



社会広聴アンケート

「災害への備えと対応に関するアンケート」調査結果 1

企業と生活者懇談会

日清オイリオグループ（神奈川） 花王（和歌山） 11

道州制講演会

青山学院大学 経済学部教授 西川雅史氏 17

経済広報センターニュース

..... 20

ご意見・ご感想

..... 21

「災害への備えと対応に関するアンケート」調査結果

4人に3人が、企業は被災地支援活動に「よく取り組んでいる」と評価

未曾有の被害をもたらした東日本大震災は、安全・安心な生活と、それを守るための平素からの防災・減災への取り組みや投資の大切さを、あらためて認識する機会となりました。

そこで、経済広報センターは、全国の様々な職種、世代により構成されている当センターの「社会広聴会員」を対象に、東日本大震災をもとに、生活者や企業における災害時への備えと対応などについて、意識・実態調査を行いました。

今回の調査結果からは、生活者の大多数が何らかの備え・対策を行っており、約半数は「非常用品の準備」「食料、飲料水の備蓄」「日用品の備蓄」をしているものの、3人に2人は自身の備えを不十分と感じていることが確認できました。

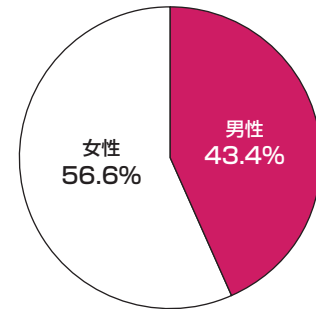
他方、企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）については、4人に3人が十分ではなかったと批判的な一方で、同程度の人が企業は被災地支援によく取り組んでいると評価していることが分かりました。今後の復興に向けて、企業には、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」「原発事故の収束に向けた取り組みや連携の強化」を特に期待しているようです。

調査の概要

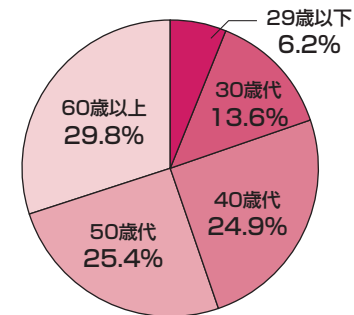
- (1) 調査名称：災害への備えと対応に関するアンケート
- (2) 調査対象：eネット社会広聴会員 3167人
- (3) 調査方法：インターネットによる回答選択方式
および自由記述方式
- (4) 調査期間：2011年7月21日～8月1日
- (5) 有効回答：2056人(64.9%)

回答者の属性

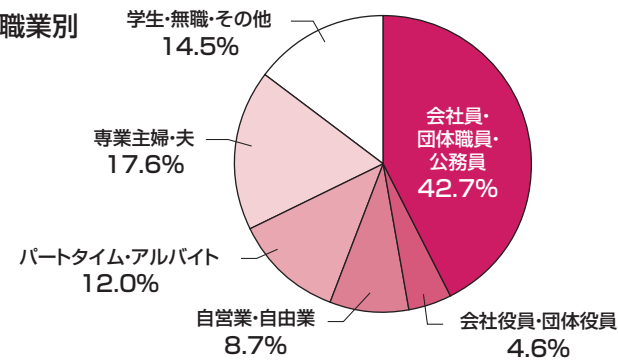
■性別



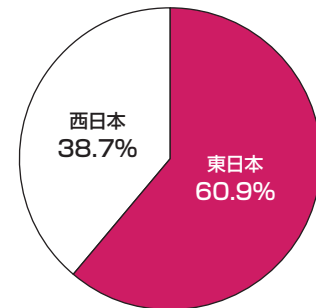
■世代別



■職業別



■居住地別



* 東日本…北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県
の18都道府県
* 西日本…富山県、石川県、福井県、岐阜県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県の29府県

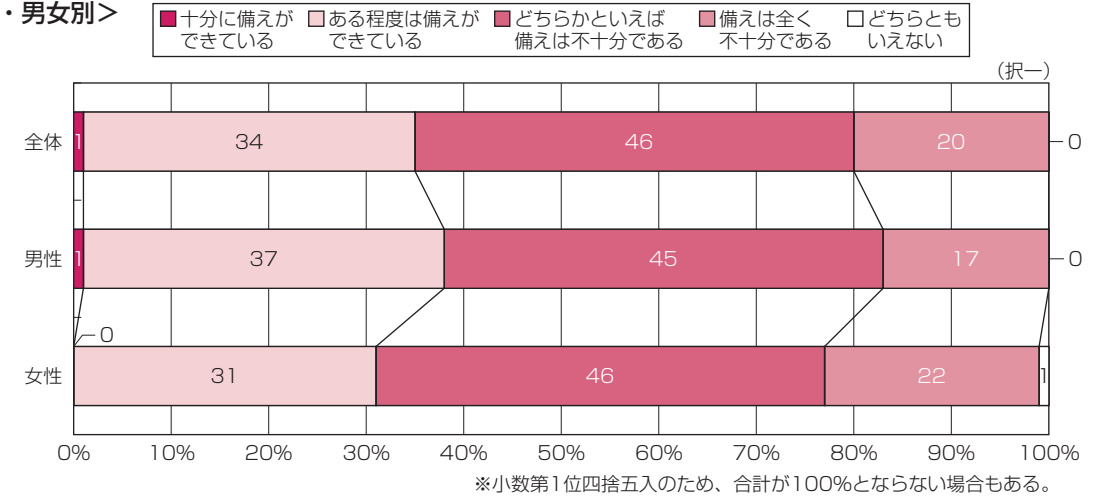
※小数第2位四捨五入

I 生活者の災害への備えと対応

I-1 災害対策の状況

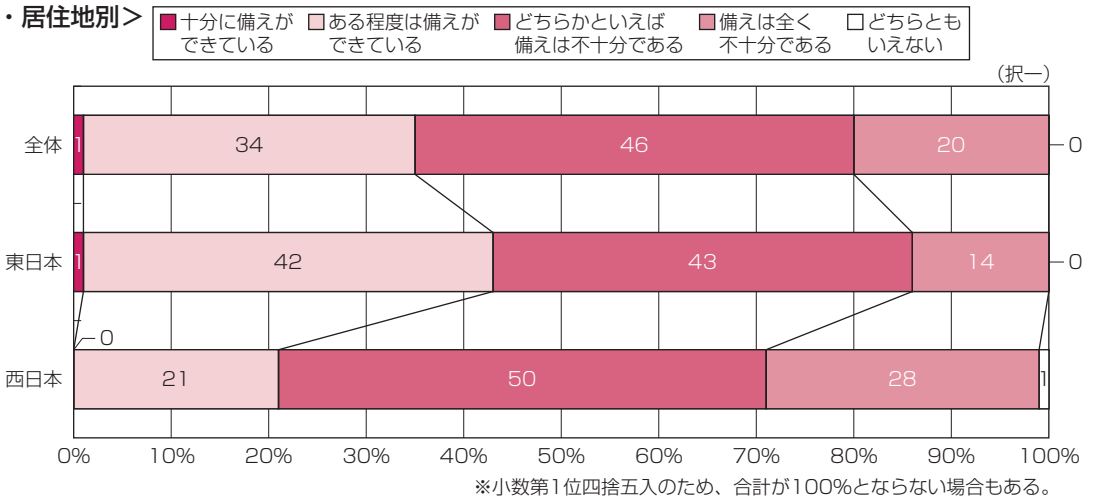
Point 3人に2人が、自身の災害への備えは「不十分」と認識

<全体・男女別>



自分自身の災害への備えについて、「どちらかといえば備えは不十分」が46%、「備えは全く不十分」が20%と、合わせて66%が不十分と回答している。

<全体・居住地別>



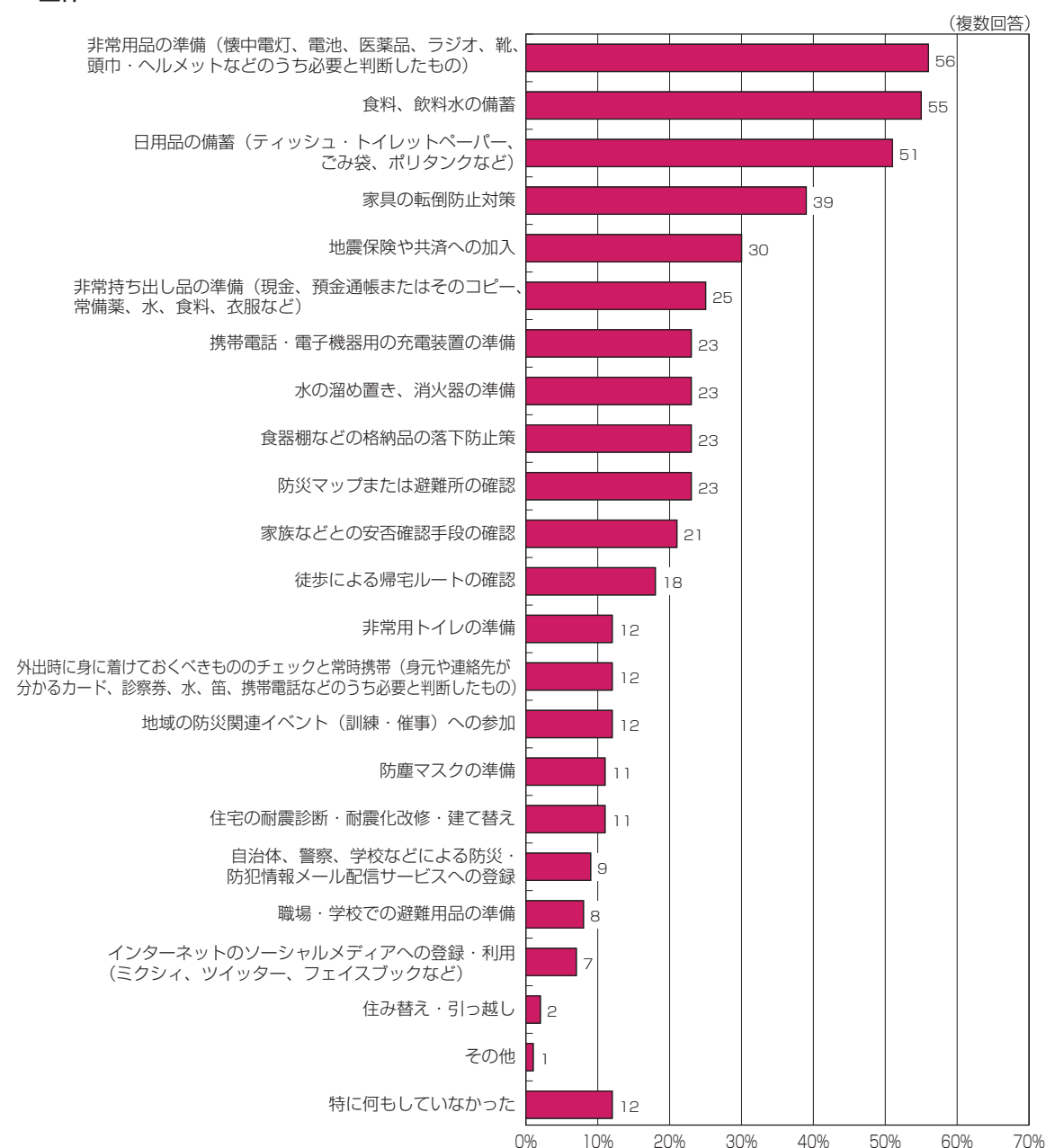
居住地を西日本、東日本に分けて比較すると、「備えは不十分（どちらかといえば／全く）」との回答は、西日本（78%）が東日本（57%）を21ポイント上回っている。

I - 2 震災前に行っていた災害対策

Point

2人に1人が、震災前に「非常用品（懐中電灯、医薬品、ラジオ、ヘルメットなど）の準備」「食料、飲料水の備蓄」「日用品の備蓄」を対策済み

<全体>



東日本大震災の発生前に、災害への備えとして行っていた対策として、「非常用品の準備」（56%）、「食料、飲料水の備蓄」（55%）、「日用品の備蓄」（51%）が上位に挙げられた。

「特に何もしていなかった」のは12%であり、大多数は何らかの備え・対策をとっていた。

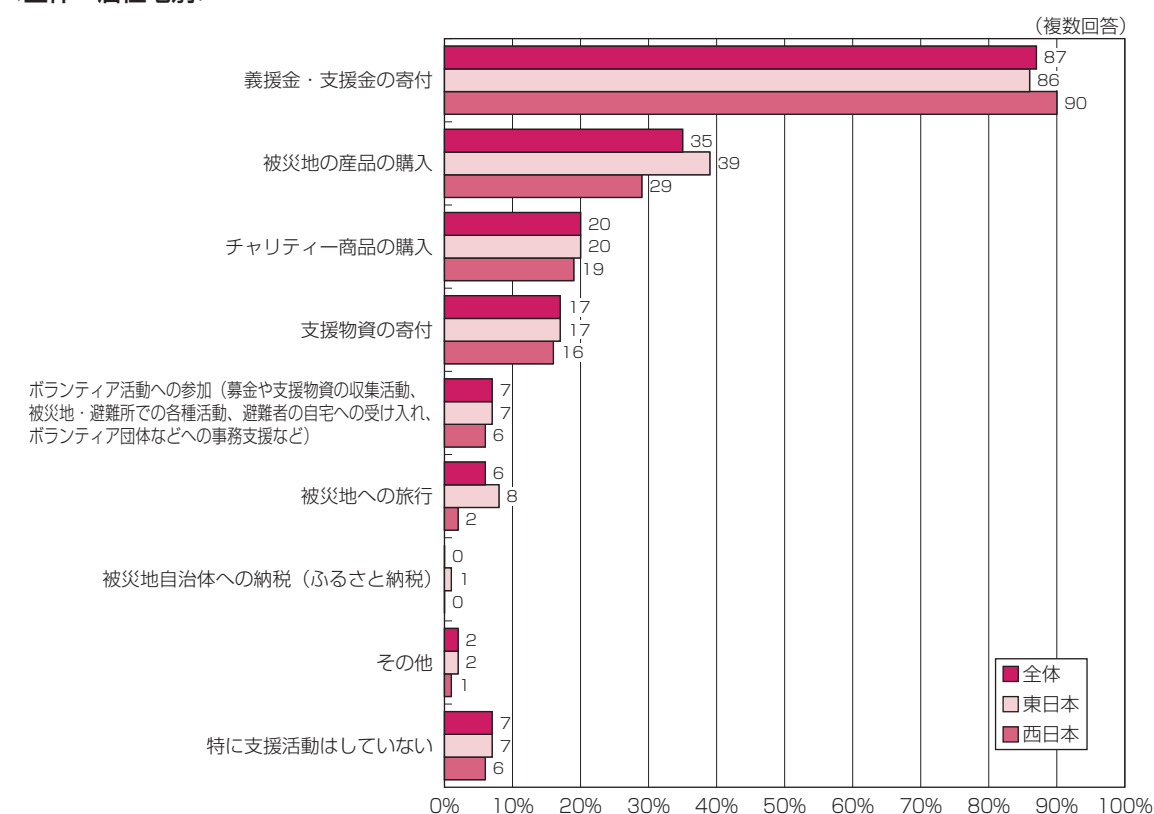
・「その他（任意記入）」（1%）では、「寝室にスリッパや靴を用意」との回答が複数見られた。

I - 3 被災地支援の状況

Point

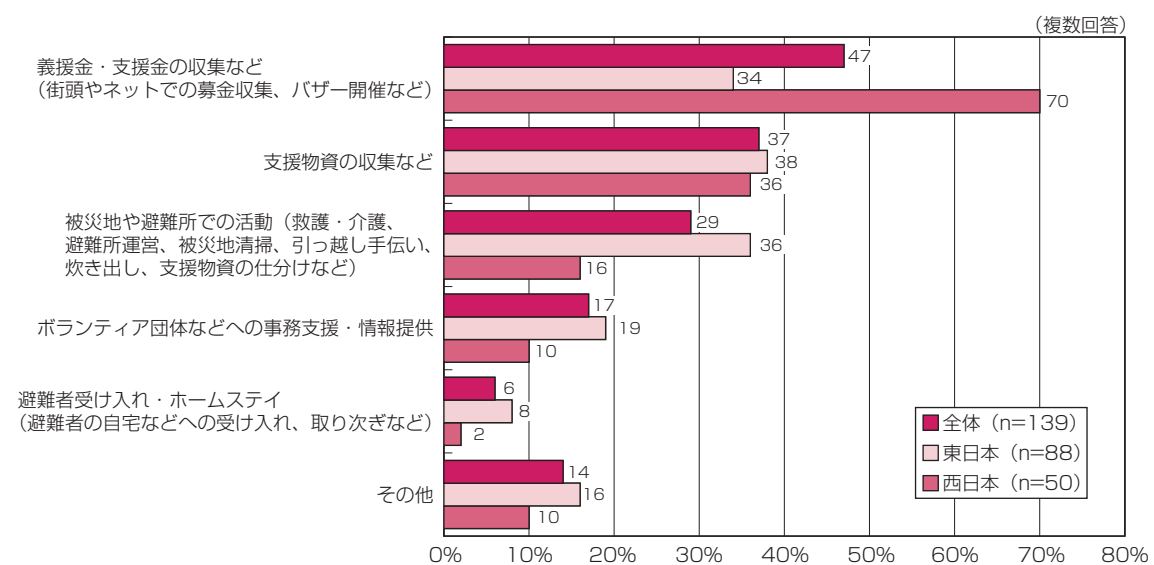
東日本大震災に関連して、約9割が「義援金・支援金」を寄付

<全体・居住地別>



東日本大震災に関連して、約9割が「義援金・支援金の寄付」（87%）をしたと回答している。これに次ぐ支援は「被災地の製品の購入」（35%）である。「特に支援活動はしていない」は7%に過ぎず、回答者のほとんどが、何らかの被災地支援を行っている。

「ボランティア活動への参加」をしたと回答した7%にその活動内容を聞いたところ（下図）、約半数が「義援金・支援金の収集など」（47%）と回答している。次いで多いのは「支援物資の収集など」で37%。「被災地や避難所での活動」には回答者の約3割（29%）が参加している。



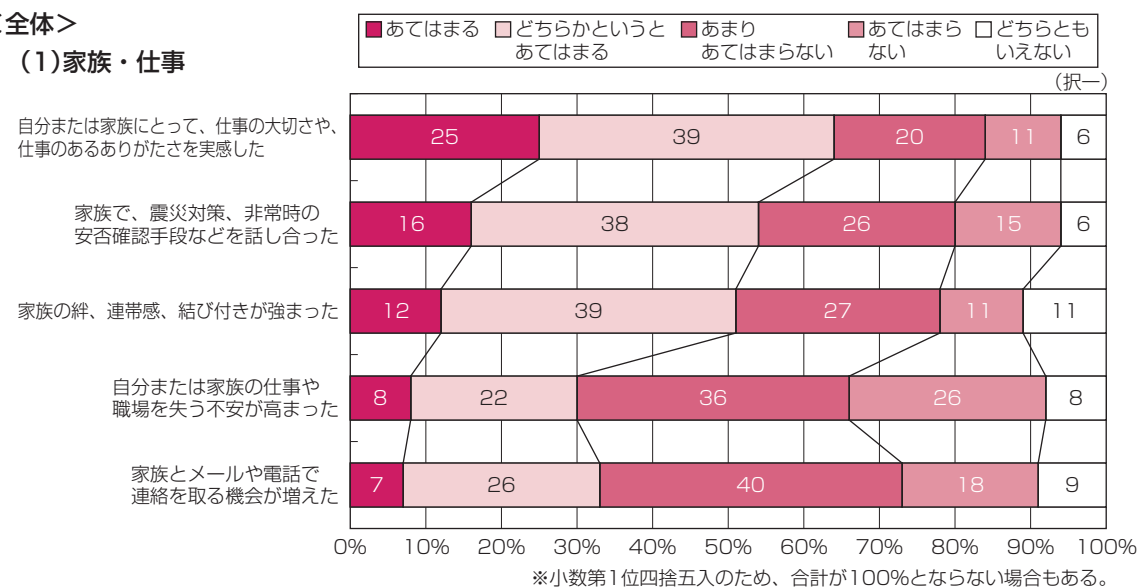
I - 4 震災以降の意識・価値観・行動の変化

Point

震災以降に「家族の絆、連帯感、結び付きが強まった」について、「あてはまる(あてはまる／どちらかというと)」が51%、「あてはまらない(あまり／あてはまらない)」が38%

<全体>

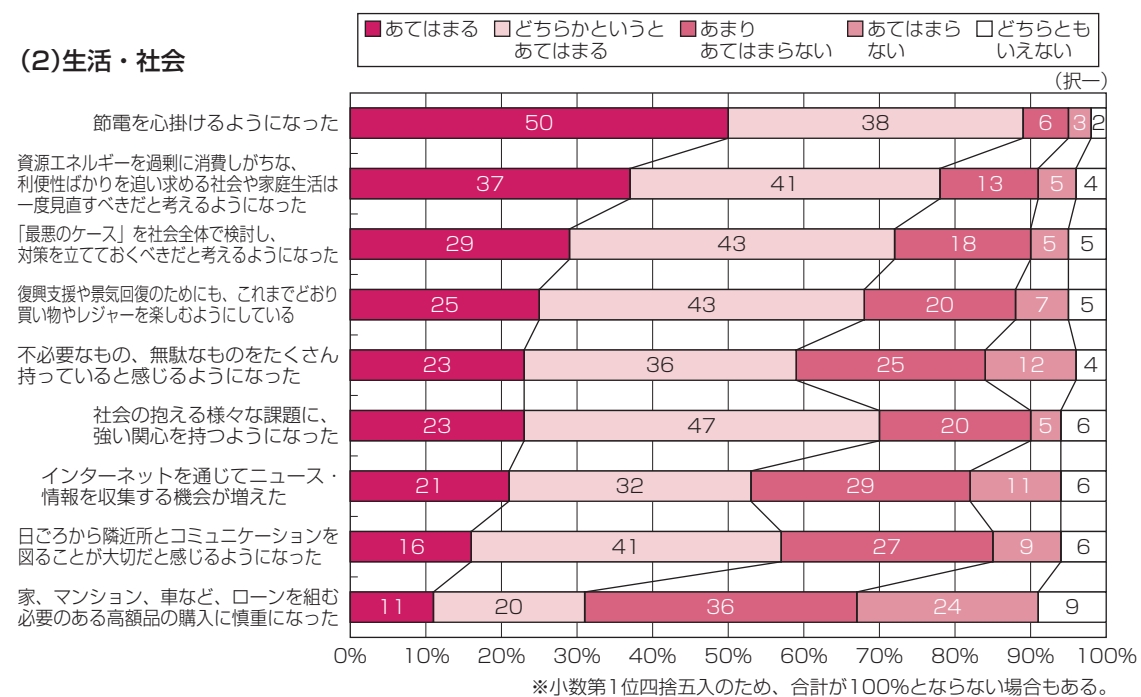
(1) 家族・仕事



震災以降の「家族・仕事」に対する意識、価値観、行動の変化について聞いたところ、「あてはまる(あてはまる／どちらかというと)」は、「自分または家族にとって、仕事の大切さや、仕事のあるありがたさを実感した」が64%と最も多い。

「家族の絆、連帯感、結び付きが強まった」については、「あてはまる(あてはまる／どちらかというと)」が51%、「あてはまらない(あまり／あてはまらない)」が38%と、いずれかに大きく偏ってはいない。

(2) 生活・社会



震災以降の「生活・社会」に対する意識、価値観、行動の変化について聞いたところ、「あてはまる(あてはまる／どちらかというと)」が最も多いのは、「節電を心掛けるようになった」(88%)である。

また、「資源エネルギーを過剰に消費しがちな、利便性ばかりを追い求める社会や家庭生活は一度見直すべきだと考えるようになった」「『最悪のケース』を社会全体で検討し、対策を立てておくべきだと考えるようになった」「社会の抱える様々な課題に、強い関心を持つようになった」が、それぞれ7～8割に達している。

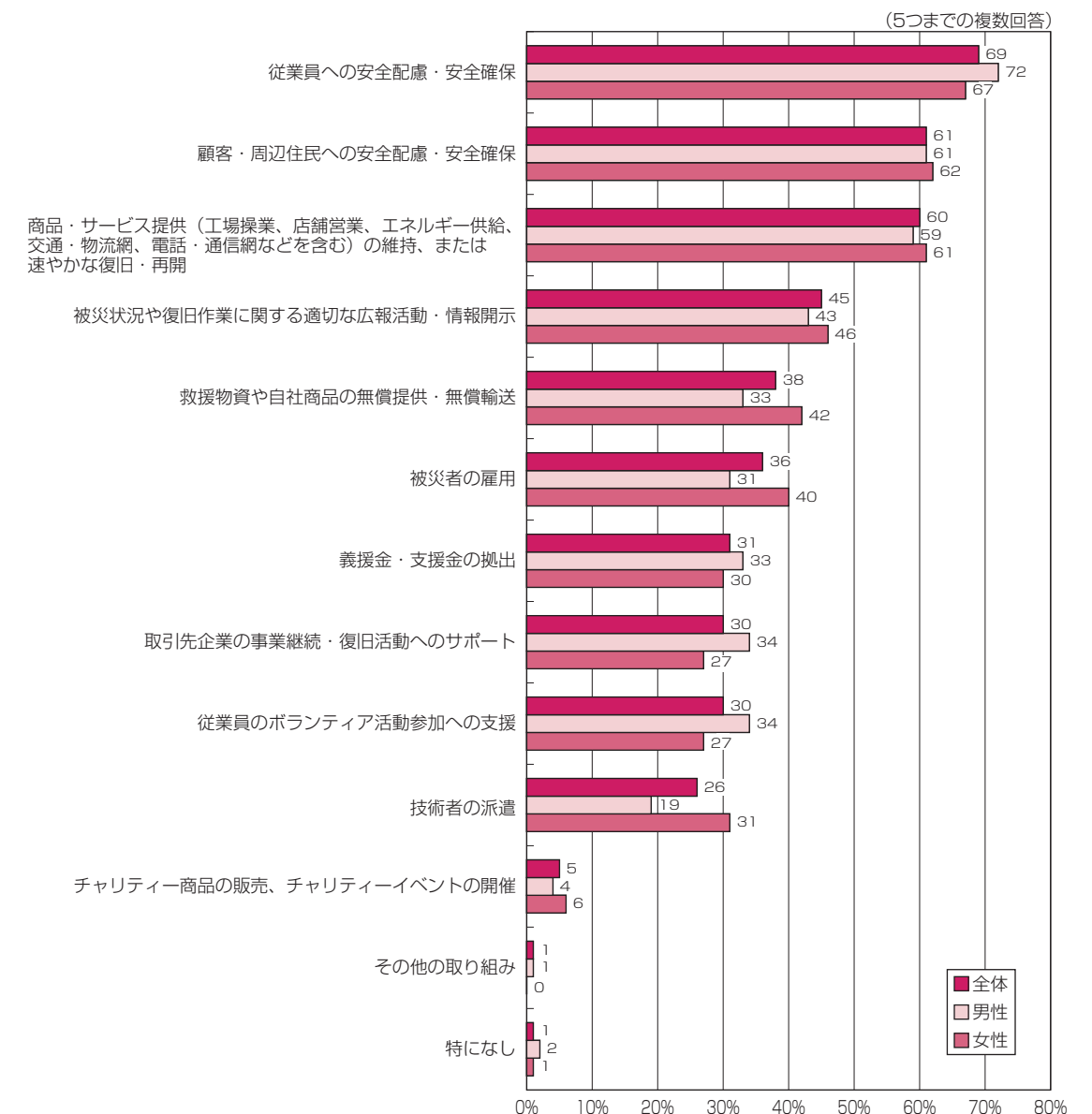
II 企業の災害への備えと対応

II - 1 企業の災害対策に期待すること

Point

災害への備え・対応として企業に期待することは、「従業員への安全配慮・安全確保」「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」が上位3項目

<全体・男女別>



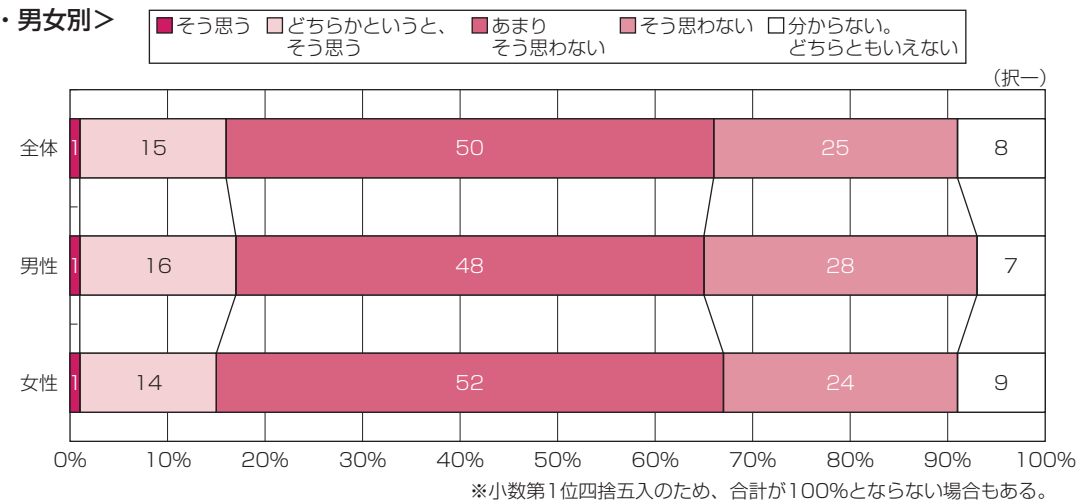
企業の災害への備えや対応として期待することを聞いたところ、「従業員への安全配慮・安全確保」(69%)、「顧客・周辺住民への安全配慮・安全確保」(61%)、「商品・サービス提供の維持、または速やかな復旧・再開」(60%)の回答割合が高い。「被災状況や復旧作業に関する適切な広報活動・情報開示」(45%)が続き、上位4位までを災害・危機対応に関連する項目が占める。「救援物資や自社商品の無償提供・無償輸送」(38%)、「被災者の雇用」(36%)など被災地支援にかかる項目は第5位以降に挙げられている。

Ⅱ-2 企業の災害対策への評価

Point

4人に3人が、企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は「十分ではなかった」

<全体・男女別>



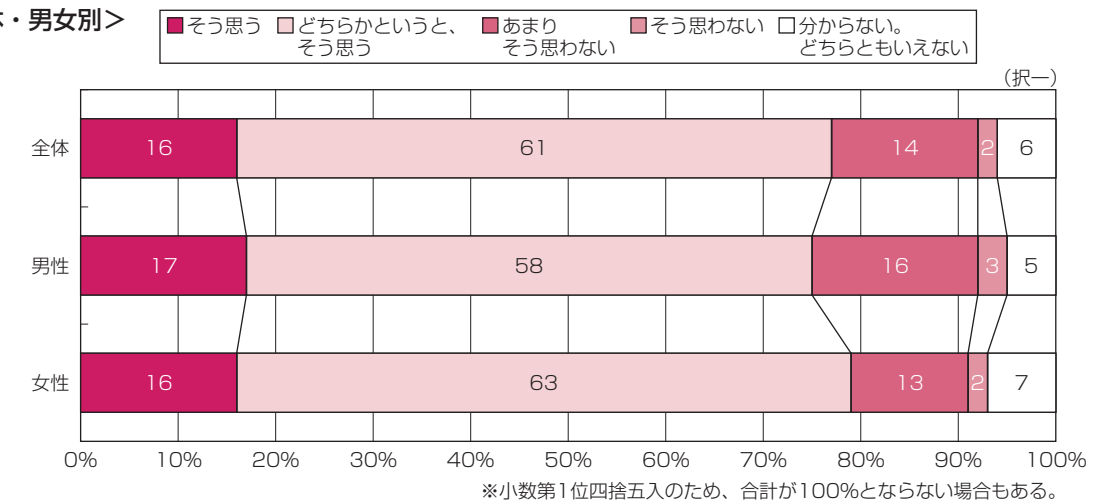
東日本大震災における企業の備え（危機管理対策、事業継続計画など）は十分だったと思うかについては、半数が「あまりそう思わない」と回答し、「そう思わない」（25%）を合わせると、75%が「十分ではなかった」と回答している。

Ⅱ-3 企業の被災地支援活動への評価

Point

4人に3人が、企業は被災地支援活動（義援金の拠出、物資の提供、チャリティー商品の販売など）によく取り組んでいると評価

<全体・男女別>



東日本大震災において、企業は、被災地への支援活動（義援金の拠出、物資の提供、チャリティー商品の販売など）によく取り組んでいると思うかについては、61%が「どちらかという、そう思う」と回答し、「そう思う」（16%）を合わせると、77%が「よく取り組んでいる」と肯定的な評価である。

■良い印象を持った企業の震災対応

東日本大震災への対応で企業が行った様々な取り組み（危機対応、事業継続・早期復旧活動、被災地支援など）のうち、良い印象を持ったものを聞いた。主な企業や業種、その取り組みは以下の通り。

企業とその取り組み（主なもの）

- ◆イオングループ
 - 被災地にある店舗の早期の再開
 - 買い物のポイントの一部を義援金とした
- ◆NTTグループ
 - 電話回線の早期復旧活動
 - 災害用伝言ダイヤルなど安否確認手段の提供
- ◆オリエンタルランド
 - 来園者の安全確保（避難誘導、臨機応変な商品の拠出、食料の提供など）
- ◆セブン&アイ・ホールディングス
 - 早期の店舗の営業再開
 - おにぎりなどの支援物資の提供
- ◆ソフトバンク
 - 義援金・支援金の拠出
 - 自然エネルギーによる発電事業への参入計画
- ◆トヨタ自動車
 - 東北での事業拠点拡張による復興支援
 - 東北での技術者訓練校の立ち上げなど
- ◆パナソニック
 - 乾電池、懐中電灯など自社商品の被災地への無償提供
- ◆ファーストリテイリング
 - 義援金・支援金の拠出
 - 衣類の無償提供
- ◆ヤマトホールディングス
 - 荷物1個につき10円の義援金の拠出
 - 被災地内での救援物資の輸送支援
- ◆ローソン
 - 迅速な店舗復旧と配送網の再構築
 - おにぎり空輸など震災直後の物資輸送

業種と取り組み（主なもの）

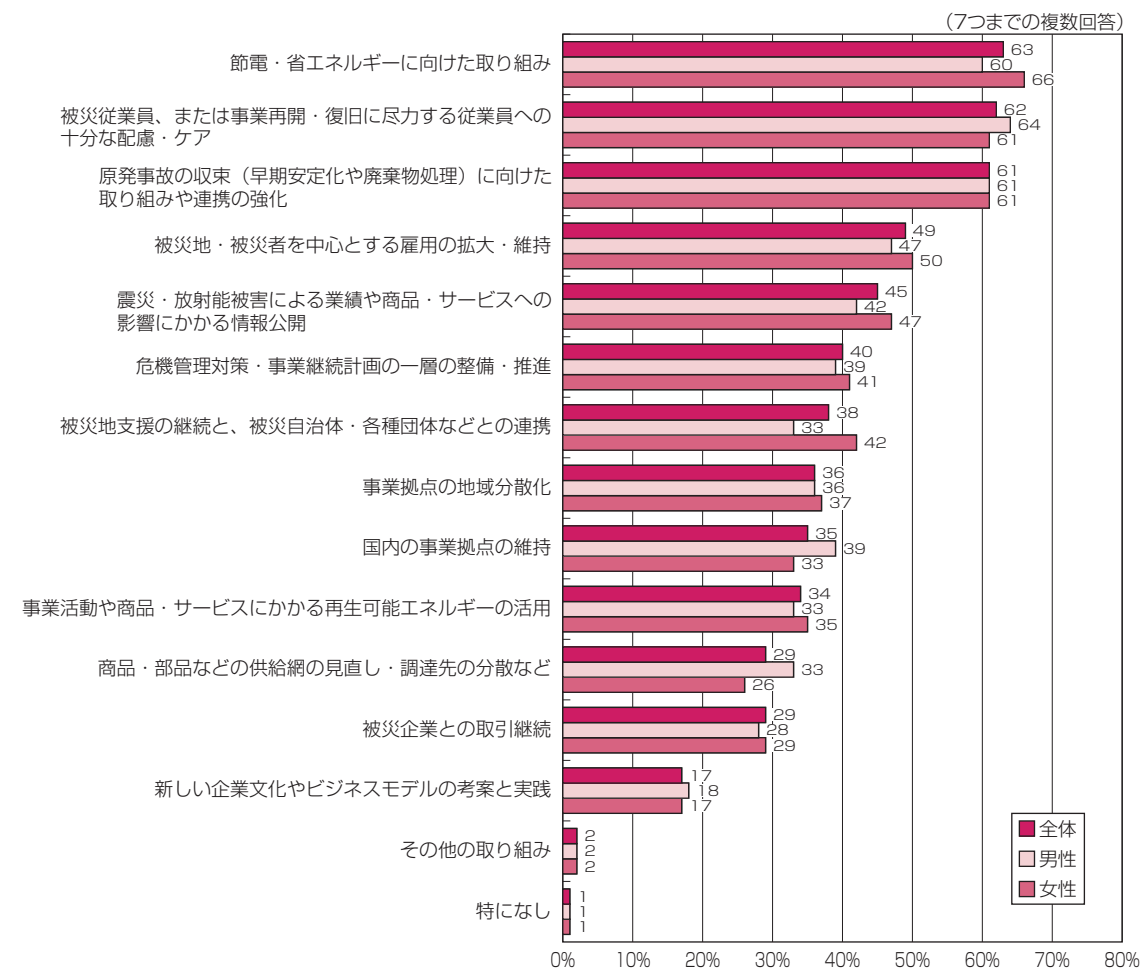
- ◆飲食業
 - 現地での炊き出し
 - 避難所への食事の提供
- ◆運送
 - 救援物資・緊急品の輸送協力
 - 早期の配送の復旧
- ◆ガス
 - 全国のガス会社が集結し、業界を挙げての復旧活動
- ◆建設
 - 被災地でのインフラ復旧
 - 技術者の派遣、従業員のボランティア活動
- ◆小売・流通
 - 早期（仮）復旧と商品供給に注力
 - 帰宅難民へのサポート
- ◆自動車
 - 休業日変更による節電への取り組み
 - 取引先企業の復旧のため技術者派遣
- ◆食品
 - 救援物資や自社商品の提供
 - 水やお茶の提供
- ◆生活用品・化粧品
 - おむつ・衛生用品の避難所への無償提供
 - 洗濯ボランティア
- ◆石油
 - ガソリン不足への迅速な対応
 - 業界全体でのガソリン不足解消努力
- ◆通信
 - 移動基地局による通信網の復旧
 - 被災地での通話無料化

Ⅱ - 4 復興に向けて企業に望むこと

Point

東日本大震災からの復興に向けて、今後、企業に望むことは、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」「原発事故の収束に向けた取り組みや連携の強化」が上位3項目

<全体・男女別>



東日本大震災からの復興に向けて、今後、企業に望むことを聞いたところ、「節電・省エネルギーに向けた取り組み」（63%）、「被災従業員、または事業再開・復旧に尽力する従業員への十分な配慮・ケア」（62%）、「原発事故の収束に向けた取り組みや連携の強化」（61%）の回答割合が約6割と、高い。

災害への備えと対応に関する意見・感想

Ⅰ 生活者の備えと対応について

29歳以下の意見・感想

◆「当たり前のことを当たり前に行う」「無駄なものは買わない、使わない」忘れがちだが大切なことを今回の震災によって思い出すことができました。物の備えだけではなく、人との絆の備えも大切だと感じました。

30歳代の意見・感想

◆普段から災害時について家族と話し合っておく必要性を感じました。リストなどにまとめて、年1回など定期的に話し合いたいです。

40歳代の意見・感想

◆住まいが使い物にならなくなってしまったことを考え、被災後どこでどう生活していくか、ある程度シミュレーションしておくことも大切だと思います。

◆今回の震災でかなり防災意識は高まったと思いますが、「のど元過ぎれば……」にならないよう、この機会をとらえ、自治体、地域で、災害対策の見直しに市民が参加し意見を出し合える機会が設けられることを望みます。

◆災害に強い冗長化された社会システムの構築に要するコストを国民全体で負担する覚悟が求められていると思います。

50歳代の意見・感想

◆個々人での備えはもちろんのこと、今後は地域での取り組みが重要課題になってくると思います。

◆従来災害に対しては3日間の食料の備えがあればよいと思っていましたが、1週間以上の備蓄が必要ではないかと感じました。

60歳以上の意見・感想

◆放射性物質による汚染災害については、備えや対応をどのように行ったらよいのか、分からないことばかりです。

◆わが家では、3月11日を「震災の日」として、毎年この日に防災グッズを見直し、入れ替えや補充をすることにしました。

Ⅱ 企業の備えと対応について

29歳以下の意見・感想

◆電力・交通機関など国民生活に密接するインフラ関連企業は災害対策をじっくりシミュレーションしてほしいと思います。

◆企業には、職場環境や設備などで従業員が危険にさらされることを予防し、また非常時の指揮系統を明確にしておいてもらいたいと感じます。

30歳代の意見・感想

◆今回の震災体験を教訓として、次につなげる情報共有が必要です。過去に阪神・淡路大震災を経験した人の判断・対策は何よりも役に立ちました。

◆新興企業や中小企業では、防災・減災対策にリソースを割くことは難しいケースも多いと思います。各社個別の取り組みにとどまらず、近隣の複数企業が協力するなどの効率的・効果的な災害への備えのモデルケースづくりなど、行政の役割も重要だと思います。

◆東京一極集中は速やかに是正すべきです。地方都市に業務や従業員を分散化することによって、危機管理を前進させるべきだと考えます。

40歳代の意見・感想

◆企業の災害への備えを、第三者機関が評価・認定する制度・仕組みを早急に整備するべきだと思います。

50歳代の意見・感想

◆会社のBCP（事業継続計画）策定に携わっていますが、今回の震災により、地震の規模や放射能など、想定する災害を根底から見直し、再構築する必要が生じました。企業としてどのような災害を想定しBCPを描くべきか、指針がほしいと感じています。

60歳以上の意見・感想

◆地域社会・地域住民の安全確保に努力してほしいと思います。

◆緊急時に必要な商品について品不足が起きないように対策、また災害時に従業員がボランティア活動に積極的に参加できるような環境整備を希望します。

（文責 主任研究員 小寺隆夫）

企業と生活者懇談会

	開催日	開催地	協力企業
第164回	2011年9月21日	神奈川県横浜市	日清オイリオグループ 横浜磯子事業場
第165回	2011年9月28日	和歌山県和歌山市	花王 花王エコラボミュージアム

■第164回（神奈川 2011年9月21日）

日清オイリオグループ株式会社 横浜磯子事業場

2011年9月21日、横浜市磯子区の日清オイリオグループ横浜磯子事業場で、「企業と生活者懇談会」を開催し、社会広聴会員23名が参加しました。同社および横浜磯子事業場の概要の説明を受けた後、同事業場を見学し、午後は質疑懇談を行いました。日清オイリオグループから、高柳利明執行役員・横浜磯子事業場長、青山敏明執行役員（商品開発室、品質保証室担当）、横浜磯子工場の佐藤将祐副工場長、CSR推進室の内田英男室長、小林和昭主管、保坂正俊品質保証室長、広報・IR部の星野康子部長、松浦謙司リーダーが出席しました。

日清オイリオグループからの説明

■日清オイリオグループの概要

日清オイリオグループは、1907年（明治40年）、中国（当時は清）の大連に工場を設け、日清豆粕製造として創業しました。満州大豆を搾りその粕を肥料として販売する事業からスタート。その後、食用油の需要拡大を見越して社名を日清製油に改め、1924年（大正13年）には日本で最初の国産サラダ油である日清サラダ油を発売しました。グループ会社の経営統合などを経て、現在は日清オイリオグループとなっています。社名の「Oillio（オイリオ）」は、油の「Oil」と、それを反転した「lio」を組み合わせた造語です。

主力事業は、食用油やミール（飼料や肥料用途の油粕）を扱う油脂・油糧事業と、業務用マーガリン、チョコ

コレート油脂などを展開する加工油脂事業の2つで、合わせて売上の9割強を占めます。その他、中国での油脂・油糧事業、大豆食品素材事業、ヘルシーフーズ事業、化粧品原料や潤滑油などを扱うファインケミカル事業を成長事業と位置付けています。

■横浜磯子事業場の概要

国内には、横浜磯子事業場、名古屋工場、堺事業場、水島工場の4つの製造拠点があります。横浜磯子事業場は、大豆、菜種の搾油から精製、パッキングまで一貫して行っており、一貫型製油工場としては世界最大級の規模です。食用油、ミール、マーガリン以外にも、化粧品原料、大豆たん白などの様々な製品を生産しています。協力会社を含め、およそ1000人の従業員が働いています。



横浜磯子事業場について説明する高柳執行役員

■食用油の製造工程

原料のほとんどは、世界各地から輸入しています。大型船で運ばれてきた菜種、大豆などは、専用埠頭から荷揚げされ、サイロで品種別に保管、コンピュータ制御によって順次製造工程に送られます。

まずクキ・サヤなどを抜き、細かく砕き、押しつぶします。次に、油分が多い菜種は圧搾機で圧力をかけ

て油を搾り出した後、残りの油分を無駄なく抽出します。大豆は油分が少ないので、圧搾せず直接抽出機にかけます。

こうして得られた原油は、様々な精製を経て食用油になります。まず遠心分離器で不純物を取り除きます。次の脱色工程で濾過器に通すと、濃い色をしていた油は薄くなります。サラダ油はこの後に脱ロウ工程を伴います。仕上げは脱臭です。できた食用油は、厳しい品質検査を経てパッキングされます。

見学の様子

■横浜磯子事業場

圧搾・抽出工程の建屋に入り、中央監視室であらためて製造プロセスの説明を受けました。同工程は完全に機械化され、計5名の少人数が交代で中央監視室から遠隔管理し24時間連続運転しているそうです。菜種1キログラムを圧搾し搾り取ることで得られる油は約400グラム。重さにして半分以上が残りますが、そのミールも家畜飼料や園芸用肥料の原料として販売されていきます。場内に漂う香ばしい匂いから、食用油工場であることを実感しました。

続いて専用埠頭へ。輸入船は停泊していませんでしたが、大掛かりな荷揚げの様子は、高さ38メートルのサイロが並び立つ光景と、「アンローダーやコンベヤーを使っても2～3日を要する」という説明から想像できました。最後に、食用油のパッキング工程を見て見学を終えました。



工場で原料や製造工程の説明を受ける参加者の皆さん

懇談会の概要

- Q. 食用油にはいろいろな種類がありますが、どれが好まれていますか。
- A. 家庭用食用油市場の商品種類別の構成比の推移を

見ると、1990年代半ばまでは、大豆・菜種をブレンドしたサラダ油が9割以上を占めていました。それが92年の「日清キャノーラ油」の発売などを受けて大きく変化し、現在ではキャノーラ油（菜種油）が市場の7割以上を占めるに至っています。オリーブオイルの伸長も近年の特徴です。

- Q. 製造工程での独自の工夫があれば教えてください。
- A. 食用油のサイズは、400グラム、1キログラムといった重さの単位で表示しています。リットル表示ではありません。油が温度によって体積が変わりやすいためです。この性質ゆえ容器いっぱい油を詰められず、空気中の酸素で油が酸化してしまうおそれがあります。これを防ぐのが、日清オイリオグループ独自の「酸化ブロック製法」です。油を充填するときに容器の酸素を追い出し、窒素ガスを充填して酸素濃度を大きく下げ、鮮度を長持ちさせます。

- Q. 食用油について健康の観点から教えてください。
- A. 油脂とは、「グリセロールに、3つの脂肪酸が結合したもの」です。天然の油の95%以上がその形です。油脂を構成する脂肪酸は、飽和脂肪酸と不飽和脂肪酸の2種類です。飽和脂肪酸が多いと結晶になりやすく、常温では固体になります。一方、オレイン酸をはじめとする不飽和脂肪酸が多いと曲がって不揃いとなるため結晶化しにくく、一般に常温で液体です。液体である植物油には、不飽和脂肪酸—オレイン酸など体にとって必要な成分が多く含まれています。

脂肪酸は、炭素などがつながった鎖のようなものです。普通のサラダ油は炭素など18個が連なった長鎖脂肪酸です。一方、ココナッツやパームに含まれる長さが半分程度の中鎖脂肪酸というものが、昔から未熟児の栄養補給にも使われていました。「日清ヘルシーリセッタ」は、この中鎖脂肪酸を含み、その性質を利用した商品です。普通の油は十二指腸で初めて分解されリンパ管、血管を巡り体の隅々に貯蔵されます。一方、中鎖脂肪酸は胃で分解されるためタンパク質、糖と同じ経路を通り直接肝臓に運ばれエネルギーとして燃やされるので、脂肪蓄積が抑制されます。

Q. 原料の安全性確保に向けた取り組み、特に残留農薬や遺伝子組み換え原料のチェック体制を教えてください。

A. 残留農薬については、原料を信頼のおける取引先から仕入れており、検疫所、植物油協会そして私ども企業がそれぞれの角度から定期的に分析・確認を行っています。

遺伝子組み換え作物ですが、搾油用の大豆、菜種は「不分別」というカテゴリーに属し、組み換えと非組み換えとは分けて流通されておりません。なお、遺伝子を組み換えるとタンパク質や遺伝子そのものは変わりますが、油にはタンパク質や遺伝子は含まれず、分析では成分に差が無く、組み換えかどうかを判別することはできません。



質疑懇談の様子

Q. 環境配慮に向けた取り組みを教えてください。

A. 具体的な目標を掲げて環境管理を推進しています。例えば、生産部門では、生産工程の廃棄物ゼロを目指し、2010年度、再資源化率99.8%を達成しています。二酸化炭素（CO₂）総排出量も、ガスコージェネレーションシステムの導入をはじめとする取り組みにより、「90年度比92%に改善」との目標を、大きく上回る実績を達成しています。環境保全に関する社会貢献活動にも取り組んでいます。横浜磯子事業場従業員のボランティア活動では、工場の枠を飛び越え、周辺工場の環境部門の方たちと一緒に、金沢八景の海の保全を目指すアマモ移植活動に参加・協力しています。

Q. フライに使う油は何回くらいまで使えますか。

A. 揚げ種から出てくる成分や水分などによっても違ってきます。お客様窓口では「一般的に3、4回」

とお答えしていますが、においが感じられるようになったらすぐに取り替えることをお勧めします。

Q. グローバル展開について教えてください。

A. 中国・台湾には生産拠点が、食用油、ミール、加工油脂を販売しています。マレーシアではパーム油を原料にチョコレート用油脂などを生産し、ロシア、ヨーロッパなどに輸出しています。スペインには化粧品原料の製造工場があります。その他、介護食品のアジアでの販売など、海外事業を積極的に展開しています。

参加者からの感想

◆様々な質問に対して分かりやすいご説明・ご回答をいただきました。製品づくり、CSRなどのご説明から日清オイリオグループの姿を肌で感じることができました。

◆食用油の特性や健康オイルの仕組みが、よく理解できました。

◆水質汚染物質の削減、大気汚染物質の削減・監視など環境に配慮する取り組みを推進していると聞き、近所に住んでいる者としてとても安心しました。

◆参加された日清オイリオグループの方々全員が、笑顔で対応してくださりうれしかったです。企業ロゴマークは笑顔をイメージしているそうですが、社員の方々の対応にも理念が表れていると思いました。

■日清オイリオグループ ご担当者より

社会広聴会員の皆さまからの貴重なご意見、ご質問、そして温かな励ましのお言葉を、今後の事業・CSR活動に活かしたいと考えております。身近な食品を扱う企業として、今後も生活者の皆さまとのコミュニケーションの機会を大切にしていまいります。

（文責 主任研究員 小寺隆夫）

■第165回(和歌山 2011年9月28日)

花王株式会社 花王エコラボミュージアム

2011年9月28日、和歌山県和歌山市の花王和歌山工場で、「企業と生活者懇談会」を開催しました。参加した22名の生活者は、花王および和歌山工場の概要について説明を受けた後、花王エコラボミュージアムと和歌山工場を見学。続いて質疑懇談を行いました。

花王から、花王エコラボミュージアムの川俣章館長、繁田明室長、和歌山工場地区サービスセンターの小林英司課長、細川利男課長代理、平野資明氏、サステナビリティ推進部の横見瀬薫課長、生活者コミュニケーションセンターの金谷郁穂子室長、広報部の坂倉隆仁部長、塩澤聡グループリーダーが出席しました。

花王からの説明

■花王について

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3万5000人の従業員が働き、1兆1868億円（2010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、プレミアムスキンケア製品）、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）、ファブリック＆ホームケア事業（衣料用洗剤、台所用洗剤）、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（カネボウ化粧品）、豊橋、和歌山、愛媛の9つの工場があります。

■和歌山工場について

和歌山工場は、主に衣料用洗剤、シャンプー、リンス、その他工業用製品などを年間約79万トン（2010年度）製造する基幹工場で、約1700名が働いています。約42万5千平方メートルの広い敷地をもち、北側に生産設備が、南側に研究施設が配置され、原料を積載した船が着く工場専用の埠頭もあります。

船で運ばれてきたヤシ油などを原料に、まず脂肪酸、グリセリン、脂肪エステルなどを製造し、これを元に界面活性剤をはじめとする油脂誘導体を生産します。一部はそのまま産業用として販売されますが、さらにこれらを原料として家庭用の洗剤などを作ります。原料加工の川上から最終製品の川下までを、一貫で生産をしているのが和歌山工場の特徴です。

■花王エコラボミュージアムについて

花王は、経営の根幹にエコロジーを据え2009年（平成21年）に「環境宣言」を発表し、併せて「2020年中期目標（2005年を基準にCO₂を35%削減、水は30%削減するなど）」を設定しました。この目標達成を目指し、「モノづくり」でエコロジー経営を具現化するために、ここ和歌山工場内に花王エコテクノロジーリサーチセンター（ETRC）を今年（2011年）6月に新設しました。和歌山は次世代環境技術を研究するのにふさわしい場所です。何より緑豊かです。また、南方熊楠という日本で初めてエコロジー思想を紹介した大学者が和歌山県出身ということをご存知でしょうか。

ご見学いただく花王エコラボミュージアムは、ETRCの1階にあります。ここでは、花王が、環境配慮のためにどのような“モノづくり”をしているかを、原料調達、製造、運搬、使用そして廃棄に至る製品ライフサイクルの順でご紹介しています。毎日ご利用されているお客様のご協力が、花王製品の環境負荷軽減に欠かせません。花王が“いっしょにeco”というテーマでご提案している、毎日の暮らしの中でできるエコについても、併せてご理解いただければ幸いです。



花王エコラボミュージアムについて説明する川俣館長

見学の様子

■花王エコラボミュージアム

広く高いスペースに、実物やカラフルな造形を多用した展示は、どれも分かりやすく印象的です。

「花王のエコデザイン」のコーナーでは、製品のライフサイクル—原材料選択、工場での製造、店頭への運搬、家庭での使用、ゴミとして廃棄に至るまで—の各段階で発生するCO₂排出量が造形されています。家庭で製品を使うところとゴミを出すところでライフサイクル全体のCO₂排出量のおよそ65%までを占めることを、すぐ理解できました。

「ゴミに出すときのエコ」のコーナーでは、同じ洗濯回数を持つ、従来型洗剤、コンパクト化洗剤、詰め替え品の3種の使用後容器が積んであります。参加者一同、頭上はるか高く積み上がった従来品本品を見上げ、そして足元の詰め替え品を見下ろし、ゴミ削減効果を実感しました。

エコ家事ラボのコーナーでは、従来型の液体洗剤と、すすぎが1回で済む「アタックNeo」の比較実験に参加。「アタックNeo」の泡切れと汚れ落ちのよさは一目瞭然で、参加者から驚きの声が上がりました。



洗剤のコンパクト化と詰め替え用製品によるゴミ削減効果を実感

■植物バイオマス研究棟

続いて見学した植物バイオマス研究棟は、油脂原料となる植物を育成し、その生態を研究するETRCの一施設です。ココヤシやアブラヤシなど油の原料になる植物、薬や香料として使われる植物など全部で60種類もの植物が植えられています。室内はココヤシの性質に合わせて27度前後に保たれているそうです。

■和歌山工場

見学の最後は、工場北側の生産エリアです。広い場内に生産設備が整然と並び、その間をたくさんのパイプラインが張り巡らされています。すべてをつなげると「和歌山—東京3往復分」になる長さだそうです。ヘアキャップをかぶり、クリーナーで体の埃を除去して入場した衣料用洗剤、食器用洗剤の充填ラインは、ほとんどが自動化されています。機械音が響く清潔な場内で、身近な商品が次々とできあがっていく様子を見学しました。

充填ラインの見学後、バスは、和歌山工場のシンボル—工場を南北に貫く美しい松林に沿って走り始めました。約380年前、初代紀州藩主の徳川頼宣公が造成した防潮林です。従業員が定期的に消毒などの手入れをし、大切に守っているそうです。

懇談会の概要

Q. 原材料にかかわるエコの取り組みを教えてください。

A. 原材料として、パーム、ヤシなどのCO₂の発生が少ない天然系の原料を主に使っています。これらの原料を、環境を壊さず、生物多様性にも配慮した形で調達できるように「持続可能なパーム油の円卓会議（RSPO）」に加盟しています。

ただ、パーム、ヤシは食べられる植物なので、食料需要とバッティングします。そこで現在、食べない植物を油脂原料に使うための研究に注力しています。植物バイオマス研究棟で見ていただいたヤトロファという植物は人間は食べません。しかも荒地でも育ちます。畑にできないところで育つ油脂を生産できれば、食べ物とバッティングせずに原料を調達供給できます。

Q. “モノづくり”における環境配慮の工夫を教えてください。

A. 素材の技術開発が重要なポイントになります。今日、環境性能を実感していただいた「アタックNeo」の成分であるアクアW（ダブル）ライザーもその大きな成果です。

家庭用商品以外では、ケミカル事業部のコピー・プリンター用のトナーバインダーが挙げられます。コピー機などは、中のドラムを熱して糊の役割をするトナーバインダーを溶かして顔料を紙に付着

させるという仕組みで機能します。トナーバインダーが溶ける温度を下げれば、ドラムをあまり熱する必要がなくなり、電気の大きな節約になります。花王は、低温定着トナーバインダーを開発しコピー機などの電力消費などの低減にも寄与しています。

Q. 洗剤は化学製品ですが、消費期限はありますか。

A. 法律などの定めはありません。化粧品では薬事法で「特別な表示がない場合は未開封で3年以内」と決められているので、これに準じて使い切っていただければと思います。なお、3年経ったからといってすぐに劣化するわけではありません。

ただし、粉末タイプの洗剤は水に溶けやすく作っているので、湿気を吸って固まってしまうことがあります。ビニール袋にくるんでの保管をお勧めします。



懇談会の様子

Q. 新しい洗剤の洗濯排水の環境負荷は、従来品と比べていかがでしょうか。

A. 基本構造は従来品も新製品も同等ですし、実験で生分解性（微生物によって分解される性質）を確認しています。新製品の開発時には、必ず環境影響に関する試験をし、以前より悪くなるようであれば商品化しません。

Q. 昔、企業は、「安全や環境にお金を使うともうからない」と、この分野に無関心でした。花王の環境配慮への積極的な取り組みは利潤のためですか、それとも環境保全を本当に大事だと考えて注力しているのか、どちらですか。

A. 現在金融界には、社会的責任投資といって、企業を利益水準だけではなく環境への取り組みも併せて評価する動きがあります。花王の株式は、環境への取り組みが認められ、複数の社会的責任投資指標の組入対象に選ばれていますが、環境に配慮しない会社は資金調達に不利となり、グローバルな事業展開が難しくなるのが、今日の企業の置かれた現実です。

もちろん投資家からの評価とは別に、環境に取り組んでいきたいという思いは強いです。見学いただいたエコラボミュージアムの真上では、まさにそうした研究に取り組んでいます。花王のこれからを楽しみにしていただきたいと思います。

参加者からの感想

◆新たな油脂原料として荒地でも栽培可能な植物を研究されているとのこと、ぜひ頑張ってください。明日は「1回すぎ」に挑戦します。

◆洗剤の高性能化、コンパクト化、容器の使いやすさ向上などの様々な工夫は、「よきモノづくり」の精神の表れと感心しました。

◆工場が整理整頓されすっきりしていること、あらゆるところにエコ精神が溢れていることに驚きました。

◆花王の環境配慮への姿勢・取り組みは地球環境のためにも大事なことだと思います。そしてこうした取り組みが利潤を生む源になるのではないのでしょうか。“いっしょにeco” 私たち消費者にとっても大事なことと思いました。

■花王 ご担当者より

このたびはご来社いただきまして、ありがとうございました。和歌山工場と花王エコラボミュージアムをご見学され、弊社の環境への取り組みをご理解いただけたと思います。また環境に配慮した製品作りや安全対策などについて、有意義な意見交換をさせていただき、感謝しています。皆さまの貴重なご意見は、今後の事業活動に生かしていきます。

（文責 主任研究員 小寺隆夫）

講演会 「市町村合併と道州制 ～行政区の広域化と危機対応～」

経済広報センターでは2008年度より道州制の国民的議論の活性化を目的に全国各地で講演会を開催しています。2011年10月13日、盛岡市内で青山学院大学経済学部西川雅史教授による講演会を開催し、社会広聴会員などが参加しました。



■講師プロフィール

青山学院大学 経済学部教授
西川 雅史 氏（にしかわ まさし）

1970年 東京都生まれ
1999年 法政大学大学院卒業
専攻は公共選択論、地方財政、地域経済論
1999年 郵政省郵政研究所担当研究官
2001年 埼玉大学経済学部専任講師
2004年 埼玉大学経済学部助教授
2008年 青山学院大学経済学部准教授
2011年より現職

2001年に国土交通省非常勤研究官、2004年から総務省「地方分権基本問題研究会」委員、2005年から埼玉県市町村合併推進審議会委員、2009年東京都税制調査会委員、2009年政策投資銀行「地域活性化研究会」委員。
2005年から国土交通省研修所にて毎年財政学の講師を務める。
そのほか、2006～2007年財務省「地方財政のあり方等に関する研究会」委員。
2007年日本経済団体連合会「道州制検討委員会タスクフォース」メンバー。

◆わが国の財政状況とグローバル化への対応

わが国の財政は、45兆円の税収に対して、歳出は100兆円（補正予算含む）規模に達しており、歳出削減だけではどうにもならないレベルです。公共事業は1990年代半ばには歳出が80兆円規模に対して公共事業は12兆円規模でしたが、今年度（2011年度）の予算では、公共事業は教育や科学に関する支出である文教費よりも少ない6兆円規模となっています。もはや露骨に削れるところを削ってどうにかできるような、歳出・歳入の開きではなく、社会保障に毎年25兆円つぎ込むわけにはいかない、つまり増税せざるを得ない、という状況です。

東京都市圏の人口は2007年時点でアジアトップであり、2025年においても3640万人とその地位を保っていますが、大阪は8位から12位、名古屋では40位から66位、仙台は71位から100位以下となります。人口が集積していると公共サービスが安価に提供できるので、今後、大阪、名古屋、仙台など多くの都市での人口減少は世界から見るとわが国の魅力が相対的に低下する面もあるのではないかと考えています。個別の市町村や個別の県だけでグローバル競争に立ち向かっていくことはできませんが、大きな範囲で枠をくくり直せば、真に必要な投資にメリハリを付けて集中投下することができます。

◆震災がもたらしたもの

東日本大震災に対し、岩手県大槌町長は「人口減時代を30年先取りしてしまったようだ」と言いました。震災前には1万5000人だった人口が、1万2500人、つまり83%となってしまいましたが、人

口問題研究所によると東北地方の人口が83%となるのは、わずか15年後のこと。つまり大槌町が体験している人口減は今後、東北地方が15年後に直面する人口減少です。

宮城県がまとめた市町村別のデータを用い、死者・行方不明者に、他県への避難者を加え、試算すると、被災地の多くは、5年先から10年先の人口レベルになっています。今回の震災は道路や鉄道などインフラの被害は大きかったのですが、人的な被害も深刻で、人口減少は5年から10年先を先取りしたことになります。

復旧・復興に総額23兆円、5年間で19兆円が投資されると報道されています。自治体や町内会の皆さんは緩やかな退潮に身を任せつつ粛々と道路などを復旧することで求心力を維持しようとしています。

これに対し、経済学者の多くは震災を機会としてとらえ、上手に集積を行い、グローバル競争に勝てるようにしていこうとの意見です。ただし取捨選択が前提なので、許容できるのか議論が必要です。例えば、宮城県知事は世界に打って出るため県内142の漁港の集積を図っていますが、漁協関係者は大反対です。岩手県は111の漁港をトータルで救っていくという方向に動いているようです。

また、合併前の旧役場を支庁舎としてそのまま残しているところがありますが、今後は派出所レベルまで機能を絞っていくか、あるいは、この支庁舎は農業委員会、別の支庁舎は教育委員会というように機能ごとに分化していくなど、旧役場の統廃合はやらねばなりません。5年や10年で人の意識は変わらないかもしれませんが、自治体のインフラ整備の取捨選択をスムーズに進めるための潤滑油になるかもしれない、と思います。

災害対応の点でも、自治体の広域化によって利害を共有する仲間である同じ行政区の中で互いに機能を補完し合うだけでなく、同じ自治体の中に無傷の仲間がいれば背後から支援することが可能となります。大きいということで災害に対するバッファーとなり抵抗力と成り得ます。

◆道州制の理論的效果

経済学者は合併・分権に5点の理論的な効果を挙げています。まず、第一に、地方自治体の財政的自立。わが国では地方交付税として、長らく18～20

兆円を毎年配っていました。これを47都道府県と3200の市町村が陳情合戦に來ます。陳情がなくても配られる共有財源をわざわざ取り合うのはもったいないという感覚を持っていました。

第二に、地方自治体の財政的・行政的な裁量の拡充。国からとやかと言われるより、彼らが自分たちで決めた方がよいという議論です。

第三に善政競争。各地方自治体はより良いサービスを提供し、より高額所得者を集めようとし、ます。「足による投票」、つまり引越すことでいい自治体を選んでいくという現象が起きてきています。

第四に合併による規模の経済。

第五に創造的抵抗体としての意義。分権すると思いい切ったことをする自治体が出てきますが、失敗すれば国がサポートし、うまくいったら全国に広げればいい、つまり小さな自治体に試行実験体になってもらいます。これは特区制度を導入せずとも権限や財源を移譲すれば必然的に起きる流れだと思います。

◆官治制度への不満と公的機関の信用失墜

わが国では1888年に市制・町村制、1890年に府県制が始まりましたが、戦前は国の力が強く、官治の時代が続きました。1950年、地方自治体にも権限が与えられましたが、機関委任事務といって、都道府県レベルでは約8割、市町村レベルでも半分くらいが国から委任された仕事でした。国が定めたことに関する窓口として機能する国主導の時代です。その後2000年の地方分権一括法で地方自治体は財政的にも行政的にもパワーアップし、ここからが本当の意味での分権になっていくと思います。

これまで住民は、市役所の人に文句を言っても「それは国が決めたことだから、私たちは分からない」と言われましたが、国から地方へと権限が移ると、そうした言い訳ができず何とかしなければならなくなります。国が行っていると仕方ないと思ってしまうますが、市で行って失敗しているなら自治会でやらなければ、となるかもしれません。実際に90年代から原子力発電所や米軍基地問題など行政の隠蔽体質が明らかとなり行政の権威が失墜したため、住民投票など住民参加の種がまかれました。国土交通省が採用したパブリックインボルブメントでは、事前に住民を巻き込み意見を聴く機会を設けています。

また賛否両論ありますが、2000年以降、平日の日中でも住民自治を担い得る元気な高齢者がたくさん出てきています。

◆市町村合併と社会の変容

私の世代は子どものころ、田舎があっとお盆に新幹線で帰っていました。私たちの子どもの世代はもう東北地方に帰る家はありません。基盤になる国の姿が変わり、関東と東北の関係が断絶しています。

今回の市町村合併は財政的な効果が目的でした。人口が500人くらいの自治体は1人当たりに年間525万円の支出が必要ですが、人口1万人になれば1人当たり100万円、人口が2万人を超えてくると1人当たり20万円くらいで行政サービスが行えます。合併によって行政区界をなくすだけでは、もちろんコストは下がらず、役場の統廃合など選択と集中が前提となります。

今回の市町村合併で削減できるかも知れない額を試算してみると、例えば秋田県では1年間当たり417億円となります。これは秋田県の歳入6722億円の約6%で、これを国に返さず秋田県にとどめおくことができれば、法人事業税をゼロにすることもできますし、いくつかの県で何年分か集めればすぐ1兆円となり、新幹線を自前で造るなど公共事業投資の可能性もあります。金額から見た市町村合併が生み出し得る変化です。社会が変容し、市町村レベルでこれだけ変化が起きているにもかかわらず都道府県は自分たちの統治の在り方を既存のまま変化させようとしていないところが問題です。

◆市町村合併がもたらした地域間格差という問題

政令指定都市、中核市、特例市、これら強い権限を与えられた自治体は1700のうち100を超え、そこに住む人口は3000万人と日本の人口の25%以上は、もはや大都市住民となりました。一方、弱くても面積の大きな自治体は合併できず残されています。依然として弱いところが残されつつ強くなった自治体が増えた結果、介護保険料や乳幼児医療費助成制度も差がつくなど格差は広がっています。ただし、格差を是正する方向には進んでいません。東京都は1300万人と総人口の1割超、地方交付税不交付団体に居住する人口は3500万人です。弱い地域



を救えという声はここからは上がってきません。

地域間格差が拡大しつつも、強い地域に住む人が多く、格差を是正する力は縮小していますが、各地域は財政的自立へ向けた準備が必要です。それはグローバル競争に向けた対応や人口減少ともリンクしています。町村が市になることで権限が移譲されダイエツできた県が、産業政策強化のために隣県と手を携えるだけでなく、もう一歩踏み込んで、地域性を醸成するための手段として都道府県合併あるいは道州制を真剣に考えるべきです。

◆自治体統治の在り方

国から、これだけ権限が下りてくると皆さんはもっと地域の役所を監視しなければなりません。国民としてではなく、地域住民としての立ち居振る舞いが重要です。今は財政健全化法で国が地方自治体を監視していますが、これは中央集権の発想であり住民がもっと地方自治体の財政状況に関心を持っていたきたい。また監査員制度、外部監査制度が強化されつつありますが、ぜひこうした制度を利用し自治体は良くなってほしいと思います。そして最終的には、選挙こそ住民による監視の原理として意味を持たせていただきたいと思います。

福島県矢祭町が議員報酬を日当制にしました。埼玉県志木市では市民委員会が予算案を策定し、市役所の予算案と比較するスタイルを採用しています。この2つのスタイルは退職者や高額所得者、地元の名士、商工会議所の方など特定の属性を市民代表としてしまう危険性があるものの、地方分権・住民参加の理念はもっと増やすべきです。その市民代表の方には自分たちと属性の違うサイレントマジョリティーに目配りして発言してもらいたいと思います。

(文責 主任研究員 那須 寿)

経済広報センターニュース

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。

○災害への備えと対応に関するアンケート（2011年10月調査結果発表）

2011年11月3日 経団連タイムス 第3062号 4面 「『災害への備えと対応に関する調査』結果発表 ～4人に3人が企業の被災地支援活動の取り組み評価」

2012年1月号 『広報会議』（宣伝会議 発行）118頁
「4人に3人が、企業は被災地支援活動によく取り組んでいると評価 ～『災害への備えと対応に関する意識・実態調査』の結果から～」

○ボランティアに関するアンケート（2011年7月調査結果発表）

2011年8月26日 日本経済新聞 朝刊 1面
「しごと再考（5）＝広がるボランティア 支援経験 現場で生かす」

2011年9月31日 経団連タイムス 第3053号 8面
「経済広報センターが『ボランティア活動に関する意識・実態調査』結果発表」

2011年11月号 『広報会議』（宣伝会議 発行）118頁
「東日本大震災により67%がボランティア活動への意識が高まる」

2011年11月23日 日刊工業新聞 朝刊 16面 「変わる企業ボランティア」

○第14回 生活者の「企業観」に関するアンケート（2011年3月調査結果発表）

2011年3月31日 日本経団連タイムス 第3037号 4面
「『第14回生活者の「企業観」に関するアンケート』調査結果発表 企業に対する信頼度アップ」

2011年6月号 『広報会議』（宣伝会議 発行）134頁
「企業への信頼感は51% ～前回より3ポイント増、否定的評価を40ポイント上回る～」

2011年7月27日 日本経済新聞 朝刊 19面 「大機小機 消費者意識と投資家意識」

2011年11月21日 フジサンケイビジネスアイ 朝刊 12面 「『社会的責任』担う企業の『窓』」

TOTO株式会社「ステークホルダーダイアログ2011」を開催

2011年10月18日、TOTOは、「ステークホルダーダイアログ2011」を東京で開催しました。社会広聴会員など21名が参加しました。

ショールームで参加者は、使いやすさや快適さの向上とともに、環境負荷の低減に努めた「キッチン」「レストルーム」「浴室」「洗面所」の水まわり商品を見学したほか、環境活動をさらに劇的に加速させる「TOTO GREEN CHALLENGE」の取り組みについて説明を受けました。その後、「TOTOどんぐりの森づくり」「TOTO水環境基金」「グローバルな社会貢献活動」「身近な社会貢献活動」の4つのテーマについて、それぞれ5～6名のグループに分かれて話し合い、その結果を発表しました。参加者から、TOTOらしい環境コミュニケーションのあり方や水環境基金における分かりやすい目標設定の必要性が提案されるなど活発な意見交換の場となりました。



意見交換の様子



ショールーム見学の様子

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

ネットワーク通信 2011 No.48 秋号 を読んで

「ボランティア活動に関するアンケート」について

- ボランティア活動に参加したい人が8割を超えているのは素晴らしいことだと思いました。一方、ボランティア休暇などの企業の支援施策は、まだ不足気味だと感じています。（30代・女性・神奈川県）
- 地域コミュニティの連携が良い時代は相互扶助の精神が生きていましたので、地方出身の私は、都市でのボランティアに関する行政主導の考え方に違和感がありました。しかし、最近では地方でも地域の連携が薄れてきたようです。
今回の調査からは、適切な情報提供や活動の場さえあれば、間違いなくボランティア活動が盛んになるであろうことがうかがえます。従来と違い、個人の自然発生的な善意のみに委ねるのではなく、企業の積極的な支援策や自治体などの情報提供が有効な手段になることを実感しました。（60代・男性・神奈川県）
- ボランティア活動に関して多面的な視点でとらえた調査報告となっていて、興味深く読むことができました。（50代・男性・東京都）
- リタイアされた60歳以上の方がボランティアの主たる担い手であること、活動の場は地域コミュニティであることがよく理解できました。（60代・男性・埼玉県）
- 東北での災害ボランティアに参加し、多くのことを感じてきました。被災地の方々が直面する状況の厳しさは想像以上でしたが、私たちボランティアに対して、気丈に明るく接してくださいました。被災者の皆さんが普通の生活に戻るまで、支援を継続していく必要があると思います。（60代・男性・静岡県）
- 様々なボランティア活動を経験しているので、大変

興味を持ってアンケート結果を読むことができました。ボランティアといえども勝手に休んだりすることは許されないの、毎日の生活が充実しています。（80代・女性・愛知県）

- 「ボランティア活動のきっかけ」として「会社のプログラムや職場での呼び掛け」を挙げた回答の割合が、11%と意外と少なかったです。企業は、もう少し積極的に取り組むべきだと思います。（60代・男性・京都府）
- ボランティア活動に参加することは、民主主義を支える良識ある市民であることを意味すると思います。参加すれば、おそらく100%に近い人が「参加して良かった」と思うはずですから、いかに多くの人に最初の一步を踏み出してもらうかが重要です。私が勤めていた外資系企業ではリーダーのボランティア活動は義務でした。企業はそうした文化の醸成に努め、自治体は活動への参加呼び掛けを継続してほしいと思います。（60代・男性・東京都）
- 「40歳代の意見・感想」にあった「貴重な休暇をつぶしてまで活動を行う余裕はない」「有給休暇も消化できていないのに、ボランティア休暇など制度整備のみで貢献したふりをするのは良くない」に、同感です。（30代・女性・埼玉県）
- やはり20～40歳代の働き盛りの年代は、仕事とボランティア活動の両立が難しいとの実態が分かりました。60代を中心としたシルバー世代のボランティア活動の機会や場を増やしたり広報することは重要だと思います。60代半ばの私も、完全にリタイアした後はぜひ参加したいと思っています。この年代は時間も十分ありますし、豊富な社会経験も生かせると思います。（60代・男性・埼玉県）
- 60歳以上の世代の47%もの方々が現在ボランティア活動をされているという事実には驚きました。退職し、あるいは子育ても終わり時間的な余裕があるためでしょう。豊富な人生経験も、ボランティア活動に生かされているのだらうと思いました。（30代・女性・山梨県）

「企業と生活者懇談会」について

- 大阪ガスの実験集合住宅NEXT21に興味を持ちました。様々な実験成果も含めて、もっと広く一般に広報されてはどうかと思います。（40代・女性・大阪府）
- 天然ガスの利用拡大の必要性を感じました。（60代・男性・東京都）
- 大阪ガスの、節電・省エネルギーのヒントのなかで、ガスコンロの活用が参考になりました。魚用グリルで唐揚げを温め直したり、トーストを焼いたりというのは考えてもみなかったです。（40代・女性・福岡県）
- 大阪ガスが、暮らし方まで視野に入れて研究開発を進めていることに驚きました。（40代・男性・岩手県）
- ガス会社の発電能力、省エネルギー技術などを積極的に活用することを考えるべきだと思いました。（70代・男性・東京都）
- 防災・減災対策に真剣に取り組んでいる大阪ガスの姿勢は、とても好ましく感じました。（50代・女性・三重県）
- 大阪ガスのNEXT21に興味がありました。また、東日本大震災での、ガス会社の“オールジャパン”態勢での被災地の都市ガス復旧活動には感動しました。（50代・男性・福岡県）
- 大阪ガスが、NEXT21で地域コミュニティをも実証研究の対象としているのを頼もしく感じました。（50代・女性・大阪府）
- 大阪ガスは、阪神・淡路大震災をきっかけとして、実に様々な災害対応に取り組んできたのだと、感心しました。今回の東日本大震災では、節電や省エネについてあらためて考えさせられました。（30代・女性・埼玉県）
- 大阪ガスが、発電と電力の供給・販売事業を行っていることを初めて知りました。住まいや省エネ技術についても実験しているのは素晴らしいことだと思います。（60代・男性・愛知県）
- 大阪ガスのNEXT21の記事に興味深く読みました。ガス事業者でも総合的な住宅環境を研究する取り組みが行われていることに感心しました。（80代・男性・広島県）

「経団連と1%クラブの被災地支援活動」について

- 1%クラブの存在を知りませんでした。助け合いは声高に宣伝することではないかもしれませんが、もう少し広報すればよいのではと思います。（60代・男性・静岡県）
- 1%のコントリビューションを、自分にとってのベンチマークにしようと思いました。（70代・男性・神奈川県）
- 「1%クラブ」という名前は聞いたことがありましたが、経団連が設立した任意団体とまでは知りませんでした。参加企業とのパイプを生かした活動に期待します。（60代・男性・神奈川県）
- 「うるうるバック」は小分け箱詰めされており、提供先も明確なので、ボランティアにとっても被災地の方々にとっても効果・効率の高い支援策だと思いました。（30代・女性・岡山県）

ご意見・ご感想

- 「観光アイデアコンテスト」の最終審査会に参加しました。観光活性化の方法は様々だと思いました。観光で日本が元気になればと思います。（40代・男性・東京都）
- 「観光アイデアコンテスト」については、受賞したアイデアの詳細が示されるとよかったと思います。（70代・男性・東京都）
- 震災を受けて観光業の衰退が懸念されているので、こうした観光アイデアに期待したいです。（20代・女性・千葉県）
- 林宜嗣先生の説明で、道州制の必要性が理解できるように思います。（70代・男性・青森県）
- 先日「道州制」という言葉をテレビで聞いて、少しずつ広がっているんだなと感じました。東日本大震災から早く復興するには、こういうシステム（道州制）の方が正解なのかも、と思い始めました。（50代・女性・山口県）
- 道州制には以前から関心があり、賛同しています。地域連携によって真の発展を目指していく方向に賛成です。（50代・女性・大阪府）
- 「NO.48秋号」は、どの記事も震災と関連付けて読みました。（30代・女性・青森県）



表紙のことば

「人は、災害のような一刻を争う場面では、パニックになるのではなく、むしろ鈍感になる」という説があります。これは何かの間違いだろう、慌てふためくのは大人げない——そんな心理が働き、結果的に多くの人が逃げ遅れるといいます。恐ろしいのは、たとえこのことを分かっている、いざというときに速やかに避難を始めるのは極めて難しいということです。

克服するには、訓練を繰り返して身体で覚えるしかないそうです。地域や職場での防災訓練には積極的に参加したいものですね。

事務局便り



松井 幸子（後列左から2番目）

毎年、年の初めに、「今年の言葉」を友人と語り合い、その言葉を心にとどめ、過ごして？きました。とはいうものの、1カ月もたてば、すっかり忘れ、日々の生活に追われる一年。さて、今年はどんな言葉を？と思った言葉は「さりげなさ」。さりげない優しさ、心配りができる女性を目標に、一年を過ごしたいと思います。

小寺 隆夫（前列中央）

「冬号」ではありません。「新春号」です。お正月間近の発行だからです。しかし、そもそも正月を新春と呼ぶのには無理があると思います。これから一層寒くなるというのに。

どうしても新しい年を春に迎えたいのであれば、正月休みを3月1日あたりに移動するのはどうでしょうか。移行初年度は、ぜひ、1月、3月の両方をお休みとすることでお願いします。めでたさ2倍の一年になります。太りそうですけど。

那須 寿（前列左）

1キロやせるとフルマラソンで3分早くなるという説があります。例年のごとくダイエットのきっかけにしようと、来る2月26日に開催される「東京マラソン2012」に応募しましたが、残念ながら今回は東京マラソン財団は酒飲み心の味方でした。運動後のおいしいお酒と食事、これを考えると今年も「無理せず現状維持」が目標ですね。

小池 尚也（前列右）

新年あけましておめでとうございます。今年も様々な活動へのご協力をよろしくお願いします。初詣の際に神社でおみくじを引いた人も多いのではないのでしょうか。おみくじの結果が良くても悪くても、持ち帰ることでお守りになると聞きました。皆さんも身近なお守りとして持ち帰りをオススメします。

長尾 ひとみ（後列左端）

お正月といえば、皆さまは今年の目標を決められましたか。小さいころの目標は、「一輪車に乗れるようになる」など、努力して達成できることが多かったのに、いつごろからか、「絵に描いた餅」になることの方が多くなってきました。目標が複雑になったのか、昔の純粋に努力する気持ちが足りないのか。反省しつつ、今年の目標を立てたいと思います。今年が皆さまにとって幸多き一年になりますように。

高橋 美香（後列右から2番目）

毎年、家族で初詣で行きます。いつもは「あれやこれや」といろいろお願いをしてしまうので、神様に「欲が深い」と思われているかもしれませんが、今年は、昨年のいろいろな思いが渦巻き、願いはただひとつ「平穏無事に過ごせますように」。全国の皆さまが無事に過ごされますよう願わずにはられません。平穏無事が一番の幸せだと思う今日このごろです。

佐藤 亜矢子（後列右端）

数年前、幼い甥にお年玉をあげたところ、肝心の中身には知らん顔。ポチ袋だけを宝箱へしまっていました。その翌年は「コインじゃないの？」とお札にがっかり。硬貨だけをお金だと思っているようでした。ずっとこのままで……いや、お金の価値や使い方についてしっかり学び、早く成長してほしい！叔母の思いは複雑です。



発行／（財）経済広報センター

〒100-0004

東京都千代田区大手町1-3-2 経団連会館19階

TEL：03-6741-0021 FAX：03-6741-0022

発行日／2012年1月6日