

ネット ワーク 通信

2018
No.76
秋号

社会広聴アンケート……………	1
「情報源に関するアンケート」調査結果	
企業と生活者懇談会……………	11
京阪ホールディングス（大阪） 東日本高速道路（埼玉）	
生活者の企業施設見学会……………	19
地下鉄博物館	
動き出すSDGs……………	21
日本証券業協会 イオン	
セミナー……………	23
「豊かな健康長寿社会をいかに実現するか」	
ご意見・ご感想……………	26



一般財団法人

経済広報センター

「情報源に関するアンケート」調査結果

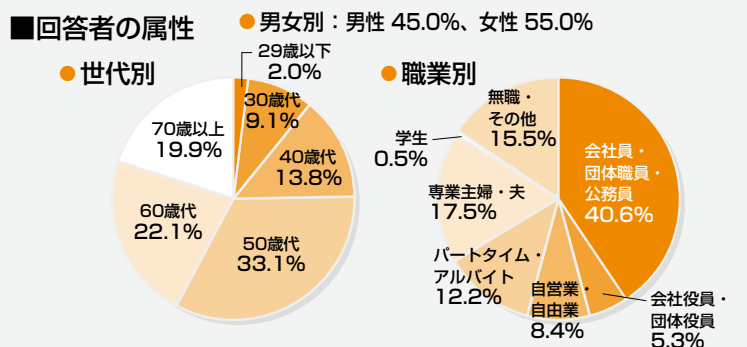
経営者の発言・態度が企業イメージに大きく影響

インターネット技術の進化により、生活者を取り巻く情報環境は大きく変化しています。生活者は、従来の新聞やテレビなどのマスメディアを通じた情報に加え、インターネットを利用して多くの情報を得ています。また、ソーシャルメディアが広く普及したことで、生活者自身も自由に情報を発信できるようになる一方で、生活者は多様な情報源の中から必要な情報を選択し、正しい情報を見極める目を持つことが求められるようになっています。

そこで今回は、社会広聴会員の皆さまが日ごろどのような情報源（メディア）を利用して情報を得ているのかという実態や、各情報源に対して抱えている意識のほか、企業に関する情報収集の実情について調査することにしました。

調査の概要

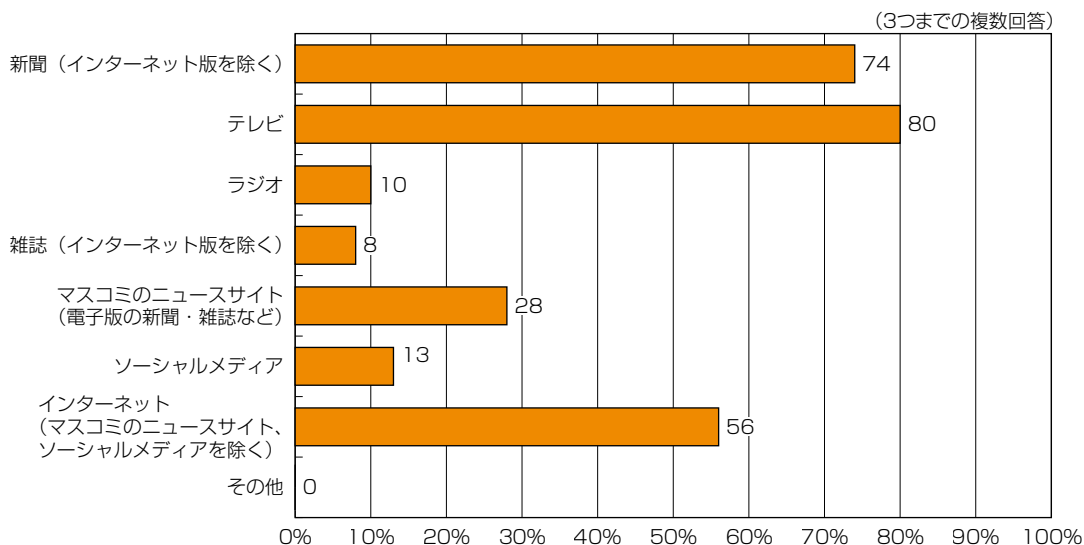
- (1) 調査名称：情報源に関するアンケート
- (2) 調査対象：経済広報センターの「社会広聴会員」2850人
- (3) 調査方法：インターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- (4) 調査期間：2018年5月24日～6月4日
- (5) 有効回答：1476人（51.8%）



1 情報源の利用

- **Point** 社会の動きを知る情報源は「テレビ」「新聞」が中心、「インターネット」の利用はどの世代も5割超。若い世代は「ソーシャルメディア」も

全 体

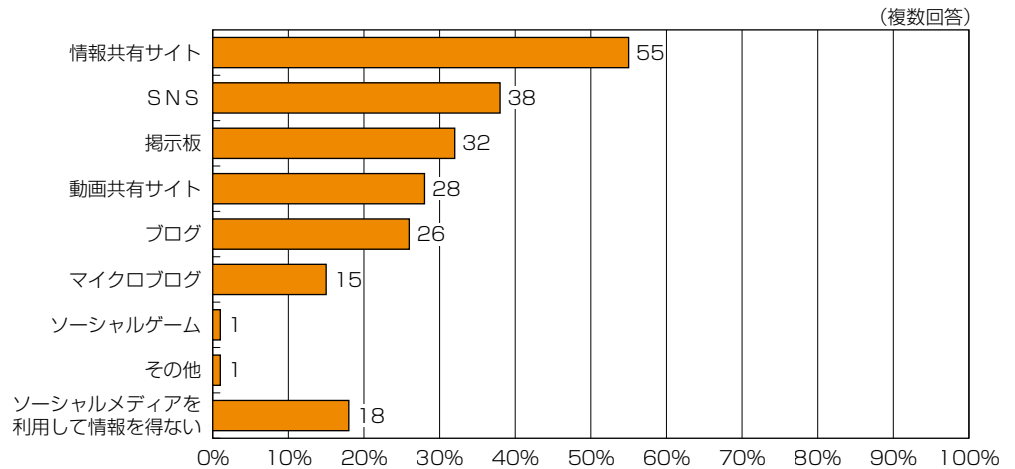


生活者が一般的な社会の動きを知ろうとするとときに利用する情報源としては、「テレビ」(80%)と「新聞(インターネット版を除く)」(74%)が高い。次いで「インターネット(マスコミのニュースサイト、ソーシャルメディアを除く)」の利用が56%と、各世代で5割を超えている。「ソーシャルメディア」は、若い世代ほど情報源として利用しており、29歳以下では50%と突出している(30歳代24%、40歳代17%、50歳代13%、60歳代8%、70歳以上5%)。

2 情報源としてのソーシャルメディアの利用

Point ウィキペディアなどの「情報共有サイト」がトップ。若い世代ほど「SNS」やツイッター、インスタグラムなどの「マイクロブログ」を利用

全 体



ソーシャルメディアで情報を得ようとするときには、ウィキペディアなどの「情報共有サイト」(55%) やLINE、フェイスブックといった「SNS」(38%) を情報源として利用している。若い世代ほど「SNS」の利用が高い。また、ツイッターやインスタグラムといった「マイクロブログ」は29歳以下の利用が43%と、他の世代(5~29%)と比べて特に高い。

* 調査の際、以下を表示した。

※本アンケートでは、「ソーシャルメディア」を以下のように定義しています。

・ソーシャルメディアとは

ユーチューブやツイッター、LINEなどオンライン上でユーザー同士が情報を交換(送受信)することによって成り立つメディアや、インターネット上で個人が情報発信するブログなどの総称。

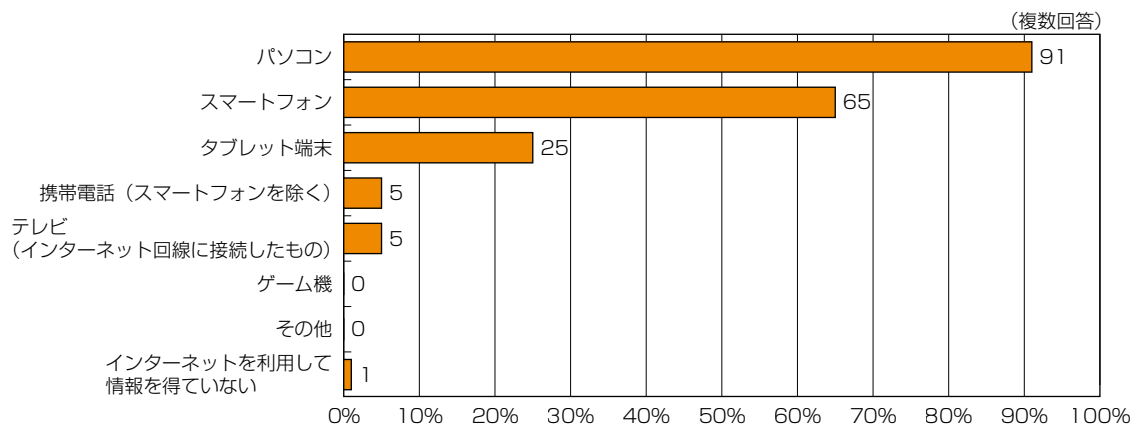
・ソーシャルメディアの代表例

【ブログ】アメーバブログ、ヤフーブログ、FC2ブログ、楽天ブログなど 【SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)] LINE、ミクシィ、フェイスブック、Google+、リンクトインなど 【動画共有サイト] ユーチューブ、ニコニコ動画など 【情報共有サイト] ウィキペディア、クックパッド、ネイバーまとめなど 【マイクロブログ] ツイッター、インスタグラム、タンブラーなど 【掲示板] ヤフー知恵袋、2ちゃんねる、教えて! goo、FC2掲示板など 【ソーシャルゲーム] グリー、モバゲー など (ニンテンドーDSやPSPなどの通信対応ゲームも含む)

3 インターネット利用の際の機器

Point 9割が「パソコン」を利用。若い世代ほど「スマートフォン」の利用が高く、「タブレット端末」の利用は各世代で2割以上

全 体

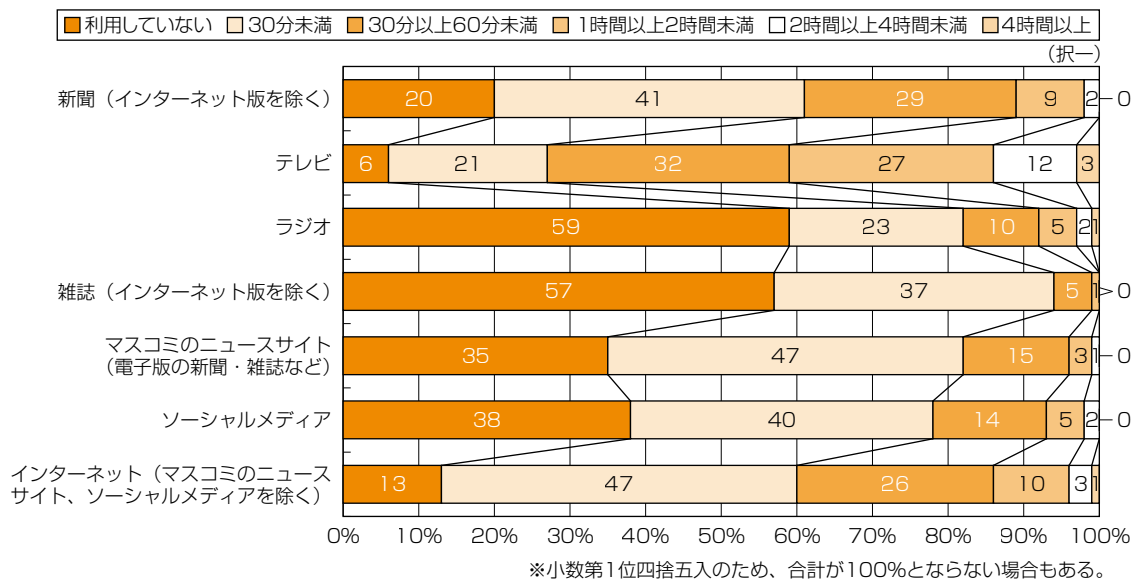


インターネットを利用する際の機器は、「パソコン」(91%) が最も高く、「スマートフォン」が65%、「タブレット端末」が25%となっている。「スマートフォン」の利用は70歳以上では35%だが、他の世代では半数以上(56~85%)が「スマートフォン」からインターネットを利用している。「タブレット端末」の利用率はどの世代でも2~3割となっている。

4 情報源の利用時間

Point 「テレビ」の視聴時間はさらに短くなる傾向

全 体

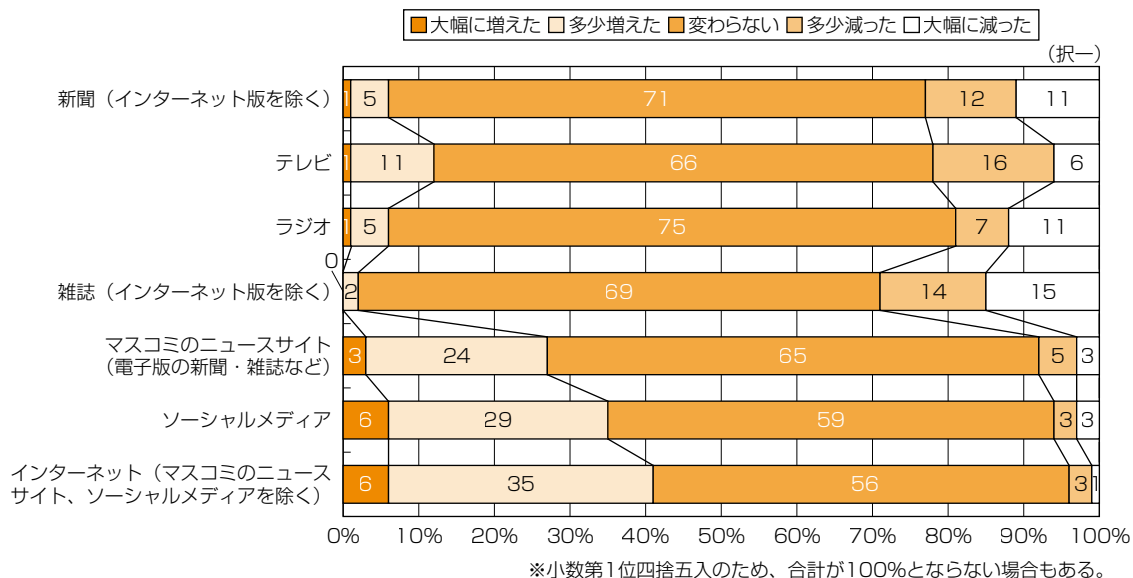


情報源の平均的な1日の利用時間について、「テレビ」は「1時間以上2時間未満」が27%、「2時間以上4時間未満」が12%、「4時間以上」が3%と、4割が1時間以上視聴しており、他の情報源に比べて利用時間が長い。しかしながら、前回（2015年）は半数以上（57%）が「テレビ」を1時間以上視聴していたのに対し、今回は42%と15ポイント減少しており、視聴時間が短くなっている。

5 情報源の利用状況の変化

Point ネットメディアの利用が一段と拡大

全 体



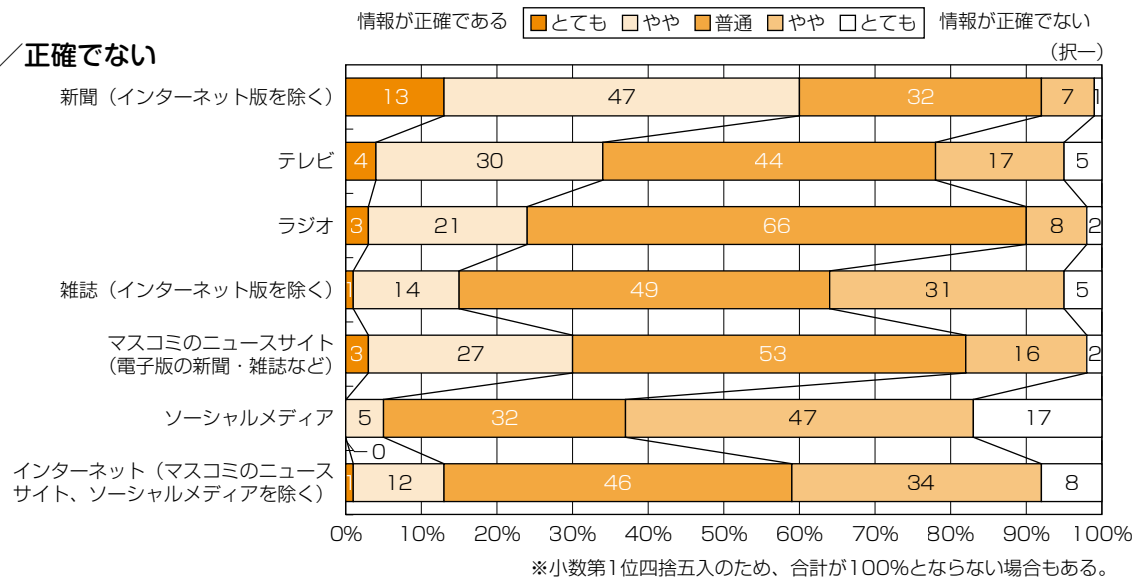
利用している情報源について、ここ2、3年での利用時間の変化を見ると、「インターネット（マスコミのニュースサイト、ソーシャルメディアを除く）」「ソーシャルメディア」「マスコミのニュースサイト（電子版の新聞・雑誌など）」は、いずれも「増えた（大幅に/多少）」が3～4割で、ネットメディアの活用が一段と進んでいることがうかがえる。

6 情報源の印象

Point 「新聞」は正確で信頼できる、「テレビ」は分かりやすい、「ソーシャルメディア」は正確さ・信頼性は低いとの印象

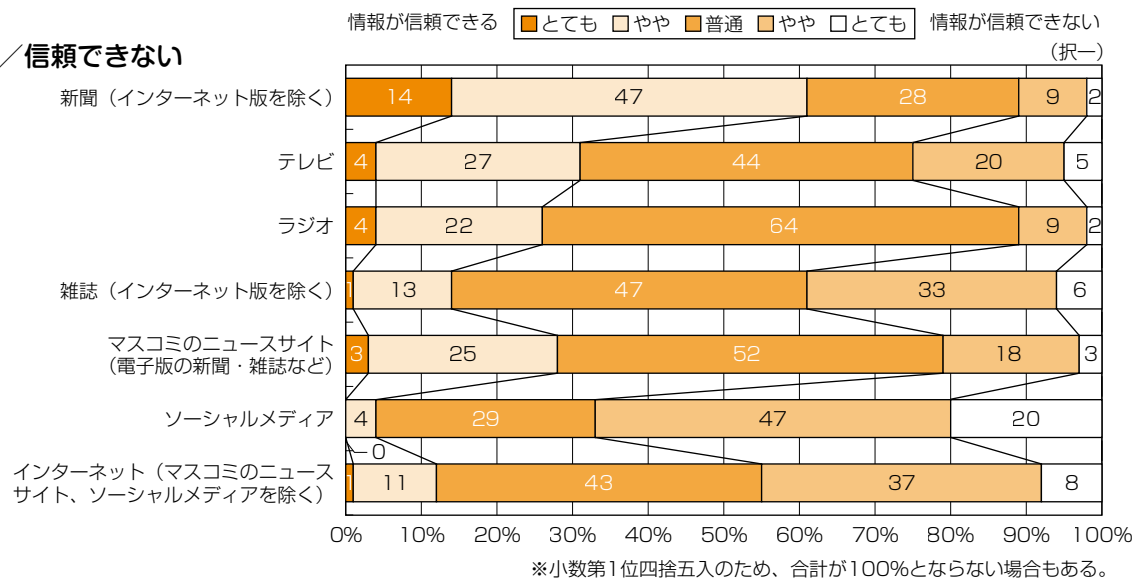
全 体

情報が正確である／正確でない



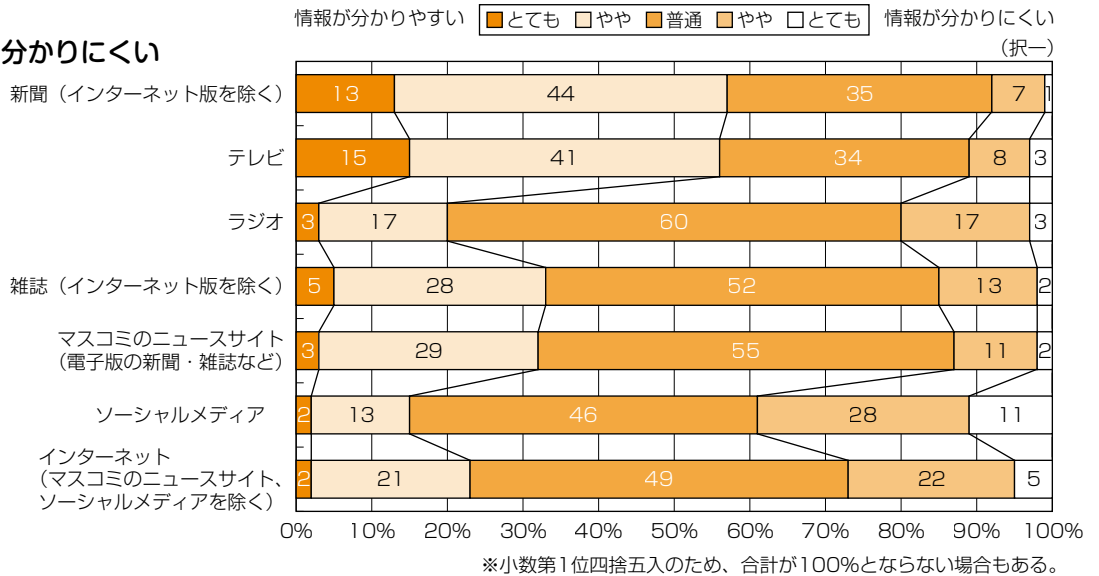
全 体

情報が信頼できる／信頼できない



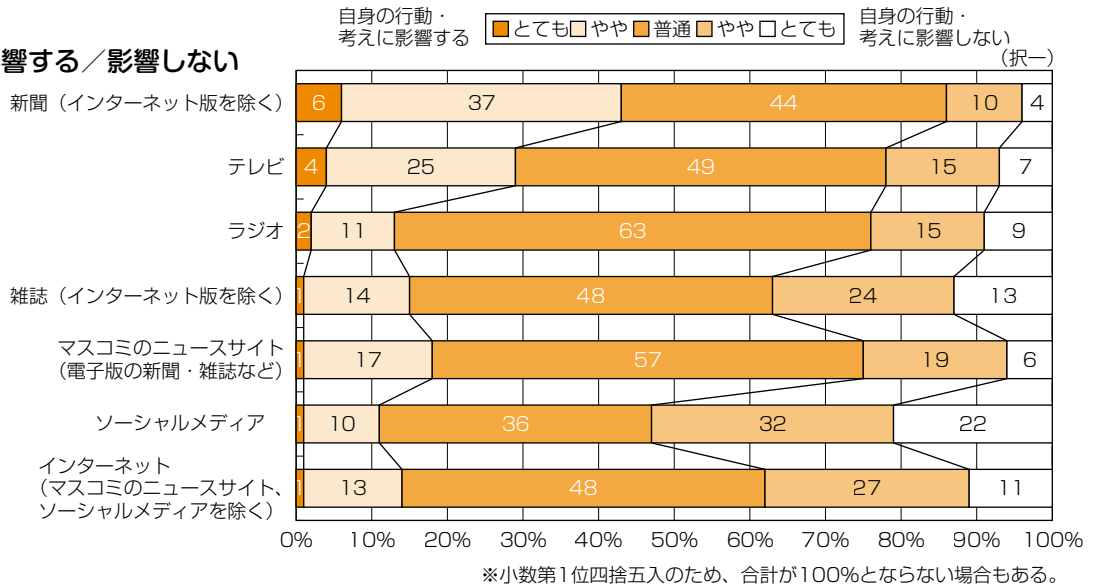
全 体

情報が分かりやすい／分かりにくい



全 体

自身の行動・考えに影響する／影響しない



各情報源の印象を聞いたところ、「新聞（インターネット版を除く）」は正確さと信頼性において6割が肯定的に評価しているほか、「分かりやすい」「自分自身の行動に影響する」といった印象も強い。「テレビ」は分かりやすいとの印象を持っている。「ソーシャルメディア」は利用度の高い若年層でも正確さや信頼性が低い情報源として認識されている。

社会広聴アンケート

詳細をご覧になりたい方は！

経済広報センター 社会広聴アンケート

検索

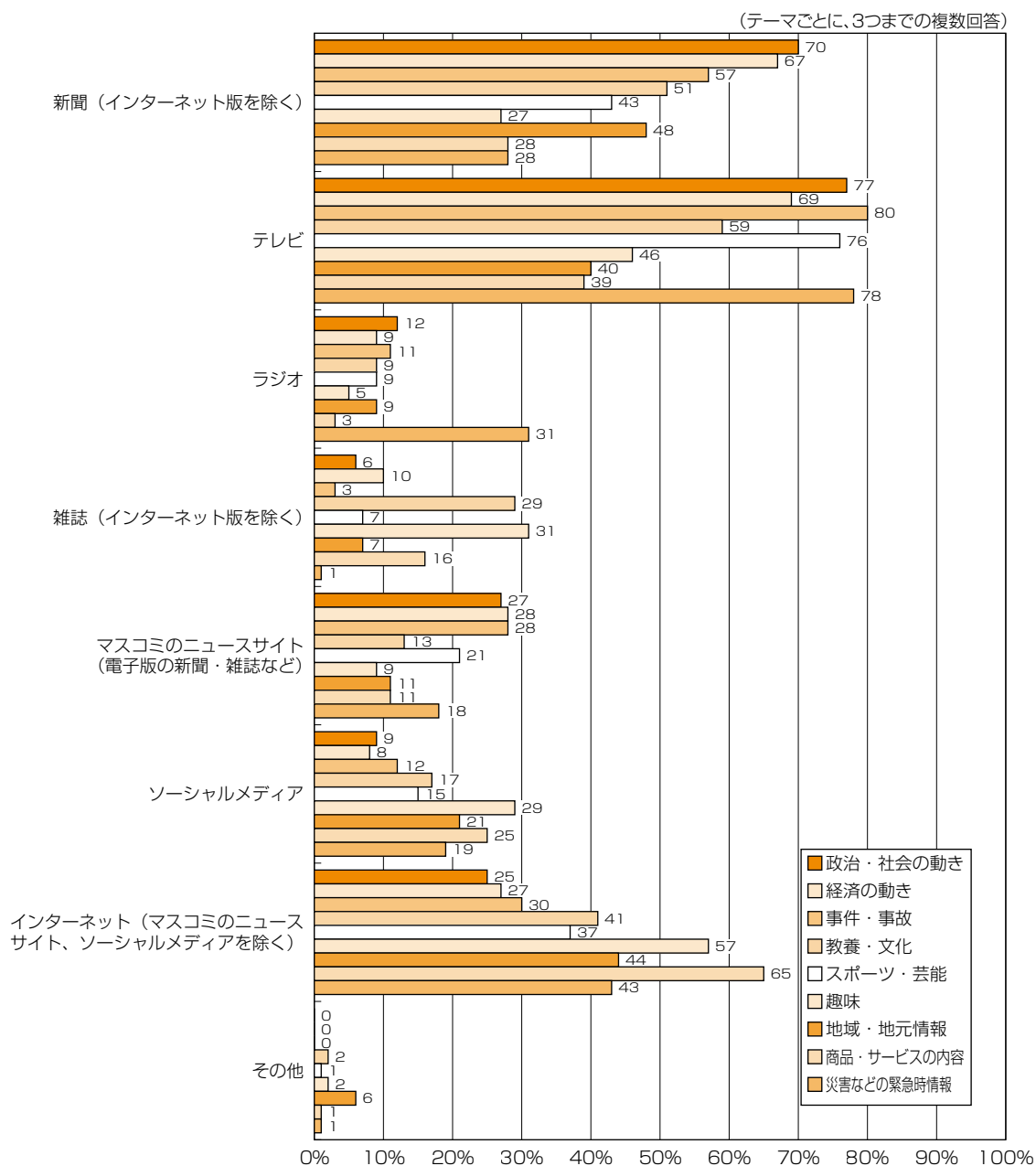
<https://www.kkc.or.jp/>



7 テーマごとの情報を収集するときの情報源

Point 「政治・社会」「経済」はテレビ・新聞、「事件・事故」「災害などの緊急時情報」「スポーツ・芸能」はテレビ、「趣味」はインターネットが主な情報源に

全 体

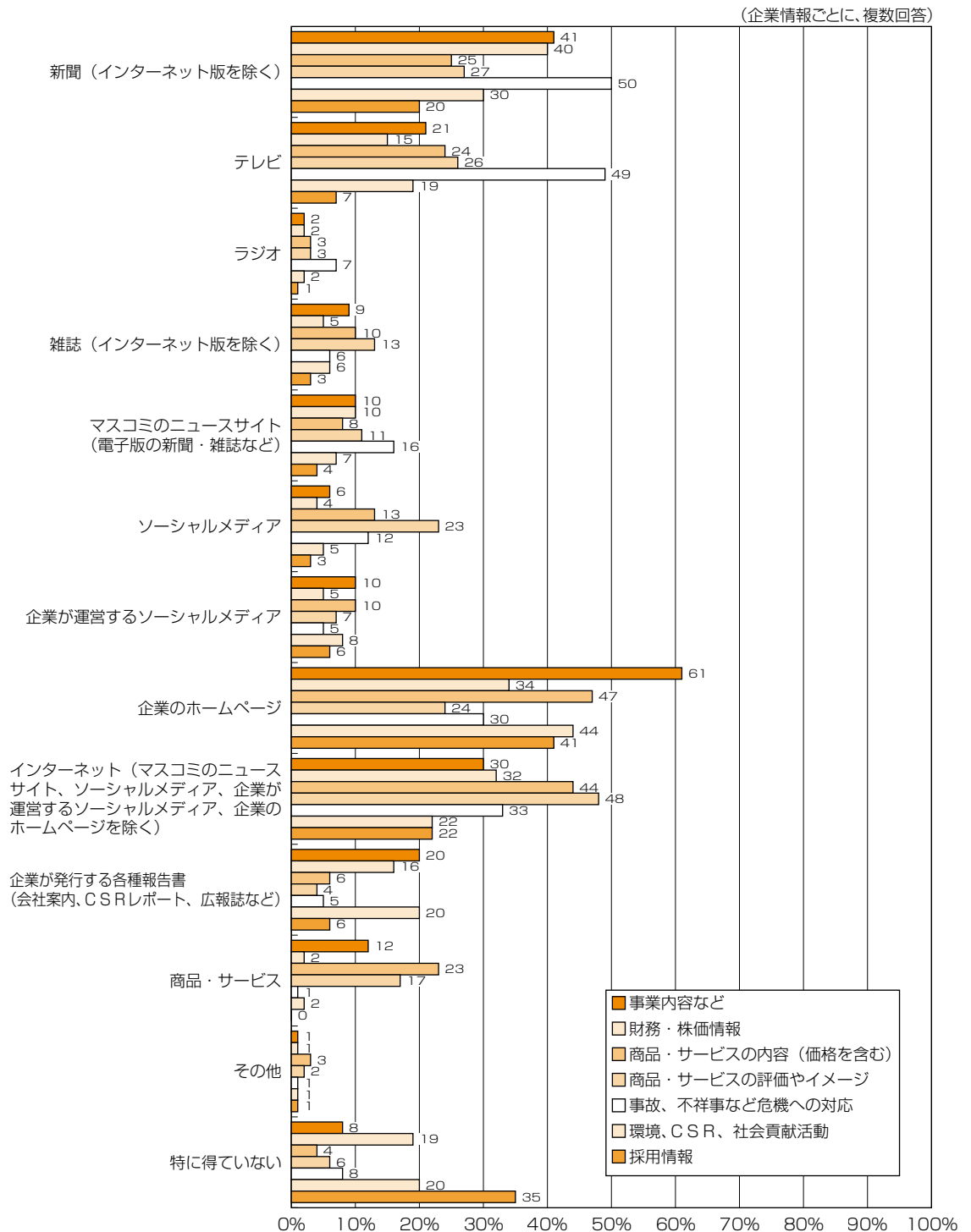


「政治・社会の動き」の情報を収集するときには活用する情報源は、「テレビ」（77%）と「新聞（インターネット版を除く）」（70%）がそれぞれ7割以上となっている。「事件・事故」「災害などの緊急時情報」については「テレビ」が積極的に活用されている（「事件・事故」80%、「災害などの緊急時情報」78%）。「趣味」では、「インターネット（マスコミのニュースサイト、ソーシャルメディアを除く）」（57%）、「テレビ」（46%）のほか、「雑誌（インターネット版を除く）」（31%）も活用されている。

8 企業情報を収集するときの情報源の活用

Point 企業の事業内容や環境・CSR活動などの情報収集では「企業のホームページ」を利用。一方、「事故、不祥事など危機への対応」では、「新聞」「テレビ」などマスコミ情報を活用

全 体

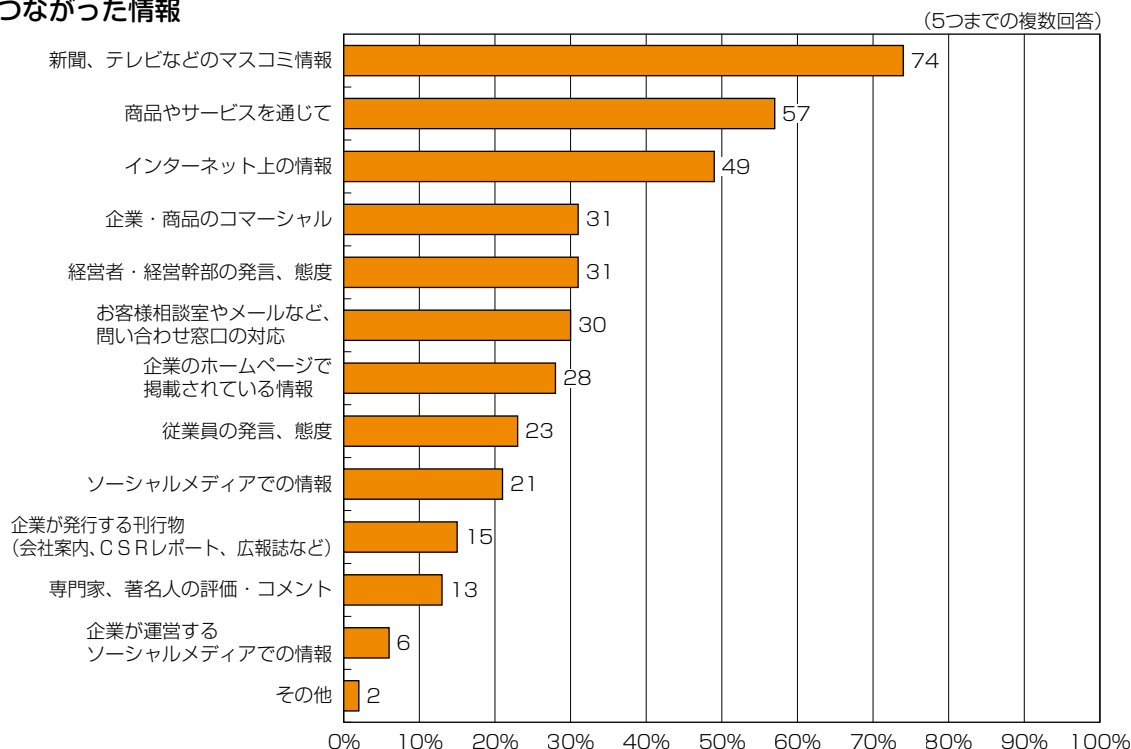


企業の「事業内容など」の情報収集には「企業のホームページ」（61%）が最大の情報源。「商品・サービスの内容（価格を含む）」「環境、CSR、社会貢献活動」でも企業のホームページが活用される。一方、「事故、不祥事など危機への対応」では、「新聞（インターネット版を除く）」「テレビ」などマスコミ情報を活用する割合が高い。

Point 企業に対するプラスイメージにつながった情報は、「新聞、テレビなどのマスコミ情報」が74%

全 体

プラスイメージにつながった情報



企業に対するプラスイメージにつながった情報としては、「新聞、テレビなどのマスコミ情報」が74%と最も高く、「商品やサービスを通じて」(57%)と「インターネット上の情報」(49%)も5割と影響は大きい。

プラスイメージにつながった具体的な情報

企業に対してプラスのイメージを持つきっかけとなった具体的な情報としては、企業や経営者を題材にしたテレビ番組や、社会貢献の取り組みに関する新聞報道といった「マスコミ情報」が多く挙げられている。また、商品不具合などに際しての問い合わせ窓口の適切な対応も、企業に対する生活者のプラスイメージ形成に大きく影響しているようである。

新聞、テレビなどのマスコミ報道

●災害時に積極的な支援活動をしているニュースを見たとき ●社会貢献活動を推進しているニュースを見たとき ●事故などの対応について、記者会見などで誠実な対応をしている

企業や経営者を題材にしたテレビ番組

●経営者へのインタビューをテレビで見て、尊敬できる人柄に感銘を受けたとき ●テレビ番組で企業訪問時の対応や、商品に対する説明を見たとき

従業員や問い合わせ窓口の対応

●お客様センターに問い合わせたときの対処の迅速さや丁寧さ ●こちらの要望に耳を傾け、アドバイスをしながら商品を見せてくれた接客の良さ ●製品の故障時に来た従業員の対応や説明内容が納得のいくものであったとき

商品やサービスを通じて

●商品やサービスを利用して良いと思えたとき ●商品の品質が良ければ、その企業の他の商品購入のきっかけにもなる

企業のホームページ情報

●企業のホームページで環境や社会貢献への取り組みを知ったとき ●情報公開が進んでいる企業

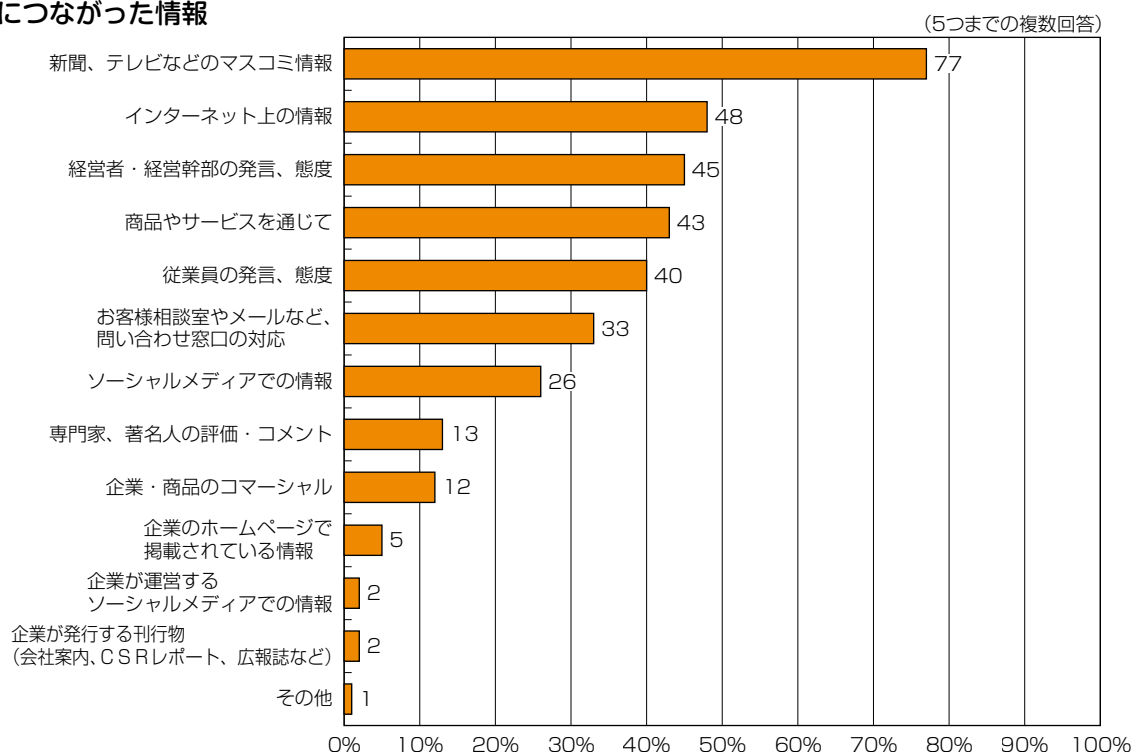
インターネット上の情報

●ソーシャルメディアで良いクチコミを見たとき

Point 「新聞、テレビなどのマスコミ情報」は、企業のマイナスイメージ形成にも影響

全 体

マイナスイメージにつながった情報



企業に対するマイナスイメージにつながった情報も、「新聞、テレビなどのマスコミ情報」が77%と最も高く、プラス／マイナス共に企業のイメージ形成にマスコミ情報が大きく影響していることが見て取れる。

マイナスイメージにつながった具体的な情報

企業に対してマイナスのイメージを持ったきっかけも「マスコミ情報」が中心である。内容としては、不祥事が発生した際の経営者の発言・態度を挙げる意見が多い。また、商品不具合などに際しての問い合わせ窓口の対応の悪さも、企業に対するマイナスイメージにつながっている。

マスコミを通じて見聞きする経営者の発言・態度や、生活者と企業の直接の接点となる問い合わせ窓口や接客の対応の善しあしが、企業に対するイメージを大きく左右することがうかがえる。

新聞、テレビなどのマスコミ報道（経営者の態度・発言）

●不祥事などの記者会見で経営者の発言が不適切だったとき ●経営者の発言や対応などが良くないとき ●企業統治の不備や、不祥事などの記者会見での不誠実な対応に接したとき

従業員や問い合わせ窓口の対応

●お客様相談室の対応が悪いとき、それ以後商品の購入をやめた ●お客様相談室や店舗などへ相談に行ったときの担当者の態度や言い回しで不快な思いを抱いたとき ●たらい回しの対応で回答が得られなかったとき ●従業員の態度が横柄なとき、その企業全体に対するイメージが悪くなる

商品を通じて

●コマーシャルを見て購入した商品が期待はずれだったとき ●購入した商品に不具合があったとき

インターネット上の情報

●ソーシャルメディアでの否定的な情報 ●インターネットのクチコミでの評判の悪さで商品の購入をやめることもある

情報源に関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆情報が多様化している社会では、自身で情報の取捨選択が必要だと思います。
- ◆何が正しい情報が分からないことが多いです。

30歳代の意見・感想

- ◆多様化した情報源から、いかに正確な情報を選択するのか、メディアリテラシーの教育が必要な時代になっていると感じます。
- ◆ソーシャルメディアなどは否定的に捉える向きもありますが、うまく使えば既存メディアなどでは得難い情報を入手できる面もあると思います。
- ◆クチコミの影響力が増えていると思います。
- ◆情報の信ぴょう性を確認するため、できるだけ複数の情報を取得して判断するようにしています。
- ◆新聞・テレビよりもアプリのニュースやSNSで友人がシェアしているニュース、商品・サービス情報をよく見えています。

40歳代の意見・感想

- ◆情報源がインターネットに移行しつつあると感じましたが、企業のプラスイメージ、マイナスイメージについては、インターネットよりも従業員や経営者の振る舞いなど、人間同士の関わりであることに気付き、時代が変わってもやはり人間性や直接的な人間関係が重要なのだなと思いました。
- ◆インターネットでは、かなり偏った情報も多いと感じるので、様々な角度から見極める力が必要だと思います。
- ◆悪いニュースは黙っていても注目されるので、企業でも人でも頑張っているニュースが知りたいです。
- ◆得た情報をどう判断したり解釈したりするかは、自分自身だと思います。どの情報源から手に入れた情報でも、それに信ぴょう性があるかどうかを自分で判断できるようにしておく必要があると思います。
- ◆時間や紙面の問題はありますが、一部の切り取った情報だけでなく、できるだけ情報量は多くしてほしいと思います。

50歳代の意見・感想

- ◆SNSは瞬時に知りたい情報を得ることができ、世の中の流れに乗るという意味ではとても便利だと思いますが、あふれる情報の取捨選択は自分自身にかかっているといます。
- ◆それぞれの立場はあると思いますが、中立性を保ち、

現時点での正確な情報提供を期待します。

- ◆メディアを通してしか知ることができないこともたくさんあるからこそ、メディアは信頼できるものであってほしいです。
- ◆情報過多な時代では、正しい情報や信頼できる情報を取捨選択していくことが大切だと思います。また、複数の情報源から情報を得ることが必要だと思います。
- ◆生まれた時からインターネットやスマートフォンに囲まれて育っている子どもたちの世代と、私たちの世代とは、かなり情報源が異なっているように思います。
- ◆誰でも情報を発信できる世の中になり、情報であふれかえっている中、正しい情報とそうでないものの区別が難しいです。

60歳代の意見・感想

- ◆たくさんの情報が飛び交い、本当のことが分かりにくくなっていると思います。
- ◆インターネットやスマホの技術革新のおかげで、様々な情報がリアルタイムで入手できるようになり、とても便利な世の中になりましたが、偏った考えに基づくものや偽情報も多く氾濫していることから、情報源の信頼度を考慮しながら情報を入手しなければならないと思います。
- ◆メディアリテラシーについて、学び考えることを子どもの時から始めた方がよいのではないかと思います。
- ◆情報が氾濫している時代、何が正しいのかを自分で判断して、正しい情報と間違った情報を分けて活用していかねばならないと思います。
- ◆偏りのない正確な情報の提供を望みます。

70歳以上の意見・感想

- ◆スピードも重要ですが、事実に基づいた正しい情報を発信してほしいです。
- ◆インターネットやソーシャルメディアで容易に情報が得られる時代では、受け手の我々自身が情報を取捨選択し、判断する眼をしっかりと養う必要があると思います。
- ◆情報が多過ぎて判断に困る場合があります。
- ◆情報源も情報もあふれている中、情報を見る消費者がその情報をどう受け止め、選択するのか判断力が必要であり、その力を付けるための教育が重要だと思います。

(文責 主任研究員 細萱友里子)

企業と生活者懇談会

第219回【大阪 2018年4月6日】

京阪ホールディングス株式会社 京阪電車 寝屋川車両基地

“安全安心”から生まれる京阪エリアの 魅力を再発見

4月6日、京阪電車の寝屋川車両基地（大阪府寝屋川市）で「企業と生活者懇談会」を開催し、社会広聴会員19名が参加しました。まず、京阪ホールディングスから、京阪グループが展開している4つのコア事業について、続いて、京阪電気鉄道から、「車両工場」「検車庫」「留置線」から成る寝屋川車両基地について説明を受けました。そして、普段は見ることのできない車両を分解して点検する様子や、お客さまの安全を守るための様々な装置を見学するとともに、座席指定の特急車両「プレミアムカー」にも乗車し、その後、質疑懇談を行いました。

京阪ホールディングスからは、松下靖執行役員、経営統括室経営戦略担当（広報・CSR）の高柳淳一課長、伊賀隆行課長、林淳一課長補佐、京阪電気鉄道からは、車両部の豊田秀明部長、亀井将洋課長、村上裕紀係長が出席しました。

● 京阪ホールディングスからの説明

京阪グループの概要

京阪グループの歴史は、1906年（明治39年）、「日本資本主義の父」と呼ばれた渋沢栄一翁らによって、京阪電気鉄道株式会社が創立されたことに始まり、現在では、京阪電車が走る大阪、京都、滋賀を中心に約50社におよぶ企業で、運輸業、不動産業、流通業、レジャー・サービス業の4つのコア事業を核として、お客さまの生活に密接した様々な事業を展開しています。グループ全体の営業収益約3200億円の内訳は、

運輸業が3割、不動産業が3割、流通業が3割、レジャー・サービス業が1割と、バランスの取れた事業構成となっています。

運輸業では、大阪、京都、滋賀の都市間アクセスを担う「京阪電車」をはじめ、比叡・鞍馬に代表される洛北エリアを走る「叡山電車」や、嵐山に延び「嵐電」と親しまれている「京福電車」、観光や地域の足として利用されている「京阪バス」「京都バス」などを運営し、京阪電車では1年間で約2億9000万人を運んでいます。

不動産業では、「くずはローズタウン」「びわ湖ローズタウン」といった沿線の大規模な街づくりを昭和40年代から行うとともに、近年ではマンション開発にも力を入れていて、関西圏で培ったノウハウを生かし、東京や札幌などの沿線外のエリアにも展開しています。

流通業では、「京阪百貨店」や、大型のショッピングセンター「KUZUHA MALL」、スーパーマーケット「フレスト」、コンビニエンスストア「アンスリー」など、様々な形態の流通施設を展開し、沿線にお住まいのお客さまにも観光でお越しのお客さまにも満足いただけるコンテンツづくりに注力しています。

レジャー・サービス業では、2012年（平成24年）に開園100周年を迎えた遊園地「ひらかたパーク」、京都のランドマーク「京都タワー」の運営を行っています。また、京都駅前の「京都センチュリーホテル」や大阪ベイエリアの「ホテル京阪ユニバーサル・タワー」など、ホテル事業も展開しています。

“安全安心”と“チャレンジ”

これら4つのコア事業において共通のキーワードが“安全安心”と“チャレンジ”です。

鉄道事業はもちろんのこと、あらゆる事業において安全を最優先すべきものと捉え、お客さまに全てのサービスを安心してご利用いただけるよう、グループ一丸となり、日々、安全性向上のための取り組みを行っています。このように“安全安心”への取り組みを積み重ねることこそが、ステークホルダーの皆さまから

の信頼獲得につながるとともに、京阪ブランドの源泉となっていくます。

また、京阪グループのDNAには、渋沢栄一翁の「進取の精神」が刻まれています。これは「当事者意識と使命感を持ち、自ら率先して取り組む」という思いが込められていて、同グループでは、より便利で快適なサービスを提供し、沿線地域の発展に寄与するべく、過去から現在に至るまで様々な課題に対して果敢に挑戦してきました。京阪電車を例に挙げると、日本で初めて「急行運転」「ロマンスカー」を、関西民鉄で初めて「テレビカー」「ATS（自動列車停止装置）」を導入するなど、時代の変化を見据えながら常に先進的な取り組みに“チャレンジ”し続けてきました。

次の100年に向けた事業展開

現在、京阪グループでは、創業以来100年にわたり育んできた“安全安心”の基盤を強固にすると同時に、人口減少やインバウンド市場の成長といった経営環境の変化に対応し、お客さまの暮らしを支えながら地域と共に発展していくために新たな“チャレンジ”を行っています。「京阪沿線を新しくデザインする『沿線再耕』」、「『観光創造』で新たな成長」、「『くらしの価値』を高めるコンテンツの創造」をキーワードに、京阪電車で第3位の乗降客数を誇る枚方市駅および周辺エリアの再開発や、京都の表玄関である京都駅前エリアのグローバル拠点化、循環型社会に寄与するライフスタイルとして提案する「BIOSTYLE」を各種の商品・サービスに取り入れるなど、次の100年に向けて様々な事業をグループ横断的に展開しています。

● 京阪電気鉄道からの説明

寝屋川車両基地の概要

1972年（昭和47年）に竣工した寝屋川車両基地は、京阪グループ最大の車両拠点で、34本の留置線があり、340両の車両を収容できます。車両基地は、車両の各部を装置単体もしくは部品レベルまで分解して行う定期検査や大規模修繕工事などを行う「車両工場」、各装置の動作や機能の検査および消耗品の取り替えなどを行う「検車庫」、車内清掃や洗車などを行う「留置線」から構成されています。グループ全体の安全を守るため、京阪電車はもちろんのこと、叡山電車や京福電車、

男山ケーブル、そして、ひらかたパークの乗り物まで、様々な車両の保守に努めています。

法令で定められた車両の定期検査としては、主要部分を外部から検査する「列車検査」（10日ごとに実施）、状態と機能を検査する「状態・機能検査」（3カ月ごとに実施）、主要部分について検査する「重要部検査」（4年ごと、または走行距離60万キロメートルごとに実施）、車両全般を検査する「全般検査」（8年ごとに実施）があります。このうち、列車検査と状態・機能検査については、1日程度で完了しますが、重要部検査と全般検査については、車両の各装置を部品レベルまで分解して清掃や検査を行うため、30日程度の日数が必要となります。各種設備を効率良く稼働させ、年間を通じての作業量を平準化するように、綿密に検査の両数や長期的な工程を計画の上、車両の保守業務に努めています。

● 見学の様子

■ 気品と快適さを兼ね備えた「プレミアムカー」

まず、参加者は、2017年（平成29年）8月に運転を開始した、京阪電車で初となる座席指定の特急車両「プレミアムカー」へ乗車しました。京阪特急のカラーイメージを生かした「赤」と気品ある「金」を基調とした外装デザインの採用、ヘッドレストやコンセントを装備したリクライニングシートの全席導入、専属アテンダントの乗務など、“座席指定の特急車両にふさわしい品格と快適なプライベート空間の創出”を目指しています。実は、このプレミアムカーの車両は、新しく製造したものではなく、既存の8000系車両を改造したもので、設計から工事、完成検査までの一連の作業を寝屋川車両基地で行ったものです。



「プレミアムカー」の乗車体験

当時の姿を現代に残す「びわこ号」

次に、1934年（昭和9年）に大阪（天満橋）－滋賀（浜大津）間を直通運転するために製造された特急「びわこ号」を見学しました。車体前・後面には当時の流行であった流線型のスタイルを取り入れていることに加え、車体間の連結部分に設置した台車で両方の車体を支える「接続構造」を日本で初めて採用して通常の線路を走る区間と路面上の線路を走る区間を直通で結んでいるため、乗降用の扉には高床用と低床用を、集電装置にはパンタグラフとポールを併設するなどの技術的な特徴もあり、2009年（平成21年）には経済産業省から「近代化産業遺産」の認定を受けました。



かつて大阪－滋賀間を直通運転していた特急「びわこ号」

一つひとつの工程に心を込めて

次に、車両の定期検査（全般検査・重要部検査）の様子を見学しました。定期検査では、「分解、清掃、整備、組立」といった一連の流れを部品レベルで行います。車両は多くの部品で構成されていますが、たとえば一本のねじであっても磨耗していないか確認を行ったり取り替えを行ったりするため、定期検査には、非常に複雑かつ多くの工程が必要とされます。お客さまに“安全安心”で快適な車両を提供するために、作業員一丸となり、一つひとつの工程に心を込めて取り組んでいます。

各部品を元通りに組み立てた後は、加速・減速性能や走行音に異常がないか、外観・内装の仕上げは万全か、乗り心地は快適かなど、あらゆる要素について、数値上においても、五感においても厳しい確認作業や走行試験を行い、これらに合格したもののみが再び営業運転に戻ることができます。



台車と切り離れた車体をクレーンで運搬する様子

“安全安心”で快適な車両を実現するために

最後に、車体を支え「走る」「曲がる」「止まる」を担う台車の機能や性能について学びました。台車には、お客さまの人数や重量に応じて空気量を調整することによって車両の床の高さを一定に保つ「空気ばね」や、圧縮空気を用いて車両を減速・停止させる「ブレーキシリンダ」といった様々な技術が導入されていて、“安全安心”で快適な車両を実現するための縁の下の力持ちといえます。また、環境面への配慮から、省エネ性能の高い機器の採用も進められています。その他にも、京阪電車では、線路周辺への防音対策として、一般的な車輪よりも走行時の騒音を低減することのできる防音車輪を装着しています。参加者は、ハンマーを用いて通常の車輪との音の違いを確認することで防音車輪の性能を体感しました。

このようにして寝屋川車両基地では、京阪電車を利用されるお客さまにも、沿線にお住まいの方にも信頼していただけるような車両整備に日々努めています。



ハンマーを用いて防音車輪の性能を体感する参加者

● 懇談会の概要

Q “安全安心”を支えるという非常に大切な業務を行うに当たり、どのようにして従業員のやる気やモチベーションを保っていますか。

A 京阪電車では「社会を支える鉄道のプロフェッショナルとして、自ら考え行動し自己を高め、次世代につなげていく」人物のあるべき人物像として掲げています。“安全安心”を支えていくために、各種教育や講習会の実施に加え、過去の事故やトラブルから学ぶべく事故要因分析講習会や安全ディスカッションなどを行い、安全意識とモチベーションの向上に努めています。

Q 快適な走行を実現するためにどのようなことを行っていますか。

A 車両関係では、京阪電車の全車両に防音車輪を装着し、適宜、車輪の削正を行っているとともに、保線関係では、線路の継目を無くす「ロングレール化」や、枕木の下の砕石を突き固める「道床突き固め」を進め、騒音や振動の低減に努めています。

Q 他の鉄道会社とはここが違うというアピールポイントを紹介してほしいです。

A 「技術の京阪」と言われるように、世界初となる座席自動転換装置などの先進的な技術を次々と導入し、そのDNAを受け継いでいることが挙げられます。プレミアムカーもその一例で、様々な顔や特徴を持つ車両を保有しています。また、沿線には世界遺産を含め有名社寺などが数多くあり、こうした観光スポットを多く持っていることも特徴であり、魅力であると考えています。

Q 人口減少や高齢化への対策は考えていますか。

A 沿線の人口減少や高齢化は、京阪グループにとって重要かつ喫緊の課題の一つであると認識しています。「いつまでも美しく健康的に」をコンセプトにBIOSTYLEなど新しい生活スタイルの提案をしています。高齢者の方に、いつまでも健康でいただき、電車を利用しグループの施設をお使いいただきたいと考えています。



懇談会の様子

● 参加者からの感想

- ▶ 周期的な検査・修理などにより、“安全安心”が担保されていることが分かり非常に安心しました。長年使用されていた車両も、全面改修によって新品同様にきれいになっていて感心しました。
- ▶ 利用者の安全を確保するため、しっかりした検査体制を整え、日常的に検査や改修を実施していることに感謝します。現場まで経営理念がよく浸透している風土を感じました。
- ▶ プレミアムカーが既存の車両を改造したものと聞いて驚きましたが、実際に乗車してみると外装も内装もきれいで座席の座り心地も良く感動しました。
- ▶ 次の100年に向けた事業展開として枚方市駅周辺の再開発やBIOSTYLEの提案、新しいホテルの建設などの話を聞き、京阪ホールディングスの今後の取り組みが楽しみになりました。



● 京阪ホールディングス ご担当者より ●

このたびは当社寝屋川車両基地にお越しいただき、ありがとうございました。当日はあいにくのお天気ではありましたが、車庫内見学の際の皆さまの真剣な姿勢やまなざし、質疑応答での建設的なご提案がとても印象的でした。また、貴重なご意見をいただくことができ、こちらこそ感謝しております。

当社では今後も“安全安心”の取り組みを積み重ねながら、常に新たな“チャレンジ”を通じて、皆さまにより良いサービスを提供してまいりたいと存じます。これからもどうぞよろしくお願いいたします。

(文責 主任研究員 永井 大)

第220回【埼玉 2018年5月16日】

東日本高速道路株式会社

東京外かく環状道路大泉JCT工事現場
関東支社道路管制センター

より安全で快適に、

「あなたに、ベスト・ウェイ。」を目指して！

5月16日、東日本高速道路（NEXCO東日本）の東京外かく環状道路大泉JCT（ジャンクション）工事現場（東京都練馬区）、Pasar羽生・鬼平江戸処（埼玉県羽生市）、関東支社道路管制センター（埼玉県さいたま市）で、「企業と生活者懇談会」を開催し、生活者17名が参加しました。同社の概要、東京外環プロジェクトと工事概要について説明を受けた後、大泉JCT工事現場を見学。その後、道路管制センターを見学し、質疑懇談を行いました。

NEXCO東日本からは、広報・CSR部広報課の河内康高課長、仁木啓太係長、関東支社の総合企画部広報課松下幸之助課長、東京外環工事事務所安原正幸副所長、藤原達範工務課長、道路管制センター交通管理課加賀田正則課長、前田信課長代理、東北自動車道鬼平江戸処マネジメントオフィスの山田嘉則副館長が出席しました。

● NEXCO東日本からの説明

■ NEXCO東日本の事業概要

NEXCO東日本は2005年10月1日、旧日本道路公団の分割民営化により設立されました。従業員数は約2200人、グループ全体では約1万4000人となっています。新潟県や長野県の一部を含む関東以北から北海道までの広範囲なエリアを管轄し、営業延長は約3900キロメートル、一日の利用台数は約290万台に上ります。

同社は「あなたに、ベスト・ウェイ。」をコーポレートスローガンに、主に3つの事業に取り組んでいます。1つ目の管理事業では、24時間365日、安全・安心で快適な高速道路を支えるために、高速道路の保全とサービスの充実に努めています。同社が管理する高速道路のうち約4割が供用開始から30年以上経過し構造

物が老朽化しつつあるため、大規模更新・修繕を行う「高速道路リニューアルプロジェクト」を進めています。2つ目の道路建設事業では、首都圏における環状道路の整備や4車線化など、高速道路ネットワークの整備を着実かつ効率的に進め、渋滞緩和や沿線地域の利便性向上などに努めています。3つ目のサービスエリア事業では、地域活性化につながる個性的かつ魅力的なエリアづくりを進めています。その他にも経営資源を有効活用し多様な関連ビジネスを展開しています。

■ 東京外環プロジェクトとシールドトンネル工事

東京外かく環状道路（外環道）は、都心から約15キロメートル圏域を環状に結ぶ、延長約85キロメートルの高速道路で、首都圏の渋滞緩和、環境改善、円滑な交通ネットワークを実現する目的で建設されています。現在施工中の関越自動車道（関越）から東名高速道路（東名）までを結ぶ延長約16キロメートルの区間は、本線の大部分を地下40メートル以深（大深度地下）に建設する初めての道路事業です。沿道環境に配慮したトンネル構造で、国土交通省とNEXCO中日本、NEXCO東日本の共同で事業を進めています。現在、関越から東名間の環状8号線は所要時間が約60分ですが、外環道が整備されると約12分に短縮されます。また、幹線道路の交通量が減少することにより安全な生活道路を構築し、災害や事故の時も速やかに移動できます。



案内センターで東京外環プロジェクトの説明を聞く

施工中の本線は、東名に向かう「南行トンネル」と関越に向かう「北行トンネル」の2本のトンネルで構成され、片側3車線、計6車線の道路となります。各トンネルの始点・終点から、計4基のシールドマシン（掘削機）で掘削工事を進めるシールド工法で、シー

シールドマシンの外径は約16メートル、重量は東京タワーに匹敵する約4000トンと、国内最大、世界的にも最大規模のシールドトンネル工事です。シールドマシン前面のカッターヘッド（超硬合金のビットと呼ばれる歯が放射線状に配置されている）が回転し土を削り、削られた土をスクリュコンベヤーで後方へ運び、地上へ続くベルトコンベヤーで搬出します。トンネルの壁にシールドジャッキを押し付け伸ばすことでシールドマシンが前進し、できた空間にセグメント（トンネル本体の壁となる1枚の重さ10トン、厚さ65センチメートル、長さ1.6メートルのコンクリートパネル）13枚をリング状に組み立て壁が構築されます。このステップを繰り返すことにより掘り進めていく工事です。

● 見学の様子

外環道大泉JCT工事現場

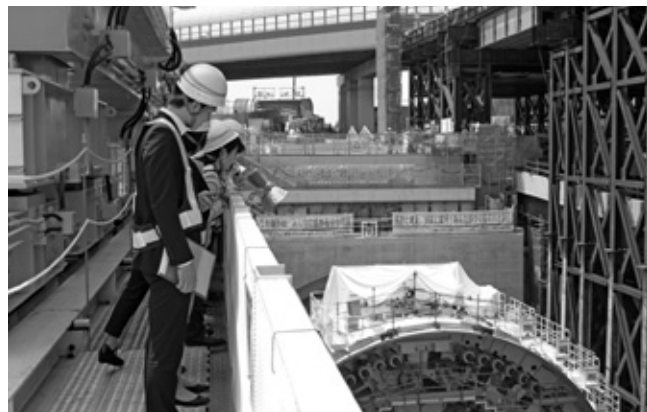
現在、大泉JCT工事現場では、深さ25メートルのシールドマシン発進立坑でシールドマシンが2基同時に組み立てられています。既存の道路に挟まれた狭い場所の工事であるため、工事現場で使用する大型クレーン車を使えず、工場で使うような門型クレーンを使用しています。30トンから200トンを吊り上げるクレーン3台を使い分けながら、巨大なシールドマシンを組み立てます。また、工事現場のすぐ横の道路を走行している人に圧迫感を与えないように、クレーンの高さにも配慮しているとのこと。



25メートルの高さから迫力ある工事を見学

この工事では一日最大約1万立方メートルの土砂が発生します。土砂の運搬には通常10トン積トラックで約2000台が必要ですが、現在供用中の外環道中央分離帯側に土砂運搬用のベルトコンベヤーを設置し、

シールドマシン発進ヤードから約6キロメートル先の仮置き場まで運搬することにより、使用するトラック数を減らし周辺道路への影響を緩和しているのが特徴です。運搬された土砂は土壌分析を行い、環境上の問題がないことを確認後、他の事業などに使用されています。参加者は迫力ある工事現場の様子を見学しながら、工事の配慮や工夫に感心していました。



組み立て中のシールドマシンの一部を見て大きさに驚く

東北道羽生PA（パーキングエリア）

その後、東北道羽生PA「Pasar羽生」（下り線）、「鬼平江戸処」（上り線）を見学しました。

NEXCO東日本が管理運営するSA（サービスエリア）・PAは197カ所。独自の世界観を演出した2カ所の「テーマ型エリア」、旅のドラマを演出する16カ所の「ドラマチックエリア」、そしてNEXCO東日本の旗艦店として展開している6カ所の「Pasar」（パーキングエリアのPA・サービスエリアのSA・リラクゼーション：RelaxationのRを組み合わせたもの）があります。



「鬼平犯科帳」をモチーフとした江戸情緒あふれる施設外観

「Pasar羽生」は、和風モダンをコンセプトに“東北道における旅の始まり”をイメージし、「テーマ型

エリア」の「鬼平江戸処」は池波正太郎の時代小説「鬼平犯科帳」をモチーフにしています。江戸時代「入り鉄砲に出女」を取り締まったという日光街道「栗橋関所」や、「日本橋大店」「本所深川」「両国広小路」など、エイジング技法で古き良き江戸の街並みを再現しています。2013年12月に営業を開始し、昨年度（2017年度）の来館者数は約280万人。高速道路利用者だけでなく一般道からも利用できます。参加者は、建物、小物、看板、グルメ、お土産にいたるまで、江戸の雰囲気を感じていました。

関東支社道路管制センター

2016年3月にリニューアルされ、高い耐震性と防災機能の強化、情報提供や管制運用の高度化を図った関東支社道路管制センターを見学しました。

道路管制センターには2つの部門があります。交通管制部門では、道路状況・気象状況などの情報をお客さまに提供し、異常事態発生時には現地の交通管理隊など関係者に処理の指示・要請をします。施設制御部門では、設備の状態監視および制御と、故障・復旧対応、トンネル火災発生時には、非常用設備を稼働させ迅速かつ適切に対処します。

関東地域と長野県的高速道路を一括管理し、年間約10万件（1日平均約270件）もの異常事象を処理しています。広いエリア、膨大な設備を効率良く管理するための様々な最新設備が備えられ、管理範囲を一望できる国内管制最大規模の大型ディスプレイがこの施設の特徴です（高さ5.5メートル幅17メートル、55インチの高性能液晶画面112面）。大型ディスプレイの大きさ、表示内容、操作卓の配置は、最新の人間工学の理論に即して設計されており、スタッフの負担を軽減するよう配慮されているそうです。



道路管制センターの大型ディスプレイを見学

また、大規模災害発生時こそ、的確な管制業務が行えるように、建物全体の耐震構造に加え、道路管制室と各設備を免震構造とすることで、非常時でも被害を最小限にし、業務を継続できるよう設計されています。屋上にはヘリポートも備え、電力や水のライフラインの確保など、非常時に対応すべく様々な備えが確保されています。参加者は、高速道路の非常電話の使い方などを体験し、終始感心しながら熱心に耳を傾けていました。

懇談会の概要

Q NEXCO東日本と他エリアの会社との大きな違いはどのようなところですか。

A NEXCO東日本が管理する約3900キロメートルの高速道路のうち約7割が積雪寒冷地域にあります。安全な冬季交通を確保するために雪氷対策は非常に重要で、そこが他社とは大きく違うところです。日々、雪との闘いのノウハウを積み重ね、雪氷対策高度化のための技術の導入をしています。路面凍結対策作業（凍結防止剤の散布）においては、「路面状態判別システム」を搭載した雪氷巡回車が3～4時間周期で路面状態を把握し、その情報に基づいて、100メートルごとに散布量を変えながら自動散布する「凍結防止剤最適自動散布システム」の現地実験を始めています。今後は路面状態に応じたより最適な凍結防止剤散布が可能となり、凍結防止剤の費用削減や道路への塩害低減も期待されます。

Q 道路設備のメンテナンスや管理方法は。

A メンテナンスは、点検、変状の判定・評価、点検結果の記録、補修計画の策定、補修実施、その補修結果の記録、データベース（道路保全情報システム）への蓄積、というPDCA（計画・実行・評価・改善）サイクルをきちんと回していくことが基本です。これまでは人が実施してきたメンテナンスサイクルを、これからはICT技術（ドローン・ロボット・赤外線カメラ・タブレットなど）を活用して点検作業の効率化や生産性向上を図るとともに、マネジメントを向上させるために業務の高度化・体系化を図ります。将来的にはAIを活用した判断支援など、さらなる進化を目指してい

きます。NEXCO東日本は長期的な道路インフラの「安全・安心」確保に向け、維持管理業務のあらゆる面に最先端の技術を取り込むことを目指した「スマートメンテナンスハイウェイ」のプロジェクトを2013年から進めています。

Q 交通安全の具体的な対策について教えてください。

A 交通事故を防止するために、高齢者の逆走防止対策として、高速道路本線への合流部にラバーポールの設置、路面表示の拡大、看板の設置や方向別カラー舗装など様々な対策を推進しています。また、高速道路の暫定二車線区間（中央分離帯がない対面通行区間）は、正面衝突事故防止対策として、2017年4月からラバーポールの代わりにワイヤーロープ（ガードロープ）を試行設置しています。設置後は死亡事故が発生しておらず、その効果を認めた国土交通省からも全国的にワイヤーロープを設置していく方針が発表されました。

Q 2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、関東地域の道路整備は進んでいますか。

A 首都圏では、本日見学をした外環道を含む3環状道路の整備をしています。外環道千葉側の三郷南インターチェンジから高谷JCT15.5キロメートルは今年（2018年）6月2日に開通し、これで外環道の6割は完成します。外環道の1つ外側の圏央道（首都圏中央連絡自動車道）は、昨年2月に成田空港から湘南までが直結となり全長約300キロメートルのうち9割が完成するなどネットワークが充実してきています。また、グローバル化への対応として、NEXCO東日本のホームページは4カ国5言語に対応しており、お客さまセンター（24時間対応）を多言語対応への体制に整え、ハイウェイパトロール員がITを駆使して外国語対応ができるようにすることなどを考えています。

Q エコエネルギー対策（クリーンエネルギー自動車への対応）は現在どのような状況ですか。

A 低炭素社会実現のための電気自動車普及に向けた取り組みとして整備を進めている“EV急速充電スタンド”は、現在、NEXCO東日本管内のSA・PAのうち139カ所に設置されています。水素ステーションについては、まだ水素自動車がありません。



懇談会の様子

参加者からの感想

- ▶ 大泉JCT工事現場では、多くの制約を受けながら、国内最大級のシールドトンネルを構築する中、近隣住民や高速道路利用者への細かい配慮、発生土砂の再利用まで考えられていることに感心しました。
- ▶ シールドマシンは、ニュースや写真で見たことがありましたが、実物の巨大さに圧倒されました。
- ▶ 鬼平江戸処の建築物のエイジング加工に驚嘆しました。近年、SA・PAの施設としての充実ぶりは瞠目すべきところがあります。一般道からの利用も可能であるということが素晴らしいと思います。
- ▶ 道路管制センターを見学し、高速道路の安全と安心を確認しました。高速道路に設置されている非常電話の取り扱い説明はとてもよく分かりました。
- ▶ 工事のための車線規制など不便に感じていましたが、その裏で安全や環境保護、円滑な運用のための甚大な努力、配慮を知り、頭が下がる思いでした。利用者の理解を得やすくするためにも、企業側の取り組みについてもっと情報発信をしてよいと思います。



●NEXCO東日本 ご担当者より●

このたびは、外環道建設現場をはじめ、当社施設の見学にお越しいただき、ありがとうございました。

懇談会でいただきました貴重なご意見は、今後の事業に反映させてまいります。

当社では、お客さまに「安全・安心・快適・便利」な高速道路空間をご提供できるよう努めてまいりますので、引き続きご支援・ご協力をお願いいたします。

（文責 主任研究員 井上由美）

地下鉄博物館 (公財)メトロ文化財団

2018年4月18日、東京地下鉄の関連法人である公益財団法人メトロ文化財団が運営する地下鉄博物館（東京都江戸川区）で「生活者の企業施設見学会」を開催し、社会広聴会員22名が参加しました。

■概要説明

メトロ文化財団は、財団法人地下鉄互助会（1956年6月に設立）が前身で、2012年4月に公益財団法人となりました。同財団は、地下鉄博物館の運営を中心に、地下鉄に関する知識の普及、沿線地域文化の振興などの活動を通じて、交通道德の高揚を図り、交通文化の発展に寄与する事業を展開しています。また、東京地下鉄株式会社（愛称：東京メトロ）と協力して、東京メトログループ14社全体の社会貢献活動事業を行っています。

地下鉄博物館は、日本初の地下鉄ミュージアムとして、1986年7月にオープンしました。地下鉄が私たちの生活の中でどのような役割を担っているのか、どのようなシステムで動いているのか、どのように守られているのかを「みて、ふれて、動かして」理解するというコンセプトの下、地下鉄の歴史や最新技術を学ぶだけでなく、運転シミュレーターや模型が動くメトロパノラマ、地下鉄クイズなど遊びながら体験して学べる施設になっています。また、館内のガイドは15カ国語に対応しており、スマートフォンやタブレットなどでQRコードを読み取ると、選択した言語のガイドを見ながら見学することができます。

■見学の様子

地下鉄博物館の概要について説明を受けた後、7つの展示コーナーで構成されている館内を見学しました。参加者はガイドの解説を聞きながら、まず、東京の地下をどのように電車が走っているのかを見渡せるメトロパノラマを見学しました。東京メトロ9路線を再現したメトロパノラマの線路の全長は約400メートルにもなります。銀座線の模型電車には車載カメラが付いており、自動運転で走行する模型電車目線の景色がモニターに映し出されました。このような解説付きのデモンストレーションが1日4回あります。

続いて、東西線ホームの実物大模型を見学しました。線路に転落した場合の危険性や、物を落として



模型電車（HOゲージ）が動く「メトロパノラマ」

しまったときの状況をイベント時などに体験できません。参加者は実際のホームの高さから線路を見下ろしたり、線路からホームを見上げたりして、普段思っていた以上に線路からホームまでが高いことを改めて体感しました。ここでは、ホームでの転落や電車との接触を防止するためのホームドアの安全性を再確認できました。

「地下鉄の歴史」コーナーでは、日本の「地下鉄の父」である早川徳次^{のりつぐ}の功績や地下鉄の歴史をたどりました。世界最初の地下鉄は1863年にイギリスのロンドンで誕生し、早川は1914年にロンドンの地下鉄を見て、東京での地下鉄開業を志したといわれています。そして、日本では1927年12月30日、東京の上野～浅草間2.2キロメートルに開通したのが地下鉄の始まりです。また、全国9都市の地下鉄のシンボルマークや概要が一覧できるコーナーもありました。



ホームドア設置の安全性を体感

■アクセス情報／東京メトロ東西線「葛西駅」高架下

●住所：東京都江戸川区東葛西6-3-1 ●TEL：03-3878-5011

●入場料：大人210円・子ども100円（満4歳以上中学生まで）団体・障がい者割引あり

●開館時間：10時～17時（入館は16時30分まで）

●休館日：月曜日（祝日・振替休日となる場合、その翌日）・年末年始（12月30日～1月3日）



次に、参加者は丸ノ内線の池袋～御茶ノ水間を走っていた戦後初の電車である301号車内を見学しました。現在の丸ノ内線を表す鮮やかな赤色のボディーの電車です。そして、開業当時のターンスタイル（回転式改札口）を通り過ぎると、2017年9月に「国の重要文化財」に指定された日本初の地下鉄車両1001号車が見えてきました。文化財保護のため、通常は車内公開をしていませんが（年に数回、特別の日等で公開）、今回は特別に1001号車の車内を見学しました。1001号車は上野～浅草間の地下を走った鉄道で、安全性を最優先にして設計され、燃えない材料や難燃性の高い材料を使いました。吊手は走行中に左右に振れないよう、ばねで跳ね上がるリコ式吊手が採用されました。安全装置としては、衝突を防止するための打子式ATS（自動列車停止装置）を開業当初から採用していました。

2017年には、地下鉄開通90周年を受けて、東京メトロでは内装まで当時の1001号車を再現した1000系特別仕様車のラッピング車両が登場しました。現在も2編成が運行されています。1001号車のように、前部標識灯が1つだけ付いている車両が特別仕様車の目印です。

次に、「地下鉄をつくる」コーナーで、どのように地下鉄をつくっているのか、複雑に交差する地下空間を動く立体模型を見ながらトンネル工法の説明を受けました。副都心線の建設工事で使用したシールドマシンのカットモデルも見学し、参加者はその大きさに驚いていました。

そして、地下鉄の中枢神経と呼ばれる総合指令所の体験ができる「地下鉄をまもる」コーナーでは、



地下鉄車両1001号車（正面）と丸ノ内線301号車（左）を見学

地下鉄が安全に走るための安全対策や修理・点検作業がどのように行われているのかなどを学び、安全運行のための様々な取り組みへの理解を深めることができました。また、東西線葛西駅の運行状況がリアルタイムで見られるモニターもあり、総合指令所の雰囲気を感じました。

続いて、「旅客サービス」コーナーで、駅のサインシステムや、空調システムなど地下鉄をより便利に快適に利用してもらえるような取り組みについて学びました。そして、「地下鉄車両のしくみ」コーナーでは、実物のパンタグラフの昇降体験や渋谷～新橋間を走った100形(129号)の車内見学を通じて、地下鉄車両がどのように走行するのかを理解しました。

最後に、「地下鉄ブレイランド」コーナーで、千代田線電車運転シミュレーターを体験しました。本物の6000系の電車の運転台で運転ができ、走行中の揺れまで体験することができました。地下を走っている映像が見えるので、実際に乗車しているような感覚です。他にも、銀座線、有楽町線、東西線の簡易シミュレーターの体験ができます。

参加者は地下鉄博物館の見学を通じて、地下鉄の歴史から地下鉄のしくみ、安全に走行するための取り組みなどを「みて、ふれて、動かして」理解を深めながら、地下鉄をより身近に感じることができました。

■参加者からの感想■

「地下鉄の歴史、建設、保守安全、旅客サービスなどの各分野にわたり、コンパクトかつ適切に展示がされていて、大変楽しめ、勉強になりました」「アカデミック性とアミューズメント性を備えた施設として、幼児から大人まで学べ、楽しめることを実感しました」「子どもたちにも夢を与える素晴らしい施設だと感じました」

（文責 主任研究員 細萱友里子）

開発途上国の資金不足を解消し、SDGs達成に貢献する 日本証券業協会

国連の持続可能な開発目標（SDGs）達成のための大きな課題の1つに、開発途上国の深刻な資金不足があります。公的資金だけで対応することは困難であり、民間資金の導入が求められています。証券業界ではこれまで、証券業界が本業とする資金過不足の調整機能を生かし、社会的な課題の解決に寄与することを目的とする投資「インパクト・インベストメント」や環境・社会・ガバナンスに配慮している企業を重視・選別して行う「ESG（環境・社会・ガバナンス）投資」の促進などに取り組んできました。日本証券業協会は、機関投資家や個人投資家などからの投資を通して、SDGsの達成に必要な資金を供給することに大きく貢献しようとしています。

■「SDGs宣言」を発表、業界横断での活動を活発に

日本証券業協会は2018年3月、「SDGs宣言」を発表。SDGs達成に向けて日本の証券業界が貢献するための理念を定めました。SDGs宣言は、「1. 貧困、飢餓をなくし地球環境を守る取り組み」、「2. 働き方改革そして女性活躍支援を図る取り組み」、「3. 社会的弱者への教育支援に関する取り組み」、「4. SDGsの認知度及び理解度の向上に関する取り組み」の4つから構成されています。同協会では、このSDGs宣言を受け、会長の諮問機関として設置されている「証券業界におけるSDGsの推進に関する懇談会」のもとに設けられた以下の3つの「分科会」の活動がさらに活発化しています。

- ①「貧困、飢餓をなくし地球環境を守る分科会」では、証券業を通じ、貧困、飢餓や気候変動といった社会的な課題の解決へ資金が供給されるよう、インパクト・インベストメント（グリーンボンドやウォーターボンドなど）の促進に向けた方策を検討しています。
- ②「働き方改革そして女性活躍支援分科会」では、証券会社自身の生産性向上に向け、働き方改革に関する役職員向けセミナーや女性職員のネットワーク構築など業界横断的に底上げを図るための施策等について検討しています。
- ③「社会的弱者への教育支援に関する分科会」では、次世代を担う子どもたちへ平等に教育の機会が与えられるよう、例えば子どもを支援するNPO法人等への支援の方法や証券業界としての専門的知見を活かした援助の可能性が提言されました。

これらの活動を通じて、同協会では、業界の先進事例の共有を図り、会員企業の取り組みを促進させることを目指しています。

■SDGsを多くの人に認知・理解してもらうために

証券業界全体でSDGsの達成に向け取り組んでいくためには、まず、証券業界自らが、SDGsについて理解し、自分ごと化して捉えることが非常に重要です。

日本証券業協会では、「グリーンボンド・セミナー」（2017年11月2日 於 東京）や「アジア証券人フォーラム（ASF）年次総会」（2017年11月26～28日 於 東京）、「日本証券サミット」（2018年2月7日 於 ニューヨーク）などの国際イベントを通じて、SDGsの認知・理解を促進する活動を行ってきました。

また、同協会ではSDGsの17の目標それぞれを色で表したピンバッジや、SDGsの概要や証券業界におけるSDGs達成に向けた取り組みの意義などを記載したリーフレットやカードを作成し、証券会社役員等へ配布しています。

今後は、証券会社各社も積極的に経営にSDGsを取り込むことにより、金融・資本市場の発展や活性化を通じて、SDGsの達成に必要な資金がより供給されていくことに期待が寄せられています。



アミーナ・J・モハメッド国連副事務総長と
鈴木茂晴日本証券業協会会長

（文責 主任研究員 吉満弘一郎）

豊かな地球環境を、未来につなぐために

イオン株式会社

イオンは、商品やサービスの提供にとどまらず、顧客をはじめとする多くのステークホルダーと連携し、事業活動を通じて、社会課題の解決に取り組んでいます。2011年には、社会の発展とグループの成長を両立させるサステナブル経営の実現を目指し、「イオン サステナビリティ基本方針」を策定。生物多様性の保全、資源の有効活用、低炭素社会の実現などを重点課題に掲げ、様々な取り組みを進めています。特に昨年（2017年）から今年にかけては、持続可能な商品調達や食品廃棄物削減、脱炭素など、重点課題に関する具体的な数値を盛り込んだ中長期目標やビジョンを次々と掲げ、実現に向けた挑戦を続けています。

■「イオン脱炭素ビジョン2050」を発表

同社は、店舗運営をはじめとする事業活動で多くのエネルギーを使用していることから、その削減を通じて地球温暖化防止に貢献するべく「イオン温暖化防止宣言」（2008年）、「イオンのe c oプロジェクト」（2012年）を策定し、エネルギーおよびCO₂排出量の削減に努めてきました。そして2018年3月には長期的な方針として、店舗で排出するCO₂などの排出総量を2050年までに“ゼロ”にする新たな挑戦、「イオン 脱炭素ビジョン2050」を発表しました。

イオン脱炭素ビジョン2050

〔店舗〕

店舗で排出するCO₂等を2050年までに総量でゼロにします。

〔商品・物流〕

事業の過程で発生するCO₂等をゼロにする努力を続けます。

〔お客さまとともに〕

すべてのお客さまとともに、脱炭素社会の実現に努めます。

中間目標としては、店舗で排出するCO₂を2030年までに総量で35%削減する、としています。さらに、エネルギーの効率的利用や防災対応などを強化したモデル店舗「スマートイオン」を進化させた「次世代スマートイオン」の開発や、太陽光パネルの設置や外部から調達する電力を再生可能なエネルギーに転換することで“CO₂排出量の大幅な削減”を目指しています。



イオンモール座間（太陽光発電1000kW）

■持続可能な調達の推進

イオンは、農産物、畜産物、水産物、紙・パルプ・木材、パーム油について「イオン持続可能な調達方針」、および「2020年の調達目標」を策定しています。

2020年までの数値目標として、例えば、農産物では、プライベートブランド商品について世界食品安全イニシアチブ（G F S I）ベースの適正農業規範（G A P）管理100%実施を目標に。また、紙・パルプ・木材については「主要なカテゴリーのプライベートブランドについて、持続可能な認証（F S C[®]*1等）原料の100%利用」などを掲げています。

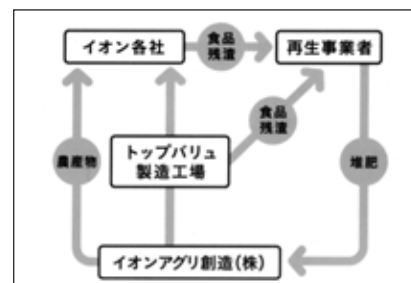


認証商品

■食品廃棄物の削減

食品廃棄物の削減は、小売業にとって重要な課題です。この解決に向け、イオンは、SDGsで掲げる2030年目標を5年前倒しで達成すべく、食品廃棄物を2025年までに発生原単位*2で半減（2015年度比）させること、および発生した食品廃棄物を資源として生かすため、「食品資源循環モデル」を2020年までに全国10カ所以上（対象1000店舗以上）で構築することを目指して策定しています。

目標達成に向けては、店舗ごとに廃棄物の状況の見える化を通じて発生抑制を図るとともに、グループ企業横断の推進組織を地域ごとに立ち上げ、ベストプラクティスを共有、実践しています。



食品リサイクルループ例（農産物）

*1 FSC[®]：森林協議会 管理や伐採が、環境や地域社会に配慮して行われている森林の認証制度を運営

*2 発生原単位：売上100万円当たりの発生量（食品リサイクル法で業種ごとに基準が定められており、小売業の場合は売上100万円当たりの廃棄物発生量）

（文責 主任研究員 吉満弘一郎）

「豊かな健康長寿社会をいかに実現するか」

経済広報センターは、2018年5月29日、「豊かな健康長寿社会をいかに実現するか」をテーマにセミナーを開催し、「健康増進」「快適な生活」「心豊かに生きる」をキーワードにそれぞれの取り組みを業界団体や企業の関係者が講演しました。当日は、当センターの社会広聴会員や会員企業・団体の関係者など約60名が参加しました。

健康増進に向けた生命保険協会の取り組み

一般社団法人生命保険協会
広報部長

野村 英治 氏
(のむら えいじ)



少子高齢化の進展による社会保障給付費の急激な増加が見込まれる中、高齢者も含めた社会の担い手を増やし、社会保障の持続可能性を高めていくためには、国民の健康の維持増進や疾病の予防などに関する取り組みを積極的に推進していく必要がある。

こうした観点から、日本で営業している全ての生命保険会社41社が加盟する生命保険協会は、健康増進啓発に取り組んできたが、昨年（2017年）9月に、「健康増進サポートプロジェクト」を公表し、健康で心豊かな社会づくりへの貢献活動を強化している。

健康増進サポートプロジェクトは、3つの柱から成り立っている。第1に、スポーツを通じた健康づくり事例の収集・普及活動である「スポーティライフ大賞」、第2に、自治体との連携による啓発活動の展開、第3に、会員各社の取り組み事例の収集・共有化である。

スポーティライフ大賞は、健康を意識した前向きな取り組みを推進している団体・企業を、「地域コミュニティ部門（地域で健康活動を支援している団体等）」、「企業部門（自社の従業員－家族を含む－の健康活動を支援している企業）」の2部門に分けて表彰するもので、全国から221団体の応募があり、

今年（2018年）2月に12団体を表彰した。

地域コミュニティ部門では、エリアと時間を決めて、1200人以上がごみを収集、ごみの内訳に基づくポイントで結果を競う、美しい山形・最上川フォーラムが行っている「スポGOMI大会」がグランプリ。健康づくり活動に応じてポイントを付与し、楽しみながら自然に健康へ結び付く仕組みづくりに取り組んでいる、三島市の「健幸都市づくり」が、準グランプリを獲得した。

一方、企業部門では、建設現場で働く人たちがいつまでも元気で明るく働ける体づくりと労働災害の防止を目的とした、けんせつ体幹体操製作委員会が行う「けんせつ体幹体操の製作と普及」がグランプリ。運転席に長時間座っている人が多いタクシー会社において、ウォーク&ラン教室、清掃ボランティア、営業所内ジムなどで日本交通赤羽営業所が行う、営業所内の全員が参加できる「スポーツ環境づくり」が、準グランプリとなった。

第2の自治体との連携については、福島県福島市、兵庫県加古川市、岡山県倉敷市、沖縄県浦添市でそれぞれ実施しているウォーキング大会に協賛するとともに、ブースを出展し、参加者に骨の健康診断やストレスチェックなどを行っている。

第3の生命保険各社における取り組みとしては、まず、従業員や家族のためには、運動を支援する観点から、マラソン大会の開催やウォーキングキャンペーンの実施、従業員が利用できるスポーツジムの併設などの取り組みを行っており、ヘルスリテラシー向上の観点から、メンタルヘルス対策、禁煙支

援、社員食堂における健康メニューの提供などを行っている。

また、お客さまへのサービスの観点からは、ウェアラブル端末で歩数を把握し、状況に応じて還付金を支払ったり、ビッグデータの解析により、喫煙状況や健康状態が条件を満たす場合に保険料を割引するなどの新商品開発、大学における予防可能な子宮頸がんの授業などの健康増進に関する知識の提供などを行っている。

生命保険協会としては、こうした取り組みを通じて、豊かな長寿社会の実現に貢献していきたいと考えている。

■快眠のために必要なこと

ダイキン工業株式会社
テクノロジー・
イノベーションセンター
プロフェッショナルアソシエイト
医学博士

新井 潤一郎 氏
(あらい じゅんいちろう)



日本人の5人に1人が睡眠障害に悩んでおり、また、4割の人が日中眠気を感じるといわれている。NHKの調査によれば、日本人の平均の睡眠時間は、1955年には、8時間43分であったものが、2005年には、7時間15分と大きく減っている。

その主な原因は、10代から30代前半の人は、仕事、勉強、通勤、通学のために睡眠時間が十分に取れないことや、悩みやストレスがあることで、一方、55歳以上の人は、トイレが近く、夜中に目が覚めてしまうことである。夏の場合は、睡眠不足の原因のほとんどが、暑さや不快感で夜中に目が覚めてしまうことである。

睡眠不足は、個人の問題だけでなく、社会問題につながることもある。1984年のボパール化学工場のガス爆発や、1989年のエクソンバリデス号の海運事故も作業員の睡眠不足によるものとされている。また、2003年の山陽新幹線の居眠り運転は、睡眠時無呼吸症候群（SAS）が原因といわれており、SASが中度以上の患者の交通事故発生率は、

平均を上回るとのデータもある。

睡眠とは、脳が脳自身に休息を与えている状態であり、生体維持に欠かせない優れた生体防御技術の1つである。また、睡眠時には、成長ホルモンが分泌されることで、いわゆるBeauty Sleep効果が期待でき、また、睡眠時間が短いと肥満になりやすいとのデータも存在している。

睡眠中には、体温と睡眠段階が変化している。入眠時に急激に体温が低下し、起床前に体温が上がるという体温変化と、入眠時に深い眠りに入り、レム睡眠、深い眠りを規則正しく繰り返して、深い眠りがだんだんと浅くなっていき、スムーズな覚醒に移行するという睡眠周期がある。長く睡眠を取れば、深い睡眠を取れるということではない、睡眠時間が長い人も、睡眠時間が短い人も、深い睡眠の長さは同じという研究もある。大切なのは、深い眠りをいかに効率良く取るかである。

睡眠の深さに、影響を大きく与えるのが体感温度である。温度に加えて、湿度、気流、壁からの輻射も体感温度に影響を与える。これらをコントロールできる手段の1つがエアコンである。例えば、夏の場合は、就寝時から起床の60分前まで、28度程度の設定で除湿運転を行うことで、就寝時の発汗を促進しつつ、睡眠中は汗を乾かし、起床時の体温上昇につなげることが可能となる。寝る前に26度設定のエアコンで壁とシーツを冷やし、壁に扇風機で風を当てたりすることや、27度程度の冷房を寝る前の1時間、寝てからの2時間、3時間の冷房タイマーも、大変有効である。ちなみに最も電気代が安いのは最後のケースである。

快眠を得るには、自律神経の働きも重要である。自律神経とは、末梢神経の中の自分の意思でコントロールできない神経であり、闘争状態の交感神経とリラックス状態の副交感神経の切り替わりが大変大事である。夏の寝不足の原因は、子どもの低体温、女性の冷え性、高齢者の熱中症と同じで、体温調整の不調である。別の言葉でいえば、夏の暑さに順化してない身体であるということである。夏の暑さに順化した身体になるには、一番良いのは、運動により発汗することである。順化していくことで、汗のかき始めが早くなり、同じ体温で汗をかく量が多く

なるのである。

いろいろな工夫を行うことで、快適な睡眠を取っていただきたい。

■ロボットテクノロジーを 活用して心豊かに生きる

大和ハウス工業株式会社
ヒューマン・ケア事業推進部
顧問

田中 一正 氏
(たなか かずまさ)



大和ハウスは、住宅事業を核とする「人・街・暮らしの価値共創グループ」であるが、事業用建物、商業施設、医療・介護施設の建築提案やホテル、有料老人ホームの運営など、事業領域の広い企業である。我々ヒューマン・ケア事業推進部は高齢化の進む戸建て団地の再生や、介護・福祉ロボットの事業に取り組んでいる。

大和ハウスのロボット事業の理念は、「ロボットテクノロジーを活用して“人が心豊かに生きる理想の社会”を提供する“未来生活共創事業”を目指します」である。ロボットは機械であり、冷たいイメージがあるが、お年寄りに接して感じるのは人の心の大切さである。ロボットを活用して、高齢者・障がい者にできるだけ自立をして、心豊かになってもらいたいと考えている。

こうした観点から、大和ハウスは、介護施設に関する運営の経験やノウハウを生かして、開発・研究メーカーと住宅・医療・介護の現場をつないで情報共有をしたり、素晴らしい技術を有している大学の研究者やベンチャー企業に対して、資金や人材の面で支援を行い、その技術を商品として世の中に出す役割もしている。以下、3つのロボットを紹介したい。

まず、ロボットスーツ「HAL®」である。このロボットは、筑波大学の山海嘉之教授のもと、大学発ベンチャーであるサイバーダイン社が研究・開発・製造するロボットで、身体に装着することによって身体機能を拡張・増幅することができる画期的なものである。人が動こうとするときには、脳から神経を介して筋肉へと信号が伝達されるが、この信号を

皮膚表面で検出・解析し、ロボットが人の動きをアシストするロボットである。HAL®を装着すると麻痺した足を動かすことができるようになったり、訓練した後、少し足が動かせるようになったケースもある。現在この技術を活用して腰痛予防などの介護負担軽減に役立てられている「HAL®介護支援用（腰タイプ）」などがある。

次に、メンタルコミットロボット「パロ」である。認知症などの方々にセラピー効果があるロボットである。パロは、国立研究開発法人産業技術総合研究所人間情報研究部門の柴田崇徳上席主任研究員が開発したロボットで、抱っこされると反応したり、優しくなで続けると喜びやすい性格になったりするなど、人との相互作用によって、人に楽しみや安らぎなどの精神的な働き掛けを行うことを目的としている。

パロによるセラピーの効果として、笑顔の増加など心理的作用、血圧の安定など生理的作用、コミュニケーションの活性化などの社会的作用が挙げられる。高齢者の施設で会話がなない認知症の方々がパロとの触れ合いで、会話が增えるケースもある。ドイツのニーダーザクセン州で保険の対象となるなど、世界30カ国で利用されており、海外で最も活用されているセラピーロボットとなっている。

最後は、足でこぎ車いす「COGY」である。COGYは、東北大学の半田康延名誉教授が開発した車いすで、脳からの指令ではなく、右足を出した後は、左足を出すという脊髄からの反射的指令を動作の原理としている。

COGYは、足が不自由な方も移動手段として活用いただいているが、COGYをこぐことで、筋肉の活動が活発化し、自らの力で移動したという感覚（運動主体感）に大きな影響を与える。COGYを利用することで、寝たきりの人のADL（日常生活動作）が改善した例もある。また、ベトナムでは、JICAの支援のもと、足こぎ車いすCOGYを活用した足こぎ療法がリハビリモデルとして保健省から認定された。

大和ハウスとしては、今後も、ロボット事業を通じて、人の心を豊かにする理想の社会の実現に貢献していきたいと考えている。

(文責 専務理事・事務局長 渡辺 良)

「社会広聴会員」からの ご意見・ご感想

「災害への備えと対応に関するアンケート」について

- 「備えが不十分」が西日本では74%という結果を自らのことと受け止め、どうしたら「十分」と思えるのかを早急に検討したいと思いました。
(70代・男性・大阪府)
- 自分自身も食料や衣服程度しか準備をしていなかったの、調査結果を見て共感できたとともに、今後やるべきことの把握もできました。(20代・男性・愛知県)
- 不十分と思う人が65%とアピールするよりも、3割以上の人がすでに何かしら備えていますよと伝えた方が、災害対策は進みそうな気がします。
(50代・女性・千葉県)

講演会「SDGs 達成に向けた経済界の取り組み」について

- 「SDGs」は難しい概念だと思っていましたが、2社の説明を読み、市民生活との関係が分かりました。
(70代・男性・神奈川県)
- 高い目標に向けて企業が努力していることが分かります。達成までには、まだまだハードルは高いですが、SDGsの達成に力を入れている企業の商品を積極的に購入するなど、私たちも可能な範囲で達成の一助になればと思います。
(40代・男性・大阪府)
- 経済界で前向きに取り組んでいくこと、企業が積極的に参加していくことで、世の中の雰囲気が変わっていくように感じました。今後の活動の紹介に期待します。
(70代・女性・東京都)
- SDGsを企業だけで進めていくよりも、もっと一般消費者に浸透させ、巻き込んでいくことが大事だと感じました。
(20代・女性・東京都)

「動き出すSDGs」について

- 食品会社らしい取り組みであり、ベトナムで成果を上げられていることも知り、創業時から味の素グループに培われてきた考え方を実践していることに感心しました。
(50代・女性・長崎県)
- 食の知見やノウハウを提供するという考え方が良いと思いました。その国の人がノウハウを学んで実践し、広げていく。これが本来の支援だと思いました。
(60代・女性・神奈川県)

- 「社会価値と経済価値を共創する活動」は企業活動の原点に思えます。事業を通じて社会課題も解決していく味の素の経営に共感を覚えます。

(80代・男性・神奈川県)

「企業と生活者懇談会」について

〈セイコーホールディングス〉

- 「世界のセイコー」に飛躍した先進性とチャレンジ精神のDNAを守ってきた企業の強さを感じます。2020年の東京オリンピック・パラリンピックの記録を支えていく活動が楽しみです。
(50代・女性・茨城県)
- 関東大震災時に時計を無償で交換したお話は、感動的でした。
(50代・女性・熊本県)
- 先進的なイメージが強い企業でしたが、創業から140年経過した老舗企業であることを初めて知りました。今後も高精度で身近な製品を世に送り出してほしいです。
(30代・男性・兵庫県)

〈戸田建設〉

- 戸田建設の慶應義塾図書館の保存修理工事では、耐震工事の新技术に感心しました。古いものを後世に残すために、新技术を生かすことが大切だと理解しました。
(60代・男性・北海道)
- 浮体式洋上風力発電や農業6次産業化など、時代に先駆けた取り組みが素晴らしいと思いました。
(70代・女性・兵庫県)
- 古いものを壊してつくるのではなく、貴重な文化財を最新の技術を用いて再現することが素晴らしいと思います。今後も最新技術を活用して世界の貴重な文化財の保存に努めてほしいです。
(50代・女性・愛知県)

「生活者の企業施設見学会」について

〈AGC Studio〉

- ガラスは建築材料として生活に必要なもの、美術品として生活を潤すものなど、いろいろな面を兼ね備えていて、無くてはならないものだと思います。
(60代・男性・群馬県)
- 国内初の板ガラスの生産によって、ガラスを身近なものにした技術がすごいと思いました。企業の努力が感じられました。
(30代・女性・埼玉県)
- 昨今のガラスの進歩には目覚ましいものがあると思います。ロマンと機能性の両方を持つガラスは、まだまだ未来があるとうれしくなりました。
(60代・女性・山口県)

表紙のことば

今回のアンケートでは、一般的な社会の動きを知るための情報源は、依然として「新聞」「テレビ」が中心であります。注目されるのは、「インターネット」が全ての世代で5割を超えたことです。「インターネット」の利用へのアクセスはパソコンが最も高いものの、スマートフォンやタブレット端末が普及し、より手軽にアクセスできるようになったため、その活用がここ2、3年で拡大したといえます。しかし、問題点もあります。容易に情報を入手できるようになった一方で、身の周りにあふれる膨大な情報を取捨選択し、その情報が本当に信頼できるかどうかを自分自身で見極める目が必要になりました。情報に振り回されず、上手に使いこなせるようになりたいものです。



井上 由美(右から2番目)

「今年の夏は暑かった〜!」と毎年言っている気がします。エアコンがあつて当然の生活に体が鈍ったのか……いやいや、本当に暑くなっています。「記録的な……」「観測史上最も……」などの表現が頻繁に聞かれる近年の気象には、やはり考えさせられます。身体にも環境にも優しい生活を皆でしていきたいものです。

細萱 友里子(左端)

今年はサッカーのワールドカップイヤー。ロシアでの日本代表の戦いを応援された方もいらっしゃるのではないのでしょうか。私も夜更かししながら日本代表を応援していましたが、選手たちの体を張ったプレーに心を打たれました。いつか現地観戦をして、国同士がサッカーでぶつかり合うあの熱気を体感してみたいです。

永井 大(右端)

登山を安全に楽しむには、気象情報や登山道の状況といった現地の最新情報の確認と、山中における現在地や目標地点の把握が欠かせません。情報源は、クチコミ、ソーシャルメディア、地図、GPSアプリなど様々ですが、それぞれ一長一短あるため、1つの手段に固執することなくうまく組み合わせることが重要だと感じています。

山崎 安希子(左から2番目)

「〇〇の秋」と世間ではいいますが、私はもっぱら「食欲の秋」です。海の幸や山の幸、おいしい食べ物の旬は秋に多いですね。特にナスが好きで、焼いたり、煮たり、揚げたりと、旬を楽しむにはぴったりではないかと思っています。ただ、食べてばかりもいられないので、体を動かして「スポーツの秋」を満喫し、また年末年始のお雑煮とおせちに備えたいです。

高橋 美香(中央左)

人とのやり取りをする際、LINEはとても便利ですが、先日登録人数がかなり多くなっていることに気が付き、びっくり。全て「友だち」というと、少し違うような……。便利な反面、まだまだ使いこなしていないため分らない機能も多く、間違っって何かを「やらかしてしまいそう」な怖さも感じています。

佐藤 亜矢子(中央右)

旅先で、地元の土を使った陶器作りに挑戦しました。こねた土をロクロで回し、作品をイメージして成形していきます。タンブラーの予定が、途中、井鉢に……。陶芸家のご指導により、無事、完成しました。後日、焼き上がったタンブラーが届き、旅での出来事や風景がよみがえり、再度、旅気分になりました。

社会広聴活動レポート

ネットワーク通信

2018 No.76 秋号



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／ 2018年9月28日

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