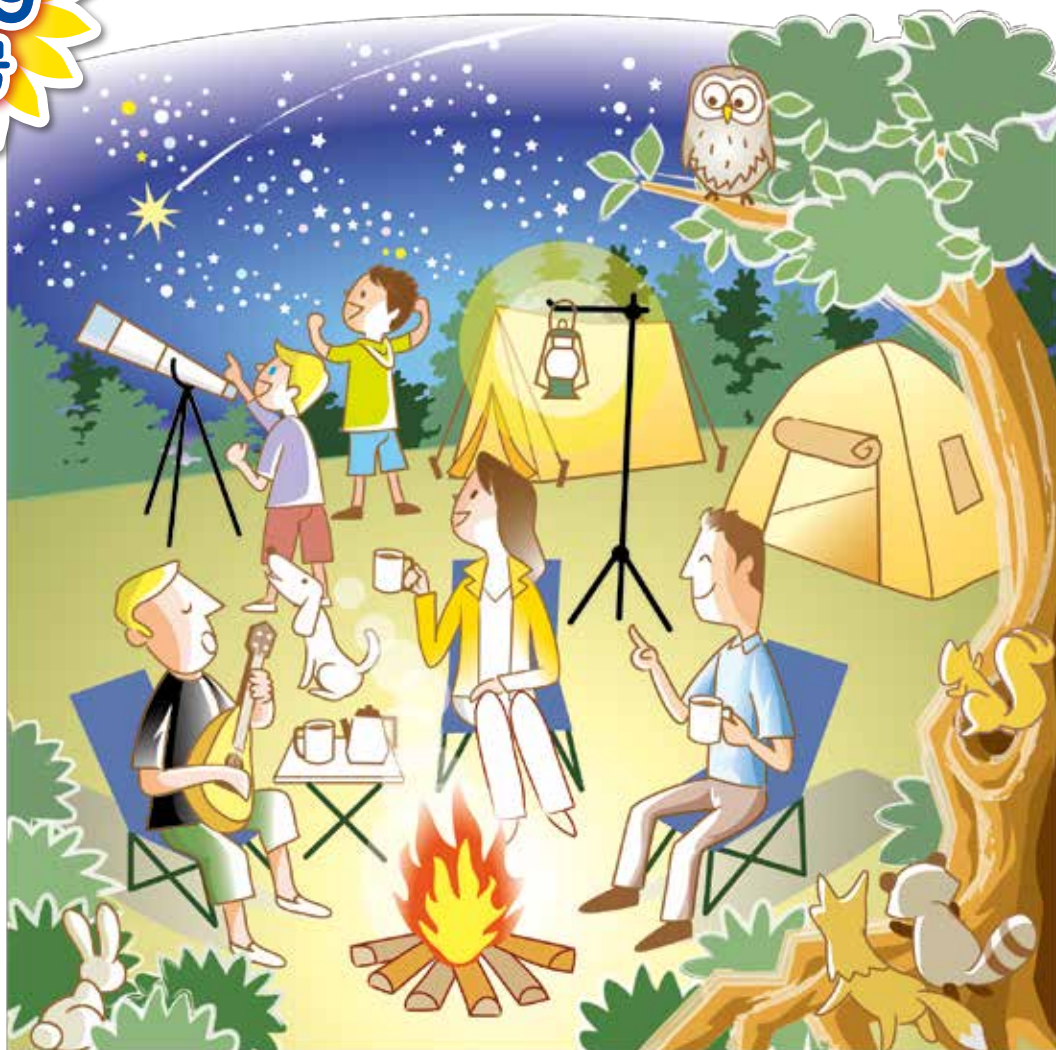


ネット ワーク 通信

2019
No.79
夏号

社会広聴アンケート.....	1
「SDGsに関するアンケート」調査結果	
動き出すSDGs	7
SDGs早わかりQ&A 島津製作所	
企業と生活者懇談会	9
日本通運（東京） 森ビル（東京）	
生活者の企業施設見学会.....	17
三菱みなとみらい技術館 三菱重工業	
経済広報センターニュース.....	19
ご意見・ご感想	22



一般財団法人

経済広報センター



「SDGsに関するアンケート」調査結果

SDGsの17の持続可能な開発目標の中で、特に重要だと思う目標は「安全な水とトイレを世界中に」

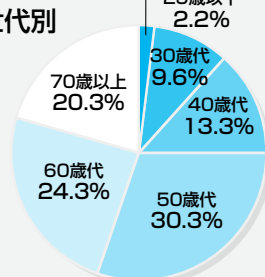
2015年9月、「国連持続可能な開発サミット」において、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。このアジェンダで示されたSDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）は、貧困や飢餓をなくすため環境に配慮しながら経済成長を促し、教育、健康、福祉、雇用などの幅広い社会的な諸課題を解決しながら持続可能な社会の実現に向けて、国際社会が2030年までに達成すべき17の目標と169の具体的なターゲットを定めたものです。日本国内でも政府・企業・NPOなど、多様な組織がSDGs達成に向けて取り組んでいます。このような中、SDGsがどの程度浸透しているのかについて意識調査し、その結果を取りまとめました。

調査の概要

- (1) 調査名称：SDGsに関するアンケート
- (2) 調査対象：経済広報センターのeネット
社会広聴会員 2852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：2019年1月24日～2月4日
- (5) 有効回答：1455人（51.0%）

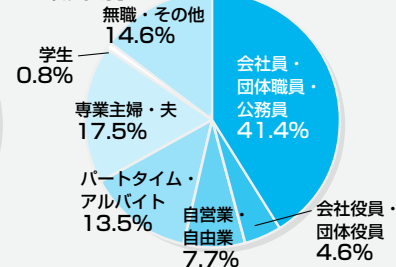
■回答者の属性 ●男女別：男性 43.8%、女性 56.2%

●世代別



※小数第2位四捨五入

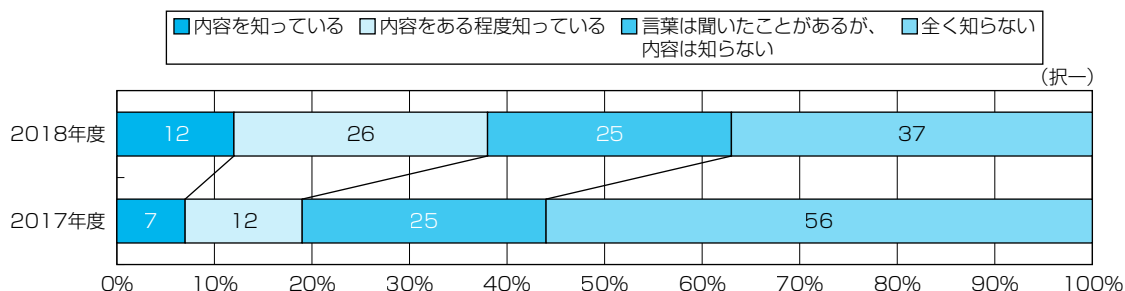
●職業別



1 SDGsの認知度

Point SDGs（持続可能な開発目標）の内容を「知っている」は38%に上昇

年度別・全体



※小数第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

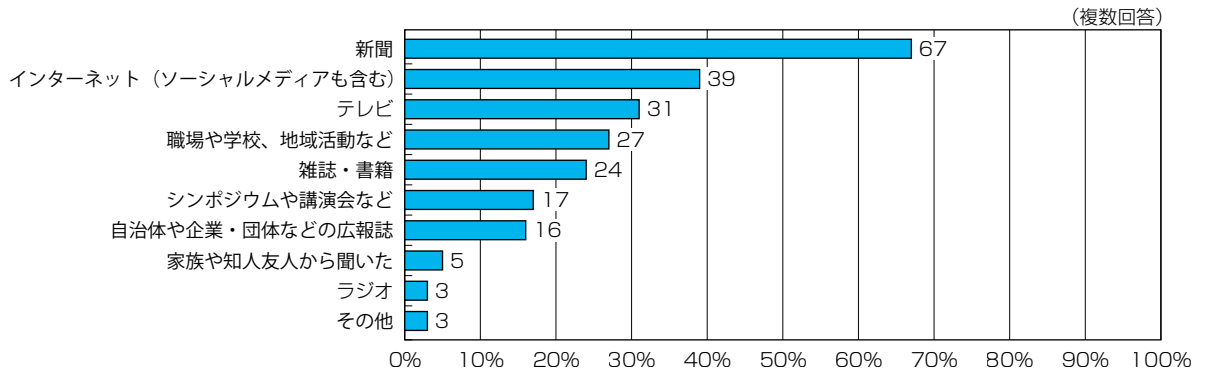
SDGs（持続可能な開発目標）について、「内容を知っている」（12%）、「内容をある程度知っている」（26%）を合わせると、「知っている」は38%となり、前回調査（2017年度「内容を知っている（知っている／ある程度）」19%）から19ポイント上昇している。この1年間でSDGsの認知度は向上している一方で、「言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」は、前回調査と同じ25%であり、「全く知らない」は、前回調査（2017年度56%）から19ポイント減少したものの37%と3分の1を超えている。

※『ネットワーク通信』では、2018年度から企業・団体のSDGsの取り組みを紹介している。

2 SDGsの情報源

Point SDGsを知ったきっかけは「新聞」が約7割

全 体

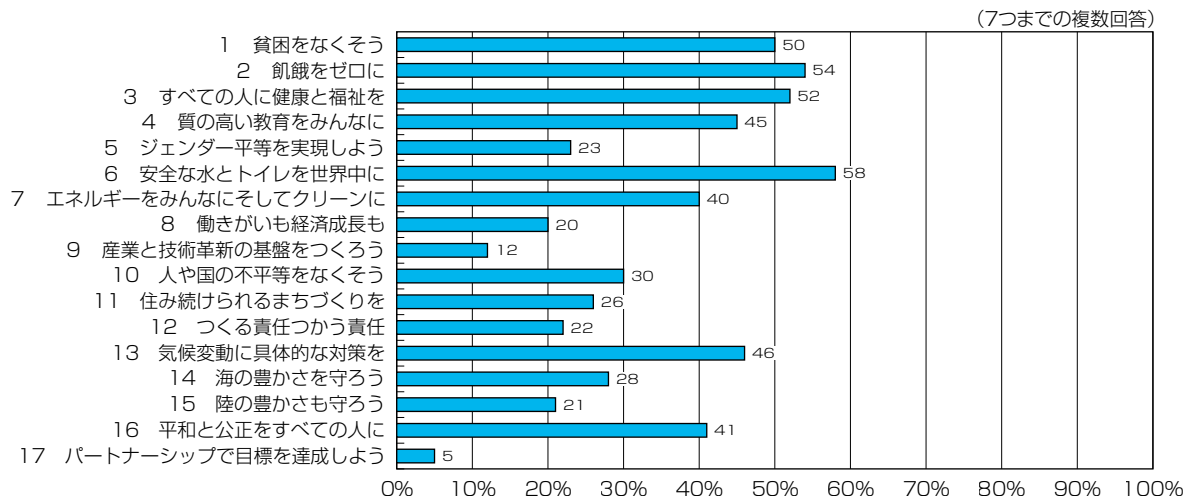


SDGsの認知度 **1** で、「内容を知っている」「内容をある程度知っている」「言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」と回答した人 (63%) に、SDGsを知ったきっかけを聞いたところ、「新聞」(67%) が最も高く、次いで「インターネット (ソーシャルメディアも含む)」(39%)、「テレビ」(31%) といった順である。生活者自身が接点のある「職場や学校、地域活動など」も27%を占めている。

3 特に重要な目標

Point SDGsの17の持続可能な開発目標の中で、特に重要だと思う目標は「安全な水とトイレを世界中に」が58%

全 体



SDGsの17の持続可能な開発目標の中で、特に重要だと思うものを聞いたところ、「6 安全な水とトイレを世界中に」が58%で最も高い。次いで、「2 飢餓をゼロに」(54%)、「3 すべての人に健康と福祉を」(52%)、「1 貧困をなくそう」(50%) である。

調査の際、回答時に以下を表示した。

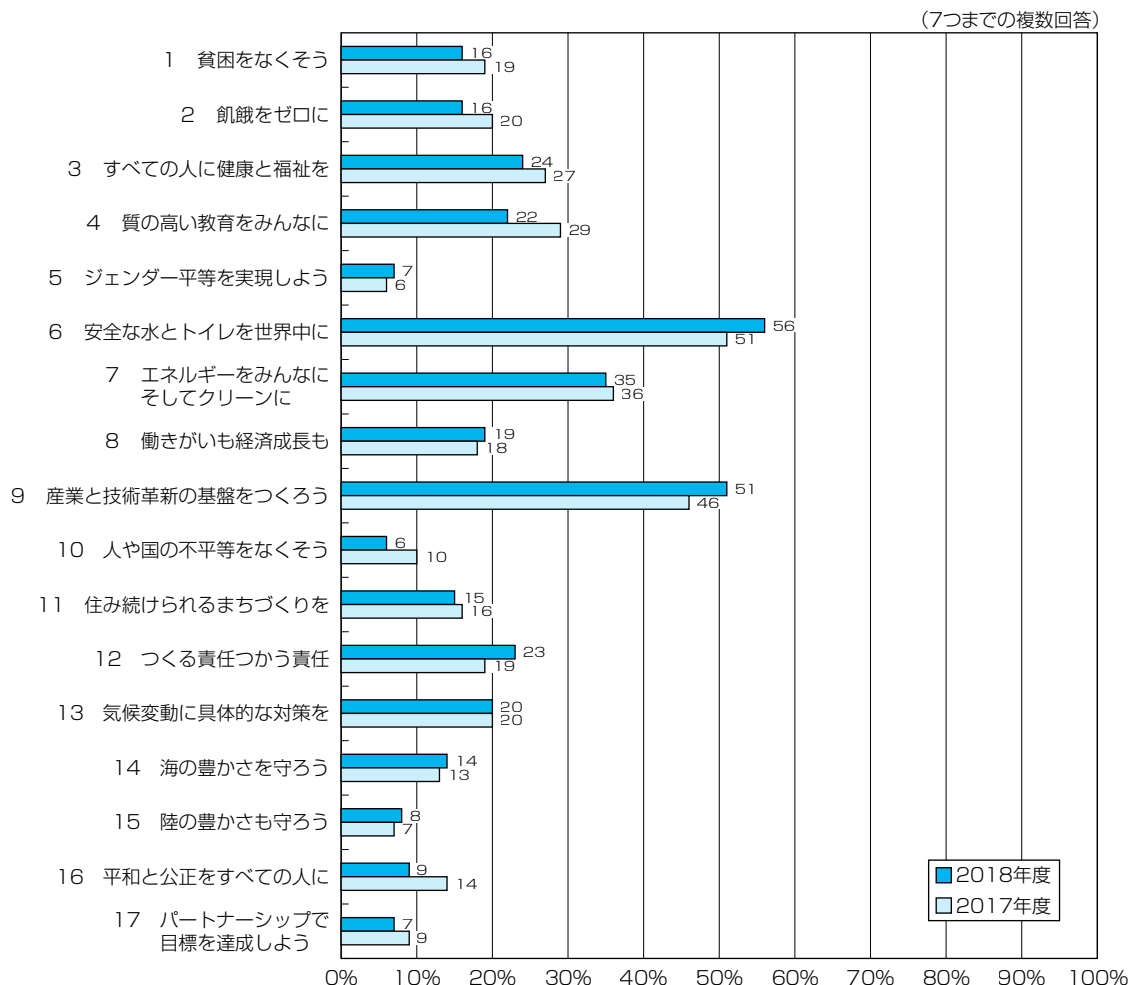
SDGs (Sustainable Development Goals、持続可能な開発目標)

SDGsは、2015年9月に、国連で採択された「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals)」です。2030年までに達成を目指す17分野の目標は、すべての国のすべての人の行動を必要としており、生活者一人ひとりの取り組みが目標達成の一翼を担います。例えば、節水や節電、ごみや食品廃棄の削減、暴力や差別を容認しないこと、持続可能なライフスタイルの実践など、日常生活でも取り組めることが多くあります。

4 日本企業が貢献している取り組み

● **Point** 日本企業が貢献している取り組みは、「安全な水とトイレを世界中に」が56%

年度別・全体



SDGsの17の持続可能な開発目標の中で、現在、日本企業が特に貢献していると思う取り組みについて聞いたところ、前回調査（2017年度）と同様に「6 安全な水とトイレを世界中に」が56%で最も高く、次いで「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」が51%、「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」が35%となっている。

調査の際、回答時に以下を表示した。

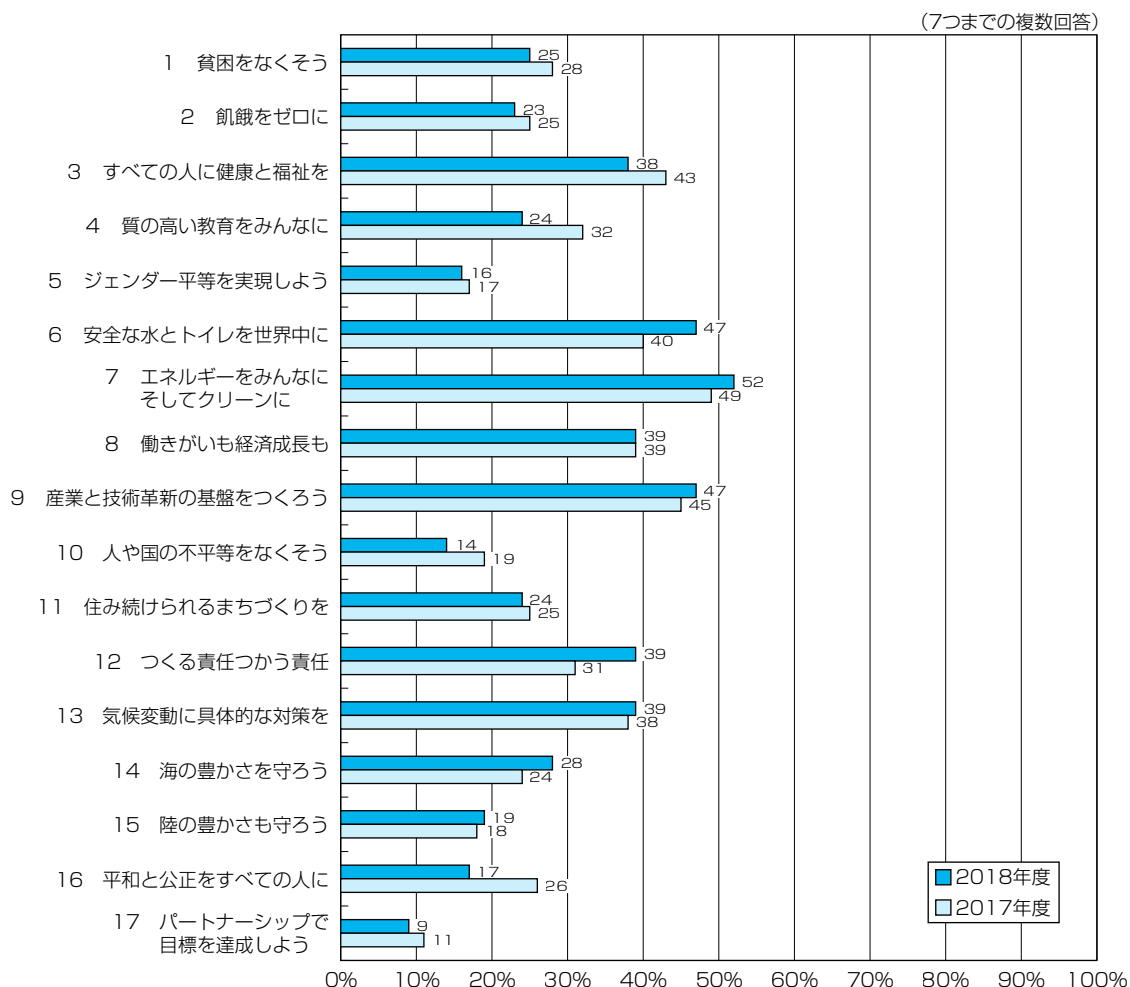
SDGs (Sustainable Development Goals、持続可能な開発目標)

SDGsは、2015年9月に国連で採択された17の目標と169のターゲットから成る目標であり、発展途上国のみならず、すべての国に普遍的に適用されるため、SDGsの本質は「21世紀型の経済成長戦略」ともいわれています。SDGsには、多様な組織による取り組みとコラボレーションが必要であり、企業には創造力とイノベーションの発揮が期待されています。現在、SDGsへの対応を始める日本企業も増えています。

5 日本企業に期待する取り組み

Point 日本企業に期待する取り組みは、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」が52%

年度別・全体

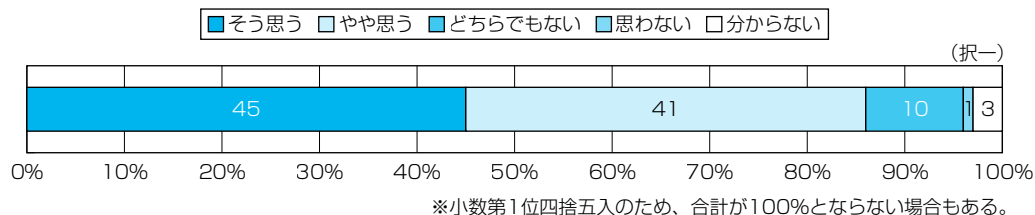


SDGsの17の持続可能な開発目標の中で、日本企業に特に期待する取り組みについて聞いたところ、「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」が52%で最も高く、次いで「6 安全な水とトイレを世界中に」「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」がそれぞれ47%で続き、「8 働きがいも経済成長も」「12 つくる責任つかう責任」「13 気候変動に具体的な対策を」もそれぞれ39%となっている。

6 S D G sに取り組んでいる日本企業の製品・サービスの利用

Point 約9割がS D G sに取り組んでいる企業の製品・サービスを利用したい

全 体



S D G sに取り組んでいる日本企業の製品・サービスを利用したいと思うかを聞いたところ、「と思う」(45%)、「やや思う」(41%)を合わせると、「利用したいと思う」は86%となっている。一方で、「利用したいと思わない」は1%、「どちらでもない」が10%、「分からない」が3%である。

印象に残っている企業のS D G sの取り組み

S D G sに取り組んでいる企業について、印象に残っている企業とその取り組みについて聞いたところ、温暖化対策や環境配慮型製品に関わる取り組み、環境保全、発展途上国での健康衛生やインフラ整備、安全な食品の安定供給といった活動を行っている企業が目立つ。

回答に挙げた主な企業は以下の通り。

味の素グループ	イオングループ	伊藤園	N T Tグループ
王子ホールディングス	花王	コスモ石油	サラヤ
サントリーホールディングス	資生堂	スターバックスコーヒー・ジャパン	住友化学
住友商事	ダイキン工業	大和証券	大和ハウス工業
武田薬品工業	東京ガス	東レ	T O T O
トヨタ自動車	日産自動車	パナソニック	日立製作所
ファーストリテイリング	三井物産	三菱商事	三菱電機
ヤクルト本社	ユーグレナ	U C Cグループ	吉本興業
L I X I L	リコー	ローソン	

(3社までの複数回答 50音順)

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/>



SDGsに関する意見・感想

29歳以下の意見・感想

- ◆SDGsは政府主導で取り組んでいかなければならないものだと思います。
- ◆アンケートでSDGsを初めて知りました。SDGsに取り組んでいる企業は大いに応援したいと思います。
- ◆正直なじみがないです。

30歳代の意見・感想

- ◆どれも地球規模で考えるべき事柄で、生活において大切かつ実行しなければならない内容だと思います。
- ◆産業や経済の発展を進めながら行えることが大事だと思うので、消費者も製品や企業を選ぶ際の指標の1つにすべきだと思います。
- ◆自分ごととして捉えることが大切だと思います。
- ◆内容は一部聞いたことがありましたが、この言葉自体の認知度がまだまだ低いと思います。

40歳代の意見・感想

- ◆SDGsに積極的に取り組む企業の認定制度を作ると企業同士で高め合うこともでき、消費者もその企業を高く評価し、消費活動にもつながると思いました。
- ◆国・政府が積極的にアピールしてほしいです。大学の研究・教育にSDGsをテーマにした補助金や研究費を付けるべきだと思います。
- ◆国単位、企業単位でできることはもちろん、個人でも取り組める内容も多いので、日々の生活を通して貢献できればよいと思います。
- ◆17の開発目標のアイコンを目にすることが多くなりました。
- ◆もっと企業のSDGsの取り組みを報道してほしいです。

50歳代の意見・感想

- ◆サステナブルな社会でなければ企業も存続し得ないので、企業も率先してSDGsに取り組むべきだと思います。
- ◆まだまだ認知度は低いと思いますが、各企業は積極的にSDGsの取り組みを発信してほしいと思います。
- ◆極めて重要な課題でありながら、やや抽象的で一般には理解が浸透していないように思います。政府、企業、大学などが具体的な取り組み事例なども活用して、もっとアピールしていくとよいと思います。

- ◆SDGsを「エス・ディー・ジーズ」と読むということすら、知らない人が多いです。
- ◆このような取り組みがあることを初めて知りました。企業だけでなく、個人でも取り組めることはたくさんあると思います。まずは、一人ひとりにこの取り組みを広く知ってもらうことが大切だと思います。
- ◆知らなかったなので、これから勉強してみたいと思います。

60歳代の意見・感想

- ◆SDGsは徐々に広まってきているように感じます。国や企業の活動によるところが大きいと思います。
- ◆どの企業が貢献しているというより、まだ自社の活動をSDGsにすり寄せている段階だと思います。具体的に何を実施しているのか、それが持続性を持っているのかの判断は難しいです。
- ◆多くの企業が取り組んでいると新聞で理解していますが、具体的な内容については意見できない程度の知識です。
- ◆SDGsは新聞などで見ることはありますが、世の中の関心レベルは低いと思うので、まずは普及が必要だと思います。
- ◆企業だけではなく、子どもから高齢者までの誰もが身近で取り組めるようなアピールが必要だと思います。

70歳以上の意見・感想

- ◆国家的プロジェクトとして積極的に取り組む必要を感じます。
- ◆内容は私たちの生活に密着したものばかりですが、内容が多岐にわたるために理解がなかなか進んでいないと思います。いかに普及させるかが実現の鍵だと思います。
- ◆SDGsは日本人には分かりにくい表現です。老若男女、誰にでも分かりやすい日本語表記を考えるべきだと思います。
- ◆大きなニュース、話題に隠れていてあまり気付かれない印象を受けます。メディア、企業でのより目立つ情報発信が必要ではないでしょうか。
- ◆SDGsについての内容をよく知らずにいました。未来に向けての大事な課題であることに気付かせてもらいました。

(文責 主任研究員 細萱友里子)

SDGs早わかりQ&A

今年（2019年）は、9月24・25日にニューヨークの国連本部で開催されるSDGサミットにおいて、4年に1度の首脳レベルでのSDGs進捗レビューが行われるので、これまで以上にSDGsが注目される年となっています。

SDGsとは、そもそもどのようなものなのでしょうか？国連広報センターの根本かおる所長から、簡潔でわかりやすい解説をいただきました。

Q1. SDGs（エス・ディー・ジーズ）とは？

A 「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）」の略称です。

「誰一人取り残さない」をスローガンに、あらゆる形態の貧困に終止符を打ち、不平等と闘い、気候変動に対処しながら、2030年までに持続可能な社会を目指すという、マスタープラン（基本計画）です。途上国・先進国の双方を2030年に向かって牽引する「世界の共通言語」ともいえます。国連はこの目標の達成を目指し、各国政府、企業および市民社会に対して、全世界的な行動を要請しています。

Q2. 具体的にはどのような内容なのですか？

A 17分野の目標、169ターゲットで構成され、およそ230の指標に基づき、進捗を測りながら推進していく仕組みです。

ゴール1の「貧困をなくそう」から、ゴール17の「パートナーシップで目標を達成しよう」まで、17分野の目標からなります。各目標は経済・社会・環境の分野にまたがり、横断的かつ密接不可分につながっています。フォローアップとして、毎年、国連本部で開催される「ハイレベル政治フォーラム」において、加盟国が自主的に実施状況を発表、さらに4年に1度の頻度で、各国首脳が出席する会議が開催されます。

Q3. いつ、どこで決まったのですか？ 策定に至った背景を教えてください。

A 2015年9月に国連総会で193の国連全加盟国の賛同を得て採択、2016年1月1日に施行されました。ミレニアム開発目標（Millennium Development Goals）が前身です。

SDGsの前身MDGsとは、8つの分野の2015年までに達成すべき社会開発の具体的な数値目標です。MDGsは、進捗を確認しながらリソースを投下することで、例えば「極度の貧困人口の割合の半減」という目標が2015年を待たずに達成されるなどの成果を挙げました。ただし、主に途上国が対象で、先進国はODA（政府開発援助）等を通じ支援する立場にとどまりました。さらに、気候変動・地球温暖化や格差拡大といった、新たに顕在化した世界的に重大な地球規模の課題についての認識が共有されました。そこで、MDGsの未達成課題に新たな課題を加え、SDGsが策定されました。なお、SDGsに法的拘束力はないものの、国連加盟国193カ国のうち150カ国以上の政府首脳が参加して採択した決議ですので、それだけの重みがあるといえます。

*この内容は、『月刊経団連』2017年12月号に掲載された記事を一部転載したものです。

〈世界を変えるための17の目標〉

- | | | |
|-----------------|----------------------|---------------------|
| ① 貧困をなくそう | ⑦ エネルギーをみんなにそしてクリーンに | ⑬ 気候変動に具体的な対策を |
| ② 飢餓をゼロに | ⑧ 働きがいも経済成長も | ⑭ 海の豊かさを守ろう |
| ③ すべての人に健康と福祉を | ⑨ 産業と技術革新の基盤をつくろう | ⑮ 陸の豊かさを守ろう |
| ④ 質の高い教育をみんなに | ⑩ 人や国の不平等をなくそう | ⑯ 平和と公正をすべての人に |
| ⑤ ジェンダー平等を実現しよう | ⑪ 住み続けられるまちづくりを | ⑰ パートナーシップで目標を達成しよう |
| ⑥ 安全な水とトイレを世界中に | ⑫ つくる責任つかう責任 | |

「島津製作所の森」の間伐材を使用したSDGsバッジを製作

株式会社島津製作所

■140年前の創業時から社会課題の解決に取り組む

島津製作所は、1875年に京都で創業。社は「科学技術で社会に貢献する」のもと、「“人と地球の健康”への願いを実現する」という経営理念を掲げ、事業活動を行ってきました。2017年には、「事業を通じた社会課題の解決」と「社会の一員としての責任ある活動」の両輪で、社会的責任を果たすことを目指してCSR憲章を制定していますが、SDGsが採択される140年も前から、社会への貢献を積み重ねてきた歴史を有しています。

■ヘルスケア分野を中心にSDGsへ貢献

同社は、分析・計測機器や産業機器などの事業を中心に展開していますが、特に、SDGsでは「目標3 すべての人に健康と福祉を」をはじめとした分野に重点的に取り組んでいます。具体的には、医用機器による画像診断と、分析機器による血液の成分分析の融合により、がんや認知症、生活習慣病などの早期診断を可能とし、健康寿命の延伸に向けた貢献を目指しています。

また、各地の自治体や大学、研究機関、企業などとのパートナーシップを構築することにより、SDGs達成へ向けた新たなイノベーションの創出にも取り組んでいます。その一例が、本社が位置する京都府との「地域活性化包括連携協定」です。次世代のまちづくり・産業振

興において先進的に取り組む京都府との連携によって、「住みたい」「働きたい」「子育てしたい」「訪れたい」まちづくりの推進を通じて、SDGsの実践を推進しようとしています。

■独自のSDGsバッジを製作、社員に浸透

2019年3月には、10年以上に渡って森林保全活動を行っている「島津製作所の森」（京都府南丹市八木町）で発生した間伐材を使用した独自のSDGsバッジを製作し、社員による着用を開始しました。これは、社内講習を受けた社員がバッジを着用することで、社内外へのSDGsの啓発活動を狙いとしており、SDGsに対する社員への意識改革としても大きな成果を上げています。

さらに、バッジの製作作業には障がい者の方も参加、「目標15 陸の豊かさを守ろう」だけでなく「目標8 働きがいも経済成長も」にもつながっています。

また、同社は2019年に経済産業大臣表彰の「新・ダイバーシティ経営企業100選」に初めて選定されたほか、女性活躍推進企業として「なでしこ銘柄」に3年連続で選定されるなど、「目標5 ジェンダー平等を実現しよう」に向けても積極的に取り組んでいます。

（文責 主任研究員 吉満弘一郎）



間伐材を使用したオリジナルのSDGsバッジ



「新・ダイバーシティ経営企業100選」に選定



3年連続で「なでしこ銘柄」にも選定

企業と生活者懇談会

第225回【東京 2019年2月27日】

日本通運株式会社 東京食品ターミナル

暮らしと産業に欠かせない

物流のしくみを学ぼう！

2月27日、日本通運の東京食品ターミナル（東京都大田区）で「企業と生活者懇談会」を開催し、社会広聴会員17名が参加しました。はじめに、物流博物館（東京都港区）で、日本通運と同博物館の概要説明を受けた後、館内を見学し、暮らしと産業に欠かせない物流のしくみと、江戸時代から昭和までの物流のあゆみについて学びました。続いて、東京食品ターミナルへ移動し、燻蒸庫やマイナス25度の冷凍庫を見学し、食品が倉庫に搬入されてから私たちの元へ届くまでの流れを間近で体感しました。最後に質疑懇談を行いました。物流博物館からは、玉井幹司主任学芸員、川原広子氏、日本通運からは、東京食品ターミナル事業所の須山圭一郎所長、畠山克オペレーショングループ課長、ロジスティクス営業センターの関川徹新所長、広報部の神浩幸専任部長、福田健一郎課長、堀井睦氏が出席しました。

● 日本通運からの説明

日本通運の概要と物流の歴史

日本通運は江戸時代の町飛脚から始まり、大名・旗本や商家の手紙・現金・荷物などを輸送していました。1871年に明治新政府が官営郵便を始めると、これに対抗して江戸の飛脚問屋5軒が結束しましたが、前島密（のちに「郵便制度」の父と呼ばれる）から、郵便業務に必要な輸送を請け負わせることを条件に信書の輸送から撤退する提案を受け、翌年（1872年）「陸運元会社」を設立し、運送業に特化した近代的な会社と

して生まれ変わりました。1875年、「内国通運会社」と改称されると、一貫輸送とそのサービスや内国通運会社を指す言葉として「通運」が広く使われるようになりました。この頃には新しい輸送手段として、新橋・横浜間に鉄道が開業し、貨車を使った貨物輸送が始まりました。同社は、1877年に蒸気船を導入し、関東の河川・海上に走らせました。日本通運の前身も含めた長い歴史の中で客を乗せて運んだ珍しい例です。

その後、道路輸送から鉄道中心の業務に移行し、昭和に入って、1928年の「国際通運株式会社」を経て、1937年に半官半民の国策会社として「日本通運株式会社」が創設されました。戦後、1950年からは民間会社として再出発し、2017年には創立80周年（創業145周年）を迎えました。国内に約350の支店と世界46カ国、701カ所の拠点を持ち、世界最大規模の物流ネットワークを構築しています。グループ全体で約7万人が日々お客さまの物流を陰で支えています。

陸・海・空を駆使した多彩な物流サービス

日本通運は、様々な輸送モード（手段）、システム、サービスを展開しています。トラック輸送は、日本全国をカバーするネットワークと圧倒的機動力によるドア・ツー・ドアの輸送モードです。近年では、環境配慮車両の導入により、低公害化と燃費改善に取り組んでいます。鉄道輸送は、定時制に優れ、地球に優しい、中・長距離大量輸送向けのサービスです。社名にもある「通運」は鉄道輸送にゆかりがあり、同社では最も歴史のある輸送モードです。CO₂排出量はトラックの8分の1、エネルギー消費量は5分の1まで削減できるため、近年では主要都市間のまとまった輸送を鉄道に切り替えるモーダルシフト（トラックから鉄道や海上輸送に貨物輸送を転換すること）を進めています。また、日本の輸出入の99.7%が船で運ばれるため、海上輸送は海外との貿易において非常に重要な役割を担っています。そして、輸出入の残りの0.3%を担うのが航空輸送です。自動車部品や流行のスピードが早いアパレル商品、冷凍せずに輸送する生鮮食品など、

スピードと品質が求められる商材を主に輸送しています。

倉庫・物流センターでは、国内に約290万平方メートル、海外に約299万平方メートルの営業倉庫を保有しています。保管だけでなく、最適な状態を保つための温度や湿度管理、検品や詰め合わせ作業などの流通加工も行っています。また、これまでに蓄積されたノウハウや最新技術を組み合わせ、倉庫の在庫管理や店舗・商品別の売れ行きを随時把握し発注するシステムなどを開発し、効果測定や課題発見など様々なシーンで活用しています。

輸送サービスとしては、最も身近な引越しをはじめ、超重量品からハイテク設備、美術品に至るまであらゆる輸送に携わっています。引越は国内だけでなく海外でも展開しています。また、移転も得意としており、オフィスに限らず、官公庁や空港、医療機関や学校など様々なお客さまに利用されています。また、新幹線やプラントなどを輸送する重量品輸送、これまで「モナ・リザ」、唐招提寺の国宝「盧舎那仏坐像」、古代エジプトの秘宝「ツタンカーメン」などを扱った美術品輸送、現金をはじめとした貴重品を運ぶ警備輸送などがあります。これらの多彩なメニューを組み合わせながら、お客さまの多様なニーズに合わせてサービスを提供しています。

● 見学の様子

物流博物館の概要と見学

物流博物館は、1958年に日本通運本社内に創設された「通運史料室」が基礎となっています。当初は、社史に関わる日本の近世や近代初期の交通・運輸の概要を展示していましたが、1998年、「物流」を社会にアピールすることを目的に「物流博物館」として東京都港区に誕生しました。現在は、公益財団法人利用運送振興会が運営し、主に近世から現代に至るまでの物流の歴史や物流産業の概要のほか、天びん棒や米俵を担ぐ体験ができるなど、広く物流全般について紹介しています。

「物流の歴史展示室」では、江戸時代の宿場に関する資料や、飛脚の道具、明治時代以降の内国通運会社などに関する資料、荷役道具などが展示されており、参加者は説明を聞きながら貴重な資料を通じて、物流

のあゆみについて理解を深めました。



明治時代の資料について説明を受ける

「現代の物流展示室」では、日本通運のみならず物流業界として、「物流とは何か」をパネルや映像、ゲームなどによって、楽しみながら学ぶことができるよう展示が工夫されています。また、身近な宅配便から国際物流まで様々な物流の姿も紹介されています。中でも陸・海・空の物流ターミナルの大型ジオラマは圧巻です。トラックや鉄道、飛行機、コンテナ船、貨物機などを一望でき、照明によって昼間と夜間の物流現場の様子を見ることができます。



陸・海・空の物流ターミナルの大型ジオラマ

東京食品ターミナルの概要

東京食品ターミナルは、日本最大級の卸売市場である大田市場から非常に近くに立地し、東京港の各コンテナ埠頭にも隣接しています。果実、野菜、ワインなどの輸入食品を主に取り扱っています。地上5階建て、保管面積約3万2000平方メートルという日本屈指の規模と、集中管理室による高品質管理や燻蒸が特徴の倉庫です。

海外から運ばれてきた貨物は、船から降ろし倉庫へ搬入します。そして、植物検疫と燻蒸の工程を経て通関後、貨物をトラックへ積み、私たちの元へ運ばれます。

日本の生態系を守るための燻蒸庫

東京港では、週に1回、フィリピンからバナナを積んだ定期船が着き、全体の10万カートンのうち6～7万カートンが東京食品ターミナルで取り扱われています。また、南アフリカからはグレープフルーツやオレンジ、レモンなどのかんきつ類が、1船につき、約6～10万カートン輸入され、東京食品ターミナルの燻蒸庫に保管されます。

海外から輸入された生鮮貨物は、植物防疫法によって検疫を受けることが定められています。その際、日本国内に入ってはならない種や害虫などの特定外来生物が発見された場合、この燻蒸庫で消毒を行います。消毒のガスを満遍なく行き届かせるため、倉庫は非常に機密性の高い仕様になっており、室外へ排気する際は、ガスをそのまま放出するのではなく中和させ、天井にある太いダクトを通して大気へ戻します。倉庫内は、人体に影響のないよう安全管理が徹底されています。燻蒸庫は全て合わせると4000坪あり、同社の中でこれほどの規模は東京食品ターミナルのみです。

輸入されたバナナが私たちの元に届くまで

輸入されたバナナを保管する際、倉庫の温度は約13.5度に設定されています。これは寒すぎるとバナナが黒くなり、逆に温度が高いと倉庫内で熟成が進み、食卓に並ぶ頃には食べ頃を過ぎた状態になってしまうからです。バナナを仮死状態にしておくため、温度管理とともに湿度も95%以上に保っています。

また、バナナは皮が青く、硬い状態でないと輸入ができません。皮が柔らかいと中に日本の生態系を壊す恐れのある種や害虫が混入している場合があるため、必ず未成熟のものが輸入されます。

青く、硬い状態のバナナが検疫・通関された後は、熟成庫で黄色い状態にします。エチレングスと温度調



湿度が高い状態でバナナを保管する

整により3～4日間くらいで黄色く色づくので、店頭と並ぶ日程を逆算し熟成の工程が行われています。

ハラールエリア

東京食品ターミナルでは、日本ハラール協会から倉庫保管および輸送に関するハラール認証を取得し、イスラム法に則った輸送時の経路や倉庫の管理などを行う「ハラール物流」を取り扱っています。ハラール物流とは、ムスリム（イスラム教徒）が日常生活で口にするもの、身に付けるものの原材料、医薬品、化粧品、加工品などを健康的・清潔・安全・高品質・高栄養価な状態で輸送することです。ハラールエリアでは、製品や商品が豚やアルコールなどのムスリムにおいて禁止されているものと混合しないように保管され、輸送時にはハラール専用のボックスやコンテナを使用しています。また、倉庫内は年に1度、日本ハラール協会による監査があり、搬入ルートや作業導線、気密性、書類、教育など様々な項目をクリアし、許可が得られるとライセンスが更新されます。



ハラール専用ボックス

懇談会の概要

Q 今後の事業展開について。

A 2037年の創立100周年に向けて「グローバル市場で存在感を持つロジスティクスカンパニー」という長期ビジョンを掲げています。国内の人口減少など貨物輸送量が減少トレンドにある中で、海外の売上高比率を現在の20%から50%まで高めることを目標としています。

長期ビジョン実現に向けた新たな経営計画においては、産業軸のアプローチでは、電機・電子、自動車、アパレル、医薬品、半導体の各産業に力を入れていきます。

また、エリア軸のアプローチでは、日本、米州、欧州、東アジア、南アジア・オセアニアの各ブロックにおいて、エリア特性に応じた成長戦略に取り組んでいます。特に力を入れているのが、南アジア・オセアニアです。これらの国々は、以前は「世界の工場」としての位置付けが大きかったのですが、近年では、経済成長にともなう国民の購買力を背景として、工場で作られたものが現地で消費される動きが活発になっています。工場に原材料を納品したり、出来上がった製品を輸出したりといった生産物流だけでなく、その国の中で生産し消費するいわゆる販売物流にも投資し展開しています。

Q ドライバーなど人手不足への対応について。

A 1つは、倉庫の自動化や自動運転などの先端技術を導入することです。省力化、省人化が進めば、女性や高齢者、障がいのある方など幅広く職域が広がっていく可能性があります。

一方、事業の中では、モーダルシフトがあります。トラック輸送は小回りが利きますが、人手が必要なため、それを鉄道や船舶などの輸送手段に切り替えていこうという取り組みです。しかし、当社だけでできることではありません。最近では複数の飲料メーカーが、従来は各社手配のトラックなどで輸送していたものを、共同で積んで運ぶといった取り組みに当社も協力しています。また、荷物を輸送する際に使用するパレットについても、各社で形や大きさが異なるものを共通化したり、荷姿を同じにしたりすることによって、作業効率の向上を図る動きがあります。



懇談会の様子

● 参加者からの感想

- ▶ 物流を支える総合物流企業は世界および日本経済の基盤を支えるものです。陸・海・空の一貫輸送は国際物流としてその効力のすごさを感じました。
- ▶ モノを運ぶという世界は、日本の発展、ビジネスの進化に影響していることを改めて理解できました。
- ▶ トラックから鉄道や船舶へ輸送手段を転換していくモーダルシフトの推進など、省エネルギーやコストダウンに積極的に取り組む姿勢が伝わりました。
- ▶ 物流博物館では、広く物流という世界を紹介しているところに大変感動しました。
- ▶ 江戸時代から明治初期の荷役や運搬設備、仕組みなどは異次元世界を見ているようで面白かったです。
- ▶ 通常は見ることはできない物流倉庫を見学し、管理された倉庫の中で整然と並んだバナナやかんきつ類を見て、購入する側として安心しました。
- ▶ 東京食品ターミナルの見学は、食卓に上る食品たちの壮大な旅ドラマを垣間見たようでした。



● 日本通運 ご担当者より ●

このたびは、物流博物館および当社の東京食品ターミナルの見学にご参加いただき、誠にありがとうございました。社会のインフラである物流の「歴史」と実際の「モノの流れ」を、ごく一部ではありますがご紹介しました。日本通運がどのような会社なのか、少しでもご理解いただくきっかけとなれば幸いです。懇談会では多くの貴重なご質問・ご意見をいただき、感謝しております。

当社は今後も物流を通して社会に貢献してまいります。引き続きよろしくお願いいたします。

(文責 主任研究員 山崎安希子)

森ビル株式会社 六本木ヒルズ

六本木ヒルズの裏側を探検し、安全・環境・文化を重視した都市づくりについて学ぼう！

3月19日、森ビルが運営する六本木ヒルズ（東京都港区）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、森ビルの企業概要や親子向け学習プログラム「ヒルズ街育プロジェクト」の概要などについて説明を受けました。続いて、六本木ヒルズで、通常非公開の10万食分の飲食料品や医薬品を保管する備蓄倉庫や様々な動植物が観察できる屋上庭園、各所に設置されたパブリックアートなどを見学し、最後に質疑懇談を行いました。

森ビルからは、広報室の野村秀樹室長、田部麗氏、服部祐平氏、佐々木悠理氏、三品秋穂氏、震災対策室の寺田隆事務局長、環境推進室の村田麻利子氏が出席しました。

● 森ビルからの説明

森ビルの概要

今年（2019年）で設立60周年を迎える森ビルは、「都市を創り、都市を育む」をコンセプトに、都市再開発事業や不動産賃貸・管理事業、文化・芸術・タウンマネジメント事業などを手掛ける総合ディベロッパーで、東京都港区を中心に約100棟の物件を運営管理しています。

森ビルの前身である森不動産が初めて手掛けた賃貸ビルが、1957年に完成した西新橋1森ビルと西新橋2森ビルです。この2棟のビルから森ビルの歩みが始まりました。その後、新橋・虎ノ門地区に集中的にオフィスビルを建設し、本格的な賃貸オフィス事業に進出。1960年代には、事業拡大に伴い、ビル単独の「点的開発」から、複数の街区や街路を含めた「面的開発」へと移行していきました。そして、1986年、民間による日本初の大規模再開発事業となるアークヒルズが完成しました。

オフィス、住宅、ホテル、コンサートホールなどからなるアークヒルズは、職住近接や都市と自然の共生、文化の発信などを具現化した、森ビルの都市づくりの原点です。「地元住民に街づくりへの参加を呼び掛け、じっくりと対話を重ねていく」という、設立当初から変わらない開発手法を貫き、構想から完成までは実に17年の歳月を要しました。

その後も、建築家の安藤忠雄氏とともに設計した表参道ヒルズ（2006年）や地上101階、高さ492メートルを誇る上海環球金融中心（2008年）、銀座エリア最大級の大規模複合施設GINZA SIX（2017年）といったプロジェクトを国内外で手掛けてきました。

その他にも、これまで東京で培ってきた都市づくりのノウハウを生かし、香川県高松市の丸亀町グリーン（2012年）や愛媛県松山市のアエル松山（2015年）、福井県永平寺町の永平寺門前再構築プロジェクトなど地方都市の“磁力”を高める取り組みにも携わっています。

ヴァーティカルガーデンシティ（立体緑園都市）

森ビルの都市づくりには、①安全・安心、②環境・緑、③文化・芸術という3つのテーマがあります。これらのテーマを達成するため、都心の空と地下を有効活用することでオフィスや住宅を縦に集約し、地上部分を人と緑に開放する都市モデルを生み出しました。この理想的な都市モデルをヴァーティカルガーデンシティ（立体緑園都市）と呼んでいます。建物を高層化するとともに、映画館やコンサートホール、店舗といった外からの光を必要としない施設はなるべく地下に配置するなどして効率的に空間を使うことができます。それによって、職、住、遊、商、学、憩、文化、交流などの多彩な都市機能を立体的重層的に組み込んで、徒歩で暮らせるコンパクトシティの実現を目指すというのが森ビルの都市づくりの基本的な考え方です。

六本木ヒルズの概要

六本木ヒルズは、森ビルにとって社運を懸けたといっても過言ではない超大規模再開発プロジェクトです。区域面積は約12ヘクタール、延床面積は約76万平方メートルの規模を誇り、居住者数は約2000人、就業者数は約2万3000人で、年間では約4000万人が訪れています。

再開発前は木造の家屋が密集していて、消防車が入れないような狭い路地が入り組んでいるようなエリアでしたが、再開発することによって広い道路を通したり緑化を進めたりするなど、都市インフラの整備を進めました。地権者の方々と共同で都市づくりに取り組んでいくに当たって、これから住み続ける人々にとって安全な街につくり変えるということは最重要事項でした。400人以上の地権者の方々と何百回も膝を突き合わせながら対話を積み重ねて合意形成を図り、17年の歳月をかけて2003年に六本木ヒルズは完成しました。

東京に新しい「文化都心」を生み出すことをコンセプトの1つに掲げる六本木ヒルズは、オフィスやレジデンス、ショップ、レストランはもちろんのこと、展望台や美術館、会員制クラブ、アカデミー・フォーラム、映画館といった文化施設も充実しています。その他にも地上には日本庭園やパブリックアート、イベントスペースなどもあり、知的な刺激に溢れています。働き、住み、遊び、学び、交流するなど、様々な要素が複合的に組み合わせられたコンパクトシティを実現しています。

森ビルは、完成後も街を手塩にかけて育てていくタウンマネジメントにも力を入れています。例えば、春には春祭り、夏には盆踊り、秋にはハロウィーンパレード、冬にはクリスマスイルミネーションといったように、1年を通して様々なイベントを開催し、来街者をひきつけています。



六本木ヒルズ展望台「東京シティビュー」からの風景

● 見学の様子

■ ヒルズ街育プロジェクト

森ビルは、創業から60年にわたり地域の方々とともに都市づくりを手掛ける中で培ってきたノウハウや都市づくりの魅力を子どもたちに伝えるとともに、次世

代の都市の在り方を考えるための機会として、文部科学省や港区教育委員会と連携し2007年よりヒルズ街育プロジェクトに取り組んでいます。これは、実際の“街”を舞台とした見学やワークショップからなるツアーを通して、都市づくりについて学ぶものです。現在では、様々な種類のツアーが開催され、毎年合計で1500名を超える小学生や保護者が参加しています。

参加者は、その中でも特に人気の高い「六本木ヒルズのヒミツ探検ダイジェストツアー」を体験し、森ビルが都市づくりをする上で大切にしている3つのテーマについて学びました。

■ 「逃げ出す街」から「逃げ込める街」へ

森ビルは、阪神・淡路大震災を機に「逃げ出す街から逃げ込める街」へというコンセプトを掲げ、ハード・ソフト両面での震災対策を進めています。

ハード面の対策として、六本木ヒルズをはじめとした超高層ビルには地震や風のエネルギーを吸収する制振装置を導入し、行政の基準値の1.5倍以上高い耐震性を有しています。また、電力供給については、六本木ヒルズ独自の都市ガスを燃料とする発電プラントを地下に有しています。有事の際には電力会社からの供給と灯油を燃料とする非常用発電機のバックアップも備えていて、3重の安定性を持っています。東日本大震災の際には停電が生じなかったどころか、発電した電力の余力と節電分、約1100世帯分を東京電力に提供しました。

ソフト面の対策として、行政機関や入居者、近隣などと連携しながらエリア全体の防災力を向上させるため、六本木ヒルズ自治会や消防署と連携した震災訓練を定期的に行っていたり、オフィスや店舗の就業者に対しての啓発活動を行ったりしています。また、防災対応拠点となる六本木ヒルズ近隣2.5キロメートル圏内に約100名の訓練を受けた社員が居住していて、夜間や休日に災害が発生した際にも迅速な対応が行える防災組織体制が敷かれています。

見学した備蓄倉庫には、10万食の備蓄食料や、毛布、医薬品、簡易トイレなどが保管されており、帰宅困難者が3日間生活できるようになっています。その他にも災害用の井戸が設置されており、各施設ならびに近隣に生活用水を供給することが可能となっています。



10万食分の飲食品や医薬品を保管する備蓄倉庫

都市と自然の共生を目指して

かつて「再開発」は「環境破壊」であるといわれることがありましたが、森ビルは、自然との共生を目指した都市づくりに取り組んでいます。

六本木ヒルズは、ヴァーティカルガーデンシティ構想を具現化した設計となっており、細分化した土地をまとめて建物を高層化することによって生み出した地上に緑地を設けています。それと同時に建物の屋上にも庭園を設置するなどして、さらなる緑化を進めています。都市の緑化はヒートアイランド現象の緩和にも貢献していて、六本木ヒルズ周辺の温熱画像（サーモマップ）を見ると、緑化された六本木ヒルズが周辺に比べ、日中で5～15℃表面温度が低くなっていることが分かります。

見学を行った六本木ヒルズけやき坂コンプレックスの屋上庭園には、四季を彩る様々な植物とともに日本の農風景を再現した水田や菜園も設置されています。ここでは田植えや稲刈りなどの伝統的な稲作文化の体験ができる機会を地域の方々や子どもたちに提供しています。



けやき坂コンプレックスの屋上庭園

経済と文化の両立と融合を果たす「文化都心」

森ビルは、経済的な視点に偏りがちだった従来の都市開発の在り方を見つめ直し、文化的な魅力や豊かな環境も備えることを都市づくりの重要なミッションの1つに掲げています。

六本木ヒルズでは、「文化都心」の象徴として、美術館や展望台、会員制クラブ、アカデミー・フォーラム施設からなる複合文化施設「森アーツセンター」をメインタワーの最上層に配置しています。気軽に一流の文化や芸術に接することができる環境や、異なる価値観や背景を持つ旬な人々が交流し協働する機会を設けることで、都市の“磁力”を高め、世界の人々をひきつけたいとの考えからです。

また、敷地内の各所にも多種多様なパブリックアートが展開されています。六本木ヒルズを東京の文化の中心地にしようというアイデアの一環としてスタートしたもので、20人以上の世界的アーティストやデザイナーが制作したカラフルなアートワークやデザイン作品が街に彩りを添え、来街者に楽しい散策を提供しています。

江戸時代の大名屋敷の名残を今に伝える日本庭園「毛利庭園」には、六本木ヒルズと森美術館の10周年を記念して制作された「Kin no Kokoro」という名前のパブリックアートがあります。これは見る位置や距離によってハートやメビウスの輪など見え方が変わるもので、参加者は、毛利庭園を散策しながら、江戸時代から続く歴史的な風景と先鋭的なアートワークが織り成す創造的な文化都心の景観を楽しみました。



毛利庭園とKin no Kokoro

● 懇談会の概要

Q 港区だけではなく東京という都市全体の“磁力”を高めるような取り組みを行っていますか。

A 世界の都市総合力ランキングなどから東京はロンドンやパリ、ニューヨークと比較して、文化・交流の側面が弱みとなっていることが分かっています。例えば森ビルは昨年（2018年6月）、東京・お台場エリアに世界に類のないミュージアムをつくりました。デジタルアートを手掛けるチームラボとのコラボレーションによって誕生した「森ビルデジタルアートミュージアム：エプソンチームラボボーダレス」です。1万平方メートルという巨大な空間に境界のないアート作品を展示しています。開業からわずか1年で来場者数は200万人を突破する勢いです。約3割が海外からのお客様となり、すでに東京の強い磁力となっています。

Q 森ビルが考える「文化」とはどのようなものでしょうか。

A 一言で表現することは難しいですが、それに触れることで心が豊かになったり、新しい刺激を受けたりするような体験を提供するモノやコトを「文化」と捉えています。東京を世界の人を引き付ける都市にするためには文化の要素は欠かせません。森ビルは、都市の中に文化施設を組み込み、またそれぞれのエリアの歴史や特性に合わせたイベントを開催することで、豊かな都市生活を提供しています。例えば、海外の方々が多く訪れる六本木ヒルズでは、盆踊りやお木曳きなどの開催を通じて日本の伝統文化を伝えています。



懇談会の様子

● 参加者からの感想

- ▶ 森ビルが、都市づくりにおいて、徹底した安全対策や緑化を進める環境への取り組みなど、あらゆる角度から東京の“磁力”向上について追求している姿勢が素晴らしいと思いました。「人が幸せになる都市づくり」を考えている企業と思え、好感度が上がりました。
- ▶ 建物を高層化することで緑も増えて災害にも強い都市になるということに意外性を感じましたが、六本木ヒルズを実際に歩いて見学し、納得できました。
- ▶ 六本木ヒルズ内の電力供給を都市ガスによる自家発電で賄っていることに驚きました。その後の東日本大震災、今後起こり得る災害を思うと、先見の明と英断に感服し頼もしく思いました。
- ▶ 六本木ヒルズの完成までに地元の住民と長年協議を重ねてきたとの紹介がありましたが、見学を通して確かにその雰囲気が漂ってきました。オフィス、レジデンス、商業空間、アートを一堂に融合させ、そして継続させることは森ビルならではの業だと感動しました。



● 森ビルで担当者より●

当社の広報室は、都市に対するビジョンを明確に示しながら、社会と誠実に対話を積み重ねていく広報活動に取り組んでいます。今回のような face to face のコミュニケーションによる懇談会は私たちにとても大変貴重な機会となりました。これからも私たちが創り、育んでいる街の魅力を一人でも多くの方に知っていただけるよう、積極的な広報活動を展開していきます！このたびは、ありがとうございました。

（文責 主任研究員 永井 大）

三菱みなとみらい技術館 三菱重工業株式会社

2019年3月9日、三菱みなとみらい技術館（神奈川県横浜市）で、「生活者の企業施設見学会」を開催し、社会広聴会員20名が参加しました。

■概要説明

三菱重工グループは、交通・輸送システム、航空機、発電システムなどのインフラから宇宙システムに至るまで、幅広い分野に高度な技術力でソリューションを提供する総合インフラ企業です。

同グループの企業ミュージアムである三菱みなとみらい技術館は、1994年6月、地域に貢献し、明日を担う青少年たちが科学技術に触れ、夢を膨らませることができる場になることを願い設立されました。同グループが手掛ける最先端の科学技術や製品を、実物と模型、映像やパネルなどで紹介しており、子どもから大人までの誰もが、親しみやすく分かりやすく触れて体験することができます。また、季節ごとに特別展示が開催されており、夏休みには自由研究に役立つような企画展も行っています。

同館は、創立以来毎年リニューアルしており、今年（2019年）2月24日には「MHI FUTURE GATE」が開設されました。「MHI FUTURE GATE」では、同グループ創業の原点から現在、未来へつながる最先端の科学技術と幅広いモノづくりの取り組みや、三菱重工横浜造船所があったゆかりの地である横浜・みなとみらい地区のあゆみについて、模型やグラフィックなどを使って分かりやすく紹介されています。

■見学の様子

参加者はまず、「MHI FUTURE GATE」で三菱重工グループの沿革と展開している事業領域や製品、地域との関わりについて理解を深めました。続いて、三菱重工グループの事業領域を陸・海・空・宇宙に分けて展示されている館内を、解説を聞きながら見学しました。

「空」ゾーンでは、同グループが開発中で、2020年営業就航を目指す小型ジェット旅客機 Mitsubishi Regional Jet（MRJ）の実物大模



「MHI FUTURE GATE」を見学

型を見学しました。MRJは運航経済性、快適性、環境配慮を考慮した設計となっています。また、日本の伝統美や匠の技術を継承したデザインとなっており、機体フォルムは日本刀をイメージし、フライトデッキウインドウには歌舞伎をイメージした「隈取り」を施しています。内装についても、LEDの天井照明は、富士山がモチーフになっています。機内には、大人気のMRJの操縦体験（5分間）ができるフライトシミュレータがあり、見学当日も多くの入場者に利用されていました。

次に、ヒストリーウォークという飛行機とロケットの歴史が描かれた壁画の間を通り抜けると、「宇宙」ゾーンに入ります。ここでは、実際に地上燃焼試験に使われた実物のロケットエンジンや、H-IIA、H-IIBロケット、現在開発中の最新のH3ロケット



MRJの実物大模型を見学

■アクセス情報

みなとみらい線「みなとみらい駅」5番けやき通り口より徒歩3分、JR根岸線／横浜市営地下鉄「桜木町駅」より徒歩8分

●住所：神奈川県横浜市西区みなとみらい3-3-1 三菱重工横浜ビル ●TEL：045-200-7351

●入館料：大人500円、中・高校生300円、小学生200円、団体割引有、年間パスポート有

●開館時間：10時～17時（入館は閉館時間30分前まで） ●休館日：火曜日（祝日の場合は翌日）、年末年始および特定休館日



の20分の1の模型が展示されています。これまでのロケット打ち上げで、97%以上の確率で衛星投入の成功を支えているロケットの材料や構造などについて学びました。国際宇宙ステーションの中で日本の実験棟「きぼう」を再現した部屋では、日本が誇るロボットアームのシミュレータ、宇宙飛行士の適性検査、スペースデブリの対処の仕方などをタッチパネルで体験したり、学習したりできるようになっています。



地上燃焼試験に使用されたロケットエンジンの実物

「海」ゾーンでは、有人潜水調査船「しんかい6500」の耐圧殻に守られたコックピットの実物大の分解模型を見ることができます。半径2メートルという狭い空間にパイロット1名と研究員2名の3名が乗り、調査を行っているそうです。調査船は年に1回、78日間をかけて完全に解体点検をして、修復を行い再び潜航します。「しんかい6500」は水深6500メートルまで潜れますが、乗務員の命を守るため水深1万メートル以上までの気圧、水圧に耐えられる設計であることや、水深6500メートルというのは、地球上の98%の海の調査が可能であるということを学びました。残り2%がさらに深い所で未知の世界となりますが、ここでは「SUPER SHINKAI」という水深1万2000メートルの潜水能力を持つ次世代潜水調査船を想定したシミュレータで、海底での未知の生物写真撮影、地震計設置、鉱物の採取などの3種類のプログラムから選択して体験できます。また、入り口付近には大きなスクリー

ンがあり、15分ごとに「しんかい6500」から潜航の様子が見える映像が流れています。また、自分がタッチパネルでデザインしたシーメカニマルというオリジナルの生物のアニメーションが、スクリーンに映し出されるなど、楽しみながら海底の世界について学ぶことができます。

続いて2階の「陸」ゾーンでは、様々な発電方法や最新の技術について、映像や模型などで理解を深めることができます。

そして、まるで映像の中に入り込んでしまったような体験ができる大型の円筒形スクリーンで見るVRシアター「バーチャルツアーステーション」では、「ロケットの一生」と題した、H-IIAロケットの設計、製造から実際に打ち上げ、人工衛星を軌道に乗せるというミッション完了までを、臨場感のある映像で体験しました。

また、同館では、様々なテーマで理科実験（15～20分間の体験）を行っています。今回は「遠心力」がテーマでした。ワイヤーハンガーや10円玉など身近なものを使って遠心力について学びました。時々拍手や歓声が起こるなど、小さい子どもから大人まで一緒に楽しみながら学ぶことができました。

■参加者からの感想■

「陸・海・空、そして宇宙へとつながる展示は、わくわくし、子どもたちにも大きな夢を描かせるものだと思います」「陸・海・空・宇宙と三菱重工の幅広い分野でのモノづくりのすごさを身近に感じるとともに私たちの暮らしに密接に関わっていることを改めて知りました」「MRJの実物大模型を目にすることができてうれしかったです」「理科実験の『遠心力』はとても楽しく良かったです」「三菱重工グループと横浜の歴史的つながり、横浜の転換・発展への寄与に気付く機会となりました」「三菱重工の方からの愛情あふれるご説明に大変楽しく学びも多かったです」

（文責 主任研究員 細萱友里子）

KKC 経済広報センター Q&A

経済広報センターは、社会広聴活動を通じて皆さまからご意見・ご質問を多数いただいています。複数の方からいただいたご意見・ご質問を Q&A 形式でまとめてみました。

Q 会員番号が分からないときは、どのように調べればよいのでしょうか。

A 『ネットワーク通信』などをお送りしている封筒のお名前の下、「広」に続く 6 桁の（「1」から始まる）番号が会員番号です。会員番号は、お問い合わせや会合へのお申し込みの際に必要になります。

Q 『ネットワーク通信』の感想票に意見を書いて送りましたが、なんの返事也没有せん。

A 毎回、『ネットワーク通信』のご感想、社会広聴活動に関するご意見・ご提案などをいただき、ありがとうございます。全てのご意見に個別にお答えすることは難しいですが、頂いたご意見・ご提案は、事務局で全て目を通し、活動の参考とさせていただいております。また、『ネットワーク通信』を読まれての「感想票」をお送りいただいた方の中から抽選で、図書カード、『月刊 経団連』を差し上げていますので、ぜひお送りください。

Q 海外転勤になりましたが、社会広聴会員を継続できますか。

A 現在、国内在住の方に限らせていただいていますので、一時退会とさせていただきます。日本に戻られた際に、ご連絡をいただければ、いつでも再度ご入会いただけます。

Q 『ネットワーク通信』を読んだり、「企業と生活者懇談会」や見学会に参加したりすると企業への理解が深まります。これからの社会を担う学生に入会を勧めたいのですが、入会条件はありますか。

A 現在は、国内在住の 18 ～ 55 歳までの方々を新規会員として募集しています。社会広聴会員へのご入会は、当センターの「入会のページ」(<https://www.kkc.or.jp/society/index.php>) で受け付けています。以下の QR コードから「社会広聴活動のページ」が表示されますので、ぜひ、ご活用ください。入会案内のリーフレットもごございます。ご入用の際は、事務局にお問い合わせください。



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

● 社会広聴活動のページ
入会・変更のページ
<https://www.kkc.or.jp/society/index.php>

詳しい活動内容を
知りたい方はコチラ



経済広報センターの最近の活動紹介

福岡で、講演会「どうなる？日本の将来～税・財政・社会保障のあり方～」を開催

経済広報センターは、日本経済の状況やそれに伴う政策課題への取り組みの理解促進を図るため、講演会を各地で開催しています。

3月11日、福岡市で第一生命経済研究所 経済調査部・首席エコノミストの熊野英生氏を講師に迎え、「どうなる？日本の将来～税・財政・社会保障のあり方～」をテーマに講演会を開催しました。

熊野氏は、まず、今回の消費増税後の景気動向について見解を述べました。2014年の4月に消費税率が5%から8%に引き上げられた際のインパクトは大きく、今も消費が停滞しているのはその後遺症が続いているからだが、実際の大きな要因は、個人消費の約半分を占める60歳以上の年金所得の2.5%カットが大きく響いたことにあると解説しました。今年（2019年）10月の消費税率引き上げでは、①年金の支給開始年齢が引き上げられる ②マクロ経済スライドにより年金所得は賃金に対し1%しか上昇しない、といった要素があるため消費は若干弱くなるが、景気の腰折れ懸念はないだろうと述べました。

財政再建の鍵は、社会保障にある。人口ピラミッドの頂点である団塊世代の医療費が10年後にピークを迎えることで社会保障給付費が激増し、給付と負担のバランスが大きく崩れることから、「消費増税は待ったなしである」と指摘しました。

Society 5.0の実現によってイノベーションが加速し、技術が進化することで働き方改革、労働生産性の向上など、経済成長につながる。遠隔治療やAI（人工知能）、医療機器の進化などによって医療費削減につながり、効率的な社会保障システムをもたらすだろうと締めくくりました。（参加者：社会広聴会員など約20名）



冊子『Society 5.0時代のヘルスケアを考える ～健康寿命を延ばす様々なアプローチ～』を発行

経団連（会長：中西宏明）は、AIやIoT、バイオテクノロジー等の先端技術によってつくられる未来であるSociety 5.0（創造社会）の実現に向けて様々な取り組みを進めています。特に超高齢社会を迎えたわが国が直面する大きな課題の1つであるヘルスケア分野においては「Society 5.0時代のヘルスケア」という提言をまとめています。

こうした中、経済広報センターは、セミナー「Society 5.0時代のヘルスケアを考える～健康寿命を延ばす様々なアプローチ～」を開催しました。未来の医療・ヘルスケアがどのように変わっていき、どう形作られるのかを、医療現場や経済界、企業の視点（東シ、中外製薬、日本ユニシス）から講演しました。

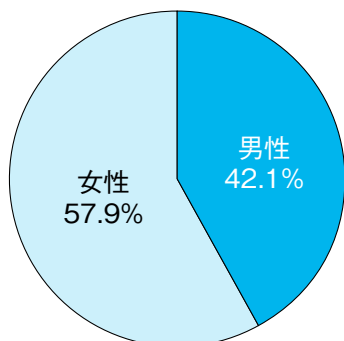
セミナーの模様をまとめた冊子『Society 5.0時代のヘルスケアを考える～健康寿命を延ばす様々なアプローチ～』を発行しました。また、PDF版も作成しましたので、当センターのウェブサイト（<https://www.kkc.or.jp/data/pub/00000103.pdf>）よりご覧いただけます。



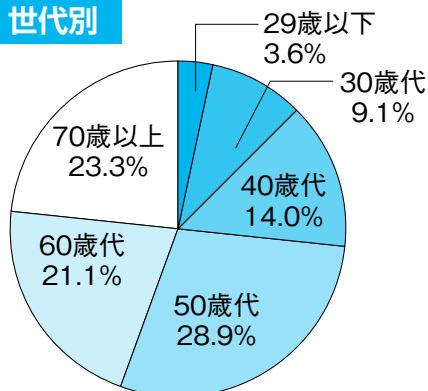
社会広聴会員のプロフィール

■社会広聴会員 3459人（うち、eネット会員2849人、郵送会員610人）（2019年4月現在）

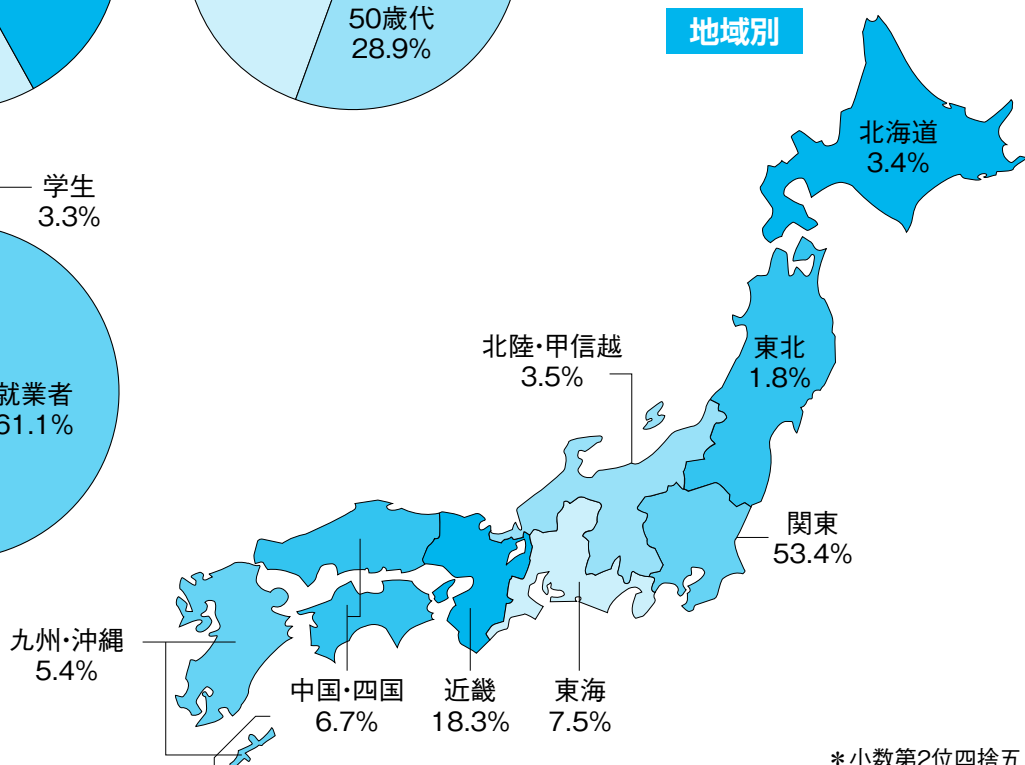
男女別



世代別

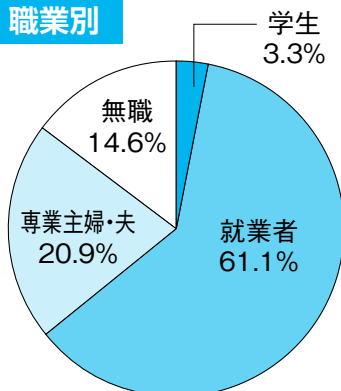


地域別



*小数第2位四捨五入

職業別



第3回「クルマのある風景」小学生フォトコンテストを今年も実施



経済広報センターは、「クルマ」をテーマに、小学生が撮った写真を募集しています。家族と一緒に撮ったクルマ、街で見かけたカッコいいクルマ、自然や風景の中にあるクルマなど、自由なテーマで「クルマ」を撮って応募しませんか。

【応募資格】日本在住の小学生

【応募期間・点数】2019年6月10日（月）～9月20日（金）お1人5点まで

【最優秀賞】図書カード10,000円分（5名）

【優秀賞】図書カード 5,000円分（15名）

【発表】10月上旬（予定）

詳しくは ➡ [経済広報センター](#)

[検索](#)

一般財団法人

経済広報センター <https://www.kkc.or.jp/>

「社会広聴会員」からの ご意見・ご感想

「第22回 生活者の“企業観”に関するアンケート」について

- 2年ぶりに企業の信頼度が回復したのは良いことだと思います。企業には、引き続き透明性のある取り組み、適切な情報開示をお願いしたいです。
(30代・女性・神奈川県)
- 「将来性を感じる企業」の世代別の結果に大変興味を持ちました。世代により評価するポイントがかなり異なっていることがよく分かりました。
(60代・男性・東京都)
- 企業の評価は、消費者に向けたサービス提供に左右されることを、改めて感じました。B to Bの企業についても、一般消費者に向けたアピールの場も必要なのではないかと思いました。
(40代・男性・北海道)

「企業と生活者懇談会」について

〈関西ペイント〉

- 創立100周年を迎えた関西発の老舗企業として、企業理念として掲げられている「誠実・顧客志向・責任感」等をしっかりと持ちつつ、今後も頑張ってもらいたいです。
(40代・男性・大阪府)
- 関西ペイントのペイントギャラリーは面白いと思いました。「漆喰」がローラーで誰でも塗れるようになったのは、すごいことだと思います。
(70代・女性・兵庫県)
- 塗装に関するレクチャーを受けてみたいと思いました。日本では、まだ自分で塗装をする人は少ないと思います。
(70代・女性・東京都)
- 塗料に、いろいろな素材や機能があることを知りました。これからも多機能で環境にやさしい、付加価値いっばいの塗料がどんどん開発されることを期待します。
(50代・女性・東京都)

〈東レ〉

- 人工気象室で、地球上の様々な気象条件をつくり、環境対応素材の研究・開発に取り組んでいることに感心しました。
(70代・女性・神奈川県)

- 研究者が業務時間の20%を自由な研究に充てられる「アングラ研究」の推奨は、素晴らしいことだと思います。
(80代・男性・北海道)
- 子会社の不祥事への対応について、きちんと説明されている姿勢は非常に評価できると感じました。企業は「正しいことを正しくやる、強い心」を持つことが大事だと思いました。
(30代・男性・東京都)
- 東レの素材開発に対する取り組みに関心を持ちました。素材を生み出し、毎年改良した製品を世に送り出していて、今後どのような機能の製品が出るのか楽しみです。
(60代・女性・大阪府)

「生活者の企業施設見学会」について

〈田辺三菱製薬史料館〉

- 日本が新薬創出国の第3位になっていること、日本が医薬品の研究に力を入れていることは、誇らしいことです。
(60代・女性・京都府)
- 道修町が歴史ある「くすりの町」ということは知っていましたが、こんなにたくさんの史料館・資料館が立ち並んでいるとは知りませんでした。行ってみたいくなりました。
(70代・男性・広島県)
- 新薬創出の確率が2万5000分の1以下、研究開発期間が9～16年ということに驚きました。
(60代・女性・滋賀県)

「動き出すSDGs」について

- 全国銀行協会が高齢者向けの金融リテラシーを拡充するために活動されているとのこと、今後の進展に期待します。
(60代・女性・愛知県)
- 三菱電機におけるオフィスビルの省エネの取り組みは、大手企業の社会的責任として、他社も追従してほしい事例です。
(60代・男性・東京都)
- 企業や団体が、それぞれの得意分野で努力されていることがよく分かりました。しかし、一般に理解・支持されるためには、名称を分かりやすい日本語にするべきではないかと思います。
(80代・男性・愛知県)
- とても素晴らしい取り組みだと思います。それぞれの企業が競い合って、協力し合って、これからも活発に進めていってほしいです。
(50代・女性・福岡県)

表紙のことば

SDGsは、2015年9月に国連で採択された「持続可能な開発目標」です。貧困や飢餓をなくするため環境に配慮しながら経済成長を促し、教育、健康、福祉、雇用などの幅広い社会的な諸課題を解決しながら持続可能な社会の実現に向けて、国際社会が2030年までに達成すべき17の目標と169の具体的なターゲットを定めたものです。日本国内でも政府・企業・NPOなど、多様な組織がSDGs達成に向けて取り組んでおり、今回のアンケートでは、SDGsの認知度も前回調査から向上しました。持続可能な社会の実現のために、企業だけでなく私たち一人ひとりの取り組みが目標達成の一翼を担います。節水や節電、ごみや食品廃棄の削減など、日常生活でも取り組めることが多くありますので、できることから実践していきたいですね。



細萱 友里子

梅雨の時期のサッカー観戦は雨対策が重要です。まず、帽子をかぶりレインポンチョを着ますが、帽子のつばとポンチョのフードを洗濯ばさみで止めるとフードがズレません。さらに、両袖口を輪ゴムなどで止めて雨が入ってこないようにします。荷物は45リットルサイズのごみ袋にまとめて入れておくとういす。

永井 大

今号で広聴担当を卒業することとなりました。これまでお世話になりました広聴会員の皆さま、企業の皆さまに心から感謝いたします。この活動を通して得られた経験や出会いを成長の糧として未だ見ぬ新しい山々に向かって一歩ずつ一歩ずつ歩んでいきたいと思ひます。ありがとうございました。

山崎 安希子

久しぶりに母校の部活動に参加しました。学生時代はバスケットボール部に所属し、毎日のように走っていましたが、日頃運動をしていない現在、当時の気持ちのまま動いてみると体が追い付かず、思うようなプレーができない状況に驚きました。翌日には手の甲まで痛くなるほど全身筋肉痛になり、改めて習慣的な運動の大切さを実感しました。

高橋 美香

最近、野菜の皮や芯で作るスープにはまっています。料理を作った際に出るいわゆる「野菜くず」を冷凍保存し、ある程度たまったらコトコト煮てスープにします。節約にもなりますし、これがまたおいしいのです。「ごみの削減」にもつながっているのかなあと、ちょっぴり胸を張っています。

多田 優紀

はじめまして。今号より広聴担当に加わりました。生活者の皆さまと関わる仕事は初めての経験で、とても緊張していますが、皆さまのいろいろな「声」を聴き、また、企業の様々な「姿」を皆さまにお届けしたいと思っています。どうぞよろしくお願いいたします。

佐藤 亜矢子

鉄瓶でお湯を沸かし日本茶を入れ飲む、これが朝のルーティーンです。「朝茶は七里帰っても飲み」といわれますが、忙しい日も、暑い日も欠かすことはありません。きっと、私が健康であるゆえんの1つです。これから、夏本番を迎えますが、涼感アイテムなども取り入れつつ、元気に快適に夏を過ごしたいと思ひます。

社会広聴活動レポート

ネットワーク通信

2019 No.79 夏号



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／ 2019年6月28日

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



社会広聴会員の入会、
詳しい活動内容を知りたい方はコチラ