

ネット ワーク 通信

社会広聴アンケート……………	1
「グローバル人材の育成に関するアンケート」調査結果	
企業と生活者懇談会……………	13
キリン(宮城)	
デンソー(愛知)	
国際戦略総合特区見学会……………	21
講演会……………	23
「社会保険料負担の増加と消費税問題 ～持続可能な社会保障システムを目指して～」	
第一生命経済研究所 首席エコノミスト 熊野 英生氏	
ご意見・ご感想……………	27
経済広報センターニュース……………	29

2014
No.57
新春号



「グローバル人材の育成に関するアンケート」 調査結果

グローバル人材育成に必要な、 日本文化・歴史の教育と情報の充実

日本企業では、事業活動の急速なグローバル化に伴い、国際的に活躍できる人材へのニーズが高まっています。経団連では、2011年6月の提言で、産業界がグローバル人材に求める素質や能力を示すとともに、そのような人材を育成するため、産学官が取り組むべき課題をまとめました。あわせて、日本人学生の海外留学を後押しするための奨学金を新設するなど、各種の具体的なプロジェクトを実施しています。

その後、政府においても、「今後10年で世界大学ランキングトップ100に10校以上ランクイン」「日本人留学生を12万人に倍増」といった目標を掲げるなど、グローバル人材の育成は、まさに国家的課題となっています。

経団連では、政府の産業競争力会議や教育再生実行会議におけるグローバル人材育成のための議論も踏まえ、あらためて追加的な取り組みや教育改革が必要な分野・課題をまとめ、2013年6月に「世界を舞台に活躍できる人づくりのために」と題し、グローバル人材の育成に向けたフォローアップ提言をいたしました。

そこで、経済広報センターは、前回（2011年度）に引き続き、グローバル人材の育成に関する意識調査を行いました。

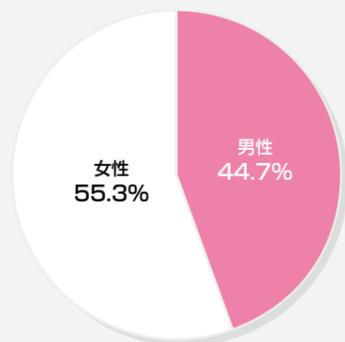
今回の調査では、グローバル人材の育成に向けて必要な取り組みとして、日本の文化・歴史に関する教育や情報の充実を挙げる人が増加していることが分かるとともに、グローバル人材育成のための教育においては、創意工夫を生かした特色ある教育や、グローバル人材に必要な教養を身に付けることの重要性を挙げる人が多いことも分かりました。

調査の概要

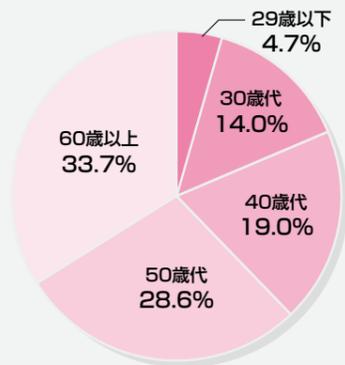
- (1) 調査名称 : グローバル人材の育成に関するアンケート
- (2) 調査対象 : eネット社会広聴会員 3127人
- (3) 調査方法 : インターネットによる回答選択方式
および自由記述方式
- (4) 調査期間 : 2013年7月25日～8月5日
- (5) 有効回答 : 1891人(60.5%)

回答者の属性

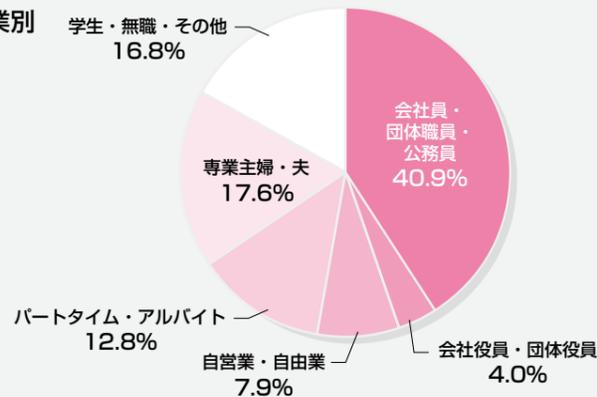
性別



世代別



職業別



就学前・就学中の子どもの有無

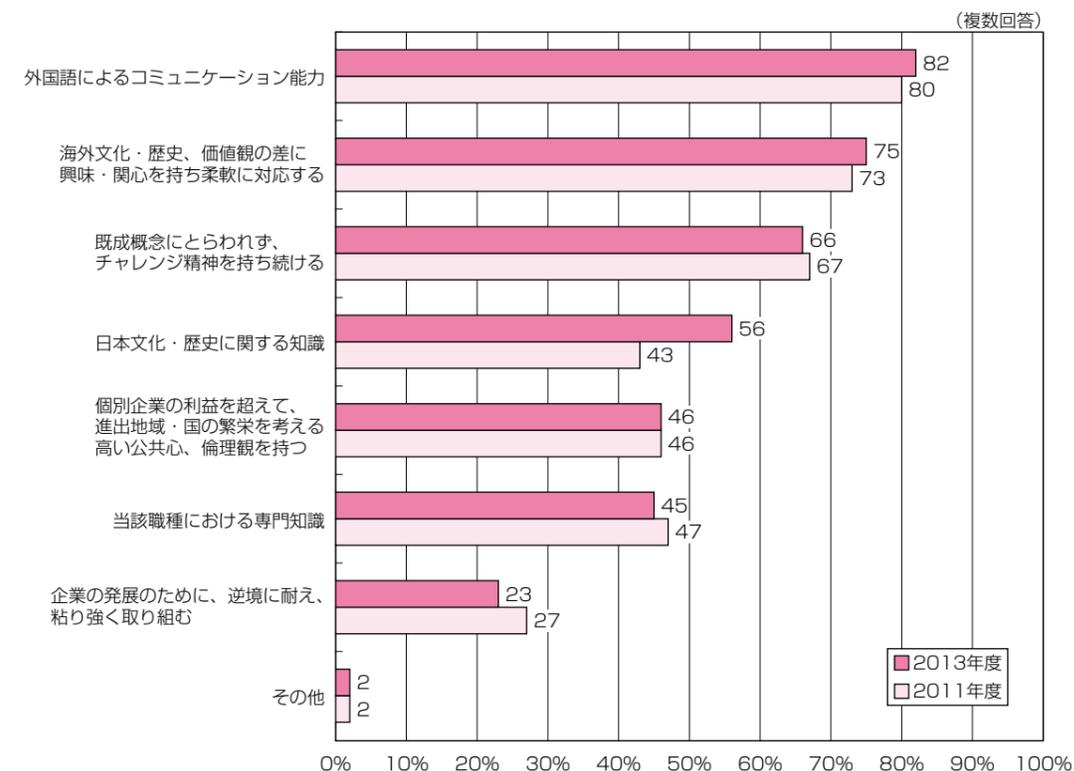
子ども有 : 33.6%
子ども無 : 66.4%

1

グローバル・ビジネスで日本人人材が持つべき 素質、知識・能力

Point 「外国語によるコミュニケーション能力」が8割を超える

年度別・全体



グローバル・ビジネスで活躍する日本人人材が持つべき素質、知識・能力を聞いたところ、第1位「外国語によるコミュニケーション能力」(82%)、第2位「海外文化・歴史、価値観の差に興味・関心を持ち柔軟に対応する」(75%)、第3位「既成概念にとらわれず、チャレンジ精神を持ち続ける」(66%)となっており、前回調査(2011年度)と上位3位までは同じで、それぞれ3分の2以上となっている。

なお、第4位の「日本文化・歴史に関する知識」は56%と前回調査より13ポイント増加している。自国の文化・歴史に関する知識を持つことの重要性が高まっているといえる。

「グローバル人材」の定義……このアンケートでは、「日本企業の事業活動のグローバル化を担い、グローバル・ビジネスで活躍する(本社の日本人および外国人材)」とします。

2 グローバル人材の育成に向けて必要な取り組み

● Point 8割以上が日本文化・歴史に関する教育や情報の充実が必要と回答

年度別・全体



グローバル人材の育成に向けての様々な取り組みについて、必要か、必要でないかを聞いた。「必要だと思う」割合が高いのは「日本文化・歴史に関する初等中等教育*1の充実」で、前回調査（2011年度）と同じく8割を超えて第1位。第2位は「海外での日本文化・歴史に関する情報の充実」（80%）、第3位が「科学技術立国のための理科教育充実」（77%）で、前回調査の第2位と第3位が入れ替わっている。

前掲（2頁）の「グローバル・ビジネスで日本人人材が持つべき素質、知識・能力」で、自国の文化・歴史に関する知識を持つことの重要性が高まっていることに連動した結果となっている。

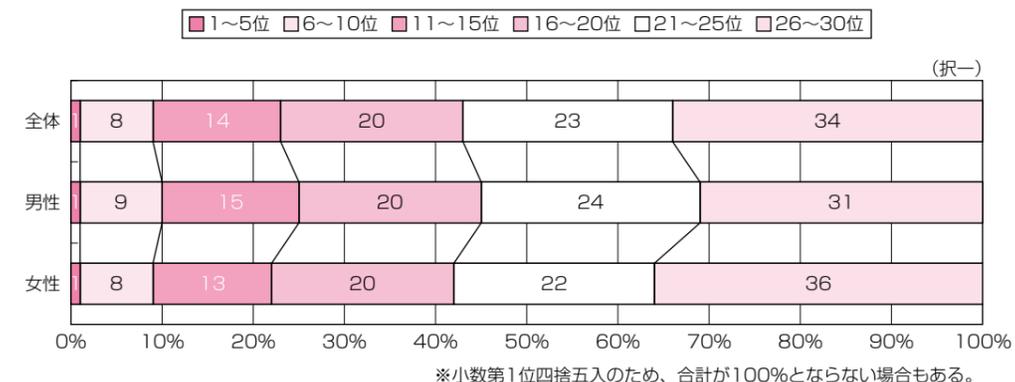
なお、「必要だと思わない」が一番多いのは、「初等中等教育からのキャリア・職業教育」で54%。次いで「選ばれた層への徹底した教育」（43%）となり、前回調査と同様の結果となっている。

*1 初等中等教育：小学校、中学校、高等学校などにおける教育。高等教育（大学などにおける教育）より前の教育。

3 日本人の英語能力

● Point 最も回答が多いのは「26～30位」

全体・男女別



グローバル人材には、顧客や同僚、従業員等との意思疎通をはかるための外国語によるコミュニケーション能力が求められるが、各種国際調査で、英語をはじめとする日本人の外国語能力のランキングは低迷しており、2011年TOEFL*2スコアの国別ランキングでは、日本は163カ国中137位、アジアの中では、30カ国中28位となっている。

大学入試においてTOEFL等の外部検定試験を活用して、「聞く」「話す」「読む」「書く」の英語能力の4技能を総合的に求めることや、大学教育において英語で専門科目を履修するカリキュラムを拡大することなどを前提として、初等中等教育段階から、実践的な英語教育を拡充し、児童・生徒の英語によるコミュニケーション能力を大幅に強化することが急務である。

そこで、現状認識を探るべく、アジア30カ国におけるTOEFLのスコアについて、日本が何位（圏内）に入っていると思うかを聞いた。

最も回答が多いのは「26～30位」（34%）、次いで「21～25位」（23%）で、約6割が21位以下と認識しており、実態と認識には大きな乖離がない。

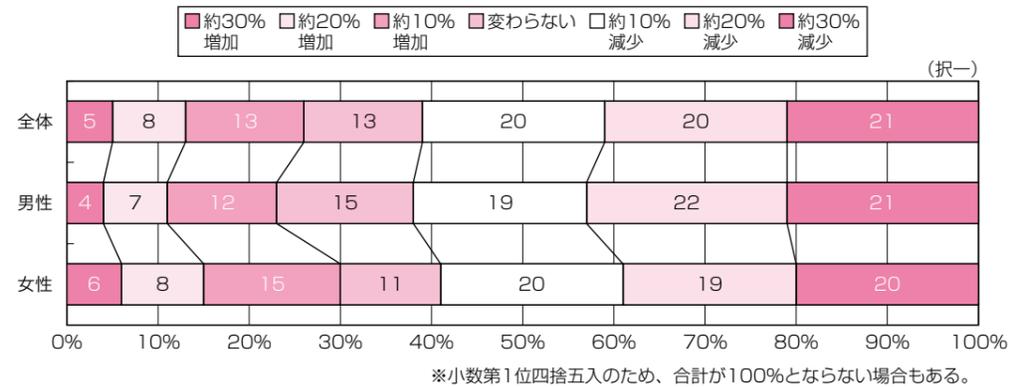
なお、男女別でも同様の結果である。

*2 TOEFL：Test of English as a Foreign Languageの略。英語を母国語としない人々の英語コミュニケーション能力を測るテスト。

4 高校生の海外留学

● Point 約6割が減少したと認識

全体・男女別



「高等学校等における国際交流等の状況について」（出典：文部科学省）によると、1998年に海外留学（3カ月以上）した日本の高校生は、4186人いたが、2011年には3257人で、約22%減少した。

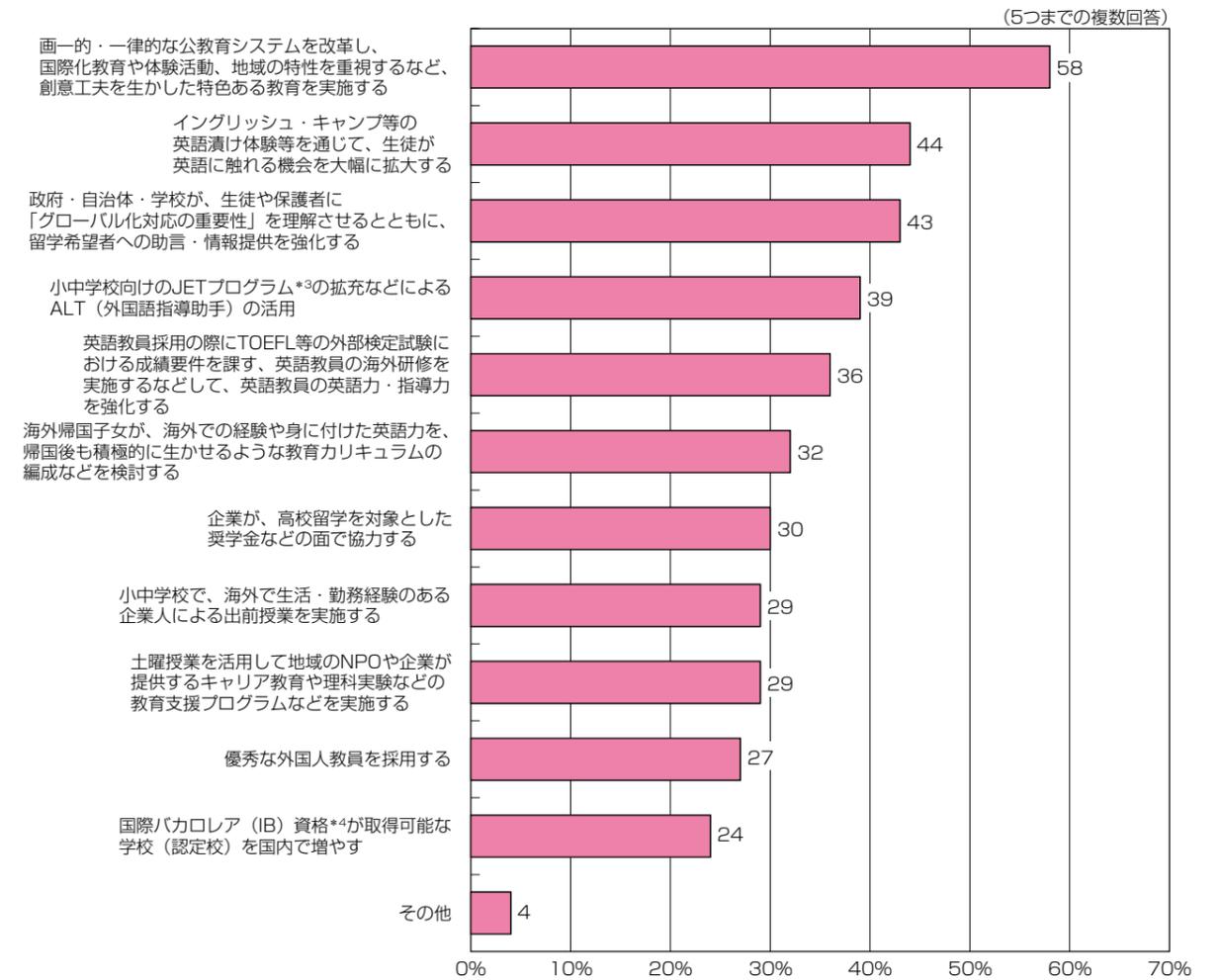
2011年に海外留学した日本の高校生の数は、13年前の1998年に比べてどのくらいになっていると思うかを聞いたところ、「約30%減少」が21%と最も多く、次いで「約20%減少」（20%）、「約10%減少」（20%）で、約6割が減少したと認識しており、実態と認識には大きな乖離がない。

なお、男女別でも同様の結果である。

5 初等中等教育に求められる取り組み

● Point 創意工夫を生かした特色ある教育を

全体



* 3 JETプログラム：日本政府主催の大規模な国際交流事業。日本と諸外国の人々の相互理解を深めるため、外国語教育を推進し、日本の地域国際化を推進することを目的としている。

* 4 国際バカロレア（IB）資格：国際バカロレア機構が定める課程を修了し、統一試験に合格することで得られる資格。国際的に認められている大学入学資格のひとつ。

グローバル人材のベースとなる社会人に求められる基礎的な能力（主体性、コミュニケーション能力、課題解決能力等）は、初等中等教育段階からしっかりと身に付けさせる必要があると考えられている。そこで、グローバル人材育成のために初等中等教育に求められる取り組みで、特に有効だと思うものを聞いた。

上位3位は、第1位「画一的・一律的な公教育システムを改革し、国際化教育や体験活動、地域の特性を重視するなど、創意工夫を生かした特色ある教育を実施する」（58%）、第2位「イングリッシュ・キャンプ等の英語漬け体験等を通じて、生徒が英語に触れる機会を大幅に拡大する」（44%）、第3位「政府・自治体・学校が、生徒や保護者に『グローバル化対応の重要性』を理解させるとともに、留学希望者への助言・情報提供を強化する」（43%）となっている。

6 高等教育に求められる取り組み

Point グローバル人材には教養が必要

現在の高等教育*5においては、主に次に挙げるような課題が発生している。

*5 高等教育：大学、短期大学、高等専門学校など、中等教育より上位に位置する教育。

1. 大学入試の選抜機能および接続機能の低下

少子化による大学全入時代を迎え、推薦入試やAO入試*6が普及した結果、学力試験を課さない選抜が増加している。また、学力入試では、少数科目入試の増加や、有効な学力差を確認するのに十分な受験倍率が確保できない入試の増加により、大学入試の選抜機能の低下とともに高校と大学の教育接続が困難となりつつある。

*6 AO入試：アドミッションズ・オフィス入試。学校側の求める学生像と照らし合わせ、学力試験では判断できない受験者の個性や目的意識などを総合的に評価して可否を判定する入試方法。

2. 経済界が必要とする人材と大学教育とのギャップ

経済活動の現場では、答えのない課題について主体的に考え、答えを出す能力や、既存概念にとらわれず、イノベーションを起こす能力などが求められているが、大学教育に関して、企業側からは、実社会のニーズが反映されず、企業で活躍するために必要な技能や能力の向上につなげていないとの指摘がある。

3. 教養教育（リベラル・アーツ教育）の必要性

グローバルに活躍する人材には、専門分野に関する知識や外国文化・社会等に関する知識だけでなく、多様な分野の教養を身に付けておく必要がある。

4. 大学と企業間の認識ギャップ

大学教育に関して、企業側からは、大学の教育内容に実社会のニーズが反映されず、企業で活躍するために必要な技能や能力の向上につなげていないとの指摘がある一方、大学側からは、大学における学修成果を企業が採用において適切に評価せず、また採用活動の長期化・早期化が大学教育を阻害しているという指摘がある。

5. 大学の役割に基づく機能分化の必要性

文部科学省が昨年打ち出した「大学改革実行プラン」では、2014年度までには、すべての国立大学が、各大学のミッションを再定義し、それぞれの教育目標や個性・特徴等を踏まえ機能別に分化を進め、必要に応じて大学や学部の枠を超えた再編等を行う旨が記載されている。私立大学においても同様に、機能分化を進めるべきであると考えられている。

6. 大学のさらなる国際化の必要性

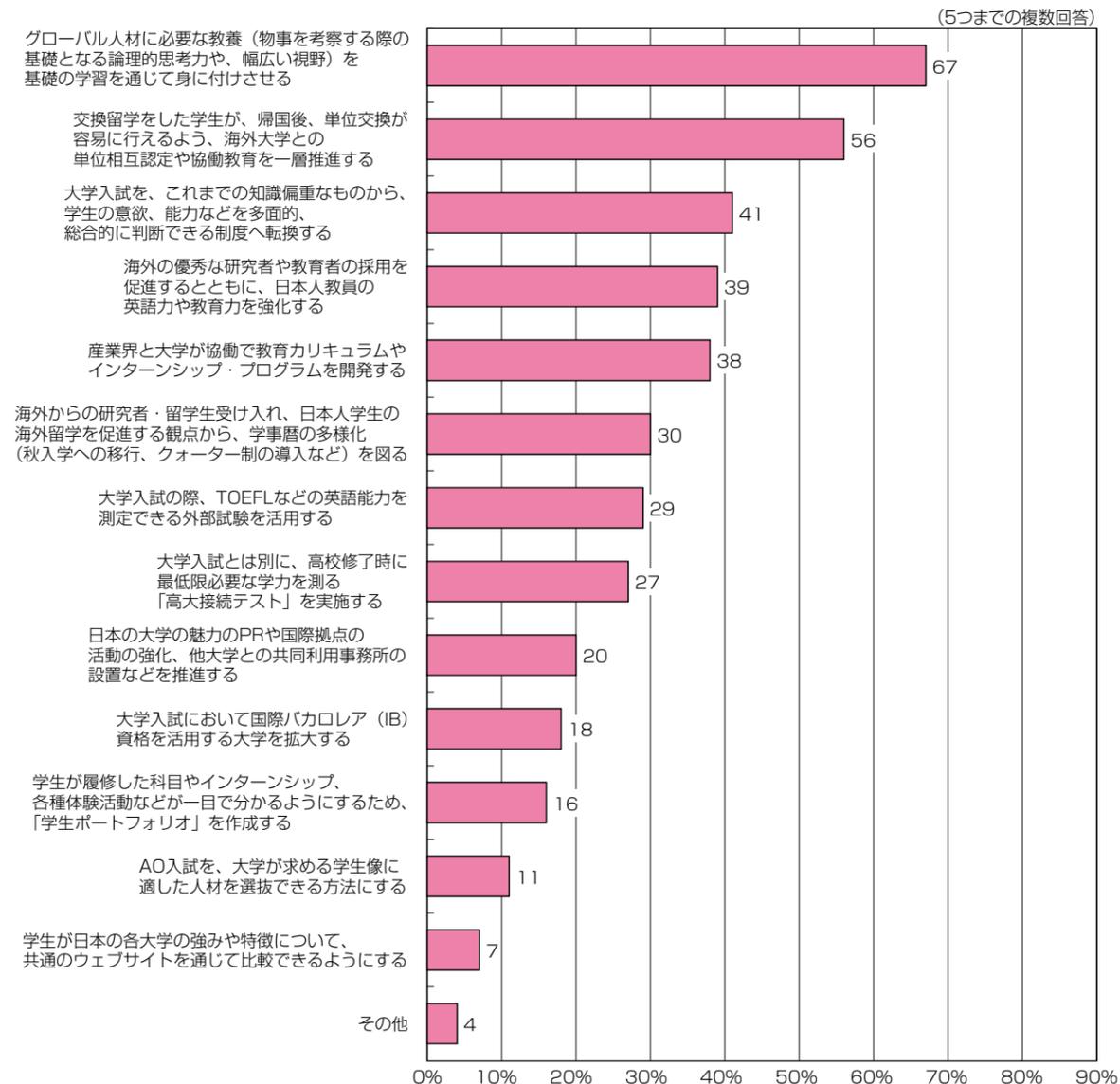
留学生交流のさらなる拡大や、海外大学との教育連携の促進。

7. 交換留学をした学生が、帰国後、単位交換ができない

8. 大学教職員のグローバル化対応力の不足

以上を踏まえ、グローバル人材育成のために高等教育に求められる取り組みについて聞いた。

全体

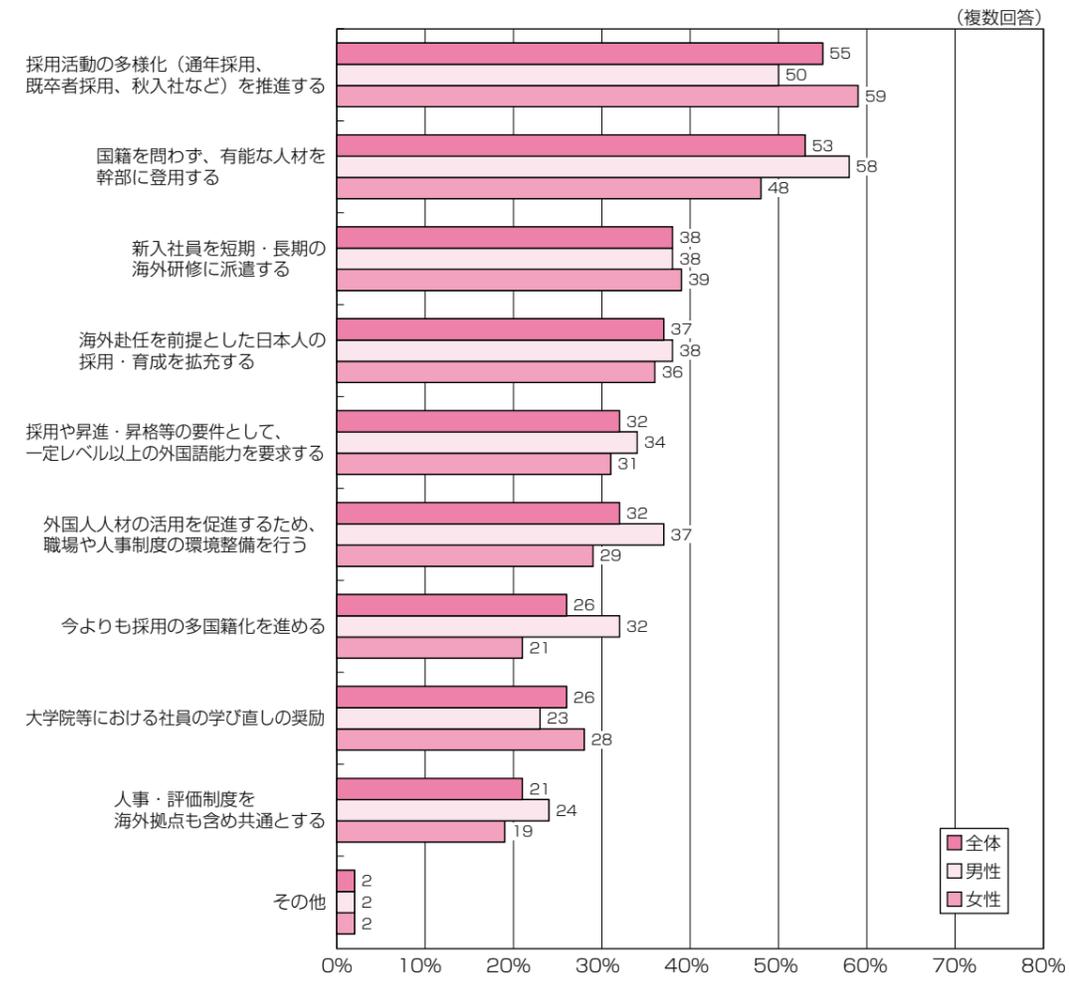


第1位「グローバル人材に必要な教養（物事を考察する際の基礎となる論理的思考力や、幅広い視野）を基礎の学習を通じて身に付けさせる」（67%）、第2位「交換留学をした学生が、帰国後、単位交換が容易に行えるよう、海外大学との単位相互認定や協働教育を一層推進する」（56%）、第3位「大学入試を、これまでの知識偏重なものから、学生の意欲、能力などを多面的、総合的に判断できる制度へ転換する」（41%）となっている。

7 日本企業の人事戦略

Point 採用活動の多様化や、国籍を問わず有能なグローバル人材の活用を

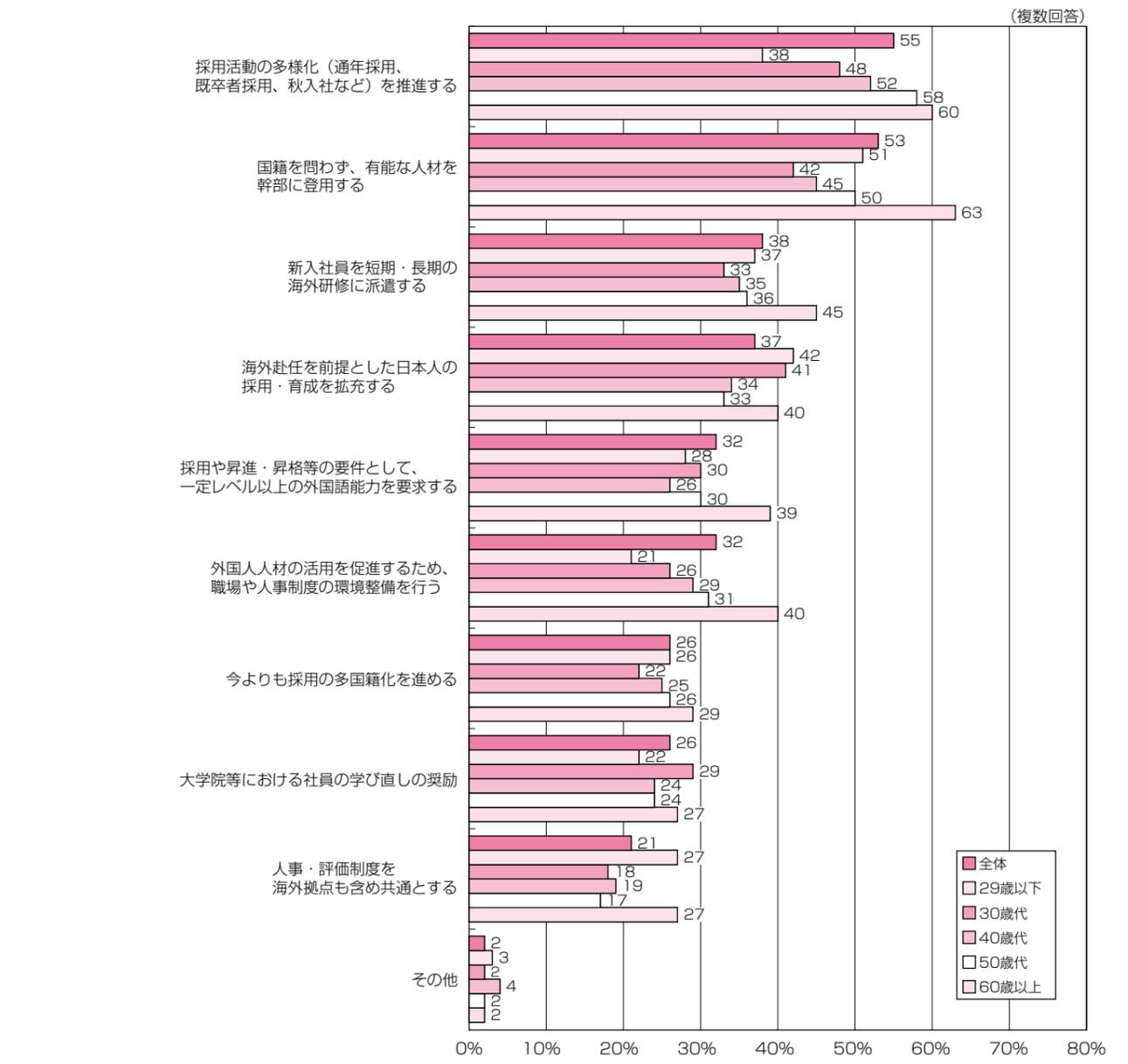
全体・男女別



グローバル化に対応するため、日本企業はどのような人事戦略を採用すべきかを聞いた。第1位「採用活動の多様化（通年採用、既卒者採用、秋入社など）を推進する」（55%）、第2位「国籍を問わず、有能な人材を幹部に登用する」（53%）、第3位「新入社員を短期・長期の海外研修に派遣する」（38%）、第4位「海外赴任を前提とした日本人の採用・育成を拡充する」（37%）となっている。採用活動の多様化や、国籍を問わず、有能なグローバル人材を採用し活用することが、日本企業の人事戦略上重要であると認識していることが分かる。

なお、男女別で差がある項目を見ると、「今よりも採用の多国籍化を進める」（男性32%、女性21%）、「国籍を問わず、有能な人材を幹部に登用する」（男性58%、女性48%）などが挙げられ、女性より男性の方が国籍を問わず有能なグローバル人材を活用すべきとの考えが強いことが分かる。

全体・世代別



項目を世代別で見ると、「採用活動の多様化（通年採用、既卒者採用、秋入社など）を推進する」および「外国人人材の活用を促進するため、職場や人事制度の環境整備を行う」に関しては、世代が上がるにつれて重要であると認識している。

また、「国籍を問わず、有能な人材を幹部に登用する」に関しては、特に60歳以上で63%と高くなっている。

グローバル人材の育成に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆大学はもっと広い世代、様々な国々にオープンであるべきです。入学や在学をやすくして、卒業を厳しくすべきだと思います。
- ◆今後グローバルな人材は必要不可欠になってくると思いますので、政府は英語教育への取り組みを再度見直す必要があると思います。
- ◆英語が苦手なだけで、昇進できないのは良くないと思います。英語力よりも、世界に発信する中身を持つことが重要だと思います。
- ◆ペーパーテストで良い点が取れても、英会話が苦手な日本人が多いと思います。
- ◆最近の論調はグローバル人材ありきになっていて、本末転倒な気がします。日本という国のビジョンが欠けていると感じます。
- ◆小さいころから英語に触れることが大切だと思います。
- ◆社会人になるとグローバルな視点の必要性を感じる機会が多くあります。教育にお金を掛けられない企業へも国が支援をすることは重要だと思います。

30歳代の意見・感想

- ◆英語の習得に傾注するあまり、英語以外の勉強や研究がおろそかになっているという話も耳にします。初等・中等・高等の各教育フェーズで、しっかりした学力やスキルを身に付けさせ、自らのバックグラウンドを確立させることがまず必要ではないでしょうか。
- ◆グローバルな活躍に英語力は不可欠ですが、その前提として正しい日本語、日本の歴史や文化に対する知識を身に付けることは必要だと思います。
- ◆幼少期から外国文化や外国語に触れる機会や環境を整備し、学校教育では、かたちにとられない外国語教育を実施してほしいです。

- ◆グローバル人材を増やすためには、まず教育制度改革が必要だと考えます。海外への留学や、海外から日本への留学生の受け入れをしやすい体制を早急に整えるべきです。
- ◆海外の語学学校に通ったことがあります。学生だけでなく多くの社会人が休暇を利用して学びに来ていたことには驚きました。学生への教育も大切ですが、中高年の意識を変えることも非常に大切だと思います。
- ◆採用や人事において、海外留学経験者等を適切に評価する枠組みが企業側にないのが最大の問題です。新卒・既卒の区別がない採用や、海外支社の人材を国内本社と同じ枠組みで評価することも必要です。
- ◆専門学校でキャリアサポートの仕事をしています。学生の視野が狭いと常々感じています。もっと若い時から視野を広げていけば、いろいろな場で必要とされているコミュニケーション能力も向上すると思います。

40歳代の意見・感想

- ◆日本人として培った教養、哲学、価値観を十分に認識した上で、他者とどう折り合いをつけ納得させるかが問われると思います。幼年期教育からリベラルアーツを実施し、芯のある日本人を育成できれば、後天的にグローバル人材はいかようにも育成可能です。江戸末期、明治期の日本人は見事に世界を相手に立ち回りました。
- ◆家計に余裕がなければ、学習意欲があるにもかかわらず学校の授業以上の教育を受けさせることができないのが現状です。学びたい人が経済的な心配をせずに学べるシステムづくりが必要です。多目的、多用途の柔軟性のある奨学金制度の拡充を願います。
- ◆語学教育ばかりが先行していますが、もっと思考や理論を磨き、自分で考える力を身に付けることがグローバル人材の育成につながると思います。
- ◆公立の小中学校は、世界と渡り合えるような人材を育てる教育はしていないと思います。英語も大切ですが、

ノーベル賞を取るような才能を伸ばす教育、様々な人と対話できる力を付ける教育が必要なのではないでしょうか。

- ◆今の若い人たちは基礎学力が落ちてきていると思います。基礎学力を付けるとともにディベートやプレゼンテーションについても早いうちから学習すべきだと思います。
- ◆大学入学後、学生が必死で学ぼうとする体制を確立するべきです。一定の基準に達していない学生は卒業させないくらいにすれば、日本のグローバル人材育成に一番効果的だと考えます。

50歳代の意見・感想

- ◆グローバルに活躍する人材に最も必要なのは、自己のアイデンティティーを確立することです。日本の文化や歴史への深い理解がまず求められると思います。語学力は、本当に必要になれば身に付くものなので、早い時期から無理やり学習させる必要はないと考えます。
- ◆外国の大学と日本の大学で、姉妹校提携をより一層促進させ、大学在学中に、より多くの学生に交換留学を経験させるべきです。そのための奨学金制度を、大学、企業、自治体が充実させる必要があると思います。
- ◆日本の教育では論理的思考力や説明力についての訓練が乏しく、外国のビジネスマンと渡り合えません。外国の歴史や文化、価値観や宗教などへの最低限の知識と、自分との違いを柔軟に受け入れることが必要です。
- ◆初等教育から、もっと日本や日本人であることに、自信と誇りを持てる教育をすべきだと思います。自分の国のことを自分の言葉で語れるようになって、初めて海外の人と対等に話ができるようになります。
- ◆人材の育成は一朝一夕でできるものではありません。長期的に取り組むべき課題なので、政権の交代などで揺らいでほしくないです。

60歳以上の意見・感想

- ◆情報の国際化がこれほど実現している社会の中で、グローバル化をあらためて問うことに日本の若者の弱さを認識しています。私も海外で技術指導に携わった経験がありますが、言語の不安はあったものの以心伝心で心は通じるものです。人材の養成に正解はありませんが、自分を生かせる教育の充実がグローバルな人材を育てる第一歩だと思います。
- ◆日本での英語教育は文法重視であるように思います。外資系企業で働いていた経験から、とにかく口に出して言葉が話すことが重要です。間違ってもいいから勇気を出して話せば、やがて自然に話せるようになります。
- ◆日本の多くの大学生は、学業に本腰をいれぬまま卒業できることが許されている現状です。講義形式の一方向の授業より、少人数のゼミナールのような授業を行うべきです。教育改革を進めることがグローバル人材の育成を促進させることになると思います。
- ◆大学生の能力不足が問題だと思います。自分の頭で考え、チャレンジ精神を持って物事に当たることのできる大学生の育成がまずは重要です。基礎的な力がなければ、グローバルな人材にはなれません。
- ◆コミュニケーション力としての英語力不足が致命的だと思います。中学高校で最低6年間習って日常会話ができないのは、個人の努力不足などではなく、教育制度に問題があると思います。

(文責 主任研究員 塩澤 聡)

企業と生活者懇談会

第180回【宮城 2013年8月2日】

キリン株式会社 キリンビール仙台工場

キリンの震災復興と地域貢献

8月2日、キリンビール仙台工場（宮城県仙台市）で「企業と生活者懇談会」を開催し、生活者11名が参加しました。キリンの会社概要ならびに震災からの復興と地域貢献活動の説明を受けた後、ビール工場を見学し、質疑懇談を行いました。キリンビール仙台工場から、横田乃里也工場長、内田努副工場長、山下豊禎広報担当部長、キリンコーポレートコミュニケーション部の安倍和文広報担当主査が出席しました。

● キリンからの説明

■ キリングループの概要

キリンビールは、横浜に設立された「ジャパン・ブルワリー」から1888年（明治21年）に発売されました。1907年（明治40年）には、商品名を会社名にした「麒麟麦酒株式会社」が誕生します。

その後、1970年代、80年代と多角化の歴史を歩みます。特に、1980年代に進出した医薬・医療のライフサイエンスの分野は、現在の事業の大きな柱の一つに成長しました。

2006年（平成18年）には、長期の経営構想「キリングループビジョン2015」を発表し、海外への多角化、グループのグローバル化を推進。翌年の2007年（平成19年）には「キリンホールディングス株式会社」を設立し、純粋持株会社制へ移行しました。現在、グループの事業別売上高の構成は、国内総合飲料事業が約50%、海外の総合酒類・飲料事業が約30%、医療関係が約20%となっています。

少子高齢化による人口・需要の減少や若者のアル

コール離れなど、国内の酒類および飲料市場環境の厳しさが続く予想されています。2012年（平成24年）には、新しい長期経営構想「キリングループビジョン2021」を発表。カテゴリーの枠を超えて市場を広く俯瞰し、ブランドを基軸とした経営を推進していくため、2013年（平成25年）、「キリンビール」「キリンビバレッジ」「メルシャン」の3社を統括する機能として、国内総合飲料会社「キリン株式会社」が設立されました。新たにCSV（Creating Shared Value 社会と共有できる価値の創造）本部を設置し、お客様や社会・地域の課題解決につながる事業活動を実践することにより、企業のブランドのさらなる価値向上を目指しています。

■ 震災からの復興

仙台工場は1923年（大正12年）に創業を開始しました。1983年（昭和58年）に仙台港に隣接する現在の場所に移転し、今年で30年目を迎えます。工場の敷地面積は約10万坪、従業員は200名弱です。ビール・発泡酒・新ジャンルの発泡酒を製造し、東北6県と新潟に供給しています。



震災からの復興について説明する横田工場長

2011年（平成23年）3月11日の東日本大震災では、震度6強の地震が発生しました。マニュアルでは工場内のグラウンドに避難することになっていましたが、急遽、津波避難ビルに指定されていた工場内建屋の屋上に避難しました。避難した人の中には、工場見学の人や、

近隣住民など社外の方が多数含まれていましたが、幸いけが人もなく全員無事に避難することができました。

屋上に避難して約1時間が経過したころ、仙台港では7.6メートルの津波が発生し、海拔5メートルにある仙台工場にも最大2.5メートルの波が押し寄せてきました。海側にあった製品倉庫には津波が直撃し、製品やパレットなど、あらゆるものが押し流され、工場内の建物も浸水しました。その日は、高齢者や子どもに防寒用の毛布や食料を優先的に提供しながら一夜を過ごし、翌日には自衛隊の協力を仰いで、避難者は、近隣の避難所や自宅に移動することができました。

さらに4月7日には震度6強の余震が発生。3.11による設備の損傷が拡大しました。



倒壊した当時の大型貯蔵タンク（写真提供 キリン）

被害が甚大なため、工場の閉鎖がうわさされましたが、当時の松沢社長が、同日の記者会見で工場の継続を宣言し、多くの従業員の気持ちが、これをきっかけに前向きになりました。

今回の震災では、350ミリリットルの缶に換算すると1750万本もの製品が流されました。工場の外にも様々なものが流れて、近隣の人々に迷惑を掛けていたので、工場の外の回収を優先し、その後、工場内の清掃作業に取り掛かりました。回収された缶や瓶などは、工場内のグラウンドに高く積み上げられ、においもあり、ハエもたかっている状態でした。慣れない作業で、辛く危険でしたが、安全面と衛生面に配慮し、約3カ月の作業をけが人なく乗り切ることができました。

また、清掃作業によって、従業員同士が密度の濃いフェイス ツー フェイスのコミュニケーションを図ることが多くなり、その後のビールづくりにも活かされる結果となりました。

その後、比較的立ち上げが容易な製品倉庫を最初に

立ち上げ、関東から製品を運搬し、それを積み替えて東北に供給しました。その模様を収めたテレビコマーシャルが放映されましたが、従業員は、コマーシャルを見た方から声を掛けられて元気づけられました。

清掃作業にある程度めどが立ったころ、工程の復旧に着手し始めましたが、困難を極めました。ビールづくりは、発酵や貯蔵の工程があり、大変時間がかかります。さらに、蒸気や排水処理など周辺の工程が立ち上がらないと本流の工程が動かせないこともあり、仕込みを開始できたのは9月になってからでした。最初に『一番搾りとれたてホップ生ビール』というブランドを生産しましたが、原料のホップを生産している岩手県遠野市の市長が、仕込み式に参加しました。この時の模様は、2本目のテレビコマーシャルに収められています。

11月に、ようやく最初の製品を出荷することができましたが、この時の模様が3本目のコマーシャルとして全国に放映されました。

■ 震災の教訓

仙台工場では、今回の震災の教訓を生かし、防災計画を見直しました。屋上への避難を完了するまでに約40分かかってしまった反省から、早期の避難を実現するため、別の場所に一次避難所を設けることにしました。また、工場内に場内放送設備とつながっている地震計を設置し、震度5強以上になると一斉に放送が流れるシステムを構築しました。このシステムは、携帯メールの緊急地震速報よりも早く情報がキャッチできるため、早期の避難実施につながります。耐震補強を実施し、備蓄が不足していた反省から、十分な量を保管しました。また、通信手段が確保できなかった反省から、仙台市の防災行政無線と社内用の無線を常備しています。

■ キリンの復興支援活動

工場は復旧しましたが、被災地の復興は道半ばです。キリングループでは、全社一丸となって、「復興応援キリン絆プロジェクト」に取り組んでいます。同プロジェクトの復興支援活動は、「地域食文化・食産業の復興支援」「子どもの笑顔づくり支援」「心と体の元気サポート」の3つの幹で活動しており、商品の売り上げや利益の一部、およびグループ各社の従業員や家族

からの募金を資金としています。

“地域食文化・食産業の復興支援”は、復興の経済基盤をつくるという中期的課題への取り組みです。震災で被害を受けた農業および水産業の復興支援を実施しています。現在は、東北大学と連携し、若手の農業経営者を育成するためのカリキュラムにも取り組んでいます。“子どもの笑顔づくり支援”は、次世代の担い手を育てるといふ長期的課題への取り組みです。農業高校および農業科の高校生に返還義務のない奨学金を給付することや、日本農芸化学会の協力による理科教育支援などの取り組みを実施しています。“心と体の元気サポート”では、日本サッカー協会（JFA）と、被災地の小学校を訪問し、体育の授業の一環として、元サッカー日本代表選手などによるサッカー教室を開催しています。また、東北六魂祭の支援にも取り組んでいます。

仙台工場は、現在の場所に移転してからの30年間、工場周辺の清掃活動や、近隣のNPO団体や小学校と協働しての蒲生海岸清掃などのボランティア活動を、グループ会社の従業員と共に継続して実施してきました。この活動が評価され、「平成25年春の褒章」にて、「緑綬褒章」を受章しました。2013年4月には、三陸森の会・宮城森の会が主催する「復興の森植樹活動」に協力し、東日本大震災により甚大な被害を受けた海岸防災林の復旧・再生を目的に、仙台市若林区荒浜海岸沿いの国有林にクロマツ、オオヤマザクラなどの樹木610本を植樹しました。

● 見学の様子

■ キリンビール仙台工場

ビールづくりの最初の工程は製麦です。二条大麦に水を含ませ発芽させ、乾燥室に入れて成長を止め、根の部分除去し、ビールの原料となる麦芽（モルト）が出来上がります。

醸造工場の入り口には、ビールの主な原料となる麦芽とホップが展示されていて、麦芽の試食ができます。参加者は、ビールのおつまみのような感覚で、香ばしい味を楽しんでいました。

次の工程は仕込みです。仕込み釜で砕いた麦芽を煮込んでつくった麦汁（ばくじゅう）にホップを加えてビール独特の香りと苦味を引き出します。麦汁は、試

飲することができました。ちょっと苦味のある麦茶に砂糖を混ぜたような独特の味わいです。麦汁は、屋外にある発酵タンクの中で、ビール酵母と混ぜられ、アルコールと炭酸ガスが発生し、約1週間で「若ビール」が誕生します。発酵タンクには、350ミリリットルの缶に換算して約100万本分ものビールが入りますが、仮に1人でタンクのビールを飲み干そうとした場合、1日1本飲むとして、2700年もかかる計算になるそうです。

「若ビール」は、口当たりがピリッとしていて、まろやかさが足りないのが、低温で1～2カ月貯蔵・熟成し、調和のとれた風味や香りが生まれます。見学者は、高さが19メートルに及ぶ貯蔵タンクの模型の通路を進み、低温貯蔵されている様子を体感することができます。



巨大な貯蔵タンクを体感

熟成を終えたビールは、ろ過機に通され、酵母やたんぱく質が取り除かれて、澄んだ琥珀色の美味しいビールが誕生します。その後、厳しい検査に合格したビールだけが、搬送用の箱やケースに詰められ、消費者の元へと出荷されていきます。

● 懇談会の概要

Q ビールに描かれている「キリン」の由来は。

A 明治時代は横浜に外国人居留地があり、そこに住む外国人が輸入していたビールには、動物がシンボルマークに使われていることが多かったため、国産のビールにも同様に動物のマークを付けようということになり、キリンがシンボルマークに選ばれました。キリンビールに描かれているキリンは、古代中国の想像上の動物で、世の中に良いこ

とが起きる前兆として姿を現すといわれています。

Q ビールの味の決め手を教えてください。

A 良質な原料（麦芽、ホップ、水）と酵母の組み合わせが味の決め手です。原料の品質はその年の生育状況によって左右されやすく、酵母も活性の度合いが変動します。原料や酵母が変化しても味が一定になるようにするのがビールづくりで大変難しいところです。

Q 開発中のビールは何種類ありますか。

A 約20種類です。年間何千もの仕込みが実施され、様々な試験を繰り返しながら、約20種類に絞り込み、最終的に年間1つか2つの商品が世の中に出ています。

Q 震災前後で、ビールの味に違いがありますか。

A 自信を持って全く同じであると申し上げます。工場の電気が復旧するまでに4カ月かかってしまったので、タンクに残っていたビールは残念ながら廃棄し、新しく作り直しましたが、震災前の品質で皆さまにお届けしています。

Q 仙台市内で美味しいビールが飲める店は。

A キリンビールが置いてある店がすべて美味しいと申し上げるしか……。ただ、生ビールは、店に設置している生ビールサーバーのメンテナンス状況やグラスの管理状況によって味が左右されてしまいますので、このことを当社の営業がお店の皆さまにお伝えする活動に力を入れています。



懇談会の様子

● 参加者からの感想

▶ 従業員や近隣の方の命が助けられたこと、元気を失った子どもたちを笑顔にできたこと、企業の社会的責任や地域への貢献という理念の粋を超えて人間社会のあるべき姿を教えてくださいました。

▶ 工場見学にもキリンの考え方が徹底しており、キリンが優良企業であることを再認識しました。「復興応援キリン絆プロジェクト」も非常に社会貢献度が高いものです。私もキリンビールを愛飲してささやかなお手伝いをしたいと思いました。

▶ 工場周辺の環境保全にも努力されていることに敬意を表します。また、震災から短期間で復興されたのは驚きです。この酷暑にはビールが一番。供給量が十分で、手軽に飲める幸せを感じています。

▶ 同じ味のビールをつくるため様々なご苦労をされているとお話を伺い、漫然と飲むのはもったいないと感じました。終始和やかな雰囲気です。楽しい懇談会でした。

▶ 震災からその後の復興までの日々を未来の子どもたちにぜひ語り続けてほしいです。CO₂（二酸化炭素）排出量の少ない運搬を実践するなどの企業努力、まさに「ブランドに責任を持っている」を実践されている企業だと認識しました。



● キリン ご担当者より

参加者のお一人から「震災の記憶を風化させないでください」というお言葉をいただきました。2年半という歳月が過ぎましたが仙台工場の周辺でも復興がままならない地域が存在しています。これからも工場は地域の存在として時代の記憶を語り継いでいく必要があると考えています。また、今回の懇談会では商品や企業活動についてのご提案もいただくことができました。お礼を申し上げます。今回ご参加の皆さまのまたのご来場を心よりお待ちしております。

（文責 主任研究員 塩澤 聡）

株式会社デンソー 本社、高棚製作所

デンソーの環境への取り組み

8月7日、デンソー本社（愛知県刈谷市）ならびに高棚製作所（安城市）で「企業と生活者懇談会」を開催し、生活者18名が参加しました。デンソーの会社概要ならびにCSR活動の説明を受けた後、本社総合展示ホール「デンソーギャラリー」、高棚製作所を見学し、質疑懇談を行いました。

デンソーからは、伊藤健一郎常務役員、高棚製作所の平岩成基所長、同・総務人事厚生課の成瀬昌彦課長、西谷泰治氏、同・安全環境課の小田修司課長、情報通信製造部製造企画室安全環境課の森山学担当課長、安全環境推進部環境推進室環境企画課の渡辺芳紀課長、総務部社会貢献推進室の吉田忠久室長、広報部広報1室の小島秀治室長、吉田浩徳広報企画課課長、広報部の竹田光範担当次長、経営企画部経営戦略室の大野浩司担当次長、および同・CSR推進室の岩原明彦室長、粕谷知恵子担当課長が出席しました。

●デンソーからの説明

■デンソーの概要

デンソーは、自動車用電装品の製造・販売会社として1949年（昭和24年）に設立されました（当時社名は「日本電装株式会社」）。2013年（平成25年）3月期の売上高は連結ベースで3兆5809億円、このうち98.4%を自動車関連分野が占めています。日本をはじめ、北米、欧州、アジア、南米など世界35カ国・地域に215のグループ会社があり、従業員数は連結で約13万人、単独でも約4万人に上ります。

デンソーでは基本理念として、「世界と未来を見つめ、新しい価値の創造を通じて人々の幸福に貢献する」を使命に掲げ、その実行に向けた経営の方針と社員の行動を具体的に定めています。今年4月には、「地球と生命（いのち）を守り、次世代に明るい未来を届けたい。」をスローガンとする「デンソーグループ 2020

年長期方針」を策定しました。この長期方針では、より良いクルマ社会の実現に向けて、部品メーカーであるデンソー自らが高い志を持ち、積極的に働き掛けていく姿勢を打ち出しています。クルマが世界の人々に愛され続けるため、クルマの利便性・喜びを世界中の人々に届けるとともに、「地球環境の維持」と「安心・安全」にこだわり、これを今後10年のデンソーの使命として取り組んでいきます。



長期方針について説明する伊藤常務役員

■デンソーのCSR活動

デンソーは2006年（平成18年）4月に策定した「デンソーグループ企業行動宣言」の下、CSR（企業の社会的責任）を経営の中核に据え、誠実な企業行動を通じて社会の持続的発展への貢献に取り組んでいます。

環境保全活動では「デンソーエコビジョン2015」に基づき、温暖化防止、資源循環、環境負荷物質の管理・削減を全事業活動で重点的に推進しています。具体的には、「エコマネジメント」（環境経営の実践）、「エコプロダクツ」（環境技術・製品の開発）、「エコファクトリー」（生産環境負荷の削減）、「エコフレンドリー」（地域社会との共生）の4つがあります。必要なときに必要なだけエネルギーを使う“エネルギー JIT（ジャストインタイム）”や、生産ラインの省エネ化などの活動は「エコファクトリー」です。また、「エコフレンドリー」では、各事業所周辺の緑化活動のほか、例えば豊橋製作所近くにあるアカウミガメの産卵地の海岸保全など、地域固有の希少生物の保護活動も行っています。

社会貢献活動では、「人づくり」「環境共生」「交通安全」を重点分野としています。「デンソーグループ ハートフルデー」では、毎年、事業所ごとに地域社会に貢献する日を設定し、グループを挙げて環境美化活

動や福祉・教育支援を実施しています。また、社員への責任として、女性、高齢者、障がい者や、海外拠点における現地人材の活躍支援など、ダイバーシティ促進にも積極的に取り組んでいます。

こうしたデンソーのCSR活動の根底には、社会の持続的発展とともに、デンソー自身も成長していきたいという思いが込められています。

●見学の様子

■総合展示ホール「デンソーギャラリー」

ギャラリー入口には、「環境」「安全」「快適」「利便」の4つの分野別にデンソーの自動車関連製品が並びます。ハイブリッド車の心臓部であるパワーコントロールユニット、走行支援システム用の各種センサー、エアコンユニットなど、普段直接目にする事のない様々な製品を見ることができます。



見えない場所で活躍するデンソーの製品が並びます

「デンソーのあゆみ」では、デンソーの歴史を年表と製品で振り返ります。その中には、「品質のデンソー」の証として、1961年（昭和36年）に受賞した品質管理の最高権威「デミング賞」のメダルも並んでいます。

その名の通り“電装”品の製造・販売会社としてスタートしたデンソーですが、意外なことに創業期には家電製品や電気自動車も製造していたそうです。コーナーの一角には、当時製造していたドラム式洗濯機や、外観は当時のままに、最新の材料を使って復刻した電気自動車「デンソー号」なども展示されています。また、代表的な22の製品がそれぞれ古い順に並べられ、小型化や性能向上といった技術の進化が一目で分かるようになっています。

様々な展示に混じって、マッチ棒の先端ほどの小さ

なミニカーが目を引きまます。全長4.785ミリメートル、幅1.73ミリメートル、高さ1.736ミリメートルという極小サイズながら、モーター内臓でちゃんと走るそうです。1994年（平成6年）には“世界最小の動く模型自動車”としてギネスブックにも登録されていて、デンソーのマイクロ技術の高さが伝わってきます。

最先端の製品や技術を紹介する「製品・技術ゾーン」では、自動車分野に加えて生活・産業分野の展示も用意されています。QRコードやICカードを読み取る自動認識関連機器は、実際に体験することができます。ちなみに、今ではすっかり身近になったQRコードですが、実はデンソーが自社の生産管理のために1994年に世界で初めて開発したものです。また、産業用小型ロボットのデモンストレーションでは、直径わずか0.5ミリメートルのシャープペンシルの芯を抜き差しする様子が見られ、そのスピードと精度の高さに驚かされます。

「デンソーシアター」では、円形に配置された7台の大型モニターで、デンソーが考える環境に優しく安全な未来のクルマ社会の映像が楽しめます。

■“森の中の工場”高棚製作所

続いて、デンソー本社からバスで約30分の高棚製作所に向かいました。高棚製作所は自動車用部品の生産拠点として1974年（昭和49年）に創業した、デンソーでは5番目の事業所です。今回は、コンビネーションメータなどを生産する「501工場」を見学しました。

バスで近づくと、田んぼの真ん中に木々で取り囲まれた高棚製作所の姿が現れます。高棚製作所は“森の中の工場”をコンセプトに設立され、37万平方メートル（ナゴヤドーム約7.7個分）という広大な敷地外周への植栽のほか、遊歩道やビオトープを整備して地域に開放するなど、環境保全と地域共生に積極的に取り組んでいます。

工場の一画で、巨大なコージェネレーションシステムを稼働させています。高棚製作所の消費電力の約3割、ピーク時には約5割を賄う高効率なシステムとのこと。ほかに、廃材を分別・リサイクルする資源ステーションや排水処理場なども整備されています。

501工場では、コンビネーションメータの部品加工から組み立て、出荷まで一連の生産工程を順に見学します。工場内のあちこちに赤・黄・青色のランプや電

光掲示板があり、その表示で遠くからでも作業状況が把握できるように工夫されています。

樹脂の成型加工には80台目の設備が並びますが、人の姿はほとんどなく、ロボットによる自動化が進んでいる様子が分かります。少し進むと、『カイゼン工房夢現』と書かれたスペースがあります。ここでは、ベテランの作業員を中心に、生産現場の課題解決に日々取り組んでいます。“夢現”という言葉には、夢を実現するという意味と、カイゼンの取り組みは無限だという思いが込められているそうです。

電子回路基板の組み立ても自動化が進み、徹底した検査による品質管理が行われています。基板には、品番、生産日、IDなどの情報がQRコードで印字されます。このQRコードは、何か問題が起きたときに原因を特定する追跡調査に役立ち、“100%良品づくり”には不可欠なツールとして活用しています。

メータの総組立ラインでは、“セルライン方式”を採用し、1人から数人の作業員を生産量に応じて編成し、作業を行います。501工場ではこうしたフレキシブルかつ効率的な生産方式により、多品種少量生産に対応しています。

生産現場の省エネに取り組む「テクノクラブ」

501工場にある「テクノクラブ」は、ベテラン作業員が道場主となり、生産現場に必要な環境保全や安全、検査、品質管理などを教える教育道場です。

『地球』と名付けられた道場では、生産現場の省エネについて教育しています。現場で使われる照明器具やエアブローなどが用意され、白熱電球とLED電球の消費電力の違いやエア漏れによるコストなどを、実際に測定して確認できます。「できることはすぐにやる」が道場の鉄則で、ここで学んだ成果はすぐに現場で実践されます。同時に、取り組み内容を社内に公開することで、横展開も図っているとのこと。非常に地道な取り組みですが、一つひとつ積み重ねることで、生産現場に大きな省エネ効果を生み出しています。

懇談会の概要



参加者からの質問に答える平岩高棚製作所長（中央）

Q デンソーの改善提案制度について教えてください。

A 日々の業務における様々な改善の提案を評価・報償する制度です。生産現場だけでなく、全社的に取り組んでいます。継続的な提案促進のために、1件ごとの評価だけでなく提案の累積に応じた報償が出るほか、イントラネット上で改善アイデアを共有する“改善事例展”を開催したり、表彰事例を皆の前で発表する場を設けるといった工夫もしています。

Q 工場内に『旬のライン』という看板がありましたが、どういう意味ですか。

A すべての生産ラインの稼働率を一斉に上げることはなかなか難しいので、毎月重点的に取り組むラインを『旬のライン』として設定し、生産現場の管理者も含めた全作業員にそれが分かるように看板を掲示しています。こうした看板は、管理者にとって必要な仕掛けの一つだと考えています。

Q デンソーの技術開発の方針は。

A 常に未来のクルマ社会を見据え、その社会ではどんな技術が求められるのか、そのニーズに対してデンソーがどのように貢献できるのかという視点で取り組んでいます。

Q デンソーのグローバルな事業拡大を支える強みとは何でしょうか。

A デンソーは現在、日系企業だけでなく、世界の自動車メーカーとのビジネスを拡大しています。その原動力となっているのは、創業以来受け継いで

きた、「先進」「信頼」「総智・総力」の3つから成るデンソースピリットです。この価値観を全世界のデンソー社員がしっかりと共有し、事業拡大を推進していることが強みだと考えています。

Q 海外拠点において、どのように“人づくり”に取り組んでいるのですか。

A 「人づくりこそ事業の基盤」という人材育成の考え方は日本も海外も同じで、基本的にはデンソーの“人づくり”を海外拠点にも伝承しています。その際、文化的な違いを正しく理解することが大切であり、デンソーでは相手の文化を尊重し、その文化を反映した人づくりに取り組んでいます。ただし、国や地域が変わっても、デンソーの“100%良品”を提供するという原則は決して変えません。

Q 積極的に海外進出する一方で、日本の生産はどうやって守っていくのですか。

A デンソーでは、日本を最先端の製品や生産技術の開発・展開を行う“世界のマザー工場”として位置付けています。この役割を果たすためには、国内の生産量を確保し、雇用を維持することが不可欠だと考えています。そのため、国内生産の競争力強化を図るとともに、自動車生産の増減による影響を受けにくいように、「健康・医療」や「バイオ」といった新事業分野の育成にも力を入れています。

Q 部品メーカーであるデンソーが、どうやってクルマ社会を変えていくのでしょうか。

A デンソーは従来、自動車メーカーからの「こんな自動車部品が欲しい」という要望を受け、その部品を高品質で安く生産することを中心とする会社でした。しかし今後は、部品メーカーであるデンソー自らが、こんな部品があればもっとクルマが快適になる、あるいは社会の問題解決に貢献できるということを世の中にどんどん提案していきたいと考えています。未来のクルマ社会で活躍する先進的な技術・製品を次々と提案していけるよう、グループ一丸となって取り組んでいきます。

参加者からの感想

▶参加前は「自動車部品の会社」という知識しかありませんでしたが、デンソーのイメージが変わりました。今後、新規事業が時代に即してどのような形になるのか、待ち遠しくなりました。

▶環境、安全に対する企業理念を強く感じました。

▶ギャラリーでは、人々の幸福に貢献するため常に新しい価値の創造を目指すというデンソーのポリシーを、ひしひしと感じ取ることができました。

▶高棚製作所では想像以上にロボットが導入され、広い工場内に人が少ないことに驚きました。また、工場がよく整理されていて、作業効率と安全確保への徹底した取り組みが分かりました。

▶海外拠点の人材育成において、現地の文化を正しく理解し、相手を尊重することの大切さを繰り返し話されたことが印象的でした。



●デンソー ご担当者より●

社会広聴会員の皆さまには、様々な視点から貴重なご意見・ご質問等を頂き、誠にありがとうございました。デンソーは今年（2013年）「2020年長期方針」を発表しましたが、その実現には「社会の視点」が大切と考えておりますので、今回の懇談会は有意義な機会でした。今後も社会との対話を大切にしていきたいと思います。

なお、頂いたご意見・ご質問等は弊社が2020年に向けた一歩を踏む出すためのヒントとさせていただきます。最後に貴重な機会を設定頂きましたことに感謝申し上げます。

（文責 専門研究員 森田真樹子）

～第3回 地域活性化プロジェクト「国際戦略総合特区見学会」～ 関西イノベーション国際戦略総合特区

国際戦略総合特区は、産業集積拠点の形成や国際競争力の強化を目的に、経済界が直接参加して事業を推進するという重要な役割を担っており、わが国の経済をけん引していくため、官民協働による迅速な計画の実現が期待されています。この取り組みを生活者に知ってもらうため、2013年9月13日、「第3回国際戦略総合特区見学会」を「関西イノベーション国際戦略総合特区」（神戸医療産業都市）で開催し、当センターの社会広聴会員など27名が参加しました。

見学会の概要

見学会には、関西広域連合関西イノベーション国際戦略総合特区推進室の吉備栄太主査と神戸市企画調整局医療産業都市推進本部調査課の明石卓己氏が同行しました。

はじめに、理化学研究所計算科学研究機構で、広報国際室の藤岡由香氏が同研究所の概要を説明し、世界トップレベルの計算速度を誇るスーパーコンピュータ「京」を見学しました。

神戸キメックセンタービル展示ホールでは、神戸市企画調整局医療産業都市推進本部の牟田祐子サイエンスコミュニケーターが神戸医療産業都市の概要について説明しました。

その後、理化学研究所発生・再生科学総合研究センターにて、広報国際化室の泉奈都子サイエンスコミュニケーターが、動物の発生メカニズムを解明し、再生医療など応用基盤を構築するための研究を推進している同研究センターについて説明しました。

神戸医療産業都市の取り組み

関西イノベーション国際戦略総合特区は、大阪、京都、兵庫3府県と大阪、京都、神戸3市が、医療機器、先端医療技術、医薬品、先制医療、スマートコミュニティ、バッテリー（蓄電池など）の各分野に集中投資し、世界に向けて新しいイノベーション（製品・サービス）を創出することを目指しています。同特区は、9地区で構成されており、その一つに、神戸市が推進している神戸医療産業都市が位置付けられています。

神戸医療産業都市は、阪神・淡路大震災の震災復興プロジェクトの一つとして1998年に発足

しました。神戸市のポートアイランド（神戸港内にある人工の島）に、先端医療技術の研究開発拠点を整備し、産学官の連携により21世紀の成長産業である医療関連産業の集積を図り、神戸経済の活性化、市民の健康・福祉の向上、国際社会への貢献を目指しています。同都市は、iPS細胞（万能細胞）などの研究を行う「バイオ・クラスター」、スーパーコンピュータ「京」を中心とした「シミュレーション・クラスター」、高度専門医療機関を中心とした「メディカル・クラスター」の3つのクラスター（集積拠点）が融合して形成されています。現在、250社以上の医療関連企業が参入しており、日本最大級の医療産業クラスターに成長しています。



神戸キメックセンタービルから神戸医療産業都市を望む

理化学研究所 計算科学研究機構 ～スーパーコンピュータ「京」～

1917年に設立された理化学研究所は、日本で唯一の総合的な自然科学の研究所として、全国各地に拠点をもち、幅広い分野の研究を推進しています。

2006年、政府が定めた「第3期科学技術基本

計画」に、次世代コンピューティング技術が盛り込まれ、文部科学省でプロジェクトが発足。理化学研究所が主体となって、民間企業（富士通）との共同でスーパーコンピュータの開発がスタートしました。

2010年7月、コンピュータ・シミュレーションにより科学的に未来を見通す“予測の科学”の確立を目指し、理化学研究所計算科学研究機構が発足しました。同機構内の計算機棟に設置されているのが「京」です。「京」は、24枚のシステムボード*が入った筐体（システムラック）864台で構成されており、1筐体当たりの重さは約1トンです。計算機棟は、免震構造を採用し、震度6強の揺れでも「京」に影響を与えない設計となっています。

「京」の計算速度は、10ペタフロップス（1秒間に1京回計算できるもの）。最高水準のパソコン数十万台分に当たる性能です。国立情報学研究所が提供・運用しているインターネット上の学術情報ネットワーク「SINET」を経由して国内や世界の人々に利用されており、その桁違いの能力が新たな科学技術の世界を切り開こうとしています。

世界で最も高速なコンピュータシステムをランク付けする“トップ500”という評価プロジェクトがあります。同ランキングの1位は中国の「天河2号」であり、「京」は4位にランクされています（2013年6月時点）。「天河2号」の計算速度は、「京」の3.2倍ですが、アプリケーションの実行性能や使いやすさに関係する実行効率で「京」は群を抜いており、幅広い分野で活用できるスーパーコンピュータとして他の追随を許していません。

「京」を利用して開発や研究を進めている分野には、主に次の5つがあります。①生命科学・医療（新薬の開発や人体をシミュレーションして生命現象に迫る研究）、②新物質・エネルギーの創成（新しい半導体の素材や効率的な太陽電池の開発などの研究）、③防災・減災に資する地球変動予測（地球規模の大気動きなどから、自然災害を予測する研究）、④次世代ものづくり（高性能な自動車の開発など次世代のものづくりにつながる研究）、⑤物質と宇宙の起源と構造（宇宙の始まりに迫る研究）。以上の5分

*CPUやメモリーなど、パソコンの主要な電子部品を搭載したプリント基板

野で、「京」の計算資源の約半分を使用しており、全体の約30%を一般利用枠として、大学、研究者、研究機関、企業などが利用しています。一般利用枠に採択された企業には、医薬品関連企業、素材関連企業、建設関連企業、IT関連企業、自動車関連企業などがあります。今まで難しかった高度なシミュレーションにより、科学技術の発展に大きく貢献することが期待されています。



スーパーコンピュータ「京」

理化学研究所 発生・再生科学総合研究センター

2000年4月に設立された理化学研究所発生・再生科学総合研究センターは、神戸医療産業都市構想の初期の段階から、都市の中核を担う研究施設として機能しています。

発生・再生科学総合研究センターでは、動物が発生・再生するメカニズムを様々な視点から解明するとともに、そこから得られる研究成果を再生学などの医学応用に役立てることを目的としています。“発生”の仕組みを解明することは、病気のメカニズムの解明につながるとともに、iPS細胞などによる“再生”の医療にも結び付きます。一つの研究所で“発生”と“再生”の研究を行っていることが同センターの強みであり、分子細胞生物学、進化発生学、数理生物学などの基礎的な発生生物学研究から最新の幹細胞研究まで、多岐にわたる分野の研究プロジェクトが進行しています。最先端の研究基盤と、基礎研究・医療・産業にまたがる連携を最大限に生かし、発生・再生研究を通じて社会へ貢献できる、真に価値のある研究センターを目指しています。

（文責 主任研究員 塩澤 聡）

社会保険料負担の増加と消費税問題

～持続可能な社会保障システムを目指して～

2013年10月3日、「社会保険料負担の増加と消費税問題 ～持続可能な社会保障システムを目指して～」をテーマに、第一生命経済研究所 首席エコノミストの熊野英生氏を講師に講演会を開催し、社会広聴会員など約80名が参加しました。

Profile



第一生命経済研究所 首席エコノミスト
熊野 英生 氏（くまの ひでお）

1967年7月 山口県生まれ
1990年3月 横浜国立大学経済学部卒
1990年4月 日本銀行入行
同行調査統計局、情報サービス局を経て、
2000年7月退職
2000年8月 第一生命経済研究所入社
2011年4月より現職

著書：『3時間でつかむ金融の基礎知識』（明日香出版社）、『バブルは別の顔をしてやってくる』（日本経済新聞出版社）、『本当はどうなの？ 日本経済一俗説を覆す64の視点』（日本経済新聞出版社）など
専門は、金融政策、財政政策、金融市場、経済統計

消費税より重い社会保険料の負担

今、消費税率引き上げの問題が話題になっていますが、消費税をどのくらい支払っているかをご存知でしょうか。

家計の総収入（税引き前）が月額50万円*1の平均的な勤労者世帯では、月額約32万円の消費支出をしてお

り、月に約1万4000円、年間では約16万円の消費税*2を支払っています。2014年4月に消費税率が8%になると、消費税の支払い額は年間約26万円となりますので、年間で約10万円、月額では約8000円の負担増が発生します。消費税率が3%上がるだけでも、家計にとっては非常に辛い負担になります。

さらに厚生年金保険料や健康保険料などの社会保険料は、消費税の負担を上回るものとなります。家計の総収入が月額50万円のモデルケースで考えた場合、厚生年金の月額保険料は4万3000円。それに約2万5000円の健康保険料と介護保険料や雇用保険料が加わって、約7万4000円になります。

2007～2012年度の5年間で、社会保険料は13%増加しました。これは消費税が2.3%引き上げられた場合と同じです。消費税の負担を議論するのであれば、そのエネルギーの何倍もかけて社会保険料の議論をすべきではないでしょうか。

消費税率引き上げによる影響

1997年4月に消費税率が3%から5%に引き上げられました。引き上げられて約3カ月後に駆け込み需要の反動減が生じ、経済が落ち込みました。夏には反動で一旦正常化したように思われましたが、11月末に金融システム不安が生じました。企業は大規模なリストラを敢行するなど、1990年代の後半から雇用調整を次々に行いました。

今回も、消費税率の引き上げが金融システムの不安を引き起こすのではないかと懸念があります。当時は、税率の引き上げに伴う駆け込み需要が発生するものの、その反動減が起こるので、プラスマイナスゼ

*1 うち賞与6万円、配偶者6万円
*2 家賃・医療サービス、教育関連、贈与金を除いた消費税

ロになると考えられていましたが、現実には税率が上がった分だけ実質の購買力が落ちる結果となりました。

安倍政権は、この経験に関してかなり神経質になり、5兆円の経済対策を打ち出すなど景気対策に余念がありません。消費税率の引き上げによる影響は、実施してみなければ分からないのが正直なところですが、財政政策、金融政策、成長戦略など、経済成長を後押しするような様々な政策を実施しなければなりません。

消費税率が引き上げられると、家電製品や自動車などの耐久消費財の分野で駆け込み需要が発生しますが、一方、日用品やサービスの分野などでは、駆け込み需要はあまり発生しないと思われます。問題は実質購買力が低下することです。税率が5%から8%に引き上げられた場合、実質購買力が約3%落ちることが予想されます。家計調査から分析すると、教養・娯楽、レジャー、衣料品などの分野において節約志向が顕著に現れてくると思われます。

政府の経済対策

消費税率引き上げの問題は、税率が引き上げられた以上に、賃上げが起こるか、株価が上昇するかが鍵を握ります。政府は、消費増税の表明と同時に賃金を上げるための経済対策である「所得拡大促進税制」を発表しました。同制度は、企業が従業員の給料を一定以上拡大したときに法人税が減税される仕組みですが、実際は賃上げのコストの方が法人税の軽減より重くのしかかってくると予測されるため、この税制はあまり使われないと思います。

しかし、医療業界や通信業界など、多くの雇用を伴って新しいビジネスを展開する企業にとっては、この税制は魅力的に映るでしょう。したがって、全業種の企業が賃上げを促進するというよりは、成長分野で雇用が促進され、賃金が増加することにつながるのではないのでしょうか。現在、中小企業やサービス業で人手が不足していますが、賃金を上げずに人手を獲得しようとするので、求人数は上積みされ、雇用者数は増加しない結果となっています。労働需給は逼迫しているので、一部の企業が賃上げを実施すれば、同業他社が追随して賃金を上げていく可能性もあるので期待したいと思います。

なぜ賃金が上がらないのか

これまでの勤労者の所得環境は厳しいものがありました。サラリーマンの平均生涯年収は、この10年間で6.6%、約1300万円も減少しています。

一方、社会保険料は2004年から2017年までは段階的に上がる仕組みになっています。この20年間を見ても、社会保険料や直接税などを差し引く前の賃金水準は、ほぼ横ばいの状況ですが、税引き後の可処分所得は趨勢的に低下しています。

企業はなぜ賃金を上げることができないのでしょうか。まず、企業の収益水準がリーマンショック以前の水準に回復していないことが挙げられます。企業の利益水準は、2012年の秋ごろから少しずつ改善されてきていますが、生産性が向上して利益が上がるという正常な成長のプロセスが働いていません。消費税率が上がった1997年以前は、一人当たりの生産性は向上していました。1990年代前半のバブル崩壊以降も高い生産性を発揮して賃金を上げていたのです。ところが2000年代になると、生産性が頭打ちとなりリストラも実施され、労働分配率が下がりました。安倍首相が3本の矢の一つである成長戦略を強調するのはこれが背景です。賃金を上げるためには、生産性を上げ続けなければなりません。

また、企業が賃金を上げられない主要な要因のひとつに、企業経営者の心理があります。企業経営者は、過去のリーマンショックや震災の経験から、先行きの景気に関して慎重になっています。その上、2017年まで社会保険料の負担が毎年右肩上がり増加し、それ以降も上がり続けるのではないかと予想するので、ボーナスで利益を還元することはできても、賃金のベースアップができにくい状況に置かれています。

さらに、企業が構造的に雇用を増やさない体質に変わってきていることも要因として挙げることができます。賃金を増やす前に雇用を増やすのが順序だと思いますが、円高や新興国企業の台頭などの影響を受け、特に製造業は右肩下がりで雇用者数が減ってきています。

従来型公共事業投資の限界

民主党政権時代には、19兆円の予算を組んで復興対策を実施しました。また、2012年には景気対策として10兆円の公共事業投資を実施しています。累計して多額の補正予算を組んで公共事業投資を実施したにもかかわらず、建設業は就業者数が増えていません。従

来型の公共事業投資によって追加的に景気を刺激する力は非常に弱まってきています。建設業界においては、公共事業は増えても民間事業が減少しています。その結果、多数の業者で仕事を奪い合うかたちとなり、雇用や賃金を増やすことは難しくなっています。政府は、教科書どおりに需要創出効果が高いとされる公共事業投資を増やしていますが、実際は雇用に結び付いていないのです。また、現場で若い労働者が育成されていないので、優れた技術を持った技能労働者が不足しており、求人数だけが aumentando している状況にあります。建設業に限らず、昨今、人材育成に企業の資源が投じられなくなりました。正社員であっても会社の中で教育されない状況が、様々な産業分野で起こっています。

社会保険料負担の増加

どうして社会保険料負担が増えているのでしょうか。以前は、ボーナスの部分には年金保険料が掛かりませんでしたが、2003年から総報酬制となり、ボーナスにも保険料が掛かるようになりました。

2004年の年金制度改革によって、毎年右肩上がりに保険料が引き上げられ、2017年には9.15%に固定される予定です。また、2014年には、次期の年金改革の前提になるような財政検証が行われる予定ですので、2017年以降、年金保険料を上げざるを得ない状況が生じてくる可能性があります。

なぜ2017年以降に年金保険料を上げなければならない可能性があるのでしょうか。そこには年金収支の問題があります。2009年に実施された厚生年金保険の収支予測（財政検証）では、2014年に収支が黒字化（+12兆円）するようになっています。しかし、2011年の収支実績は、「積立金より受入」を含めず、マイナス（-4.9兆円）です。予測と実績が大きく乖離しています。なぜ食い違うのでしょうか。保険料収入は2017年まで上がり続ける予定であるのに、賃金は下がり続けています。予測した時点では計算外であった賃金水準の低下が進んでいて、保険料収入は増えていません。一方、年金を受け取る人の数は高齢化により増加しています。

シニア消費への期待

2011年の後半から65歳になった団塊の世代が、年金の定額部分を受け取り始めたことにより、シニアの消費が活発化し、日本経済全体にプラスの効果をもた

らしている側面があります。1997年当時、シニアの消費は、個人消費の約4分の1でしたが、現在、230兆円に及ぶ個人消費の約半分を占めるようになっています。賃金が上がれば消費税率の引き上げは、かなり緩和されると言ってきましたが、実は正確ではなく、株価上昇などを通じてシニアの消費が活発化すれば、消費税率が引き上げられても影響を受けにくくなります。

年金制度の問題点

厚生労働省が作成した厚生年金の収支の予想と実績を見ると、収支実績は下がり続けているのに対し、予測ではV字回復することになっています。おそらく、賃金水準の回復に関してはかなり楽観的な見方をしているからでしょう。

安倍政権下においても、2020年までの名目GDPを3%にして、様々な計算をしています。政府が将来予測をする場合は、楽観的な数字にならざるを得ません。なぜなら、甘めの数字を出すと野党の追及にあうからです。その結果、このように予想と実績が乖離します。年金問題がそうならないようにしなければなりません。

厚生労働省が作成した厚生年金の積立金残高の予想と実績を見ても、かなりの乖離が見られます。金利の上昇による収入増を見込んでいるため、予測が非常に甘くなっています。収支の帳尻が合わないのに、年金を支払い続けているので、残高が取り崩されています。収支を改善するには、支払っている年金の額を絞り込むか、年金保険料を引き上げるしかありません。おそらく、2017年で固定する予定の年金保険料をさらに引き上げていかざるを得ないでしょう。年金の支給額を変更せずに年金保険料を上げていくと、年金保険料を払っている人々の年金制度に対する参加意欲が落ちることにつながります。また、年金支給開始年齢をさらに引き上げて、実質的に年金支給額を切り下げる可能性もあるかもしれません。

年金制度に対する強い誤解

現行の年金制度に対しては、掛けた保険料が返ってこないのではないかと強い誤解があります。特に若い世代は年金を受け取れないのではないかとという誤解があります。

自分で計算すると、特に国民年金においては、支払った保険料が返ってこないということは考えにくい状況です。インフレや運用収益を考慮しないで、現在の保

険料と受給額で単純計算してみます。2013年の月額保険料1万5040円を40年間支払うと約722万円となります。平均寿命から65歳を引くと、男性は14.94歳、女性は21.41歳なので、それぞれ2013年の年間年金受給額である78万6492円を掛けると、男性は1175万円、女性は1684万円となります。したがって、男性は、支払った額の1.63倍。女性は支払った額の2.33倍を受け取る計算になります。国民年金は、基礎年金の半分を税金で穴埋め（国庫負担）しているので、支払った金額に対して受け取る金額が大きくなります。

問題は厚生年金です。国庫負担のサポートが薄く、拠出した部分を現在受け取っている人々に回している比率が高いので、国民年金に比べて掛けたお金に対して戻ってくる率が少ないのが現状です。

多くの政治家、官僚、企業経営者が、年金制度を守ろうとして、今まで汗を流してきました。この制度を崩壊させるのは本当に惜しい気がします。消費税を上げてでもこの制度を守らなくてはなりません。しかし、問題は消費税だけではまかない切れない点にあります。企業にとってもかなり深刻な問題となっています。

見えない人件費の負担

健康保険料の負担は、年金よりもさらに大きいものとなっています。中小企業が属している協会けんぽの健康保険料率（平均）と大企業が属している組合健保の健康保険料率（平均）の推移を見ると、2008年から急激に悪化しています。高齢者の医療制度を守るために現役世代の健康保険料の積立金の中から支援金を拠出したからにほかなりません。2008年から始まった後期高齢者医療制度の問題点は、高齢者から保険料を取ることが問題ではなく、高齢者医療制度を守るため、現役世代から支援金を拠出させ、高齢者医療費の肩代わりによって、健保組合の収支を急激に悪化させていることにあります。このことが、見えない人件費の負担となって企業に重く押し掛かっています。

現在の健康保険料率（平均）は、協会けんぽが約10%、健康保険組合が約8.6%です。2012年の衆院選の際の自民党の政策公約の中には、大企業が属している健康保険組合の健康保険料率を10%まで上げることが盛り込まれています。法人税は赤字になった場合は支払う必要はありませんが、社会保険料は赤字になっても支払わなければならないため、企業にとって大変な負担となっています。後期高齢者医療制度を維持す

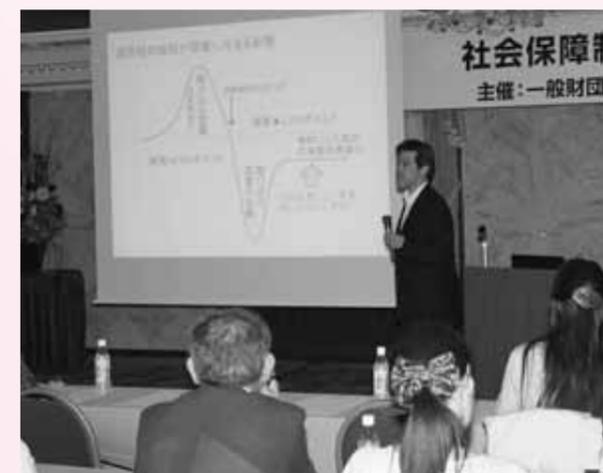
るために、健保組合から支援金を拠出させる仕組みを変えなければ、健康保険制度はいつか立ち行かなくなります。

健康管理で医療費の削減を

健康保険料率を上げずに済ませるには、高齢者自身の自己負担の率を増やすか、医療費を削減する必要があります。消費税でまかなうか保険料でまかなうかという議論がありますが、2015年に消費税率を10%にしたなら、それ以降は医療費を削減すべきです。そのため、予防医学の考え方が重要です。米国には「1ドルの予防費で3ドルの治療費を節約できる」という言葉があります。予防医学や健康管理に対し、シニア層は大変関心を持っています。

現在、健康管理を自分でしたいと考える人々が多く存在しています。スポーツクラブの業界は、シニア層を獲得して成長産業となっていますし、サプリメントはこの10年の消費項目の中で一番増加しています。このように、健康保険の適用外であっても成長している産業分野があります。この産業分野を成長させていくことが、まさに成長戦略において重要ではないでしょうか。健康管理のアドバイスや医療にインターネットを活用したり、スポーツクラブに健康管理の専門家を置くなど、医療以外の分野を成長させて、医療費を極小化することが重要です。

消費税問題で重要なのは、年金制度を守ることです。消費税と社会保障制度は表裏一体の関係にあり、医療や年金の制度を見えないところで支え、我々の老後の暮らしを守っています。様々なテクノロジーが開花すれば、結果的に医療費を削減することにつながると考えます。



(文責 主任研究員 塩澤 聡)

「社会広聴会員」からの ご意見・ご感想

「情報源に関するアンケート」について

- ラジオを情報源としている人は少ないようですが、災害時・非常時のためになくすことのできないものだと思います。新聞はさほど関心のない事柄でも目に触れることによって興味がわくことがあるので、欠かすことができないものです。(50代・女性・東京都)
- 利用状況を見ると、インターネットやソーシャルメディアの利用率が今後も増えていくと思います。10代の若者にも配慮した情報発信の充実を望みます。(40代・女性・北海道)
- 自分の周りにも新聞をとっていない人が増えていきます。早く情報を知りたいときはパソコンですが、じっくり読みたいときは新聞が良いと考えます。(60代・女性・兵庫県)
- 新聞は正確で信頼ができ、テレビは分かりやすくというのはその通りだと思いました。これだけ情報が氾らんしていると、自分でしっかり考える力を付けていないと流されてしまう危険性があり、それは心しないといけなかったと思います。(60代・女性・兵庫県)
- 特に若い世代には手っ取り早く情報が入手できることが良いことのように思われがちですが、学校教育や家庭の中で色々なメディアに接する機会を設け、利用者自身が必要な情報を取捨選択できるということを知ってほしいと思います。(50代・女性・東京都)
- 新聞、テレビ、インターネットによって機能や信頼度、便利さやスピードなどが異なり、それぞれの特長と短所を理解した上で利用したいと思います。(70代・男性・大阪府)
- 予想はしていましたが、新聞を読まない人が増えていくと感じました。特に29歳以下で40%以上となっていて、今後も増えるのか、高止まりなのか気になります。(30代・女性・埼玉県)
- インターネットはごく普通の情報源になった感がありますが、信頼性は想像以上に低かったです。活字離れがいわれて久しいですが、やはり新聞はまだ信頼感が

- あると思いました。(40代・男性・岩手県)
- 私はインターネットが使えないので新聞・テレビを利用していますが、これからはインターネットも勉強して少しずつ利用したいと思います。情報内容によって色々選べる今の環境は恵まれていると思います。(60代・女性・愛知県)
- ふと気付くと、インターネットがあって当たり前、ないと物足りないと感じる情報源となったことをあらためて痛感しました。一方で、大量の情報から正しい情報を見極める力が求められていると思います。(40代・女性・北海道)
- インターネットは今後ますます情報源として重要な役割を果たしていくと思いますが、新聞やテレビはこれからどういう特色を持って生き残っていくかが興味深いです。(70代・男性・神奈川県)

未来都市モデルプロジェクト見学会について

- 「柏の葉スマートシティ」は東京とつくばの中間地点にあり、立地的につくばの先進性と東京の都会性の両者を併せ持つ街として注目しています。今後の発展に大いに期待したいと思います。(60代・男性・埼玉県)
- このような未来志向の都市が計画されているとは知りませんでした。日本はすごいと感じます。少子高齢化が避けられない中において、官・民・学の力を結集し、つくった夢のインフラである未来都市、近ければ見に行きたいです。(70代・男性・大阪府)
- 興味深く拝読させていただきました。柏の葉プロジェクトが今後どう発展していくのか楽しみです。(40代・女性・北海道)
- 官・民・学が協力しなければ成功しないことは沢山あると思います。「柏の葉スマートシティ」のような災害時にも安心して頼ることができる施設は、今後も広めてほしいです。(30代・女性・岡山県)

- スマートシティ構想が全国各地で展開されていることを初めて知りました。日本経済の活性化のために、良い試みだと思います。(70代・男性・兵庫県)
- 近未来の都市が着々と進められていることに感銘を受けました。限りあるエネルギーをどのように有効に使っていくかを考える都市づくりをしていかなければならないと思います。(40代・女性・大阪府)
- 街全体での取り組みが興味深かったです。地方行政でも生かすことができれば面白いと感じました。(40代・女性・埼玉県)
- 空想小説ではなく、地に足の着いた未来都市が具体化していく様子がレポートから伝わります。モデル都市として様々なアイデアを実践して、新しい生活スタイルが私たちの暮らしを良くしてくれることを期待しています。(50代・女性・茨城県)

「企業と生活者懇談会」について

- 〈ヤンマー〉
- 小さいころから慣れ親しんだ「ヤン坊マー坊」天気予報が農業・漁業従事者のために始められたものであることを知りました。親しみやすいキャラクターで質の高い情報を発信し続けたヤンマーに敬意を表します。(50代・女性・東京都)
- ミュージアムがあることを初めて知りました。屋上庭園にビオトープがあって観察できるのもすてきです。(60代・女性・兵庫県)
- 日本には100年以上続いている企業が多く、誇りに思います。その中の一つであるヤンマーで開催され、大変うれしいです。感謝の心で、使う人のことを思い、ものづくりをしている姿勢が、100年以上存続する源だと実感しました。(50代・男性・広島県)
- 東日本大震災で被災した地域の復興支援をされていることに、感心しました。技術があるからこそできることだと思います。被災地の人たちの生活再建の支援を続けてほしいと思います。(50代・女性・愛知県)
- 昔からコマースでヤンマーは知っていましたが、重労働の農業を楽にという思いで農器具が改良されたことを知るともうれしいです。これからは多くの若い人が農業に参入して頑張してほしいです。(60代・女性・大阪府)

〈昭和電工〉

- 私たちが出しているごみ一つにも責任があると感じました。「プラマーク」等のついている商品はリサイクルできるので、ごみ出しのときにしっかり分別したい

- と思います。(80代・女性・和歌山県)
- 容器包装のリサイクルを手掛けていることを知りましたが、アンモニアは臭いものと思いが至りませんでした。なくてはならないものなのですね。家庭でのごみ分別が大切とあらためて実感しました。(60代・男性・愛知県)
- 容器包装のリサイクルで、資源に変わっているのは驚きです。ガス化ケミカルリサイクルでごみ処分場の不足や、石油資源の枯渇などが解消されるのなら歓迎です。日本の企業が真剣に色々なことにチャレンジしている姿には、頭が下がります。(60代・女性・兵庫県)
- 学校への出前授業は、化学の理解を深めるきっかけがなく、食わず嫌いになりがちな子どもたちに素晴らしい出会いを提供していると思います。(50代・女性・東京都)
- ガス化ケミカルリサイクルはすごい技術だと思います。この技術を利用して地球環境問題の解決への効果を期待しています。また、学校での出前授業も続け、子どもたちに地球環境を守る気持ちを育ててほしいです。(60代・女性・福岡県)

ご意見・ご感想

- 同封されていた「社会保障制度改革について」のパンフレットを読んで、真っ青になりました。「介護費も倍増」の記事です。皆が自分自身の健康管理をしっかりとしなければならないと思いました。(60代・女性・大阪府)
- 道州制についての講演会が各地で開催されており、参加者も大勢いることを知りました。(30代・女性・茨城県)
- 社会広聴アンケートの結果がテレビや新聞で取り上げられているのを見ると、重要な調査に参加しているのだと気が引き締まる思いです。(30代・女性・岡山県)



〈お知らせ〉

『ネットワーク通信』のご感想をお送りいただいた方の中から、抽選で20名様に図書カード(500円分)を、200名様に『月刊経団連』(経団連発行)を差し上げます。抽選結果は発送(次号『ネットワーク通信』発送の際に同封予定)をもって代えさせていただきます。

日本経済新聞に意見広告を掲載

経済広報センターでは、経済界の主張・考え方について社会の理解促進を図るため、また、当センターの活動を知っていただくため、新聞を活用した広報活動を行っています。2013年9月～11月のタイトルをご紹介します。内容は当センターのホームページ(<http://www.kkc.or.jp/>)でご覧いただけます。

- 2013年9月12日 教育界と企業の懸け橋に
- 2013年10月9日 社会保障制度改革は待たなし
- 2013年11月7日 忘れていません、震災からの復興支援



2013年11月7日 日本経済新聞掲載

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。

○グローバル人材の育成に関するアンケート（2013年11月調査結果発表）

- 2013年11月18日 毎日新聞 15面 「『外国語力必要』が8割 グローバル人材育成調査」
- 2013年11月28日 経団連タイムス 第3156号 5面 「経済広報センターが『グローバル人材育成に関する意識調査』結果発表 グローバル人材育成に必要な日本文化・歴史の教育と情報の充実を」

○情報源に関するアンケート（2013年8月調査結果発表）

- 2013年8月8日 北国新聞 11面 「信頼性、新聞がトップ」
- 2013年8月8日 富山新聞 11面 「信頼性、新聞がトップ」
- 2013年8月8日 福井新聞 7面 「情報の信頼性、新聞がトップ 経団連系団体が調査」
- 2013年8月8日 北日本新聞 4面 「信頼性、新聞がトップ 経団連系団体が調査」
- 2013年8月8日 岐阜新聞 8面 「信頼できる情報源 新聞57%トップ 経団連系の団体が調査」
- 2013年8月8日 大阪日日新聞 7面 「信頼性 新聞がトップ 経団連系団体調査」
- 2013年8月8日 山陽新聞 9面 「信頼性新聞トップ 経団連系団体調査」
- 2013年8月8日 日本海新聞 7面 「信頼性 新聞がトップ 経団連系団体調査」
- 2013年8月8日 徳島新聞 6面 「信頼性 新聞トップ ネットを大きく上回る 経団連系団体調査」
- 2013年8月8日 大分合同新聞 4面 「メディアの情報信頼性 新聞が57%でトップ」
- 2013年8月8日 長崎新聞 6面 「情報の信頼性、新聞がトップ」
- 2013年8月9日 福島民報 25面 「経済広報センター 意識・実態調査 新聞情報『信頼できる』57%でトップ」
- 2013年8月9日 熊本日日新聞 7面 「信頼性、新聞がトップ」
- 2013年8月14日 宮崎日日新聞 5面 「情報の信頼性新聞がトップ／経済団体調査」
- 2013年8月27日 新聞協会報 第4062号 「新聞の正確・信頼性に評価 経済広報センター メディアの印象調査で」
- 2013年8月29日 経団連タイムス 第3143号 5面 「経済広報センターが『情報源に関する意識・実態調査』結果を発表 マスコミを通じて見聞きする経営者の発言・態度が企業イメージの形成に大きく影響」
- 2013年9月2日 毎日新聞 5面 「みんなの広場＝知識の源 新聞に感謝」
- 2013年10月15日 徳島新聞 3面 「社説・新聞週間『いつの日も 真実に 向き合う記事がある』。代表標語の作者」
- 2013年11月18日 山口新聞 1面 「四季風」

○災害への備えと対応に関するアンケート（2013年3月調査結果発表）

- 2013年10月 『災害と防災・防犯 統計データ集』（三冬社発行）155～156頁
- 2013年10月10日 繊維ニュース 1面 「防火服の今／特殊用途から民需へ／需要の裾野拡大」

札幌で道州制講演会を開催

2013年9月9日、名城大学都市情報学部の昇秀樹教授を講師に迎え、北海道札幌市で道州制講演会を開催しました。

団塊の世代が75歳以上（後期高齢者）になる2025年ごろには、生産年齢人口が急激に減少するため、それに伴い税収が大幅に減少し、年金・介護・医療に関する財政負担が急増すると予測されています。昇教授は、「それまでに行政改革や消費税をはじめとする増税や社会保険料のアップなど、根本的な構造改革が必須であり、一番大きな行政改革に位置付けられるのが道州制の導入です」と述べました。

また、講演会前日に、2020年のオリンピック開催都市に東京が決定したことを踏まえ、「ちょうどよい時期に目標ができました。札幌はオリンピック開催に当たりインフラ整備を推進し、その経営ノウハウの開発等により、人口190万人の政令指定都市にまで発展しました。国際化したオリンピックは、都市づくり、国づくりで大きな意味を持ちます」と論じました。

また、日本がグローバル競争に勝ち抜いていくためにも、道州制を導入し、現在の府県の単位ではなく、Region（州）の単位にする必要があり、その際には、中央政府・州政府・市（町村）政府が一体となって仕事をするヨーロッパ大陸型の「融合型」ではなく、各政府が別の業務を行う英米型の「分離型」が望ましいとしました。その後、活発な意見交換が行われました。

（参加者：社会広聴会員など35名）

経団連「女性活躍推進シンポジウム」を開催

経団連主催（共催：日本経済新聞社、21世紀政策研究所、経済広報センター）で、2013年7月29日、東京で「女性活躍推進シンポジウム～女性が支える日本の成長戦略～」を開催しました。

主催者を代表して、米倉弘昌会長が開会挨拶をし、女性の活躍を推進することがわが国の成長戦略を実現する上で重要との認識を示し、経団連においても企業行動委員会の下に、「女性の活躍推進部会」を新たに設置するなど、より積極的に取り組んでいくと表明しました。

続いて、森まさこ女性活力・子育て支援担当大臣が、女性活躍推進に向けた政府の取り組みをテーマに講演を行いました。

その後のパネルディスカッションでは、讃井暢子経団連常務理事をモデレーターに、片山さつき総務大臣政務官・参議院議員、伊藤一郎旭化成会長（経団連少子化対策委員会共同委員長）、渡邊光一郎第一生命保険社長、八丁地園子藤田観光常務執行役員、阿部奈美日本経済新聞社編集委員兼論説委員兼女性面編集長の5名がパネリストとして参加し、活発な議論が行われました。

さらにシンポジウム終了後は、交流会が開催され、来賓の佐村知子内閣府男女共同参画局長と岩田喜美枝21世紀職業財団会長から、女性活躍推進に向けた経団連の取り組みに期待する旨の挨拶がありました。

（参加者：企業・団体関係者、社会広聴会員など約500名）

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>

表紙のことば

海外の人々の方が、日本人に比べて、歴史や文化について明確に触れながら、自国を誇りに思う気持ちを、自信を持って分かりやすく語ることができるように思います。今回の社会広聴アンケートでは、グローバルで活躍する人材は、外国語によるコミュニケーション能力や豊かな教養を身に付けることはもちろん、文化・歴史に対する理解を深め、日本人としてのアイデンティティーを確立することが肝要であり、そのための教育改革が急務であるとの意見が数多く寄せられました。今の日本は自信や元気を失いかけているといわれています。2020年の東京オリンピック開催を契機に、自信や元気を取り戻し、日本の誇れる“良さ”を世界中の人々に発信し、理解してもらうことができると願っています。



杉山 佳子(前列左)

今回からお世話になります。山が好きで(今は専ら麓から眺めるだけですが)、夫と3歳の息子とともによく出掛けます。寒さが厳しいこの時期ですが澄み切った空気の中くっきり浮かび上がる雪山を見ることができるとこの季節ならでは。雄大な山々を眺めていると「目先のことにとらわれず、常に視界を大きく持て」と教えられる気がします。今年が皆さまにとって良い1年となりますように。

森田 真樹子(後列中央左)

最近は何賀状に代えて、メールで新年の挨拶をする人も増えていますね。スタイルは様々ですが、年の初めに遠く離れた友人などから近況が届くと、やはりうれしいものです。“はがき派”としては、ゆっくり相手を思い浮かべながらメッセージを書いていると、つい投函が遅れてしまうのが毎年の悩みです。さて、今年は無事元旦に届いたでしょうか……？

高橋 美香(後列左端)

昨年、2020年の東京オリンピック開催が決まったとき、小学生が「今から頑張って、7年後オリンピックに出る！」とテレビのインタビューでこたえていました。7年間頑張れば、本当に何でもできそうですね。何となく1年が過ぎてしまうこのごろですが、この子どもたちのように、明るい希望を持って新しい年を過ごしていきたいと思います。

塩澤 聡(後列中央右)

珈琲が好きです。よく行く専門店では、いろいろな種類の豆を扱っているで、味や香りの違いを楽しんでいます。9世紀のエチオピアで、ヤギ飼いの少年が珈琲の実を食べて興奮しているヤギを発見し、その後、眠気覚ましに利用されるようになったのが珈琲の起源として有力らしいのですが、最近では、様々な健康効果が期待されるようになりました。先人の知恵に感謝です。

鈴木 恵理(前列右)

初めまして、昨年、経済広報センターに着任しました。それまでは営業の仕事をしており、広報とは何か、広聴活動とは何か、についてはまだまだ勉強中の身です。生活者の皆さまからご意見を伺い、それをしっかりと企業に届けることで双方のお役に立てるよう精一杯頑張ります。どうぞよろしくお願いたします。

佐藤 亜矢子(後列右端)

来月より冬季五輪が開催されますが、日本選手の活躍を期待し、いまからエキサイトしています。競技はもちろんのこと、選手のインタビューを聞くのも楽しみの一つです。競技の映像だけでは見えないバックグラウンドを感じることができ、夢と感動にプラスの要素を与えてくれます。涙腺を押さえながらメダル獲得の様子を見守ります。

社会広聴活動レポート

ネットワーク通信

2014 No.57 新春号



ネットワーク通信は再生紙を使用しております。

発行／一般財団法人 経済広報センター
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-3-2 経団連会館19階
TEL:03-6741-0021 FAX:03-6741-0022

発行日／2014年1月6日

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