

第Ⅱ期(2003年度)環境経営コミュニケーション研究会報告書

.....
Environment-Conscious Management & Mode of Corporate-Communications

環境経営とコミュニケーションのかたち

—持続可能な成長に向けた「環境コミュニケーション」と「情報様式」—
.....



企業の目的

企業の社会的責任(CSR)

環境コミュニケーション政策/事例

環境報告書

環境広告

ステークホルダー対話

環境教育/社内コミュニケーション

リスクコミュニケーション

メディア・エコロジー

日本広報学会 環境経営コミュニケーション研究会

2004年6月

第Ⅱ期(2003年度)環境経営コミュニケーション研究会報告書

.....
Environment-Conscious Management & Mode of Corporate-Communications

環境経営とコミュニケーションのかたち

—持続可能な成長に向けた「環境コミュニケーション」と「情報様式」—
.....



日本広報学会 環境経営コミュニケーション研究会

2004年6月

○目次○

序章 第2期環境経営コミュニケーション研究会の成果と課題・・・・・・・・清水 正道 [5]

補論 環境経営コミュニケーションに関する2つの提言・・・・・・・・清水 正道 [12]
—「環境配慮促進法案」と対話型コミュニケーションをめぐって

第1部 研究活動報告

第1章 企業の目的を問う・・・・・・・・木内 孝 [20]

第2章 企業の社会的責任（CSR）——国際動向と意義・・・・・・・・山添 真喜子 [29]

第3章 環境コミュニケーションの現状と課題・・・・・・・・清水 正道 [42]

- 1 環境コミュニケーション促進の政策的背景
- 2 環境・社会報告の欧米・日本における動向とコミュニケーション課題
- 3 注目すべき海外企業コミュニケーションの事例

第4章 わが国企業の環境コミュニケーション事例

- 1 松下電器の環境コミュニケーション活動・・・・・・・・木田 裕子 [66]
- 2 日本IBMの環境コミュニケーション活動・・・・・・・・坂本 茂實 [80]
- 3 富士通の環境コミュニケーション、環境教育・・・・・・・・川口 努 [89]

第5章 隠匿のコミュニケーション：「環境広告」の定義と特徴・・・・・・・・関谷 直也 [95]

- 1 「環境広告」の定義
- 2 「環境広告」の特徴
- 3 「環境広告」のコミュニケーション的特徴

第6章 環境影響火災における組織心理・・・・・・・・辻本 篤 [108]

—化学系、製油所・油槽所系工場の事例—

- 1 はじめに
- 2 リスク発生の制御可能性
- 3 引用事例（4事例）、その引用定義・概要
- 4 検討（組織の心理的側面）
- 5 再発防止の為の社内システム（組織心理）の設計
- 6 おわりに

第II部 新たな経済社会と企業コミュニケーションの展望

第1章 開かれたシステムと情報について……………恩田 誠 [116]

—環境経営コミュニケーション論における情報のコミュニケーション的構造化と問題関連において—

- 1 はじめに
- 2 システム論的ターニングポイントである「開かれたシステムの登場」
- 3 情報とは何か？—情報理解の3つの方向性
- 4 環境経営コミュニケーションにおける「環境情報」について
- 5 環境経営コミュニケーション論から見た情報理解—情報は事実性と文脈を併せもつ「潜在的な知識」である

第2章 システム制御理論にもとづく企業内環境教育の体系化……………藤平 和彦 [130]

- 1 はじめに
- 2 企業内環境教育の現状と課題
- 3 システム制御工学
- 4 環境問題とシステム制御
- 5 企業内環境教育の定義と基本要素
- 6 教育計画・プログラムの策定と刷新
- 7 環境教育推進のもう1つの意義

第3章 環境経営コミュニケーション・プログラムの視点と実務……………清水 正道 [145]

- 1 環境経営コミュニケーション戦略における「未来への責任」
- 2 トップ主導による「実行成果」の追求
- 3 自己革新の継続的メッセージ発信
- 4 現状分析と目的志向型のマネジメント
- 5 戦略的なコミュニケーション・プログラムの立案
- 6 環境経営コミュニケーションの実践ポイント
- 7 ステークホルダーの特定とメッセージ内容
- 8 環境・社会報告書の効果と留意点

第4章 ステークホルダー対話と企業コミュニケーション……………宮田 穰 [160]

～メディア・エコロジーの視点から～

- 1 ステークホルダーを支えるメディア
- 2 広がりのメディアと深まりのメディア
- 3 企業コミュニケーション事例検討～リコー、損保ジャパン～
- 4 Web活用のポテンシャルとステークホルダーミーティング

第2期環境経営コミュニケーション研究会の成果と課題

環境経営コミュニケーション研究会 主査 清水正道

1. 研究会の目的と成果

1.1 2002年度第Ⅰ期研究会の経緯と成果

第Ⅰ期研究では、その研究目的を以下のように定めて、毎月研究例会を開催した。

環境経営を志向する企業の「企業戦略及び環境コミュニケーション活動」を分析し、循環型社会構築に向けた課題と戦略を検討し、企業コミュニケーション活動における計画、体制及び具体的な施策(事業/活動)を提案すること

また研究会の討議をもとにして、第8回研究発表大会統一テーマ「広報・新たなる使命」に沿って統一論題サブ・セッションテーマ「環境コミュニケーションと生活者対応」を提案し、研究会中間報告を行った。ここでは、今井聡(P&G)の報告をもとに藤平和俊(環境学研究所)、江間直美(電通パブリックリレーションズ)両名が討論者として発言し、環境面に関わる各主体のコミュニケーション上の課題を討議した。

これらの研究・討議によって、環境保全の取組が企業の経営戦略として位置づけられつつあること、しかし企業と消費者・市場とのコミュニケーション・ギャップは縮まっていないことなどが明らかにされ、また企業内コミュニケーションのひとつとしての環境教育の体系化提案も行われた。これらの第Ⅰ期(2002年度)研究成果については、本学会報告書「環境経営コミュニケーションの現状と課題」(2003年6月)を参照いただければ幸いである。

1.2 2003年度第Ⅱ期研究会の経緯と成果

一方、2002年度後半から2003年度にかけては、環境経営導入企業が増加するとともに、環境保全だけでなく企業の社会的責任(CSR)を検討していく動きも顕著になってきた。そのことは、2003年度において、従来「環境報告書」とタイトルを銘打っていた一部の企業が「環境経営報告書」や「環境・社会報告書」「サステナビリティ・レポート」などとタイトルを切り替えてきたことや相次いでCSR推進室が立ち上がったことにも象徴される。

こうしたことを考慮して第Ⅱ期研究会では、以下のような研究目的を設定し、新メンバーを含めて研究活動を進めてきた。

21世紀を迎えた今、環境・資源制約の克服と持続可能な経済成長に向けた企業活動のグリーン化が経済構造改革の最重要課題となっている中、企業とステークホルダーとの関係性をコミュニケーション行動の視点から検討し、環境経営の取組及び事業を促進する方策、手法等を提案する。

また、研究実施計画としては「2002年度研究成果の報告及び再検討から開始し、主として以下の共

同研究及び個人研究を行い、積極的に会員等に向けた報告を行う」とし、以下のような目標を掲げた。

- ①月例研究会の開催(政策・事例研究及び研究討議)
- ②テーマごとの個別研究の推進
- ③「広報塾」「研究発表大会」等の機会を捉えた成果報告
- ④報告書／書籍の執筆及び実践プログラム等の策定

月例研究会ではメンバー内討議にとどまらず、研究会の学会メンバーへの公開や法人会員等に依頼した企業事例報告を行ったが、このような機会を通じて新メンバーが何人か加わったことは、ひとつの試みとして評価されうるのではないだろうか。

また、これらの調査・研究討議の中から、藤平和俊が「システム制御工学を応用した企業内環境教育の方法論」を「広報研究」第8号に掲載したことはひとつの成果であると考えられる。

図表1 研究会活動の経緯

2003年
4月16日 研究会準備会(全員討議：研究目的・計画、体制等の検討)
5月14日 第1回研究会(発表者：清水正道「環境コミュニケーションの現状と課題」)
6月11日 第2回研究会(発表者：木内孝「企業の目的を問う」)
7月09日 第3回研究会(発表者：田崎裕美／山添真喜子／立川博巳「CSRの現状と課題」)
8月28日 第4回研究会(発表者：藤平和俊「企業内環境教育の系統的方法についての提案」)
9月11日 第5回研究会(発表者：木田祐子／松下電器環境本部環境企画グループ 環境コミュニケーションチーム主事「松下電器グループ「環境報告書」について」)
10月8日 第6回研究会(発表者：坂本茂實「日本IBMの環境活動概要事例」)
11月5日 第7回研究会(発表者：川口努／富士通環境本部マネジメント企画部プロジェクト課長「富士通の環境戦略と環境コミュニケーションおよび環境教育・啓発活動事例」)
12月10日 第8回研究会(全員討議：今後の研究会運営と報告書執筆内容について)
2004年
2月18日 第9回研究会(発表者：清水正道「報告書の中間報告」)
3月18日 第10回研究会(全員討議：研究会報告書の執筆中間報告)
4月21日 第11回研究会(全員討議：研究会報告書、最終提出原稿報告)

なお、研究会活動を進めるに当たって、第Ⅰ期(2002年度)においては株式会社電通パブリック・リレーションズ、また第Ⅱ期(2003年度)では東京大学社会情報研究所の会場をお借りすることができた。このことにより効果的な研究討議もできたのであり、遅ればせながらではあるが、ここに改めて、会場提供等の便宜を提供して下さったご関係の皆様方に心より感謝を申し上げたい。

また、研究会幹事である藤平和俊(会計事務)、辻本篤(連絡事務等)、関谷直也／富岡恵子(議事録・報告書編集事務)の各氏には、それぞれ面倒な事務手続き等を担っていただいた。幹事の皆さんの積極的な協力があつたゆえに、毎月の例会も報告書発行も出来たわけである。そのことに改めて感謝申し上げます。

2. 研究会活動の課題—今後の取組の方向性を踏まえて

2.1 手続き、運営上の課題について

本研究会は2年間の研究期間を通じて、活発な研究討議を行い、ここに成果を報告するのであるが、しかし、当初設定した研究目的「企業とステークホルダーとの関係性をコミュニケーション行動の視点から検討し、環境経営の取組及び事業を促進する方策、手法等を提案する」ことが達成されたかと問われれば、必ずしも100%達成されたとは言えないだろう。この点は重要な反省点である。

ひとえに主査の時間不足や力不足であることは論を待たないが、本学会研究会制度、諸手続方法の中にも問題はあろう。手続きや制度問題に関わる課題については、今後何が問題なのかを精査し、研究会運営委員会等での検討に反映させ、少しでも改善につなげていきたいと思う。

2.2 研究会活動の方法論的問題について

次に、この2年間の調査研究あるいは研究討議活動を通じて明らかになった最大の課題は、一般論として企業実態の把握や分析が必要だということに止まらず、企業経営と地球環境との関係性を視野に入れた分析が環境コミュニケーションでは必要不可欠であるという点である。

従来の企業コミュニケーションは、「企業経営」と「経済社会」との相互作用のみに注目し、企業経営の成長あるいは安定を確保するため、経済社会の主要ステークホルダーの利害やニーズを探ったり、納得させたり説得したりするための手法として発展してきた。しかし、環境経営や環境コミュニケーションの基本的構図は、システム論的に言うならば、「地球環境」「経済社会」「企業経営」という3つのシステム領域相互の関係によって決定されていることが特徴である。

しかし企業経営と地球環境との関係を直接読み解くことは、あまりにも関係する要因が膨大にありすぎて不可能に近い。企業経営との関係を読み解こうとするならば、経済社会システムの中の「市場」あるいは「企業の事業活動の環境影響を代替する何らかの指標」を通してしか読み解くはできない。ゆえに、このことを踏まえて、「コミュニケーションの視点から見た市場の位置づけ」あるいは「市場における多目的企業評価の実態」等について、より具体的に触れるべきであると思われるが、今後の課題として掲げておきたい。

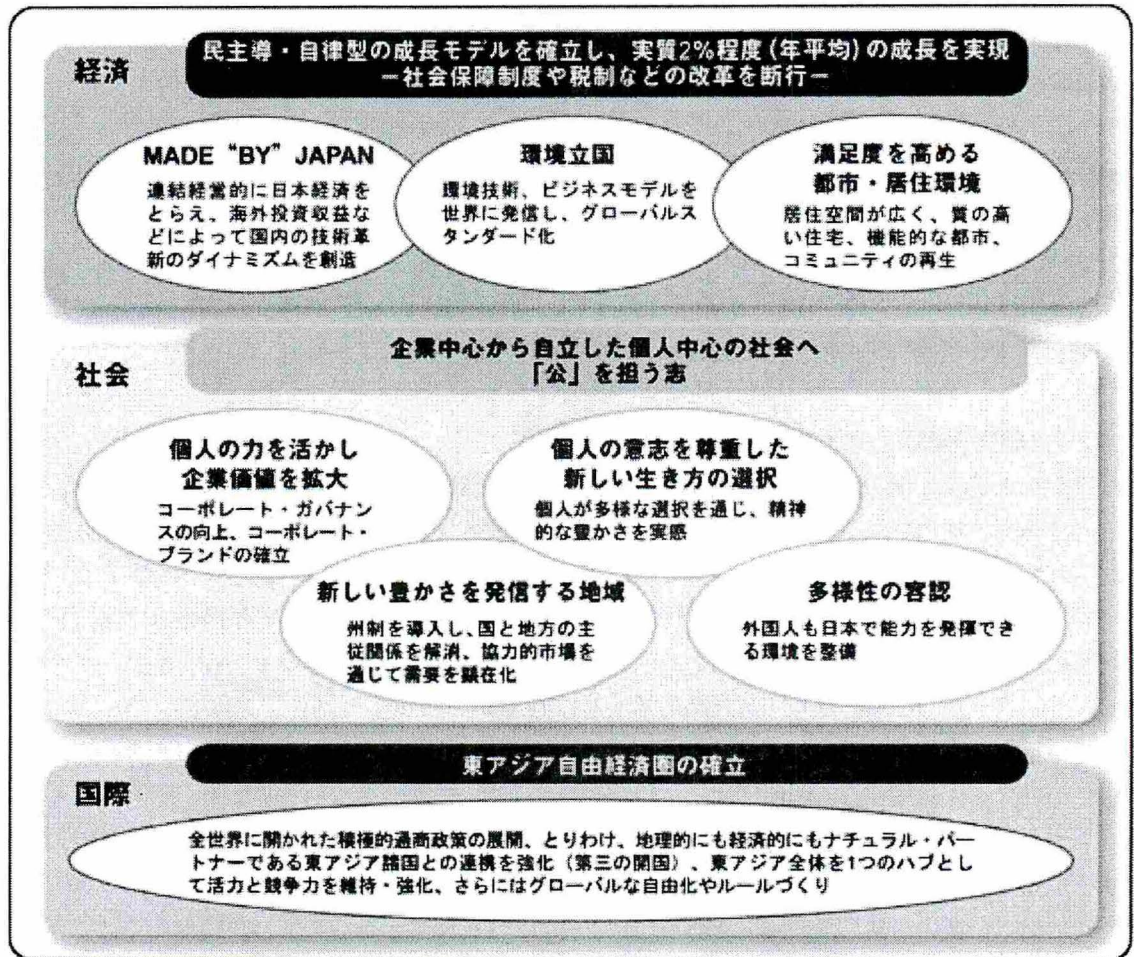
また、もう一つの課題は、今日のように、地球環境問題が経済(市場)のみならず、政治、社会、文化の面からも企業経営に影響を与えるという認識が確立しつつある中で、企業がどのような将来ビジョンや経営目標を持つべきかという問題である。とくに環境面に限っても、企業の社会的責任がSC(サプライ・チェーン)の末端まで及ぶと理解されるようになるなど空間的にも拡大され、しかも未来の社会的責任にも、すなわち時間的にも拡大されつつある。

このことは、環境対策と管理手法があれば良かった時代から、経営理念やビジョンに基づいた長期戦略の観点が求められるようになってきているのである。日本経団連でも昨年1月に2025年ビジョンを発表し、経済の将来像の一つとして「環境立国」を掲げている¹。また産業構造審議会環境部会もその中間報告で「企業による環境に配慮した企業経営や環境ビジネスの創出が、我が国が抱える環境問題を解決する主要な役割を担う」と打ち出している²。

¹ 日本経団連提言「活力と魅力溢れる日本をめざして」2003年

² 産業構造審議会環境部会産業と環境小委員会中間報告『環境立国宣言 環境と両立した企業経営と環境ビジネスのあり方』ケイブ出版、2003年

21世紀日本のめざすべき国のかたち



(出典：日本経団連提言「活力と魅力溢れる日本をめざして」2003年1月)

2.3 「情報」と「コミュニケーション」への新たな視点

なぜ将来ビジョンが必要なのかは、藤平論文にも触れられているが、ここでは、地球生態系が変動するという問題が政治、経済、社会、文化などわれわれ人類文明の根幹に関わる問題であり、単なる科学技術や経済問題ではないことを指摘しておこう。すなわち、大多数の人々が納得しうるような完全解はないのであり、「長い、曲がりくねった企業経営という道」を辿らなければならないからだ。「分からないことをコミュニケーションする」といったような、20世紀経済・社会の枠組みの中で開発されてきた企業コミュニケーションの方法や手法と根本的に異なるコミュニケーション方法を開発する必要が出てきたと思われる。

その意味で、研究会活動において十分検討できなかった面はあるが、研究会の当初に世界的な動向を木内 孝・フューチャー500理事長及び山添真喜子・イー・アール・エム日本コンサルタントのお二人からお聞きできたことは、「分からないことを分かるようになるためには、その人の価値観や哲学を通じてコミュニケーションするしかない」ことの契機ともなったのではないと思われる。

また、恩田誠による情報学的アプローチからの「環境経営コミュニケーション論における情報のコミュニケーション的構造化」では、企業という存在に対する理解を前提として、情報に関する理論整

理と問題提起を行っているが、これは、環境コミュニケーションのみならず、最近、急速に関心を集めつつある CSR 推進と企業コミュニケーションとの関係を読み解いていく際にも大いに参考となろう。第 2 部第 1 章「開かれたシステムと情報について」をぜひ参照いただきたい。

前項で企業実態の把握と分析が必要なことを述べたが、本研究会においても調査部会を設置して「テーマごとの個別研究の推進」を図った。とくに環境経営と環境コミュニケーションとの関連については、アンケート調査項目案検討段階まで進んだが、残念ながら予算や人手、時間的な制約もあり断念せざるを得なかった。

一方、この調査視点とは異なるものの、メンバーの一員である宮田穰が独自に環境報告書等の調査分析を進め、メディア・エコロジーの視点から情報（コンテンツ）とメディア形態との関係を読み解く研究論文「ステークホルダー対話と企業コミュニケーション」をまとめたため、調査報告に代えて宮田論文を掲載することとした。

環境報告書等や環境ウェブサイト等の内容分析を通じて、その情報内容の分析を試みる調査はすでにいくつかある。環境省「環境にやさしい企業行動調査」（毎年度）、国立環境研究所「企業の環境コミュニケーションが循環社会システムづくりに与える影響調査報告書」（2002 年 3 月）、環境報告書ネットワークによる調査研究、横浜国立大学河野研究室による調査等があげられる。ただし、それらは一定の社会政策あるいは国際的なディスクロージャー基準に沿った「掲載情報の傾向分析」に止まっている。これでは、企業コミュニケーションが持つ意味、将来像も導き出せない。新しい調査分析方法が求められている。

2.4 環境広告及び環境教育研究で明らかになった点

本研究会での研究活動と連動したメンバー独自の研究活動という面では、辻本論文と並んで関谷直也「隠匿のコミュニケーション：「環境広告」の定義と特徴」も労作の一つである。

関谷論文は、環境広告活動を行っている主要企業へのヒヤリングを通じた実証研究であり、従来ほとんど論じてこられなかった環境広告について、定義、メディア論的特徴、媒体的特徴、コミュニケーション的特徴について意欲的な整理を行っている。

とくに、1995 年の「容器包装に係わる分別収集及び再商品化の促進に関する法律」（略称：容器包装リサイクル法）の公布の時点から環境広告を出稿する視点が大きく変わってきていることを踏まえて、多大なコストが投入されている環境広告活動におけるメッセージの出し方について具体的に明らかにしている。

企業活動を内部から環境保全に配慮したものへと変革しようとするとき、その原動力となるコミュニケーションが環境教育だといえる。企業内環境教育の取組みは近年急速に活発化してきているが、各社とも試行錯誤しながら効果的な教育方法の開発に努めている段階である。そのような中で藤平論文は、システム制御理論を応用して体系的に企業内環境教育の方法を解説し、環境教育を構成する 4 つの基本要素、教育の全体計画やプログラムの策定・刷新手順を筋道立てて提示しており、すぐに実務に活かせる内容となっている。

また、前出の「広報研究」掲載論文から一步踏み込んでいる点として、地球環境時代のビジョンを図式化している（図 4 参照）ことも注目したい。企業ビジョン策定の意義については、執筆メンバーが共通して指摘しているところであるが、そのビジョン自体を実現するために、企業内教育が果たす役割をさらに明確に企業内コミュニケーション体系の中に位置づけていくことを期待したい。

3 おわりに

本研究会は本報告書の刊行をもって調査研究活動を終了するわけであるが、企業の環境コミュニケーションとくに環境報告書等を通じた情報ディスクロージャーへの取り組みに関しては、この2年間に驚くべき進歩を遂げている。これが、環境経営報告書、環境・社会報告書、サステナビリティ・レポートなどへと次々に変身しつつある今日、その意味をどのように捉えるべきか？

多くの環境関連研究者は、「GRI ガイドライン」や改訂「環境省ガイドライン」の基準等への企業の対応という側面しか見していない。しかしながら、これまで企業内に隠匿されていた情報がステークホルダーに開示され、情報が情報を生むコミュニケーション・プロセスに入り込んでいくなれば、企業と社会とのコミュニケーション関係は大いに活性化されるに違いない。

恐らく昨今のブーム現象とも思える CSR を巡る動きも、企業と社会とのコミュニケーションにおける関係性を変容していき、企業経営にこれまでにないインパクトを与えていく可能性がある。本報告書の成果は限られたものではあるが、今後、日本広報学会においてコーポレート・コミュニケーションの観点から、さらにこの新しい課題について調査研究活動が取り組まれることを期待したい。