

企業による環境情報発信が、環境教育・消費者教育に与える好影響と課題 ：「環境報告書」の内容がより多くの一般消費者に理解されるために¹

(財) 地球環境戦略研究機関 関西研究センター 平山健次郎

1. はじめに

企業による環境に関する情報発信はますます盛んになっている。中でも、環境報告書という形で開示する企業が急速に増えている。環境報告書とは、環境に関する取り組み内容やその実績等をまとめて外部へ公表する文書である。当研究機関の調査では、東証1部1474社のうち284社が2001年中に環境報告書を発行しており、未発行企業でも91社が作成予定と回答しており(2002年1月現在)、急速な勢いで環境情報開示ツールとして一般化しつつある。

環境報告書には、消費や投資等における健やかに人間らしく暮していく視点に立った企業判断に不可欠なデータが記されている。これまでに、環境に熱心な企業を評価、選別するための情報開示手段として、記載事項の内容の分析や、各社間での記載内容の比較可能性、記載内容の信頼性担保の仕方等について議論が行われてきた²。

一方で、一般の市民・消費者にどのように受け取られているかは今まで論じられることは少なかった。

環境報告書は一般の市民・消費者にとってはまだ身近なものになっていない。例えば2001年に行われたインターネット調査「gooリサーチ」によれば、アンケートモニターを対象に環境報告書の閲読経験を尋ねたところ「読んだことがある」と答えたのは8.5%であった。

本研究では、環境教育・消費者教育で環境報告書が利用されるための要件を調べることを通じて、より多くの一般の市民・消費者に読まれるために何が必要かを探ることを目的としている。そのためにアンケート調査およびインタビュー調査を通じて以下のことを明らかにする。なお本研究では課題発見に心がけ、調査対象者からなるべく自由に意見を出してもらった。

¹ 本研究は、(財)兵庫県ヒューマンケア研究機構の助成研究です。また本研究では、あおぞら財団((財)公害地域再生センター)様にご協力頂き、またアンケートおよびインタビューの回答者の方がたに大変お世話になりました。それから研究全体にわたって、(財)地球環境戦略研究機関関西研究センター天野明弘所長にご指導頂きました。皆様に深くお礼を申し上げます。

² 國部克彦/富増和彦/資源リサイクルシステムセンター編(2000)「環境報告書の理論と実際 環境情報開示をどう進めるか」(財)省エネルギーセンター、環境報告書ネットワーク(2001)「2000年度環境報告

[分析の観点]

- ①企業の環境報告書が一般の市民・消費者にとって読みにくいとしたら、その理由は何か。どのような工夫がなされれば、一般の市民・消費者にとって読みやすくなるか。
- ②環境教育・消費者教育の教育資料として、環境報告書が取り上げられるための要件とはなにか。
- ③環境報告書を読みやすくするためのどのような方策であれば、企業は現実的に実行しうるのか。

①を調べるために、ある非営利団体によって実施された環境報告書に関するセミナーの参加者に、アンケート調査を行った。

②を調べるために、環境教育・消費者教育関係者にインタビュー調査を行った。これを分析の観点として取り上げた理由は二つある。一つは、一般の市民や消費者が企業の環境報告書に接する機会がかなり少ない現状においては、環境報告書がそれらの教育資料となることによって一般市民・消費者が環境報告書の存在を知り、読み方を学んで様々な用途に利用するきっかけになると考えられるからである。もう一つは、環境報告書が教育資料として利用しやすくなるための要件それ自体が、一般の市民・消費者にとって読みやすくなる要件と多くの場合一致すると考えられるからである。

そして③を調べるために、企業の環境報告書作成担当者にインタビュー調査を行った。

本研究は『環境報告書』の内容がより多くの一般消費者に理解されるために「何が必要かを明らかにする調査を行うことを通じて、「企業による環境情報発信が、環境教育・消費者教育に与える好影響と課題」についての示唆を得ることをねらいとしている。

なお、巻末にアンケート調査票、インタビュー調査票を付した。

2. 環境報告書を読むセミナー参加者へのアンケート調査結果

環境事業団 地球市民大学校（西日本校）「地球環境問題講座」（あおぞら財団実施）第5回ワークショップ「環境情報を通じた企業と市民のコミュニケーション」（2000年12月9日）参加者15名にアンケート調査した結果を記す³。

書ネットワーク（NER）研究会活動報告書」等が詳しい。

³ 調査実施時期は2001年10月、調査方法は郵送調査、回収結果は回収数12（回収率80%）であった。なお、15名の内訳は、行政関係者1名、企業関係者5名、NGO関係者4名、市民5名であった。

ワークショップの効果

まずワークショップの効果について尋ねた。ワークショップを受けた後に環境報告書の入手やホームページ（以下、「HP」と記す）での閲覧の頻度の変化を尋ねたところ、「変化なし」「多くなった」との回答がそれぞれ6名ずつあり、「少なくなった」との回答はなかった。特にワークショップを受ける前には「企業が発行していることは知っていたが、実際に読んだことはなかった」4名のうち3名が「多くなった」と答えている。環境報告書に少しは関心をもっている人に、ワークショップが効果的なことが窺える。

また、ワークショップの効果を具体的に尋ねたところ、環境報告書を「読みたくなった」（10名）、「読みやすくなった」（9名）、「わかりやすくなった」（8名）、「会社間で比較して読むようになった」（8名）、「問題意識を持って読むようになった」（11名）という回答であった。

環境報告書の読みやすさ

次に、一般的に環境報告書は読みやすいかどうかを尋ねたところ、「読みにくい」（6名）と「読みやすい」（6名）とに分かれた。

環境報告書を読みやすくするための課題については書き方としては、「公表されている環境に関する数字等の意味付けがわからない」（4名）、「使われている言葉が専門的であり、予備知識を必要とする」（2名）という結果であった。また内容としては、「項目あるいは分量が多すぎる」（5名）、「記載されている情報の中で一般の市民・消費者に直接役立つものが少ない」（4名）、「情報が偏っている」（4名）と回答された。

役立つ記載内容

記載内容で役立つのは「環境負荷実績、および低減に向けた取り組みの状況」（9名）、「環境に関する社会貢献活動の状況」（8名）、「環境保全についての経営方針」（3名）、「環境マネジメントシステム」（2名）の順に選択された。なお、記載項目に関連した「環境についての一般的な解説」を挙げる人はいなかった。

環境に優しい暮らし方のヒント

環境に優しい暮らし方のヒントを記載項目に加えることについては、そうすることで「読みやすくなる」（4名）、「読みにくくなる」（4名）、「会社とその記述内容による」（4名）の回答に三分された。「読みやすくなる」を選んだ人の理由は、「報告書を作成する会社の意向が現れるから」「身近な生活と結びついてはじめて、記載事項全体が役立つ情報になりえるから」であった。「読みにくくなる」を選んだ人からはコメントとして、「各社が同じ内容を記載するのは、手間と費用の無駄。専門の機関がわかりやすい冊子を発行すればよい。」「製品の廃棄方法に関する内容は記載が望ましい」が記された。「会社とその記述内容による」を選んだ人の中には、「企業と生活者が双方向の情報交換を行うことは顧客サービ

スとしてだけでなく、製品・サービスの品質向上に欠かせない」と記す人もいた。

信頼性

環境報告書の信頼性担保について尋ねたところ、市民・消費者も読む環境報告書としては「第三者による信頼性の裏付けが欠かせない」（10名）、「必ずしも信頼性の裏付けのない環境報告書であっても、市民・消費者は読み取り能力を高めることによって、対応する必要がある」（1名）という回答であった。

ガイドブック

もし企業の環境報告書を読むためのガイドブックがつけられるとしたら、どのような内容を期待するかを尋ねたところ、「専門用語やデータの単位等についての知識」（10名）、「記載項目に関連した、一般的な環境についての解説（データのもつ意味についての説明）」（8名）、「同業他社との比較をするうえでのポイント」（8名）、「事実とPR的記述の読み分け方」（7名）、「何が記載されているかを大まかに把握する方法」（6名）と回答された。

一般の市民・消費者が取るべきスタンス

環境報告書に対して一般の市民・消費者が取るべきスタンスを尋ねたところ、「自分と関わりの深い会社はもちろん、なるべく多くの会社の環境報告書を読む必要がある」（5名）、「自分と関わりの深い会社の環境報告書を読む必要がある」（2名）、「環境報告書は一般の市民・消費者にとってできれば読むことが望ましいものであり、無理してまで読む必要はない」（2名）、と回答された。

次に、環境報告書を読むべき理由を尋ねたところ、「環境に優しい暮らしを行っていくには、消費する商品がどのような企業から製造・販売されているかを考慮する必要があるから」（7名）「個々の商品について材料の調達、製造、流通、使用後の扱いにまでわたった環境影響データを市民・消費者が考慮していく必要がある」（5名）「環境報告書の発行企業数が増えており、今後重要な媒体になると考えられるから」（4名）「就職や株式投資をする際に、企業の環境への取り組みや実績は判断材料として重要だから」（1名）と回答された。他に「目的によって環境報告書の読み方は異なる。例えば会社に勤めているなら同業他社のものを読み、環境保全活動の参考資料とする。一般市民ならば生活に密着している企業のものを読み、グリーン購入の参考とする。」というコメントも寄せられた。

自由回答

「個人投資家が企業を評価するうえで、社会的責任を果たしているかどうか、環境に関心のある企業かどうかを見極めるために重要。」（女性、30代）

「環境報告書は一般の人にはまだ読みにくい。しかしそれでも構わないので、第三者がそれを読んで評価し、その結果をメディアを通じて公開するとよい。消費者はこのような情

報が欲しいが、どうすれば入手できるのかがわからないのでは。」(男性、30代)

「環境報告書での内容、即ち企業の環境に対する意識の高さの度合いを、実際の商品購入時に一目でわかるようにすれば、企業にとっても消費者にとっても有益であろう。」(男性、30代)

「環境は範囲が広く、無駄をはぶく、再利用するという位のことは判るが、その他は何をやればよいのか、明確な目標が見当たらないのが一般市民の大部分ではないか。そのため、まず自分の身近にある会社(勤務先、あるいは日常生活で使用している製品を製造している会社など)の環境報告書から読み進んでいくのも、一つの方法かと思う。」(男性、60代)

「企業によってはPR色の強すぎるものもある。」(女性、50代)

「一般市民にとって数値の基準がよくわからない。例えば車のクーラーで使われているCFC12の回収はどれくらい進んでいるのだろうか。企業は責任をもって公表する必要がある。それぞれの企業において環境に悪いものについて、どれだけ良くなったか、数値で答えていくことが重要だ。それが一般的になれば、企業の出す環境報告書は信頼性が高まる。そして、どれだけ環境に配慮しているかの企業間競争が行われればよい、と思う。」(男性、50代)

「成果についてよい結果、悪い結果の両方を記載すべきだ。そして悪い結果があれば、それをどのように改善しているのかを公表することにより、その企業への信頼感が増すと考えられる。」(男性、50代)

「第三者による信頼性の裏付けが大切。それがなければ単なる企業PRツールとなってしまう。」(女性、30代)

以上の自由回答からは、環境報告書が企業のPRツールになると懸念されながらも、評価手段として期待されており、そのために記載情報の信頼性担保が望まれていることが窺える。

環境報告書を読むセミナー参加者へのアンケート調査結果まとめ

まず、企業の環境報告書が一般の市民・消費者に読みにくいと認識される理由は、項目・分量の多さや数字等の意味がわかりにくいこと、記載内容の中で一般の市民・消費者に直接役立つものが少ないこと等である。環境報告書が読みやすくなるためには、それらへの対応を作成企業が心がけることの他に、環境教育・消費者教育関係者による環境報告書を読むセミナーの開催や、ガイドブックの発刊が効果的だと考えられる。特にセミナーは、関心はあるが読み方のポイントをつかみにくい人に有意義なものとなろう。環境に優しい暮らし方についてのヒントを環境報告書に載せることについては、その企業の事業活動に関連したものについては支持されやすい。記載内容としては環境負荷実績の次に、環境に関する社会貢献活動の状況を望む声が高い。また、環境問題についての一般的な解説についてはガイドブックの中で記されることが望まれている。なお、一般の市民・消費者からは、信頼性の裏付けられた環境報告書が望まれている。

3. 環境教育・消費者教育関係者へのインタビュー調査結果

環境教育・消費者教育関係者にインタビューした結果を記す⁴。調査対象者は環境NPO研究員2名（同一の団体の職員。以下ではその発言内容を「NPO」と記す。）、高校教諭1名、自治体職員1名、消費者教育支援団体・研究員1名（以下、「消支」と記す）、環境啓発センター・所長1名（以下、「環啓」と記す）、大学教授1名の計7名である。

環境報告書の教育利用価値

まず、企業（及び業界団体）から発信された環境に関する情報を教育活動の中で用いたことがあるかどうかを尋ねたところ、全員が「ある」と回答した。具体的には「環境報告書」（5名）、「一般的な啓発資料」（5名）、「製品そのものに記載された情報」（4名）、「製品に付された、使用のしかた等の説明書」（2名）を扱っていた。特に環境報告書を教材として扱ったという人の利用の仕方は、「環境配慮商品の選択を通じて企業評価を行うプログラムの一環として」（消支）、「見学先の企業から環境報告書をもらい、それを所属する自治体の環境報告書づくりに活用」（自治体職員）、「講演の中で、ある企業の環境報告書に記載されたデータを引用」（大学教授）であった。

環境報告書は環境教育・消費者教育の資料として「利用価値はある」（3名）、「中には利用価値のあるものもある」（4名）と考えられており、特に「身近でわかりやすいものが利用価値がある」（環啓）、「特に商品そのもの、あるいはものをつくるプロセスについての情報は利用価値がある」（自治体職員）、「教育目的によって必要とされる環境報告書のタイプは異なるはず」（NPO）と認識されている。

また、環境報告書が教育資料として利用価値があると認識される理由としては、「企業が事業活動全体として環境面でどのような取り組みを行い実績を挙げているかを、（市民・消費者は）考慮していく必要がある」（3名）、「個々の商品について、材料の調達、製造、流通、使用後の扱いにまでわたった環境影響データを、市民・消費者が考慮していく必要がある」（3名）、「就職や株式投資等を市民・消費者が行っていくうえで、企業の環境への取り組みや実績は判断材料として重要だから」（2名）、「環境報告書の発行企業数が増えており、企業による環境面での情報発信媒体として今後重要性を増すと考えられるから」（1名）が挙げられた。

⁴ 調査実施時期は2001年11月～2002年1月であり、調査方法は個別インタビューであった。

環境報告書が教育資料として利用しにくい理由

ところで環境報告書の、環境教育・消費者教育の資料としての利用しやすさについては、全員が利用しにくいと回答した。コメントとして「少なくとも現段階では利用しにくい」（環啓）、「教育用に加工しないと利用しにくい。字が小さくぎっしり書かれていると読みにくい。また、誰に向けて作られているのかがわからない。」（高校教諭）、「学校の先生が授業で使うには補足説明が必要。具体的な使い方ガイドも必要。」（消支）、「まだ利用しにくい。書き手が環境教育で使用されることを意識していないから。」（自治体職員）、「環境報告書はそもそも入手しにくい。環境学習ルーム等で一括して閲覧できればよい。教育材料としてはなるべく沢山の会社の環境報告書がほしい」（NPO）、が寄せられた。

環境報告書が環境教育・消費者教育の資料として利用しにくい理由としては、「記載されている情報の信頼性が裏付けられていない」（4名）、「使われている言葉が専門的であり、予備知識を要する」（4名）、「公表されている環境に関する数字等の意味付けがわかりにくい」（3名）、「項目あるいは分量が多すぎる」（2名）、「教育資料とするには情報が偏っている」（2名）が挙げられた。「記載されている情報の中で、一般の市民・消費者に直接役立つものが少ない」という選択肢は誰からも支持されなかった。特に「公表されている環境に関する数字等の意味付けがわかりにくい」を選んだ人からは、「高校生や市民は数字を敬遠する。グラフ等の視覚的な工夫が必要。」（消支）、「環境負荷を何%削減したと経年グラフを見せられても、実際のところどれだけ環境にとって意味があるのかがわからない」（NPO）というコメントが寄せられた。その他、「使えるデータに限られる。企業のPR色が強すぎるものもある。」（自治体職員）、「初等教育用資料としては欄外に注を付けるべきだ。松下電器の環境報告書2001年版はシナリオ仕立てになっており、またリサイクルについてその企業ならではの情報がまとめられており、さらには関連情報のリンク先のHPアドレスも記されており、教育資料にしやすい。」（環啓）、「学校は教育資料として、資料集でなく教科書的なものを好む。授業をする上で時間をかけて加工する必要のあるものは敬遠する。」（高校教諭）という意見が寄せられた。

信頼性

環境報告書の信頼性と、環境教育・消費者教育の資料に求められる要件との関係については、「教育用の資料としては、信頼性のある情報だけが対象となりえる」（2名）、「信頼性が必ずしも裏付けられていない情報も、読み取り方を養うための素材として対象となりえる」（4名）という意見に分かれた。後者を回答した人からは「どういう教材でも読み取り能力は養える。ただし学校の教師の大半は信頼性と公共性のある情報を求める。」（高校教諭）、「企業の情報開示において何が問題かを明確にするうえで、信頼性の裏付けのないものも教育資料になりえる」（NPO）というコメントが寄せられた。その他に自由回答として、「信頼性のある情報が望ましいが、それよりも教育資料としてはわかりやすさの方が重要。会社としての環境哲学がどう活かされているかを示す図表、コメント等が教育資料に

なりえる。」(環啓)という意見が出された。

また、記載内容の信頼性について外部の第三者が細かくチェックした環境報告書であれば環境教育・消費者教育の資料として利用されるかどうかを尋ねたところ、「利用する」(6名)と回答された。コメントとして「何も担保されていないよりはあるほうがいい」(消支)、「第三者意見書自体が教育資料になりえる」(自治体職員)、「信頼性担保の有無に関係なく、環境報告書は教育利用価値がある」(NPO)が寄せられた。

環境に優しい暮らし方のヒント

環境に優しい暮らし方のヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を環境報告書の記載項目に加えることについては賛成(5名)と反対(2名)に意見が分かれた。賛成の人からは、「違う種類の情報で違和感はあるが、親しみやすさを増すために加えられてよい。学校向けに環境報告書のダイジェスト版を出すことも検討されるべきだ。」(消支)、「消費者に有用な情報と広告とが峻別しにくくなるのが問題」(高校教諭)というコメントがあった。反対の人からは、「環境報告書はあくまで情報開示ツール。暮らし方のヒント等はそれ以外の媒体に載せるべき。環境報告書のダイジェスト版は事業活動の環境面の取り組みが一目でわかるものを目指してもらいたい。」(NPO)、「暮らし方のヒントは環境報告書の記載事項とは異質な情報。ただしダイジェスト版なら載せてもいいのでは。」(大学教授)と補足があった。

ガイドブック

環境報告書を読むためのガイドブックについては「必要」(5名)、「不要」(1名)と考えられている。必要と考える人からは、「環境報告書を加工して教育用にするのが大変だから」(高校教諭)、「使用する先生も一緒にガイドブック作成に関わることが望ましい」(消支)、「まずは環境報告書の普及が第一。環境報告書の読み手を増やすものであってほしい。」(自治体職員)、「環境報告書はHPに載せるべきであり、ガイドブックが作られるなら各社の環境報告書記載内容のデータベースとしての機能をもつものが望ましい。」(環啓)とコメントされた。不要と考える人はその理由を、「第三者機関が検証した報告書が一般化すれば必要だが、まだ不要。環境報告書を読み解きたい市民は現段階では少なく、また市民向けに環境報告書が作られているわけでもない。」(大学教授)と説明している。

ガイドブックの内容としては、「事実とPR的記述の読み分け方」(4名)、「専門用語やデータの単位等についての知識」(3名)、「記載項目に関連した、一般的な環境についての解説(データのもつ意味についての説明)」(3名)、「同業他社との比較をするうえでのポイント」(3名)、「何が書かれているかを大まかに把握する方法」(1名)がそれぞれ期待されている。その他、「自分の消費に関わる企業の活動から、読み手の環境行動につながる資料であってほしい」(自治体職員)、「環境報告書の活用方法の紹介をしてほしい。また、どこで環境報告書は入手できるか、誰が読み方を教えているか、参考図書等も

載せてほしい。また、数字の意味、妥当性についての解説が必要。」(NPO)、「すべての会社の環境報告書記載内容を網羅して、キーワード検索できるデータベースが求められる」(環啓)という意見が出された。

ところで「同業他社との比較をするうえでのポイント」についてはガイドブックの記載内容としてふさわしくないという意見が2名より寄せられた。その理由としては、「個々の会社の環境への取り組み内容が記載内容として大切なのであって、同業他社との比較データは、数値データとして意味がない。」(環啓)、「現実には無理。今は発行数を拡大すべき時期。」(自治体職員)が挙げられた。

自由回答

「生活に密着した製品の環境性能等を詳しく環境報告書では記してもらいたい」(環啓)

「持続可能な消費とは、できるだけ多くの人に選択と創造の自由を与えながら未来世代の可能性を損なわずにニーズを満たすことである。そのために企業活動のディスクロージャー手段としての環境報告書は重要。」(高校教諭)

「業界別に各社間の比較指標を示してもらいたい。投資家教育の資料にもなる。信頼性のないデータの比較は意味がなく、第三者認証は必要。また、学校だけでなく多くの人に読んでもらうことが必要で、ダイジェスト版においても読みやすくなるよう図表等を多用してもらいたい。」(消支)

「その企業と地域との関係が載っていれば、地域の環境学習として利用しやすい。ただし企業の啓発資料には、その会社を利する情報だけを出しているのではと疑念を感じるものもある。」(自治体職員)

「環境報告書記載事項をすべて読むのではなく、自分の関心ある切り口を各社間比較する人が多いのでは。サイトレポートを差し込める形式の環境報告書が冊子の形式として望ましい。企業の努力を市民が理解していくには、市民側に環境報告書を読み込む能力が必要である。NPOは企業と対等に意見を述べ合える力量をもつ必要がある。企業はやはり問題を隠したいものだが、それを環境報告書から読みぬいていく力を養いたい。また、具体的な問題が発生したときに取り寄せるものが環境報告書である。まずは、環境報告書の存在を世の中に知らしめる必要がある。」(NPO)

「その企業ならではの取り組み(例：自社が販売する製品のリサイクル等)の専門的情報をわかりやすく記載してもらいたい。その企業にとって環境面で困っていることの現状と展望を明らかにしてもらいたい。地域に密接な関係のある各工場のデータを環境報告書以外の手段(サイトレポートなど)でも開示してもらいたい。」(NPO)

「客観性の確保がポイント。第三者認証はNPOだけでは力不足なので、学者との共同作業が必要。そうして信頼性が確保され、バックグラウンドデータ等の条件が揃ったうえでないと、会社間比較はできない。環境報告書とは客観的なデータの開示手段。社内向けツールが本来の目的ではないはず。各事業所毎のデータを出すべきだ。ガイドラインに沿って

の記載は、比較するうえで必要。」(大学教授)

以上の自由回答からは以下のことが伺える。教育関係者は、環境報告書に対して持続可能な社会を作っていく方策のひとつとして期待しつつも、それぞれの企業にとって都合のよい情報しか掲載されないのではないかと危惧している。また特にその事業活動に関して環境面で生活に密着した情報の掲載を求めている。さらに第三者認証だけでなく、事業所毎の直接的なデータ開示等により記載内容の信頼性が向上し、企業間比較ができるようになることを期待している。

環境教育・消費者教育関係者へのインタビュー調査結果まとめ

環境報告書は教育資料として利用価値が認められているものの、利用しにくいと感じられている。環境報告書が教育資料として利用されるためには、入手が容易で、グラフ等の視覚的工夫が施され、専門用語や数字等の意味に説明がなされ、身近な商品およびその製造プロセス等が記載項目として扱われることが望まれている。環境に優しい暮らし方のヒントの記載や、信頼性担保に好感をもつ教育関係者は少なくないが、教材としての利用価値に必ずしも大きな影響を与えとはいえない。環境報告書を読むためのガイドブックは需要されており、専門用語やデータの単位等の解説、環境報告書記載内容に関連した環境問題の説明が求められている。

4. 企業の環境報告書担当者へのインタビュー調査結果

企業の環境報告書作成担当者にインタビューした結果を記す⁵。調査対象者は、食品会社・環境担当部長代理 1 名（以下ではその発言内容を「食品」と記す）、保険会社・環境担当部長 1 名・副長 1 名（以下、「保険」と記す）、電機会社・環境担当主事 1 名（以下、「電機」と記す）、生活協同組合・環境担当係長 1 名（以下、「生協」と記す）の計 5 名である。なお、生活協同組合は企業ではないが、ステークホルダーとの環境報告書を通じたコミュニケーションを盛んに行っておられ、また環境教育にも積極的に取り組んでおられることから、インタビューをお願いした。

なお、主に調査対象者の企業が発行している「環境報告書」について尋ねた。

環境報告書の読みやすさ

環境報告書は一般の市民・消費者が読むには「前は読みにくかったが、読みやすくなっている」（2名）、「一般の市民・消費者向けのバージョンを特に用意しており、それは読みやすい」（1名）、「読みにくい」（1名）と認識されている。読みやすい理由としては「環

⁵ 調査実施時期は 2001 年 12 月 - 2002 年 1 月、調査方法は個別インタビューであった。

環境報告書に社内用ビデオの内容を収めた CD-ROM を付けている。工場見学者等にダイジェスト版環境報告書を配っている。」(食品)、「専門用語等の説明を加えた」(保険)が挙げられた。一方で以下の意見も出された。「一般の市民・消費者が環境報告書を読むのは期待できない。環境報告書を普及促進するには、読者層を絞って考えるべきだ。」(保険)、「いわゆる一般の市民・消費者にはそもそも環境報告書は読みにくいものだ」(生協)、「多様なステークホルダーを対象とするため、不可避免的に読みにくいものになってしまう。また、業界にもよるがパフォーマンスデータや第三者意見書など、市民生活から遠い情報になりがちである」(電機)。

環境報告書が読みにくい理由としては、「公表されている環境に関する数字等の意味付けが、一般の市民・消費者にはわかりにくいから」(3名)、「項目あるいは分量が、一般の市民・消費者には多すぎるから」(2名)、「使われている言葉が一般の市民・消費者には専門的にすぎ、予備知識を必要とするから」(2名)、「記載されている情報の中で、一般の市民・消費者に直接役立つものが少ないから」(2名)という回答であった。以下のコメントも寄せられた。「環境報告書はデータベースであり、使いやすいツールとなるべきだ。どうしても読みにくさは残る。」(電機)、「一般の市民・消費者にとって何が役立つかは、一概にはいえない」(保険)。

読みやすくする方策

環境報告書を一般の市民・消費者の読者にさらに読みやすいものにするために必要な方策としては、「用語等のわかりやすい説明を付ける (HP であればリンク、紙媒体なら巻末に用語集、など)」(2名)、「環境に優しい暮らし方についてのヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加える」(2名)、「要約版(集約版、短縮版)の発行」(1名)、「数字の意味について解説を加える等、わかりやすく記載」(1名)がそれぞれ支持された。

既に実行している読みやすくする方策としては、「用語等のわかりやすい説明を付ける」(3名)、「数字の意味について解説を加える等、わかりやすく記載」(2名)、「環境に優しい暮らし方についてのヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加える」(2名)、「要約版(集約版、短縮版)の発行」(1名)が回答された。具体的事例として「読者から寄せられた質問に答えるページを設けた」(保険)、「要約版には環境報告書本体には載せていない、より消費者に身近な説明の仕方を加えた」(食品)が紹介された。

今後実施を検討するものとしては、「要約版(集約版、短縮版)の発行」(2名)、「用語等のわかりやすい説明を付ける」(1名)、「環境に優しい暮らし方についてのヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加える」(1名)が選択された。

環境に優しい暮らし方のヒント

なお環境に優しい暮らし方のヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加えることについては、「環境報告書は新しい暮らしのあり方のために企業メッセージを伝える場でもあり、載せてよい。環境報告書の目的と矛盾しない。」(電機)という意見が出された一方で、「暮らし方のヒントはより多くの人に伝えるべき内容であり、環境報告書以外の媒体に記載されるべきだ。ただ、目的、用途に応じて環境報告書に記載してもよい。」(生協)、「企業の環境面での事実開示手段としての環境報告書の性質上なじまず本来は別途発行すべきもの。ただ、HPにリンクをはって対応することは可能。」(保険)という意見も出された。

環境に優しい暮らし方のヒントなどを環境報告書の項目として加えるとしたら、どのような内容を考えるかとの質問に対し、「容器の分別方法やビン・缶のリサイクル等」(食品)、「エネルギー問題、資源問題を会社の事業としてどのように考えているか」(電機)、「温暖化防止のための暮らし方、リサイクルの効果、新しい環境配慮商品の効果、等。」(生協)が回答された。

なお、既に情報提供を行っている事例として、「環境報告書の中で、消費者の環境に優しい暮らし方に関連する事業活動上の取り組みについて記している」(生協)、「環境報告書ではなく、家庭でのエコライフ推進や自動車のエコドライブ等を啓発するシートを発行している」(保険)が挙げられた。

環境報告書とステークホルダー

「そもそもすべてのステークホルダーに対応した環境報告書はありえない」という意見には全員(4名)が賛意を示した。コメントとして、「紙媒体としてはそう思う。HPは子どもを例外としてすべての人に対応しうる。」(食品)、「求められる情報量、質が各ステークホルダーで異なるため、一冊のレポートだけで対応しきれものではない」(電機)が寄せられた。

「ステークホルダー別に多種類の『環境報告書』の発行をすべきだ」との意見については、「そこまでする必要はない」(3名)、「その通りだが、コストがかさむため現実には難しい」(1名)、「その通りであり、実施もしている」(1名)と回答された。「そこまでする必要はない」理由として、「環境報告書は、ステークホルダーの中で興味をもった人への開示手段。しかし要求される内容はどのような人も一緒であり、ステークホルダー別報告書を作るまでもない。」(保険)、「様々なステークホルダーに対応するために環境報告書だけがその媒体である必要はない。『環境報告書を読む会』や工場見学等も媒体としてありえる。」(電機)、「環境報告書に限らず多様な開示の仕方があるべきで、例えば商品パンフレットや取扱い説明書に環境に関する情報を載せては、HPに環境報告書載せても、関心のある人にしか閲覧されないのでは。」(生協)が補足された。

信頼性

環境報告書が第三者認証されることが一般の市民・消費者にどのように受け取られるかについては、「具体的に客観評価できる手段として有効であり、信頼性が裏付けられるため、読む人が増える」（電機）、「一般市民はそれほど重視していないのでは」（保険）、「現在の第三者認証のあり方では信頼性を担保する範囲や方向性が中途半端なため、『信頼性が裏付けられるため、読む人が増える』かどうかわからない。審査結果をより明確に記載すればわかりやすくなる。」（食品）、「第三者認証の取得と読みやすさとは無関係」（生協）という回答を得た。

ガイドブック

環境報告書についての一般の市民・消費者向けガイドブックはどのようなものであるべきかを尋ねたところ、「自社の環境報告書の内容について理解が進むこと」、「一般的な、企業の環境面での活動への認識を深めること」が多く支持された。「同業他社との開示データについて、比較ポイントが明確にされること」については、「環境効率の高い会社の製品が選択されることが社会的に望ましいので重要」（食品）との賛成意見がある一方で、「現段階では無理ではないか。まずは環境報告書の存在を知らしめて欲しい」（保険）や「他社との比較を行って投資や消費の判断ツールとすることは大変難しい課題である」（電機）との反対意見も出された。

環境報告書と環境教育・消費者教育

環境報告書を、環境教育・消費者教育の資料になることを（少しでも）意図して作成したかどうかを尋ねたところ、「意図して作成した部分がある」（2名）、「意図して作成した」（1名）、「冊子の環境報告書では意図しなかったが、HP版においてはリンク等で配慮している」（1名）という回答であった。以下のコメントがあった。「環境行動には情報が不可欠。企業の環境負荷の実態や環境対策の進展を記すことで、各読者にとっての啓発ツールとなろう。読者アンケートにもその旨の記述がある。」（電機）、「まずは社員に読んでもらうために全課・支社に配布している。また、営業ツールとしても活用されている」（保険）。

次に環境教育や消費者教育の教育資料に環境報告書はなるべきかどうかを尋ねたところ、「なるべき」（3名）、「なってもよいし、ならなくてもよい」（1名）という回答であった。以下のコメントがあった。「現在行われている環境教育活動は経済活動と離れがち。企業の立場で環境教育に関わる意義は大きい。」（食品）、「現実にそうなる。読む人には記載内容を勉強してほしい。ただし冷静に、あくまでひとつの資料であることを忘れないでほしい。」（保険）、「多くの企業の環境活動を説明する媒体が環境報告書に限られる現状においては、そうなるべきだ。ただし、説明書やパンフレット等の他媒体においてもそう意識されるべきである。」（生協）、「環境報告書は事実と企業意思を集めたものであり続けるべ

きであり、活用される方法は多様にあってよい」（電機）。

自由回答

「環境問題はあらゆるステークホルダーに関わるテーマであり、環境報告書は一般市民・消費者を含め、あらゆる人とのコミュニケーションツールとなり、また『教育』ツールとなり、協力関係を構築する手段となるべきだ。そのためにも環境報告書は標準化（義務化）され、より多くの会社がデータ開示をするべきだ。」（電機）

「それぞれの業界にとって大事な情報とは何かを見極める能力を、生活者はもつ必要がある。」（食品）

「多くの人にとって関心あるのは、それぞれの地域に関わるパフォーマンスデータと、製品に関する環境データであろう。そのための開示手段としては、サイトレポートを発行したり、商品のパンフレットに環境仕様を記載するなど、環境報告書以外のあり方もある。そもそも会社全体の環境データを入手したい人はどれだけいるだろうか。データの正確性や記載内容が会社間で比較できるかどうかには拘るのでなく、できるだけ多くの企業に環境報告書の発行を促すべき時ではないか。」（生協）

以上の自由回答からは、環境報告書の一般化と読者の増加を企業の環境報告書担当者は期待していることが窺える。

企業の環境報告書担当者へのインタビュー調査結果まとめ

企業の環境報告書担当者は、すべてのステークホルダーに対応した環境報告書はありえないと認識している。一方で、環境報告書をわかりやすくする方策として、用語等のわかりやすい説明を行う意思を有している。環境に優しい暮らし方のヒントについては、自社の活動と関わる内容について掲載する意向の会社もあるが、環境報告書の性質とは相容れないとして別媒体での記載を検討する会社が多い。環境報告書を読むガイドブックが作成されるなら、自社の記載内容の理解促進を期待する一方で、同業他社との比較ポイントについては取り上げられることを求める意見と、現段階では見送るべきとの意見に分かれる。また、環境報告書は環境教育や消費者教育で資料として利用されるべきだと認識されており、それを意識して作成されている。

5. 結論

以上の調査結果を踏まえて、第1章で記した①-③の分析の観点について明らかになったことを記す。

なお、本研究では調査対象者の母数が多いとはいえず、それぞれの論点についての検証が十分になされたとは言いがたい。しかし、特にインタビュー調査ではなるべく自由にコ

メントをしてもらい、貴重な論点が数多く出された。それらを含めて整理してアンケートとインタビュー調査結果全体をまとめなおすと以下のようなだろう。

企業の環境報告書が一般の市民・消費者から読みにくく思われている理由は、項目・分量の多さや専門用語や数字等の意味がわかりにくいこと等による。

一般の市民・消費者にとって読みやすくなるためには、まず作成企業が上記への対応を心がけることである。なお、項目を制限することは情報開示媒体としての網羅性を損なう危険があり、環境報告書そのものとは別に短縮版等が発行されることが望まれる。また環境に関する社会貢献活動の状況や、企業の事業活動に関連した環境に優しい暮らし方のヒント等の掲載は、環境報告書を読みやすいものにしよう。

その他に環境教育・消費者教育関係者による環境報告書を読むセミナーの開催や、ガイドブックの発刊が環境報告書を一般の市民・消費者に身近なものとするうえで効果的と考えられる。特にセミナーは、少し環境報告書に関心をもっている人に有意義なものとなる。また、環境報告書記載事項に関する環境問題の解説は、ガイドブックでの掲載が望まれている。

環境教育・消費者教育の教育資料として環境報告書が取り上げられるための要件としてまず求められるのは、入手の容易さである。また、身近な商品およびその製造プロセス等が扱われ、視覚的にわかりやすく記されていれば、教材になりやすい。

企業は環境報告書をわかりやすくする方策として、専門用語等をわかりやすく説明する意思を有している。環境に優しい暮らし方のヒントについては、自社の活動と関わる内容については載せる意思のある会社もあるが、環境報告書の性質とは相容れないので別媒体での記載を検討する会社が多い。環境報告書は環境教育や消費者教育で取り上げられるべきであると考えられており、それを意識して作成されている。

なお一方では、環境報告書は一般の市民・消費者向けに作られているわけではなく、環境報告書を読みときたい市民・消費者も少ないという意見も、教育関係者、企業担当者それぞれから寄せられた。

上記から、「『環境報告書』の内容がより多くの一般消費者に理解されるために」必要な方策として考えられることとして、以下が挙げられる。

- ・ 環境報告書作成企業は専門用語に説明を加え、数字等の意味をわかりやすく説明し、また図やグラフを用いるなど視覚的な工夫を心がけること。環境負荷実績とともに、環境に関する社会貢献状況を記載すること。また、環境にやさしい暮らし方を記載するならば、自社事業に関連するものに限ること。
- ・ 環境教育・消費者教育関係者による環境報告書を読むセミナーの開催や、ガイドブックの発刊。特に環境報告書の入手先や、環境報告書記載内容の説明、活用方法、関連する環境問題の説明等をそれらの中で扱うこと。

次に本研究の本題である「企業による環境情報発信が、環境教育・消費者教育に与える好影響と課題」として、窺えることを記す。

まず「好影響」としては以下のことが考えられる。環境教育・消費者教育関係者のインタビュー調査でも明らかになったとおり、環境報告書は教材としての利用価値が認められており、多くの企業から発行されればされるほど、教材が増えることになる。また、アンケート調査の対象者が参加したような環境報告書を読むセミナーの開催や、環境報告書を読むガイドブックの作成が必要されることは、環境教育・消費者教育が活躍すべき場が拡大しうることであり、「好影響」と考えられる。

逆に「課題」としては、環境報告書をどのように教育活動の中で扱っていくのか、セミナーやガイドブックをどのようなものにしていくかが考えられる。特に、環境教育・消費者教育関係者は環境報告書を教材として利用しづらいと認識している。教材とするには何らかの工夫が必要である。

また、企業は環境報告書の読者として、株主・投資家と同じかそれ以上に一般の消費者を想定している。また環境報告書はその記載内容の性質からして、その企業と直接的な関わりのあるなしに関わらずすべての人がステークホルダーと考えられうる。そうであるなら、現状よりもっと一般の市民・消費者に読まれる必要がある。そのためには、環境報告書の存在自体が必ずしも一般に認識されていない現状においては、環境教育・消費者教育の果たす役割は非常に大きい。しかるに環境報告書を読むためのセミナーを開いたのは、筆者の知る限りでは本調査でアンケートをさせていただいたところだけであり、また環境報告書を読むためのガイドブックはまだ発刊されていない。この事実こそが克服されるべき一番の「課題」である。

ところで、本研究では環境教育・消費者教育の観点から環境報告書に求められると想定されるポイントとして「環境に優しい暮らし方のヒント」等の記載や、信頼性の担保、さらには各社間での記載内容の比較可能性が、環境報告書の教育資料としての価値を高める要素とは必ずしも言えないという結果を得た。だがそれは今後、環境報告書の発行がさらに一般化すれば違った結果となる可能性があり、継続的に調べるべき点である。

最後に、本研究は課題発見を心がけた研究であり、調査対象者は母集団の特性を正確に反映することを念頭に選んだわけでは必ずしもない。逆に言えば、企業の環境報告書について全く知らない人が大半を占めると予想される市民や学校の生徒、教育関係者から調査対象者を無作為抽出することは、有意なデータを得るために非常に大規模な調査を招くことになるため、今回は見送った。しかし今後、企業の環境報告書のニーズ調査を行う時には、母集団特性をよりよく反映した標本の採用が必要であろう。

以上

<アンケート調査票>

「環境報告書」に関する調査のお願い

2001年 10月

(財)地球環境戦略研究機関

関西研究センター

平山健次郎

hirayama@iges.or.jp

(TEL 078-262-6634)

<あいさつ>

私どもは企業が環境への取り組みや実績をまとめて公表する「環境報告書」を、市民・消費者の方により身近なものにする方策を研究しております。

このたび、あおぞら財団様のご好意で、地球環境市民大学校／地球環境問題講座 第5回「環境情報を通じた企業と市民のコミュニケーション」(2000年12月9日)に出席された方を対象に調査させていただいております。調査結果を(財)兵庫県ヒューマンケア研究機構の助成研究「企業による環境情報発信が、環境教育・消費者教育に与える好影響と課題」で使用させていただきます。研究報告書は同研究機構のホームページに2002年5月頃に掲載予定です(<http://www.boreas.dti.ne.jp/~human-c/>) 上記ワークショップに参加された方を対象とした調査であることを記す他は、回答いただいた方を特定しうる記述はいたしません。

ご回答いただいた後にホッチキスでとめたアンケート本文を、同封の封筒であおぞら財団様あてにご返送いただければ幸いです。

また同封のものは、ご回答頂く、頂かないに関わらず、どうかお納めください。

ご協力のほど、どうかお願いいたします。

敬具

(注)：以下で「環境報告書」とは企業が環境への取り組みや実績を公表する、冊子あるいはホームページによる情報開示手段を指します。また「ワークショップ」とは上記の、2000年12月9日にあおぞら財団で行われた地球環境問題講座 第5回「環境情報を通じた企業と市民のコミュニケーション」を指します。

アンケート本文

- Q 1.** あなたはワークショップを受けられるまで、「環境報告書」についてどのように接しておられましたか？ 以下のうちからあてはまる番号をひとつ ○でお囲みください。
1. 「環境報告書」を企業が発行していることを知らなかった
 2. 「環境報告書」を企業が発行していることは知っていたが、実際に読んだことはなかった
 3. 「環境報告書」を読んだことはあったが、内容の理解はできなかった
 4. 「環境報告書」を読んだことがあり、内容も理解できていた
- Q 2.** あなたはワークショップを受けた後、より多くの「環境報告書」を入手したりホームページ（以下、「HP」と記す）で閲覧するようになりましたか？ それとも少なくともなりませんでしたか？ 以下のうちからあてはまるものをひとつ ○でお囲みください。
1. より多くなった
 2. 変化はない
 3. より少なくなった
- Q 3.** あなたはワークショップを受けた後、「環境報告書」に関して以下に挙げる項目について、どのようにお感じになりましたか？ 項目毎にあてはまる表現をひとつずつ ○でお囲みください。
1. 読みたいく（なった ならなかった）
 2. 読みやすく（なった ならなかった）
 3. わかりやすく（なった ならなかった）
 4. 会社間で比較して読むように（なった ならなかった）
 5. 問題意識を持って読むように（なった ならなかった）
- Q 4.** あなたは一般的に、「環境報告書」は読みにくいと思われませんか、それとも読みやすいと思われませんか？ 以下のどちらかの番号を○でお囲みください。
1. 読みにくい
 2. 読みやすい
- Q 5-1.** あなたは「環境報告書」が読みにくい理由として、あるいは、より読みやすくなるための課題として、どれに同意されますか？ <書き方>について 1.2.3.のうちから、<内容>について 4.5.のうちから、それぞれあてはまると思われる番号をいくつでも ○でお囲みください。

<書き方>

1. 項目あるいは分量が多すぎる
2. 公表されている環境に関する数字等の意味付けがわからない
3. 使われている言葉が専門的であり、予備知識を必要とする

<内容>

4. 記載されている情報の中で、一般の市民・消費者に直接役立つものが少ない
5. 情報が偏っている

Q5-2. あなたにとって、「環境報告書」の内容の中で何が役に立ちますか？選択肢から二つまで選び、その理由もお教えてください。

1. 環境保全についての経営方針
2. 環境マネジメントシステム
3. 環境適合設計等の研究開発
4. 環境に関する規制遵守の状況
5. 環境に関する社会貢献活動の状況
6. 環境負荷実績、および低減に向けた取り組みの状況
7. 環境会計情報
8. 上記の項目に関連した、環境についての一般的な解説
9. その他 ()

その理由 ()

Q6. 「環境報告書」を読みやすくするために、環境に優しい暮らし方についてのヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加える必要があると思われますか？以下の番号のうちからひとつ を○で囲み、その理由をお教えてください。

1. 読みやすくなる
2. 企業の環境面での取り組みや実績が「環境報告書」の主たる内容であり、異質な記載項目が入ることで読みにくくなる
3. 会社とその記述内容による

その理由 ()

Q7.現在発行されている「環境報告書」には、必ずしも記載内容の信頼性について発行企業以外の第三者によって裏付けられていないものがあります。

これについて、あなたのお考えに近いものの番号をひとつ○で囲んでください。

1. 市民・消費者も読む「環境報告書」には、第三者による信頼性の裏付けが欠かさない。
2. 必ずしも信頼性の裏付けのない「環境報告書」であっても、市民・消費者は読み取り能力を高めることによって、対応する必要がある。
3. その他（

）

Q8.もし研究機関や非営利団体等が企業の「環境報告書」を読むためのガイドブックをつくらせたら、どのような内容を期待されますか？ あてはまるものの番号をいくつでも○で囲んでください。

- 1.事実とPR的記述の読み分け方
- 2.何が記載されているかを大まかに把握する方法
- 3.専門用語やデータの単位等についての知識
4. 記載項目に関連した、一般的な環境についての解説（データのもつ意味についての説明）
- 5.同業他社との比較をするうえでのポイント
- 6.その他（

）

Q9. あなたは「環境報告書」について、一般の市民・消費者はどのような態度で臨めばよいと考えられますか？ お考えに最も近い番号をひとつ○で囲んでください。

1. 自分と関わりの深い会社はもちろん、なるべく多くの会社の「環境報告書」を読む必要がある
2. 自分と関わりの深い会社の「環境報告書」を読む必要がある
3. 「環境報告書」は一般の市民・消費者にとってできれば読むことが望ましいものであり、無理してまで読む必要はない
4. 「環境報告書」は一般の市民・消費者向けに作られていないので、読む必要がない
5. その他（具体的に

）

<「環境教育」「消費者教育」関係者の方へのインタビュー調査票>

「環境報告書」についてお話を伺う前に、お聞きしたいポイントについて事前にお送りいたします。各項目について、御自身のお考えをお聞かせください。また、選択肢でお答え頂く項目につきましても、それに関連してご自由にお考えをお教えいただければ、と願っております。

よろしくお願いいたします。

<企業からの発信情報を教育資料として用いるかどうかについて>

Q1-1. あなたが関わる教育活動の中で、企業（及び業界団体）から発信された以下の a から e. の情報あるいは資料を用いられたことはありますか、それともありませんか？

- a. 製品そのものに記載された情報（品質表示や取扱い方法、各種品質規格マーク、環境ラベル等）
- b. 製品に付された、使用のしかた等の説明書
- c. その企業、あるいは業界団体による一般的な啓発資料（「上手な使い方」等）
- d. 環境報告書（環境への取り組みや実績をまとめて外部へ公表する文書。事業所ごとに取りまとめたものを含む。）
- e. 化学物質排出量届出制度に伴う開示情報（PRTR 登録簿、MSDS 等）

1.ある 2.ない

Q1-2.（Q1-1.で「1.ある」を選んだ方のみ）

「それはどんな情報あるいは資料でしたか？ a. b. c. d. e. のうち、あてはまるものをすべて選んでください。」

<「環境報告書」の教育資料としての利用価値について>

Q2. 企業が発行している「環境報告書」は、「環境教育」「消費者教育」の資料として利用価値があると思われますか、それともないと思われますか？

1. 利用価値はある 2. 中には利用価値のあるものもある 3. 利用価値はない

Q3—1. (Q2.で「1. 利用価値はある」「2. 中には利用価値のあるものもある」を選んだ方に) それは、どのような理由からですか? いくつでも選んでください。

1. 市民・消費者が環境に優しい暮らしを送っていくには、個々の商品を製造、販売している企業が事業活動全体として環境面でどのような取り組みを行い実績を挙げているかを、考慮していく必要がある。
2. 個々の商品について、材料の調達、製造、流通、使用後の扱いにまでわたった環境影響データを、市民・消費者が考慮していく必要がある。
3. 就職や株式投資等を市民・消費者が行っていくうえで、企業の環境への取り組みや実績は判断材料として重要だから。
4. 「環境報告書」の発行企業数が増えており、企業による環境面での情報発信媒体として今後重要性を増すと考えられるから。
5. その他 (具体的に)

Q3—2. (Q2.で「3. 利用価値はない」を選んだ方に) 理由をお聞かせください。

<「環境報告書」の教育資料としての利用しやすさについて>

Q4. 企業が発行している「環境報告書」は、「環境教育」「消費者教育」の資料として、利用しやすいでしょうか、それとも利用しにくいでしょうか?

1.利用しやすい 2.利用しにくい

Q4—1 (Q4.で「1. 利用しやすい」を選んだ方のみ) それはどうしてですか?

Q5. (Q4.で「2.利用しにくい」を選んだ方のみ) 企業が発行している「環境報告書」は、どのような理由で「環境教育」「消費者教育」の資料として利用しにくいと思われるか? いくつでも選んでください。

1. 項目あるいは分量が多すぎるから
2. 記載されている情報の信頼性が裏付けられていないから
3. 公表されている環境に関する数字等の意味付けがわかりにくいから
4. 使われている言葉が専門的であり、予備知識を必要とするから
5. 記載されている情報の中で、一般の市民・消費者に直接役立つものが少ないから
6. 教育資料とするには情報が偏っているから
7. その他 ()

<教育資料に求められる要件について>

Q6. 「環境教育」「消費者教育」の資料に求められる要件として、あなたのお考えに近いものを一つ選んでください。

1. 教育用の資料としては、信頼性のある情報だけが対象となりえる。
2. 教育用の資料としては、信頼性が必ずしも裏付けられていない情報も、読み取り方を養うための素材として対象となりえる。
3. その他（具体的に _____)

Q7. 記載内容の信頼性について外部の第三者が細かくチェックした「環境報告書」であれば「環境教育」「消費者教育」の資料として利用されますか、それとも利用されませんか？

1.利用する 2.利用しない

(その理由 _____)

Q8. 企業の「環境報告書」は、環境に優しい暮らし方についてのヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加える方がいいと思われませんか、それともそうは思われませんか？ またその理由もお教えてください。

1.思う 2.思わない

理由：（「2.思わない」の理由例）会社の環境面での取り組みに関する情報の中に、異質な内容の項目が入ることになり資料としての価値を減ずるので、利用しにくくなる。等

<「環境報告書」を読むためのガイドブックについて>

Q9. 企業の「環境報告書」を読むためのガイドブックは必要と思われませんか、それとも不要と思われませんか？また、理由もお教えてください。

1.必要 2.不要

(その理由 _____)

Q9—1 もし上記ガイドブックが研究機関や非営利団体等から作成されるとすれば、どのような内容を期待されますか？ あてはまるものをいくつでもお選びください。

- 1.事実とPR的記述の読み分け方
- 2.何が書かれているかを大まかに把握する方法
- 3.専門用語やデータの単位等についての知識
- 4.記載項目に関連した、一般的な環境についての解説（データのもつ意味についての説明）
- 5.同業他社との比較をするうえでのポイント
- 6.その他（ ）

Q10. 環境報告書について、「環境教育」「消費者教育」の観点からお感じになることを、ご自由にお教えてください。

以上

属性

あなた自身についてお聞きします。

Q1. 過去半年間に、企業の『環境報告書』を何冊読まれましたか？

Q2. 「環境教育」関係者、「消費者教育」関係者に分けた場合、ご自分はどちらに属するとお考えですか？

- 1.「環境教育」関係者
- 2.「消費者教育」関係者

Q3. どれくらい今の活動をされていますか？

年くらい

Q4. あなたは直接「環境教育」あるいは「消費者教育」を教えておられますか、それとも研究をされていますか？

- 1.直接教えている
- 2.研究している
- 3.両方

ありがとうございました。当日はよろしく願いいたします。

＜企業担当者の方へのインタビュー調査票＞

あなたの会社で発行されている「環境報告書」についてご回答ください。もちろん一般的な「環境報告書」についての意見も、合わせてお教えいただければ幸いです。

またコメントをお願いするものについては、御自身のお考えをお聞かせください。

Q1. 御社の「環境報告書」は、一般の市民・消費者が読むにはどうでしょうか。以下からひとつお選びください。

1. 読みやすい
2. 一般の市民・消費者向けのバージョンを特に用意しており、それは読みやすい
2. 前は読みにくかったが、読みやすくなっている
4. 読みにくい

Q2. (Q1. で「4. 読みにくい」を選んだ方へ)
その理由は以下のどれでしょうか。(複数回答)

- A. 項目あるいは分量が、一般の市民・消費者には多すぎるから
- B. 公表されている環境に関する数字等の意味付けが、一般の市民・消費者にはわかりにくいから
- C. 使われている言葉が一般の市民・消費者には専門的にすぎ、予備知識を必要とするから
- D. 記載されている情報の中で、一般の市民・消費者に直接役立つものが少ないから

Q3. 御社の「環境報告書」を一般の市民・消費者の読者にさらに読みやすいものにするために、以下のうち何が必要と思われますか。

- A. 要約版（集約版、短縮版）の発行
- B. 数字の意味について解説を加える等、わかりやすく記載
- C. 用語等のわかりやすい説明を付ける
(HPであればリンク、紙媒体なら巻末に用語集、など)
- D. 環境に優しい暮らし方についてのヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加える

Q4. Q3. の選択肢のうち御社で既に実行されているもの、あるいは今後実行をお考えのものを選んでください。(複数回答)

(既に実行) :

(今後、実行を検討) :

Q5. 特に Q3. の選択肢のうち「D. 環境に優しい暮らし方についてのヒントなど、一般の市民・消費者に役立つ情報を記載項目に加えること」について、以下のうちお考えに最も近いものはどれでしょうか。

1. 企業の環境面での事実開示手段としての環境報告書の性質上、なじまない。
2. 企業の環境面での事実開示手段としての環境報告書の性質上なじまないが、HP においてはリンクをはって対応することは可能である。
3. 環境報告書の目的と矛盾するものでなく、どんどん加えればよい。
4. その他 (具体的に : _____)

Q6. もし御社が環境に優しい暮らし方のヒントなどを「環境報告書」の項目として加えられるとしたら、どのような内容をお考えですか？

Q7. 「そもそもすべてのステークホルダーに対応した『環境報告書』は紙媒体としてはありえない」という意見があります。これについて、あなたのご意見と、その理由をお教えてください。

1. そう思う
2. そう思わない

理由 :

Q8. (Q7. で「1. そう思う」を選んだ方に)

「ステークホルダー別に多種類の『環境報告書』の発行をすべきだ」との意見について、どのようにお考えですか。一番近いものをお選びください。また、コメントもお願いいたします。

1. その通りであり、検討している
2. その通りだが、コストがかさむため現実には難しい
3. そこまでする必要はない

コメント :

Q9. 「環境報告書」が第三者認証されることは、一般の市民・消費者にとってどのように受け取られるとお考えになりますか。お考えに近いものをお選びください。また、コメントもお聞かせください。

1. 内容が高度になって、一般の人にとってますます読みにくいものになる。
2. 信頼性が裏付けられるため、読む人が増える。
3. その他 ()

コメント：

Q10. 非営利団体や研究機関により、「環境報告書」についての一般の市民・消費者向けガイドブックの発行がされるとしたら、どのような要件を備えることを望まれますか。あてはまるものをすべて、重要と思われる順にお選びください。また、コメントもお聞かせください。

1. 御社の環境報告書の内容について、より理解が進むこと
2. 御社と同業他社との開示データについて、比較ポイントが明確にされること
3. 消費や就職、投資等でどの企業（の製品）を対象とするかを、「環境報告書」記載内容を参考にして判断することが促進されること
4. 一般的な、企業の環境面での活動への認識を深めること

あてはまると思われるもの（重要な順に）：

コメント：

Q11. あなたは環境報告書を、「環境教育」「消費者教育」資料になることを（少しでも）意図して作成されましたか、それとも意図されなかったでしょうか。

（注）ここでの「環境教育」とは生態系や公害等についての認識を基に環境にやさしい暮らし方を明らかにする科学、およびその実践のための教育活動とします。「消費者教育」とは、消費生活における様々な課題を実践的に克服するために論点を明らかにしていく活動、およびそれをもとに自立的な消費者になるよう広く啓発する活動とします。いずれも小学校から大人までの幅広く対象をとる教育活動を想定しています。

1. 意図して作成した
2. 意図して作成した部分がある
3. 冊子の環境報告書では意図しなかったが、HP版においてはリンク等で配慮している
4. 意図しなかった

コメント：

Q12.「環境教育」や「消費者教育」の教育資料に「環境報告書」はなるべきと思われま
すか、それともそうとは思われませんか。また選んだ理由等について、コメント
をお聞かせください。

1. なるべき
 2. なってもよいし、ならなくてもよい
 3. なるべきでない
 4. その他(具体的に)
- コメント：

Q13.「環境報告書」と一般の市民・消費者の関係、あるいは「環境報告書」と「環境教
育」「消費者教育」との関わり等について、ご自由にコメントしてください。

属性

あなた自身についてお教えてください。

Q1.あなたは環境報告書の作成を担当されていますか？

担当されてからどれくらいになりますか？

Q2.あなたは環境報告書を、一般の市民・消費者の視点を意識して作成されましたか？

Q3.あなたは環境報告書の担当をされたことによって、自社業務をより環境面との兼ね合い
で見るようになられましたか？

ありがとうございました。当日はよろしく願いいたします。

以上