

ネットワーク通信

NO.13

2002
夏号



- <e-ネット会員アンケート>1
 - 「リサイクルとリユース」の結果報告
 - 「識者に聞く」
 - 「日経エコロジー」編集長 深尾典夫 氏
- <識者と語る論談倶楽部>8
 - 「デフレと企業と生活者」
 - 「共同通信社」大阪支社経済部次長 谷口 学 氏
- <企業と生活者懇談会>14
 - 「宝酒造」
 - 「エーザイ」
 - 「日本航空」
- <ネットワーク通信を読んで> ...23
- <事務局便り>24

eネット会員アンケート 「リサイクルとリユース」

調査の概要

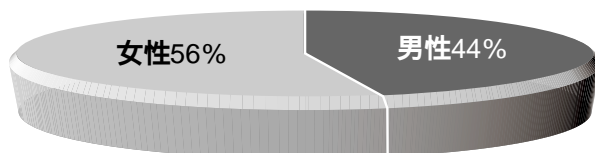
- (1) 調査名称：「リサイクルとリユース」
- (2) 調査対象：財団法人 経済広報センターに登録しているインターネット社会広聴会員1,009名
- (3) 調査方法：インターネットによる、回答選択方式および自由記述方式
- (4) 調査期間：2002年5月17日～5月27日
- (5) 有効回答：805名(79.8%)

回答者のプロフィール

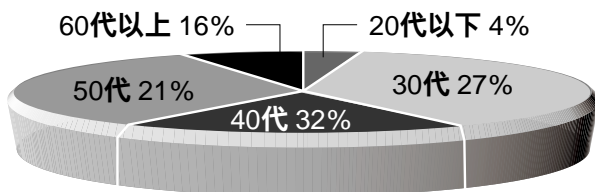
性別・世代別 人数

	20代以下	30代	40代	50代	60代以上	合計
男性	10	57	81	104	102	354名
女性	22	163	167	69	30	451名
合計	32名	220名	248名	173名	132名	805名

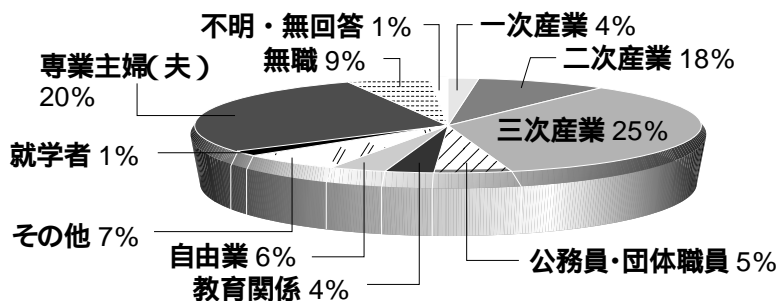
性別



世代別



職業別



今回のアンケートは、「家電リサイクル法」が施行され、1年経過したことを踏まえ、「リサイクルとリユース」をテーマにeネット会員1,009名を対象に実施した。調査期間は、5月17日から27日までで、有効回答は805名(回答率:79.8%)だった。

今回は、eネット会員対象だったことにもよるが、有効回答率が過去最高だった。また、これまで40%しかなかった男性回答者の構成比が44%に上がり、同じく20%台だった30代以下の構成比が31%に上がった。懸念の男女・世代のアンバランスがわずかではあるが是正されてきた。

設問内容は、「家電リサイクル法施行後の実態調査」、「自動車、家庭用パソコンのリサイクルに対する意識調査」、「リサイクル製品、リユース製品に対する利用実態・意識調査」の3つで構成した。総論的には、リサイクル・リユースに対する意識が高まりつつあり、社会に定着してきていることが窺える。

OPINIONS

～「自由記述」から～

家電リサイクルの対象製品を今の4品目から、「ビデオデッキ」や「電子レンジ」などまで広げていくのが良いと思います。
(20歳代/男性/会社員)

家電販売店がリサイクル費用を負担しているケースもあるようだ。これでは受益者負担の意識が根付かない。
(30歳代/女性/主婦)

家電製品のライフサイクルは短すぎる。メーカー側は、新商品の投入も大事だが、修理部門をもっと充実するべき。修理代の方が新品を購入するよりも高いため、しかたなく買い換えをしているものもたくさんある。
(30歳代/女性/主婦)

現在、私は家電メーカーでテレビのリサイクルに関する研究開発に携わっています。リサイクル料金の消費者負担が少しでも軽くなるよう、技術開発に取り組んでいます。
(40歳代/男性/会社員)

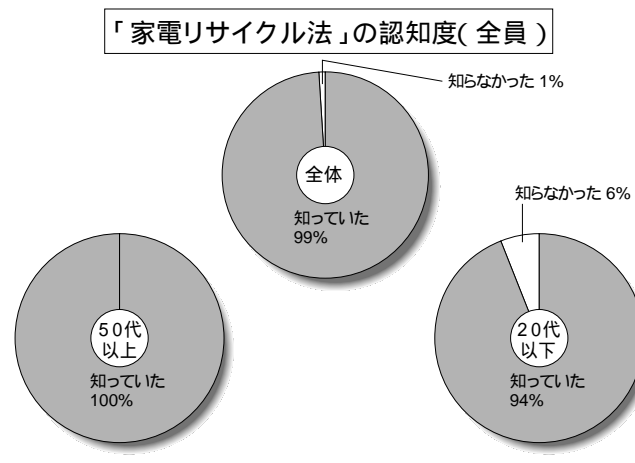
長く使った製品ほど、リサイクル処理料金が安くなるようにしたらどうか。そうすれば、皆が出来るだけ修理をして、長く使うようになる。
(40歳代/男性/会社員)

実際にリサイクルを行なっている現場を見学したことがあります。人手による大変な作業でしたが、あのような努力によって資源が再利用されるのを目の当たりにし、あらためて「物」を大切にすることを痛感しました。
(40歳代/女性/会社員)

我が家では壊れた家電は修理して使うのが常識となっており、家電リサイクル法のお世話になるのは、たぶん10年以上経ってからのことではないかと思う。
(50歳代/女性/会社員)

1 99%が「知っている」。うち98%は対象製品も「知っている」家電リサイクル法

昨年4月に施行された「家電リサイクル法」については、全体の99%が知っていた。その中で、対象製品を知っているのは98%だった。内訳は、「4製品とも知っている」が64%、「一部の製品を知っている」が34%だった。また、リサイクル料金の消費者負担が義務づけられていることについては、96%が知っていた。世代別に見ると、世代が上がるほどよく知っている。

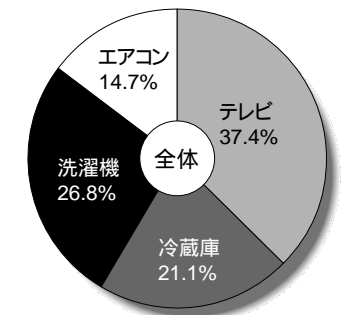


3 トップは「テレビ」

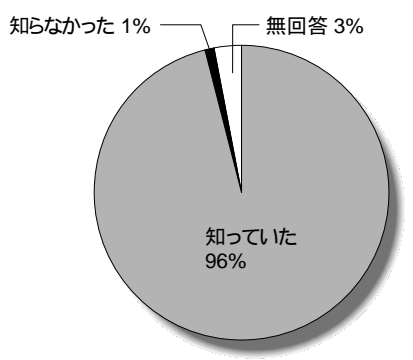
リサイクル処分された4製品は、多い順に「テレビ」、「洗濯機」、「冷蔵庫」、「エアコン」で、支払われたリサイクル料金の平均は、「テレビ」2800円、「洗濯機」4000円、「冷蔵庫」4100円、「エアコン」4700円だった。リサイクル料金の支払い先は、「引き取ってもらった販売店」が最も多く87.1%だった。

実際にリサイクル料金を支払ったの感想は、「消費者負担は当然」が72%を占めたが、その内訳は「高すぎる」が42%、「妥当な金額」が29%、「もう少し高くても良い」が1%だった。

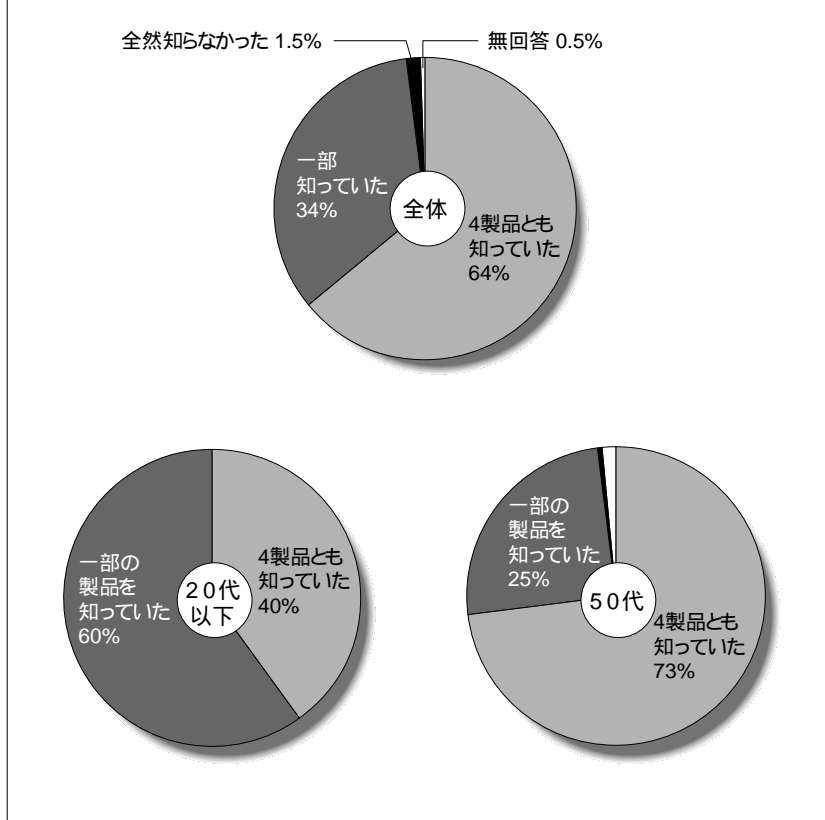
リサイクル料金を支払って廃棄した製品(「支払った」人、複数回答)



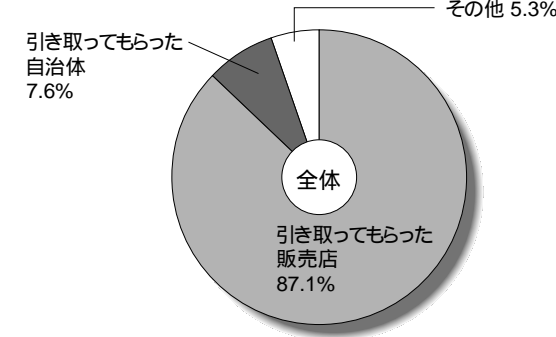
リサイクル料金負担の認知度(「法律」を知っていた人)



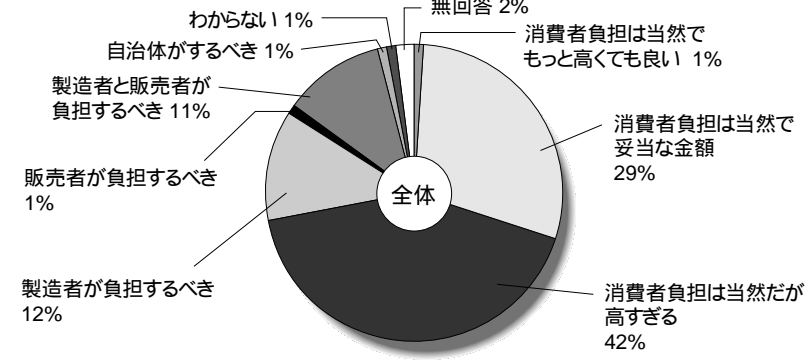
対象製品の認知度(「法律」を知っていた人)



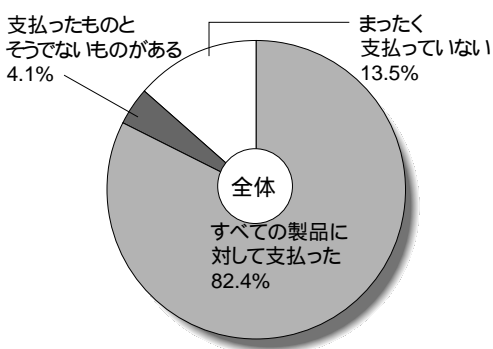
リサイクル料金の支払い先(「支払った」人、複数回答)



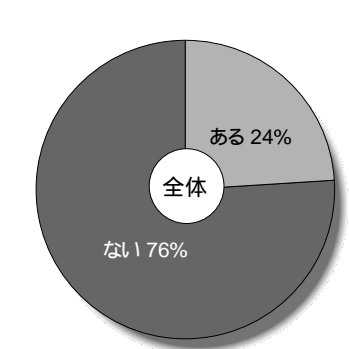
リサイクル料金を支払ったの感想(「支払った」人、複数回答)



リサイクル料金の支払いの有無(「処分したことがある」人)



家電リサイクル対象製品の処分の有無(全員)



2 24%が「対象製品」を処分。うち86.5%が「リサイクル法」を知らなかった

昨年の4月以降で、家電リサイクル対象の4製品を廃棄・売却・譲渡等何らかの形で処分したことがあるのは全体の24%だった。その中で、リサイクル料金・運搬費を支払ったのは86.5%だった。

OPINIONS

～「自由記述」から～

一度買ったものは、少しでも長くきれいに使い、「これ以上は無理かな」というまで使い潰してあげると、商品も喜ぶはず。モノに愛着を持ち、自分なりにリメイクをしたりして楽しむというのも1つの方法だと思います。(20歳代/女性/会社員)

ベビー用品、幼児の玩具など、成長の一時期に必要な物は、親族からのお下がりを使用しています。(30歳代/女性/主婦)

学校教育の場でもリサイクル製品をどんどん使い、子供達に物の大切さを教えるべきだと思います。人の使ったものは汚くて使えないという子供達は、飽食の時代が生み出した悲劇だと思います。(30歳代/女性/会社員)

娘が一人暮らしを始めるのに伴い、新品ではなくリサイクル品を購入してみた。実際に使用して、十分使用できることが分かり、娘も物を大切にすることの意義を理解したのではないかと思います。(40歳代/女性/主婦)

リサイクルやリユース品は、安全性の面で不安があり、今まで一度も利用したことがありません。しかし、部分的に使用できる部品を再利用するなどのリサイクルについては賛成です。(40歳代/女性/会社員)

先日、リサイクルショップでパソコンを購入しました。欲しかったものがあまりにも安く購入できたので驚きました。これから、スポーツ用品・健康機器などのリサイクル市場も本格的になればよいと思います。(50歳代/男性/会社員)

私たちは「物豊かにして心空しい国」を作ってしまったのではないか。物を大切にするというリサイクルの考えは当然だし、もっと質素に生活すべきだと思います。(60歳代/男性/無職)

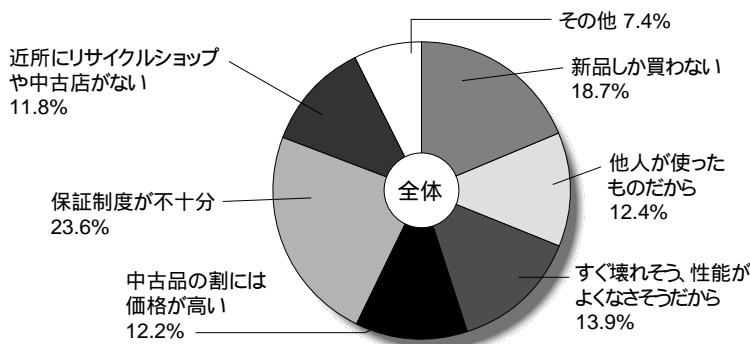
7 トップは「保証制度が不十分」をリサイクル・リユース製品を購入しない理由

リサイクル製品やリユース製品を購入・使用しない理由のトップは「保証制度が不十分」で23.6%、以下「新品しか買わない」(18.7%)、「すぐ壊れそう」(13.9%)と続いた。(13.9%)と続いた。

男女別に見ると、男性は「新品しか買わない」がトップで21.5%、女性は「保証制度が不十分」が26.3%でトップだった。

一方世代別では、30代以上は全体と同様「保証制度が不十分」がトップだが、20代以下は「すぐ壊れそう」が28.6%でトップ、「保証制度が不十分」は14.3%で4位だった。

リサイクル製品やリユース製品を購入・使用しない理由
(「購入・使用しない」人、複数回答)



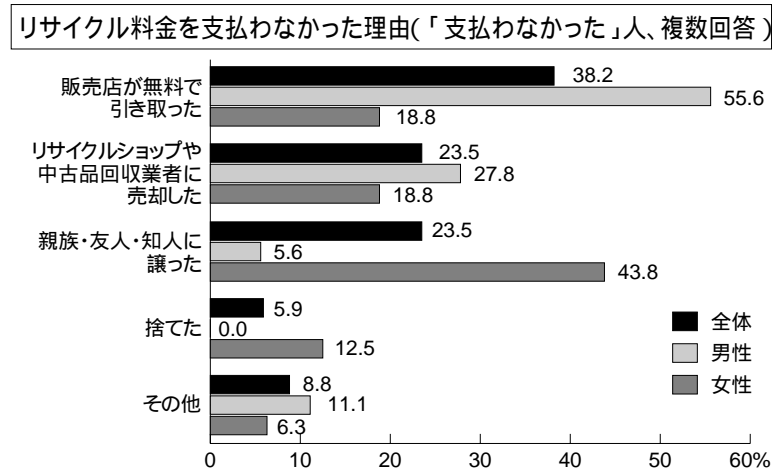
性別

	男性		女性	
	順位	%	順位	%
新品しか買わない	21.5	16.4	16.4	21.5
他人が使ったものだから	14.8	10.3	10.3	14.8
すぐ壊れそう、性能がよくなさそう	12.7	14.9	14.9	12.7
価格が高い	12.7	11.7	11.7	12.7
保証制度が不十分	20.3	26.3	26.3	20.3
近所にリサイクル・中古店がない	10.5	12.8	12.8	10.5
その他	7.5	7.6	7.6	7.5

世代別

	20代以下		30代		40代		50代		60代以上	
	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%
新品しか買わない	21.4	19.0	15.2	16.0	24.4	15.2	16.0	24.4	21.4	19.0
他人が使ったものだから	21.4	16.7	13.8	6.6	10.2	21.4	16.7	13.8	6.6	10.2
すぐ壊れそう、性能がよくなさそう	28.6	13.5	13.8	14.2	12.6	28.6	13.5	13.8	14.2	12.6
価格が高い	14.3	12.7	13.1	15.1	7.9	14.3	12.7	13.1	15.1	7.9
保証制度が不十分	14.3	22.2	20.0	28.3	26.0	14.3	22.2	20.0	28.3	26.0
近所にリサイクル・中古店がない		11.1	17.2	11.3	7.9		11.1	17.2	11.3	7.9
その他		4.8	6.9	8.5	11.0		4.8	6.9	8.5	11.0

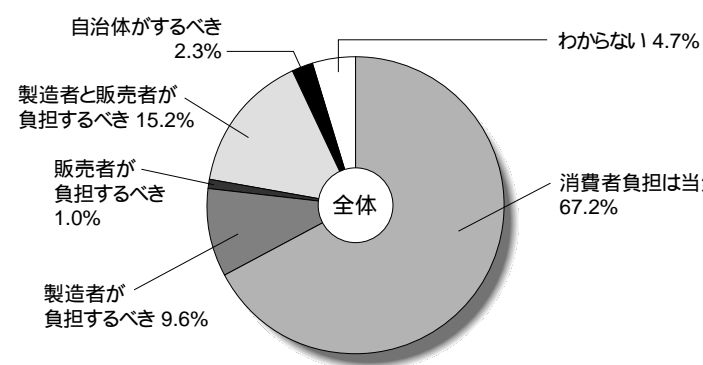
4 トップは「販売店が無料で引き取った」をリサイクル以外の処分



対象製品の処分ではリサイクル以外の方法のトップは「販売店が無料で引き取った」で38.2%、次いで「売却」「譲渡」だった。ただし、これは男女別では大きく異なっている。男性のトップが「販売店が無料で引き取った」(55.6%)であるのに対し、女性のトップは「譲渡した」(43.8%)だった。

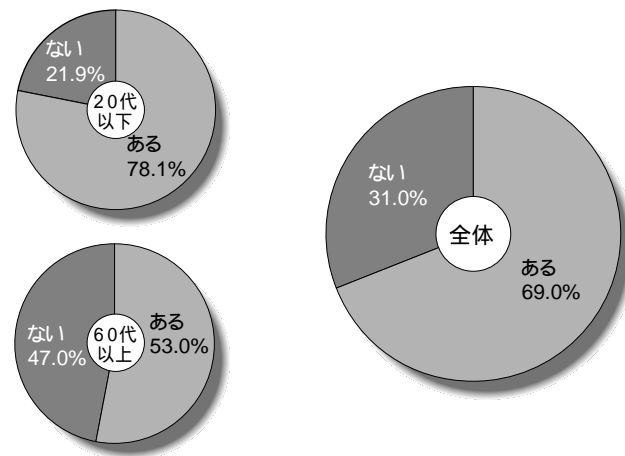
5 67.2%が消費者負担は当然」を自動車、家庭用パソコンのリサイクル

自動車と家庭用パソコンのリサイクル料金の消費者負担についての意見(全員)



今後リサイクル料金の消費者負担が義務づけられる「自動車」「家庭用パソコン」については、「消費者負担は当然」が全体の67.2%を占めた。傾向的には家電とほぼ同じ。支払い方式については「法律施行後に購入した製品は購入時、施行前に購入していたものは廃棄時(自動車は車検時)に支払う」が59%と最も多かった。

リサイクル製品やリユース製品を購入・使用したことがあるか(全員)



6 69%が購入・使用」を「書籍」「リサイクル・リユース製品

どのようなリサイクル製品やリユース製品を購入・使用したことがあるか
(「ある」の人、複数回答)

	全体		20代以下		30代		40代		50代		60代以上	
	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%
書籍	25.1	27.2	25.1	25.3	26.9	21.0	25.1	25.3	26.9	21.0	25.1	25.3
自動車	15.2	8.6	12.4	14.4	19.9	18.7	15.2	8.6	12.4	14.4	19.9	18.7
衣類	14.2	17.3	16.6	15.6	11.2	8.9	14.2	17.3	16.6	15.6	11.2	8.9
CD、ビデオ	13.1	23.5	16.6	13.7	9.8	5.1	13.1	23.5	16.6	13.7	9.8	5.1
家具	8.3	9.9	8.0	8.6	7.8	8.4	8.3	9.9	8.0	8.6	7.8	8.4
電化製品	6.1	3.7	5.0	6.3	6.7	7.9	6.1	3.7	5.0	6.3	6.7	7.9

リサイクル製品やリユース製品を購入・使用したことがあるのは全体の69%だった。世代別に見ると、20代以下は78.1%だが、世代が上がるほど低くなり、60代以上は53%だった。購入・使用しての感想は、93%

が「満足」しており、内訳は、「概ね満足」が81%、「大変満足」が12%だった。

購入・使用されている製品のトップは「書籍」で25.1%、次いで「自動車」(15.2%)、「衣類」(14.2%)、「CD、ビデオ」(13.1%)となっている。世代別に見ると、「書籍」のトップは変わらないが、それ以外は各世代の特徴が出ている。

8 94%が「利用する」 今後のリユース・リサイク ル製品に対する見方

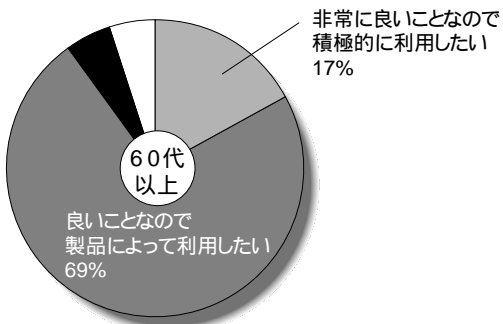
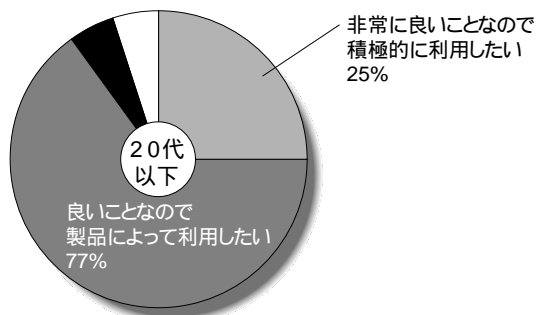
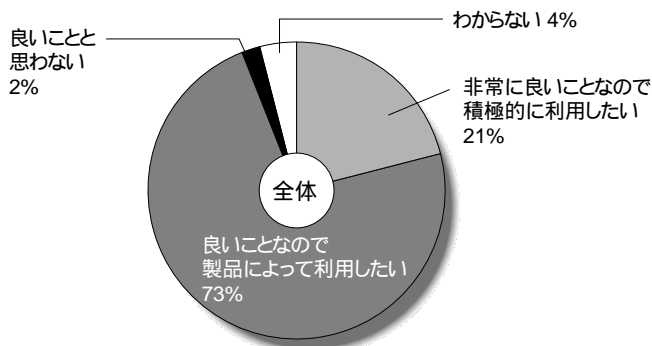
これからのリサイクル・リユース製品に対する意見・感想は、全体の94%が「良いことだから利用する」と答えた。

その内訳は、「積極的に利用する」が21%、「製品によって利用する」が73%だった。

世代別に見ると、若い世代ほど、「積極的に利用する」が高く、60代以上の17%に対して、20代以下は25%だった。

(文責・主任研究員 林 祐輔)

リサイクル・リユース製品市場についての感想(全員)



生活者の意識を変えた 「家電リサイクル法」

林 まず、今回のアンケート結果をご覧になってのご感想はいかがですか。

深尾 「家電リサイクル法」が施行されて1年ですが、実は、私もテレビをリサイクル処分しました。

それにしても、全体の99%の人が同法を知っているというのは、法律そのものの認知度としては非常に高いですね。ただ、その中で対象の4製品すべてを知っている人は64%にとどまっている。政府や企業は、もう少し告知の努力が必要ではないでしょうか。

対象4製品に対する認知度が年齢によって差が大きいのも印象的です。50代以上は73%でしたが、20代以下は40%にとどまる。これは、年代による環境への関心の度合いが違うだけではなく、実際に対象物を所有しているかいないかが影響しているかもしれません。

林 家電リサイクル法によってリサイクルやリユースに対する消費者の意識や行動は、今後どのように変わっていくと見ておられますか。

深尾 確実に変化していくと思います。リサイクル処分にお金がかかることを実感するようになった結果、モノを安易に買い換えるという意識にブレーキがかかるのではないのでしょうか。今後は、対象製品も拡大されるかもしれない。値段が多少高くても壊れにくく、長い間使える製品を選択する傾向が強まるでしょうし、壊れても修理して使い続けるという意識が強くなると思います。その意味では、家電リサイクル法は大成しました。

林 昔のようにモノを大切にする傾向が強まるわけですね。

深尾 そうですね。問題は、今の家電製品はブラックボックスが増えてしまつて、「販売店で修理できない」とか、メーカーの価格競争の結果「修理するより買い換えた方が安い」商品が氾濫していることだと思います。一種、使い捨て感覚で、消費者に、壊れたら修理せずに新品を買つという傾向にさせています。

急がれるリサイクル・リユースの仕組みづくり

林 「良いモノをより安く」を追求

"識者に聞く" 「リサイクルとリユース」

昨年4月「識者と語る論談倶楽部」で「循環型社会と消費生活」のテーマでご講演をいただいた『日経エコロジー』の深尾編集長に伺った。(聞き手：主任研究員 林 祐輔)



深尾 典男氏

し、ライフスタイルを提案していくべきだと思います。

拡大するリサイクル・リユース市場で、製品は第二の人生を

林 これからは、ライフスタイルの変化に合わせた家電製品の使い方の方が大事になってくるわけですが、リサイクルやリユース市場の今後の展望についてはどのようにご覧になっていきますか。

深尾 リサイクルやリユース、レンタル市場は拡大していくでしょう。これから消費の主役になる若い世代は、こうしたことにあまり抵抗感がありませんから。それと、ライフステージによって、製品に求める機能も変わってきます。例えば冷蔵庫、子供がいて成長期には、大きい冷蔵庫が必要ですが、子供が独立してしまえば、比較的小型のものでも十分かもしれません。リユース、レンタル市場が拡大していけば、こうしたニーズに応じて、「第二の人生」を送れる製品が増えるのかもしれない。

林 ありがとうございます。



PROFILE

谷口 学 (たにくち まなぶ)

1950年 11月3日生まれ
 1976年 早稲田大学政治経済学部卒業後、
 1978年 毎日新聞社入社
 盛岡支局、サンデー毎日記者、
 東京本社整理本部を経て、
 1987年 社団法人共同通信社へ。
 農林省、経済企画庁、日銀キャ
 ップ、東京証券取引所倶楽部キャ
 ップなどを歴任。
 1995年 経済部デスク(東京)。
 2000年 7月より大阪支社経済部次長。

「デフレと企業と生活者」

たにくち まなぶ

共同通信社 大阪支社経済部次長 谷口 学 氏

4月19日大阪で、講師に『共同通信社大阪支社』経済部次長の谷口学氏を迎え、「識者と語る論談倶楽部」を開催した。テーマは「デフレと企業と生活者」で、関西地区在住の広聴会員35名が出席した。景気低迷が続く中、連日紙面に登場する「デフレ」について、長年の取材経験をもとに、評論家的でなく、氏ご自身の思いも盛り込んで説明された。出席者の大半が質問をし、異口同音に「大変わかり易かった」と感想を述べていた。

はじめに

企業を取り巻く環境は、かつて経験したことのないほど厳しいものになっていきます。その厳しい環境の元凶は、煎じ詰めると、もう10年以上も続いているデフレにあるのではないかと思います。

デフレと言いますと、安価で良い品物が出回るようになって、「デフレ万歳」という声が聞かれた時もありました。しかし企業が経営の苦しさから、賃金の引き下げや人員削減を始めると、「デフレは良いことばかりではない」という声も出始めました。

また、デフレが不況を呼び、不況で物が売れなくなり、ますますデフレが進む、という悪循環(デフレスパイラル)に陥りますと、あと一步で「恐慌」ということも考えられます。現に、アメリカでは、「日本はすでに恐慌に突入している」という見方をしている識者もいると言われています。

このように、毎日と言っているほど紙面に登場している「デフレ」とは、どういうことなのかについて、考えてみたいと思います。

良いデフレ

デフレとは一言でいえば「物価が中長期にわたって下落すること」です。卸売物価、消費者物価とも下落し続けており、政府も2001年3月、デフレだと認めました。このデフレには、冒頭申しあげたように、プラスとマイナスの両面があります。

それでは、良いデフレとは、どういうことでしょうか。
 すぐ頭に浮かぶのが、良質で安価な生活必需品を製造販売しているユニクロとか100円ショップなどでしょう。

また今、マンションを購入しようとする、かつて私たちが買ったマンションよりも広くて都心に近いところが、なおかつ安く買えます。アルバイトの学生など若い人は実質的に給料の価値が上がったと喜んでいきます。

それと、子供も独立し、住宅ローンも終えて年金で生活している人にとっても、デフレは生活しやすいのです。海外旅行を楽しむ世代が増えていることがそれを物語っています。

悪いデフレ

悪いデフレとはどんなことでしょうか。デフレの場合、借金を抱えた人は大変です。

会社でリストラされて住宅ローンが払えなくなり家を手放す場合、購入価格よりはるかに安くしか売れませんか、ローンだけが残ってしまふという悲惨な状況になっています。特にバブルの時に高額のローンを組んで購入した人は悲惨です。

実は私も東京で、1989年に3550万円で購入したマンションが手狭になったので、95年に買い換えました。しかし、前のマンションは、購入時の半額でしか売れませんでした。経済記者にして、こんなものです。先は、読めません。

また、企業もまったく同じ構図です。バブル期に銀行から多額の借金をして業容を拡大した企業経営者は、まさしく住宅ローンを抱えているお父さんたちと同じです。しかもデフレで売上高が減る一方で、儲けも減って借金を返すのに精一杯ですから、新たな設備投資をする気になれません。そうすると、さらに売上げが落ち、従業員

の賃金カットをせざるを得なくなり、ますますデフレに拍車をかけるというアリ地獄のような状況になっていくのではないかと思います。

ユニクロを良いデフレの例としてご紹介しましたが、ユニクロの商品ばかりが売れて他の企業の商品が売れなくなれば、その企業は人員削減等のリストラを余儀なくされます。そうなると果たしてユニクロが良いデフレなのかも疑問です。

金融機関と不良債権

バブル崩壊で、個人も企業も株や土地で損をしました。土地で1000兆円、株で1000兆円、合わせて2000兆円、1500兆円という人もいますが、の資産を失ってしまいました。何とGDPの4倍です。

特に金融機関の痛手が大きい。これは珍しいことです。これまで、最後のツケは庶民にまわし、企業はあまりケガをしていませんでした。特に金融機関がこんなに大きなケガをしたことはありません。

この要因は、地価の下落です。日本は、一貫して地価が上がり続

けて来ました。ですから、土地を担保にすれば大丈夫だったわけです。

10年前 バブル崩壊直後でまだ金融機関が元気なころ 日銀クラブを担当していた私は、銀行経営者に対し「バブル崩壊で発生した不良債権を処分したほうがいいのではないか」と取材のたびに聞きました。

しかし、彼らのほとんどは異口同音に「大丈夫だ。もう少しすれば、土地と株はまた上がる。今手放すと損をする」と言っていました。

大銀行のトップでさえ、デフレがこんなに深刻化することを予測できなかったわけではあります。そして現在、株は下げ止まりつつあるものの、土地価格の下落はなお進行しています。これによって金融機関の不良債権はどんどん膨らみ、それがまた景気を悪くするという悪循環に陥っています。

そこで政府は、不良債権の処理を進めるため、金融庁の特別検査を実施しました。その対象になった149社の内の34社が破綻懸念先としてリストアップされました。銀行から新規融資を受けられなくなるこの34社は、倒産する懸念が大です。まだまだ企業の倒産は続



くと思います。

古典デフレ

日本は、昭和初期にもデフレに陥っています。この時も、銀行が次々に潰れ、多くの企業が倒産し、巷に失業者が溢れました。物価の下落は、年率20%近くになり、飢えを凌ぐため娘を売ったという悲話があったのもこの頃のことです。ただ、こ

の時は世界同時デフレでした。このようなデフレをどのようにして克服したのかと言うと、「戦争」によってでした。戦争ほどデフレに有効な総需要創出策はないのです。

現代デフレ

戦後、不況になると世界の先進国は、政府が総需要創出策 いわゆるケインズ政策 を繰り出すことによって、デフレを克服してきました。日本でも、不況が深刻になりデフレが言われた90年代の初め、ケインズ政策に則り、公共事業の増額や減税を行いました。しかし、デフレは克服できず、物価の下落幅が小さくなっただけでした。

このような現代のデフレは、昭和初期のころの古典デフレとは、似て非なるもののようです。立教大学の斎藤精一郎教授は、日本のデフレは良いデフレと悪いデフレの複合デフレだと分析しています。良いデフレは、「グローバリゼーション・デフレ」、悪いデフレは、「バブル崩壊デフレ」、だと言い換えてもよいでしょう。グローバリゼーション・デフレとは、1989年の冷戦終了で始

まったものです。

冷戦終了によって、物と資本が世界中を自由に動くようになり、先進国企業は、挙って労賃の一番安いところで生産を始めるようになりました。

その代表例のひとつが、日本でもおなじみのGAP（アメリカのカジュアル衣料品の総合チェーン）です。ユニクロのビジネスモデルはすずであつたわけでは、

一方、バブル崩壊デフレとは、前述したように、バブル崩壊で株価と地価が下落し続けることで始まったものです。その結果、企業も金融機関も生活者も資産の減少に苦しみ、国全体の総需要が減退し、GDPも下がってしまったわけでは、

このようにグローバリゼーション・デフレとバブル崩壊デフレが複合して起きているところは、先進国の中でも日本ぐらいだと思います。しかし、これが混同されて、日本のデフレをわかりにくくしているような気もします。

インフレターゲット論争

このような厳しいデフレ経済を克服するために、政府は、赤字国債を発行し、公共事業もど

ば、2%の課税ができる、といった乱暴な意見もあります。

今の政治情勢ではできないと思えますが、そういうことが検討されるほど、今は切羽詰まった状況になっているということです。

追加デフレ対策

学者の多くは、「デフレが不良債権を深刻にしているのだから、その逆ではない。日本経済が浮上するためにはデフレの克服が不可欠だ」という点で意見は一致しています。政府もそれはわかっています、デフレ克服に本腰を入れ始めています。

その追加デフレ対策といわれるものの中から主だったものをご紹介します。

まず個人に関するものでは、豊かな高齢者のお金を、生活費でピーピーしている壮年の息子に移動させようという政策です。

わが国の個人金融資産は、1400兆円と言われていますが、その大半は、住宅ローンも終わりに近づいています。彼らのお金を息子に低い税率で生前贈与させようというものです。それによって、壮年

やり、金利もゼロまで下げました。が、一向にうまくいっていません。そこで浮上してきたのが、「貨幣がうまく回っていないからデフレが止まらないのだ。この際政府が力づくでインフレにするべきだ」という「インフレターゲット論」です。

つまり、紙幣をどんどん印刷して市中に吐き出し、長期間債を日銀が買い切る。さらに、外債を買う。外債は日本円で買うわけですから、日本円は市中に回りまわります。そうすれば、円安になり、外国のものが高くなる。これがインフレターゲット論で、「日銀法を変えるべきだ」という議論まで出ています。

ただ、これには賛否両論があります。反対論の理由は、いったんインフレに火がついたら、このあたりでやめようということができなくなるし、また力づくで円安にするわけですから、それが進み過ぎて国債が暴落し、途上国並みのハイパーインフレになる恐れがある、ということでは、

識者の中には、「インフレターゲット論は劇薬で、やってしまうと取り返しのつかないことになる。経済で実験してはいけない」とい

層の消費や住宅投資が、顕在化してくるだろうと見ているわけでは、

また、企業に対しては、償却制度の拡充や、設備投資を促進するための減税や研究開発費の一定割合を税額控除する、といったようなものが検討されています。

社会インフラの面では、都市再生事業の推進です。電線を地中化するだけでも景観がよくなりますし、規制を緩和すれば高いビルも建設できます。これらの事業で雇用も生み出せます。

そのほか、先端企業を誘致するため、規制を緩和して経済特区を設け、再生の核にしようという政策も検討されています。

今後このようなデフレ克服のための追加政策が打たれてくる予定では、

終わりに

デフレの深刻さの話ばかりになりましたが、日本はまだまだ捨てたものではありません。研究開発面では、かなりの蓄積ができています。たとえば、ハイテク、IT、バイオ、ナノテク等々です。中でもナノテクは日本の得意とする分野で、今注目されているカーボナチューブの技術はN

う人もいます。

賛成論の理由は、「大銀行を潰したら日本は潰れると言われ続けてきた。しかし、長銀や日債銀が実際に潰れたが、日本は潰れていないではないか。非常時には非常時の政策が必要だ」ということです。このゆくえはまったくわかりませんが、これから夏場にかけて多くの議論が出てくるものと思われる。

金ブームとタンス預金

このように長引くデフレ不況に對して生活者は、自己防衛策を考え始めています。その例を2つご紹介しましょう。

1つ目は、「金の購入」です。貴金属業者に聞きますと、「これまでの金ブームは、金の価格が上がれば売って利益を確保するといった財テク的な色彩が強かったが、今回の傾向は、5キ口、10キ口とまとめて買っていく人が多い」と言う答が返ってきます。

5キ口といえば10000万円を超えるわけですが、そんな大金を投じてなぜ金を買ったのでしょうか。専門家に取材したところ、「有事の金」と言われ、95年の阪神大震災、97年の山一証券破綻の時は、

金ブームが起こったそうです。

中南米など途上国のように、政治が不安定な国なら理解もできますが、日本での不安とは何なのでしょ。それは、金持ちはデフレの先に待っているのはハイパーインフレだと思っているらしいということでは、

つまり、国債が暴落して長期金利が上昇して、銀行や企業が倒産する。あるいは、円が大暴落して輸入インフレが起きて物価高になる。しかし給料が上がらないから生活が苦しくなる、等々でハイパーインフレになるだろう。そういう時は、円を信用できないし、土地も株も買えない。しからば、金で担保しておこう、ということらしいのです。

2つ目は、「タンス預金」です。デフレの時は、現金が一番の財テクだからでしょうが、特に最近増えているそうです。そこでそういう動きをやめさせるために、いろいろな意見が出ています。

つまり、株や土地には課税せず金融資産に課税すべきだ。そうすれば株と土地に資金が回る、とか、新円を発行して新1000円を旧1002円と交換する。そうす

ECが開発したものです。ただ、これらを大きく育てていくためには、政府の規制緩和が課題です。失われた10年を一気に取り戻すためにも、官民一体となった取り組みが必要です。

質疑応答

不良債権の処理がなかなか進まないが、銀行の取り組みはどうなっているのか。



谷口 銀行は今まで護送船団方式

りにしている。つまり、腰を据えた取り組みをしてほしいと言っているわけですが、本音は「落ち目の日本より欧米だ」ということかもしれません。

日産はゴーン社長のもとでV字回復をするなど、勢いを取り戻しつつある。一方、日本企業が元氣を取り戻すためには、どのような経営者が求められているのか。

谷口 会社を改革しなければならぬという意思は、日本の経営者もゴーン社長と同じだと思います。ただ違うのは、ゴーン社長には、「しがらみ」がなかった。多少あっても、それを一気に切ることができたということだと思います。

日本の企業の難しいところは、社長にとって、役員・従業員・労組は、仲間という側面も持っているわけです。

思い切って工場を閉鎖しようと思っても、なかなかできないのは、その「しがらみ」のためです。

しかし最近では、かなり思い切った改革が行なわれるようになってきました。

本気で改革しようと思っているのであれば、一番若い取締役とか部長クラスを、社長に抜擢するく

で守られていたので、リスクを取る経営をしてきませんでした。従って、不良債権が発生しても、それを回収し適切に処理するノウハウを持っていなかったのです。しかし、ここに来てようやく、不良債権を処理するための「資産再生課」などの特別室を作り、ノウハウを蓄積しようとしています。まだ始まったばかりですが、これから一層重要性を増してくる分野だと思えます。

世の中の動きが非常に激しいが、経済学者やエコノミストは「理論」と「世の中の実際の動き」についてどのように考えているのか。

谷口 この点については、経済学者やエコノミストも頭を抱えています。その大きな理由は、ご指摘のように世の中の変化が非常に早く、現状の認識が追いついていないことにあります。

経済の実態とそれをデータとして把握するまでには、タイムラグがあります。例えば政府統計の場合、早いもので1カ月後、遅いものになると半年後の公表です。従って日本経済の現状をリアルタイムで正確に把握することは非

らしいことが必要です。世間もそれを認めるようになってきています。

今の日本企業は、元氣がない。だから優秀な人材は外資系に就職しています。元氣がある外資系は、ますます元氣になる。もう日本の企業はダメになってしまったのか。

谷口 仰るように、多くの優秀な人材が、やりがいや給与の面から外資系金融機関などに流れた時期がありました。今でもその傾向はあります。

しかし、逆に日本の企業に戻る人も増えているのです。

外資系の企業は、心の休まる時がないというのが、その理由です。確かに、毎年厳しい査定があり、絶えず激しい競争状態の中で勤務するわけですから、相当なストレスでしょう。

一方日本企業は、仕事が大変な時には、仲間が助けてくれるという企業風土があります。給料は、外資系の3分の1くらいになるが、精神の安定が得られる、というわけです。ですから、外資系の経営がすべて良いというわけでないと思います。

「ジャパンアズナンバーワン」

常に難しいことですし、できていく人はほとんどいないでしょう。スペシャリストですらそのような実態ですから、自分自身で経済全体の大きな流れをつかみ、信頼する経済学者やエコノミストなどの意見を参考にするという方法が良いと思えます。

個人資産の大半を持っている高齢者が、子供へ資産を移動させることは、経済の活性化やデフレ対策になると思うが、それ以外の資産の使い方はないものなのか。高齢者は、資産だけでなく自由な時間も持っているわけだから。

谷口 デフレは、物の値段が下がるといふ点で、個人個人にとっては良いことです。しかし、経済全体で見れば、世の中にお金が行き渡らなくなるわけですから、国としては良くないことです。

ですから、デフレを打開するためには、やはり個人個人がお金を使うことが一番だと思います。

仰るように高齢者の方は、自身自身の時間を持っているわけですから、遊びも含めて、文化といったところにお金を使ってみてはどうでしょうか。

それによって、遊びや文化とい

った分野から、新しいビジネスが誕生して経済が活性化していくことが考えられます。

中国は、ユニクロや多くの外資が生産拠点を作るなど経済発展が著しく、WTO（世界貿易機関）貿易に関する世界共通のルールを扱う機関）にも加盟した。今後の中国経済の見通しを教えてください。

谷口 「安かろう悪かろう」の代名詞の中国で、ユニクロは、工場を整備し、「良いものを安く作る」という新しいビジネスモデルを作りました。中国という国は、このようにすばらしい潜在能力を持っている。ですから、取り組み方次第だと思います。

また、WTOに加盟したことで大きく変わるうとしています。しかし、地方によって規制が違うなど、企業が進出するには、まだまだ解決しなければならぬ問題や障壁が多くあります。そのような状況ですから、中国市場から撤退する日本企業もできています。

しかし、中国側の言い分はこうです。欧米企業は、道路がなければまず道路をつくることから始めるが、日本企業は目先の利益ばかりを研究し、日本企業の良さを残しつつ、アメリカ企業の良いところを取り入れる番です。そうすれば、日本企業は復活するでしょう。（文責・主任研究員 林祐輔）

用語解説

【ケインズ政策】

イギリスの経済学者ジョン・メイナード・ケインズ（1883年 - 1946年）が提唱した経済政策です。「景気循環を安定させ、完全雇用を実現するためには、自由放任（市場メカニズムに任せる）ではなく、国家が積極的に介入する必要がある」という考え方で、各国の経済政策に多大の影響を与えました。

具体的には、国家が「公共事業の拡大」や「減税」などの「財政政策」と中央銀行が銀行に貸し出すお金の量を調節する「金融政策」を積極的に行なうということです。

かつて、アメリカのルーズベルト大統領が、テネシー川に大規模ダムを建設するなど積極的に公共事業を行なった「ニューディール政策」は、このケインズ理論に則ったものです。

【ハイパーインフレ】

消費者がモノを欲しがり、その結果モノ不足になり「物価」が高騰することをインフレーション（インフレ）といいます。

この「物価」が、きわめて短期間に数百倍も高騰する現象をハイパーインフレ（超インフレ）と呼んでいます。

これは、戦争や災害など国内の状況が極めて不安定の時に発生しやすくなります。つまり、戦争や災害が起こると、生産者が破壊などの影響を受けて満足にモノを供給することができなくなります。消費者からすれば、通常買っていたものが、手に入らなくなるわけです。

そこで、モノが欲しくてたまらない消費者は、供給される数少ないモノを一気に買い込もうとします。その結果、市場に大量のお金が流通し、お金の価値が急激に下がってしまうのです。



企業と生活者懇談会

企業と生活者懇談会

1997年10月、「フリートークサロン」としてスタートした「企業と生活者懇談会」は、この3月で60回を数えました。

特に2001年度は、未開催の企業・業種に重点をおいて開催してきました。今号でご紹介する3社は、すべて初めての開催ですが、その中でもエーザイと日本航空はそれぞれの業界で初めてのです。

各懇談会ともに、非常に活発な議論が交わされました。全体を通じて感じましたことは、会員層が充実して社会の縮図に少しづつ近づいてきているな、ということです。

今年度も、会員の皆様のご期待に添えるような企業・業種との懇談会を企画していきたいと考えております。

	開催日	開催地	協力企業	テーマ
第58回	3月5日	千葉	宝酒造（松戸工場）	環境配慮型商品について
第59回	3月14日	岐阜	エーザイ（川島工園）	くすりの品質と環境保全活動
第60回	3月20日	福岡	日本航空（福岡空港）	安全で快適な航空サービスを考える

Q & A

Q 工場の排水処理について教えてください。

A 工場で使用した冷却水や洗浄水は、排水処理施設で浄化し、工園内にある日本庭園の池に流します。池には鯉を放していますし、鴨や野鳥なども飛来してきます。つまり、この池で水質に異常がないことを確認しているわけです。その後、傍を流れる鉄砲川へ放水し、木曾川へと流れていきます。

Q 病院をハシゴして、たくさん薬を処方してもらっている老人がいる。薬の内容を理解できているのか疑問だが、何か問題はないのか。

A そのようなご指摘は、度たびあります。薬の処方というのは、患者さんの症状に合わせてお医者さんが決めるものですから、別のお医者さんで診てもらって処方された薬を併用した場合は、当然ですが副作用の危険があります。ですから、別のお医者さんに診てもらった時には、「こういう症状で

エーザイからの説明

私どもエーザイの設立は、1941年です。事業の概要は、病院で使われる医療用医薬品と「チョコラBB」や「ザーネクリーム」などの薬局・薬店で扱われる一般用医薬品・医薬部外品の製造販売が中心ですが、食品や化学品、アニメイト事業、製薬用機械事業などにも力を入れています。

私どもの企業理念を一言で申しますと、「h h c（ヒューマン・ヘルスケア）企業」です。このh h cのロゴには、戦場で傷ついた人々の看護に身をささげたナイチンゲールの直筆の文字を使っています。治療する側からの発想だけでなく、治療される側の視線で医療を見つめるという思いが込められています。

現在、世界には4万種の病気があり、その3分の2は治療法がわかっていないと言われています。その治療法の解明に向けて、世界の医薬メーカーが、しのぎを削っているわけです。

ロンドン、ボストンに研究開発拠点を置き、研究開発に努めています。その成果として、世界的にも認められる医療用医薬品が開発されてきています。例えば、本年2月現在世界55カ国で使われているアルツハイマー型痴呆治療剤の「アリセプト」や、同じく59カ国で使われているプロトポンブ阻害型抗潰瘍剤の「パリエット/アシフエックス」などです。

本日のテーマでもある「品質」につきましても、人命に関わる医薬品を扱っているだけに十分に留意して取り組んでいます。

この「川島工園」では、人間によるミスを防ぐために、ロボットを活用やコンピューターによる徹底した管理を行なっています。

それと同時に大切なことは、医療現場や患者さんが、誤った使い方をしないような医薬品づくりをすることです。例えば、注射剤個々にラベルを貼るとか、医薬品の名前、使用期限や薬効・服用方法をわかりやすい表示に替える、といった取り組みをしています。

最後に環境に対する取り組みですが、当工園は1999年にISO14001を取得しました。工場から出る排水・廃棄物対応や環

境に害を与えない包装材の採用、リサイクルなどを積極的に推進しています。

Q 健康保険の自己負担額が上がると、病院でなく、市販薬に頼る人が多くなると思う。しかし、その説明書はわかりにくい。これからは、高齢者がさらに多くなるので、用途や効能、副作用などの説明書を、分かりやすいものにするべきではないか。

A 仰るとおり、分かりやすい表示にしなければならぬと考えています。私どもは、箱の外側では表示スペースが限られているので、イラストを使った分かりやすい説明書（添付文書）を箱の中に入れるなどの工夫をしています。同時に、厚生労働省、専門医、製薬企業の集まりである「日本製薬工業協会」でも、医薬品情報の提供のあり方について検討し始めています。

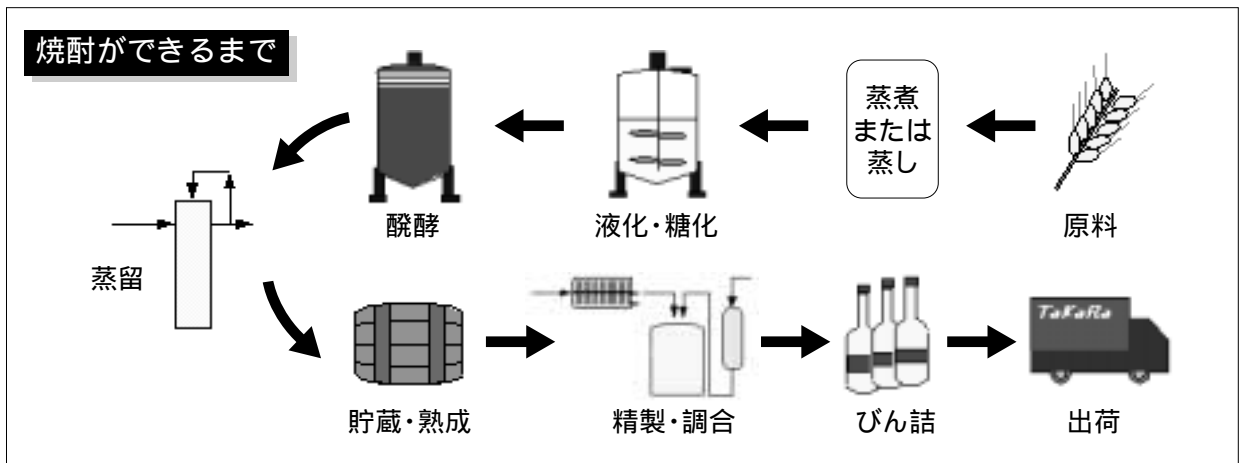
Q エーザイの得意分野は何か。

A 私どもの開発領域は、大きく分けて3つです。1つ目は、神経領域です。アル

「自然を大切にし、それと調和していく」ことが、私どもの務めでもあります。そのような自然との共生の具体的な取り組みが、「四万十川の清流」や「豊平川のサケ」を守る運動などです。

また、事業そのものを行なっていく中で環境に対する配慮も、当然のことですが、力を入れていきます。私どもの商品は、容器に入っているものが大半です。その容器の省資源化についての取り組みを3つご紹介します。

1つ目は、店頭での「量り売り」です。販売店の手間は、かかりますが、大きな反響を呼んでおり、この販売方法は拡大していかねばならないと考えています。2つ目が、瓶のリターナブルです。コストや、お客様の手間などから、業界全体としては減少傾向にありますが、私どもは、一升瓶に加えて720ml瓶のリターナブル化を積極的に進めています。3つ目が、リサイクルです。例えばペットボトルは、ボトル本体とキャップや持ち手（大型のもの）の素材が別々で、リサイクルしにくかったわけです。それを同一素材にしました。またラベルも、リサイクルしやすいように、素材や貼り方を改良しました。



取えて社会に公表することで、社内の緊張感を持続させるようにしています。

宝酒造 からの説明

私どもは1842年から酒造りを始め、1925年に「寶酒造」という現在の社名になりました。事業の核になっているのは、焼酎、canチューハイ、本みりんです。中でも焼酎の甲類と本みりんの国内シェアは、トップです。

この販売方法は拡大していかねばならないと考えています。2つ目が、瓶のリターナブルです。コストや、お客様の手間などから、業界全体としては減少傾向にありますが、私どもは、一升瓶に加えて720ml瓶のリターナブル化を積極的に進めています。3つ目が、リサイクルです。例えばペットボトルは、ボトル本体とキャップや持ち手（大型のもの）の素材が別々で、リサイクルしにくかったわけです。それを同一素材にしました。またラベルも、リサイクルしやすいように、素材や貼り方を改良しました。

「環境」に対する取り組みは、経営が悪くなると手を抜きがちになるものです。しかし、私どもは

現在、年間約500億円を研究開発費に投じていますが、これを、先ほど申しあげました3つの分野に集中させています。総売上では世界25位あたりにいる私どもですが、神経領域、消化器領域で見ますと、4位くらいにいます。

同時に、売上規模の追求だけでは、いけないと考えています。医

Q & A

出席者の感想から

製薬会社はトップレベルの環境対策がなされていると思って見学したが、そのとおりだった。これからは顧客に見せられる企業でなければ繁栄できないと思う。その意味でエーザイの取り組みは評価できるものだった。

利益なくして会社は成り立たないが、エーザイの「患者の視点で医療を見つめる」という企業理念に共感し、それを実践していることもわかった。他の企業もこうあってほしい。

これまでドリンク剤や胃薬などにしか縁がなかったが、アルツハイマー症やガンなど、今後自分も世話になりかねない治療薬の開発に積極的に取り組んでいると知り、力強く感じた。

工場排水は安全を確認した上で放流しているとの説明だったが、その放流先は、私たち名古屋市の飲み水となる木曽川である。事故がないよう細心の注意を払っていただくのはもちろん、事故が起こった時に隠蔽することがないようにお願いしたい。

薬が開発から認可されるまで10年かかり、しかも製品に出来上がった製品を当然のように服用しているが、もっと感謝しなければと痛感した。

ツハイマー病だけでなくパーキンソン病や多発性硬化症など神経系疾患に対する治療薬です。2つ目は消化器領域です。中でも、潰瘍の治療薬は高い評価をいただいています。3つ目はガン分野です。現在、全く新しいタイプの治療薬を2種類開発中であり、早い時期に、新薬として世の中に出したいと考えています。

仰るとおり、売上高や研究開発投資額では、欧米の大手にかないません。しかし潤沢な資金だけで、優れた研究開発ができるものでもありません。大事なことは、限られた資金の中で最高の開発成果を出せるように、研究開発の領域を絞ったり、研究者のベンチャースピリットを育てたりすることです。

現在、年間約500億円を研究開発費に投じていますが、これを、先ほど申しあげました3つの分野に集中させています。総売上では世界25位あたりにいる私どもですが、神経領域、消化器領域で見ますと、4位くらいにいます。

同時に、売上規模の追求だけでは、いけないと考えています。医

薬品メーカーの使命とは、治療法が解明されていない病気の治療薬を開発すること、先生や患者さんに対して、医薬品の正しい情報を提供し、誤った使われ方がなされないような情報提供を行なうことです。

私どもは、昨年から医薬情報担当者（MR）の売上目標設定をなくしました。現在の評価方法は、売上金額ではなく、先生や患者さんに対して適切な情報提供がなされているか、という観点で行なっています。

私どもは今年初めて、いわゆる「環境報告書」を作成しました。取り組みとしては、早いほうではありません。

ただし内容は、単なる環境報告だけでなく、社会貢献活動なども盛り込み、さらに監査法人の監査を受けた「環境・社会報告書」として作成しました。

「環境報告書」で監査を受けている企業は、日本では4社ほどしかありませんが、私どもは、グローバルに通用する「環境・社会報告書」として、充実させていきたいと考えています。



に瓶のデザインは重要です。

そこで「ZIPANG」では、化学薬品を使わず砂で加工した「エコフロスト瓶」を採用しました。ただし傷に弱いので、リターナブルをせず、ガラスメーカーに引き渡して、リサイクルしています。

Q 黒・緑などの色つき瓶は、リターナブルでできず、瓶にもリサイクルしにくいと聞くが、どのようなものに再生しているのか。

A 現状ではご指摘のとおりです。そこで私どもは、色つき瓶のカレットを90%以上含む「エコジーボトル」を積極的に採用するなど、瓶へのリサイクルを進めています。

Q 「量り売り」は、実際にどの程度、省資源につながっているのか。

A 量り売りは、1998年7月に始めました。現在までの累計で、2・7リットルペットボトルに換算して、約120万本分に相当します。これは、私どもで販売する焼酎全体の1%強です。量り売りをする場合、専用コン

テナを設置する場所が必要ですし、

販売の手間もかかるため、酒販店の協力が不可欠です。そのようなことから、全国13万の酒販店の中で、量り売りをしている店は、まだ120店です。しかし、地道に量り売りの店を増やし、少しでも省資源・省工ネに貢献していきたいと考えています。

Q 料理酒やみりんを、詰替え商品として販売する計画はないのか。環境にも優しいし、価格的にも安くなると思うが。

A 料理酒やみりんではないのですが、梅酒などの果実酒をつくる時に使う焼酎を、容器を簡素化したパウチ詰め(900ml入り)で発売しています。しかし、同容量で他の容器にしたものと比べて、あまり売れていません。私どもとしては、消費者の環境意識の高まりや、用途からして高級感がなくても買っていたらどうかという状況です。環境に配慮し、かつお客様に魅力を感じていただける商品づくりという、二律背反的な課題をどのように解決していくかが、私どもの悩みです。

Q 酒造りというと「水のいいところ」というイメージがあるが、この工場では地下水を使用していると聞いて驚いた。「松竹梅」もこの地下水を使っているのか。

A 清酒「松竹梅」は、竹中清水という名水を使用し、京都伏見で醸造しています。瓶詰めは、最大需要地「東京」を控えている、この工場で行なっています。

また、水にこだわった商品としては、焼酎「大自然」が、北海道の羊蹄山の湧き水を使っています。同業メーカーの中にも、水の源泉にこだわる会社があります。

しかし、大事なことは、商品に合った水を使うということだと思います。ご指摘のように、この工場が生産する商品に使用している水は、地下水です。もちろん汚染されていますし、十分な水質分析・検査も行なっています。私どもは、良い商品を作る要素は水だけではないと考えています。

Q 焼酎の原材料が輸入品の場合、原材料の安全性は、どのようにチェックしているのか。

いきたいと考えています。

A 私どもは、全国に8つの醸造工場を持っています。そこで使用する原材料は、全て本社の購買部で一括調達しています。食品衛生法やJAS法に合致していることはもちろんですが、私どもが要求した品質に合致しているか、場合によりその供給元まで遡って厳密に審査しています。

現在話題になっっている遺伝子組換え穀物に関するのですが、当社製品の主原料である米・麦について、一切使用していません。

また商品の安全性という点では、最終の製品検査の段階において、目視検査だけでなく、抜き取りによる詳細の成分検査も行なっています。

Q この工場は、緑地部分が狭い印象を受けるが、実際は、どうなっているのか。

A 工場を建設する場合、工場面積の20%を緑地に、また5%を環境関連施設にしなければならぬなど、「工場立地法」で定められています。当然、この工場もその基準を順守しており、これまでも工場施設の増設の都度、対応をしてくれています。

Q アルコール類の自販機による販売は、未成年者の飲酒を助長することになり、社会問題である。メーカー側の社会的責任として出来ることはないのか。

A かつて、各メーカーが酒販店に対して、自社商品の自販機の斡旋を競い合っていた時期がありました。しかし、未成年者の飲酒などが社会問題化していることから、私どもは数年前から自販機の斡旋を中止しています。一方で酒販店では、酒類自販機の深夜稼働の停止や、自販機そのものの設置を止める動きを始めました。そして一昨年5月には、全国小売酒販組合中央会の決定に基づいて、全国の酒販店店頭から酒類自販機がなくなることになっていました。しかし、現実にはまだ一部で残っているようです。私どもも未成年者の飲酒を阻止するために、これからも何らかの形で尽力して



出席者の感想から

様々な製品を通じて家庭の台所に直結している割には、地味な企業という印象であった。商品の知名度は高いし、素晴らしい製品をたくさん世の中に出しているのだから、もっと宝酒造の顔が見えるように努力しても良いのではないかと。

ずっと昔に、醤油やお酒の量り売りを見たことがある。何でも使い捨ての世の中になったが、環境保全を考えるなら、容器が不要の量り売りなど、昔の知恵に学ぶ必要があると感じた。

環境問題に熱心に取り組んでいる企業との印象を受けた。「緑字決算報告書」は、消費者にもわかりやすいものであってほしい。アイデア、内容ともに素晴らしいので、わかりやすく広報して消費者を啓蒙してほしい。

酒類メーカーの社会責任とは、何をさしおいても未成年者の飲酒対策だと思います。自販機の問題だけでなく、ジュースと明確に区別できるデザインなど、業界を挙げて対策をとってほしい。

「緑字決算報告書」やエコペット、量り売りなど、企業が努力している姿はニュースになりにくい。ホームページでの公開だけでなく、もっと宝酒造自らがPRして他社と差別化してはどうかと思う。

日本航空
からの説明

私どもは、1951年、戦後はじめての民間航空会社として、設立されました。当社の最初の便は羽田空港から、大阪(伊丹)を経て、福岡(板付)空港への便でした。その後、1987年に完全民営化され、今日に至っております。

私どもの企業活動の基本となるものが「安全」です。社長が常々、全社員に対して「いかなる状況でも、必ず安全を最優先しなさい。赤字は取り返せるが、事故は永遠に取り返せない」と言っておりますが、これが、会社の安全に対する姿勢そのものです。

組織の上でも、社長を本部長とする「総合安全推進本部」をはじめとして、経営トップから現場の社員に至る幾重もの安全推進体制とチェック体制を敷いております。また、機長・その他の乗務員・整備士・運航管理者が円滑に意思疎通を図れるようにするための教育プログラムや、運航乗員に限定した、操縦室におけるリーダーシップの取り方や業務の適切な配分な

当然、競争が少なくなり、利用者にとって不利になるのではないかと

A マスコミを始めそのような意見があることも事実です。実は、統合は互角の競争を行うための条件づくりなのです。

国内線の旅客数で見た場合、現在ANAさんが49%のシェアを持っていて、JALとJASが、それぞれ25%、23%ずつを持っています。これでは、競争にならないわけです。JALとJASが統合し互角な競争条件を整えることが、競争を促進し利用者の利便性を向上させます。

さらに、JALとJASが統合すれば、設備やその他のさまざまな機能が一本化できます。そこで浮いたコストを、主要路線での運賃値下げに回すことができます。また地方路線へも参入するなど、よい意味の競争も可能になります。

また私どもは、旅客収入に占める国際線の割合が7割もあります。グローバルな競争で勝ち残っていくためには、欧米航空会社のように、国際線に比べ、政治的・経済的に安定した国内線市場での十分な事業基盤を保持する必要があります。そのためにも、統合が

どを訓練するCRM(CREW RESOURCE MANAGEMENT)を国内他社に先駆けて導入しております。

また、3年前より、ホームページで欠航や到着地、到着時間の変更などの情報を公開し、お客様に安心してご利用いただけるように努めております。

次に、航空運賃についてご説明いたします。「航空運賃が高い」と思われる方もおられると思います。消費物価の上昇率と比較してみますと、決して高くはなっておりません。1964年当時の消費者物価指数は、2000年には、4.4倍になっていますが、東京・札幌間の普通片道運賃は、2.3倍です。物価の優等生のひとつであることは間違いのないと思っております。

当社が設立された50年前の東京・福岡間の運賃は、9600円(税込みで11520円)でしたが、現在実施しておりますパーゲンフエア(事前購入型期間限定割引運賃)での同区間の運賃は9000円ですので、条件さえ整えば、50年前の運賃より安くご利用いただけることもあるということです。航空会社間の厳しい競争のなか

必要なのです。

統合によって、仮に運賃を上げれば、お客様から見放されてしまうこと必然です。統合が成功するためには、お客様に、受け入れてもらえる経営をしていくことが基本だと考えていますのでご期待ください。

Q 身障者の搭乗制限について教えてください。また身障者用飛行機のトイレは狭いので、車椅子では入れない。これについての対応はどうなっているのか。

A 航空機の安全基準で、「お客様様の避難誘導時間は90秒以内」と決められていますので、制限事項はあります。

お身体の不自由な方については、障害の重度や介添人の有無などによってその制限内容が異なります。プライオリティ・ゲストセンター(お身体の不自由な方専用の予約・相談窓口)を設けておりますので、事前にご相談下さい。対応させていただきます。

車椅子用お手洗いについてはですが、搭乗時間の比較的短い国内線で使用する機材には設置してありませんが、国際線で利用する機材

で、1990年から2000年までの10年間に、お客様の利用距離(座席キロ)当たりの営業収入は、35%減となっております。そのため、営業費用も36%減としました。航空機の大型化、高性能化に合わせた運航乗務員数の削減、燃費効率の上昇といった要因もありますが、作業合理化による地上職の削減、契約スチュワーデスの導入、といった人件費削減の経営努力もしてきています。



には概ね、中央部に1カ所設置しております。入り口をカーテンで仕切ることで広い空間が確保でき、個室にも補助ハンドルがついております。ご不安なようでしたら乗務員にお声をおかけいただければ、適切にご案内させていただきます。

Q 機中で、発病があった場合などに備えて、医療行為のできる乗務員は搭乗しているのか。

A 私どもの客室乗務員は、全て救急法の訓練を受けています。

また、心停止患者に使用する、いわゆる電気ショック治療器は、これまで医者か医療関係者しか扱えませんでした。しかし、機内に医療関係者がいない場合、乗務員でも扱えることがこのたび認められました。現在、国際線の日本人乗務員を対象に操作の訓練を行っているところとです。

Q 機材の整備点検について説明して欲しい。

A 機体の整備には、到着から出発までの時間を利用して空港

Q & A

Q 夫婦で利用した際、自動チェックイン機で席を指定したら、隣同士にならなかった。機内では隣同士の空席があったが、どのように座席を指定すればよいか。

A 自動チェックイン機での座席の指定方法には、座席表から好きな席をお選びいただける「お好み」と、「お任せ」の2つあります。「お任せ」は、お連れ様がいる場合は連続席を、不可能であればなるべく近い席を選んでシステムが指定します。この場合も、窓側・通路側のご指定が可能です。

ご質問にある空席は、非常口近くのご指定できない席か、搭乗放棄された席であると想定されます。ご面倒でも、ご予約時に座席を指定していただくことをお勧めします。また、自動チェックイン機で指定された座席への「ご不満は、チェックインの時間中であれば係員にご相談ください。」

Q JASとの統合が話題である。大手3社が2社になればで行う「運航整備」と、整備場で本格的に行う「点検整備」があります。

午前中にご見学いただいたのが「運航整備」です。これは、外観の目視検査と機長からの報告を基にした検査・処置が中心です。一方「点検整備」は、飛行時間による部品交換とか、分解検査というもので、国土交通省の安全基準に基づいて行ないます。



「社会広聴会員」からのご意見・ご感想

『ネットワーク通信 NO.11・12 合併冬号』を読んで

アンケート
「第5回」企業観「アンケート」の概要」について

現在勤めている会社では、企業活動において最も重要なのは「株主」であり、業績をあげることが何にも増して優先するとしている。アンケート結果にもあったように、企業の果たす役割はそれだけではないということ、不況を理由に忘れてしまつては元も子もないのでは、と思った。(20歳代・女性)

企業に求められているものは社会に対する責任で、その中には顧客・社員・生活者を重視するスタンスが大切だと言えるのではないが、それを無視したとき、不祥事が起こり、安易なリストラが行われ、事業所の閉鎖など地域社会にダメージを与えることになるのではない。(30歳代・男性)

食品会社の不祥事後のアンケートだったらどんな結果が出たか。「信頼感」は最低ポイントになっていたであろう。今回の不祥事はほんの冰山の一角で、他の企業もやっているのではないかと疑心暗鬼になった。(40歳代・女性)

企業の社会的役割のトップは「事業での貢献」だった。しかし、食中毒事件や狂牛病に端を発して

「識者と語る論談倶楽部」について

世間を騒がせている企業のトップ連中の言い訳や謝罪は全くお粗末なもの。部下の不始末は会社の責任だと真摯に受け止める姿勢は見受けられない。このようなトップにこのアンケート結果が理解できるだろうか。(50歳代・女性)

企業トップの不手際で働く人々が路頭に迷う、また政治家の無策で国民が困窮する、「早くどうにかして」と叫びたい気持ちである。(70歳代・男性)

ワークシェアリングを導入する企業が増えていくべきだと考えました。人員削減よりも、仕事を分け合つて、自分の生活も充実させていくことができれば、子育て中の女性も仕事を続けられるし、反対に男性もつと子育てに参加でき、家庭生活にも変化が生じると思います。(30歳代・女性)

企業の雇用責任は極めて高いが、勤労者個人個人も企業の責任ばかりを問える時代ではなくなつた。個人の「責任」について考えさせられた。(40歳代・女性)

我が家の主人も今年60歳。今、定年退職するべきか、賃金は安く

なるが、正社員として続けるか選択中。定年して何もやることのないのがつらいと言っています。(50歳代・女性)

終身雇用制の崩壊はあまりに早く、且つ急激である。日本の組織は世代交代が進まず硬直化している。会社業績が落ち込めばリストラ。企業が破綻すれば社長が記者会見で頭を下げ、社長職を辞任したら良いという責任のとり方が問題。会社トップは雇用について社員を切る前に我が身を切るべし。(60歳代・男性)

「企業と生活者懇談会」について

朝日新聞の姿勢がよくわかった。「情高論低」と言つても情報量は新聞に載せられるだけなのだから、何を載せるかはやはりその新聞のスタンスだと思う。読者にこびるようなスタンスをとってほしくはない。(40歳代・男性)

朝日新聞をとっているわけでもなく、セキスイの家に住んでいるわけでもなく、ウイスキーを飲む機会も少ない。この記事がなければ3社の企業体質を知ることにはなかつたと思う。(40歳代・女性)

出席者の感想から

機会均等の世の中で、乗務員は女性だけの仕事ではないでしょうし、事故などの時には、体力のある男性の役割は重いと思います。男性の客室乗務員を増やしてほしい。

たくさんの方が運航に関係していることがよく分かりました。騒音や暑さなど劣悪と思われる条件の中で機体整備に携わっている方々には特に感謝します。

着陸料や駐機料が世界と比べて極度に高いと初めて知った。もっと、航空会社が世間に情報を公開し世論を味方につけて、引き下げを求めるときだと思いませんか。そうでないと世界の航空会社との競争ができません。

障害者にとって移動手段は最大のテーマです。飛行機の旅ができることで障害者がどれだけ感動を覚えるかは健康者には十分に分かっていただけないでしょう。今回、車椅子の私をサポートくださったJALの皆様に感謝いたします。

JAL側出席者の役職が高く、消費者の意見にも親切丁寧に対応していただき、好感を持ちました。それに比べ消費者側の意見は、私を含めレベルが低いと思えばと思います。

Q オペレーション業務など、人間が行っている作業があるが、人間は、ミスをしやすい。これをどのようにして防いでいるのか。

A ご指摘のように、昨年のニアミスは、管制担当者の誤指示が原因でした。人間が作業する以上、間違いは皆無とは言えません。一方コンピュータは、正確ですが、入力したもののしか処理することができません。

空港でのオペレーション業務は、航路や空港周辺の風向・風量・気象といった刻々と変化する情報を伝える仕事なので、現在のところ、人間が行なう以外ありません。しかし、仮に人間が誤った指示をした場合、それを拒絶するシステム

など、二重三重のフェールセーフ(ミスや故障などのトラブルがあった際に必ず安全側に作動するシステム)が構築されています。大事なことは、人間の作業とコンピュータを、如何にうまく連携させるかということですね。

Q 座席が狭く窮屈である。もっと快適な空間にならないものか。機内での健康管理に航空会社でも気を遣ってもらいたい。

A 深部静脈血栓病が「エコノミークラス症候群」と言われて話題になっていますが、実はビジネスクラスやファーストクラスでも起こっているものです。座席が狭いからではなく、長時間下肢を

動かさずに座っている場合に、大腿の奥にある静脈に深部静脈血栓という血のかたまりが出来て、血行障害を起こすというものです。国際線など長距離の便では、体操ビデオを放映して体を動かしてもらったりするなど、防止策の注意喚起をしています。また、エコノミークラスの座席も、座席の背の部分で薄くしたりして、少しでも圧迫感を緩和するよう工夫しています。今後とも快適な空の旅を楽しんでいただけるように、できるだけの努力をしていきたいと思っています。

余談ですが、最近ビジネスクラスを希望されるツアーのお客様も、非常に多くなっていますので、お得な割引運賃を設定しました。

Q 私は愛煙家だが、機内禁煙に至つた経緯を教えてください。

A 嫌煙運動は世界の潮流ですが、できるだけ多様なニーズにお応えするために、完全禁煙を決める前に、分煙化の検討もしました。しかし、航空機という空間の中で煙や臭いを完全に遮断できる設備にするには、技術的な問題に加え、莫大な費用がかかることがわかりました。それを運賃に上乗せするわけにはまいりませんので、全面禁煙とさせていただきます。禁煙パイプなども搭載してありますので、なにとぞ協力いただきたいと思っております。(文責・専門研究員 三枝 敬)

皆さん業種によって工夫されている点は違うのだけれど、ちゃんと現代の問題を捉え、環境や消費者のニーズに合うように創意工夫していることが嬉しかった。セキスイさんは、作った家の3R・雨水・太陽光電池の研究に力をいれて、その情報をどんどん発信していただきたいと思う。

(40歳代・女性)

企業と生活者がともに話し合える場が今後とも継続されることを希望します。生活者にも知らされていないことが多くあり勉強になります。企業も大いにPRしてほしいと思います。

(60歳代・男性)

「社会広聴活動」について

私は今21歳で、まだ実際に働いたことがありません。しかし、世の中の流れ、しくみ、経済にはとても興味大であり、こういう読者の意見が盛りだくさんの冊子はとてもうれしです。(20歳代・女性)

会員の増加により、より幅広い意見が聞けるようになると楽しみです。企業から、また会員からと活発に意見の行き来ができればと思います。

(30歳代・女性)

企業のトップの人には、国民の声が届きにくいものです。生活者

の視点で物を見てもらうためにも、生活者の声を聞くことはとても大切なことだと思います。

(40歳代・女性)

最近、政界・財界・官庁とも暗いニュースが多いことに寂しい思いがしてならない。社会広聴活動を今後とも継続・充実させ、少しでも改善への一石を投じることができればと期待します。

(70歳代・男性)

「その他」意見

大切な事でありながら、日々の生活に追われ、見過ごしてしまいうような事を、ネットワーク通信は気づかせてくれる。(30歳代・女性)

ネットワーク通信を読むばかり、アンケートに答えるばかりではなく、こちらからも意見が言えるようもつと社会的視野を広げたいと思っています。(50歳代・女性)

第一線を引退してからの社会との接点として「ネットワーク通信」を読んでおります。今後ともいろいろの分野に目を向けた活動を期待しております。(60歳代・男性)

社会の色々な問題に対して幅広い意見が集約され、自分としてどの方向へ進めばよいのかという指針となる。(70歳代・男性)

事務局便り

新事務局



林 祐輔

ワールドカップが終了し、宴の後の寂しさが迫ってきます。機を同じくして、出向期間を終え7月から会社の方へ戻ることになりました。この2年間は、会員の拡充、インターネット会員制度の導入、会員のホームページ開設など広聴のインフラづくりに取組んでまいりました。「仏を作りこれから魂を」というところで、センターを後にしなければなりません。魂を入れるのは、後任の山田、岡本に託します。合わせて、新しい担当者にも旧に倍してのご支援をお願いいたします。本当に2年間ありがとうございました。



三枝 敬

会員の皆様、いかがお過ごしでしょうか。私は、1年半の間、主に企業と生活者懇談会の企画と実施、皆様にお届けするレポートを担当してきました。様々な地・様々な企業での懇談会で皆様にお会いし、改めて企業の社会的責任の重さを教えていただいたのですが、この7月より出向元の企業に帰任することになりました。この広聴活動が、会員の皆様の協力をいただきながら更に発展していくことを、静岡県浜松から応援しております。



左から山田 俊彦、立田 邦夫、竹下 寿美男

はじめまして。これから社会広聴活動を担当することになりました。

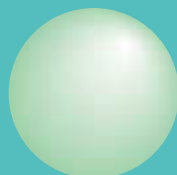
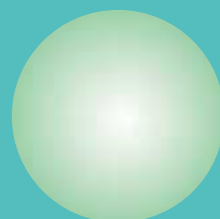
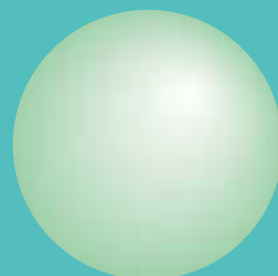
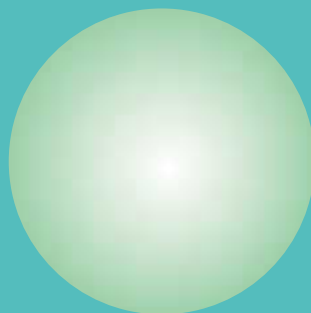
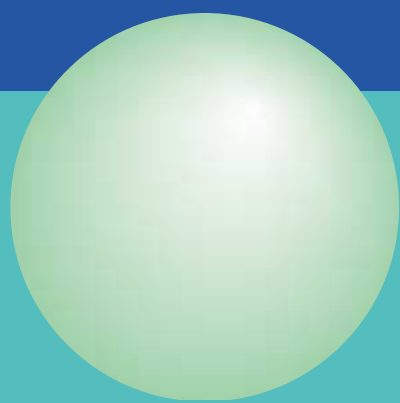
「アンケート」「識者と語る論談倶楽部」「企業と生活者懇談会」を通じて、企業と社会の架け橋役を努めさせていただくという大変な仕事に、身の引き締まる思いです。会員の皆様からいろいろと勉強させていただきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。



岡本 清美

お寄せいただく会員の皆様のご意見に、毎回毎回感心させられております。でも、ちょっと残念なことは、男性の20～50代の方からのご意見が極端に少ないことです。ご多用なこととは存じますが、ぜひともご意見をお寄せください。

お待ちしております。



ネットワーク通信 NO.13 2002 夏号

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

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／2002年7月17日

本紙は再生紙を使用しています。