
日本企業の環境経営から地域環境戦略への展開 ——行政や民間団体活動の動向にも関連して——

藤田 佳久

<愛知大学>

要 旨

中国の環境汚染の発生源には砂漠化や山地荒廃など自然とのかかわりの中に求められるものもあるが、企業や自動車、住宅など急増する人工物を発生源とするものも多い。とりわけ経済成長を支える企業群による環境汚染は大きな課題にもなっている。そこで日本の企業が1960年代の高度経済成長期以降、当初の環境汚染源であった状況から、公害裁判の相次ぐ中で企業の社会的存在が認識されるようになり、まずは企業内環境の整備をすすめる企業経営へと変化し、1990年代のデフレ下においても企業の環境への認識が高まり、やがて地元地域の環境整備もすすめる地域環境経営へとシフトしたことを紹介し、中国企業への参考に資することとした。

キーワード 中国環境、日本企業、環境経営、地域環境経営、地域環境戦略、環境ビジネス、企業イメージ

1. はじめに

ほぼ1980年代から始まった中国の改革開放策は、天安門事件により一旦は中断されたが、鄧小平による南方講話を契機として1990年代にはいちじるしい経済成長をみるに至った。基本的には資本主義経済システムの積極的な導入をベースにして、多くの外国資本を中国側との合弁事業形態として呼び込んだことによる。そのさい、とりわけ膨大な労働力を背景にした安価な労働力は、日本、台湾、香港をはじめ、欧米企業の誘致や立地移転をもたらし、折からの中国国内の内需の拡大も加わり、「世界の工場」と称されたほどであった。

1980年代までは実験的に行われていた沿岸諸都市に設けられた経済特区という制約が、1990年代には解かれ、外国企業は当初、試行錯誤的ながらも工場立地地点を模索し、中国側の誘致政策も加わり、結果的には中国の沿岸部を中心としながら一部は内陸部へも立地地点を拡散した。

一方、沿岸部の農村を中心に発展した郷鎮企業は一種のブームのように発展拡大し、その中からは専門的企業へと発展するケースもみられた。1990年代になると、中国国内での企業間競争もみられるようになり、従来型の国営企業の経営不振や倒産もみられるようになった。そこに資本主義的経営原理が次第に貫徹していく状況もうかがえ、中国国内における企業の淘汰も進むようになった。

このような急激な経済成長の中で、生産の増大にともなう大気汚染や水質汚濁など多面的な汚染が進行し、環境への負荷量が増大してきた。その状況は日本がかつて1960年代の急激な工業化と都市化にともなう経済成長によって経験した環境汚染とそれがもたらす公害に悩ん

だ状況とよく似ている。

中国の場合、経済発展による生産規模の拡大はいちじるしく、第1次産業のみならず第2次産業の多面的展開は消費活動の活性化をともしつついじりしい。例えば、かつての幼稚なパルプ製紙工業は紙消費量の急増の中で日本など外国からの技術導入で生産力を高め、多様な製品加工を可能にする一方、用排水量も急増させ、河川の水質汚濁をもたらした。排煙による大気汚染も進めた。また、原料の木材入手のため森林資源の消費をすすめた。その背景にはコストのかかる汚染防止技術が遅れている経営上の問題と企業の社会性の認識の低さがある。

生産や消費の総量が増加すれば、畜産の増大による草地の減少が黄砂の多発を招き、それが中国国内のみならず、韓国や日本などへの影響も及ぼすようになり、また河川の汚濁は海洋汚濁にもつながり、中国国内だけの問題に留まらない。中国の大気汚染物質が日本に達していることも1990年代にすでに指摘されている。

そんな中で中国政府が無策だったわけではない。後発的であった中国の環境汚染問題の解決方法は多くの先進国の経験から学習することができたからである。

広大な国土管理の上からは、早くも1980年代に黄砂の発生源である内モンゴル一帯での遊牧の禁止や遊牧民の定着化を強引なほどにすすめた。但し、本来の遊牧民は草を根絶やしにしないことからすれば、非遊牧民のわか牧民化による無秩序な草地の荒廃化こそ禁止する対象であったようにも思われる。

また、1990年代の黄河や長江の洪水に対応した「退耕還林」政策も中国独自の対応策であった。但し、これも5年間の還林への補償政策であるため、これ以降の農家側の対応が気になる面もある。

そのような第一次産業にかかわる広域な対応政策のほか、工場や都市など点的な生産や消費活動への対応政策もみられ、近年ではすぐれた環境都市への表彰制度さえ登場しているほどである。

こうして中国の環境整備に対する立法は、世界の最先端の手法も取り入れつつ次々と刷新され公布され続けている。そのことは、次々と立法化をすすめるを得ないほどの厳しい現実もある。そして、このようなレベルの高い内容をもった環境整備のための立法化が、その対象となる側の実質的な実行になかなか結びつかないところに大きなシステム上の問題がある。

このような環境汚染の主体は、前述した広大な農地や牧野の管理経営主体にもあるが、近年の環境汚染の核心は、経済成長を支えた増大する企業にあるといつてよい。

それはかつての日本においても同様であった。それを日本の企業が乗り越え克服しようとしてきたことも事実であり、重要な環境汚染対策の経験にもなっている。日本企業がそれを可能にしたのは、公害裁判を通じての企業の社会的責任への認識と自覚化であった。また、あわせてかつての大量消費時代を経た消費者も、その生活スタイルの見直しの中で、環境汚染の被害者だけでなく、加害者である点の認識が可能になったことも影響した。そして最も反応が鈍かった行政側が、それまでの企業一辺倒の政策から市民生活の重視へとそのスタンスを変え始めた点もその相乗効果をもたらしたといえる。

そこで、この小論では、前述したような中国の環境問題を横目で見ながら、現在の日本における企業を中心とした環境整備への対応を、それに呼応したり対応したりするようになった行

政や市民団体の動きも含めてまとめてみる。そのことが今日の中国における環境負荷量の軽減への参考になればとの思いがある。

2. 日本企業の社会性をめぐる展開

そこでまず日本における企業がどのようにその社会性を認識し、それを経営の中に取り込んでいったかについて概観する。

(1) 1960年代—環境汚染時代—

池田内閣の成立とともに具体化した所得倍増計画は1960年代を日本経済の高度経済成長をもたらした。太平洋岸ベルト地帯を中心とした工業化政策は、新幹線や高速道路建設の公共投資、さらに東京オリンピックや大阪での万国博覧会の開催による都市整備投資を背景に急速に進展した。アメリカからの先端的生産システム導入による大量生産システムは大量消費の風潮をもたらし、生産活動の拡大と自動車を中心とした輸送力を向上させ、工場からの排煙や排水、自動車からの排気などの量も一気に拡大させた。当然、それらの環境汚染物質の制御技術は不十分であり、急速に拡大した環境汚染物質は環境への負荷量を一気に高めた。

その結果、環境負荷量が特定地域や特定ゾーンに集中した地域や道路沿い一帯では、住民が環境汚染の被害を受ける事例が顕在化するようになった。

その典型的な事例には、石油化学コンビナート化ですすんだ四日市喘息、化学肥料工場による水銀排出による水銀中毒が集中した水俣での水俣病、上流の鉍毒の排出による富山平野のイタイイタイ病などがある。これらの事例は各地域で初めてのケースが多く、発生源である企業は長い間被害者の症状との関係を認めようとはしなかった。そのため、多くの人々が苦しみ命を失うケースがみられた。

それらの解決は裁判によるところとなり、数十年の年月を経たのち、発生源の企業が加害者と判定され、のちに企業の社会的責任が問われることになった。

一方、人口が集中し都市化のすすんだ大都市を中心に工場と自動車からの排気ガスが大気汚染をもたらし、スモッグによる公害問題も浮上した。そのような中で、大都市地域の主要道路沿いの住宅地域では自動車の排気ガスや騒音による問題が急増した。

これらの問題の発生源は特定企業によるものではなく、多くの企業や自動車からもたらされる問題として環境問題の複雑性と多様性が明らかになった。

いずれにせよ、1960年代の日本は企業が企業内部だけに閉じこもり、その社会的存在としての社会性は希薄であったといえることができる。そして消費者も消費が美德と考えていた時代であった。

(2) 1970年代—オイルショックと大量消費の見直し—

以上のような大量消費と環境汚染問題は直接な関係を有しながら、経済成長がエンジンとなり大量消費の傾向を食い止めることは容易でなかった。

そのような動きにストップをかけたのは内発的な自制によるものではなく、外発的衝撃によるものであった。それが1973年に生じた中東戦争の勃発にともなうオイルショックであった。

すでにこの時代は石炭依存から石油資源へ、さらに石油原料による化学工業の発展へとエネルギー資源が大転換した直後であった。その結果、石油不足と石油価格の高騰による電力不足と物資不足に直面し、国民生活は耐乏を余儀なくされた。

その結果、その過程の中からそれまでの大量生産方式が反省され、あわせて大量消費社会のシステムも見直される契機となった。

一方、企業は石油不足によるエネルギー不足の中で、生産価格が上昇し、それより前からアメリカ市場をめざし生産力を拡大してきた企業は、生産コストの削減を図るべくエネルギー利用の効率向上のための技術開発に取り組むことになった。そのことはそれまでの経済成長や大量生産方式礼讃の価値観を変える契機をもたらした。

オイルショックは先進諸国へも一斉に影響を及ぼした中で、それらの国々の企業も同様の変身が迫られたが、その中で日本企業の技術開発は先行し、生産費の削減に成果をおさめた。オイルショック後、先進諸国からのアメリカ市場への輸出力で日本企業は優位に立ち、日本製品の技術力の高さが評価されることにもつながった。

そのうち、最も高く評価された技術は、アメリカの都市部が増加する自動車による大気汚染が深刻化する中で打ち出された排気ガス規制の厳しい規制に、日本のホンダが唯一クリアし、世界の自動車生産における排気ガス削減にも大きな影響を与えた。

その結果、日本を中心に大都市のスモッグは、それまでの日中でも太陽がかすんで見えるほどの状態から太陽が輝いて見えるほどの状態へと減少し、都市の空に青空が戻るようになった。

皮肉なことに、オイルショックによる自動車の運転台数の減少や工場の操業時間の短縮などが、一時的なスモッグを減少させ、はからずも自動車台数の増加や工場の増数とその操業時間の延長がスモッグを頻発させる環境汚染の元凶であることが実感的に裏付けられた面もあった。そこに企業の社会性の存在が明らかになる一方、企業が「公害企業」のレッテルをつけられることにもなった。

(3) 1980年代—企業のイメージ戦略とバブル経済へ—

そのため、1980年代に入ると、企業は初めてイメージアップを図り、公害企業という汚名からの離脱を指向するようになった。例えば、当時の民間テレビのコマーシャルで流された企業イメージは、その企業がどんな商品を生ろうとしているかという具体的な内容よりは、イメージによって企業全体を包み込み、視聴者に公害企業ではない、というメッセージを伝えようとする戦略があふれていた。

そのことは企業がそれまでの一方的な商品情報を流布してきたことから、消費者としての視聴者を意識し、消費者がもつ企業イメージに配慮するようになったことを示した。企業が消費者から選ばれる時代への転換が行われたということであり、その背景には企業の社会的責任論の自覚化があったといえる。

しかし、1980年代後半になると、前述したように企業の技術開発がすすみ、それが企業の利益をもたらし、日本経済も多額の貿易黒字をもたらした。日本の技術と日本経済への評価が高まる中で、先進諸国からの投資が日本へ集中するとともに、国内的には海外からの投資も重なることで土地への投機が進行した。土地が金を生み出すという土地神話が生まれ、バブル経済

への指向が強まった。

その結果、土地は利用する対象から所有する対象へと変質し、生産力と切り離された土地が都市内から郊外へ、さらにリゾート法に乗って遠隔地の土地まで取引の対象となった。利用されない土地は都市内から遠隔地まで放棄地と化すケースが多く、それが新たな環境問題を生み出すことになった。

(4) 1990 年代前半

そのような中で、1992 年にはブラジルのリオデジャネイロでアジェンダ 21 の環境保全の世界会議がもたれ、各国が二酸化炭素削減に向けた実行と協力の呼びかけと基準を示した。日本にとってはバブル経済下における世界第二位となった経済規模に対してどのように対応すべきかという新たな課題ではあったが、この時点で政府が手ぎわよくすぐに対応したわけではなかった。

1990 年はバブル経済が頂点に達した年であった。日本資金は海外に土地を求め拡大した。海外資金は東京に集まり、東京はアジアを代表する金融市場としての地位を確保した。

しかし、1991 年にはついにバブル経済が崩壊し、土地投機を金融面であおった大手の金融機関や証券会社、百貨店、スーパー、土木建設会社から中小企業までが次々と経営不振に陥り、倒産企業も次第にふえていった。地価は全国で下落に転じ、とりわけ大都市における地価の下落はいちじるしかった。

土地投機に踊った企業は経営不振に直面し、国もその影響を受けて国家財政が悪化した。

しかし、すべての企業がバブル崩壊で瀕死状態になったわけではなかった。

国がアジェンダ 21 の対応に十分な対応ができない状況下で、企業の中にはバブル崩壊下での財務経営を立て直し、収益性や成長性、安定性といった企業経営の根幹を確保した上で、文化芸術活動の支援や研究助成を行ったり、さらに企業自体が環境対応へも試みるというような企業自身の社会性を自覚した企業があらわれてきた。それ自体は企業の社会性が十分に認知され、企業の「環境経営」が創始されたものといえた。

1990 年代の後半に差しかかると、多くの企業が否応なしにバブル経済の崩壊とそれともなうデフレ経済の試練を受けることになり、文化芸術活動の支援や研究助成などメセナ活動の縮小化がみられたが、それによって各企業が自らの殻に閉じこもるケースばかりでなく、環境への対応、つまり企業の社会的存在や社会性への認識を強め、それに即した行動をとるケースもみられるようになった。その点で、あらためて「環境経営」の幕明けの時代」と称することができる。

しかし、それらも全体としてみれば、企業内で処理できる活動が主であり、「環境経営」自体は企業の立地する地点や地域との強いネットワークをもつほどのものではなかった。企業自体が企業の枠を越えて地域社会の一員として機能しているという自覚までは届かず、あくまで企業経営の枠内に留まった形での環境経営であった。不況の進行にともなう企業のメセナ部分の縮小や廃止は企業の社会性における限界性の存在を示すものといえた。

（５）1990年代後半—環境ビジネスの登場—

1990年代前半期の以上のような企業の環境経営は次第に内的発展を示しつつ、1990年代後半になると、企業自らがさらに他企業との企業間のビジネスを立ち上げるようになった。

その一つは再利用循環システムをベースにしたビジネスであり、部品を当初から再利用が可能な形で製品化する方法であり、自動車産業においてそのような試みがみられるようになった。それはそのあと電気製品の再利用のための回収システムやプラスチックボトルやビン、缶などの分別回収によるその再利用のシステム化へと実現することになった。そのようなシステム化の中で再利用のためのビジネスが各地に計画、誕生することになり、いわば環境ビジネスが成立することになった。そんな中で、北九州では製鉄所の縮小にとまなう跡地利用の一つとしてそのような再生業を中心とした大規模な工業団地が計画、造成され、2000年代には本格的に稼動するに至っている。

また、ゼロ・エミッション（zero emission）という考え方もこの時期に導入された。それは生産工程上でつながるさまざまな企業が、その生産過程の当初から産業廃棄物を最小限に減少せしめる発想が根底にある。その背景には、高度経済成長期からバブル経済期にかけて生産企業系列の各工程で膨大な産業廃棄物が発生し、それを廃棄物取扱い業者が不法に農山村や海洋、島嶼に投棄し、その地域や下流域一帯の環境をいちじるしく悪化させる事態が各地で発生したことが続いたことがあったためである。

そのさい、生産系列が特定地域内を中心に結合するケースが多い自動車生産のような組立型産業では、各工程の企業が関連企業と相互に検討しあうことで、「地域の」環境保全整備につながるという新しい状況が生まれることになった。企業はあくまで企業内の工夫による企業間の共通目標をめざすものではあれ、全体としてみる時、それが企業の立地する地域の環境整備に大きく貢献する役割を果たすことになるシステムへの取組みである。

このような企業内での環境整備への取り組みは各企業の ISO14001 取得の方向にもあらわれた。

図1は ISO14001 取得企業数の年次変化を示したもので、参考までにアメリカにおける取得数の変化についても示した。

それによると、ISO14001の取得の動きは、1990年代後半から始まり、図中に示すように1998年に1,543企業を数えたレベルが、2年後の2000年には5,556企業と3.5倍へも増大している。そしてその動きは、2000年代に入っても継承され、2003年には実に13,410企業と1998年の実に9倍近くに達している。

その動向は世界でもトップレベルであり、図中に参考に示したアメリカの場合は、日本の動きに比較すると鈍く、取得絶対数も日本に比べてはるかに低位である。

この背景には、前述したように産業廃棄物処理が企業単位で行われていなかったことに対して、企業が立地する地域住民からの批判や、企業自体もクリーンなイメージを打ち出すことが消費者の商品への信頼度や好みに反映することの自覚、またそのことが企業内生産物の精度への反映などの利点があったためである。また加えて、先進諸国への製品輸出時における相手国からの輸入上の状況変化などもあった。

そのような中で、例えば早くもそのような取得方針をめざしたトヨタ自動車は、本社や組立

工場における ISO14001 の取得は勿論、下請関連企業に対しても ISO14001 の取得を実質的に義務づけている。その結果、取引削減を恐れた下請関連企業は ISO14001 を取得するように努めたため、トヨタ自動車系列企業における ISO14001 取得は波及し、その取得率は一気に高まった（図 2）。その結果、トヨタ自動車工場と多くの下請関連企業が存在する愛知県においては ISO14001 の取得工場はきわめて多い。

図 3 はトヨタ自動車関連企業がそれほど多くない山口県における ISO14001 の取得工場の分布を、取得年が 1998 年以前と 1999 年以後に区分して示したものである。それによると、1998 年以前にはわずか 20 企業程度にすぎなかった取得企業が 2002 年までに急増している。1998 年には 1 工場の取得企業がなかった宇部市では 2002 年には 20 企業近くが取得している。

このように、ISO14001 取得の方向は組立産業地域以外にも拡大し、2000 年代には全国的に広く認められたことを裏付けているといえる。そしてそのこともまた、企業が間接的ではあれ、企業が立地する地域の環境への改善をすすめる役割を果たすことになり、企業と地域とのかかわりが生じることになったといえた。

また 1990 年代後半は環境問題に多くの民間組織がかかわるようになり、企業もそのような動きの中で環境問題、さらには環境政策にまでかかわらざるを得ない状況も生じた。

すなわち、この時期に NPO や NGO の民間ボランティア組織が次々に誕生し、国や地方の行政組織の目の届かない部分や、立場の違いによる方向での実践的諸活動の展開が具体化するようになり、1998 年には、政府もそれらの存在とその活動を公式に認める NPO 法を成立させざるを得なくなった。それにより、法人格を取得する民間組織が急増することになり、教育や福祉、地域づくりなど多方面にわたる実践活動が行われるようになった。その中に、環境整備にかかわる NPO も多数含まれるようになり、河川環境や森林環境、食や医療をめぐる環境、社会組織のつくり出す環境、環境汚染防止、その他の活動が展開するようになった。このことは、一般市民や住民がそのような環境をめぐる活動に関心をもち参加するようになったことを意味し、その活動を通して国や地方の環境整備のあり方にコミットし、さらに環境政策の内容へも積極的にコミットするようになった。そして前述の NPO 法の成立により、国レベルから県、市町村のレベルまで行政側もそのような NPO の活動を活用する方向が出てきたのである。

なお、1997 年には京都議定書が出され、世界的な CO₂ 排出量の削減が提案され、先進国の中ではアメリカや、中国のような開発途上国の承認は得られなかったものの、日本やヨーロッパ諸国がこれを承認する方向性が確認されることになり、1992 年のリオデジャネイロでのアジェンダ 21 をさらに具体化することになった。

このような地球規模での環境への懸念に対する国際的な取り組みは、CO₂ を多く排出する企業にとって傍観者の立場は許されにくい状況づくり出し、むしろそれに積極的にかかわる動きを誘発していくことになった。企業の社会性が消費者でもある市民から評価、検討される状況が生まれたことがその背景にあった。

3. 現代—2000 年代における企業の地域環境政策への発展

(1) 企業活動の社会化と市民活動

前述した国や地方の政策立案への NPO や NGO を通じての市民、住民のかかわりが具体化し始

めたことは、企業もまたそのような NPO や NGO との連携を模索する新たな方向が生じた。そのような模索の中で企業も社会評価を受け、地域社会と共存し、社会の一構成員としての認識、活動を一段とすすめる役割を担うことが求められるようになった。それは企業側からみれば、企業がそれまでの企業の中だけに留まっていた活動を、企業の外へも手を伸ばし、地域環境の整備に地域住民や地方自治体と協力、協調していく新たな地域環境戦略と言える戦略を打ち出す新たな段階へ入ったことを意味した。

このような中で、企業が企業の立地する地域住民や NPO、NGO などとパートナーシップやコラボレーションを組む役割を果たし、企業自体および企業の構成員が地域社会へのボランティア活動に参加するケースがみられるようになってきた。

例えば、自動車関連メーカーは最も CO₂ 排出とかが関わっていることから、早くから、またす速く環境活動に取り組み、自らの出資で国内外に CO₂ の吸収をめざした森林の植栽や森林の保全活動を展開しており、さらに企業の立地する地域にもそのような環境林の造成を図り始めた。それを通して地域住民に環境保全の啓蒙活動を実施するほどになっている。

また、そのような企業の従業員が週末の休日を利用して地域の福祉事業や環境整備にボランティア活動を行うケースも見られるようになってきた（参考資料 1）。さらに、企業が地域への環境汚染をいかに食い止めているかを地域住民に積極的に情報開示をし、きめ細かな対応を図る活動を行うケースもみられるようになった（参考資料 2）。

また、地方自治体の中にはそのような企業の指向性を汲みつつ、それを環境整備に生かすケースもみられるようになった。

その代表例は和歌山県が設定した「企業の森」である。森林地が多くを占める和歌山県はかつての薪炭生産地としての特徴が戦後の造林活動の中で育林業地としての特徴へと大きく転換したが、高度経済成長期以降の山間地域からの人口流出により、森林地の荒廃が目立つようになり、その整備保全が大きな課題となっていた。折から就任した知事の森林再生構想も加わり、どのように課題と取り組むかを検討した結果、企業の地域環境活動を誘致する形の「企業の森」を和歌山県内に設け、多くの企業の資金と企業の人的資源、つまり労働力提供により森林造成や森林整備を図ろうとした（写真 1）。

その具体的な仕組みは図 4 に示している。企業の社会的貢献や CO₂ 吸収、企業従業員の環境教育や福利厚生のための具体的な場として森林保全をめざした「企業の森」の利用を呼びかけたものである。それにより、企業は全体としての社会貢献と、その PR 効果のメリットも得ることが出来る。そのためにはそれら組織間の条件基盤整備が必要であり、同図はその関係を示している。企業がいきなり森林造成技術を取得したり、育林会社や林業会社への転身は出来ないため、そのような活動を支える役割に地元の森林組合を活用し、地域の資源を活用することで、和歌山県としてはあわせて山間地域の整備と活性化も目指そうとすることがこの「企業の森」計画の重要な仕掛けでもある。そして現実には関西を中心にした企業が積極的に参加し、その実績を挙げるに至っている（写真 2）。

このような「企業の森」への参加企業は企業経営者と企業従業員の社会奉仕活動へのあらわれであり、企業が単に企業が立地する都市とその周辺の地域への関心のみでなく、企業の立地地域を離れた山間地域の地域社会への貢献とともに、さらにグローバルな視点から環境整備へ

の貢献を目指そうとしたものでもある。

そこには、企業がそれまでの企業内という枠の中に留まった整備の段階から、その枠を越え、より広い地域環境、さらには地球環境の整備にまで視点を広げた企業外への視点までもつに至った点で、従来の企業の社会貢献の認識レベルが大きく変化し、変質して発展したものということができる。

これらの活動は、メディアにも注目され、紙上で紹介されることにより、企業活動の多様性が大きく知られ、それはそのまま企業イメージをアップさせることにつながるメリットもある（写真3）。

このように県が企業に対して受け皿をつくったように、民間組織がその受皿をつくっているケースも各地にみられるようになった。

例えば、愛知県東三河地方の豊川流域に事業展開する「穂の国森づくりの会」は、1990年代後半にボランティア活動中心の任意団体として同流域の森林保全活動を開始するが、2000年代に入って前述したNPO法の下でNPOの法人格を取得、全国的にもその活動が高く評価されるに至っている。会員数は1,000名ほどであり、その中に地元地域の多くの企業が参加し、その従業員や企業の定年退職者が森林保全活動に従事している。図5はこの「穂の国森づくりの会」の活動の一端を示したものである。下流域における都市部での小中学校生徒への啓蒙活動から山間奥地での造林、保全活動まで幅広い実践が行われている。

写真4、5、6は「穂の国森づくりの会」の機関紙「FOREST」にうかがえるその活動内容をピックアップして示したものである。

写真4では巻頭ページが「私たちと企業が進める森づくり」のタイトルで、豊川留流域の企業がこの森づくりの会にジョイントし、会の主旨に沿う形で活動をしていることを伝えており、前述した和歌山県の「企業の森」の仕組みに近い。

写真5は巻頭タイトルが「穂の国みんなの森と海とのつながり」と打たれ、豊川下流域の三河湾沿岸の漁業従事者の人々も上流山間地域の森林保全が漁業資源と密接な関係をもっているという認識に達し、上流域での森林整備に協力しはじめたことを伝えている。

また、写真6は「豊川の流れがつなぐ豊橋市民の森」というタイトルで、豊川下流域に位置する豊橋市の市民もまた上流域の森林整備に協力している様子を伝えている。

このように市民のみならず、行政や企業、その他の団体合計約1,000のメンバーからなる「穂の国森づくりの会」は、小さな流域での試みではあるが、その活動の多様性と実効性は高く、今日の多くの人々がこのような環境保全のNPO組織を支えようとするようになったことがわかる。

図6は、2000年現在における「穂の国森づくりの会」のような森林整備や森林保全をめざす全国のボランティア団体数と参加者数の都道府県別分布を示したものである。その中にはNPO法人化した組織も含まれている。同図によれば、全都道府県に森林ボランティア団体が成立しており、環境保全意識の高まりが拡大発展していることがうかがわれる。そしてこのような森林ボランティア団体のメンバーの中に、多くの企業や企業の従業員メンバーが含まれていることである。ボランティア活動というレベルの中に一般市民でもある企業従業員が自発的な個人個人の意思で参加している点では、企業活動としてのボランティア活動とは異なった活動意識

の成熟差をうかがい知ることができる。そしてそのことが企業内部の一構成員として企業の社会貢献活動により自然な形で参加し、それを支えるようにもなっている面もある。そこにも新たな企業と地域社会とのつながりの新しい形がみられるといえる（参考資料1、参考資料2）。

このような活動を海外に展開している民間団体も急増したのが2000年代の特徴で、とりわけ中国やモンゴル、中近東、アフリカの乾燥地域での砂漠化防止のための植林活動が目立つ。とくに隣国中国各地での植林活動は活発であり、そこに多くの企業が参加したり、企業単独での植林活動さえみられる。

そのような中では、故遠山正瑛氏が包頭近くのクブチ砂漠の恩格貝で1991年から展開した植林事業は多くの企業や大学、民間人による出資や現場でのボランティア活動によって見事なポプラを中心とした森林地へと実現し、その活動を日本砂漠緑化実践協会がまとめて運営している（写真7）。愛知大学もここ10年間あまり毎年その植林活動の一部に加わり学生のみならず、多くの社会人がボランティア活動に参加している（写真8）。そのような例は、規模の差はあれ、中国各地に展開しており、中国の砂漠化防止に一役買っているといえる。

（2）企業の環境経営度

①エコグッズ

1990年代後半に環境ビジネスが再利用部門を中心に展開し始めたことは前述したが、2000年代に入ると新たな環境ビジネスがいわゆる「環境にやさしい」商品開発を生み出し、エコマークつきのエコグッズが次々と商品化されるようになった。それらは一定の基準によって選択され、エコマークつき商品のカタログまで刊行されるようになっている（図7、図8）。

このようなエコ商品は、消費者に環境保全に若干なりとも貢献している意識をもたせたり、そのような購入心理をうまく生かす工夫でもある。再生紙利用などに代表される再生紙利用商品やより直接的に環境負荷量を削減した商品が主で、その数は増加中である。それにより企業側もより社会的評価を高めることにより、企業のイメージを向上させる戦略もみえる。

②企業の環境経営度ランキングの設定

以上のような企業によるエコ商品の開発とその実績も含め、企業の社会的な評価の一つとして環境経営度を判定し、そのランキング付けをする試みがみられるようになったのも2000年代に入ってからのものである。

それは地球温暖化が世界的に認識されるようになり、地球温暖化にも影響を与えてきた企業活動の環境への配慮の必要性が生んだ一つの社会的評価法としてみることができる。

その環境経営度はまさに地域環境戦略を企業が必要とするレベルに入ったことを意味している。その判定内容をみると、企業内における環境専門組織の有無とその活動内容、CO₂削減量、産業廃棄物排出量、環境報告書の公表度、生産過程上での環境への配慮対策、社員の環境意識と環境対応、海外進出にともなう海外での環境対策、産廃の再資源化量、その他、などであり、それらの各レベルがチェックされ、生産中心の第2次産業企業部内とサービス業中心の第3次産業企業部内とが別々にランクづけされ公表される。

表1は第2次産業の企業を対象にした2003年の環境経営度ランキングを上位50社分について

て示したものであり、表2は第3次産業の企業について同じく示したものである。それぞれトータルスコア（得点）が示され、最高位から企業名が順にランクされて示されている。

第2次産業の企業ではこの段階では電子機械メーカーを中心に高いランクがみられ、第3次産業の企業では物流や金融、大型小売店などが並んでいる。

このような企業のランキングとその公表は当然企業の環境経営戦略を今後さらに質的に向上させ、それがさらに他企業へと連鎖して拡大していくことで地域の環境整備もすすむことになる。かつて企業は一部公害企業と称され環境を破壊するマイナスのイメージが強かったが、このような環境経営戦略がこれまでのそのような企業イメージを変えていくことにつながるものと期待される。

4. おわりに

以上、わが国の1960年代以降の企業と地域環境との接点の変化を簡潔ながらも明らかにしてきた。かつて企業が企業内だけに閉じこもり、公害が企業によってもたらされた時期から、その枠が少しずつ解かれ、企業内環境整備が2000年代に入ると企業外の地域環境整備も考慮した企業活動と企業の社会性への発展へと大きく変化変質しつつある点について、それぞれの背景も含めつつ言及した。これは企業も地域社会の一員であり、環境に大きな責任を有するという視点が一般化する過程であり、それは「企業経営型の進化」（図9）とみることができる。それは企業の環境への負荷量を減少させ、市民や住民と一体となってよりよい地域環境整備へ、さらには世界規模の環境整備へつなぐ大きな可能性をもっているといえる。

以上は日本の例であるが、日本の企業がすべて単独でなしとげたわけではない。多くの先進事例や地域社会、地域環境とのフィードバックの中で展開してきたものと言える。

それだけに、今日の中国において発展中の多くの企業とそれが生み出す多くの環境負荷量の増大をみる時、日本のこのような企業と地域環境とのかかわりのプロセスを他山の石として何らかの形で参考になればと願っている。

〔参考・関連文献〕

- ・中国環境問題研究編（2004）『中国環境ハンドブック—2005～2006年版—』、蒼蒼社
- ・所伸之（2005）『進化する環境経営』税務経理協会。
- ・北村修二（2000）『地域再生へのアプローチ—環境か破壊か—』、古今書院。
- ・井熊均（2003）『企業のための環境問題』、東洋経済新報社。
- ・エコビジネスネットワーク（2005）『新・地球環境ビジネス，2005～2006，市場構造と市場ニーズ』、産学社。
- ・合力栄監修（2003）『環境問題と経営診断』、同友館
- ・21世紀中国総研編（2005年）『中国情報ハンドブック，2005年版』、蒼蒼社。
- ・遠山正瑛（1992）『砂漠緑化に命をかけて』、TBSブリタニカ。

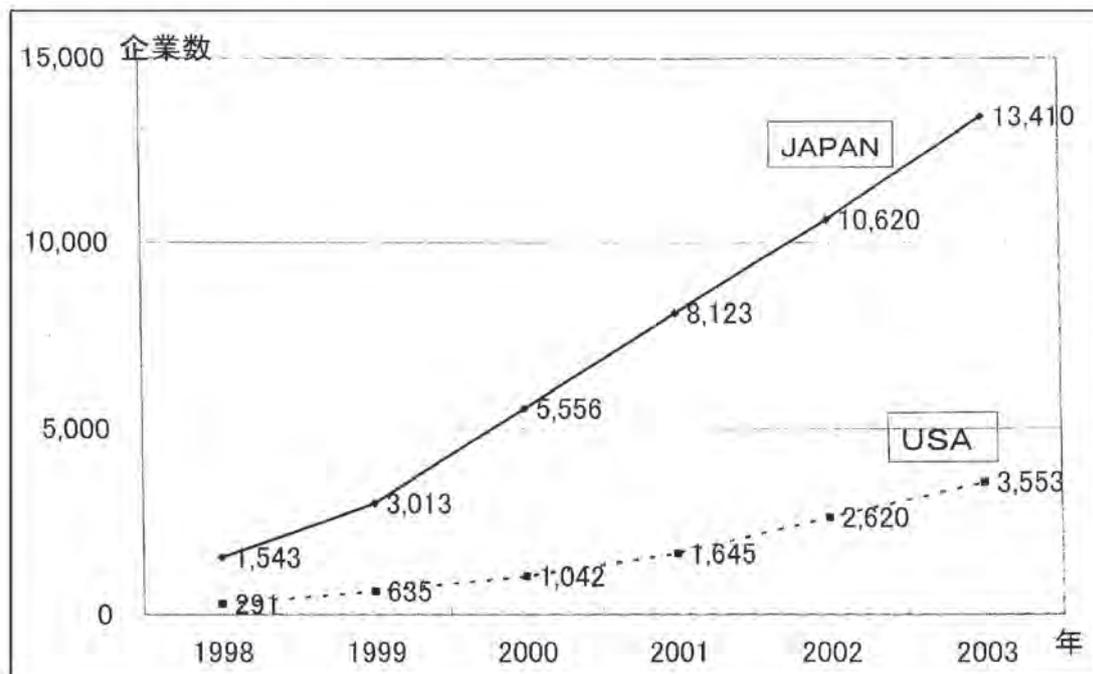


図1 ISO14001 取得企業数の推移 (日本&USA)

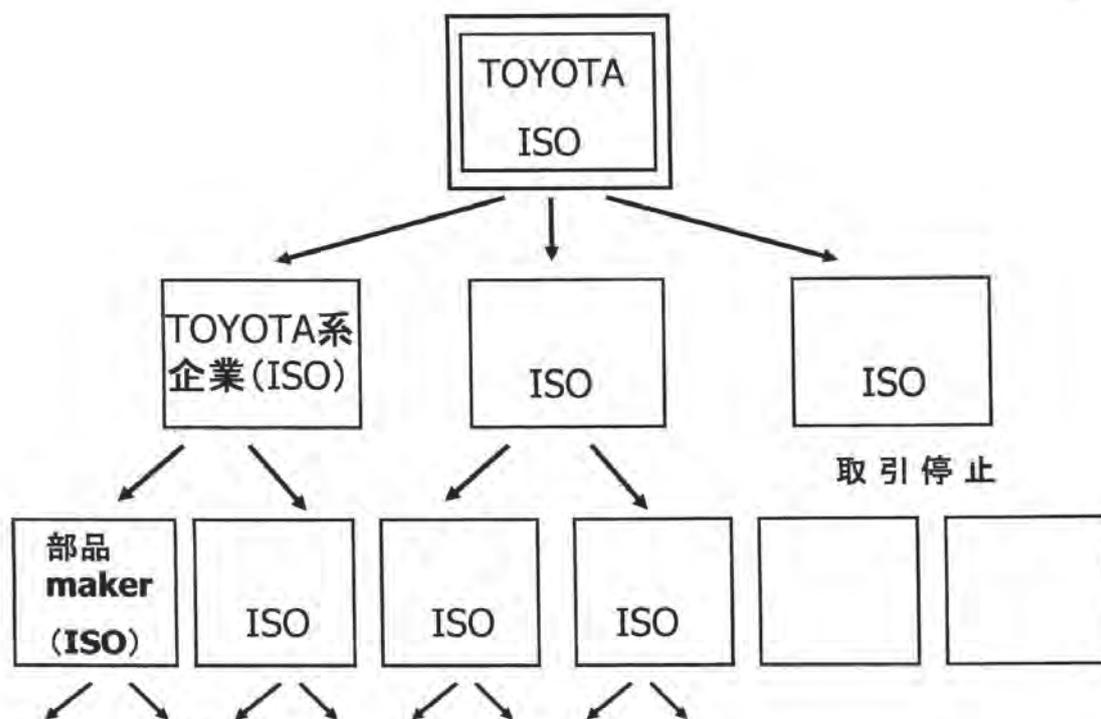


図2 TOYOTA グループにおける ISO14001 の波及



図5 「穂の国森づくりの会」活動状況（2003年4月～2004年3月）

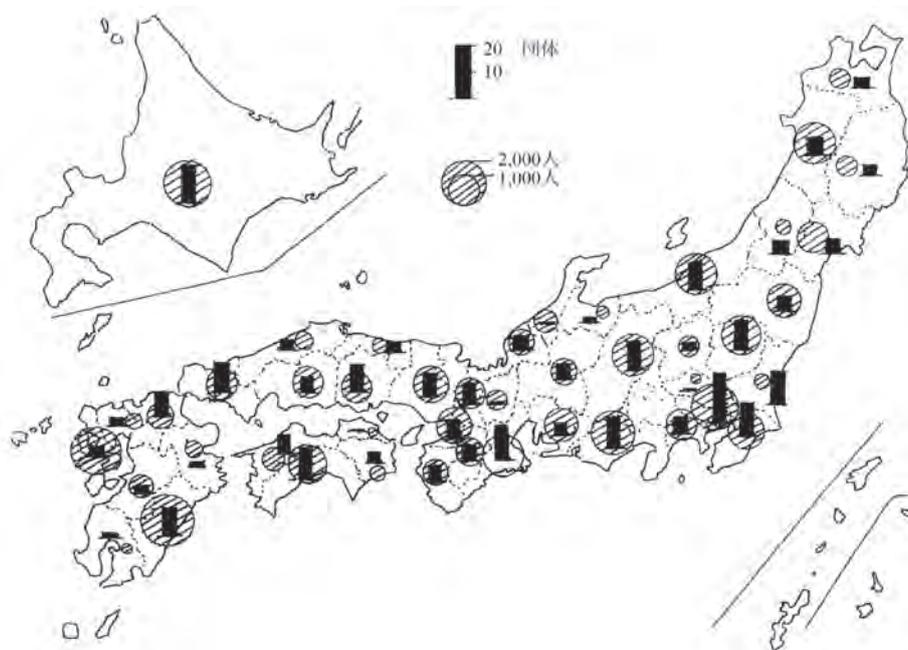


図6 森林ボランティア支援事業の都道府県別団体数と参加者数（2000年）
（森林整備活動支援事業データより作成）

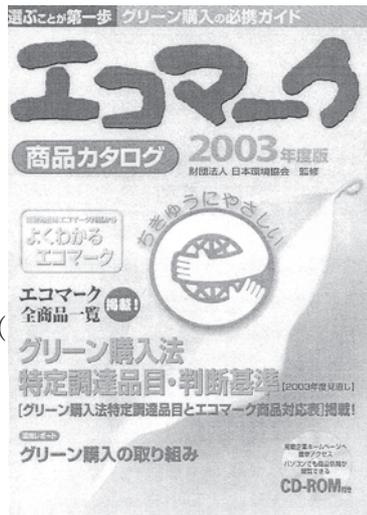


図 7 →

図 8 ↓

図 7 Eco Goods

図 8 Eco Goods

図 9 企業経営型の進化



図 9



表1 製造業部門の環境経営度ランキング (2003年)

順位	社名	スコア	順位	社名	スコア
1	キヤノン	733	26	NEC トーキン	673
2	NEC	728	27	NEC インフロンティア	672
3	富士写真フイルム	720	27	松下エコシステムズ	672
4	ホンダ	714	29	ダイハツ工業	671
4	富士ゼロックス	714	29	TDK	671
6	リコー	708	31	トヨタ自動車	668
6	ソニー	708	32	富士通テン	667
8	松下電器産業	704	32	アイシン精機	667
9	富士通	703	34	大日本印刷	666
10	オムロン	701	35	三洋電機	665
11	NEC アクセステクニカ	693	36	キリンビール	664
12	デンソー	691	37	日立製作所	663
13	キヤノン電子	690	37	昭和電線電機	663
14	パナソニックコミュニケーションズ	689	37	藤沢薬品工業	663
15	コクヨ	688	37	エスベック	663
16	京セラ	682	41	トヨタ車体	661
17	三菱電機	681	41	ブリヂストン	661
18	パイオニア	680	43	アンリツ	660
19	松下電池工業	678	44	新日本製鉄	659
19	日本ビクター	678	44	東芝テック	659
19	凸版印刷	678	44	コマツ	659
22	住友電気工業	677	47	INAX	658
22	カシオ計算機	677	48	ダイキン工業	655
24	東海理化	676	48	シャープ	655
25	NTN	674	50	積水化学工業	654

(日経産業新聞2003年12月11日)

表2 サービス部門企業の環境経営度ランキング (2003年)

順位	社名	スコア	順位	社名	スコア
1	NEC フィールディング	797	26	NTT データ	687
2	日立ハイテクテクノロジーズ	790	27	住友商事	686
3	損害保険ジャパン	787	27	豊田通商	686
4	東洋物産	773	29	原信	679
5	NTT ドコモ	760	30	東日本旅客鉄道	674
6	西武百貨店	756	31	菱電商事	673
7	西友	754	32	山善	672
8	イトーヨーカ堂	747	33	キヤノン販売	671
9	三井物産	738	34	イオンモール	670
10	NTT 東日本	735	35	トーメン	668
11	ファミリーマート	733	36	NTT 西日本	667
12	びわこ銀行	729	37	富士通サポートアンドサービス	660
13	東京リース	725	38	日本郵船	658
14	伊藤忠商事	724	39	八十二銀行	655
15	全日本空輸	723	40	ローソン	654
16	イオン	721	41	日本マクドナルド	650
17	日立物流	717	42	日本通運	649
18	三菱商事	715	43	ムトウ	637
19	商船三井	711	44	ワタミフードサービス	630
20	滋賀銀行	707	44	伊藤忠エネクス	630
21	セブン・イレブン・ジャパン	702	46	日本航空	627
22	三井住友海上火災保険	701	47	みちのく銀行	626
23	岩谷産業	697	48	NTT コミュニケーションズ	622
24	東京急行電鉄	696	49	環境管理センター	619
25	高島屋	692	49	東京海上火災保険	619

(日経産業新聞2003年12月11日)

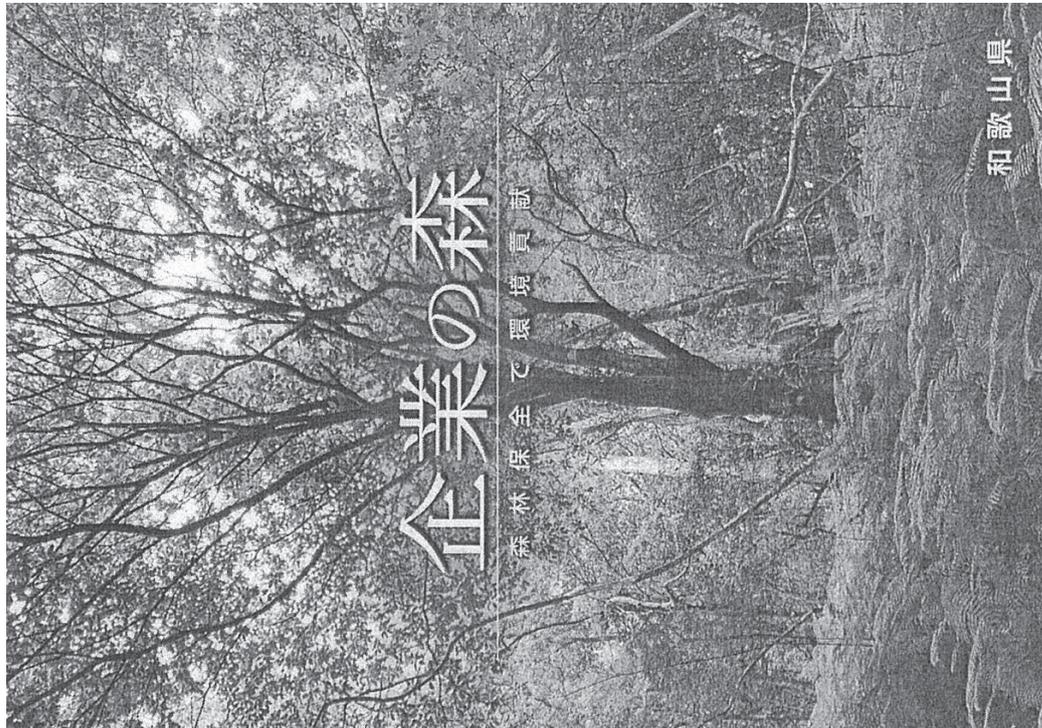


写真1 和歌山県による「企業の森」紹介パンフレットの表紙

企業の森 取り組みのご紹介

UJ・ゼン・セツ・エンジニアリングの取り組み

「企業の森」事業の第1号として取り組みを開始したのは、UJ・ゼン・セツ・エンジニアリングです。労働組合設立40周年記念事業「緑のプラン」の一環として、奈良県で森林整備ボランティア事業に取り組んでいます。

取り組みの概要
 ●場所：和歌山県白河町白河川内（私有林）
 ●面積：合計 約2ha



関西電力労働組合の取り組み

関西電力労働組合は、組合設立50周年記念事業として田辺市本管理の森林を借り受け、開墾された約1haの森と名付けた森林で環境保全活動や組合員研修を行っています。

取り組みの概要
 ●場所：和歌山県田辺市本管理地内（公有林）
 ●面積：合計 約1ha



大阪ガス株式会社の取り組み

「大阪ガスの森」は、「企業の森」事業に初めて企業が参加したケースであり、労働組合と協働した森林づくりを展開しています。活動地は世界遺産に登録された「紀伊山地の霊場と参道」の中辺路ルートに隣接しており、世帯主の同意と環境保全を確保していく取り組みとして取り組まれています。

取り組みの概要
 ●場所：和歌山県田辺市中辺路町中（私有林）
 ●面積：合計 約1ha



白河地区こども連立会(JT)の取り組み

白河地区で行う森林保全活動の第一歩として、田辺市中辺路町の森林約100haでの取り組みを決定しました。「JTの森 中辺路」として広葉樹など18万本の苗木を植栽し育林していく大規模な森林保全活動を実施しています。

取り組みの概要
 ●場所：和歌山県田辺市中辺路町中（私有林）
 ●面積：合計 約50ha



※社会福祉協議会、イオン・イオン・イオン、イオン・イオン・イオンが事業に協賛を決定しました。
この事業に協賛するお問い合せ先
和歌山県 農林水産部 森の活用推進課 新志のこども連立会
TEL 073-441-2930 (直通) FAX 073-441-2939
E-mail: e0712001@pref.wakayama.lg.jp
企業ごとの森林状況や面積が異なるため、お視察にご用意ください。

写真2 和歌山県による「企業の森」における取り組みの紹介

Genbu 2003
NPO Hinokuni Forestry Association
E-mail: hawakuni@hinokuni.org
http://www.hinokuni.org

F440-CBBB
NPO Hinokuni Forestry Association
Vol.039 穂の国森づくりの会
E-mail: hawakuni@hinokuni.org
http://www.hinokuni.org

「穂の国森づくりの会」の活動を示す機関連誌

穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。まさに環境を育むの場が広がってほしい。また、穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。また、穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。

穂の国みんぼの森と海とのつながり

穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。また、穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。

穂の国みんぼの森と海とのつながり

穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。また、穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。

写真5 NPO「穂の国森づくりの会」の活動を示す機関連誌

Genbu 2002
NPO Hinokuni Forestry Association
E-mail: hawakuni@hinokuni.org
http://www.hinokuni.org

F440-CBBB
NPO Hinokuni Forestry Association
Vol.034 穂の国森づくりの会
E-mail: hawakuni@hinokuni.org
http://www.hinokuni.org

穂の国みんぼの森と海とのつながり

穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。また、穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。

穂の国みんぼの森と海とのつながり

穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。また、穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。

穂の国みんぼの森と海とのつながり

穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。また、穂山重雄氏の報告「穂の国森づくりの会」のキャッチフレーズは「大木の人を育てよう」です。私たちのみんなの森にも、環境教育の場を設けたい。

写真6 NPO「穂の国森づくりの会」の活動を示す機関連誌



沙漠を緑に…

さぼく

●追悼集 (号外)

○遠山正瑛会長への追悼の言葉

○遠山正瑛会長の思い出

○「遠山正瑛先生を偲ぶ会」開催のお知らせ

●日本砂漠緑化実践協会

平成16年4月30日発行 発行責任者 山中勝美

東京事務所 〒101-0021 東京都千代田区外神田5-5-5
沼田ビル3階

TEL.03(5812)0389/FAX.03(5812)0384

ホームページアドレス <http://www.sabakumyokuka.org/>

eメールアドレス jimuyoku@sabakumyokuka.org



写真7 日本砂漠緑化実践協会機関誌「さぼく」の
遠山先生追悼号表紙

愛知大学「緑の協力隊」ポプラの森

第3次隊 感想文集 vol. 3

ポプラの森



2006

愛知大学緑の協力隊「ポプラの森」事務局

写真8 「ポプラの森」づくりで日本砂漠実践協会の緑化に
協力している愛知大学13年目の文集表紙

参考資料1 デンソー社員による子供達への環境観察のボランティア活動を伝える新聞

(2006年) 9月24日(日) 2006年(平成18年) 東日新聞
経済・政治・行政



カニなどの生き物を観察し、汐川干潟の環境について学んだ

環境体験型教育プログラム

干潟の浄化力学

デンソーは23日、環境体験型教育プログラム「ECOレンジャー21」を豊橋市杉山町の汐川干潟と岡田町徳島のデンソー豊橋製作所で開催し、応募で集まった小学生が干潟の生き物の観察を通じて、干潟の浄化力や大切さを学んだ。とよはし100祭サポーターイベント。小学生4年生から6年生までの36人が参加。はじめに豊橋製作所で講師の高山博好さんから干潟の特徴や浄化作用などを聞いた。同時にアサリの浄化実験も行い、水質の

変化を観察した。その後バスで汐川干潟に移動し、堤防から双眼鏡で鳥を観察した後、長靴に履き替え、初めて干潟の上を歩いた。ペンケイガニやコマツキガニ、ゴカイなど干潟特有の生き物を採り、土を掘って見つけるたびに歓声をあげていた。エコに興味があり参加した5年生の松井大くんは「これまで見たこともない生き物がたくさん見られた。これからは絶対にゴミを捨てないようにしたい」と干潟の大切さを身をもって実感していた。「ECOレンジャー21」は里山、川辺、海辺など身近な自然について小学生に学んでもらうと、デンソー社員がボランティアで01年から定期、安城などで実施。今年初めて豊橋で開催した。

意見交わし安心の向上だ

トヨタ自動車 田原工場で 住民交え化学物質懇談会



地元住民を交え活発な意見交換が行われた化学物質の地域懇談会

トヨタ自動車と愛知県は18日午後、田原市緑が浜3号の同自動車田原工場厚生センターで、化学物質に関する地域懇談会「リスクコミュニケーション」を開いた。高レベルで環境リスク管理を手がけており、住民と話す場に立ちやすいため、県を通じ同社で行われた。相互に気兼ねなく声を出しあった結果、安心感の向上に一役買った。

地域の化学物質による環境リスクを減らすため、県民や事業者が情報を共有して相互理解を図るため実施。地域全体で化学物質の適正管理、排出抑制に取り組んでいく足がかりと位置づけられている。

工場を見学した後、岐阜県森林文化アカデミー講師の八尾哲史氏が議論を円滑に進めるファシリテーターを務め、リスクコミュニケーションの目的・ルールを詳細に説明。途中、化学物質のリスク管理については、インタープリター（解説者）として呼ばれた化学物質アドバイザー・井上靖彦氏が助言を行った。

会では、作業の中で水性化した塗料を使う事で環境に影響を及ぼすトルエン、キシレンなど化学物質の使用量を減少させる対策も示された。また工場から排出される物について「一般基準レベル以下に抑えており、今後改良を進める」と理解を求めた場面もあった。

最後に、回覧板などで募集された地域代表者を中心に「意見交換」が行われ、取り組みへの興味を示しながらさらなる管理徹底を期待した。住民側から交通環境面などでの要望も出る中、八尾氏が総括し、住民関心の向上や企業努力がうかがえる成果を示し、解散した。同市や社団法人・環境情報科学センターが協力し、関係者らが立ちあった。