

SAFE

2004

7

くらしと地球と金融をつなぐ環境情報誌

トップインタビュー

環境問題やCSRへの取り組みは、 社会の公器である企業の使命。

オムロン株式会社

相談役 立石信雄氏

特集

スポーツと環境との関わり

環境コミュニケーションの最前線

File.02

「Nのエコ計画」に見る、共感を呼ぶ環境広告

Sustainability Seminar

第8回

産業事故とその対応～突然の事故・災害はなぜ起こるのか～

講師：宮野正克氏

Eco Frontiers

循環型社会構築に貢献する機能性コンクリート「浮島」

わが社の環境経営

SAFE NEWS Archives

BOOKS 環境を考える本

泊まってみたいエコロジカルホテル

vol.49



SMFG

三井住友フィナンシャルグループ
SUMITOMO MITSUI FINANCIAL GROUP

CONTENTS

トップインタビュー ————— 1
 オムロン株式会社
 相談役 立石信雄氏

特集 ————— 5
 スポーツと環境との関わり
 環境コミュニケーションの最前線 ————— 10
 File.02
 「Nのエコ計画」に見る、共感を呼ぶ環境広告
 Sustainability Seminar ————— 12
 第8回
 産業事故とその対応
 ~ 突然の事故・災害はなぜ起こるのか ~
 講師：宮野正克氏

Eco Frontiers ————— 14
 循環型社会構築に貢献する機能性コンクリート「浮島」
 わが社の環境経営 ————— 16
 天然素材の防虫剤でシックハウスを解消する /
 独自技術でPETボトルの完全な循環を実現する

SAFE NEWS Archives ————— 18
 日本の温暖化対策、目標達成は不可能か /
 環境報告書、作成基準と審査基準まとまる

BOOKS 環境を考える本 ————— 20
 注目の3冊 / 2004年5月度売上げベストテン
 泊ってみたいエコロジカルホテル ————— 21
 ヒルトン東京ベイ(千葉県浦安市)

SAFE EYE

「カーボンリスク」という言葉

京都議定書については、ロシアの批准が危ぶまれたり、米国の大統領が交代することがあっても米国の批准は困難との観測が流れたり、依然、それが効力を発揮するには不確実な状況が続いている。しかし地球温暖化の影響は確実に現れており、株式市場は地球温暖化ガスを多量に発生させる企業に対して、そのことを当該企業のリスクとして読み込み始めた。「カーボンリスク」という言葉も目に付くようになった。

2004年4月20日、コネチカット州やメイン州など全米の13の公的年金基金(その資産総額は8,000億ドルに及ぶ)が、証券取引委員会(SEC; Securities and Exchange Commission)のWilliam Donaldson委員長宛てに、一通の要望書を提出した。そこでは、「気候変動は現実問題として生じているのではないか」「それは企業の流動性、資本調達、経営業績に重大な影響を与えるものになっているのではないか」として、SEC Regulation S-Kの第303項に基づき、そうしたリスクを重要情報として開示することを義務づけるよう要請している。また、同時にSection14(a)8の議決権行使条項を改正し、企業に気候変動から生じる財務的リスクを報告することを求める株主提案に投票する権利を株主が持つことを明示することを要請している。

わが国においても、昨年行われた制度改正により、多くの企業では今3月期の有価証券報告書から、「事業等のリスク」の項目が新設され、連結会社(親子会社)のリスクに関する事項を記載することになった。すでに、ある企業では「環境問題への対応リスク」という見出しで、石油二次加工品を主体として扱っていること自体をリスクとして表記している。わが国でも「カーボンリスク」という言葉が一般化する日はそう遠くないのかもしれない。

(株式会社日本総合研究所 足達英一郎)

Top
Interview



photo : 矢木隆一

トップインタビュー オムロン株式会社 相談役 立石信雄氏

環境問題やCSRへの取り組みは、 社会の公器である企業の使命。

創業者の強い想いで、「社会にあって企業は『公器』でなければならない」という企業理念と、それを具現化した「社憲」を、高度経済成長の時代から掲げているオムロン。

同社は、多種多様な制御システム機器や車載電装部品、あるいは電子決済システムや駅務システム、交通管制・道路管理システム、ヘルスケア商品などの提供を通じた事業活動と、企業市民活動の両面から、社会の発展に積極的に貢献している。

同社創業者のDNAを継承し、日本経団連・国際労働委員会委員長や(社)海外事業活動関連協議会会長などの経済界活動を通して、国内外のCSR事情に通じた、立石信雄相談役にお話を伺った。

企業の社会的責任を謳った社憲には、 創業者の想いが息づいている。

御社では、戦後多くの企業が高度経済成長を謳歌している時代から、「企業の公器性」を掲げた「社憲」をお持ちでいらっしゃいます。

この「社憲」が制定された背景は、私の父である創業者、立石一真が学生だったころの思い出まで遡ります。創業者は小学校4年生のときに父を亡くし、新聞配達などのアルバイトで家族の生計を助けながら、熊本工業高校、今でいえば熊本大学に進学し、電気について学びました。

そういった当時の話を創業者は私たちによく聞かせてくれました。あるとき風雨が吹きつける中で新聞配達をしていると、雨宿りをさせていただいたり、お茶をごちそうになったり、仕事をしながら人の温かみに触れる機会が多く、とても心が癒されたと言っていました。ですから、社憲を策定するに当たっては、創業者の精神の中にそういった経験が根本にあったのではないかと思います。

また、会社設立後の1953年に、日本電気工業会のアメリカ視察団の一員として渡米した際に、生き生きとしたアメリカの企業を視察しながら、どの企業にも「クリスチャニティの精神」と「フロンティア精神」といったバックボーンが見られ、日本の企業にもこうしたバックボーンが必要であると強く感じたそうです。さらに、1956年に経済同友会が開催した「経営者の社会的責任の自覚と実践」というテーマの会合に参加し、経営者としての社会的責任について明確に意識するに至ったようです。創業者のこうした経験や想いが、1959年にオムロンの社憲として結実したのではないのでしょうか。

社憲には、「われわれの働きで、われわれの生活を向上し、よりよい社会をつくりましょう」とあります。私はこの社憲が現在でも通用するものだと思っています。ここで謳われている「われわれの働きで」というのは「働きがい」をどうつくるか、「われわれの生活を向上し」というのは「生きがい」をどうつくるかにつながります。そして、「よりよい社会をつくりましょう」というのは、社会への貢献です。創業者は、「企業というのは、ただ利潤を求めるのではなく、社会に貢献して初めてその価値があるのだ」と常に言っていました。

さらに、「社会にあって企業は『公器』でなければならない」といづ「企業の公器性」については、2つの側面があります。

1つ目は「経営の公器性」です。これは、本業を通して社会に貢献するということです。消費者に良質の製品を提供し喜んでいただく、サプライヤーや代理店の方々には、よりよい商品を消費者に供給することによって、彼ら自身にも利益を上げてもらう。株主には利益を配当し、国には法人税という形で貢献する、といったことが「経営の公器性」です。

2つ目の「社会の公器性」は、その前提として、企業は地域社会に支えられて成り立っているということがあります。企業は社会の構成要員ですから、その利潤を地域社会に対して社会貢献活動や企業市民活動などの形で還元していくという、「社会の公器性」が求められるのは当然だと思います。

こうした社憲を考えた父は、大変厳しい人でした。さらにチャレンジ精神旺盛で、新しいことに積極的に取り組む人でした。努力すれば、絶対できないことはない、できるはずだという強い信念を持っていました。

また創業者は根っからの技術者でもありアイデアマンでもありました。生前に申請した特許出願数475件のうち、権利となったものは273件もあります。今年で創業者が亡くなって13年になりますが、今でも権利が継続している特許が3件残っており、それが現在の事業にも大いに役立っています。

企業市民活動の中から、具体的な事例をご紹介します。

我々は「社会の公器性」という考え方のもと、企業の社会的責任を果たすために企業市民活動を積極的に行っています。その中でも特に「社会福祉」、「科学技術」、「文化芸術」、「地球環境」の4つの分野について、重点的に取り組んでいます。

社会福祉の分野では、「太陽の家」という社会福祉法人と合併で、1972年にオムロン太陽という工場を大分に創設しました。同様の工場を1985年に京都にもつくっています。この工場は、障害者の方々働きやすい環境を整えています。現在、大分と京都を合わせて約300名の障害者が働いていますが、そのうち7割は重度の身体障害者です。現在、社会のノーマライゼーションが進み、企業には全体の雇用のうち、1.8%を身体障害者の雇用に充てるのが義務づけられていますが、当社では、それをはるかに上回っています。

オムロン太陽とオムロン京都太陽は、慈善事業とは異なり、身体障害者の方が仕事を通して、自立した生活を送っていただく場です。ある身体障害者の方が、初めてお給料をもらったときに、その給料袋を神棚にかざって、自分もやっと一人前になったと報告されたというエピソードを聞いたときには、非常に感動しました。

そのほかにも「大分国際車いすマラソン大会」は1988年から、「全国車いす駅伝競走大会」は1990年から協賛し続けています。これらはただ協賛金を出すだけではなく、当社の社員がボランティアとして大会のお手伝いもしています。

科学技術については、当社で「立石科学技術振興財団」を持ち、若い研究者を対象に年間20テーマほどの研究について助成を行っています。そのほかに若い研究者が海外で研究発表するといった国際交流にも毎年5件ほど助成しています。

文化芸術では、NHKと共同で文化フォーラムの開催を支援しています。京都はご存じのように多種彩々な人材が、いろいろな分野で活躍されています。そのため、テーマによって著名な研究者の方を講師にお招きして、市民開放型でフォーラムを開催しています。このフォーラムは、すでに194回を数えました。

また、当社では創業記念日にあたる5月10日を「オムロンデー」として、国内外の全事業所でボランティア活動を行っています。こうした取り組みを通じて、地域の皆さまと触れ合いながら、社員の意識も高めていこうと考えているのです。

このように、当社が社会貢献活動に力を入れているのは、京都という土地柄も影響しています。京都は長い歴史があり、守っていかなければいけないものがたくさんあります。また、京都の方々には、三代続かなければ受け入れてもらえません。京都という土地で企業として根付いていくため、あるいは京都という街に恩返しをするために、オムロン地域協力基金を設立し、京都地域の社会福祉、青少年の健全育成、女性の地位向上と社会参加などの分野で活躍されているNGOに対して助成を行っています。

企業価値を長期的に最大化していくためにも、環境への取り組みは経営上の最重要課題。

御社は「グリーンオムロン21」を策定し、環境問題にも積極的に取り組まれています。その活動成果はいかがでしょう。

環境や自然との共生は企業活動における絶対条件です。それを経営における最重要課題と認識し、1994年に発表した「環境宣言」に続き、2002年に「グリーンオムロン21」という環境ビジョンを策定しました。これは企業価値を長期的に最大化していくためにも、あるいは持続可能な成長を遂げるためにも、環境への取り組みが絶対必要条件であると全社的に明確に位置づけたものです。

この「グリーンオムロン21」に基づき、当社の環境への取り組みは5つのテーマを掲げています。1つ目は、企業経営に環境への取り組みを組み込んでいく「エコマネジメント」、2つ目は、環境配慮型商品、あるいは環境貢献型商品の創出を推進する「エコプロダクツ」です。3つ目の「エコファクトリー・エコラボラトリー・エコオフィス」については、すでに全工場、主要事業所においてISO14001を取得しています。

さらに「エコロジスティクス」は、環境配慮型物流ということで、物流ルートの集約と混載の推進など、物流効率改善によるCO₂排出量の削減に取り組んでいます。最後に、情報開示、地域貢献、パートナーシップといった「エココミュニケーション」です。これら5つのテーマを掲げて、2005年

まで毎年の目標を策定し、活動を続けています。その結果が徐々に活動実績として現れ始めています。

特に「エコプロダクツ」の分野では、2003年度の新商品のエコ商品化率の目標を50%に設定していましたが、目標を上回る65%を達成しています。また、当社ではATMの製造を行っています。使用済みとなったATMの再資源化も行っています。2003年度はその再資源化率98%以上を維持することを目標とし、それを達成しています。

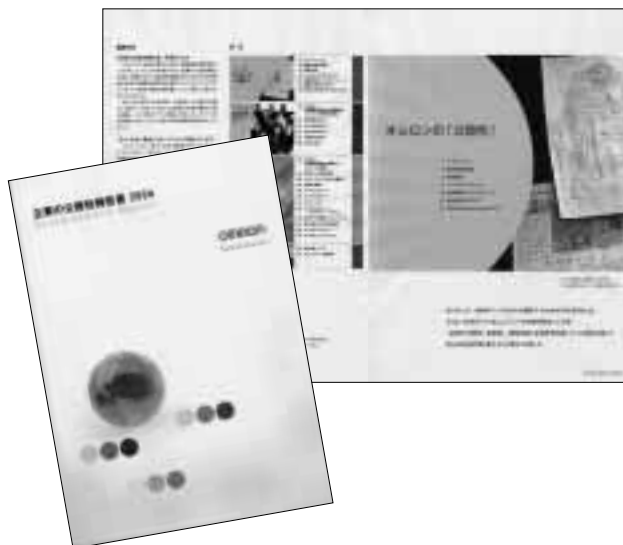
廃棄物削減やリサイクルにおいては、国内生産事業所のトータルで再資源化率96%以上、最終処分率は0.5%以下という目標を設定しましたが、14の生産事業所でゼロエミッション(再資源化率100%)を達成し、その実績は再資源化率97.2%、最終処分率0.13%となり、目標を上回りました。規制化学物質削減では、新商品に対する鉛、カドミウム、六価クロムなどの全廃を達成しています。このように環境についても自然との共生を考えながら取り組んでいます。

ステークホルダーとの対話を通じて、CSRの次なる課題を探る。

経済界にはCSRが本当に経済性に結び付くのかと懸念する声もあります。CSRを実践されている御社のご意見をお聞かせ下さい。

私はCSRを企業にとって必要なコストと捉えてもいいし、投資と捉えてもかまわないと思っています。大事なことは、CSRを踏まえた企業活動でなければ、これからの企業は存続できないということです。現在、国内外を問わず、消費者、株主などの多くのステークホルダーからCSRが注目されている中で、これに取り組まなければ企業の持続可能な成長は得られません。

企業がCSRに取り組むことは、最終的には企業にとって



従来の環境報告書を一新し、2004年6月に発行された同社の「企業の公器性報告書 2004」

プラスになるわけですから、先行投資だと捉えたほうが取り組みやすいのではないかと思います。私はCSRへ取り組む企業には必ず何らかのリターンがあると思っています。海外の経営者は、CSRを「ライセンス to オペレート」である、とっています。これは、従来政府が与える操業許可書になぞらえた表現で、彼らはCSRを企業活動には必要不可欠なものとしています。

CSRの観点から欧米の企業と比較して、日本の企業には今後どのような課題があるのでしょうか。

昨年12月にCBCO(社団法人海外事業活動関連協議会)のCSRミッションの団長として、欧米のさまざまな立場の方々と対話をしてきました。そのミッションを通じて、日本の企業にはいくつかの課題があると感じています。

まず、情報発信がうまくできていないことです。たとえば、日本経団連の「1%クラブ」*に代表されるように、日本の経済界は多くの資金を社会貢献活動に充ててきましたが、その情報発信がうまくできていない。これは損だと思えます。日本の経営者の中には、昔の陰徳的な考え方がまだ残っているのかもしれませんが、しかし、競争である以上、どんな小さなことでも良いことをやっているのであれば、積極的に情報発信し、CSRを顔の見える活動にもっていくべきでしょう。

さらに、欧米の経営者は自らリーダーシップをとってCSRの推進体制をつくり、全社的な活動を行っています。日本の場合も、トップ自らがCSRを企業のサステナブルな成長を保証するもの、あるいは企業価値を向上させるものだという認識を持ち、先頭に立って取り組みを進めていく必要があります。

最後に、複数のステークホルダーの声を直に聞く機会をたくさん持つということです。なぜなら、CSRにはステークホルダーによって鍛えられるという側面があるからです。たとえば、企業がどちらの方向に進めばいいのかわからなくなったときに、ステークホルダーとコミュニケーションをとることによって「宿題」をもらう。つまり、ステークホルダーから、次に企業が取り組むべきテーマを引っ張り出してもらい、その宿題に対して企業が誠実に対応していくことで、CSRの課題と答えを発見することにつながると思います。

ステークホルダーの中には、NGOやNPOもあります。日本の企業はそれらの団体を煙たい存在だと思っているかもしれませんが、しかし、一昔前とは違い、企業と一緒に環境や社会問題を解決していこうと、前向きに対応している団体もたくさんあります。その中から、企業はどのようなNGO、NPOを選択するのか。そのときに日本の企業にはその団体を見抜く力が当然必要になってきます。

一方で、良質な意見を出してくれるステークホルダーを経済界として育てていく必要があると思います。そのためには、企業の側からNGO、NPOに対して、プランナーなどの優秀

な人材をボランティアで派遣したり、活動に必要な場所を提供するなどの取り組みが求められてくると思います。

*経常利益の1%以上(法人会員)または可処分所得の1%以上(個人会員)を社会貢献のために役立てようとする会員の組織で、日本経団連内に1990年に設立。

【聞き手】三井住友フィナンシャルグループ広報部長 松橋 禎



PROFILE

立石信雄(たていし のぶお)
1959年同志社大学英文学科卒業、1962年コロンビア大学経営大学院留学。1959年立石電機販売株式会社入社、1965年立石電機株式会社(現オムロン株式会社)取締役に就任。1995年より代表取締役会長、2003年6月より相談役、現在に至る。
主な公職は、(社)日本経済団体連合会・国際労働委員会委員長、(社)海外事業活動関連協議会(CBCC)会長。著書に「市民と共存する経営 - 21世紀企業への新視点 - (実業之日本社)。

会社概要

オムロン株式会社
創 業 1933年(昭和8年)
設 立 1948年(昭和23年)
本 社 京都市下京区塩小路通堀川東入
資 本 金 640億8,200万円(2004年3月31日現在)
従 業 員 数 5,168人(単体、2004年4月20日現在)
代 表 者 作田久男
事 業 内 容 制御システム機器、電子部品、車載電装機器、電子決済・公共情報システム、健康医用機器などの研究開発・製造・販売
ホームページアドレス <http://www.omron.co.jp/>

スポーツと環境との関わり

1892年、フランスのピエール・ド・クーベルタン男爵により近代オリンピックの構想が打ち出され、1896年に記念すべき第1回目のオリンピック大会がアテネで開催された。そして、2004年、オリンピックの故郷ともいっ

きアテネに、ふたたび聖火が灯ろうとしている。現在、さまざまな分野で環境への取り組みが行われているが、スポーツにおいても環境への配慮が欠かせなくなりつつある。そこで今回の特集では、スポーツ界全体の環境配慮の現状を探る。

Environment

スポーツ団体が環境配慮に動き出した

環境がスポーツに与える影響

2004年6月、アテネ五輪組織委員会と国連環境計画(UNEP)は環境に関する覚書に調印した。これは、世界最大のスポーツイベントでも、環境が強く意識されていることを示している。

それに先立つ2003年12月に、イタリアのトリノで「第5回スポーツと環境に関する世界会議」が開かれた。その席で、UNEPのクラウス・テプファー事務局長は、地球温暖化の影響により、スキー場の経営が成り立たなくなるおそれがあるという研究報告書を発表した。報告書によれば、地球温暖化で、標高の低いスキー場では気温が上昇するにつれて降雪量が不安定になり、人工降雪機も効率が落ち、コスト高になるという。影響が出ると見られているのは、2006年冬季オリンピックの開催国であるイタリアをはじめ、オーストリア、北アメリカなどのスキーリゾート地である。このように環境問題は、スポーツの

根底を揺るがす問題になりつつある。環境問題がスポーツにとって重要な課題となる中で、国際スポーツ団体はどのような環境配慮を行っているのであろうか。

オリンピックにおける環境配慮

アテネ五輪においては、自動車などによる大気汚染対策を行っている。アテネ市では地形や町の配置といった面から、自動車による大気汚染に長い間悩まされてきた。そのため、オリンピックの開催期間中、大会関係者や観客は地下鉄やバスなどの交通機関を利用して、会場を移動することになる。また、個人所有の自動車などはオリンピック会場から1km以内の駐車、立ち入りを規制するなどの対策を行う予定だ。

2008年に夏季オリンピックが開催される中国の北京では、環境に配慮した「グリーンオリンピック」を目指し、アメリカと共同で天然ガス関連や燃料電池車、環境に配慮した建物の評

価システムなどの11分野で協力を進めている。先ごろ着工された北京オリンピックスタジアムでは、クリーンエネルギーや雨水の再利用、環境配慮型の建築素材を使用するなど、環境配慮型のスタジアムを目指している。

サッカー界はスタジアムを中心に環境配慮が進む

スポーツ団体の環境への取り組みは、何もオリンピック関係だけではない。世界的な競技人口を抱えるサッカー界においても、その取り組みは始まっている。

まだ日本代表の活躍が記憶に新しい、2002年の日韓共同開催のワールドカップでもすでに環境への取り組みが行われていた。日本では、スタジアムのある各自治体が環境配慮にあっていた。たとえば、「埼玉スタジアム2002」では施設で使用する電力の一部に太陽光発電を利用している。「静岡スタジアム エコパ」では、スタジアムの屋根に降った雨水を利用して、芝生への散水やトイレの洗

浄水に使っている。さらに後述するように、施設のみにとどまらず、サッカーを通じて、サポーターや自治体など地域全体で環境保全に取り組むケースも始まっている。

一方、韓国では「グリーン・ワールドカップ2002」と位置づけて、開催都市の環境改善や一般市民の環境意識の向上を目指した。

2006年にはドイツでワールドカップが開催されるが、その大会組織委員会のベッケンバウアー会長は、ドイツのトリッティン環境大臣とともに会いし、ワールドカップの環境コンセプトである「グリーンゴール」を発表した。

この「グリーンゴール」は、大会における水・廃棄物・エネルギー・交通の分野で環境配慮を行う目標値で

ある。さらに、これらの対策によって、同大会で発生すると見られている約10万トンの温室効果ガスを相殺する、カーボン・ニュートラルが行われる予定である。このような大規模スポーツイベントで、カーボン・ニュートラルが導入されるのは、世界で初めてのことである。

スポーツメーカーは一人でも多くの人に環境配慮型製品を

メーカーの環境配慮はもはや当たり前のこと

次に、スポーツ界の一翼を担うスポーツメーカーではどのような取り組みが進んでいるだろうか。

日本を代表するスポーツメーカーとして、熱心に環境配慮に取り組んでいるミズノ株式会社のCSR担当、深山忠宏氏にその現状を伺った。

ミズノでは、社長である水野正人氏が国際オリンピック委員会(IOC)のスポーツ・環境委員会委員、日本オリンピック委員会(JOC)のスポーツ・環境委員会の委員長、さらに世界スポーツ用品工業連盟(WFSGI)の会長などを兼任している。ミズノはスポーツメーカーのリーディングカンパニーとして、社長自ら「Crew21」といわれる環境配慮型製品の開発を専門に行う委員会を立ち上げ、環境配慮型の製品の開発を行っている。

また、1997年にはスポーツ業界として初めてISO14001を取得し、2002年には国内全事業所で認証を取得している。これらの事業所では、環境保全を意識することが書かれたWFSGIの行動規範をパネル化して掲示してあるほか、取引先にもパネルを配布している。

さらに、ミズノでは毎週火曜日に社内のビデオシステムを使って、環境情報を放送したり、社長自ら環境についてのメッセージを送るなど、社

員の環境への意識づくりを徹底している。

「長年、環境に取り組んでいると、取り組み自体がマンネリ化してきました。ですから、社員に環境配慮のアイデアを募集してみたところ、645件も集まりました」と深山氏。この話からも社員の環境意識の高さが垣間見える。

ミズノの製品づくりとスポーツ用品特有の難しさ

それでは、ミズノではどのような製品づくりを行っているのだろうか。

「ミズノでは環境配慮型の製品づくりが当たり前となり、お客さまがわざわざ環境を意識しなくても、手にとった製品が実は環境配慮型製品だったということが多いです。当社の製品であれば環境配慮型製品でありたいし、また環境に配慮することは企業の社会的責任だと思うのです」。

同社では環境配慮型の製品づくりを熱心に進める一方で、スポーツ用

品特有の課題を抱えている。それは、消費者がまず製品の性能、デザインを最優先で購入するため、環境配慮製品だからといって、売れるとは限らないという点である。

「以前は再生品を利用した製品は新規のものよりコストがかかっていましたが、今はやっと同額で製造できるようになりました。また、カラーバリエーションも増やしたことから、環境配慮型製品の売り上げも徐々に伸びてきています」。

その中で、今ヒット商品となっているのが、省エネルギー対応ウェアである涼感素材「アイスタッチ」と発熱素材「プレスサーモ」である(写真1、2)。

「これらの製品は性能を体感できることから、実際に商品を利用したお客さまから口コミでその良さが広がっており、リピーターも生まれてきています。エコプロダクツは環境配慮を消費者が体感できるということが大事なんです」。

また、最近では学校などでもグリーン購入を行う動きがあり、その



「アイスタッチ」は、気化熱を効率よく奪い、肌にひんやりとした涼感を与える。



「プレスサーモ」は、水分を熱に効率よく変え、発熱量はウールなどの3倍を誇る。



3 ミズノ主催のゴルフトーナメント、「ミズノオープンゴルフ」での分別回収の様子。



4 お母さんにも子供にも好評だった「お母さんと子供の環境教室」。



5 ミズノが提供する日本選手団のオフィシャルスポーツウェア(左が室伏選手、右が末續選手)。

ための環境配慮型製品の問い合わせも受けるようになってきた。

こうしたスポーツメーカーによる環境配慮型の製品づくりは、水野会長のリーダーシップのもとWFSGIを通じて、スポーツメーカー全体に広がりを見せている。

スポーツ振興を通じて、環境にもルールがあることを広めたい

メーカーにはスポーツ振興という大きな命題もある。ミズノの企業理念には、「より良いスポーツ品とスポーツ振興を通じて社会に貢献する」とある。そのため、ミズノではスポーツイベントなどでも環境配慮を行っている。

たとえば、社員はスポーツ大会の会場内での省エネやポイ捨て禁止、グリーン購入の推進などを心掛ける環境行動指針を持ち歩き、環境配慮を実践している。具体的には、会場内ではポスターなどの印刷物に再生紙を利用したり、ゴミの分別回収を呼びかけた(写真3)。社員は自転車

で移動するなどの取り組みを行っている。こうしたスポーツイベント以外にも、地域交流としてNPO法人のイー・ピーングと協力して「お母さんと子供の環境教室」を開いている。このイベントでは、製造過程で出た水着の切れ端やゴルフクラブの備品などを利用し、子供たちと一緒にクリスマスリースを作るなどして、廃材の利用と地域交流を同時に図っている(写真4)。

今年最大のスポーツイベントであるアテネ五輪で、ミズノは日本選手団のオフィシャルスポーツウェアとバッグを提供している。ウェアとキャップに関しては、アイスタッチ素材を利用したり、リサイクルポリエステル系によるエコメッシュ素材を使用し、暑いアテネの気候にも対応し、かつ環境にも配慮している(写真5)。このほかに柔道会場で使用される畳に関しても、燃やしてもダイオキシンの発生しない素材を採用した環境配慮型の畳の提供を行っている。

さらに、アテネ五輪の開催期間中

にIOCのスポーツ・環境委員会の委員として、水野氏の講演も予定されており、全世界にスポーツと環境に関するメッセージが発せられることになっている。このメッセージによって、今後スポーツと環境との関わりが世界中でクローズアップされることが期待される。

このようにミズノが環境配慮に熱心なのは、社員の多くがスポーツ経験者であることも大きい。深山氏は、「スポーツ経験者はまじめで、ピュアな心を持っているので、環境活動に対しても、とても協力的です。スポーツはルールを守ることが大事ですから、環境においてもルールを守ることが非常にわかりやすいのだと思います。今後は、スポーツ用品の販売やスポーツ振興を通じて、多くのミズノファンをつくり、そのファンの方にスポーツと同じように環境にもルールがあることを広めていきたい」という。深山氏の言葉からも、ミズノの環境への強い意気込みを感じる。

課題は、社会に環境意識を定着させること

目の当たりにした環境破壊の現場

スポーツ団体、メーカーでの環境への取り組みが進む中で、NPO法人のグローバル・スポーツ・アライアンス(GSA)では、スポーツを通じてスポーツを愛する人々の環境意識の啓

発を行っている。GSAの常任理事である岡田達雄氏に、環境問題に対してスポーツが果たす役割についてお聞きした。

岡田氏が環境とスポーツとの関わりを意識し、活動を始めたきっかけは1992～95年にスキー場の開発責任者として、携わったことにある。その

開発現場での土木作業は、環境の専門家ではない素人の目から見ても、あまりに自然生態系を無視していたために愕然としたと岡田氏は話す。

「本来、地球の長い歴史から見れば、人間の歴史はほんの一コマに過ぎません。それなのに現在の社会は、経済優先の近視眼的なモノの見方し

かしておらず、自然に対して環境負荷をかけたままになっています」。

人間は植物が作り出す酸素を吸って生きている。だから自然は大切だという、そんな学校で習ってきた当たり前のことが社会の中で理解し実践されれば、環境問題はなくなるはずだと岡田氏は考え、1998年にある取り組みをスタートさせた。

一人ひとりの意識が変われば、 やがて大きな力に変わる

それが、「地球環境テニスフォーラム」である。このフォーラムの目的は、テニスを通じたグローバルなネットワークづくりと、そこで知り合った人々と環境問題について話し合うことであった。これが現在のGSAの活動につながっていくことになる。

このフォーラムは、「スポーツと環境」というセクションを持つUNEPと共催し、さらに数人のプロテニスプレーヤーもボランティアとして参加し、外交官や企業の代表者を交えて500名を超える人たちが参加。テニストーナメントを楽しみながら環境問題について考える大会となった。

その結果、「水や空気がきれいな環境の中でテニスをしたいよね」という意識を共有でき、テニスコートの環境を良くすることはもちろん、実生活においても生ゴミを庭の肥料にしたり、屋上を緑化するなど、環境に配慮した生活を送ろうということになった。フォーラムでの手応えを感じた岡田氏は、スポーツ愛好家による持続可能な社会づくりを目指そうと、

1999年にGSAを設立。そして、新しい社会づくりに向けた運動方程式、『社会づくりの力 = 人数 × 意識 × 行動』を立て、スポーツ愛好家の意識と行動に働きかける活動をスタートさせた。

「スポーツ愛好家は水や空気がきれいな環境でスポーツをしたい人たちであるから、環境や自然生態系を破壊したくないと考える人たちだと仮定しています。現在、世界にはスポーツ愛好家が10億人以上いるといわれており、その一人ひとりの意識が変われば行動が変わり、それが10億人の規模になれば、社会が変わる。これがGSAの運動方程式です。この方程式をもとに持続可能な社会づくりを目指すことがGSAの根本なのです」と岡田氏は語る。

環境問題は意識することが大事 スポーツ現場での取り組み

GSAの活動の中心は、持続可能な社会づくりを目指す「エコフラッグ・ムーブメント」を推進することにある。これは、UNEPとともに「Think environment!」というメッセージが書かれた「エコフラッグ」を、小学校の運動会から世界選手権に至るすべてのスポーツ会場で掲げ、スポーツに携わる人々の環境意識を啓発する活動である(写真6)。

「環境問題は意識が大事。そのためには、小学校の運動会などで校長先生に、こうやって運動会が楽しめるのは、空気がきれいなおかげですよ。だから環境を大事にしようねと

いってもらおう。そうすることで、小学生は学校で習った『環境を大事にしよう』ということが、社会でも活かせるのだと思えるのです」。

このエコフラッグは、Jリーグやビーチバレーの世界選手権大会でも掲げられている。Jリーグでは大分トリニータが「Perfect blue, Clean air, Think environment!」という独自のメッセージを掲げ、場内アナウンスで観客にパークアンドライドやカーシェアリングを呼びかけている。

また、大分トリニータでは呼びかけを行うだけでなく、それを具体的なアクションとするため、大分県スポーツ交流推進協議会の協力を得て駐車場を確保し、無料のシャトルバスを運行している。さらにシャトルバスを利用する観客にのみ駐車場代を無料にするなど、パークアンドライドの推進を図っている。

加えて、場内の飲食店ではリユースカップを導入し、ごみの削減に努めている。これは、飲料をリユースカップで販売し、その際、販売価格にデポジット料金(カップ預かり金)として100円を加算する。そして、使用後にリユースカップを返却することで、100円が戻ってくるという仕組みだ。回収したカップを洗浄し再び使用することで、導入前に比べ約60%以上のごみの削減につながっている。そのほかサポーターによるスタジアム内の清掃なども行われている(写真7)。

またビーチバレーでは、国際バレーボール連盟(FIVB)とともに「Keep the



6 小学校の運動会から世界選手権まで、同じエコフラッグがはためく。



7 大分トリニータのサポーターによるスタジアムのクリーンアップ。



8 観客と一緒にビーチのクリーンアップを行う。ビーチバレーの朝日健太郎選手(ビーチウインズ所属)。

beach clean - Think environment!」
というメッセージを掲げて、選手が
会場のクリーンアップやごみの分別
を呼びかけ、観客と一緒に環境保全
に努めている(写真8)。

スポーツと環境との関わりが 社会でも認められ始めた

GSAではエコフラッグのほかに、
「G-ForSE(Global Forum for Sports
and Environment)」という活動があ
る。これは、スポーツ界の環境への
取り組みをデータベース化し、それ
をWeb上で公開する広報活動や、ス
ポーツ界のリーダーを集めたフォー
ラムの開催などを行うものだ。フォー
ラムでは、施設・イベント・用品の3
つの部門ごとに事例を募り紹介。ス
ポーツ業界として何ができるのかな
どを取り上げ、スポーツ業界の横の
つながりを強めている。

そのほかに、使用済みのスポーツ
用品の再利用を促進する取り組みと
して、全国の小中学校に使用済みの
テニスボールを提供するマッチング
活動を行っている。使用済みのテニ
スボールをイスや机の脚につけるこ
とで騒音が抑えられ、子供たちの学
習環境を向上させると同時に、環境
への問題意識も高めようという取り
組みである。

今年3月に使用済みのテニスボール
の提供数が100万個を達成したことを
機に、東京都港区立三光小学校で、



三光小学校で、スポーツと環境との関わりにつ
いて講演する松岡修造氏。

プロテニスプレーヤーであり、GSA理
事でもある松岡修造氏も出席する記
念セレモニーが開催された(写真9)。

岡田氏は「松岡さんが子供たちに、
地球温暖化が進んで雪が降らなくな
ったらオリンピックができなくなるんだ、
だから環境問題はすごく大事なんだ
と訴えたんです。子供たちに環境へ
の意識を持ってもらう上で、ものすご
いインパクトになった」と話す。この
セレモニー後、三光小学校では、毎
日エコフラッグを掲揚しているとい
う。このように社会において、スポ
ーツと環境とをつなげる活動は着実に
根付きつつあるようだ。

重要なのは、環境配慮を 実生活で実践すること

GSAはUNEPと協力しながら、
IOC、JOC、日本サッカー協会、日本
バレーボール協会などのスポーツ団
体を中心にエコフラッグへの参加を
呼びかけ、すでに協力関係を築いて



スポーツと環境の世界フォーラムで挨拶する、
FIVBのルーベン・アコスタ会長。

いる。その中でもFIVBは、ビーチバ
レーの世界ツアーでのエコフラ
ッグの掲揚と環境メッセージの発信
を約束するなど、活動の輪はスポ
ーツ団体を中心に確実に広がりを見
せている(写真10)。

そして、GSAの今後の動きとして、
岡田氏は、FIVBのような国際スポ
ーツ団体にエコフラッグへの参加を呼
びかけて環境への取り組みのリー
ダーシップをとってもらい、そこから
各国内のスポーツ団体、地域のスポ
ーツイベントなどに浸透させること
で、環境意識を持ったスポーツ愛好家
を一気にローカルレベルまで増やし
たい考えた。

岡田氏は「スポーツ愛好家は、同
時に消費者でもあり、職業人でも
あるわけです。単にスポーツの場だ
けではなく、実生活においても環境
を意識した行動がとれるかどうか
が重要なのです」と指摘する。

スポーツは人々の環境意識を感化するツール

このように、スポーツ団体やメーカ
ーに加え、NPOや選手の間でも環境
への動きが着実に見られるようにな
りつつある。

スポーツでの環境への取り組みは、
ミズノ・深山氏の言葉のように「ス
ポーツのルールを守るように、環境
のルールを守る」といった、誰にと
ってもわかりやすい一面を持っている。
さらに、その活動がGSA・岡田氏の

言葉のように「人々の環境意識が高
まり、実生活でも実践される」よう
になれば、自然と環境へのアクション
は大きな力となるだろう。

現在、世界中でさまざまな環境技
術が開発され、環境負荷低減に向
けた取り組みが行われている。しか
し、環境問題は人任せで解決でき
る問題ではない。一人ひとりが環
境に対する意識を高め、環境技術
を上手に活

用することで、その効果が向上す
るのではないかと思われる。そう
いった意味でも人々の環境への
意識を高めるために、スポーツを
活用することは有効な手段であ
らう。今後、環境問題に対して、
スポーツが大きく貢献できるもの
と期待したい。

取材協力：NPO法人グローバル・スポーツ・アライアンス
ミズノ株式会社

「Nのエコ計画」に見る、共感を呼ぶ環境広告

取材・文：
トッパン エディトリアル コミュニケーションズ株式会社
CSRルーム 堀 哲也

File.02 松下電器産業株式会社

環境に配慮している企業は？といったアンケートでは、必ず上位に顔を出す企業がある。松下電器も、そんな企業の一つだろう。たとえば、消費者とビジネスマンそれぞれ約1万人にインターネットでアンケートをとった、日経BPの企業のランキングでは、電機メーカーの中では消費者評価・ビジネスマン評価とも第1位である。こうした世間の評価を押し上げている一つの要素として、近年よく目にするようになった「Nのエコ計画」をキャッチコピーとした、環境広告、キャンペーン活動が挙げられる。受け手に、それがただの企業PRや環境配慮型商品のSP(販売促進)ととられず、素直に「環境といえば松下」だと認知・共感され、企業ブランドの向上につながっているのはなぜなのか。

環境配慮型商品の充実が キャンペーンのきっかけ

「Nのエコ計画」は、2003年3月の広報発表からスタートした。実際に宣伝がスタートしたのは5月からで、6月には集中的に広告展開が図られた。6月は環境月間だということに加え、夏のボーナスに向けて積極的に家電の買い替えが起こる時期である。この時期には、「家電でエコする毎日へ」という統一フレーズで、企業宣伝と一体となったトータルマーケティングとして、さまざまなキャンペーン、コミュニケーション活動が行われた。新聞各紙では、エアコン、冷蔵庫、洗濯機、食器洗い乾燥機、電球型蛍光灯、オープンレンジ、ジャーポット、空気清浄機、ビューティートワレの9商品を、それぞれ6～10年前の商品と比較し、電気代や水道代をどれだけ節約できるのかを具体的に示す広告展開がなされている(図表1)。

この広告展開について、松下電器産業株式会社ナショナルマーケティング本部の三浦洋一参事は、「まず商品ありきだった」と語る。「お客さまに堂々とお勧めできるまで、当社の大半の商品の環境配慮が進んだことが、キャンペーンのバックボーンとしてあります」。

こうした商品ラインナップは、決し

て「揃った」のではない。2003年を「第二の創業」と位置づける同社の中村邦夫社長は、「事業活動を通じて社会へ貢献することを普遍の理念とし、その目標を『コピキタスネットワーク社会の実現』と『地球環境との共存』とする」という21世紀のビジョンを提示。モノづくりを生業とする同社が担うべき社会への責任という観点で、「環境」というテーマこそもっとも重要、と切り切る社長のもと、全社的にその目標へ邁進し、どの家電でも環境配慮を謳えるように「揃えた」のである。

また、白物家電を多く取り扱う「ナショナル」ブランドなれば、の工夫もある。「日本人には、一つのを長く使い続けるという美徳があります。しかし、電気代のことを考えると、買い替えるほうがむしろ節約になる場合があるということを前面に出しました。商品が高い安いというレベルではなくて、毎日使うものだから、ラン

ニングコストも含めた選択肢もありますよ、という『気付き』のきっかけにしていたかったのです」。

「家電でエコする毎日へ」というフレーズには、「じゃあ家電でエコをするってどういうことなの」という消費者の暗黙の問いかけに、商品そのものが自信を持って答えられるようになった松下電器の「自負」さえ感じられるのである。

環境に配慮した生活への きっかけづくり

商品のラインナップが揃ったこと以外に、消費者のマインドも重要である。「いかに上手に暮らしていけるか、うまく節約できるか。とはいえ、家庭では快適に暮らしたい、という消費者のマインドも間違いなくあります。コミュニケーションは全く意識のないところに打っても空打ちに終わるわけで、そういうお客さまのマインドと当社の商品を、どういったコミュニケーション活動で伝えていくのかを考えた結果が、今回のキャンペーンなのです」。

一方で、「環境広告」というと、理屈が先に立って説教くさかったり、それはわかっているけどもういいよ、といった反応が返ってくることも予想される。あるいは、環境対策は実行が大事だ、と言われても、何をすればいいのか



図表1 「家電でエコする毎日へ」新聞広告

わからない人々も多いのではないだろうか。

「継続は力」を実践する 波状的なキャンペーン

こうした課題への対応策が、この「Nのエコ計画」のもう一つの軸である、題して「Nといっしょに、赤ちゃんの数だけ緑を増やそう」というキャンペーンである。2003年には117万人の赤ちゃんが誕生するという推計のもと、その分だけ緑を増やそうというこのキャンペーンは、21世紀を生きる子供に自然を愛する心を育ててもらいたい、新しい父親や母親に、エコロジーを見つめてもらいたい、との想いで企画された。コスモス、百日草、ヒマワリなどの花の種袋を作り、希望のあった全国の幼稚園に配布。3,741の幼稚園、およそ77万人の園児が、種まきに参加している。

その後、第2弾として「あなたの応募で、あなたの街の幼稚園に植樹しよう」というキャンペーンを実施。携帯電話やパソコンから応募すれば、応募数に応じて幼稚園に植樹するという企画である。

そして現在は、第3弾の「あなたの大切な場所に緑を送ろう」というキャンペーンを実施している。こうした「参加型」のキャンペーンについて、三浦参事は「環境問題への取り組みは、何より継続が力なのですが、どうしても関心が薄れていってしまう。ですから、関心を持ち続けていただく

ために、垣根を低くして、さまざまな方々に参加していただきたいと思っています」。

また、第3弾のキャンペーンでは、その前のキャンペーンに参加した園児たちが寄せた絵をポストカードにして種と一緒に配るなど(図表2) 息の長い活動を行うことで、活動の成果を報告しつつ、新しい活動へとつなげている。つまり、この一連のキャンペーンそのものが、双方向のコミュニケーション活動として機能しているのである。

こうしたキャンペーンは、数多くのメディアでも取り上げられている。種付きの巨大な駅貼りポスターをキー局や新聞が取材した以外にも、全国各地の植樹式に地方のテレビ局などが頻りに取材に来たという。広告的な活動が、広報的な機能を果たし、マスコミをうまく巻き込めた結果であろう。

さらに、『たまごクラブ』『ひよこクラブ』を発行しているベネッセコーポレーションの協力も大きい。同社の持つ幼稚園のネットワークを通じて、大規模幼稚園との意思疎通もスムーズだったようだ。

巻き込み型の コミュニケーションの威力

このように、一連のキャンペーンは、非常に手が込んでいるために、一見すると大変お金がかかったプロジェクトに見える。結局は、資金力があ



図表2 第3弾キャンペーン告知のための種付きグリーティングカードセット

る大企業が、環境に対してもお金をかけられる。結果として、そうした企業が環境のブランドイメージも高いだけなのだろうか。三浦参事はこう言う。

「お金がかかっているように見えるのは、費用対効果として成功しているということでしょう。たとえば、非常にお金のかかるテレビスポットは、Nのエコ計画の単独コンテンツとしては投下していません。さまざまな新しい機能を伝える商品スポットの最後に、『Nのエコ計画』というロゴが入っており、認知度の向上を図りました。つまり、Nのエコ計画の主旨を伝えていく広告の出稿量は、実は限られていたのです」。

たとえば、第3弾のキャンペーンの展開は図表3のようなものである。交通ポスター1つ取っても、いたるところに貼ってあるわけではないことがわかる。先に触れたように、このキャンペーンは、メディアやほかの企業を巻き込み、なにより消費者、生活者を巻き込む形で展開してきた。そのことが、予算規模以上のコミュニケーション効果をもたらしてきたのだろう。

その際、「環境問題を一緒に考えましょう」「当社はこういう環境に配慮した商品を作っています」「こういう未来を一緒に作りませんか」という問題提起と具体的なソリューションの提供、活動参画の呼びかけという手法が取られることで、企業の独り善がりな印象を与えることも、関心を誘わないということもなく、消費者、生活者の共感を呼ぶことに成功しているのである。

図表3 2004年上期(第3弾) Nのエコ計画キャンペーン展開案

		4月	5月	6月	7月
広報		4月13日報道発表			
Web / 携帯		買い替え診断 national.jp/eco			
宣伝	新聞	キャンペーン第3弾 4月29日 みどりの日 あなたの大切な場所に 緑を贈ろう! ハガキ・携帯・パソコンで応募 あなたの希望の場所、施設に 桜の苗木を贈るキャンペーン 応募期間:4月29日 - 7月31日	新聞15段 全国紙4紙	新聞7段 ブロック紙3紙 ローカル紙38紙	コーポレート コミュニケーション本部 企業宣伝
	交通		交通ポスター (東京・大阪・都市部)		
	ラジオ		松下電器提供「歌のない歌謡曲」 エコ商品CM		
	雑誌他		雑誌:買い替え診断+キャンペーン告知		
店頭SP			集合展示	キャンペーンチラシ	

取材協力: 松下電器産業株式会社
ナショナルマーケティング本部

Sustainability Seminar

第8回

産業事故とその対応

～ 突然の事故・災害はなぜ起こるのか～



宮野正克氏

株式会社インテグラ技術研究所 代表取締役会長
技術コンサルタントとして、生産効率化・業務革新の
実践指導、技術・技能者の人材育成指導などを兼務。
技術士、ISO9001・ISO14001主任審査員の資格も持つ。
『アイソス』(日刊工業新聞社)に、「利益につながるISO14001」を掲載。

日本のモノづくりを代表する企業で産業事故が相次いでいる。その共通要因は何か。また、企業を取り巻く経営環境の変化に、企業の危機管理の再点検・再構築が適切に実行されているのか。

今回は、「産業リスクマネジメントシステム」にどう取り組めばいいのか、具体的な事例を挙げながら、宮野正克氏に論じていただいた。

産業事故はなぜ起こるのか

企業におけるリスクの多様性は、多岐にわたっている(図表1)。最近では、ごみ固形燃料(RDF)化施設の爆発事故をはじめ、火災のような環境事故も多発し、関心を集めている。相次ぐ産業事故の共通要因はどこにあるのか。

事故発生の多くの企業では、マニュアルは完備され、マニュアル通りに実行されていたと推測される。ではなぜ事故が発生したのだろうか。

企業を取り巻く経営環境が急速に変化し、自動化・省人化、多品種短納期生産、外国人労働者の急増、そして組織と技術の細分化による総合力の低下などにより、想定外の事態が発生した可能性が大きい。

多くの企業では、海外生産や輸入製品・輸入部品と競合し、大幅なコスト削減を実行している。この際に、危機管理や基本手順が疎かになっていないだろうか。

「火の用心」は昔から言われ続けているが、精神面だけでなく、現実的でより具体的な手順・段取り、すなわち「産業リスクマネジメントシステム(以下、産業RMS)」の構築をどのように行い、これを経営としてどう位置付け、実行したらいいのか。また、

ヒューマンエラー(以下、HE)対策はどうすればいいのか。

ここでは、産業RMSを経営の重要な機能として捉え、不測の事態発生を防ぎ、システムの再点検と再構築を体系的に進める手法を解説する。

危機回避・危機管理の自己採点

産業事故を回避するためには、全組織的な産業RMSが適切に構築され、その機能を維持する必要がある。具体的には、経営者、管理者・責任者、実務担当者・全社員がそれぞれの日常業務の中で、与えられたリスク回避の役割を確実に果たすことが重要である(図表2)。漠然と「注意を払いながら日常業務をする」のでは不十分なのである。

ここでは、図表3に危機回避・危機管理の簡易診断法を示すので、自社あるいは関連する組織の自己採点をお勧めする。

この診断は、各項目を3段階で評価し、「良い」:、「実行しているが十分でない」:、「ない、または不十分」:×、としている。

自己採点が完了したら、の数を確認していただきたい。6個以上であればとりえず合格点で、改善を繰り返しながら、継続するレベルといえる。

5個以下の場合、直ちに現状の見直しが必要である。なお、×の数は状況把握であって、合格点には関係ない。



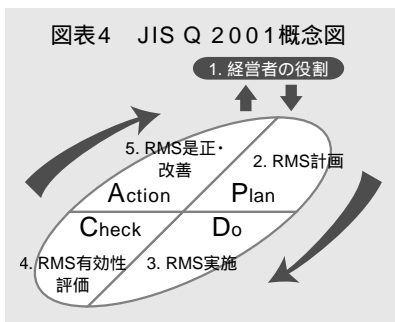
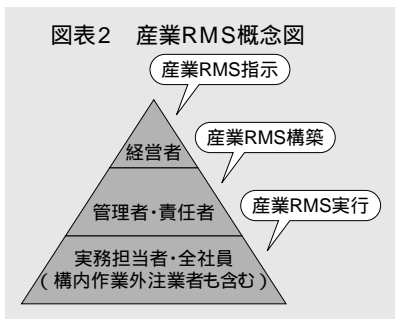
造船所建造中のカーフェリー火災



タイヤ工場バンパリー棟火災

図表1 企業におけるリスクの多様性

リスク区分	事例
1.経営リスク	・事業戦略の失敗 ・カントリーリスク・対外投資リスク
2.業務リスク	・電算システムの故障 ・重要書類の紛失 ・製品納期遅れ・品質不良による賠償
3.経営資源リスク	・社員の引き抜き、病欠、誘拐、セクハラ ・労働災害による死傷者 ・設備の重大事故・故障、災害・爆発
4.製品・環境リスク	・PL訴訟 ・製品の回収・修理 ・環境リスク(大気汚染・水質汚濁など)
5.購買・資材・資源リスク	・仕入先の倒産 ・調達物品の納期遅れ ・資源・エネルギーの調達難
6.研究開発リスク	・知的財産の権利化失敗 ・研究開発の遅れ、競争力減退 ・標準化競争に敗北
7.自然災害	・地震 ・台風(大雨・増水を含む) ・その他地域自然災害



産業RMSの構築

ISO14001環境マネジメントシステム、OHSAS18001労働安全衛生マネジメントシステムのように、目的別に対応する方法もあるが、産業事故全般をカバーするには、JIS Q 2001リスクマネジメントシステム(RMS)の原則および要素に沿って、マネジメントシステムを構築することが適切であり、推奨する(図表4)。

1. 経営者の役割

RMSを構築し、産業リスクを回避することは、経営者の役割であることを明確にするのが第一歩である。そして、RMS方針や目標、行動指針を明確にして、推進体制・責任権限を明確にする。

2. RMS計画

手当たり次第に取り組むのではなく、全職域のリスク分析から始める。リスク分析とは、発生確率と結果の重大性とを体系的に把握することである。リスク分析結果をもとに、産業リスクの重点テーマとその目標を設定

図表3 危機回避・危機管理の簡易診断

役割および実行区分	実行内容	評価基準	自己診断
経営者 産業RMS指示	・産業RMS方針 表明	: 自社の産業RMS導入決意と方針が明確で、全員に伝達されている	
		: 表明はあるが、明確さに欠ける	
		x: ない、または十分に近い	
経営者 産業RMS指示	・組織化・ 実行指示	: 推進組織や責任者そして実行指示が明確	
		: 十分とはいえない	
		x: あいまいである	
経営者 産業RMS指示	・マネジメント レビュー実行	: 経営者の指示通り実行している、経営者が自らレビューしている	
		: 体系的なレビューになっていない	
		x: レビューが不十分	
管理者・責任者 産業RMS構築	・リスク アセスメント実行	: 全職域を産業リスク分析し、重点テーマを設定している	
		: 実行しているが十分でない	
		x: 実行していない、またはテーマは思いつきである	
管理者・責任者 産業RMS構築	・産業RMSルール の手順化	: リスク回避の規定や手順化が体系的にできている	
		: 規定はあるが十分でない	
		x: ない、または十分に等しい	
管理者・責任者 産業RMS構築	・職場改善・ボカヨケ	: 徹底している、または積極的である	
		: 実行しているが十分とはいえない	
		x: 改善のテンポが遅い	
実務担当者・全社員 産業RMS実行	・5Sの徹底	: 経営者が現実的に想定するレベルである	
		: 実行しているが十分でない	
		x: 5Sがなかなか定着しない	
実務担当者・全社員 産業RMS実行	・教育・実施訓練	: リスク回避の手順が明確で、教育や実施訓練を継続している	
		: 実行しているが十分とはいえない	
		x: ほとんど実行されていない	
実務担当者・全社員 産業RMS実行	・職場での 自己点検実行	: 各職場で必要な自己点検内容が明確で、実行され記録されている	
		: 実行しているが十分でない	
		x: 不十分である	

し、現実的で、最適なRMS実行計画を全社合意で策定する。

3. RMS実施

RMS実行計画を実施する。実施に先立って、実施手順を作成し、教育訓練を実行する。特に緊急時における対応手順、情報収集機能、実行責任者の明確化が重要である。運用管理として、事前対策の実施手順、緊急時対策の手順、復旧対策の手順は定期的に見直す必要がある。緊急時対応については、実行可能な場合は定期的にテスト・演習をする。

4. RMS有効性評価

関連法規制への適合性を評価するとともにRMS実施状況を内部監査や監視・測定により把握し、有効性を評価する。緊急時対策の有効性評価は、シミュレーションによる。

5. RMS是正・改善

RMS有効性評価に基づき、RMS是正・改善を継続的に確実に実行し、産業RMSの質を向上させる。

1.に戻る

経営者の役割に戻り、経営者は産業RMSのPlan-Do-Check-Actionの実

行状況を確認し、RMS方針に沿った活動であること、および目標達成状況をレビューし、適切な処置を実施する。

産業RMS構築・維持の際に重要なことは、HEへの配慮である。どんなにシステム化・手順化・教育訓練を実施しても、人間である以上、HEは欠かせない。HE対策は奥が深く、多岐にわたるため画一化できないのである。そこでまず、導入が簡単で、確実に効果が得られる「5S(整理・整頓・清掃・清潔・しつけ)」を徹底することを推奨したい。

5Sはトヨタ生産システムの基礎をなす活動の1つで、世界的に広がっている。英語でも、工場関係者であれば5S(Sort・Set-in-order・Shine・Standardize・Sustain)で通用する。5Sは、一般的には整理・整頓からはじめるが、仕事や物事の本質を徹底追及することで、無駄を除き、安全で合理的な職場づくりを当事者自らが進んで行う活動である。

今後は、体系的な産業RMSと5Sの活用によって、産業事故が抑えられることを期待している。

Eco Frontiers

循環型社会構築に貢献する 機能性コンクリート「浮島」

近年、焼却灰や産業廃棄物などの廃材を原料としたコンクリートブロックが循環型社会構築に資するものとして数多く製品化されている。

さらに、水中の汚れを吸着する機能性コンクリートも開発されているという。

水に浮くコンクリートとは

浮島とは、読んで字のごとく「水に浮く島のようなもの」である。しかも、それはコンクリートできており、水中のリンを吸着して汚れた水をきれいにする機能もあるという。

島根県の松江市は「リサイクル都市・日本一」を目指しており、ここで写真の浮島の試験が行われている。浮島は島根大学生物資源科学部とコンクリート二次製品メーカーのイズコン、財団法人しまね産業振興財団、松江工業高等専門学校の産学官の共同研究によって開発したものであり、文部科学省の都市エリア産学官連携促進事業の助成を受けている。

浮島の大きさは、木枠が2メートル四方、その中に4つのコンクリートブロックがはめ込まれている。ブロックの中央には少量の土とともに植物が植えられている。コンクリートブロックの骨材には、通常使用される砂利

の代わりに「発泡ガラス」というものを使用している。これは、イズコンの独自技術によりガラスを粉砕・溶融・発泡させて固めたもので、小石大の発泡ガラスは多数の細孔を持つため比重が軽く、ガラスでありながらも水に浮く。これを骨材とすることで、コンクリートブロック全体が軽くなり、水に浮くのである。もちろん、軽くても必要な強度は確保されている。

浮島がリンを吸着するしくみ

リンの吸着には、コンクリートに混合されるハイドロタルサイト（HT）と呼ばれる物質が関わっている。HTとは、マグネシウム（Mg）やアルミニウム（Al）を含む化合物が層状に積み重なったもので、天然に存在する。これを原料に人為的に組成変換することによってさまざまな機能を持たせることができる。

このHTは、イオン交換によってリ

ンを選択的に吸着する（図表1）。イオン交換とは、イオン交換体にあらかじめ導入しておいたイオンと除去したいイオンを意図的に交換させることである。今回の場合、あらかじめ塩化物イオン（ Cl^- ）を導入しておいたHTに、リンを含む水を接触させることでリン酸イオン（ PO_4^{3-} ）として交換・吸着する。吸着能力は、従来の吸着剤であるリン酸ジルコニウムの約4倍の吸着能力がある。

HTのイオン交換には交換できる限度があり、 Cl^- が完全になくなった段階でそれ以上、リンを吸着することはできない。吸着の限界は、水中のリン濃度や水との接触形態によっても変動するが、製品を開発しているイズコンでは、5～10年は継続して使用できると見ている。使用期間を過ぎたブロックは、回収・破碎して、リンを含む土壌改良材などとして利用できる見込みである。

リンの吸着や水質の浄化はHTだけで行うわけではない。コンクリートの骨材となる発泡ガラスも、その細孔にリンや窒素などの水質汚染の原因となる物質を吸着する機能がある。

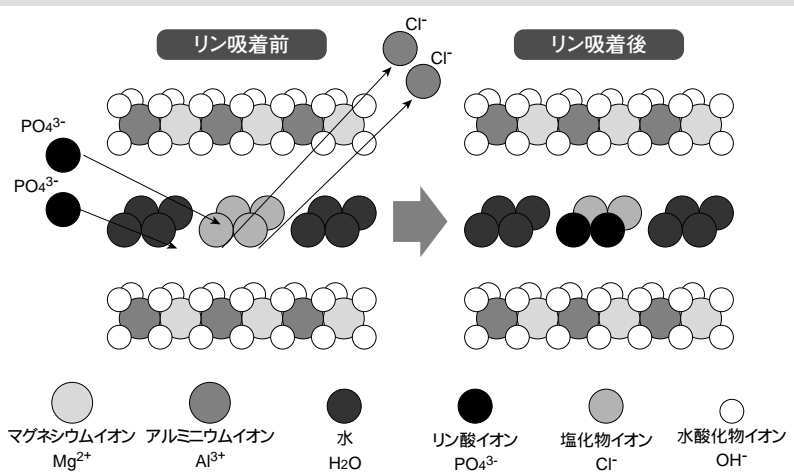
さらに、ブロックの真ん中に植えられた植物は、周辺に自生していたミントを植え、その根が水中にまで伸びることで、微生物の増殖や水生生物の増加を促し、ひいては水質浄化や環境保全に役立つピオトープの形成に役立つと期待している（図表2）。



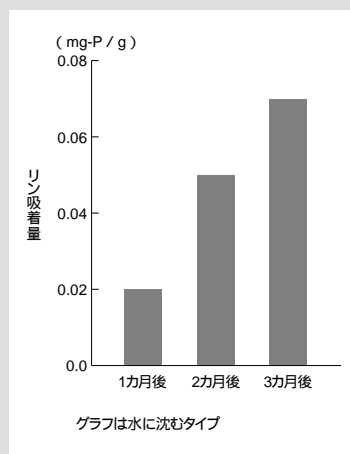
松江市で試験中の浮島（特許申請中）



図表1 ハイドロタルサイトによるイオン交換



図表3 リン吸着型コンクリートのリン吸着量の推移



機能性コンクリート製品に向けて

ただ、同社では、この浮島だけで周辺水域の浄化ができるとは考えていない。水質浄化をするだけなら、発生源対策や大規模な浄化施設を作った方が早い。同社が考えているのは、コンクリート製品を利用して、社会全体から流出するリンの量を少しでも減らそうというものである。

リンは窒素やカリウムとともに肥料の成分として必須の物質だが、その

原料であるリン鉱石は世界的に枯渇が危惧されており、日本はその全量を輸入に頼っている。日本はまだ、リン枯渇後に向けた構想を持っていないが、将来的には社会全体でリンを回収して再利用する仕組みを構築する必要がある。

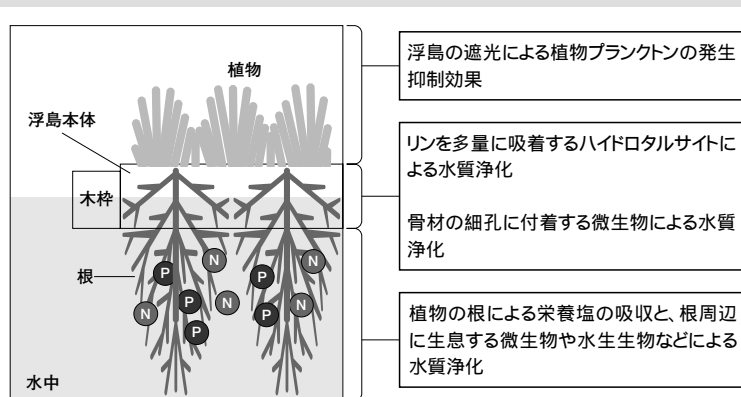
同社では、浮島でない水に沈むタイプのHT入りのコンクリートを数年前から研究しており、すでに実用段階にある(図表3・参考)。こうした機能を持ったコンクリートを川底や土

手の堰堤、用水路、側溝に使用すれば、雨水や農業・畜産廃水とともに河川に流出したリンを、社会全体から少しずつ吸着・回収することができるのである。

これまで、コンクリート製品はひたすら頑丈さや耐久性を追求してきた面があるが、実際にはそうした高度な性能は要求されない場合が多い。そこで同社では、必要な性能を維持しつつ、新たに「リン吸着」という機能を付加したのである。そして、このコンクリートは、分別収集されてもあまり再利用先のない廃ガラスや、ごみを焼却した焼却灰、水産業から出る貝殻などを原料として利用できる。

近年、廃材を利用したブロックなどが数多く製品化されているが、同社の製品は廃材利用による循環型社会への貢献とともに、環境保全に貢献する機能を持った、一歩先を行く機能性コンクリートであるといえる。今後は、環境との共生という視点のもとに、こうした機能性コンクリートが開発されていくものと予想される。

図表2 浮島の浄化メカニズム



天然素材の防虫剤でシックハウスを解消する

株式会社トピックス

人工物を多用した住宅で、化学物質が人の健康に悪影響をおよぼすシックハウスが問題になっている。からだに優しい「健康(けんこう)住宅」を標榜するトピックスは、ヒバの木の油を利用した防虫剤や抗菌処理剤を、日本で初めて実用化した。

自らの経験から シックハウス解消に取り組む

トピックスは、古代から木工建築の歴史の息づく京都にある。同社は健康住宅「アロマホーム」というブランドで、シックハウスの心配のない、住む人の健康に配慮した家づくりを進めている。

この方針は、同社の社長である東坂栄作氏自身の体験による。「サラリーマンをしていた25歳のとき、新築したマイホームに入居してみると目がチカチカして発疹ができるんです。色々な本を読んで、初めてシックハウスというものを知りました。」

当時の住宅には、建材やシロアリ防除などにさまざまな化学物質が含まれていた。シックハウスを避けようにも、代替技術がない状態だったのである。その後、東坂氏は一念発起して会社を設立、自らシックハウスの心配のない住宅づくりに挑んでいく。「本を読んだり大学の先生に聞いたりして、植物には抗菌性や防虫性があること、特に青森にあるヒバの木には高い防虫性があることがわかりました。そこで、青森工業試験場からヒバ油をわけてもらい、住宅にどんな形で利用できるかの研究を始めたのです。」

開発には成功したものの、住宅に使用するにはさらに苦労があった。家を建てる場合、施工主が住宅金融公庫の融資を受けるには、日本木材保存協会に認定された工法でなければならない。「4年前に協会に申請しましたが、何度も門前払いをくらいました。これまでは化学薬品による防虫剤しかなかったため、天然素材を利用した防虫

剤には、評価に必要な安全性などのデータがなかったのです。それから、京都大学をはじめ、いくつかの研究機関に依頼して評価試験をしてもらいました。そして、今年の1月ようやく認可が下りたのです。3月には特許も取得しました。」

有効成分ヒノキチオール 効果と用途展開

各種試験の結果、ヒバ油に含まれるヒノキチオールの死虫率は94%と高いが、マウスなどへの毒性は認められなかった。土壌に散布してもすべて微生物に分解されることもわかり、安全性がきわめて高いことが証明された。さらに、防虫だけでなく、抗菌や消臭、シックハウスの原因であるVOC(揮発性有機化合物)を分解する効果もある。

同社の主力製品「ターマイトサンド」は、マイクロカプセルにヒバ油を封入し、多孔質のゼオライトに担持することで、5年以上もシロアリなどの害虫を防ぐ。製品にはさまざまな形状に加工したものがあり、パウダー状のものは接着剤や断熱材の製造過程で混ぜることもできる。液体状のものは、床や柱に塗って使用する。



ヒバ油を利用した製品
「ターマイトサンド」

生活のさまざまなシーンに 天然由来の健やかさを

ヒバ油を利用した製品は防虫剤だけにとどまらない。同社では、抗菌・消臭性を利用したペットグッズや農業分野にも目を向けている。

同社の事業はシックハウス解消以外にも役立っている。「青森県では、ヒバの間伐材は産業廃棄物なんです。虫もつかず、腐らないということで処分が困ってたくらいです。こうしてヒバ油の利用法ができたことで、間伐材の処分と事業化にも貢献しているのです。シロアリ駆除業者の方にも、従業員の健康被害の心配がなくなったと喜ばれています。日本木材保存協会では、今後3年ほどかけて天然物の認定制度を作ろうとしています。」

「今後も木が持っている能力を活用したものを研究していきます。将来、自分たちの子供たちが安心して暮らしていける住まいを作っていきたいと思っています。」

ヒバ油から日本の住宅、社会を変えていく同社の取り組みに今後も期待したい。

会社概要

社名：株式会社トピックス
所在地：京都府下京区仏光寺通新町
東入糸屋町225番地
資本金：1億8,552万5,000円
(2004年4月現在)
売上高：51億5,713万円
(2003年4月期)
従業員数：14名(2004年1月現在)
事業内容：健康抗菌住宅「アロマホーム」
施工販売、不動産の売買など、
リフォーム、「アロマフレッシュ」
など健康建材の製造販売

独自技術でPETボトルの完全な循環を実現する

株式会社ペトリバース

飲料ボトルのPET化は年々進行しており、再生用途の開発が至上命題となっている。ペトリバースは、このほど稼働させた新プラントでケミカルリサイクル方式「アイエス法」を用いてPET to PETを実現し、PETボトルの循環利用に先鞭をつけた。

ケミカルリサイクルでPETボトルの環をつくる

2004年4月、廃PETボトルを再度ボトルにリサイクルできるプラントが稼働を開始した。

1997年に醤油用として使用が始まったPETボトルは、飲料容器として需要が拡大し、2002年にはPETボトル用樹脂の需要量が44万5,873トンにもなった。容器包装リサイクル法の下で回収・リサイクルが行われているものの、これまでその利用法は、技術的に繊維製品やシートなどであり、循環型のリサイクルは成立していなかった。

この状況を打ち破る新技術が、株式会社アイエスの開発したケミカルリサイクル方式の「アイエス法」であり、この方式を採用したペトリバースにおいて、PETボトルは化学的に原料まで戻され、再度PET樹脂になる。これにより、品質的な劣化や衛生上も心配のないPETボトルが再生できるようになる。

PET to PETが可能になるということにはどんな意義があるのだろうか。同社の稲田修司社長はこう語る。



2004年4月に稼働を開始した同社工場

「当社は、PETボトルのリサイクルにおいて、PETボトルの最終処理を担うと同時に、廃棄物を石油に代わる資源として、即ち第三の原料として利用する動脈企業でもあります。この二つの役割を同時に担うことで、PETボトルリサイクルの環を完全につなげることができます。循環型社会構築のための先鞭をつけたといえるでしょう。」

世界の大企業でも実用化できなかった独自の技術

同社が採用したアイエス法とは、どんな処理方法なのだろうか。

「通常、PET樹脂は原料からいくつかの工程を経て製造します。当社が採用しているアイエス法は、この向きを逆にして、PET樹脂であるPETボトルから中間体のBHETに戻し、このBHETから再度PET樹脂を製造します。全く新しいPET樹脂になるため、この方式では何度リサイクルしても品質の劣化がありません。」

「帝人方式との違いは、当社の処理工程の方が短いということです。即ちBHETを蒸留などを用い高純度に精製

する方法を開発できたことが、アイエス法の特徴です。そのため、設備と使用エネルギーの大幅な合理化が図られます。」

稲田氏の言葉からは、自社の技術への自信と信頼がうかがえる。

PETボトルの未来を変える可能性

同社の処理方式は、現行のPETボトルの使用法やリサイクル方法の枠組みを根本的に変える可能性を持っている。

「ケミカルリサイクルでは、着色されたり、バリアー素材(酸素や炭素ガスなどを通りにくくして、PETボトルの内容物変化を防ぐ素材)入りのボトルも処理できます。排出時の汚れやキャップ・ラベルの除去にあまり神経質にならなくてもよく、その分、環境負荷を減らすこともできる。現行の容器包装リサイクル法の技術的前提も変わってくるでしょう。たとえば着色されたり、あるいはバリアー素材入りのPETボトルは、賞味期限を長くできたり、ボトルの全面を覆うラベルが不要になったり、総合的に環境負荷が低い技術の採用に道をひらくことができるようになります。そういった意味では、PETボトル自体の流通構造をも変える可能性のある技術です。」

ようやく緒についたPET to PETリサイクル。同社の活躍は循環型社会を築くための大きな力になるだろう。

会社概要

社 名：株式会社ペトリバース
 所 在 地：神奈川県川崎市川崎区扇町12-2
 資 本 金：9億1,250万円
 (2003年10月現在)
 年間処理能力：27,500トン
 従 業 員 数：50名
 事 業 内 容：廃PETボトルを原料とするPETボトル用樹脂の製造および販売、一般廃棄物・産業廃棄物の回収・処理および再生とその販売

Topics 1 日本の温暖化対策、目標達成は不可能か

現状のままでは京都議定書の削減目標を達成できないことが確実となった。2010年の目標値(1990年比 - 6%)を達成するためにはどうすればいいのか。

2004年度は、地球温暖化対策推進大綱における進捗状況見直しの年である。4月16日に行われた中央環境審議会(中環審)において、京都議定書の第1約束期間(2008~2012年度)における温室効果ガス排出量の暫定推計が示された。この中で、特に追加施策を行わない場合、将来の排出量は1990年比4.1~4.6%の増加で、削減目標(1990年比 - 6%)を達成できないことがわかった。

その後の5月18日に報告された2002年度の温室効果ガス排出量は、前年度比2.2%増、1990年比では7.6%増であり、削減どころではない。

そこで、大綱見直しに当たり、どんな対策が必要になってくるのか。中環

審によると、補助制度を含めた新エネルギー普及策の抜本的見直しとRPS法の利用目標の引き上げ、進んでいない石炭火力発電から天然ガス発電への大幅転換などが挙げられている。

経済産業省でも、エネルギー消費量の多い民生・運輸部門を中心とした新対策で「トップランナー方式」の対象機器拡大などを検討している。電力に関しては、原子力発電の推進による削減量の確保を想定しているが、原子力発電は放射性廃棄物の処理問題も抱えており、エネルギー問題は温暖化防止と併せて総合的な環境対策の視点で見ることが必要。また、前号で既報のように、温室効果ガス排出量の推計における数値自体の信頼性

の問題もクリアにされる必要がある。

炭素税の導入についても無視しては通れない。中環審の専門委員会が昨年出した報告書では、炭素1トン当たり3,400円、ガソリン1リットルに換算すると約2円。1兆円前後の税収を温暖化対策にあてるというものだ。各種対策を推進していくために財源は必要であり、現実的な選択肢として炭素税を検討する段階にきているといえる。

来年3月には新たな地球温暖化対策推進大綱が策定される予定だが、これまでの進捗を考慮すると、かなり抜本的な対策をとらなければならないことは間違いない。

「電気事業者による新エネルギー等の利用に関する特別措置法」

Topics 2 環境報告書、作成基準と審査基準まとまる

自主的な第三者レビューの活用に向け、環境報告書の作成基準と審査基準が環境省から公表された。環境報告書の信頼性が確保され、中小企業へ広がる起爆剤となるか。

環境報告書は、2003年度には約900社が発行したと見られ、年を追うごとに広がりを見せている。

環境報告書に記載すべき内容を定める基準としては、環境省が発行する「環境報告書ガイドライン」や海外のNGOであるGRIが発行する「GRIガイドライン」がよく用いられてきた。これらのガイドラインは、あくまで記載することが望ましい項目を示すものであり、要求事項を明確に規定したり、審査基準を提供するものではない。

これに対して、自主的な第三者レビューの基準として一定の方向性を示したものが、この4月に環境省から

公表された「平成15年度環境報告書基準委員会報告書(作成基準)」と「平成15年度環境報告書審査基準委員会報告書(審査基準)」である。

作成基準は、環境報告書の審査を行うことを前提に、最低限、必要な記載内容を示す。環境省のガイドラインをベースに「環境に関する規制の遵守状況」など、8項目の記載を要求事項として定めている。

審査基準は審査の際に審査機関などが使用する基準である。財務監査の方法論を利用し、上記の8項目について、正確な情報を読者に誤解を与えない形で記載しているのが主に

審査されることになる。

本基準のパイロット事業にはいくつかの企業・団体が参加しており、2004年度版の報告書で本基準による審査を受けたものが一部で発行される。

また、今国会で成立した環境配慮事業活動促進法では、独立行政法人などの特定事業者が環境報告書を作成し、審査を受けることが義務づけられている。本基準は、その審査に使用することは明示されていないが、運用面では国内唯一の作成・審査基準として利用されることは間違いないだろう。

Global Reporting Initiative

NEWS Head-Lines 2004.04-06

経済

三井住友銀行が、7月30日まで「Web通帳キャンペーン」を実施。紙の削減を推進するため、Web通帳を契約した顧客に500円相当のポイントを還元し、1人当たり10円をWWFに寄付する。(5/11)

<http://www.smbc.co.jp/>

東京電力が、世界銀行の「バイオ炭素基金」に250万ドル出資することを発表。(5/14)

<http://www.tepco.co.jp/>

積水化学が「光熱費ゼロ住宅」居住者についての実態調査結果を公表。年間平均の売電額は9万3,731円で、買電額を2万1,304円分上回るが、「電気使用量は以前より多くなった」が全体の47%に。(5/27)

<http://www.sekisuiheim.com/>

政策

中央環境審議会が、「環境と経済の好循環ビジョン」をとりまとめ、公表。(4/16)

<http://www.env.go.jp/>

経済産業省と環境省が、2003年度の家電リサイクル法施行状況を公表。家電4品目(エアコン、テレビ、電気冷蔵庫、電気洗濯機)の国内出荷が前年度比8%減少となった中で、4品目の引き取り台数は3%の増加。(4/21)

<http://www.meti.go.jp/>

環境省が、第三者機関による温室効果ガス排出量検証ガイドライン(試案)を策定。(5/11)

<http://www.env.go.jp/>

農林水産省が、食料品に関するアンケートの調査結果を公表。食品中の残留農薬確認に対するコスト負担について、消費者の6割が「価格の10%までOK」と回答していることが明らかに。(5/11)

<http://www.maff.go.jp/>

経済産業省が、2002年度エネルギー需給実績を公表。最終エネルギー消費は1万6,024ペタジュールで前年度比1.3%増、エネルギー起源CO₂排出量は11,602億トンで前年度比3.0%増となった。(5/17)

<http://www.meti.go.jp/>

環境省が、2002年度の温室効果ガス排出量を公表。総排出量は前年度比2.2%増の13億3,100万tとなり、京都議定書が定める基準年(1990年)の総排出量を7.6%上回った。(5/18)

<http://www.env.go.jp/>

「環境情報の提供の促進等による特定事業者等の環境に配慮した事業活動の促進に関する法律」が国会で成立。(5/26)

<http://www.gov-online.go.jp/>

環境省が、企業の環境分野における社会貢献活動などを集約したデータベースを公開。(5/27)

<http://www.env.go.jp/>

資源エネルギー庁が、応募のあった大型家電量販店510店舗の中から40店舗を「省エネ型製品普及推進優良店」として正式決定。店舗ごとの評価ランキングも公表、1位はビックカメラ有楽町店に。(5/28)

<http://www.meti.go.jp/>

水質汚濁防止法の排水基準を定める改正法が公布。ほう素、ふっ素、アンモニア、硝酸・亜硝酸化合物の暫定排水基準を見直す。7月1日施行予定。(5/31)

<http://www.env.go.jp/>

国土交通省が、2004年度モーダルシフト促進アクションプログラムを策定。(6/2)

<http://www.mlit.go.jp/>

林野庁が、「日本の世界自然遺産のページ」を同庁ホームページに掲載開始。(6/7)

<http://www.rinya.maff.go.jp/>

農林水産省が、2003年の「食料品消費モニター第1回定期調査」の結果を公表。食品に対する不安では「輸入農産物・輸入原材料の安全性」がもっとも多い19.4%という結果に。(6/9)

<http://www.maff.go.jp/>

技術

中部電力が、三菱重工業と共同で石炭火力発電所で発生する、石炭灰を活用した新しいプラスチック原料「ブラッシュ」を開発。(4/15)

<http://www.chuden.co.jp/>

NECが、熱と外力によって変形したプラスチックを元の形状に戻せる形状記憶性と、マテリアルリサイクル性を併せ持つ植物原料のバイオプラスチックを世界で初めて開発。(5/17)

<http://www.nec.co.jp/>

産業技術総合研究所と、コープ低公害車開発など計10社・団体が、ジメチルエーテル(DME)を燃料とするトラックを開発。今後、耐久性や実用性を検証していく。(5/25)

<http://www.aist.go.jp/>

トヨタの新型「プリウス」のハイブリッド・システム(THSII)が、英・自動車専門誌主催の「2004年インターナショナル・エンジン・オブ・ザ・イヤー」でグランプリを受賞。(5/27)

<http://www.toyota.co.jp/>

社会

第2回地球観測サミットが開催。約43カ国とEU、約25の国際機関が参加し、「地球観測システム創設枠組み文書」が採択された。(4/25)

<http://www.env.go.jp/>

環境省が、低公害車約100台を集めた「エコカーワールド2004(低公害車フェア)」を6日まで開催。(6/5)

<http://www.env.go.jp/>

気象庁が、世界全体と日本周辺の最新の温暖化予測結果を踏まえ、2100年7月末～8月頃の関東地方における、晴れた日の気温予測を実施。日平均気温が都心部で1程度、それ以外の地域で1.5程度気温が上昇する見込みとなることが明らかに。(6/8)

<http://www.jma.go.jp/>

BOOKS 環境を考える本

図解 よくわかる WEEE&RoHS指令

日本電子(株) 応用研究センター 編著
日刊工業新聞社
価格1,890円(税込)

類書がなく待ちに待たれていた本。2006年7月以降のEUの環境規制。企業は限られた時間の中で、課題をクリアしなければならない。本書は、WEEE & RoHSの概要から具体的な基準設定方法、検査方法、測定機器と測定事例などが満載。ミツミ電機、セイコーエプソン、日本総研、分析センターなどの事例を紹介しながら解説する。企業の開発担当者、品質管理者などの実務担当者からマネジメント層まで必読である。



CSR 企業の社会的責任 事例による企業活動最前線

日本規格協会 編
日本規格協会
価格2,415円(税込)

CSRへの関心が高まってきているが、日本語の書籍は実はまだ少ない。本書は、昨年に日本で初めてCSRの手引き書を出版した、日本規格協会発行の第二弾。CSR導入、推進ガイドとして編集。日本企業の取り組み課題、推進体制、教育研修、活動内容を松下電器産業、日立製作所、ソニー、富士ゼロックス、リコー、オムロンなどの事例とともに紹介。また、社会的責任投資(SRI)のポイントなども解説する。



コモンプールの公共政策 環境保全と地域開発

数田雅弘 著
新評論
価格3,360円(税込)

コモンプール財とは、一般に、所有が特定の個人によらない、いわば「共同資産」と定義される。そのコモンプール財の適切な管理、運営システムの構築へ向けて、環境保全と同時に地域開発を考えていく。開発途上国の最適環境政策、エコツーリズムと地域開発などを検討。自然と人間の持続的発展を模索しようとする人々の協働に、新たな視点を見出す。企業、行政、市民団体、環境開発担当者を読んで欲しい1冊。



環境書5月度売上げベストテン ジュンク堂書店(池袋本店)2004年5月1日~5月31日

1	地球白書 2004-05 家の光協会	2,730円
2	ディーゼルこそが、地球を救う ダイアモンド社	1,680円
3	平成16年版 環境白書 ぎょうせい	1,600円
4	平成16年版 循環型社会白書 ぎょうせい	1,600円
5	200万都市が有機野菜で自給できるわけ 築地書館	2,940円
6	地球環境キーワード事典 中央法規出版	1,575円
7	環境学入門 7 食料と環境 岩波書店	2,940円
8	ここが違う、ドイツの環境政策 白水社	1,785円
9	演習 環境リスクを計算する 岩波書店	3,675円
10	平成16年版 環境六法 中央法規出版	6,300円

価格はすべて税込

白書などの最新版が上位に。これらの書籍は、新刊時だけでなく通年のロングセラー。資料性の高さがよくわかる。5位はキューバの農業環境政策。8位の関連書は引き続き動きがよい。なかでも環境だけでなく、建築の街づくりの棚でも売れているのが「サステイナブルシティ EUの地域・環境戦略(学芸出版社)である。また、風力発電、バイオマスなどのエネルギー関連書も好調である。

泊ってみたい! エコロジカルホテル

ヒルトン東京ベイ(千葉県浦安市)

東京駅から電車でわずか15分の、リゾートエリア舞浜。南国のリゾートを思わせる椰子の木々が並ぶ海沿いは、解放感に溢れている。その中で、美しいカーブを描く外観がひときわ目を引くのが、東京ディズニーリゾート®のオフィシャルホテル「ヒルトン東京ベイ」。

このホテルは、世界で5番目、東アジアでは初めて5グローブのエコテル(ECOTEL)に認定された。エコテルとは、環境に配慮するホテルに与えられる称号。アメリカに本拠を置くコンサルティング会社が定めた、5つの「グローブ(地球の意味)」と呼ばれる各項目の必要条件をクリアすることによって認定される。

ヒルトン東京ベイでは、生ゴミの堆肥化やリサイクルの徹底だけでなく、使用済みOA用紙を100%原料とした特注のトイレトーパーを客室以外の館内で使用したり、植木やトイレの水洗に再利用水を使用する取り組みなどが評価につながっている。

ホテルはある種、贅沢を提供する場。ゴージャスな雰囲気を出すホテルの舞台裏にある、並々ならぬ環境への気配りを見つけるのもまた、楽しみの一つかもしれない。

ヒルトン東京ベイ Tel: 047-355-5000 (代表)

〒279-0031 千葉県浦安市舞浜1-8
JR舞浜駅下車、ディズニーリゾートライン「ベイサイド・ステーション」より無料シャトルバスあり
<http://www.hiltontokyobay.jp/>
客室料金(税・サービス料込): 28,000円 ~ (1室当たり)



客室からは、東京湾と東京ディズニーランド®・東京ディズニーシー®の景観が楽しめる。



「エコテル」の認定証。ヒルトン東京ベイでは、5グローブを取得。



舞浜の護岸クリーンアップに取り組むホテル社員。

編集後記

CSR(企業の社会的責任)に関する意識が高まってきている中、本誌でも、より幅広い視点から、皆さまへの情報発信ができればと考えております。皆さまのご意見、ご感想をお待ちしております。(朋)

5月26日、環境配慮事業活動促進法案が国会で成立した。この第五条は、「国民は、投資その他の行為をするに当たっては、環境情報を勘案してこれを行うように努めるものとする」と書かれている。今後の社会的責任投資の拡大に期待したい。(英)

夏至(6月21日)までの3日間、全国一斉の消灯を呼びかける「100万人のキャンドルナイト」が、今夏も各地で行われた。その期間中、私はあるアーティストのコンサートに参加していた。アンコールが始まると、メンバー全員がキャンドルを手に登場。微かな光の中、奏でられたその曲は、確実に聴衆を魅了していた。今号の特集では「スポーツと環境との関わり」を取り上げているが、スポーツや音楽のように多くの人々が関心を持つイベントで、環境への配慮がさりげないメッセージとして発せられることで、官庁や企業、一部のNPOなどが中心となりがちだった環境への取り組みが広がりを持つだろう。(堀)

本誌をお読みになっただご意見、ご感想をお寄せください。
また、環境問題に関するご意見もお待ちしています。

本誌「SAFE」はホームページ上でもご覧いただけます。

<http://www.smfg.co.jp/aboutus/environment/index.html>

本誌の送付先やご担当者の変更などがございましたらご連絡をお願いいたします。

広報部: 早川 Tel: 03-5512-2688

SAFE vol.49

発行日 ————— 2004年7月1日(隔月刊)
発行 ————— 株式会社三井住友フィナンシャルグループ 広報部
〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-1-2
Tel(03)5512-2688 Fax(03)3504-8351
監修 ————— 株式会社日本総合研究所 創発戦略センター
企画協力 ————— 株式会社三井住友銀行 三井住友カード株式会社
三井住友銀リース株式会社
編集 ————— トップラン エディトリアル コミュニケーションズ株式会社
印刷 ————— 凸版印刷株式会社

本誌掲載の記事の無断転載を禁じます。 本誌は再生紙を使用しています。



2004年7月



古紙配合率100%再生紙を使用しています