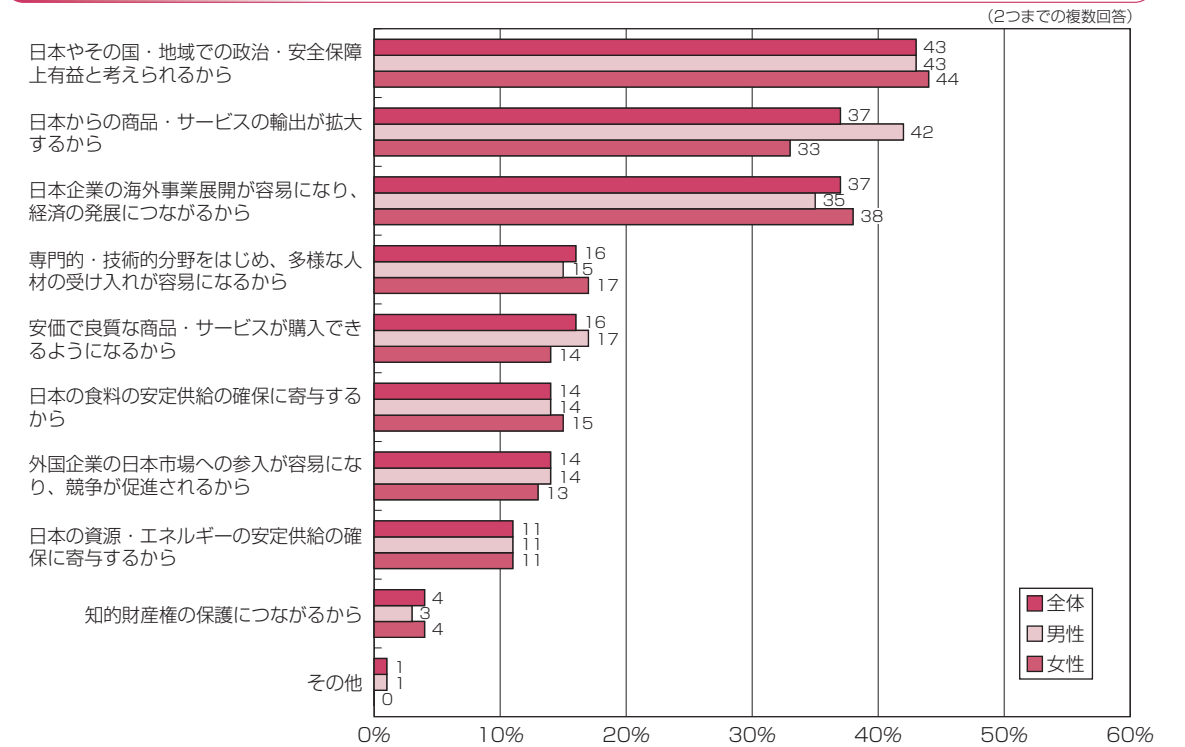
EUとのEPA締結に反対する理由は、20%を超えた回答が6項目あり、様々な意見がある。

# 10-B

## 〈米国とのEPA締結に賛成の理由〉

### Point

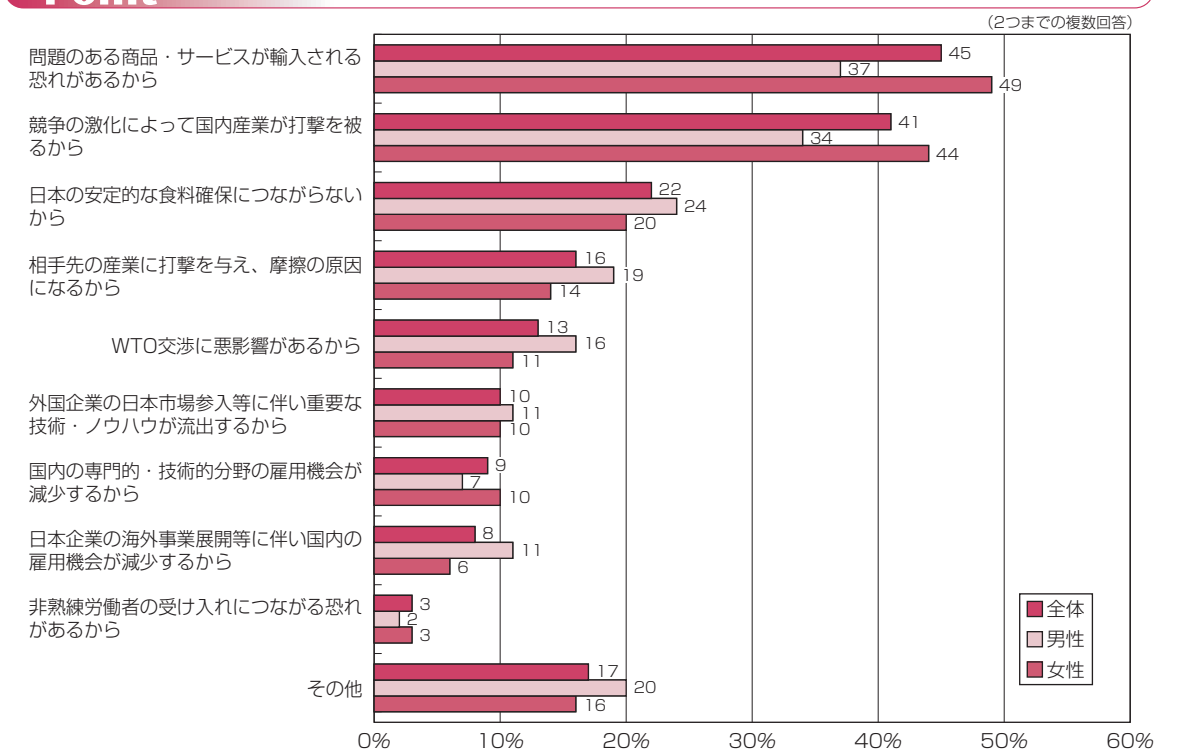
賛成の理由は、安全保障上有益だからがトップ



## 〈米国とのEPA締結に反対の理由〉

### Point

反対の理由は、問題ある商品・サービスの輸入と国内産業への打撃を懸念



米国とのEPA締結に賛成の理由としては、「日本やその国・地域での政治・安全保障上有益と考えられるから」(43%)、「日本からの商品・サービスの輸出が拡大するから」(37%)、「日本企業の海外事業展開が容易になり、経済の発展につながるから」(37%)と3つの回答が多い。

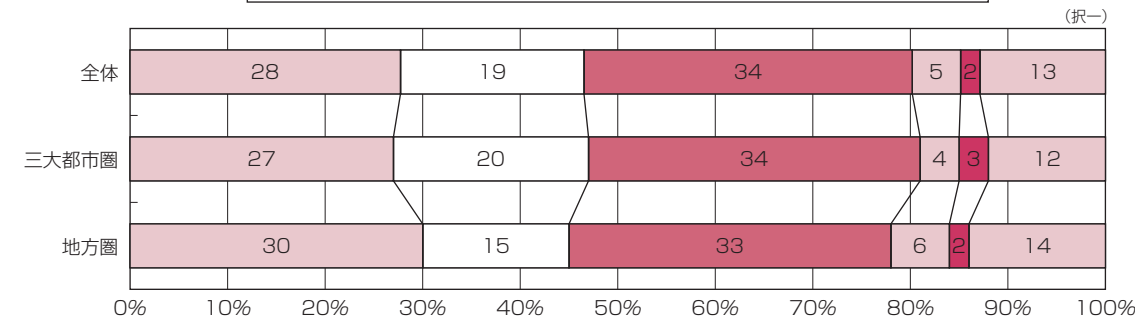
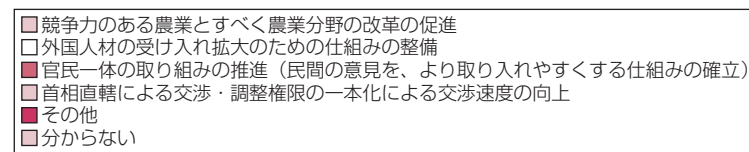
また、反対の理由としては、「問題のある商品・サービスが輸入される恐れがあるから」(45%)と「競争の激化によって国内産業が打撃を被るから」(41%)の2つの回答が多い。反対理由の「その他」としては、すでに米国とは関係が深いことから、米国以外の国との関係とのバランスに配慮する必要性などが指摘されている。

## 11 EPA締結を推進する際の日本の課題

EPAの締結を推進するにあたっての日本の第一の課題は「官民一体の取り組みの推進（民間の意見を、より取り入れやすくする仕組みの確立）」が34%

### Point

三大都市圏と地方圏で、大きな差は見られない



※小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

EPAの締結を推進するにあたっての日本の課題としては「官民一体の取り組みの推進（民間の意見を、より取り入れやすくする仕組みの確立）」（34%）、「競争力のある農業とすべく農業分野の改革の促進」（28%）、「外国人材の受け入れ拡大のための仕組みの整備」（19%）となっているが、様々な意見があることが分かる。

居住地別に見ると、「競争力のある農業とすべく農業分野の改革の促進」での回答割合が、「三大都市圏」で27%、「地方圏」で30%と若干の違いが見られるものの、全体としては大きな差は見られない。

## 経済連携協定(EPA)に関する意見・感想

### 29歳以下の意見・感想

- ◆国内産業を「かたくなに」守ることも大事かもしれないが、地理的に近い諸外国との貿易・交流などを深め、共存・共栄していくことが今の日本にとって重要なのではないかと思う。
- ◆グローバルな視点で日本が経済的に発展を続けていくには、国内の成長だけでは不可能であり、海外とのうまい付き合いが必要。
- ◆二国間だけの問題ではなく、EPAを締結しない国とも緊張した関係にならないように注意する必要があると思う。
- ◆EPAについて、あまり知らなかったが、非常に重要な協定と感じたので、広く国民に知ってもらおう機会を設けるべきだと思う。

- ◆お互いの国にとって平等に有益になるのであれば、どんどん進めるべきだと思う。
- ◆EPAの締結は、推し進めてほしいが、わが国のメリットのみを追求するのではなく、お互いに享受できる関係を持たなければならないと思う。そうでなければ、国と国との格差が広がるばかりでなく、双方の関係にも支障をもたらす結果につながると思う。
- ◆認知度は低い気がするが、今回のアンケートで興味を持った。エネルギー消費国だからこそ、EPAの意味は大きいと思う。

### 30歳代の意見・感想

- ◆今や自国のみでは経済をはじめ生活が成り立たない。相互に交流し、切磋琢磨することが必要だ。た

だ、消費者が自国の製品価値を正しく認識し、自信を持って活用するための意識付けも大切だと思う。安かろう、悪かろうの時代は終わった。

- ◆EPAについては正直よく分からないが、締結をするメリットはだれにあるのか。今までは、安くてたくさん入れれば良かった時代だったかもしれないが、そこまで物や資源が必要なのか。根本を見直してから進めても良い気がする。
- ◆EPAというものの存在すら知らなかった。今回のアンケートで、わが国と他国との関係について、自分はほとんど分かっていないことを思い知った。
- ◆日本という小さな枠だけでなく諸外国との交流を深め共有することで、意識改革にもつながっていくことを期待する。
- ◆何事も国際化を避けられない時代においては、まず、日本の国としての信念が必要不可欠だと思う。今の日本にそれがいいのか、不安に感じる。
- ◆今回のアンケートで初めてEPAを知った。日本人は、他国の人々と比べ、外国との交わりに対して（意識・無意識問わず）構えてしまいがちだと感じるが、より積極的にEPAを推進していくべきだと思う。そのためのシステムづくりが必要だと思う。

### 40歳代の意見・感想

- ◆良い面だけでなく、雇用、国内産業の競争力など、直接影響が及ぶような分野での検討が必要だと思う。
- ◆EPAの内容がよく分かっていないので、特に意見や要望を書くことができない。EPAについてもっと広報すべきだと思う。
- ◆EPAの締結は、日本経済にとって良いと思えるが、問題となる部分も必ずある。まず、国内で、EPAによって生じるであろう問題の対応策をとってから、締結するかどうかを決めるべきである。日本では、問題が起こってから対処しているが、諸外国がかかわってくる場合、問題が生じてからでは遅い。「想定外」という言葉は通用しないと考えるべきである。
- ◆正直なところ、報道でEPAなど英語の略語を耳にしても内容が分からず、聞き流していることが多い。自分の意見を持つために「知らない、分からない」で済ませないことが必要だと思う。不勉強を改めたいと思う。
- ◆一時的な経済拡大の目的で締結してほしくない。日本の農業の崩壊による地方の疲弊、自然破壊、食料

自給率の確保など、長期的な見方で判断してほしい。

### 50歳代の意見・感想

- ◆食料や資源を考えても、日本だけではやっていけない。各国との友好関係を維持し、貿易を促進していく手段としては有効である。
- ◆教育の中で、これからの日本人は世界の中で生きていかなければならないことを教えるべき。グローバルの中に個々の付き合い方があると思う。
- ◆EPAの締結促進に当たっては、日本にとってメリットの裏にあるデメリットも考えられる。今後、日本が世界の中で位置する立場や日本企業の行く末、国民の安全などを総合的に検討・検証し、進める必要がある。
- ◆EPAは必要だと思うが、一方で食料の自給率のアップと、新エネルギーの開発を強力に進めてほしい。自立は強力な武器だと思う。
- ◆市場が国際的に活性化される。反面、日本の産業は国際競争に負けないよう創意工夫が必要となる。これをチャンスと思い知恵を絞り頑張してほしい。

### 60歳以上の意見・感想

- ◆これから日本が軸足を置くべき国・地域は、ASEAN、韓国、中国などの近隣国であると思う。
- ◆EPAは、今後外交上の必要課題だと思う。国内での意識改革は十分なされていないと思うので、その重要性をPRすべきだ。国民の理解を得ずに、政治的に進めようとしても、国民から反発を受けると思う。
- ◆将来の少子化や人口減少、天然資源不足など喫緊の課題に対して、より積極的に外国との経済連携に官民挙げて取り組むべき。
- ◆海外の国との親密な関係を持たない限り日本は先細りになってしまう。いろいろな国と様々な契約を結び、官民が協力して取り組んでいくことが、若い人たちに希望を与え国際人を育てることになると思う。
- ◆交流機会が増えることは、資源外交だけでなく文化を含めた相互理解の第一歩になると思う。平和な社会を築き上げる面からも大きく貢献できると思う。
- ◆自国の利益のみを考えてはいけないうように思う。相手国の長期的視点で見た利益のための援助をし、それが結果として、自国の利益にもつながるような考え方が必要なのではないかと思う。

# 企業と生活者懇談会

	開催日	開催地	協力企業
第117回	10月4日	神奈川県平塚市	第一三共 第一三共プロファーマ平塚工場
第118回	10月18日	兵庫県高砂市	キッコーマン 高砂工場
第119回	10月19日	茨城県取手市	キヤノン 取手事業所

■第117回(神奈川 2007年10月4日)

## 第一三共株式会社 第一三共プロファーマ平塚工場

2007年10月4日、神奈川県平塚市の第一三共の生産部門である第一三共プロファーマの平塚工場にて、「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員16名が参加し、同社の企業戦略と平塚工場の概要について説明を受け、所内を見学した後、質疑懇談を行いました。第一三共プロファーマ平塚工場からは、朝田克彦取締役平塚工場長、佐藤良治管理部スタッフグループ主査(環境担当)、小櫛東吾総務課主査、総務課渡辺裕子氏、菱田純取締役管理部長、坂本真美管理部総務人事グループ主任が出席しました。また、第一三共から伊澤広純サプライチェーン本部サプライチェーン企画部スタッフグループ長、同部の峰岸俊也主査、コーポレートコミュニケーション部広報グループの熊巳弘一主査、CSR部CSR・環境経営グループの本村健治課長代理が出席しました。

を企業のスローガンにしています。医薬品づくりは人間の命にかかわる仕事であり、医薬品をつくと同時にすべての命を照らす希望をつくることを目指しています。その取り組みは「革新的医薬品を継続的に創出し、提供することで、世界中の人々の健康で豊かな生活に貢献する。」という企業理念を見ても分かります。

### ■平塚工場の概要

平塚工場は1966年(昭和41年)に三共が同地区に工場を設立したのが始まりです。現在、平塚工場では約470人の従業員が在籍し、第一三共プロファーマの7工場中、最大の規模を誇り、生産部門の中心である旗艦工場として位置付けられています。主要な製造品目としては、固形製剤、注射剤、アンプルなどです。



工場について説明する朝田工場長

### ■平塚工場の特長

平塚工場では製造承認を受けて生産している品目は87に上ります。それらを製造する同工場の特長は、以下の4つです。

- ①ファクトリーオートメーション(効率化・機械化)
  - ②Closed System  
(可能な限り異物混入を防ぐ製造方法)
  - ③第一三共プロファーマの生産技術拠点の役割
  - ④S(Safety:安全)、H(Hygiene:衛生)、E(Environment:環境にやさしい)に配慮した工場
- 特に、①で可能な限りの効率化と機械化を図り、人間の介在する部分を減らすことで、②のClosed Systemを実現し、異物混入や衛生面での限りない安全性を実現しています。

また、平塚工場での環境面の取り組みとしては、開発段階から化学物質を減らすことを念頭に置いた「グリーン・ケミストリー」です。化学物質の削減や、二酸化炭素削減やゼロエミッション達成など、循環型社会への取り組みを進めています。あわせて、ISO14001の認証を2000年(平成12年)に取得して以来、継続的に維持・更新審査を受け、環境に関する内部監査を工場内で実施し、全職場で環境マネジメントシステムを実施しています。

排水の処理については、工場全体の水のバランスシートを作成しています。工場に入ってきた水と、出て行く水の量を管理し、排水については市の規制値より厳しい自主規制値を作成し、継続して遵守しています。

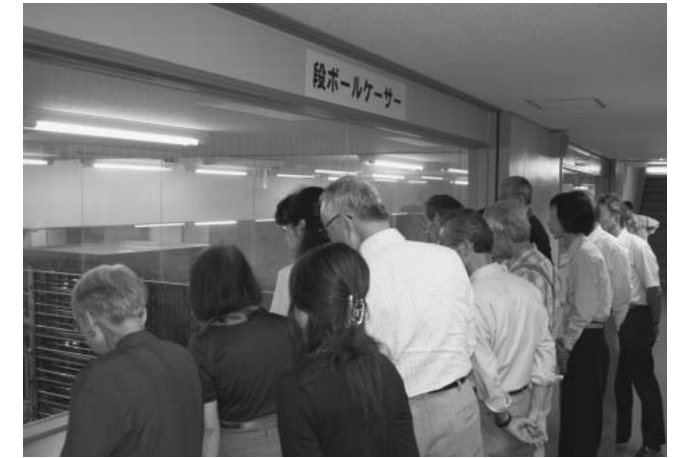


見学コースで製造工程について聞き入る参加者の皆さん

### ■工場内の見学

平塚工場の概要について映像などで紹介を受けた後、広大な工場敷地内の一面にある見学施設にて、実際の製造工程を、原料の秤量→無人車での搬送→混合および造粒というように、順を追って説明を受けながら見学しました。説明を受けた各工程での安全、衛生

管理の厳しさや、工場の特長であるファクトリーオートメーションを目の当たりにできた、大変貴重な機会でした。



梱包工程を熱心に見入る参加者の皆さん

### ■懇談会の模様

**Q.** 新薬開発には莫大な費用が掛かると聞いていますが、実際はどうなのでしょう。

**A.** 日本で一つの新薬を開発するための費用は約500億円といわれています。近年、新薬の研究開発費は増大傾向にあります。一方、長い年月と低い成功確率も新薬開発の特徴です。そのため、規模が小さくても、「知恵で勝つ」ことができる分野といえます。高齢化社会が進行している現在、薬の貢献度を上げることのできる領域への進出など、製薬会社として今後も病気との闘いを続けていきます。

**Q.** 世界的に新薬開発競争が激化している今日、ますます研究開発費の増大が懸念されます。製薬会社は大規模化しないと生き残れないのでしょうか。

**A.** 当社は、売上規模の拡大ではなく、新薬の創製により将来性、収益性を高める戦略に主眼を置いています。確かに、世界の医薬品の中心市場である北米で販売することが可能な、ある程度の規模は必要です。しかし、世界最大手の製薬会社で現在、新薬が創製されなくなっている現状をかんがみると、規模の追求だけが重要ではないと考えています。

**Q.** 平塚工場で作られている医薬品の原材料の調達、管理はどのようにされているのでしょうか。

**A.** 第一三共プロファーマの7工場のうち、秋田、小



名浜、小田原では医薬品のもととなる原薬を製造し、静岡、高槻、大阪、そしてここ平塚工場で製剤を製造しています。原薬生産は基本的に自社で行い、それ以外に使用する化学薬品などの副原料および材料は、他のメーカーから調達しています。

- Q.** 医薬品の安全性確保のため、平塚工場のような製造工場での品質管理を行っていますか。
- A.** 薬事法に基づき医薬品製造管理者を設置し、製造工場が医薬品の製造・保管・出荷の各段階において、適正な品質管理を行う基準（省令）であるGMP（Good Manufacturing Practice：医薬品および医薬部外品の製造管理および品質管理に関する基準）を遵守し、定期的に自己点検・査察を行っています。
- Q.** 医薬品の副作用情報の収集など、製造販売後の対応はどのようにされていますか。
- A.** 製薬会社として、医薬品の製造販売後も品質、安全性、有効性、適正な使用方法などのための情報を、医療機関に提供する医薬情報担当者（MR）が医療機関を通じて収集し、必要な情報を伝達する役割を担っています。制度的にも、医薬品などの製造販売後の安全管理、調査および試験を実施し、安全性を担保する体制を構築しています。
- Q.** ジェネリック医薬品（特許権存続期間が満了した後発医薬品）については、どのようにお考えでしょうか。
- A.** ジェネリック医薬品の日本の普及率は16～18%であり、欧米の普及率（40～50%前後）と大きな差があります。これは、薬の値段である薬価に関する制度の違いが大きな理由だと思われます。欧米では特許が切れるまでは薬価を上げること、維持することができ、特許期間終了後、結果的にジェネリック医薬品のような安い薬が市場で普及します。一方日本では、2年に1度の薬価改定で特許期間中の医薬品も値段が下げられるため、欧米とは市場の様相が異なります。故に、一概に比べられないのが現状です。
- しかし、日本の医療制度の中でジェネリック医薬品の使用促進は、時代のすう勢と思われます。

当社としては、「革新的医薬品を継続的に創出し、提供することで、世界中の人々の健康で豊かな生活に貢献する。」という企業理念から新薬開発で成長性、収益性を高める事業戦略を採っています。

- Q.** 薬の上手な服用の仕方を教えてください。また、市販されている医薬品と、薬局で処方される医薬品の違いを教えてください。
- A.** 医薬品は、それぞれの用法、用量をお守りいただき、決められた通りに服用するのが基本です。また、市販されている「一般用医薬品」は、薬剤師と相談の上、消費者の判断で購入、使用できるため、特に安全性を重視しています。一方、医療機関で医師の診察を受けた後に薬局で受け取る「医療用医薬品」は、医師が患者の症状に依り、診断して作成した処方箋に基づき、薬局の薬剤師が調剤します。従って、薬の有効性は一般医薬品より強く、用法、用量をよく守って服用していただきたいと思えます。

■参加者からの感想

- ◆医療品の製造工程で、人間が介在する機会を極力排除していることは、異物混入やバイオハザードへの対策として合理的だと思いました。
- ◆原薬の秤量から包装・梱包まで、徹底した自動化による衛生・品質管理が行われていることに驚きました。
- ◆「つくっているのは、希望です。」というメッセージはとても良いと思いました。
- ◆MRの増強のような施策を打っている第一三共は、社会の動きに対応していると思いました。
- ◆医薬品を購入する機会が多だけに、信頼感を持って医薬品と付き合うことができると思えた良い機会でした。
- ◆製薬業界全体の動向や、経営統合の話題、得意とする研究分野について、専門的な説明も、もう少ししてほしかったです。

（文責 専門研究員 吉川敬宏）

■第118回（兵庫 2007年10月18日）

キッコーマン株式会社  
高砂工場

2007年10月18日、兵庫県高砂市のキッコーマン高砂工場で「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員19名が参加し、同社の企業概要と高砂工場の説明を受け、工場内を見学した後、質疑懇談を行いました。キッコーマンからは、二村宏執行役員高砂工場長、同工場の飯田武工場次長、小塚太設備グループ長、佐藤潤一品質管理グループ長、福田明総務グループ主事および東京本社の大坂葉子広報・IR部社会活動推進担当部長が出席しました。

■キッコーマンの歩み

キッコーマンの源流は、江戸時代初期に現在の千葉県野田市で始まったしょうゆ造りにさかのぼります。1917年（大正6年）に野田・流山の醸造家8家が共同して設立した野田醤油株式会社が同社の前身です。設立当時200以上あったしょうゆの商標は1940年（昭和15年）までに「亀甲萬」に統一され、1964年（昭和39年）に社名を商標と同じキッコーマン醤油株式会社に変えました。キッコーマンは国内で事業を拡大する一方、1957年（昭和32年）に米国で本格的なマーケティング活動を開始して以来、積極的に海外展開を進めてきました。また、しょうゆ以外の調味料や食品、飲料、バイオ事業などに進出し、1980年（昭和55年）にはキッコーマン株式会社に社名を変更しました。同社は企業の社会的責任への取り組みや、近年では食育活動にも力を注いでいます。

■しょうゆのルーツ

しょうゆのルーツは、食物を塩漬けにして発酵させた中国の「醬」といわれます。鎌倉時代には径山寺（金山寺）みそから溜しょうゆのようなものが得られることが発見されました。今日のしょうゆに近いもの

が造られるようになったのは室町時代で、中期以降にようやく庶民に普及するようになりました。

江戸時代には気候がしょうゆ造りに適し、原料の入手が容易で大消費地の江戸への舟運の便が良い野田でしょうゆが盛んに生産されるようになりました。

■高砂工場について

関東発祥のキッコーマンが高砂に工場を完成したのは1931年（昭和6年）です。甲子園球場が6個も入る約8万坪の敷地でしょうゆを生産しています。高砂工場はキッコーマンの国内しょうゆ生産の約3割を担い、単一のしょうゆ工場としては世界最大級で、製品を名古屋から九州に至る地域に出荷しています。

■しょうゆの製造工程

はじめに、蒸した大豆と炒って砕いた小麦と麴菌を混ぜて、温度と湿度を管理した製麴室で3日かけてしょうゆ麴を造ります。このしょうゆ麴に食塩水を混ぜてもろみにし、巨大なタンクに移して約6カ月間発酵・熟成させます。熟成を終えたもろみは幅3メートル、長さ1800メートルの長大な布で包みます。布は何度も折りたたまれて3階建てのビルほどの高さになり、その自重でもろみからしょうゆをにじみ出させます。その後、さらに布をプレスしてしょうゆを搾ります。もろみから搾った生しょうゆは、3～4日間タンクに置いて油や澱を分離させてから加熱殺菌して色・味・香りを整え、酵素の働きを止めます。これを高度に自動化された詰め工程で容器に充てんし、最後に厳しい検査を受けて合格した製品だけを各地に出荷します。



搾り工程の見学。しょうゆを搾る布に触れてみる

■懇談会の模様

**Q.** キッコーマンは全国的なブランドですが、各地域のしょうゆ会社も多くあるのでしょうか。

**A.** しょうゆは地域性の強い商品で、一昔前は日本全国に約3000のしょうゆ醸造会社があったといわれています。現在、会社数は減少しましたが、それでも2004年（平成16年）現在で1400を超えるしょうゆ会社が存在します。その中でキッコーマン・グループのシェアは2005年度（平成17年度）で30%強です。

**Q.** 国内市場の動向は、どのようになっていますか。

**A.** 国内のしょうゆの売上高は微減傾向です。これは、人口が減少している上に、高齢化が進み、加えて食の多様化などで需要が減少しているためです。  
一方、女性の社会進出などによってしょうゆ関連調味料へのニーズが高まり、つゆやたれの売り上げが増えています。

**Q.** 市場動向を踏まえて、キッコーマンではどのような経営戦略を考えているのでしょうか。

**A.** キッコーマン・グループでは、海外におけるしょうゆの販売量の拡大に伴い、しょうゆの生産体制の強化に努めてきました。現在では、米国、欧州、アジアにおいて6生産拠点があり、出荷は順調に推移しています。

今年（2007年）はキッコーマンがアメリカで本格的なマーケティングを開始して50周年になり、今日、アメリカではキッコーマンはしょうゆの代名詞となるまで定着しました。

また、国内では、高付加価値商品の売り上げ増を目指しています。

**Q.** 海外事業は企業風土にどのように影響しましたか。

**A.** 海外では、「共に働き、助け合う」ことをモットーに現地採用の社員との平等に心掛け、日本人同士で固まらないよう意識的に努力しました。その成果が社員の自信につながっていると思います。

**Q.** 具体的にはどのような商品開発を行っていますか。

**A.** 市場のニーズに対応し、しょうゆでは高級品や、塩分を減らしたり、\*GABAを含む付加価値の高

い商品などを開発し、好評です。しょうゆの周辺商品としては、つゆ類・たれ類の開発に注力しています。

また、しょうゆ造りを通じて蓄積された技術を生かし、トマトの皮やブドウの種からも健康食品を開発しました。



二村工場長から経営戦略と商品開発の説明

**Q.** 「丸大豆しょうゆ」と普通のしょうゆの違いは何ですか。

**A.** 大豆を丸のまま使ってしょうゆを造る製法に対し、戦後は製油会社で油を搾った後の脱脂加工大豆を原料としたしょうゆ造りが主流になりました。  
しかし、大豆の油脂成分が醸造中にグリセリンなどに分解され、まろやかさが増すことが分かり、丸大豆しょうゆの生産を再開しました。

**Q.** 高砂工場では、製品の品質や安全・衛生管理にどのように取り組まれていますか。

**A.** 原料は生産地および国内で農薬について残留が無いかチェックしています。遺伝子組み換え作物は一切使用していません。  
製麹・仕込みなど、製造の各段階で品質を検査し、最終チェックを受けた上で出荷されます。  
なお、高砂工場は1998年（平成10年）にISO14001（環境マネジメント）、1999年（平成11年）にISO9001（品質管理）の認証を取得しています。

\*GABA（ギャバ）  
γ（ガンマ）-アミノ酪酸gamma-aminobutyric acidの頭文字。発芽玄米や米ぬかなどに多く含まれ、健康に良い成分として注目されている。

**Q.** 環境やリサイクルへの取り組みを教えてください。

**A.** 社会と調和の取れた企業活動の一環として、廃棄物や副産物の再利用と、環境配慮型の容器や包装資材の積極的な推進に取り組んでいます。  
副産物の再利用としては、もろみを搾った後のしょうゆ粕の飼料化を進めています。また、もろみから搾られた生しょうゆの表面に浮いてくる油は、重油の代わりにボイラーの燃料や魚の餌にし、工場全体では副産物の100%がリサイクルされています。  
容器については軽量化のほか、卓上壺のリユース（再利用）促進、キャップを簡単に外してリサイクルしやすくするエコキャップ化などを進め、工場の作業着もリサイクル製品を採用しています。

**Q.** 食育活動の内容はどのようなものでしょうか。

**A.** キッコーマンは2004年に食育の理念と方針を定め、翌年から活動を開始しました。  
高砂工場の社員も2005年から小学校を対象に出前授業「キッコーマンしょうゆ塾」を実施し、子どもたちに食の大切さを伝えています。  
また、毎年約1万人の方が工場見学に来ますが、その半数が小学生です。地元の教育委員会や山陽電鉄と連携して親子を工場に招き、食体験をするプログラムなども行っています。

■参加者からの感想

◆食文化の維持向上や、共生の理念を大切にしているグローバル経営に取り組む姿勢について知りました。

◆キッコーマンについては知っていたつもりですが、実際に工場を見ることができて、多角的に知ることができました。

◆海外の事業所では現地に溶け込み、日本人従業員同士で固まらないよう意識的に努力したというグローバル企業成功の秘訣を知りました。

◆世界各地で日本食の普及に努められていると聞き、「キッコーマン」の世界の広がりを感じました。

◆従業員支援制度で、「働きやすい環境」を設けていらっしゃることを知り、うらやましく感じました。

◆社員の方が自社に誇りを持って働いている姿に感銘を受けました。

◆毎日使っているしょうゆについて、あまりにも知らなかったと痛感しました。大変参考になりました。

◆しょうゆの多様さに今更ながら驚き、恵まれた食生活ができることに感謝しました。

◆品質管理の方からの、自社製品に対する愛情が感じられる説明が大変良かったです。

◆製麹室は圧巻でした。日本人の健康を支える発酵食品を大切にしたいと思いました。

◆食の大切さ、キッコーマンの方々の熱意、商品愛する心が伝わりました。

◆しょうゆにも賞味期限があることを知りました。今後は栓を開けたら冷蔵庫に入れることにします。



構内にはちり一つ落ちていない

（文責 主任研究員 工藤徹明）

■第119回(茨城 2007年10月19日)

## キヤノン株式会社 取手事業所

2007年10月19日、キヤノンの取手事業所(茨城県取手市)で「企業と生活者懇談会」を開催しました。社会広聴会員19名が参加し、同社の事業概要、CSRなどについて説明を受けました。その後、同事業所の説明を受け、併設する複写機製造の取手工場を見学し、質疑懇談を行いました。

キヤノンからは、本間道博広報部長、田中節子広報第二課長、斉藤茂映像事務機取手生産革新推進部担当部長、今村義広取手総務部担当部長、中野信男映像事務機取手工場管理部専任主幹、柴山邦雄取手環境管理課長、広報第二課の横山真彩氏が出席しました。



キヤノンの歴史と事業概要を紹介している様子

### ■キヤノンの歩み

1933年(昭和8年)、東京の麻布に「ライカ」に負けない高級小型カメラ作りの研究を目的とした、精機光学研究所の設立がキヤノンの歴史の始まりです。その翌年には、国産初の35ミリフォーカルプレーンシャッターカメラ「KWANON(カンノン)」を試作し、1935年(昭和10年)には「ハンザキヤノン」を発表しました。このとき、世界に向けた製品提供をすでに視野に入れ、製品名の「カンノン」を英語で「標準・規範」

を意味する「Canon」へ変更しました。

技術開発と技能鍛錬の結果、1937年(昭和12年)には、精機光学工業株式会社が創業されました。精機光学工業は、1947年(昭和22年)キヤノンカメラ株式会社へと社名変更し、カメラ以外の事業分野にも進出すると、の意気込みの下、さらに1969年(昭和44年)にキヤノン株式会社に社名変更しました。

キヤノンは今年(2007年)で創業70周年を迎えました。企業理念である「共生」と行動指針「三自の精神」(自発・自治・自覚)に基づき、売上高や株式時価総額、純利益などの主要経営指標すべてにおいて世界トップ100社に入ることを目指しています。

### ■キヤノンの事業概要

キヤノンは、2006年(平成18年)連結ベースで、売上高4兆1568億円、従業員約12万人、連結子会社219社のグローバル企業です。現在のキヤノンの事業概要は、大きく2つの側面で見ることができます。ひとつは「事業の多角化」、もうひとつは「グローバル化」です。

事業の多角化は、1964年(昭和39年)に発売した世界初のテン(10)キー式卓上電子計算機(電卓)が出発点です。当時の電卓は、桁ごとに10個のキーがありましたが、キヤノンは、テンキー式の電卓を世界に先駆けて開発しました。しかし、数字表記の赤色ダイオードの不具合などで、苦難の時期もありました。そのような状況の中でも、カメラ製造で培われた技術開発と技能鍛錬を進めた結果、1970年代には、プリンターや複写機(コピー機)などの開発に成功し、多角化をさらに進めています。現在の売上高に占める事業別シェアは、カメラ25%、コンピュータ周辺機器34%、オフィスイメージング機器28%、光学機器10%となっています。

グローバル化においては、創業当時の「世界一のカメラを創る」の下に、1955年(昭和30年)にニューヨーク支店を開設しました。その後、欧州や中南米にも進出し、製品と顧客サービスの徹底を進めています。売上高に占める地域別シェア(2006年)は、日本22%、米州31%、欧州32%、その他15%となっています。従業員数では、日本43%、米州9%、欧州9%、その他39%となっています。近年は、アジアでの生産と販売が拡大傾向にあり、中国や東南アジアでの生産

体制を強化しています。

生産拠点の移行は、国内産業の空洞化が危惧されますが、キヤノンのグローバル化は、国内の生産体制も増強することでその課題を解消しています。国内の従業員を見ても、直近3年で42.6%、42.1%、42.8%とほぼ安定した状態を保っています。これは、事業規模の拡大に応じて、積極的な海外展開だけでなく、国内展開も並行していることの表れです。海外と国内生産のバランスを考えながら最適な生産配分を行うことが、キヤノンのグローバル戦略であり、「ものづくり」に対する考え方です。

### ■キヤノンのCSRへの取り組み

キヤノンのCSR活動は、「共生」の理念の下、各国、各地域の文化の多様性やニーズに沿って行う活動とともに、キヤノンの製品、人材、技術、知識などのリソースを活用することがベースです。

企業が事業活動において、常に地球環境への配慮、環境負荷を軽減することに取り組むことや経済発展と環境保全を同時に果たすことが、21世紀に発展する企業にとって、絶対不可欠な条件と考えています。

QCD(品質・コスト・納期)の保証に、E(Environment: 環境)への保証が加わり、EQCDという考え方がグループ全体の一つの柱となっています。また、独自目標として、2000年(平成12年)を基準に2010年まで、売り上げが同じであれば、二酸化炭素の排出量を半分に削減することを掲げ、省エネ・省資源・有害物質廃除などの取り組みを進めて、資源生産性の最大化に努めています。

### ■取手事業所について

取手事業所は、1961年(昭和36年)に、カメラの量産工場として操業を開始しました。現在では、複写機やレーザービームプリンタなどキヤノンの電子写真技術の中心拠点となっています。複写機事業の設計、試作、生産、品質保証部門といった開発から製造までを1カ所に集結した事業所です。取手事業所では、複写機とプリンターなどで使用されるトナー(粉末インク)などの開発・生産もしています。

また、第一種エネルギー管理指定工場のため、エネルギー効率と環境保全が常に管理されています。具体的には、事業所全体にモニタリングシステムを導入し

ています。このシステムは、エネルギー効率の状況を常に従業員全員が把握して、日々改善に努めるシステムです。

### ■取手工場(複写機製造)のセル生産方式

キヤノンが進める生産革新は3つあります。それは、①徹底した無駄を排除 ②市場直結型で柔軟性のある生産体制を確立 ③人材の育成、の3点です。

取手工場の特徴は、「ベルトコンベア方式」ではなく、「セル生産方式」を採用しています。英語で「細胞」を意味する「セル」生産方式とは、少人数が1つの区画(セル)で1つの製品を完成させるシステムで、市場の要求に沿ってフレキシブルに対応できます。

セル生産方式の導入により、顧客の注文に応じた製品のカスタマイズ化が実現しました。また、需要変動に合わせた製造が可能になり、在庫圧縮ができるようになりました。従業員を対象としたアンケートによれば、一人当たりの持ち場が増えることを負担に思う従業員がいることも分かりましたが、達成感や責任感が生まれ、活気ややりがいなどが生まれました。

そこで、より一層モチベーションを高めることを目的に、優秀な技能者を認定するS級マイスターを頂点とした資格制度を導入しました。従業員はS級を目指して技能の鍛錬を行っています。マイスターになると、年1回、社長から会食に招待されます。これによって、工場視察の際、社長がマイスターの顔を覚えていて声を掛けるなど、モチベーションのひとつになって、技能向上の促進に向けた後輩の指導や改善の進め方などが活発に議論されるようになりました。



セル生産方式で複写機を製造する様子  
写真提供 キヤノン(株)

■懇談会の模様

**Q.** 薄型テレビの新ディスプレイ技術「SED (Surface-conduction Electron-emitter Display)」の開発に向けた将来の展望を教えてください。

**A.** ディ스플레이の新しい技術は、非常に重要と認識しています。他方、プラズマや液晶の量産化で、過剰ともいえるくらいの競争環境にあり、サバイバルゲームの様相を呈しています。SEDも投資と発売時期のタイミングを一步間違えると、キヤノンにとって、大きなリスクになります。現在、投資も研究開発も続けていますが、訴訟と量産化の問題が解決できていません。その中で、かなり慎重に、ただし、絶対にあきらめずに開発を続けていくことが今のフェーズです。我々は、SEDの画像の素晴らしさに自信を持っています。

**Q.** 取手工場で進めている「マイスター制度」は、海外の工場でも導入しているのでしょうか。

**A.** マイスター制度そのものは導入していませんが、それと同等あるいは類似の認定制度が、拠点ごとにあります。海外事業会社は、独立した会社になっていますので、その国に合った認定制度を導入し、人材の育成をしています。

**Q.** 『キヤノン サステナビリティ報告書 2007』によると、キヤノン全体の二酸化炭素排出量が、削減できていないようですが、その理由を教えてください。

**A.** 生産の拡大に伴い、工場数が増加しており、省エネルギー対策が追い付かなかったことが理由です。

キヤノンは、従来の削減努力に加え、今年度からグローバル環境推進本部が一括して環境投資をすることによって、業界全体の数値目標を達成しようとしています。

**Q.** 取手事業所は、様々な製品を扱っていますが、事業所ごとに収益などの目標は、あるのでしょうか。

**A.** 取手事業所は、EQCDと製品クレームの有無を評価の対象としています。品質やコストなど、それぞれに目標を掲げて、それに達しているかどうかを管理しています。

■参加者からの感想

◆キヤノンのような代表的な企業のセル生産システムを工場で直接見聞できたことは極めて有意義でした。

◆取手事業所の生産現場を拝見し「三自の精神」の具現化を感じ取りました。セル生産とマイスター制度の有機的結合はその稀なるものと思います。

◆最大の驚きは人材の活用でした。工場で働いている人はほとんどが若い人で、高度のマイスター制度に合格した人が男女を問わずいるということは、教育制度が優れているものと思いました。

◆取手事業所の淡いグレーの制服が、ペットボトルで作られていることに温かみを感じられました。環境に配慮し、グローバルな優良企業を目指していることに強い思いが感じられました。

◆「不要品を購入しない」「購入の際は廃棄のことを考慮する」「大事に長く使用する」「ほかのことに使えないかを考える」「私物は持ち込まない」という考え方は、一般家庭においても参考になりました。

◆工場の静かなことに驚きました。エアー工具の排気管のにぎやかさは、現場の活気を示すという私の古い常識は吹っ飛びました。静かな方が集中でき、コミュニケーションもとりやすいと気付かされました。

(文責 専門研究員 土川慎一郎)



取手事業所の外観 写真提供 キヤノン(株)

「社会広聴会員」からのご意見・ご感想

ネットワーク通信 2007 No.32 秋号 を読んで

「地球温暖化に関するアンケート」について

- 当事者意識が足りず、まだ対岸の火事のように感じているように思います。(50代・女性・東京都)
- 地球温暖化への関心が低い方々に対して、どのようにして意識を変えるのか、という項目があっても良かったと思います。(60代・女性・岩手県)
- 20代は独身あるいは共働きの家庭が多く、忙しくて時間がないような場合はエコに注力するのは難しいと思います。(20代・女性・埼玉県)
- 世代別に大きな差がでていますが、育ってきた時代背景の差と片付けてしまうのは、どうかと思います。(60代・男性・神奈川県)
- 頭では分かっているつもりでも行動が伴っていないことを反省しました。(40代・女性・福岡県)
- できる範囲で努力していますが、もっと強力に推進するためにどうすればよいかを考える必要がありました。(70代・男性・鳥取県)
- 身近な取り組みはすでにやっている方が多く、これ以上の取り組みとなると難しいと思う方が多いのが現状だと思います。(50代・女性・三重県)
- 問題となる大国が真剣に取り組む、世論が高まらないことには、地球温暖化は改善されないと思います。(60代・男性・静岡県)
- 働き盛りの世代は先のことより今の暮らしに追われており、地球温暖化防止に取り組むことは難しいです。(40代・女性・北海道)
- 若い世代を含めた幅広い層で、地球温暖化を身近な問題と認識していることに安心しました。(60代・男性・京都府)
- 地球温暖化問題については、全国民の知恵を集め

- て取り組みを進めるべきだと思います。(80代・男性・東京都)
- まずは自分のできることから一つひとつ取り組もうと思いました。(40代・女性・山口県)
- 今後の日本を担う若い世代の関心が、他の世代より低い結果に大変驚いています。(50代・男性・栃木県)
- ポスト京都議定書に向け、今後はアメリカや中国への強力な働きかけが必要になると思います。(70代・男性・鹿児島県)
- 京都議定書の達成は困難だと考えている人が多いですが、個人でできることから実践され始めているので、良い方向には進んでいると思います。(30代・女性・山梨県)
- 地道に取り組むべきという意見も多く見受けられて、安心しました。(60代・女性・熊本県)
- 個人の地球温暖化への認識は高くても、実際には効果がでない以上、国や自治体が法的に仕組みをつくる必要があると思います。(40代・男性・奈良県)
- 世界規模で危機的状況にあることを、もっと多くの人々が認識すべきだと思います。(50代・女性・香川県)
- 地球規模で考え、足元から行動する、という考えが浸透していないのが残念です。(60代・女性・愛媛県)

「企業と生活者懇談会」について

- トヨタの控えめで、今の地位に安住しない姿勢を見ると、やはり日本が世界に誇る企業だと思います。(30代・女性・大阪府)
- トヨタの「知恵と改善」および「人間性の尊重」という点に感銘を受けました。(70代・男性・大分県)
- トヨタは企業として、明確なポリシーとコンセプトを持っており、今後も期待できる企業だと思います。(20代・女性・東京都)

- JR北海道のデュアル・モード・ビークル(DMV)が、これからの地方での交通の足に、また観光に役立つことを期待しています。(60代・男性・福島県)
- 以前からDMVの情報を聞いており、地方の交通機関として非常に役立つので、早く実用化してほしいです。(60代・男性・広島県)
- JR北海道は寒冷な土地で安全、安定な運行を続け、かつDMVの乗り物など、独自の技術開発をされていることがよく分かりました。(70代・男性・石川県)
- 凸版印刷は事業分野がイメージと異なり、大変勉強になりました。(40代・女性・高知県)
- 凸版印刷が持つバーチャルリアリティー(VR)技術の世界を体験してみたいです。(70代・女性・東京都)
- 凸版印刷が様々な事業に技術力を発揮していることを知り、日々移り変わる現状に対応して努力されていることが分かりました。(70代・女性・福島県)

「経済広報センターニュース」について

- アンケートなど、社会広聴活動が多面で役立っていることに、参加する意義を感じます。(30代・女性・愛知県)
- アンケート結果がこれほど多くのメディアで取り上げられているとは思っていませんでした。回答することに、責任を感じます。(40代・女性・茨城県)
- アンケート結果が新聞などに連日のごとく掲載されていることに驚きました。(70代・女性・兵庫県)
- アンケート結果の掲載紙がいつもより多く、世論の一端を担っていると思うとうれしいです。(20代・女性・東京都)
- 懇談会などの開催日が平日だと都合がつかず、土日だったと思うことがたびたびあります。(40代・男性・滋賀県)
- 企業と生活者懇談会では企業側の意見にも触れて、生活者と企業の双方向の情報交流をより促進してほしいと思います。(40代・女性・岩手県)
- 経済広報センターに関連する新聞記事を、ホームページで確認し、いつも参考にしています。(60代・男性・富山県)

- 社会広聴アンケートが様々なマスコミに取り上げられており、色々な場面で資料の参考にされていることがよく分かりました。(60代・男性・青森県)
- 20代前半では、社会広聴活動に関心を持つ人が少なく、より熱心に広報しなければ集まらないと思います。(20代・男性・東京都)
- 北は北海道から、南は沖縄まで、全国の新聞でアンケート結果が取り上げられると、励みになります。(50代・女性・岐阜県)
- 同じアンケートでも記事のポイントが異なると、イメージが変わるものだと思います。(40代・女性・愛知県)
- 全国規模のアンケートや、寄せられた意見が、各地のメディアに取り上げられているのを見て、責任の重大さを実感するとともに、もっと勉強しなければ、と思いました。(70代・男性・徳島県)

ご意見・ご感想

- 『ネットワーク通信』では質の良い情報が掲載されているので、もう少し内容を増やしてみたいかがでしょうか。(20代・女性・東京都)
- 企業の情報と一般社会の情報をバランスよく報告されており、大変役立ちます。(50代・男性・静岡県)
- アンケートなど、誌面を通じて知らなかった知識が吸収でき、勉強になります。(70代・女性・新潟県)
- 企業と生活者懇談会のコーナーを、もう少し身近なトピックにしてもいいかと思えます。(20代・女性・埼玉県)
- 誌面が読みやすくなってきていると思います。分量はこれくらいが良いと思いました。(70代・男性・東京都)
- アンケートの調査結果の記事が読みやすく、よく分析されていると思いました。(70代・男性・島根県)
- 事務局便りはほのぼのしていて、楽しみにしています。(20代・女性・愛知県)
- アンケートなどで、世代にこだわって分析するのもよいですが、考え方は種々あってしかるべきだと思います。(70代・男性・長野県)

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. 経済広報センターとはどのような組織なのでしょう。

A. 当センターは、「社会と経済界とのコミュニケーション」をキーワードに、1978年に設立されました。第1次石油危機直後から企業批判が高まったため、経済界の考え方や企業の行動の重要性を伝えることが目的でした。以来、四半世紀以上にわたり経済界の考え方や企業活動について国内外に広く発信するとともに、社会の声を経済界や企業にフィードバックすることに努めてまいりました。

国内向けの広報事業では、社会広聴会員の皆さまにご協力いただき実施している「社会広聴活動」のほか、教育界との対話、経済界の情報や提言の広報活動を行っています。

当センターの詳しい事業につきましては、ホームページをご参照ください。  
(<http://www.kkc.or.jp/index.html>)

Q. 社会広聴活動とは、どういった活動なのでしょう。

A. 経済界と社会とのコミュニケーション促進を図るため、社会の声を経済界や企業・団体にフィードバックする活動です。

社会広聴会員の皆さまに企業と生活者懇談会、ステークホルダーミーティング、各種シンポジウムなどにご出席いただき、生活者の代表として、様々なご意見を伺っています。

また、「eネット会員」の皆さまには社会・経済問題などをテーマに社会広聴アンケートにお答えいただいています。これらの活動を通して伺ったご意見を『ネットワーク通信』に掲載し、年4回発行して全国の社会広聴会員および会員企業・団体、マスコミなどに配布し、生活者の声を広く紹介しています。

この活動が現在も続いているのは、ひとえに社会広聴会員の皆さまのご協力あつてのものです。今後とも引き続きご支援賜れば幸いです。

Q. 企業と生活者懇談会などの会合に急用で行けなくなった場合、家族や知人などに代わりに参加してもらってもよいのでしょうか。

A. 企業と生活者懇談会や、各種シンポジウムなどは原則として社会広聴会員の皆さまにご案内しています。また、これらの会合は、参加人数に限りがあり、応募数が定員を超えた場合に抽選を実施することが多々あります。キャンセルされた場合、ご応募いただいた社会広聴会員の中から選びますので、申し込まれたご本人が参加できなくなった場合には、当センターの社会広聴グループまでご連絡ください。

開催直前や当日のキャンセルなどは可能な限り避けていただきたいと思います。

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：03-3201-1412
- 経済広報センターホームページ  
<http://www.kkc.or.jp/>
- 社会広聴活動のページ  
入会・変更のページ  
<http://www.kkc.or.jp/society/index.html>



# 経済広報センターの最近の活動紹介

## KKCEコノミイ・ファイル

日本経済新聞に「KKCEコノミイ・ファイル」という意見広告を掲載しています。2007年9～11月にかけて掲載したテーマをご紹介します。内容は当センターのホームページ (<http://www.kkc.or.jp/>) で見ることができます。

- 9月11日 世界最大の統合型国際コンテンツフェスティバル～9月19日「JAPAN国際コンテンツフェスティバル」が開幕～
- 9月25日 経団連提言「国と地方を通じた財政改革に向けて」を発表～国民生活の安心確保に向けた財政改革のあり方を提案～
- 10月9日 税制抜本改革に向けた議論の加速を～成長と財政再建の両立に資する税制を目指して～
- 10月23日 地球温暖化防止のために望ましい国際枠組とは？～「全ての主要排出国の参加」と「技術の活用」がカギ～
- 11月6日 日本が関係を強化すべき国・地域はASEAN、EU、中国、米国の順～「経済連携協定(EPA)に関するアンケート」調査結果～
- 11月27日 人にやさしい社会づくりに向けて～子育て環境整備に関する企業の取組み～

2007年11月6日 日本経済新聞掲載

**KKCEコノミイ・ファイル** [Ver.209]

**日本が関係を強化すべき国・地域はASEAN、EU、中国、米国の順～「経済連携協定(EPA)に関するアンケート」調査結果～**

経済広報センターは、広く社会の声を聞くために組織している社会広聴会員に対し「EPAに関するアンケート」を実施しました(8月上旬に実施)。対象者2,991名、回答率69%。その結果、日本が関係を強化すべきと考える国・地域は、ASEANが62%、EUが43%、中国が42%、米国が32%という結果でした。その理由として、「ASEAN、中国は将来経済発展が見込まれる国・地域だから」との回答が多く、次に「輸出先や直接投資先」として重要視されていました。米国・EUでは、「輸出先その他、政治・安全保障の面で重要視する」との回答が上位を占めました。EPAの認知度は34%に留まるものの、EPA締結の推進に賛成が74%と積極的意見が大半でした。EPA締結を推進する際の日本の第一の課題は、「官民一体で民間の意見をより取り入れやすくする仕組みの確立」(34%)でした。詳細はウェブサイトへ <http://www.kkc.or.jp/release/2007/re11023.html>

社会と企業・経済界との対話と相互理解に努めています  
 経済広報センター <http://www.kkc.or.jp/> 本誌の掲載は11/27(火)F定

## アンケート結果の掲載記事

「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。

### ○経済連携協定(EPA)に関するアンケート(2007年10月調査結果発表)

- 10月23日 時事通信 Jiji-Web News Service 「EUとのEPA、8割弱が賛成 経済広報センターのアンケート調査」
- 10月23日 TBS News i (TBSのニュースポータルサイト) 「関係強化すべきは『ASEAN』が筆頭に」
- 10月24日 日本経済新聞 朝刊 5面 「経済広報センターまとめ EUとのEPA賛成76%」
- 10月24日 読売新聞 朝刊 9面 「経済広報センター調査 ネットアンケート EPA認知度54%」
- 10月24日 日刊工業新聞 2面 「経済広報センター調査 『EPA』認知度低く」
- 10月24日 電波新聞 2面 「経済広報センターのアンケート調査 EUとの経済連携協定に76%が賛成 米国と締結も62%」
- 10月24日 北海道新聞 朝刊 8面 「経済広報センター調査 経済連携協定『知らない』47%」
- 10月24日 西日本新聞 朝刊 8面 「経済広報センター調査 EPA締結『賛成』74% アジア、EUに関心」
- 10月24日 読売新聞(大阪) 朝刊 9面 「経済広報センター調査 『EPA』認知度まだまだ 『中身把握』23%」
- 10月24日 熊本日日新聞 朝刊 6面 「経済フラッシュ 東南アジアと関係強化を 日本経団連の経済広報センター」
- 11月22日 日本経団連タイムス 第2884号 3面 「経済広報センターがEPAに関する意識調査結果取りまとめ 認知度54%、締結推進に『賛成』74%」

### ○地球温暖化に関するアンケート(2007年8月調査結果発表)

- 9月5日 北海道新聞 夕刊 10面 「『鋼根よもやま話』 マイバッグで温暖化防止」
- 10月号 東洋経済統計月報 8頁 「Data File『できる範囲で』広がる環境への取り組み」
- 11月号 PRIR(ブリーフ) 107頁 「産業界のCO<sub>2</sub>排出削減の取り組みを61%が評価 —『地球温暖化に関するアンケート』調査を実施—」

### ○情報源に関するアンケート(2007年6月調査結果発表)

- 10月15日 愛媛新聞 朝刊 2面 「社説 新聞週間 今後も信頼に依っていききたい」
- 10月16日 熊本日日新聞 朝刊 2面 「社説 新聞週間 『読者の信頼』が支える使命」

## 東京と名古屋で、シンポジウム「道州制で日本を変える」を開催

### <東京 9月18日開催 主催：日本経団連、経済広報センター>

東京のシンポジウムでは、御手洗富士夫日本経団連会長・経済広報センター会長が「『究極の構造改革』道州制の導入で、新しい日本を創ろう」と題した基調講演を、関西学院大学経済学部の林宜嗣教授が「道州制で何がかわるのか」と題した特別講演を行いました。

その後のパネルディスカッションでは、林教授をコーディネーターに、自由民主党道州制調査会会長の杉浦正健衆議院議員、福田富一栃木県知事、日本経済新聞の西田睦美論説委員兼政治部編集委員、日本経団連道州制委員会の池田弘一共同委員長が参加し、「なぜ、今道州制が必要なのか」「道州制によって日本はどう変わるか」などのテーマで、意見交換を行いました。企業・団体関係者、社会広聴会員など420名が参加しました。

### <名古屋 11月7日開催 主催：中部経済連合会、日本経団連、経済広報センター>

名古屋では、川口文夫中部経済連合会会長、御手洗富士夫日本経団連会長・経済広報センター会長、自由民主党道州制推進本部本部長代行の杉浦正健衆議院議員からの挨拶の後、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杉浦衆議院議員、神田真秋愛知県知事、篠崎由紀子都市生活研究所社長・内閣府道州制協議会委員、前田晃伸日本経団連副会長・行政改革推進委員長、佐々和夫中部経済連合会副会長・広域行政委員会委員長が参加し、「道州制の実現に向けて～魅力と活力溢れる地域社会の構築」というテーマで、パネルディスカッションを行いました。「道州制こそが地方分権の究極の姿」「実現には国民の理解が重要」など、活発な議論がありました。シンポジウムには、中部の自治体、企業・団体関係者、社会広聴会員など約450名が参加しました。

## 東京で、シンポジウム「今後のわが国税制のあり方」を開催

11月27日、日本経団連、21世紀政策研究所と共催で標記シンポジウムを開催しました。

津島雄二自由民主党税制調査会会長の基調講演の後、森信茂樹21世紀政策研究所研究主幹・中央大学法科大学院教授から「先進各国の税制改革の潮流」というテーマで報告がありました。その後、森信教授をモデレーターに田近栄治一橋大学大学院教授・政府税制調査会調査分析部会長、井堀利宏東京大学大学院教授、大橋光夫日本経団連税制委員会共同委員長・昭和電工会長により「税制抜本改革のあり方」をテーマにパネルディスカッションが行われました。企業・団体関係者など250名が参加しました。

## ステークホルダーミーティングを開催

### <TOTO>

TOTOは、「TOTOステークホルダーダイアログ2007」を東京、大阪、名古屋、福岡の4カ所で開催しました。開催日および社会広聴会員の参加人数は以下の通りです。

東京…9月3日・13名 大阪…9月21日・11名  
 名古屋…10月25日・8名 福岡…11月12日・9名  
 参加者は、建築・設備の専門家向けのショールームであるテクニカルセンターを見学し、同社のCSRへの取り組みについて説明を受けた後、質疑懇談を行いました。



TOTO(大阪)

### <大和ハウス工業>

大和ハウス工業は、10月30日に大阪で「大和ハウス ステークホルダーミーティング2007」を開催し、社会広聴会員8名が生活者として参加しました。同社の主要事業である住まいと暮らしに関して、テーマごとに分かれてディスカッションを行い、理解を深めました。



大和ハウス工業



## 表紙のことば

今食べている料理の食材は、どの国が産地で、どこで加工されたのか。この前買った服の生地はどこが産地で、どこで縫製されたのか。グローバル化が進んだ今日、生活者が買い求める製品は様々な国で作られています。現在、多くの生活者が産地などの情報を、製品を選ぶ判断材料にしており、どのように作られたかといった情報は、大変重要なものになっています。これは、消費者である生活者のモノを見る目が、外国における生産、ひいては国家そのものにも影響を与えるようになったことを意味しています。日本の生活者に受け入れられた製品だから良い製品であり、安心して使える、と外国の生活者から認識されるのが望ましいと思います。このような認識を通じて、製品だけでなく、サービス、投資なども含めた包括的な連携であるEPAを促進し、より良い関係を築くことができると思います。

# 事務局 .....便り



### 樋野 泰人 (前列右)

新しい年を迎え、皆さまいかがお過ごしでしょうか。お正月に食べたおせち料理の材料は、国産でしょうか、外国産でしょうか。安全なものが食べられる世の中になるために「日本と諸外国・地域との関係」を良好に築いていくべきだと、ふと考えてしまう今回の「EPAに関するアンケート」でした。

### 工藤 徹明 (後列左)

お雑煮、お屠蘇に初詣、日本のお正月は良いものです。さて、2008年は「ポスト京都議定書」に向けて世界的に環境の議論が本格化します。国際的な温室効果ガスの削減枠組みがどう決まるか、まだ分かりません。しかし周囲がどうであろうとも、改善を重ねる日本企業の環境取り組みの良さを、今年も伝えていきたいと思えます。

### 土川 慎一郎 (後列右)

「障害者の法定雇用率」では、おおむね民間企業が障害者を全体の1.8%雇用を定めています。重度の障害者を1人雇用すれば2人と見なしたり、未達成企業からは納付金を徴収するなど実施しています。企業には様々な業種があるので、雇用率を達成している企業がどのような取り組みをしているのかを取り上げるのも経済広報センターの役割と思っています。

### 吉川 敬宏 (後列中央)

皆さま、2007年はどうのような1年でしたでしょうか。私は公私共に、本当に慌しく過ぎ去った1年でした。2008年は日々の生活から自分を落ち着いて見つめ直し、公私共に自分の進むべき方向を考えたいと思えます。今年も『ネットワーク通信』、ひいては社会広聴活動を、どうぞよろしくお願い致します。

### 高橋 美香 (前列左)

地元でお祭りが開催されたとき、子どもと一緒に「清掃キャンペーン」に参加しました。ゴミを集めて持って行くとジュースがもらえるとあって、張り切ってゴミ拾いをする子どもたち。「このゴミは誰かが拾わないとずっとここにあるんだね」などと話をしながら、環境を考える良い機会になりました。このキャンペーンは企業が後押ししていて、企業活動の一端に触れる機会でもありました。

### 佐藤 亜矢子 (前列中央)

『ネットワーク通信』をご覧いただいた企業の方から広聴活動についてお問い合わせがあり、お話をしていると、「広聴会員の方は、経済広報センターにとって大きな財産ですね」と一言。社会や企業への関心が高い皆さまのご意見が掲載されているページに感動されていました。『ネットワーク通信』は広聴会員の皆さま、企業、そして当センターとのコミュニケーション手段だと実感することができたうれしい瞬間でした。



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1-6-1 大手町ビル7階  
TEL: 03-3201-1412 FAX: 03-3201-1404  
発行日 / 2008年1月10日

# ネットワーク通信

2008  
No.33  
新春号

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