

地域から地球の環境問題に取り組んでいます



環境連情報

第3号 平成27年1月

(目 次)

平成26年度環境コミュニケーションセミナー（平成26年11月25日）……………(2)

 あいさつ 黒田 農氏（岩手県環境生活部環境保全課環境調整担当課長）

 講 演 「リスクコミュニケーションの必要性和事業者の役割
 ～川口印刷工業の活動を踏まえて～」

 高橋 良和氏（川口印刷工業(株)環境担当 環境カウンセラー）

 事例紹介 「株式会社クレハいわき事業所における環境コミュニケーション」

 佐川 正氏（(株)クレハ生産本部いわき事業所取締役専務執行役員事業所長）

 ◇ ◇ ◇

平成26年度「環境報告書作成研修会」参加者アンケート結果……………(13)

 ◇ ◇ ◇

平成27年度岩手県再生資源利用認定製品の認定申請受付について……………(14)

発行：岩手県環境保全連絡協議会
事務局 (有)アウスレーベン研究所内
電話 019-621-1890
mail : kanporen@isop.ne.jp

平成26年度環境コミュニケーションセミナー (2014.11.25)

あいさつ

黒田 農氏 (岩手県環境生活部環境保全課環境調整担当課長)

講演

「リスクコミュニケーションの必要性と事業者の役割～川口印刷工業の活動を踏まえて～」

高橋 良和氏 (川口印刷工業(株)環境担当 環境カウンセラー)

岩手県外の先進事例紹介

「株式会社クレハいわき事業所における環境コミュニケーション」

佐川 正氏 (株)クレハ生産本部いわき事業所取締役専務執行役員事業所長)



平成26年度環境コミュニケーションセミナー

【主催者あいさつ】 黒田 農氏

企業にとりましては、環境負荷提言、公害防止は永遠の課題かと思えます。経済が停滞している状況ではございますが、企業が自主的にこういった問題に取り組んでいくことが次のステップの始まりとして、非常に重要かと思えます。

今回は環境コミュニケーションの重要性を確認いただくとともに、具体的な取り組みをご理解をいただくことを目的に岩手県環境保全連絡

協議会との共催でセミナーを企画しました。

本日は、環境カウンセラーの川口印刷工業株式会社の高橋様から実際の取り組みを踏まえてご講演をいただきます。そのあとで、福島県いわき市にあります株式会社クレハの佐川様より、県以外での取り組みの事例を紹介していただきます。有意義なセミナーにしたいと思います。意見交換しながら積極的にご参加いただければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

【講演】高橋 良和氏
「リスクコミュニケーションの必要性と事業者の役割」

私は県庁の方から大会社だけでなく盛岡でも環境コミュニケーションをやりたい、取り組んでもらえないかと要請され、川口印刷では平成17年から始めました。16年には関東自動車の環境コミュニケーションを見学して、その後、6年間、環境コミュニケーションを開いてきました。

1回目と最後の方では考え方が違ってきて、やり方も変わってきました。そのことを皆さんにお伝えしたいと思います。会社に帰ったら講師の立場で今日のようなセミナーを開いて環境活動に励んでいただきたいと思っています。

環境活動に対する考え方はかなり変わってきています。以前はISOを取ることを環境活動だと言っていました。しかし、これも変わってきていて、川口印刷も3年ほど前に費用対効果ということもあってISO14000と9000の更新をやめました。しかし、環境活動は、どんな時、どんな場所でもやっていかなければなりません。

私は去年、釜石で開かれたエコスタッフ養成セミナーで講師をやりました。釜石は雫石から遠いので、前泊していろいろ準備しました。

釜石の会場には、仮設住宅から来た人が3人いました。その中に小さい船を造る会社の社長さんが「まだ見通しがたたない」ということで参加されました。そういう人たちに向かって話をすることは、なかったのですが、自分の経験などを話をして、何とか受け入れてもらえたかなと思いました。社長さんからも「良かったよ」と言われたので、余り変な話はしなかったと思います。震災があっても環境を考えていかなければ、会社は成り立たないと思っています。

まず、「リスクコミュニケーションの必要性と事業者の役割」についてですが、会社にはそれぞれ目的があると思います。それをしっかり捉えておいてほしいと思います。

川口印刷で6回、環境コミュニケーションを開催しました。開催すれば、必ずその会社のためになりますから、ぜひ、気軽に開いてほしいと思います。失敗ということ

はありませんので、1回目より2回目と、ステップアップしていけばいいと思います。

会社側と地域住民やステークホルダー（お客さんとか利害関係者）、お客さんの顔合わせぐらいに思ったほうがいいと思っています。環境の数字は羅列して話しても、地域の人にはなかなか分かってもらえません。

環境コミュニケーションを開く会社は、環境に関する数字はいいに決まっているんです。1回目、2回目、3回目とそればかり発表して「こんなにいいんですよ」と話しても、一般の人は分かりません。何となく環境をアピールする場所にすればいいと思っています。

最初はパワーポイントとかも使いましたが、そうすると、なかなか皆さんと目を合わせて話すことができません。ですから環境カウンセラーの活動とか、県から委託されている地球温暖化防止活動推進員の活動でも、レジメを持って皆さんの列のところに立ち、質問したり、会話しながら進めています。そういうスタイルがいいと思います。

環境コミュニケーションも最後の2回は、そういうスタイルを取ってやりました。地域の人と親睦を深めるぐらいの感じでいいのかもしれない。

環境コミュニケーションの必要性と重要性は、単に知識や情報のやりとりではなく、信頼感をもって次の段階に推進するための一歩だと思ってほしいと思います。

次の段階は何かというと、川口印刷の場合ですと、会社が地域貢献活動を考えた時に協力してくれる関係をつくることです。今は、そんなことは少ないと思いますが、会社に問題が発生した時にいろいろな相談に行ったりできるのではないかと



セミナーで講演する高橋さん

思います。

それから、思ってもみなかったことは、開催することで地域の人と会社に、ほどよい緊張感が生まれて、それによって社内の見直しが図れたということです。社内の見直しとは、会社の環境活動に地域住民の視点を入れたことです。

本来、環境活動は、自分の会社が良ければいいというわけではありません。自分たちが使ってきた物とかを大気に放出しないように、河川に流さないように、地下に浸透させないようにということが大事ですから、そこには地域住民に迷惑をかけないという視点があります。そういった視点を振り入れることが出来たと思っています。

環境コミュニケーションの開催方法と課題ですが、1回目の当日の予定表、6回目の予定表を資料の中に入れてあります。内容が全然違うと思いますから、見てもらいたいと思います。

開催するとなると、皆さんは緊張する、社長も大変心配すると思います。最初から企業独自で開催するのは難しいのであれば、積極的に行政の力を借りるといいと思います。川口印刷の場合、県と盛岡市と、会社がうまくバランスが取れて、非常に助かりました。

県は環境コミュニケーションを開く時に、司会をやってくれました。参加している皆さんに「今日の環境コミュニケーションは、川口印刷の好意で開いております。ですから余り変な質問とかは控えてください」とひと言言ってもらえたので随分助かりました。

最後の6回目は、人集めに市の力を借りました。人を集めるのはなかなか難しいので、市の広報に何月何日に環境コミュニケーションがあるので、興味のある方は参加してくださいと告知してもらいました。

その地域を受け持っていた市の担当者が地域の世話役を知っていたので、その人を通じて各区長に参加してもらうよう骨を折ってもらいました。

一番困るのは人を集めることです。環保連さんは企業との付き合いがあるので、企業さんに協力してもらえます。私たちの場合は、市民がメインだったので、人集めが難しく思いました。最後のときは、公民館の環境活動をやっている人たちとうまく話がとれたので、そこと協働で計画して開

くことができました。

人を集めることが一番大変なんだということを、ちょっと頭に入れておいてほしいと思います。経営者は失敗を恐れます。何を持って失敗とするかという、悪い評判がたつことです。でも、環境コミュニケーションを開こうとする会社に変なのではないので、大丈夫です。一方通行で環境の数字ばかり話をて終わるのは、むしろ私は失敗だと思います。

社長が思う失敗と開催担当者が思う失敗は多分違うので、そこは安心していいと思います。会社は評判が悪くなるのが全てですから、変な質問が出て、県が司会してくれますから、安心してやってほしいと思います。

うちは社長がやろうというので、準備会を3回ぐらい開きました。社長にも出てもらっていろいろ準備しました。会社の一大行事でした。前の駐車場を空けたり、「皆さんよくいらっしやいました」という張り紙を作ったりしました。

今思えば泣きたい気持ちでしたが、一旦開いてみると、そういうことはそれほど大事ではありません。体裁を考えたり、社長が参加するので総務部の人や神経質になりますが、それに踊らされないで開くことが大事です。

1回目を開くのは大変かもしれませんが、クリアしていただきたいと思います。以上のようなことが環境コミュニケーションについてです。

その他として、環境マネジメントシステムがあります。リスク管理の必要性と重要性ということがあるのですが、自分たちは良いと思ってやっていることが、知らず知らずのうちにリスクを犯していることがあります。

花巻で起きたことですが、動物の死骸を保管して悪臭を放つというので、県から随分指導を受けた会社がありました。その会社が倒産したので、関係する組合が処分することになっていたのですが、会社に余裕がなくなってくると、どうしても誤魔化したりしますから、リスクとして把握しておく必要があります。

川口印刷は盛岡南インターのところにあります。羽場という地域です。2、3週間前に用水路に油が流れ込みました。川口印刷はその下流にあるので、調査には来なかったのですが、オイルを詰め

込んだオイルが入っていたドラム缶に穴が開き、200リッター流れたということでした。

鹿妻堰は農業堰ですから、そういうものが入ってしまうと、お米を育てるために田んぼに引いているので、影響は大きいです。夏だからいいとか、秋だからだめという問題ではないです。リスクを把握しておかなければなりません。ISOではリスクは法律上よりもむしろ、自分たちが目的にして取り組んでいます。

私は会社で個人情報保護法の担当もやっています。個人情報はリスクをすごく重要視しています。個人情報保護は法律に則ってやる仕組みなので、全部守らなければならない。テレビカメラをつけてやればいいのですけれども、会社によってはコスト的にやらないところもありますが、考えられるリスクは全部把握しておく必要があります。できること、できないこと、残っているリスクはどういうものがあるかなど、予め把握しておく必要があります。予め予測しておくのがいいと思います。

皆さんの会社でも環境目標があると思います。会社全体の目標は大雑把に、個々の部署の目標は具体的に考える視点が必要かもしれません。

川口印刷では俗にいう「紙ゴミ電気」から抜け出せなくて、品質と環境のISOとなかなか一緒にできませんでした。コストのこともあってISOは3年前にやめました。うちの会社でも印刷をやっている人ばかりではありません。デザイナーもいれば経理もいる、総務もいる、そういう人に「紙ゴミ」という目標をもたせて、縛りをかけてやらせてしまったことは、ちょっとまずかったと思っています。

お客さんに言われても言われなくても、環境にやさしいような紙を使う、インクを使う、そしてデザインする。デザイナーが一番環境を知ってなければならないと思っています。私たちがISOを取るときにはデザインは関係ないと思って端っこに追いやっていました。

ですが、お客さんに製品がいく、モノがずっと残るわけですから、デザインこそ大事だと思いました。今は新入社員が来れば、私が半日時間もらって、デザインと環境のお話をするようにしています。

デザイナーこそ環境にやさしい材料を使って、

環境にやさしい処分ができるような提案をしたり、お客さんに頼まれた希望のデザインをしていく、その3つを把握したデザイナーになってほしいと話をしています。

皆さんもいろいろデータを取っていると思いますが、ややもするとデータを取る目標でデータを取っているくらいがあると思います。

データは次に生かすために取る、電気代のデータとか水道代のデータとか、ずっととっておいて5年ごとの見直しするとか、そういう時に効果が出てくるのです。

ごみの量とか、リサイクルの量とか、きちんとデータを取ってないただめですが、義務的になってくると、余り考えないでデータを取ってしまったケースもあります。

皆さんの会社でも、データを取る担当の人がいると思いますが、次に生かせるように、あるいは営業に話す、あるいはデータに語らせる。データを取ったということで安心しないで、ぜひ次に生かせるような取り組みをしてほしいと思います。

川口印刷は、昔は大変だったのですが、今は管理しやすい会社です。昔は毒激物もたくさん使っていました。今はほとんどないです。良い紙とか環境にやさしいインクを使っています。こういうことも環境活動の一つにしています。

岩手県が進めている、いわて地球環境にやさしい事業所、皆さんの中でとっている会社もおられると思いますが、岩手県は北東北3県の中でずいぶん厳しいです。3年ごとの見直しがあったり、区分がいろいろ厳しい。仙台は登録すればいいので、1年ごとに更新していけばいい。青森県はそこまでの厳しさは求めています。

いわて地球環境にやさしい事業所認定というのは、エコスタッフ講習を受ければスター1というランクが取れますし、エコ検定を受けて1年活動していれば、同等の資格が取れます。

岩手環境学習応援隊という登録もあります。県のホームページに載っています。次は環境配慮実践事業者という認定制度もあります。それからカーボンフットプリント検定に合格しましたが、これは東北で取ったのは川口印刷が初めてです。印刷会社では、そんなないです。24年7月に取りました。ひたすら難しかった。こういうのも取れ

る会社だよということをアピールしたかったのです。

皆さんの業界でも環境に配慮するものがあれば、積極的に取ればいいと思います。

公害防止管理者も川口印刷の規模であれば、特にいらないのですが、いらないから取らなくてもいいということではなくて、より厳しい目で見れるようにということを話しています。このほかに、ボイラーや消防に関する資格も取らせるようにしています。特別管理産業廃棄物管理者もあつたほうがいいです。それから衛生管理者です。

有機溶剤の責任者を置かなければならない事業所からは外れていますが、一応資格を取っています。環境とは直接関係ないかもしれませんが、印刷を主体にしたメディア・ユニバーサルデザインの資格も取らせています。エコスタッフ認定者、他に会社に余りないと思いますが、地球温暖化防止活動推進員、岩手県環境カウンセラー、期限は切れましたが環境審議会の委員、盛岡商工会議所のエキスパートバンクに登録してますし、岩手県中央広域振興圏経営懇談会委員とか、JAF認定エコ・アドバイザーとかエコ・ドライブ講習会なども取らせるようにしています。国家資格ではないですが、環境を守る管理者を会社の中で育てています。

外に出していろんな人と話をさせたり、付き合いをさせたりして、会社の経験を地域で生かしてもらう。地域のそういったことを会社で生かしてもらうことを狙いでやっています。あまり岩手県の企業ではないと思いますが、積極的にやっています。

大きい受賞はないですが、平成21年度第1回CO₂削減コンテストで優秀賞、平成23年度環境保全優良事業所表彰、平成24年度ecoアクションコンテスト2012で優秀賞を受賞するなどを受賞しています。今までの活動の延長線でこういうことがあったと思います。参考にしてもらえればいいかもしれません。

川口印刷は商売を始めて今年で110年になります。羽場に移転してから17年が経ちます。地域で育てられたという意識が強いです。

エコスタッフとか環境コミュニケーションが一番大きい経験は、社内に留まって環境ばかりやっ

ている時代は去る時が来ていくということです。一歩外に出て、いろんな資格を生かしたり、県の資格を取ったり、環境審議会に自分から立候補するなど、外の風に当たり、それを会社に持ってくる。相乗関係が環境活動につながっていくのなかと思っています。

平成7年ごろの川口印刷には、環境という概念が余りありませんでした。ただ、環境にやさしい工場とは言われておりました。何年かしてISOが出てきました。ホームページを見てISOが載っていればよしとする空気がありました。今は出来るだけ地域に貢献することが叫ばれています。環境という範囲からCSR(地域貢献)になっています。もっと大きい会社は地域に貢献するだけでなく、地球環境に貢献する時に来ているのかもしれませんが。ぜひ皆さんには、こういう輪を広げていってもらえればと思います。

環境は会社でやっているからそれでいいとか、家庭でやっているからもういいんだということではありません。人間が生きている限りは環境に悪さをしています。地球人口70億人というのは、地球の許容範囲を超えていますから、人間の活動そのものが地球に悪いということになります。

会社の中だ、外だ、家庭だという区別はないはずですが。環境に良いことは何か、悪いことは何かということをもそれぞれつかんで、その活躍の場を家庭や会社、あるいはその両方で、これから必要だと思っています。

今日は環境に良いことは何かということをも、改めて考えてください。川口印刷でもミスとかロスがたくさん出ます。課長はミスする人に何でそんなにミスするんだとガミガミ言っています。「分かりました。気をつけます」「気をつけろ」と言ってもまたミスを犯す。

ガミガミ言う前に何がミスか、何がロスを分からせなければだめです。例えばペラの紙があつて、これが途中で折れたのが不良品だとすれば、これとこれを比較すればどれが良品か不良品かすぐに分かるでしょう。印刷会社はいろんな工程を経てきているので、「ここがちょっと折れ曲がったら不良品になるので注意してください」という教え方をしなければだめです。何が環境に良いか悪いかその根本的に分からないと出来ないと思

ます。

環境でミスがなく、ミスのなり始めとか、機械の特徴がこうだからこういうミスが起きることをきちんと話しておかないとミスは減らないということもあります。環境に良いことは何かということを感じなければなりません。

今の冷蔵庫は年間5千円とか1万円ぐらい安くなります、だから買い換えたほうがいいですよと宣伝しています。でも私は、今ある冷蔵庫をきちんと使いこなして、いよいよだめになったら冷蔵庫を買う賢い消費者になってほしいと思います。

安いのは分かりますが、新しい冷蔵庫を買うと、今使っている冷蔵庫はごみになります。そういうことも考えていかなければいけない。わたしたちはまず、使えるものを工夫して使うことが大事だと思います。

今の冷蔵庫は凍らせるところ、冷やすところに温度設定がついてます。皆さんの家庭で一年中温度設定が同じであれば、考えたほうがいい。夏場の部屋の温度、冬場の部屋の温度が違っているわけです。夏場は中にして冬場は少し弱くしてもいいのかもしれない。

温度を春夏秋冬変える必要はないですが、せめて夏場の冷蔵庫の設定温度を中ぐらいにする。冬場は小ぐらいにするそういう使い方はする必要があります。

それから冷蔵庫に何が入っているかという問題もあります。冷蔵庫に入れなくてもいい物まで入っていませんか。

皆さんのご家庭で家庭菜園をやっているのだったら、自宅で採れたキュウリとかトマトとか冷蔵庫に入れなくていいですね。それは新鮮だからです。スーパーから買ったのは冷蔵庫に入れたりして、さらにまた先に伸ばして食べる。地産地消という言葉があります。地元で買った野菜は冷蔵庫に保管しないほうがいいなということです。

冷蔵庫は食品倉庫みたいになっているらしいです。確かに今は、焼肉のたれも何種類もある、ドレッシングも何種類もある、酢も一種類だけじゃない。そういったものを全部冷蔵庫に入れるのは、それはそれで仕方ないのかもしれない。でも、せめて冷凍庫は1年に1回出し入れをして、冷凍庫で保管して安心しているものありませんかということ

です。賢い消費者はまず周りを見回して、それで、いよいよ冷蔵庫が壊れて買わなければだめだという時には、自分が冷蔵庫を使いこなしているわけですから、電器屋さんに行っても、こういうのくださいと多分言えると思います。

テレビの宣伝に躍らせていると、年間5千円とか1万円安いかもしれませんが、賢い消費者ではない。躍らされて買いに行く消費者は、自分が欲しい冷蔵庫よりも電器さんがいっぱい仕入れた売りたい冷蔵庫を買わせられるケースが多いかと思っています。環境にやさしいのは何かというのをテレビ宣伝以外で自分で知ることが大事です。

環境の講習会に行くと、最後に司会者が皆さんは明日から出来ることを一つでも二つでもやっていきましようという話になりますが、今までやっていないことを新たにやるのは難しい。一週間もすれば忘れてしまいます。

皆さんの活動の中で環境に良いかどうか分からないけど、こだわりがあるというものが多分あると思います。そういう中から、これは環境にやさしいんだということを気づいてほしいと思います。

知らず知らずにやっていること、趣味でやっていることの中に環境に良いかどうか見直してほしい、気づいて欲しいんですね。気づいたら環境に良い方法を深めてほしい。次に水平展開してこういう場合はどうなのか考えてほしい。環境活動は自分で意識して行動することが継続するポイントかなと思います。

環境を考える時は入り口、つまり原料、利用、家庭で使う時、そして使い終わった時、出口、ごみになる、この3つのトータルで環境に良いかどうか判断すると、よりズレがないと思います。これはどんな原料か、産地はどこか、宣伝に踊らされていないか、だめになったらどうするのか、使い終わった後どうするのか、幅広く考えてほしいと思います。

食べる量の料理を作ることが大事なことですよね。例えばお豆腐料理。一丁100円のが二丁で150円であったとすれば、多く買って、多く作ってしまうことになってしまいます。あるいは冷蔵庫に寝かせて、結局は腐らせてしまう場合もあります。ですから、食べる量の料理をすることも大事なことです。

買う段階から考えれば、自然にごみは減ります。値段で損したというのは、私たちの価値観としてありますから、安い物を買っても結果的に捨てる。あるいは無理して全部作って8割食べても2割を捨ててしまうかもしれない。前の工程で考えるほうが選択肢が広がってくるということになります。

県は3R、あるいは4R活動をしています。リサイクルはごみを減量して再利用するというものです。古着を再利用するのはリユースです。

例えば鉄は鉄鉱石からつくる鉄、リサイクルから使う鉄があります。本来、鉄鉱石からつくった鉄のほうが品質がよく、車のボデーやジュース缶にしたりします。

鉄くずからとった鉄は、不純物がありますから、そういうものには使えない。何にするかという鉄筋として使われます。ひところ中国では北京オリンピックで建設ラッシュでした。日本からの鉄くずを使った鉄筋が中国にずいぶん行きました。日本から鉄筋を買うよりも鉄くずを使ったほうが安いということで、鉄くずが売れた時期がありました。建設ラッシュが終わると鉄くずの輸出は止まってしまいました。

本来、鉄くずをしゃかりきに集めても、使い道はそんなにありません。一つ前のリユースとカリデュース、繰り返して使うあるいは使う量を減らすというほうがもう少し効果があります。3R運動と言っても県は重要度を分けていると思います。最初から考えたほうが効果があることを心得てほしいと思います。環境というのは、賢い消費者になることが一つのポイントです。

調べてみると、5Rというものもあります。例えばリペア、修理して使うというのが入っています。10Rというものもありました。10番目にリラックスというのがありました。肩肘張らず、リラックスして環境活動をやりなさいという意味かもしれません。

照明をLEDに変えている会社がたくさんありますが、川口印刷では、平成7年に32ワットのHFの蛍光灯が出始めた時に建設会社にかかけあって580台を全部HFの32ワットの蛍光灯にしたので、LEDに変えてもメリットがありません。

その製品を入れて、会社で効果が出るかどうかと環境にいいかどうかは違う問題です。本質を知

ることが重要です。いろんなことに気づくためには、知識が必要です。環境に良いのは分かって、それが、会社の役に立つかどうか、それを買って役に立つかどうかを判断しなければなりません。

私は昔からネスカフェエクセラを飲んでいました。環境にやさしいと感じたのは、エクセラは、切り込みを入れラベルを少なくしました。くびれを入れて持ちやすくしました。人にやさしいは環境にもやさしい。環境に優しいと人に優しいと考えられると思いました。

ふたは、回す回数ができるだけ少なければいい。例えば、ネスカフェは、4分の1回転で開きます。今までは紙にボンドをベロンとつけて貼ってました。紙を取ろうとしてもなかなか取れなかった。ところがシールになったので、すっと剥がれる。随分研究したと思います。自分のお気に入りが入りがそういうものだったのが、嬉しいので人に話したくなる。そういうものが皆さにもあると思いますので、それを見つけるのも環境の一つの楽しみかもしれません。

トイレの使い捨ての便座シートは、座った時にひやっとしないし、3回か4回洗って利用ができるので、環境にやさしいと判断すれば使えばいいし、ごみになるのでだめだと思えば使わなければいい。24時間ヒーターして、使う時は何分です。それで電気をつけっぱなしにするのはもったいない。会社でも家庭でもそういうことを考えをほしいなと思います。

平成22年の環境報告会では、「川口さんは今どういう環境活動をしていますか」という質問が出ました。私は「今皆さんにこういう形で環境報告会が開けている。それが私たちの環境活動です」と答えたら納得してくれました。環境コミュニケーションを開こうとしている会社は、公的な決まりは守っているはずなのです。あえてデータを出してやるというのはどうかなと私は考えます。例えば会社の敷地に広い所があるから、お子さんと一緒に来て遊ばせていいので、環境報告会に来てくださいでもいいのかもしれませんが。

大事なのは、その会社がどんな状態でも環境報告会を計画してやるということだと思います。

規定の時間となりましたので、これで終わらせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

【事例紹介】佐川 正氏 「株式会社クレハいわき事業所における環境コミュニケーション」



株式会社クレハは、1944年6月に創業。東京・中央区に本社があります。資本金は125億円、売上高1,481億円（連結、2014年3月期）、営業利益は119億円（連結、2014年3月期）

です。グループ企業は37社あります。

いわき事業所は福島県いわき市に工場があり、約111万5千㎡の広大な敷地を持つ。社員数は約1000人。関連会社の社員が約2000人、合わせて約3000人が働いている。家族を含めると1万人を超えます。

主な生産品は、自動車部品や電気・電子部品に使用される機能樹脂、高温炉などの断熱材に用いられる炭素繊維、ハイブリッド車や電気自動車へ搭載されるリチウムイオン電池の部材、家庭用ラップをはじめとする食品包装材の原料、慢性腎不全用剤の医薬品など、クレハグループのマザー工場としてモノづくりに取り組み、多様な製品を世界に供給しています。

いわき事業所の環境コミュニケーションについて紹介します。全社のCSRレポートは毎年発行していますが、いわき事業所では双方向コミュニケー

ション紙の「にしき」を発行しています。事業所の所在地がいわき市錦町にあるので、この名称になっています。

2003年からCSR地域対話集会を開いています。毎回、自治体、消防、警察、地元の自治会の方々など約120名ぐらいにお集まりいただいています。地域環境懇話会は地域の有識者の方に集まっただいて、「世間ではこういうふうに言われているぞ」「こういう噂があるけれど、どうなんだ」とか、切り込んだ耳の痛い話をあえて聞かせてもらえるような会です。

地域対話集会は2003年に「RC地域説明会」という名称で第1回を開きました。開催するにあたって、クレハはどのように見られているか、どのように伝えたいかといういろいろ考えました。工場では化学物質を扱っているので、環境対策や保安防災対策をどのようにしているのかを伝えることで、地域の人たちに安心してもらい、それによって従業員も安心して働くことができるようにしたいと考えました。

説明会では、生産している製品と生活の関わり、環境に配慮した製品づくりへの取り組みを紹介するため、製品の展示や説明員を配置した。

また、RCとは何か、環境負荷の低減に対する取り組み、保安防災・労働安全への取り組み、地域の人たちとのコミュニケーションへの取り組みについて説明し、終了後のアンケートでは87%の方々から「理解できた」という評価をいただきました。

1回目の反省では、「説明ではなく対話ではないか」ということが出されました。そのため、2回目は「地域の皆様との対話による相互理解」ということをキーワードに掲げ、分かりやすく、地域の人たちの視点からの説明を心がけようということになり、名称も「地域対話集会」に改めることにしました。

その後、これまで12回の対話集会を開催してきました。発表内容は、化学物質の排出削減対策、臭気抑制、二酸化炭素排出削減などのほか、東日本大震災後は災害時の防災活動など毎回さまざまなテーマで行っています。

双方向コミュニケーション紙「にしき」

第34号
「にしき」





延べ25項目について発表してきましたが、発表回数でいうと、保安防災が7回、臭気抑制・化学物質排出抑制が5回、エネルギー管理や温暖化対策が4回などとなっています。

3回目以降は産業廃棄物の中間処理などを行っているクレハ環境などグループ会社の発表も始めました。ダイオキシンの取扱い、PCBの処理などでかなり先進的なことをやっていますので、その紹介もしています。

これまでの対話集会で発表してきた主な事例を紹介します。

化学物質排出削減対策ですが、PRTR法に基づく届出対象の物質数、いわき事業所では2014年度には21物質を届出しています。

化学物質の排出量の削減では、1995年度対比で2014年度は約93%削減できる見込みです。活性炭吸着回収装置、燃焼除去装置、圧縮冷却回収装置を設置するなどの対策の結果です。

エネルギー管理では、CO₂排出量の削減は1990年度比で2012年度までにマイナス10%削減の目標を掲げて取り組み、発電ボイラーを更新したこともあって、08年以降は目標をクリアしています。ボイラーの更新で、窒素酸化物、硫黄酸化物、ばい塵の排出量も低減しています。

エネルギー対策の今後の取り組みとしては、日常省エネ活動を継続しながら、室内照明のLED化、送風機やポンプ等の省エネ機器への更新、太陽光発電パネルの設置などに取り組んでいるところです。

保安防災強化への取り組みでは、震災以前から有機ガス漏洩、熱媒油漏洩、火災等の被害を想定

して毎年、総合防災訓練を実施しています。直近では11月7日に福島県沖を震源とする震度6弱の地震が起こり、第1石油類漏洩と火災が発生したという想定で訓練を実施しました。

この訓練では、公設消防隊は地域の火災、避難誘導を優先しているため、自力での災害鎮圧をしなければならないことから、緊急時に迅速、的確な行動ができることを目指しました。

11月11日には、石油コンビナート等の自衛防災組織の技能コンテストなども実施しています。

リスク抽出活動についてですが、人身事故発生リスクの撲滅運動を2013年から展開しています。

私は2013年の4月にいわきに赴任したのですが、いわき工場ではありませんが、4、5月に軽微な人身事故が3件ぐらい続きました。これではダメだ、お金はいくらかかってもいいから、人身事故のリスクをすべて改めて見直せと指示しました。

クレハだけでなく、事業所内で作業をしているグループ会社や協力会社の視点で感じたリスクも抽出してもらい、全体で約1,900件、今年もさらに500件寄せられています。2013年から3カ年計画で対策を実施することにしています。

運動は「自分の身を守り、仲間の身を守る、それは家族や地域社会を守ることに繋がり、地域から真に信頼を得ることに繋がる」スローガンにしています。

東日本大震災の時は、支援活動といっても、何をやったらいいのかわからないような状況でしたが、とにかくやれることをやろうと、義捐金を届けたり、支援物資の調達や提供、会社の施設でお風呂も提供しました。

支援物資は、「あれが足りない、これが足りない」というと、全国からたくさんの支援が寄せられ、それを現地に届けましたし、ボランティアもバスなどで後片付けなどにたくさんの人が参加しました。

地域とのコミュニケーションでは、スポーツフェスティバルを開催して約2,200名が参加しました。

スポーツフェスティバル



小学生の事業所見学



事業所見学や近隣小学校への理科授業への支援もやっています。清掃ボランティアには1回500人ぐらい参加しています。いわきおどりにも参加しています。

最近、地域に何か恩返しをしなければということで、障がい者の雇用を目的に「さんしゃいんクレーハ」という会社を今年の7月につくりました。身体障がい者2名、知的障がい者3名、精神障がい者4名の合わせて9名、管理者とスタッフ合わせて7名の会社です。身体障がい者も大変ですが、知的障がい者や精神障がい者の就職は本当に大変です。卒業しても就職できるのは1人、2人といった状況のようです。

コミュニケーションがうまく取れないけれども、パソコンを使わせると天才的というような子もいます。いろいろなデータ入力をして、すごく集中しますから、うちの営業所の社員がやるよりも早くて正確です。

きちんと賃金を払えるのか、健康状態を維持できて働けるのか心配もありますが、一人前の仕事ができるように、そうして一人前の給料を払えるようにしようと考えています。仕事をして自立できる、自活できるようにしたいと思っています。来春も3名入社予定です。

近隣小学校への理科授業への支援



事業所周辺の清掃活動



いわきおどりに参加



地域の信頼を得ないと会社は成り立ちません。有り難いことに社員のほとんどは会社の周辺に住んでいますから、地元の方が毎日工場に査察に入っているようなものです。ちゃんとやっていなかったら、すぐ外に出てしまいます。うそはつけません。それがうちの会社の一番いいところかもしれません。

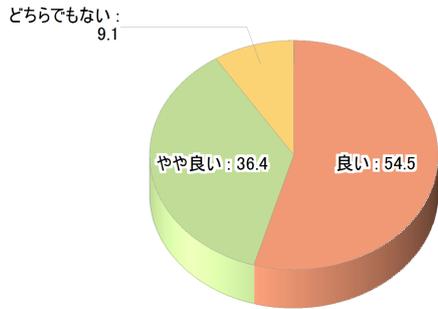
時間がきたようですので、これで終わります。ありがとうございました。

■「平成26年度環境報告書作成研修会」参加者アンケート結果

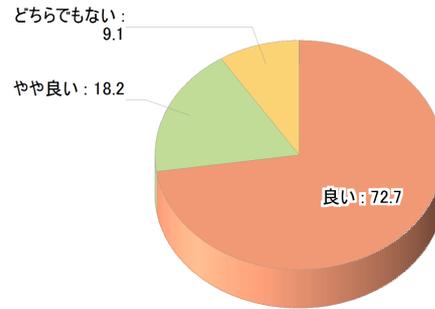
岩手県と岩手県環境保全連絡協議会による平成26年度環境報告書作成研修会が12月18日、花巻地区合同庁舎第3会議室で開かれました。

環境報告書S作成マニュアルを参考として、環境報告書の概要、作成方法、報告書作成の意義等についての講義のほか、作成企業による事例紹介が行われ、県内各地の事業所から11人が参加しました。

研修参加者のアンケート結果は次のとおりです。



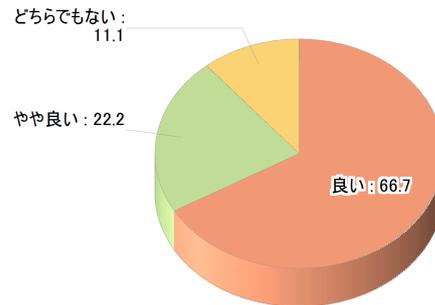
県の環境コミュニケーションの取組について



環境報告書の概要及び作成について



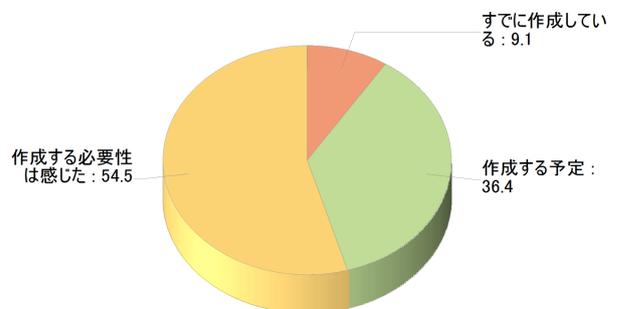
環境報告書作成事例について



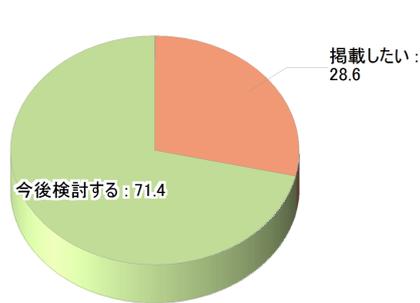
意見交換について



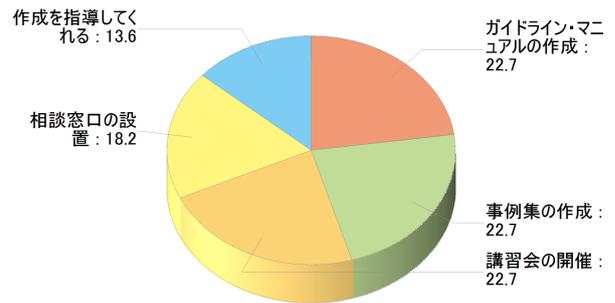
このような研修会にまた参加したいか



環境報告書を作成したいと考えているか



「いわて環境報告書バンク」への掲載



環境コミを行うにあたって行政に望むこと (複数回答)

◎研修会についてのご意見 (自由記載)

- ・環境報告書の作成企業の実例をもっと紹介して欲しい。
- ・意見交換時間が長い。話が(回答がずれている)内容を濃く短時間で行ってほしい。
- ・開催場所が分かりにくかったです。11月と同じ生活センターでもよかったのでは？
- ・環境報告書の作成の仕方、記載方法ももう少し具体的に解説して欲しかったです。
- ・参考になる報告書の情報などを伺えてよかった。
- ・型にはまったものしか考えていませんでしたが、もっと気軽に、わかりやすく対象者に合わせて作成することが出来るという事で取り組みやすくなりました。また、誰に対して、何を伝えたいのかが大切と認識しました。
- ・意見交換では、研修会傘下の各企業さんの持っている悩みや問題が同じようなことで自社の取り組み方の参考になった。また、北原先生の講習で環境報告書作成企業リストから参考になる企業さんの内容を検討して自社独自の報告書を作成していきたいと思います。
- ・二人とも分かりやすい説明で良かった。マイクを使用した方が良かったと思います。

◎県の環境保全対策に対する要望 (自由記載)

- ・弊社と環境保全対策は密接な関係にあります。環境マネジメントを行ううえで、重要な「法改正」が発生した場合、タイムリーに通達して欲しい。
- ・岩手県内事業所の報告書を集めた環境報告集のような冊子があれば見てみたいと思います。HPではExcelやPDFが混在して見にくいので紙がPDFに統一されたいと思います。
- ・本日のような機会をまた設けていただき、情報収集、意見交換の場を設けていただきたいです。「環境に対する取組(岩手県)」についての講演会など。
- ・零細企業としての報告のやり方、地域にどのように報告する課の取組み方を一緒に考えて欲しい。ホームページ・環境報告書バンクだけで良いのか。
- ・官公庁の入札の際、環境に取り組んでいるところを入札参加させた方が良い。

平成27年度岩手県再生資源利用認定製品の認定申請受付について

岩手県では、限りある資源の有効利用を促進し、循環型地域社会の形成を図るため、一定の基準を満たすリサイクル製品を県が認定し、利用拡大を図る制度を実施しています。

今般、平成27年度第1回の申請受付をしますので、リサイクル製品等を製造している事業者等の積極的な応募をお願いします。

1、対象となる製品

再生資源を利用した、次のいずれにも該当するリサイクル製品が対象となります。

- (1) 主として県内で生じた再生資源を利用して、県内で製造されたものであること。
- (2) 環境への負荷の抑制に十分な配慮がなされているなど、環境保全のために必要な措置が講じられている事業所において製造されたものであること。
- (3) 申請時において既に県内で販売されており、又は申請の日から6ヶ月以内に県内で販売されることが確実であること。
- (4) 岩手県再生資源利用認定製品品質基準に適合していること。

2、申請方法

申請書に次の書類及び物品を添えて、岩手県環境生活部資源循環推進課に提出してください。

- ① 当該製品又は見本
- ② 当該製品の説明書
- ③ 当該商品製造フロー図
- ④ 認定基準に適合していることを証する書類
- ⑤ 会社案内、パンフレット等

なお、申請に係る手数料は不要ですが、「④認定基準に適合していることを証する書類」として必要な試験等に係る費用は申請者の負担となります。

また、審査を円滑に行うため、申請に当たっては、あらかじめ資源循環推進課に御協議くださるようお願いいたします。

3、申請受付期間

平成27年4月27日（月）から平成27年5月29日（金）まで

ただし、土曜日、日曜日及び祝日は受付を行いません。

4、審査

申請された製品は、有識者等で構成する岩手県再生資源利用認定製品審査会の審査を経たうえで、知事が認定の可否を決定します。

5、認定

認定された場合は、「岩手県再生資源利用認定製品認定証」を交付します。

なお、認定期間は、認定した日から起算して3年を経過した日の属する年度の末日までです（更新も可能）。

6、お問い合わせ先

〒020-8570 盛岡市内丸10番1号 岩手県庁11階

岩手県環境生活部資源循環推進課 TEL019-629-5367

※詳しくは、岩手県環境生活部資源循環推進課のホームページを参照。