

企業における環境教育について

中 丸 寛 信

甲南経営研究 第45巻 第3号 抜刷

平成 16 年 12 月

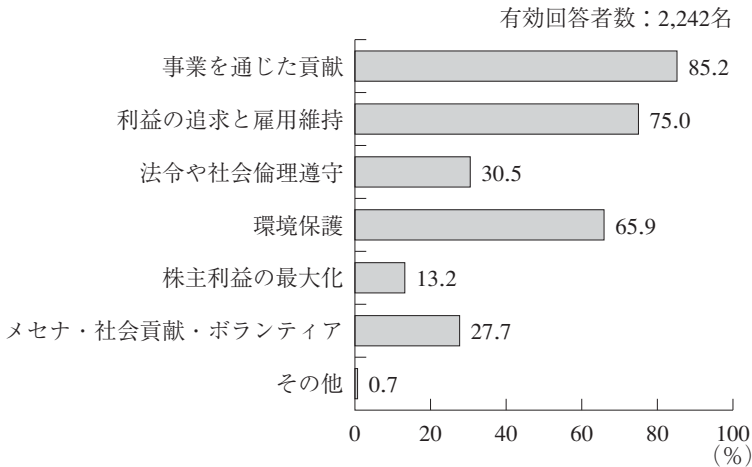
企業における環境教育について

中丸 寛 信

I はじめに

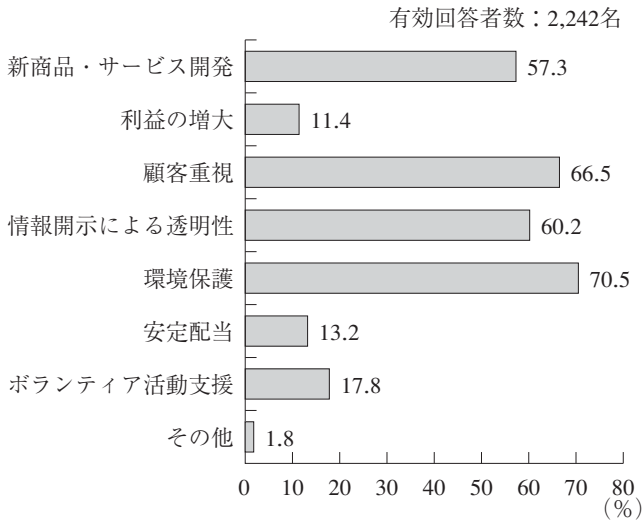
近年環境保全意識の高まりを背景として、企業を取り巻く状況には大きな変化が見られる。内閣府が平成13年9月に実施した『国民生活モニター調査』によると、「市民が求める『企業の社会的役割』」として、3分の2の回答者が「環境保護」を挙げている（図1）。また同調査によると、「今後企業が社会的信用を得るために力を入れるべきこと」として、7割が「環境保護」を

図1 市民が求める「企業の社会的役割」



資料：内閣府『国民生活モニター調査』（平成13年9月実施）より環境省作成。
出所：環境省編『環境白書』（平成15年版）ぎょうせい，39頁。

図2 今後企業が社会的信用を得るために力を入れるべきこと



資料：内閣府『国民生活モニター調査』（平成13年9月実施）より
環境省作成。

出所：図1に同じ。

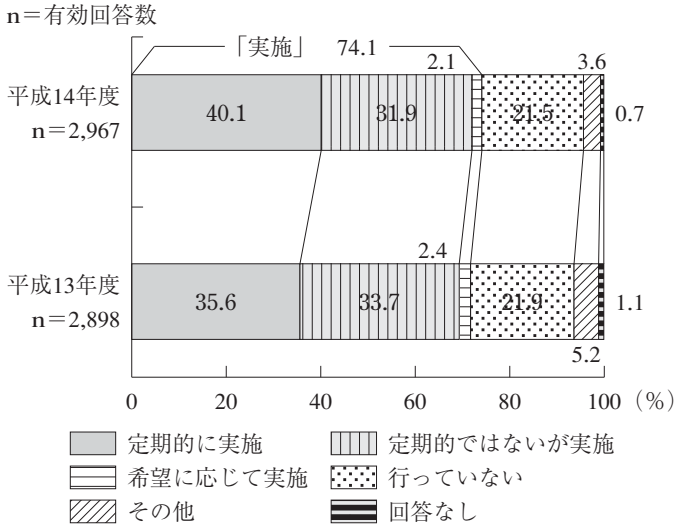
挙げている（図2）。

そのような中で、企業は様々な環境対策を行ってきているが、その1つに環境教育がある。環境省が行った『平成14年度環境にやさしい企業行動調査』によると、「従業員に対する環境教育」を実施している企業が増えてきており、約4分の3に達していることがわかる（図3）。

とくに先進的な企業では、環境意識を持った新しい人材の重要性が認識され、育成しようという動きが見られるようになってきている。人材派遣業グレイスの安井悦子社長は「環境マインドを持って働く人材が、企業価値を高める時代になり、そうした人材へのニーズが高まる」と確信し、環境教育に力を入れているとのことである。⁽¹⁾

ここでは、企業がどのような環境教育に取り組み始めているかを紹介しな

図3 従業員に対する環境教育



出典：環境省『平成14年度環境にやさしい企業行動調査』より作成。

出所：環境省編『環境白書』（平成16年度版）ぎょうせい，44頁。

がら，それらの可能性や限界，今後の課題などについて検討したい。

II 企業における環境教育への取り組み

1. eラーニングを使って全社員に環境教育

eラーニングを使って全社員に環境教育をする企業がある。それはこれからも広がっていくと思われる。

(1) 富士ゼロックス

富士ゼロックスは，イントラネットを活用し，社員が自分のパソコンを使っていつでも学習できるウェブベースの環境教育システム「Ecology Online」を構築した。2001年5月から同社の3つの社内カンパニーで運用を開始し，

(1) 金子憲治，藤田香，馬場未希「新・環境教育のススメ」『日経エコロジー』2004年10月，25頁。

企業における環境教育について（中丸寛信）

8月までに約8,000人が受講した。「Ecology Online」が提供するの、全社共通の環境基礎教育（エコリテラシー教育）のプログラムである。全編は60分ほどで、前半の講義、後半のビデオで構成されている。講義とビデオは、さらに3章ずつに単元を区切っており、受講者は1回当たり10分の受講で、1単元ずつ履修できるようになっている。

講義内容は、単元1「環境問題とは」で環境問題一般の理解を深め、単元2では「行政、企業、市民の取り組み」について解説し、単元3「富士ゼロックスの取り組み」では、社内の具体的な環境活動について紹介している。各単元の終わりには5～10問の理解度テストがあり、これに答えてはじめて履修が認められる。

社員の受講状況は、管理画面によって把握できる。職場のリーダーなどが部員の状況を見て、進捗が遅れている人にはメールなどで受講を促している⁽²⁾。

(2) シャープ

シャープは、国内の関係会社を含めた全社員約3万人を対象に、遠隔教育（eラーニング）を使った環境教育を「全社環境基礎講座」として2004年10月より始めた。講座は地球温暖化、電気製品と化学物質、廃棄物問題、公害と化学物質、同社の環境取り組みの5項目で構成されている。項目ごとに法規制などの学習とテストを行う。社員は社内のパソコンで自由に受講できる。受講は自由であるが、受講歴は他の研修と同様に人事情報として登録し、異動・昇進の参考材料として活用する予定である。

なお、eラーニングを使った環境教育は、他にも松下電器産業やソニーなどで取り組んでいるが、人事評価の参考にはしていない⁽³⁾。

(2) 『ECOgraph』2001年11月（ホームページ <http://emf.nikkeibp.co.jp/emf/ecograph>）。

(3) 「日本経済新聞」2004年10月15日。

2. 環境リーダーを育成する取り組み

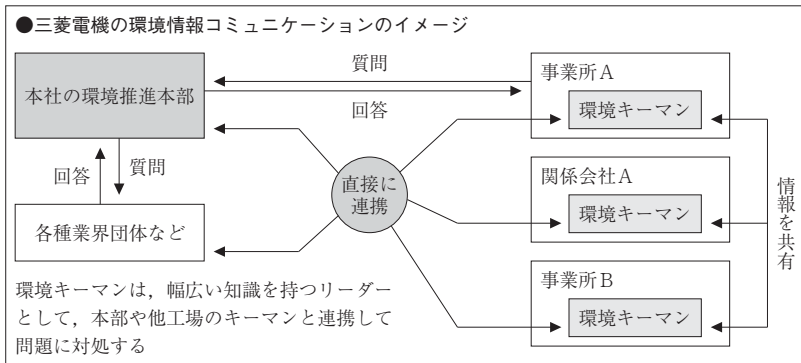
高い環境意識を持ち、周囲の人々を啓発していけるような指導者「環境リーダー」を育成しようという試みも見られる。

(1) 三菱電機

三菱電機は、2004年度より環境リーダーの育成を目的とした合宿研修を年間5回の予定で始めた。「あと数年もすれば、公害を乗り越えてきた環境問題のベテラン社員が定年を迎える。いまのうちにベテランのノウハウや知恵を若手社員に伝えておきたい」、「環境に関する問題が起きた時、そのリスクを瞬時に把握し、適切に対応するには、環境全般にわたってある程度深く理解している環境ゼネラリストが不可欠」であることがその背景にある。

研修についてみると、たとえば2回目の参加者は、全国の工場で環境部門に属している20～30歳代の25人であった。そこではまず5つのグループに分かれて討議し、廃棄物処理事業者を選定する際のチェック項目を作成、ベテラン相手に実践した。午後からは、26もの環境関連法について、工場でチェックしておくべき「ツボ」を各自が分析、参加メンバーに講義する。そして、3回目の研修では、実際に廃棄物処理事業者を訪問する予定である。

図4



出所：金子憲治他，前掲論文，28頁。

企業における環境教育について（中丸寛信）

なお、「三菱電機の環境情報コミュニケーションのイメージ」は図4の通りである。⁽⁴⁾

(2) デンソー

デンソーでは、「環境」を事業面の追い風にできる思考力を持つ環境技術リーダーの育成を目指している。係長や課長クラスの技術者を対象にした「地球環境技術」という講座がそれである。専門性を磨いたり、関心のある分野を勉強したりするための「スキルアップ研修」の中の1つの科目で、2002年から始めた。

1年間に2回、それぞれ2日間にわたって実施する。地球環境問題や自動車の環境問題など大きなテーマから、具体的な自動車部品に焦点を当てた環境配慮設計や省エネ技術などまで、テーマは広範に及ぶ。

部品リユースを事業化したグループ会社や、ゼロエミッションを達成している工場の分別・収集所などの実地見学も必ず取り入れている。

受講は公募制であるが、申込みには職場の上司による承認が必要であり、そのため「事実上、各職場で環境面のリーダーになることを期待されている若手が中心になる」と言われている。⁽⁵⁾

3. 環境リーダーの地域社会への働きかけ

育成された環境リーダーが子供たちの環境教育など地域社会に働きかけ、貢献している事例もある。

(1) リコー

会社の枠を超えて、地域の環境リーダーを育てる企業も出てきた。リーダーを目指す社員は、まずリコーが年3回実施する「自然教室初級編」に参加する。教室では環境NPO（非営利組織）の協力の下、1泊2日の研修で、

(4) 金子憲治他，前掲論文，28～29頁。

(5) 同上論文，29頁。

自然環境問題やボランティア活動を行う上で必要な知識や技術を、自然の中で体験して学ぶ。

この研修を受講した社員はリーダーとして登録され、職場や地域でボランティア活動を企画して実施する。より一層、知識や技術を磨きたければ、子供向けの自然教育の方法や森林管理の技術を学ぶ上級の研修コースも受講できる。

環境ボランティアリーダーの人数は、2004年10月に263人を見込む。リーダーたちが2003年度に行った活動は全国で67回、活動に参加した延べ人数は2,000人を超える。「教育を施した社員の意識を変えるだけでなく、リーダー1人の活動から、地域の人にも自然を守る意識が広がる」と、その波及効果が期待されている。⁽⁶⁾

(2) 積水化学工業

積水化学工業は、業界に先駆けて1997年から自然体験型の環境教育プログラム「積水化学自然塾」を始め、社員に体験させている。その背景となる考え方について、大久保尚武社長は「人間は生きているだけで環境を汚します。積水化学工業は全国で1万5,000カ所に住宅を造っていますが、それだけで地球環境を汚す拠点を作っているといえます。そこで、環境に配慮した経営には早くから力を入れてきました。そのためにはまず、環境意識の高い社員の育成が基盤になります」。また「環境にどう向き合うかを考える時、じかに自然に触れて感じる事が非常に大切」であり、「企業が環境経営を進めるうえで、ピラミッドの底辺に、自然に親しむ1人ひとりの社員がいて、社会貢献をしているという姿が理想的です」。「社会は今、単に頭だけでなく、体で環境を知っている人を求めていると思います。社会が変わりつつあると、私は感じています。こうした社会の変化に対応した環境教育が必要です。当

(6) 同上論文, 29～30頁。

企業における環境教育について（中丸寛信）

社では座学の環境教育も徹底して行っていますが、それにプラスするのが自然塾です」とのべている。

自然塾の日程は2日間である。初日は環境NPOなどの指導で、社員が野外で自然観察を行う。双眼鏡やルーペ、望遠鏡を使って生き物を観察する。その後、企業の環境保全活動や環境ボランティアとしてあるべき姿などについて講義を受ける。2日目は、社員が子供たちのリーダー役になる。「虫は触れない」「外は暑くて嫌」と言っていた子供たちも、社員と一緒に生き物を観察するうち、喜々としてくる。子供と一緒にだと社員の目線も下がり、自然をじっくり観察するとのことである。自然観察会の後には、社員はグループに分かれ、自分たちが各事業所に戻って行く「オリジナル自然体験企画」を作り、皆の前で発表する。

これまで自然塾を体験した社員は延べ390人である。その効用はすでに出始めており、彼らは各事業所で自然保護・環境リーダーとして活躍している。たとえば中部セキスイ工業では、自然塾に参加した社員が中心となって、地域の子供たち向けに「中部セキスイ工業自然塾」や「ウミガメ観察会」を自主的に開催。また、工場の敷地内に手作りのビオトープを計画し、社員が土を盛り、木を植える作業を進めた。今後は地域の子供たちと共に植樹し、自然観察会を開いていく予定である。

積水化学はさらに一歩進んで、環境リーダー中のリーダーを育てる「フォローアップ研修」を2003年から始めた。参加者は15人である。地域版自然塾を企画し、地方自治体やNPOと交渉できる人材を育てるためのより実践的な環境教育を行うことが目的とされている。⁽⁷⁾

(3) NEC（NEC 府中）

NECでは、2005年までにすべての製品を環境配慮型製品へ、高いエコマ

(7) 同上論文、26～27頁、30～31頁。

インドを持った人を全社員の半数以上にする計画を立てている。地域社会貢献では、教育・環境を重点に植林などの環境ボランティアも推進している。また NEC では、環境 NPO のアサザ基金と協力して、茨城県にある霞ヶ浦流域の荒廃した田んぼを復元する「谷津田再生事業」に乗り出した。その一環として、社員と家族に田植え・草刈り・収穫・収穫米での酒造りを体験させる試みを2004年から始めた。⁽⁸⁾

そのような方針の下に府中事業場では、「自立したグリーンコンシューマー」を育成する参加型の「グリーンコンシューマー・ワークショップ」を随時開催している。さらに各職場にグリーンコンシューマーリーダー（環境学習のキーマン）を育成すべく「eco クラブ」という自主的な環境学習の研修会を毎月開催している。

内容はすべて参加型のワークショップ形式で、ファシリテーター（話し合いを促進させて、気づきをもたらす役割の人）は NEC 社員が中心となっており行っている。

また地域向けにワークショップを開催しているが、そこでは社内ワークショップの成功事例や、独自に開発した環境教育教材である「エコ商品コンテンツ」「エコレベルチェック（地球温暖化編）」「総合学習事例と地球温暖化防止クイズ」「4 隅ゲーム」「地域や魚のダイオキシン汚染の実態（環境総合研究所）」などを活用している。⁽⁹⁾

(4) 西友

スーパーの西友も、社員が環境リーダーとなって地域の子供たちに環境教育を実施している。子供たちを店舗に案内し、環境問題や食の安全への取り組みを紹介する「エコ・ニコ学習会」を全国の約400店舗で行っている。

(8) 同上論文, 37～38頁。

(9) 『エコロジーシンフォニー』2002年1月（ホームページ <http://www.ecology.or.jp/educate/0201.htm>）。

企業における環境教育について（中丸寛信）

エコ・ニコ学習会の案内役、すなわち「環境リーダー」役は、店長やお客様係である。ヤシの油から作った石けんや、使用済みペットボトルから作ったゴミ袋などの環境配慮商品を紹介し、生ゴミを肥料として再利用していることなどを説明。さらに、子供たちをバックヤードに案内し、厨房の排水の油分などを除去するグリーストラップという水槽を見せたりしている。その結果、バックヤードの電気をこまめに消す動機づけにもつながった。

エコ・ニコ学習会の参加者は、1999年の2,332人から、2003年には16,174人に増加した。最近は学校から総合学習用の依頼が増えているとのことである。

スーパーは地域と密着し、環境問題を考える題材も多い。エコ・ニコ学習会を通して、西友は市民団体や行政、学校とのネットワークができてつあるという。その案内役は、社内だけでなく地域の環境リーダーの役割も担っている。⁽¹⁰⁾

4. 「家庭」を巻き込む環境活動の取り組み

社員1人ひとりに「行動」を促すため、企業が「家庭」をも巻き込んだ環境活動の仕組みを作った事例もある。

(1) 松下電器産業

1998年4月松下電器産業は従業員に「環境家計簿」をつけることを呼びかけたが、参加世帯は2003年度には27,000世帯（松下グループ全体は11万世帯）に増えてきた。

環境家計簿とは、電気やガス、水道のほか、ガソリンや軽油、灯油の使用量を毎月記録する帳簿である。1年間の記帳が完了したら、それぞれの使用に伴う二酸化炭素（CO₂）排出量を計算し、家庭での年間排出量を出す。月

(10) 金子憲治他，前掲論文，31頁。

に1度、エネルギー使用量を確認する場を作ることで、省エネ意識を高めることに狙いがある。毎年継続していけば、前年同月の使用量と比較して、省エネの効果も定量的に把握できる。

使用量を記録する帳簿は、松下電器が独自に作成したもので、2004年度は制作費数百万円かけて3万部作成した。来年度は参加者の増加を見込み、3万9千部を作成する。

参加世帯の年間CO₂排出量の平均は、98年度に比べ、2002年度は約17%減っている。また松下電器のアンケート調査では、環境家計簿を始めたことで、約4割の世帯で「家族のコミュニケーションが増えた」と回答している⁽¹¹⁾。

(2) セイコーエプソン

セイコーエプソンは、労働組合と共に、2002年からNGO組織のアーテック（国際芸術技術協力機構）が開発した「子供のための環境教育支援プログラム＝キッズISO」に参加し、家族ぐるみの環境改善活動を進めている。

キッズISOとは、環境マネジメントシステムであるISO14001の家庭版。子供がリーダーとなって進めていくためのプログラムである。現在入門編と初級編の運用が始まっている。

入門編では、まず電気、ガス、水道の使用量とゴミの排出量を、1週間アーテックが作成した冊子に記録する。その後「省エネ作戦」を練り、冊子に記載する。次の1週間は、その作戦を実行しながら、再びエネルギー使用量やゴミ排出量を毎日冊子に記録し、作戦効果を検証する。この冊子をアーテックが認定したインストラクターが評価し、論評する仕組みである。

初級編は、こうした「作戦→実行→検証」という手順を2カ月間に3回繰り返す。その際、入門編のときよりも、家族1人ひとりの役割と責任をはっきりさせる。2カ月間やり遂げたら、記録した冊子をアーテックに送る。ア

(11) 同上論文、32～33頁。

企業における環境教育について（中丸寛信）

ーテックはその冊子を評価し、環境マネジメントの能力が一定水準以上と認められれば、認定証を授与する。

セイコーエプソンでは、2002年に社員の子供を対象に希望者を募ったところ48人が応募し、そのうち40人が入門編を終え、33人が初級編に挑戦し認定証を獲得した。2003年には16人が入門編と初級編をやり遂げ、そのうち12人が認定証を授与された。2004年には24人が入門編と初級編に挑戦している。⁽¹²⁾

5. 表彰制度を活用しての社内外の環境活動

表彰制度を活用して、社内外の環境活動を推進している企業もある。

(1) 日本 IBM

日本 IBM も全員参加の環境経営を目指し、2004年4月「エコマラソン」という環境改善活動を始めた。参加から成果まですべて社内のイントラネット上で実施する。

まず画面上で、会社と家庭で取り組む環境改善活動の内容を登録する。これが「宣言」になり、その後毎月末に宣言した項目ごとに「達成」「ほぼ達成」「未達成」「断念」の中から1つを選択することで達成度を自己申告する。

グループ全社員4万人のうち3,000人が宣言した。その内容は「コピー枚数を減らす」など例示したものを選ぶほか、独自の目標を記入して宣言できる。

同社では、宣言の内容とその達成度合いに応じてポイント換算している。開始1年目は、4～12月までのポイントの多い社員を表彰し、同社の環境シンポジウムに招待し、発表してもらう予定である。⁽¹³⁾

(2) アサヒビール

アサヒビールは2002年から「アサヒエコマイレージ」制度を導入した。そ

(12) 同上論文、33～34頁。

(13) 同上論文、34頁。

これは事業所の活動内容ごとに「ジョッキ」と呼ばれるポイントを設定しておき、実施すればそれが蓄積されていく。工場周辺のゴミ拾いや森林ボランティア活動などに社員が参加した場合は、1人1時間当たり5ジョッキ。各事業所が独自に取り組んだ活動が多いが、沖縄県石垣島でのマングローブの植樹など、アサヒビールが会社として取り組んでいる活動に参加してためることもできる。

「ジョッキ」はイントラネット上で登録し、年末に事業所ごとに合算する。それを各事業所の社員数で割り、アサヒビールの株価を掛けて金額に換算する。それが会社から各事業所に支給され、その地域のボランティア団体などへの寄付に使われる。

2003年は全社で3,000件のボランティア活動がエコマイレージに登録され、24,000ジョッキが集まった。2002年から2年連続でトップだったのは、11,379.5ジョッキと全社の半分近くを占めた福島工場であった。このジョッキ数を従業員数(約280人)で割り、当時の株価(約980円)を掛けると約4万円になる。金額はわずかであるが、ジョッキ数が事業所ごとに公表される⁽¹⁴⁾ことが大きな励みになるとのことである。

6. 社外向けの環境教育・環境学習への取り組み

(1) シャープ：リサイクル工場「関西リサイクルシステムズ」を環境教育の場に活用

シャープは、三菱マテリアル資源開発ほか数社と共同出資で家電リサイクル工場「関西リサイクルシステムズ」を設立し、2001年4月に本格稼働を開始した。この工場を社員のみならず地域の小中学生向けの環境教育の場として活用している。見学コースには、環境問題をわかりやすく解説したパネル

(14) 同上論文, 34～35頁。

企業における環境教育について（中丸寛信）

を展示するほか、テレビの解体作業の実演なども行い、リサイクルの大切さを実感してもらえるよう工夫している⁽¹⁵⁾。

(2) サントリー：「森と水の学校」をオープン

サントリーは、熊本・南阿蘇外輪山にあるサントリー「天然水の森」を舞台に、「森と水の学校」を2004年3月13日にオープンさせた。プログラムには、ネイチャーゲーム協会によるゲームなども導入し、小学生の環境教育の一環として地球環境を担う次世代の育成の場を提供する。今年度は3月から11月にかけて22回開催する予定で、1回の定員は子供と保護者合わせて40人程度である。学校や団体での申込みも随時受け付ける。

小学3年生以上を対象とする基本コースを中心に、5つのコースを用意している。春限定の植樹コース、秋限定の野鳥の巣箱掛けコース、高学年対象の水の流れを辿る森巡りコース、下草刈りや枝打ちなどを体験する森の仕事コースなどである⁽¹⁶⁾。

III 環境教育について

環境教育という言葉が登場する前、わが国ではしばしば「自然保護教育」「公害教育」という言葉が聞かれた。自然保護教育については、1951年に発足した日本自然保護協会が、1957年に「自然保護教育に関する陳情」を行っている。またわが国の公害が顕在化した1960年代から公害問題を教育の中に取り込む動きが出てきた。

1970年代に入ると、国際的動きが見られた。1972年には国連人間環境会議において「人間環境宣言」がなされ、その中では環境教育の必要性が指摘さ

(15) 『ECOgraph』2001年11月（ホームページ <http://emf.nikkeibp.co.jp/emf/ecograph>）。

(16) 『日経エコロジー』2004年6月、40-41頁。なお、「企業内環境教育の進化系」『環境ビジネス』2004年2月、81～101頁にも企業事例がある。また、本稿の末尾に参考資料として「企業の環境教育の例（企業内）」を掲載している。

れた。それを受けて、1975年に当時のユーゴスラビアの首都ベオグラードにおいて環境教育の専門家による国際会議が持たれ、環境教育の目的・目標を定めた「ベオグラード憲章」が発表された。⁽¹⁷⁾ベオグラード憲章にある環境教育の目的は「環境とそれにかかわる問題に気づき、関心を持つとともに、当面する問題の解決や新しい問題の発生を未然に防止するために、個人及び集団として必要な知識、技能、態度、意欲、実行力などを身につけた世界の人々を育てること」⁽¹⁸⁾となっている。

そのような動きの影響と環境問題に対する認識の変化（一般的には産業型公害から生活型公害への移行）により、わが国でも環境教育という言葉が使われ始めた。⁽¹⁹⁾

1980年代には、公害教育から環境教育への転換がさらに進んだ。80年代後半には、地球規模の環境問題がクローズ・アップしてくる中で、徐々にオンリーワン・アースという認識が人々の心に刻まれ、環境教育や環境学習への関心が高まってきた。

環境庁は、国際的な環境教育推進の動きを受けて、1986年に環境教育懇談会を設け、わが国の環境教育のあり方の検討を諮問した。懇談会は、1988年に『みんなで築くよりよい環境』を求めて』という報告書を提出した。その中で「環境教育とは、人間と環境のかかわりについて理解と認識を深め、責任ある行動がとれるよう人々の学習を推進すること」⁽²⁰⁾であるとしている。

(17) 鈴木善次『人間環境教育論』創元社、1994年、2～3頁、172頁。

(18) 同上書、172頁。

(19) 「環境教育」という言葉は、英語では Environmental Education であるが、これは1970年に成立したアメリカでの法律「環境教育法」ですでに用いられており、ヨーロッパでも一般に環境教育と訳しうる言葉が使われていた（同上書、169頁）。

(20) 同上書、172頁。なお、イギリスでは環境教育を「環境の中での教育」「環境についての教育」「環境のための教育」という3つのカテゴリーに分けており、これらを総合的に実施してはじめて環境教育は意味を持つといわれている（同上書、180頁）。

企業における環境教育について（中丸寛信）

答申を受けた環境庁では、それをもとに文部省との連携を図る一方、地方自治体の環境行政とも連絡をとり、全国的に環境教育の推進にあたった。文部省は「環境教育指導資料」を1991年に中・高校用、1992年に小学校用と発行し、学校教育での環境教育の方針を提示したが、「環境科」など独立した教科を設けるのではなく、既存の教科や特別活動などでの実施を求めている⁽²¹⁾。

その後1999年12月24日の中央環境審議会答申「これからの環境教育・環境学習：持続可能な社会をめざして」、2002年8～9月の国連ヨハネスブルグ・サミットでの小泉総理による教育のための人づくり、パートナーシップの提唱、2002年12月17日の中央環境審議会中間答申「環境保全活動の活性化方策について」などを経て、2003年7月25日に「環境教育推進法」（正式名称は「環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律」）が公布され、10月1日より施行された。

この法律は、「持続可能な社会を構築するため、環境保全の意欲の増進及び環境教育の推進に必要な事項を定め、もって現在及び将来の国民の健康で文化的な生活の確保に寄与すること」を目的としている。ここでの「環境保全の意欲の増進とは、環境保全に関する情報提供並びに環境保全に関する体験機会の提供及びその便宜の供与」、「環境教育とは、環境保全についての理解を深めるために行われる環境保全に関する教育及び学習」である。法律の中では、とくに民間団体、事業者、国民、行政の連携・パートナーシップに基づく取り組み（複数の国民・民間団体などがそれぞれ適切に役割を分担し、対等の立場でお互いに協力して行う環境の保全に関する取り組み）などを提唱している。とくに事業者に対しては、「雇用する者の環境保全に関する知識及び技能を向上させるために必要な環境保全の意欲の増進又は環境教育を行うよう努める」こと、「環境保全の意欲の増進の内容に関する情報その他

(21) 同上書、173～174頁。

の環境の保全に関する情報を積極的に公表するよう努める」ことを求めている⁽²²⁾。
る。

IV 企業における環境教育の可能性と限界

1. 企業における環境教育の可能性

これまでにみてきた企業による環境教育には、様々な可能性があると考えられる。

第1に、企業の全社員への環境教育の広がり、また高い環境意識を持ち、周囲の人々を啓発していけるような環境リーダーを育成し、地域社会に働きかけていこうという試みは、たとえそれが企業利益に結びつくとは判断される限りにおいてであれ、社会的要請に応えるものであり高く評価することができよう。とくに未来社会の担い手である子供たちの環境教育・環境学習への貢献は、持続可能な社会構築に向けて大きな意味を持っていると思われる。

企業が行っている社外向けの環境教育・環境学習への施策・支援を、NTT データ経営研究所の貞宗康則氏は次の3つに分類している。

① ハードウェア提供型

製造業を中心とする企業では、自社の工場や事業所を地域社会に開放し、見学ツアーを実施するところが少なくないが、最近では自社施設の見学や自社商品・技術の紹介といった従来型の情報提供から幾分踏み込んで、従来はあまり公開することのなかった生産現場の舞台裏を見せることによって、自社の環境への取り組みにスポットを当てた「エコツアー」的な工場見学プログラムを提供する企業もある。また、環境関連の計測機器など、自社が生産、提供する製品・サービスが環境分野において直接的に利用できる場合は、そ

(22) 環境省総合環境政策局「環境保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律」の「法律資料」「基本方針関連資料」「人材認定等事業の登録制度について」「経緯等」(ホームページ http://www.env.go.jp/policy/suishin_ho/index.htm)。

企業における環境教育について（中丸寛信）

れらを環境教育や環境学習の場に積極的に提供するところがある。

② ソフトウェア提供型

様々な体験型学習プログラム等のソフトウェアを提供するところもある。環境に関する色々な経験をしながら環境問題を学び、環境意識を高めるようなプログラムは徐々に増えている。

また、自社のホームページを最大活用して、廃棄物・資源リサイクル、地球温暖化、大気汚染、水質汚染、自然破壊、化学物質管理などの主要な環境問題を取り上げることによって、自らの環境取り組みと地球環境との関連についての解説情報を提供する企業もある。

加えて、ボランティア休暇制度や関連したプログラム整備を行うことによって、従業員やその家族が学校や地域社会などで環境教育や環境学習のみならず、環境保全などの社会貢献活動を行いやすいように支援する企業も増えている。

③ 第三者機関との協働型

環境教育活動を行っている NPO への助成金や施設の提供、環境先進国との連携によって現地でのホームステイや環境教育のプログラムを運営している第三者機関（NGO・NPO など）と協働的に役割を分担し、相互補完的に環境教育・環境学習を支援する企業もある。⁽²³⁾

(23) 貞宗康則「環境保全・環境教育推進法の制定」（ホームページ <http://www.ecologyexpress.com/plaza/trend/pub>）。

その中では、2003年4月～8月の間の次のような取り組みが紹介されている。

- ・キリンビール：神戸に子供向け環境教育施設をオープン。
- ・サントリー：武蔵野工場でリサイクルをテーマに親子見学会を開催。
- ・アサヒ飲料：HPに子供向け環境サイトを開設。
- ・TOTO：小学生向けサイトにエコ研究所をオープン。
- ・コスモ石油：富士山・白山 AID 自然学校を実施。
- ・NEC：小中学校教師を対象に体験型環境教育支援プログラムを実施。
- ・クラレ：「少年少女化学教室」が通算100回目で、参加者が延べ3,000人を超す。
- ・トヨタ：豊田市に環境教育施設「里山学習館」を開設。

これまでにみてきた事例では、①シャープのリサイクル工場「関西リサイクルシステムズ」がハードウェア提供型、②「家庭」をも巻き込んだ環境活動の仕組みを作った松下電器産業やセイコーエプソンがソフトウェア提供型、③環境 NPO のアサザ基金との協力による「谷津田再生事業」に取り組む NEC が第三者機関との協働型、にあたるといえよう。今後それらの取り組みがさらに増えていくことが期待される。

第2に、自然体験学習により、自然や生命に対する認識の深まり、また私たち人間や生命が、目には見えないエコシステムの中で生かされているという感覚が引き出される可能性が期待される。業界に先駆けて自然体験型の環境教育プログラム「積水化学自然塾」を始めた積水化学の大久保社長の言葉にも見られたように、「環境にどう向き合うかを考える時、自然に触れて体で感じる事が非常に大切」であり、自然塾などはそのような可能性を持っている⁽²⁴⁾と思われる。

第3に、企業の環境教育の進展は、今後市民、行政とのさらなる協働を促す可能性があると思われる。2003年に制定された「環境教育推進法」では、とくに民間団体、事業者、国民、行政の連携・パートナーシップに基づく取り組みなどを提唱しているが、その法律が今後のさらなる協働を促進するた

(24) レイチェル・カーソンは、「もしもわたしが、すべての子どもの成長を見守る善良な妖精に話しかける力をもっているとしたら、世界中の子どもに、生涯消えることのない『センス・オブ・ワンダー＝神秘さや不思議さに目を見る感性』を授けてほしいとたのみでしょう。この感性は、やがて大人になるとやってくる倦怠と幻滅、わたしたちが自然という力の源泉から遠ざかること、つまらない人工的なものに夢中になることなどに対する、かわらぬ解毒剤になるのです。妖精の力にたよらないで、生まれつきそなわっている子どもの『センス・オブ・ワンダー』をいつも新鮮にたもちつづけるためには、わたしたちが住んでいる世界のよるこび、感激、神秘などを子どもといっしょに再発見し、感動を分かち合ってくれる大人が、すくなくともひとり、そばに必要があります (レイチェル・カーソン著、上遠恵子訳『センス・オブ・ワンダー』 佑学社、1991年、21～22頁)」とのべている。またジョン・シード他著、星川淳一監訳『地球の声を聴く』ほんの木、1993年、の文章からは、エコシステムの中で生かされている感覚が伝わってくる。

企業における環境教育について（中丸寛信）

めの原動力となることが期待される。

2. 企業における環境教育の限界

今日の企業の環境教育には、これまでに見てきた可能性と同時に様々な限界があると思われる。

第1に、企業の環境教育は、エコノミーの範囲内でのエコロジーへの取り組みになるという制約がある。積水化学工業の大久保社長は「企業としてはエコロジーとエコノミーを両立させなければなりません。採算の合う環境経営でないと続きません。ですから、社員に対しても、経済価値と結び付かないと続かないよ⁽²⁵⁾」と明言している。この制約の中で、「エコロジーのためのエコノミー」の視点に立つビジネスのエコロジー化企業にどこまで迫れるかが今日問われているといえよう。

アースポリシー研究所のL.R.ブラウン（L. R. Brown）は環境への取り組み段階として、①環境に対処するよりも広報に重点をおく段階、②工場の稼働状態あるいはオフィスの就業状態の環境への影響を考え、エネルギー効率、紙の再利用、廃棄物などを考慮しはじめ、より進んだ所では目標を設定し、一定期間内での達成に向け努力する段階、③環境的に持続可能な世界経済のためのビジョンを考察し、それに基づいて製品の存続可能性などを検討する段階、④企業の個別的利害を超え、経済全体の視点に立って環境問題に対して社会に働きかけ、政治的にも行動する段階、という4段階を指摘したが⁽²⁶⁾、これまでの企業の環境教育の段階はほとんど②の段階であるといえよう。今後どのように段階を上げていくかという課題が残されている。

(25) 金子憲治他、前掲論文、26頁。

(26) L.R.ブラウン編著、福岡克也監訳『地球の挑戦』小学館、1992年、335頁。

また D. K. Denton, *Enviro-Management*, Prentice-Hall, 1994, pp. 97-143 にも取り組みのステージが詳細にまとめられている（拙著『地球環境と企業革新』千倉書房、2002年、第4章参照）。

第2に、社員の環境意識を高め、環境活動を促進するための工夫に多くの余地が残されているといえよう。日本 IBM やアサヒビールは、社員の環境意識を高め、環境活動を促進するために表彰制度を活用していたが、それ以外に環境業績を各事業部の業績評価に結びつけることによって成果を上げている企業がある。

たとえば、シャープは2000年4月より家電メーカーで始めて29事業部の業績評価に環境活動の成果を導入した。これまでの業績をみる「財務」、製品の品質や信頼性をみる「顧客」、計画の達成度をみる「プロセス」の3つに、「環境」を第4の基準として加えた。環境は100点中7点である。製品の省エネ、リサイクル性などシャープが独自に定めた36項目の基準を満たす「グリーンプロダクト達成率」、埋め立て廃棄物をゼロにする「ゼロエミッション達成率」など4項目で評価し事業部ごとに0～7点をつける。

「グリーンプロダクト達成率」の場合、事業部の製品全体に占める環境配慮型の製品の割合が80%以上であれば評点「A」がつく。「ゼロエミッション達成率」に関しても、埋め立て廃棄物の廃棄物全体に占める割合が2%以下であれば「A」、4%以下であれば「B」というようにA～Eの5段階で評価する。この点数をもとに最終的に事業部ごとの点数が決まる仕組みである。獲得した点数は、課長級以上の社員の賞与の査定に直結する。

評価の導入後は、環境に関する社員の提案が社内のイントラネット上で急増した。またゼロエミッション達成率が急速に改善したり、商品化した新製品すべてが環境配慮型に切り替わるなど効果が出てきている。⁽²⁷⁾

コクヨも2002年10月、当時の事業部（2003年4月からはカンパニー制を導入）の評価に環境業績評価制度を導入した。リコーやキヤノン、ソニーといった企業も事業部の業績評価に環境負荷削減目標を導入しているが、とくに

(27) 「日経産業新聞」2001年9月7日。

企業における環境教育について（中丸寛信）

コクヨは2つの特徴的な仕組みを取り入れた。1つは、財務や生産、人事などの一般的な戦略と並列に、環境戦略をカンパニーごとの事業計画に組み込み、環境保全に関する業務も他の業務と同様に評価されるようにしたことである。その際、環境は事業計画全体の評価の中で2～5%のウェートを占める。

もう1つは、目標の達成による評価が、カンパニー長などの管理職だけでなく一般社員の賞与にまで影響する点である。カンパニー長は、事業計画全体の評価によって獲得した評点に社員数を乗じたポイントを社員一人ひとりに配分する。社員は、カンパニーの業績評価とは別の制度で、個別に人事評価されている。この評価（SからDまでの5段階評価）に応じて、社員が受けとるポイントも異なってくる。

コクヨは2002年度に「全商品の販売額のうち、エコプロダクツが占める割合を、2010年までに80%に引き上げる」という中長期環境行動計画をまとめているが、この環境業績評価制度の導入が、現場の社員の業務にその計画を組み込む推進力となり、社員の環境への取り組みが能動的になってきた。また、たとえば文具開発を担うステーションナリーカンパニーが2004年3月に発売した「フラットファイル・オール紙」（紙パルプをでんぷんで固めて成型したとじ具を採用したファイル）という具体的成果も生まれ始めている。⁽²⁸⁾

シャープやコクヨの事例にみられるように、環境業績を各事業部の業績評価に直結させたり、それを従業員の報酬に結びつけることによって、環境活動はこれまで以上に促進される可能性があると思われるが、そのような事例は非常に少ない。

第3に、これまでの企業の環境教育は、企業の存続のために環境意識を持った社員を育成することに主眼がおかれ、その内容には実践的・具体的手段

(28) 馬場未希「環境の業績評価で飛躍を目指すコクヨ」『日経エコロジー』2004年6月、42～44頁。

が多く、「なぜ」「何のために」環境教育が必要であるか、環境問題が私たちに何を問うているかなどについての深い考察が十分ではないといえよう。

鈴木善次氏によると、「現代文明は科学技術を主体に物質的豊かさを得たが、同時に人類ばかりでなく、多くの生物の生存が危惧される地球規模の環境問題をもたらした。……豊かさとは何か。その意識変革が今求められているのであり、そのための教育、それが環境教育である⁽²⁹⁾」。その意味で、環境教育は、文明問い直しの教育であり、生活見直しのための教育である⁽³⁰⁾。

また、文明や生活を問い直すためには、その土台として、多く著名な研究者の主張に見られるように「人間とは何か」「人間は何のために生まれ、生きているのか」「人間はどこから来て、どこへ行くのか」といった根源的な問いを究明する必要がある⁽³¹⁾。さらに「来るべき時代が、私たち人間の『新しい深化』の段階を開こうとしている……。私たちの志を、この新しい深化への挑戦に向けたいと思うのです。……精神世界と現象世界の本当の交流のさせ方……。それこそ、人間の新しい深化の鍵そのものです。……この前人未踏の道を開くことが、今時代から呼びかけられています⁽³²⁾」という高橋佳子氏の指摘に注目する必要がある。今日の地球環境問題は、「精神世界と現象世界の本当の交流のさせ方」という人間の新しい深化の鍵・生き方をつかみ、私たち一人ひとりの内に眠る可能性を開くこと、それをもとにした新しい企業や社会の構築を促していると思われるからである。

V 今後の課題

これまでみてきた企業の環境教育の限界から、今後の課題が浮かび上がっ

(29) 鈴木善次、前掲書、176頁。

(30) 同上書、177～179頁。

(31) 拙著、前掲書、第10章参照。

(32) 高橋佳子『グランドチャレンジ』三宝出版、1998年、17～19頁。

企業における環境教育について（中丸寛信）

てくる。

第1には、環境への取り組み段階を上げ、「エコロジーのためのエコノミー」の視点に立つビジネスのエコロジー化企業になっていくという課題がある。それにしても、この課題を果たすためには、企業と国や民間組織、学校との連携が必要不可欠である。

ヨーロッパとくにドイツやスウェーデンなどにおいては、幼い頃からの環境教育が進んでおり、それが高い環境意識と行動を支えるものとなっている。さらに、国や民間組織、企業、学校などの間の連携もなされている。

たとえばドイツでは、1971年より学校での環境教育を開始し、1980年代半ばから充実・強化してきた。また連邦各州の州憲法は、青少年の「自然と環境への責任感」を育むように学校に求めており、これを民主主義や人間の尊厳などの重要な法的概念についての教育と同等に扱っている。学校での環境教育の本質的課題は、環境についての基礎的な知識を与えること、そして環境に配慮した社会づくりへの積極的な参加を促すことである。子供たちは、州憲法を始めとした大きな枠組みの中で、教科の枠を超えた授業や動植物の世話などの体験型授業を通して、環境への意識だけでなく、行動力を身につけていく。このような教育の基本になるのは、環境汚染を背景に約30年前に出された政府通達である。1つは「環境保護計画」で、動植物の生態を守ることを旨とし、もう1つは「環境教育計画」で、小学校からの環境教育の実施を求めている⁽³³⁾。

また企業においても、早くから環境保全は企業における教育訓練プログラムに含まれている。とくに化学工業、電力産業、鉄鋼業といった汚染との関

(33) 大阪神戸ドイツ連邦共和国総領事館「ドイツの環境教育」(ホームページ <http://www.german-consulate.or.jp/jp/umwelt/alltagsleben/erziehung.htm>)、金丸早智子「ドイツの環境教育」(ホームページ <http://www.nacs.or.jp/nishi/s-column/35doitsu.htm>)参照。「ゴミのない学校を実現させた小学校長」などの紹介は、今泉みね子『ドイツを変えた10人の環境パイオニア』白水社、1997年参照。

連が明白である産業においてはそうである。それは、エコロジーについての明白な知識や認識を教え込むだけでなく、環境にやさしい態度や行動を確立していくものである。また、次のような教育目標が目注されている。

- ①エコロジーとエコノミーのダイナミックな関係についての理解を深め、解決のための戦略を開発する。
- ②リサイクル，エネルギー節約，廃棄物処理などの環境技術についての知識を深める。
- ③環境についての知識を現場に生かす。
- ④汚染者負担の原則についての情報を提供する。

1987年以来、産業教育機関は、環境保全を訓練コースのカリキュラムに含めるよう努めてきた。⁽³⁴⁾そして、フォルクスワーゲン（VW）社では、EMASの認定取得の一環として社員に対する環境意識を高める教育を実施し、その能力向上プログラムは1990年からVWコーチング社が担当している。工場では、工場長が環境マネジメントシステムの機能性に対して責任を持つが、工場長から任命を受けた環境保全責任者は、マネジメントの代表としてシステム内の法的基準の遵守に対して責任を持ち、事業所大気汚染防止、廃棄物、⁽³⁵⁾河川保護の各責任者と連携・協力して環境計画の実現を指揮する。

またスウェーデンのブッシュルカ（国王主催の環境コンペで1位を獲得した自治体）では、大学と連携して教員が大学の単位を取れる環境教育、バスによる移動自然学校、保育園での生ごみの循環と森での活動がある。また企

(34) W. Hofenbeck, *The Green Management Revolution*, Prentice Hall, 1993, pp. 226-227.

なお、この文献は、*Umweltorientiertes Management und Marketing*, AG & Co., 1990, として最初にドイツ語で出版されている。

(35) 林 哲裕『ドイツ企業の環境マネジメント戦略』三修社、2000年、84～93頁参照。また、イギリスにおいても早くから環境教育が導入されている（J. Elkington, P. Knight and J. Hailes, *The Green Business Guides*, Victor Gollancz, 1991, pp. 190-203）。

企業における環境教育について（中丸寛信）

業では、ボルボ社が、世界ヨット競技のオーシャン・レースのスポンサーとなったり、インターネットで世界の学校に環境データや環境教育プログラムを提供・交流している。国の自然保護省、地方自治体連合会、パッケージの会社、金属やプラスチック等各種リサイクルの会社、自然保護協会などが組織しているキープ・スウェーデン・タイディ財団はグリーンフラッグ制度で学校版 ISO を提供し、環境教育の教材の出版社であるプロテルマ社は地域の企業をスポンサーにして学校へ環境教育のテキストを配布している。環境団体ナチュラル・ステップは企業と NPO の連携により中高生、大学生と自治体や企業を結んでいる。このように、スウェーデンにおける環境教育では、主体が自治体、公立や私立の保育園・幼稚園、小学校、中学校、高校、大学の教育機関、企業、財団など多様である。また実際に活動している施設や機関が主体として他の主体と結びつき、協働している⁽³⁶⁾。

わが国においては、前述の如く2003年に「環境教育推進法」の公布・施行によって協働のための法的整備はなされたが、その内容は努力を促すものでしかない⁽³⁷⁾。さらに、実質的な協働はようやく第一歩が始まったという段階である。今後ますます多様なパートナーシップがなされていくことが待たれて

(36) 横村久子「スウェーデンの環境教育に見る多様な主体と協働」『京都女子大学現代社会研究』第6号、2004年1月、5～17頁参照。

(37) NTT データ経営研究所の千本木友博氏によると、「環境教育推進法」で特徴的なのは、ほとんどの条項で「努める」という述語を使っていることである。つまり、この法律は基本的に努力義務を定めたものであり、誰も何もやらなくても問題にならないということである。さらに特徴的なのは、条項の中心が「環境教育の人材認定」にあることである。全24条中、最大の8条（第11条～第18条）にわたって「人材認定等事業の登録等」について定められている。それは「環境保全に関する指導を行う能力を持つ人を育成・認定する事業」のことである。これは環境 NPO などの人材に太鼓判を押すことで、環境 NPO が活躍しやすく、また市民や企業が環境 NPO を探しやすくするという狙いを込めたものであると考えられる。その意味で、やはり市民や企業にとってのインパクトは弱く、「NPO への応援歌」的な意味合いが強いと考えられる（千本木友博「求められる環境教育推進法の自律性」『地球環境』2004年2月、54～55頁）。

いる。

第2に、社員の環境意識を高め、環境活動を促進するためのさらなる工夫が求められる。F.カブラ (F. Capra) らは、過去10年間ヨーロッパやアメリカで用いられ成功してきた動機づけと教育訓練の手法についてまとめ、個々の企業はその中から最もふさわしいものを選択することができるとのべている。それらの手法は次のようなものである。⁽³⁸⁾

- ①情報を普及させる：掲示板、社内報、回覧、エコロジー図書館、定期報告書、特別な機会でのスピーチは、いずれもエコロジー情報を普及させるための効果的手段である。
- ②イベントを企画する：エコロジー意識を助長するために特別なイベントを企画する。
- ③従業員を参画させる：社員全員に、コスト削減のためのエコロジカルな手段を探すように奨励し、権限を与え、成功には報酬を与える。年度始めには、各部門でスタッフを指名し、環境面での現実的な年間目標のリストを作成させる。目標を最終決定する前に、企業理念や当該部門の目標と矛盾していないかどうかを慎重に検討しなければならない。

環境目標と経済目標を同じように徹底的に練り上げ、従業員が両方を同じように達成しようという気持ちになるように特別の注意を払う。定期的な個人面談や進捗状況の報告システムを構築する。従業員の参加と

(38) E. Callenbach, F. Capra, L. Goldman, R. Lutz & S. Marburg, *EcoManagement*, Berrett-Koehler Pub., San Francisco, 1993, pp. 80-84. E. Callenbach, F. Capra & S. Marburg, *The Elmwood Guide to Eco-Auditing and Ecologically Conscious Management*, The Elmwood Institute, 1990 (E.カレンバック, F.カブラ, S.マーバーグ著, 霍田栄作訳『エコロジカル・マネジメント』ダイヤモンド社, 1992年, 71~78ページ). G. Winter, *Blueprint for Green Management*, McGraw-Hill Book Company Europe, 1995, pp. 179-182 には、スタッフのトレーニングについて記されている。P. T. Robbins, *Greening the Corporation*, Earthscan Pub., London, pp. 94-130 では、ザ・ボディショップとベン・アンド・ジェリーズの先進的な企業文化が分析されている。

企業における環境教育について（中丸寛信）

職務満足を高めるために、階層的な監視制度を自己監視制度に置き換えることが重要である。

- ④インセンティブを与える：どんなインセンティブ計画でも、報酬の基礎となる基準を必ずはっきりと定義し、それを平等に適用するように十分注意を払わなければならない。特別なインセンティブには、エコロジー目標を達成した場合のボーナス制度、エコロジカルな方法に対する提案制度、環境面での業績と経済的な業績を統合した昇進基準などがある。
- ⑤評価システムを改善する：職務記述書と昇進基準は、エコ・チームやその他のエコロジー関連プロジェクトへの効果的な参加を保証するように書き換える。功績の高い従業員には特別な賞を与えることも考えられる。
- ⑥社外の環境保護プロジェクトを支援する：環境基金を設立する。また環境保護団体に、自社の特別な設備（たとえば専門分野の情報ネットワーク）や従業員の技能の利用を認める。エコロジカルな社外プロジェクトを支援するための従業員の活動に対して給与を支払う。
- ⑦教育訓練を拡大する：あらゆる教育訓練プログラムにエコロジカルな側面が含まれるようにする必要がある。教育訓練のあらゆる側面で、経済面の効果とエコロジー面の効果の間のバランスをとり、それを保たなければならない。

これまで紹介してきた企業の中には、すでにこの手法の幾つかを導入している企業もあったが、さらなる進展のために、これらは参考になるであろう。

第3に、今日の地球環境問題が促していることに応えて、「精神世界と現象世界の本当の交流」という人間の新しい深化の生き方をつかみ、一人ひとりの内に眠る可能性を開き、それをもとにした新しい企業経営・社会構築へと向かっていくという課題がある。そのためには、これまで多くの企業でみられた実践的・具体的手段（how）を重視した環境教育に加え、「なぜ（why）」「何（what）のために」環境教育が必要であるか、環境問題が私たち人間

に何を問うているかなどについて深く考察し、それを一人ひとりの生き方や企業文化に結びつけていくことが必要であろう。

たとえば「新・環境教育のススメ」の著者たちは、内橋克人『環境知性の時代』の中の「これから求められる人間知性のあり方とは、人間の生存基盤、つまり人間生存のために欠くことのできない必要基盤、社会的にも、あるいは自然環境も含めた基盤そのものがいま重大な危機に立たされているのだ、ということ認識できる力、そして何よりもそのような危機をいかに回避できるか、を思考できる力のなかにある⁽³⁹⁾」、さらに「単に資源、環境を大切にしましょうといっているだけでは、とても環境知性とはいえない。……このような認識を共有して、日々、選択を行う消費者、あるいはそれを可能にする技術者、開発者、科学者、知識人、経済人、またそのような価値と論理の体系、方法論を築きあげることのできる哲学者、社会学者も含めて、世界は環境知性を求めている⁽⁴⁰⁾」という文章を引用しながら、企業人に求められる「環境知性」4カ条を次のように示している⁽⁴¹⁾。

- ①生態系の視点、地球温暖化の視点を持つ。
- ②環境に配慮した活動を「実践できる」。
- ③環境問題の重要性を広く「伝えられる」。
- ④環境知識を「経済的価値」に結び付けられる。

これからの企業の環境教育では、一人ひとりの中からそのような環境知性を引き出し、「生き方の選択⁽⁴²⁾」へと導くことが求められる。

またカプラらによると、環境問題は相互に結びつき、相互に依存し合う体系的な問題群であり、それを理解し解決するには、体系的でエコロジカルな

(39) 内橋克人『環境知性の時代』岩波書店、1999年、4頁。

(40) 同上書、7～8頁。

(41) 金子憲治他、前掲論文、25頁。

(42) 内橋克人、前掲書、7頁。

企業における環境教育について（中丸寛信）

新しい思考法が必要である。その思考法には、拡大から保全、量から質、支配から協力へという価値の転換が伴わなければならない。そのような新しい価値体系と思考法、それに対応する新しい認識と行動を「新しいパラダイム」⁽⁴³⁾と呼んでいる。また「企業文化にそのような根本的变化——パラダイムの転換——が起こらないかぎり、企業活動が環境にもたらす影響が大幅に改善することはない」⁽⁴⁴⁾と指摘し、エコロジー重視の企業文化をつくることを提唱している。そして、企業文化に含まれるべき認識、アイデア、価値観を次のように挙げ、これまでの自然を使用価値と見なす人間中心主義的認識から、あらゆる生物に固有の価値を認めることへ、さらに経済成長のイデオロギーを支持することから、エコロジカルな持続可能性へ転換するよう促している。⁽⁴⁵⁾

- ①世界が危機に瀕していることの認識
- ②問題が相互に関連し合っていることの認識
- ③物から関係性への転換
- ④部分から全体への転換
- ⑤支配から協力への転換
- ⑥構造からプロセスへの転換
- ⑦自己主張から統合への転換
- ⑧成長から持続可能性への転換

カプラらが提唱するように、これからの企業の環境教育においては、従業員1人ひとりおよび企業文化のパラダイム変革に向かうこと、またそのための教育条件を整備していくことが必要不可欠であると思われる。

(43) E. Callenbach, F. Capra, L. Goldman, R. Lutz & S. Marburg, *op. cit.*, p. 60. E. Callenbach, F. Capra & S. Marburg, *op. cit.* (訳書, 44頁)。

(44) E. Callenbach, F. Capra, L. Goldman, R. Lutz & S. Marburg, *op. cit.*, p. 60. E. Callenbach, F. Capra & S. Marburg, *op. cit.* (訳書, 44頁)。

(45) E. Callenbach, F. Capra, L. Goldman, R. Lutz & S. Marburg, *op. cit.*, pp. 70-72. E. Callenbach, F. Capra & S. Marburg, *op. cit.* (訳書, 54~58頁)。

そして、1人ひとりの中から「環境知性」を引き出し、一人ひとりおよび企業文化のパラダイム変革に向かうために「精神世界と現象世界の本当の交流の道」を生きることが求められる。そのためには第1に、心を心でつかむことが大切である。私たちは日々「感じ・受けとめ・考え・行為」という心の営みを繰り返しているが、それがどのように動いているかを把握する必要がある。

第2に、その心のエネルギーと現実のつながりがあるがままにつかむことが大切である。どのような「感じ・受けとめ・考え・行為」という心の営みがどのような企業のあり方や環境問題など現実の問題と結びついているかを吟味することである。

第3に、自らの心やライフスタイルを本来的なものに変革し、現実の問題に働きかけていくこと、同時に原則やシステムを整えることである。⁽⁴⁶⁾

そのように生きることによって、従業員一人ひとりの意識レベルの向上が果たされていくに違いない。またそれを支援する企業教育は、従業員の深化・成長の喜びと新しい企業共同体や持続可能な社会の構築を同時に達成する本当の意味で道理にかなった教育となるであろう。⁽⁴⁷⁾ 今後そのような企業の環境教育の増大が望まれる。

(46) 高橋佳子『新しい力』三宝出版、2001年；同『私が変わります』宣言』三宝出版、2002年など参照。これらの文献の中には、電光石火の如く動く目には見えない心のエネルギーを4つの回路でとらえ、それぞれの回路およびそれによって生み出される現実、さらに心をどのように変革して生きればよいかが図表に表されている（同『新しい力』81～194頁にみられる図表2-1～図表2-6および図表3-1～図表3-4など参照）。それらは、これまでの心理学などの文献にはみられなかった非常に貴重な「ダイナミックな心の断面図」であり、「精神世界と現象世界の本当の交流の道」を生きるためには、それらを羅針盤とすること、また新しいパラダイムが必要不可欠であると思われる（拙著、前掲書、第10～12章参照）。

(47) 高橋佳子『グランドチャレンジ』352頁。この取り組みは、精神的に健康な自我の特性である「自己客観化」「自己受容」を深めるための心理学理論にそったものである（上田吉一『精神的に健康な人間』（新装版）川島書店、1993年、256～267頁）。

企業における環境教育について（中丸寛信）

[参考資料]

企業の環境教育の例（企業内）

(株)NTT データ

| | |
|--------------|--|
| 全社員対象の一般環境教育 | 全社員，全協働者を対象に e-ラーニング形式で実施。資料内容は地球環境問題，日本における環境問題，IT 業界（NTT データが属する業界）の環境問題，NTT データでの環境活動の取り組みのセクションに分け，現在の環境状況の説明と今後どうすべきかなど。演習問題も加えている。 |
| 環境役職者教育 | e-ラーニング形式。ISO14001 の規格の内容，環境に関する法規制推移・今後の展望など。 |
| 廃棄物処理担当者教育 | e-ラーニング形式。リサイクル法の中身，マニフェスト伝票の管理方法を中心に構成。 |
| その他特定環境教育 | システム機器開発，グリーン購買，FM業務。 |

(株)リコー

| | |
|---------------------|--|
| 環境ボランティアリーダー育成プログラム | 体験型の研修である「リコー自然教室」を終了した社員は環境ボランティアリーダーとして登録され，リーダーは自発的にボランティア活動を実施。近年は，環境ボランティアリーダーのスキルアップを図るための「リコー自然教室中級編」（リコー環境ファシリテーターを育成），森林管理が指導できる「リコー森の教室」（リコー森林保全リーダーを育成）を開始。 |
| 環境月間記念講演会 | 2002年度は，リコーが支援している「アファンの森」の C.W.ニコルさん，ブルネイのマングローブ保全推進者の檜尾さんによる基調講演。 |
| リコーグループ環境大会 | 世界各国からの環境スタッフが集まる中，環境経営の推進に向けたスピーチや環境経営活動賞の表彰を行う。 |
| 専門技術研修 | 化学品安全と法規制対応，環境関連法規，LCA，製品環境影響評価技術，リサイクル対応設計など。 |
| 情報発信 | 環境情報誌“ECO TODAY”，環境HP。 |

(株)セイコーエプソン

| | |
|------|-----------------------------|
| 基礎教育 | 全ての社員が年一回受講することを義務づけ，地球環境問題 |
|------|-----------------------------|

| | |
|-----------|---|
| | や環境問題に対する企業の責務、ISO14001の概要等の基礎的な知識、当社の環境総合施策の活動内容等を理解することを目的としている。e-ラーニング形式。理解度テストが設けられており、合格点に達して初めて受講完了となる。 |
| 新任管理職研修 | 新任部長研修では、世の中の環境問題に関する動向と当社の状況をふまえて、環境経営を進める上で特に認識しておきたい点についての講話。新任課長研修では、管理職として自職場の環境活動の方向付けをし、目標達成に向けて行動できることをポイントとして実施。 |
| 海外赴任者研修 | 赴任国の環境法規制を含む環境動向や赴任先の会社における環境活動などについて情報を事前に提供し、赴任先で環境経営・環境活動を積極的に推進できるようにしている。 |
| 内部環境監査人教育 | 環境対策に必要な専門的な知識や技能を身につける。登録された監査人が交代で、環境活動の社内推進組織を対象に年1～2回実施される内部環境監査にあたっている。 |
| 環境表彰制度 | 事業部や国内外のグループ関係会社等の活動推進組織毎に総合評価する「環境経営賞」、環境パフォーマンスの向上に貢献した個別の技術開発・製品・システム、または環境意識の高揚に効果をもたらした啓発、教育、社会貢献活動などの中から優れた活動を表彰する「環境賞」がある。 |
| 社員向け啓蒙活動 | 各種講演会の実施、環境月間の取り組み、社内イントラネットによる環境活動情報の提供、社内報への環境関連記事の掲載、環境啓発ポスターの掲示など。 |

(株)NEC

| | |
|------------------|---|
| 一般環境教育 | 新任主任・基幹職に対する環境教育をe-ラーニングによって実施。教育内容は環境問題一般の知識、環境問題に関わる国内外の動向、NECの環境への対応、業務遂行責任者として期待される今後の活動内容。 |
| 環境技術研修-LCA実務研修 | 実際に製品を使って具体的な環境拝領設計の基本的な考え方の理解、製品の部品情報や生産プロセス情報を使ってLCAの分析方法を実習。 |
| 経営トップ層への定期的な情報提供 | 最新の環境動向や他社の活動内容、及び直近のNECの活動実績を経営的観点でコンパクトに整理して、経営トップ層を |

企業における環境教育について（中丸寛信）

| | |
|-----------------|---|
| | 対象にしたメールマガジン「環境 Navi」として2週間に1回の頻度で発行。 |
| 特別講演 | 年2回、全社員を対象にした社外招待講師による特別講演会を実施。実施後は講演録を作成し希望者に配布し、市内環境ホームページにも掲載。 |
| 社員家族まで含めた環境情報提供 | 一消費者として環境負荷のすくないライフスタイルや環境関連の各種イベントに関する情報提供の場を Web サイトで開設。 |

損保ジャパン

| | |
|-------------------|--|
| 環境リテラシー制度 | 全社員対象の環境教育体系。2002年度は、自主製作した「紙資源の削減」に関するビデオ（約20分）に基づいた研修を、職場ごとに行った。 |
| 新人研修 | 損保ジャパンの環境・社会貢献活動に関する研修。 |
| 環境監査 | 内部監査員研修修了者による年1回の内部監査。また全国の地区本部ビルでは、社会・環境室職員による内部監査を実施。 |
| 全社情報ネットワークによる情報提供 | 社内の取り組み、環境関連ニュース、ボランティア情報などを掲載。 |
| 「エコドライブ」ステッカー | 営業用社有車約4,700台のダッシュボードに「エコドライブ5か条」を掲載したステッカーを貼付。 |
| 社内通信講座 | 希望者を対象に環境問題総合講座を全社情報ネットワークで受講できるようにしている。2002年度は、昇進要件にもなる能力開発ポイント制度を導入。 |
| 社内報「エコ&ボランティア」 | 年6回発行している社内報に、全国の各地区本部が実施している環境・社会貢献活動を紹介するコーナーを設けている。 |

(株)東京ガス

| | |
|----------|----------------------------|
| 階層別研修 | 新入社員研修、中堅社員研修。 |
| 環境シンポジウム | 講演会。 |
| 親子環境講座 | 企業間を会場に体験型のプログラムを用意。 |
| 環境担当者研修 | 先進他企業や産業廃棄物処理施設等の見学会を6回実施。 |
| 環境情報の発信 | イントラネット、社内報。 |

| | |
|--------------------|---|
| 環境表彰 | 関係会社・協力企業を含む当社グループおよび取引先の会社・部署・個人について、ガス事業に伴う環境改善、エコオフィス活動、環境技術・研究開発、環境社会貢献活動の分野毎に表彰する。 |
| エコ・クッキングインストラクター講座 | 広報担当者や料理教室担当を中心に、エコ・クッキング講座で指導にあたる人材を養成。 |

(株)鹿島

| | |
|-----------|--|
| 一般教育 | 新入社員教育，転入者教育，部署内定期教育とがあり，環境問題，環境方針，マネジメントシステムの狙いなど。 |
| 専門教育 | 定期教育，建設公害防止管理者講習，内部鑑査員養成・スキルアップ研修があり，設計，施工の各分野に個別の環境配慮事項，対応手法など。 |
| 説明会 | 各支店の環境担当者対象。省エネ対策，土壤汚染対策，ディーゼル車対策等について随時実施。 |
| 情報提供・情報交換 | 冊子の配布やイントラネットを利用。建設副産物処理 Q&A 集などを掲載。 |
| 社内 CATV | 新技術や会社としての新しい取り組み，現場での取り組みなどについての環境専門番組を，工場現場も含めた全社に定期的に放映。 |
| 環境表彰の実施 | 工事現場での環境保全活動の一層の推進，ボランティア活動などでの環境保全活動の推進を目的に年1度工事，グループを表彰。 |

(株)佐川急便

| | |
|--------------|--|
| 全国ドライバーコンテスト | 年1回行っており，エコドライブも内容に入れている。 |
| 佐川急便環境行動 | 全国的にアイドリングストップが徹底されているかを現場にて実施状況検証および指導を毎月1日に行う。 |
| グリーンアップデー | 営業店周辺や地域の清掃をボランティア活動として行う。 |
| 広報 | 月間の社内報や週毎の広報ビデオに環境コーナーを設ける。 |

企業における環境教育について（中丸寛信）

（株）吉野家ディー・アンド・シー

| | |
|------------|---|
| ランクアップシステム | 店舗従業員に対して契約評価シートを採用，期間ごとに店長が各従業員をチェックし昇級を決める。（節水，井の破損の減少，ゴミの分別，油成分処理など） |
| 情報提供，広報 | 社内誌などで店舗での環境活動が企業又は社会全体にどう役立っているのかを紹介，ポスターの掲示。 |

出所：「企業の環境教育の例（企業内）」（ホームページ http://www.env.go.jp/council/21kankyo-k/y210-03/ref_13.pdf）