

第 32 号

特集 “エネルギー” について考える

みどりの風



写真：ムラサキキャベツ 奥田みどり さん

写真：清里、吐龍の滝（滝の中、龍が潜んでいるように見えませんか）
松原康廣 さん

目 次

定期総会（事業報告・計画、決算・予算）……………	2 頁
「はやぶさ講演会」「自然と親しむ会」……………	3 頁
記念講演「経営につながる“会計の本質”をつかむ」 山田真哉氏……………	4 頁～7 頁
インタビュー	
名鉄百貨店社長 神野重行氏……………	8 頁～13 頁
会員寄稿ー“エネルギー”について考える 当たり前のことを地道に徹底していくことが大切 エレックヒシキ(株) 代表取締役社長 下出啓介 ……………	14 頁～16 頁
Obayashi Green Vision 2050 と技術研究本館 「テクノステーション」について (株)大林組 執行役員名古屋支店副支店長 掛布 勇 ……………	16 頁～18 頁
東邦高校エコアクション21 エコアクション21環境管理責任者 藤本紀子 ……………	18 頁～20 頁
講演「観光立国の実現に向けた取り組み」……………	20 頁
研修企画報	
近江商人の商い理念を学ぶ……………	21 頁
第 2 回納涼音楽祭……………	22 頁
編集後記……………	22 頁

「フレンズ・TOHO」役員会・定期総会を開催 事業計画と予算案承認

3月11日、東日本で地震と地震による津波、さらに福島原発事故による大災害がありました。この震災により、多大な被害が発生し、亡くなった方と行方不明の方をあわせ2万名を越えました。本年度の総会は、震災による心の傷が癒えぬ6月9日、名古屋国際ホテルにておこなわれました。

総会に先立ち、理事会・評議員会が合同で行われ、事業報告と計画や会計報告ならびに予算案が報告、承認されました。

総会開会に先立ち、参加者全員で犠牲となられた方々へ、哀悼の意を込め黙祷をささげました。

司会進行の役に、大堀道之氏（「フレンズ・TOHO」評議員・運営委員）があたりました。

榊直樹名誉会長（東邦学園理事長）、遠山昌夫会長（菊水化学工業(株)最高顧問）の挨拶につづき、総会議事が執り行われました。遠山議長のもと、事務局から報告と提案がされました。

□理事会、評議委員会の決定事項

1. 2009年度事業報告・収支決算報告および監査報告
2. 2010年度事業計画・予算案

本年度の事業計画は、「会員に学びの場を提供」し、「会員と学園が地域や社会の中で…貢献・奉仕ができるよう援助」することを柱とした事業計画ならびに事業予算が報告されました。

□学園近況報告

大学からは、成田新学長が報告をされました。大学が取り組む就業力育成事業について、文科省の就

業力育成支援事業に選定された取り組みを開始していることを中心に報告がなされました。

一方、東邦高校の長沼新校長からは、進路指導に重点をおいたキャリアセンターの構築による指導の強化方針が説明されました。

賑やかに懇親会

山田真哉先生（講演者）も出席

引続き行われた懇親会は、丹羽義兼氏（「フレンズ・TOHO」評議員・運営委員）の司会により、遠山会長（菊



水化学工業(株)最高顧問）の挨拶と内藤明人顧問（リンナイ(株)会長）による乾杯の発声で始まりました。マグロの解体ショー、愛知東邦大学吹奏楽団の演奏、「鳴子踊り」と、終始賑やかに行われた懇親会は、伊藤時雄（「フレンズ・TOHO」相談役）の挨拶により閉じられました。

マグロの解体ショーは、オーストラリアで活躍中の女性解体士。鮮やかな解体ぶりに、参加者は驚きを隠せません。上トロ、中トロに舌鼓を打ちました。

愛知東邦大学吹奏楽団の演奏も、迫力ある演奏を披露し、喝采を浴びました。

「ウッドピタ」

には証拠がある。

「耐震補強見学会」開催中

www.woodpita.co.jp

矢作建設工業株式会社

株式会社ウッドピタ

お問い合わせ (0120)260-220

株式会社プランナーズランド

株式会社 プランナーズランド

〒460-0008

愛知県名古屋市中区栄5丁目25番6号

Tel.: 052-265-2930

Fax.: 052-265-2931

URL: <http://www.planners.co.jp/>

スクールギア事業部 データベース事業部 インフラソリューション事業部

「フレンズ・TOHO」企画 報 告

“はやぶさ”講演会を開催

7年 60億キロを飛んで地球に戻った

次の“はやぶさ2”は、行きたい小惑星を目指す

“はやぶさ”は試練と困難にも耐えて地球に帰還し、大きなニュースとなり関心を集めました。映画化さ



“はやぶさ”の話をされる高木靖彦先生
れた「はやぶさ 遙かなる帰還」が来年2月11日から全国上映されます。

「命を懸けたスタッフ」の一人が愛知東邦大学教授高木靖彦氏。高木先生の好意により、「はやぶさ」で得られたこと、「はやぶさ2」で目指すこと」と題して講演会が開催されました。七夕の夕べ、星に関心が集まる7月7日、「フレンズ・TOHO」の会員をはじめ、近隣の方や大学の職員、東邦高等学校の生徒と先生ら多数の参加をいただき、愛知東邦大学において約90分のお話を聞きました。

高木先生は自作の資料をパワーポイントでスクリーンに映し出し解説。先生自らが関わった「いとかわ」の岩石を採取する方法を含め、この惑星探査機に搭載された様々な観測機器や探査機の開発にたずさわったメーカーや研究機関が中部地域にたくさん集結していると話されました。

“はやぶさ”がなぜ「いとかわ」を目指したのか——。探査機が「行ける小惑星」であったと。だが、「はやぶさ2」は「行きたい小惑星」を選んで、目指すことができる探査機が開発可能となっているとのことでした。

小惑星は、われわれ人が住む太陽系の誕生以来、当時の状態を保持している「始原天体」であり地球の誕生をひも解く証拠が隠されていると思われます。多額の税金を投入されておこなわれるプロジェクトであるがゆえに、「多くの理解と支持が必要」だと参加された皆さんに訴えて話を終えられました。

深田久弥「百名山」へ

富士見台、萬岳荘へのトレッキングに 「自然と親しむ会」例会

「ヘブンスそのはら」スキー場のロープウェイを降りた駅は、標高1400m。山麓駅から山頂駅、マウンテンロッジまではおよそ10分。一挙に高山にやってきます。

ここからスキーシーズンにはゲレンデとなるスロープをセンターハウスに向かって歩き、さらに展望台リフトに乗り継ぎます。展望台は、1600m。いよいよ萬岳荘に向かって、トレッキング開始です。7月30日（土）「伊吹山エコツアー」が台風の影響によって、ドライブコースが通行できなくなったため、急遽変更した代替コースとして行ってきました。

トレッキングコースを案内いただくガイドさんの指示で、準備体操。富士見台高原遊覧バスが運行（現在は運休中）されている舗装道を歩きます。が、しばらくして、この道から外れ尾根にある山道に入りました。クマザサが茂った山道です。2日前に降った雨でところどころぬかるんでいます。

シラビソやダケカンバのような高山の樹木が目に入ります。ヒヨドリバナ、ヨツバヒヨリも道路沿いに見られました。

萬岳荘に到着する少し前からガスが昇ってきました。到着直前から少し雨。萬岳荘で昼食をとり始めるころには、大粒に。「木曽福島方面に雷雲があり、まもなくこちらに来る」と、ガイドさん。雷鳴と稲光。しばらくすると雲が去り、雨も小降りとなりましたが、これから富士見台に行くのは、チョット危険と考え、引き返す事としました。深田久弥氏の「日本百名山」の一つ、富士見台登頂は、別の機会に譲ることとし、退却です。

ヘブンスのゲレンデは、日差しがきつい夏の空。ここは夏でも観光客を呼ぼうという営業方針で、園芸植物が花盛りでした。われわれは、少しばかりの時間をここで過ごすこととしました。もちろんコバイケイソウや移植されたコマクサなどの山の植物もあります。

暑い夏の日、暑さが忘れられるひと時を過しました。



記念講演

『経営につながる“会計の本質”をつかむ』

「フレンズ・TOHO」総会記念講演講師 山田真哉氏



初めまして。こんにち。ご紹介に預かりました公認会計士・税理士をしております、山田真哉です。この会を主催されています「フレンズ・TOHO」さん、あの東邦高校さん、を支援する団体。バンビ坂本佳一さん（笑い）、東邦高校さんですよ。朝倉健太がいた、あの東邦高校さんですよ。僕、兵庫県出身なんです。兵庫県勢は、だいたいライバルが愛知県勢なんで、いつも僕は東邦高校さんを敵だと思っていましたが（笑い）、今後東邦高校さんだけに限っては、ちょっと応援しようかなと。

今日はそういう話じゃなくてですね、『経営につながる“会計の本質”をつかむ』なんです。経営の話をしていただきます。

「会計にとっての文字は数字」

まずは数字をつかんでいただきたい。それはなにかというと、会計という言葉はですね、絶対数字を使う、数字をベースにしているわけですね。会計にとっての文字は数字なので、まずは数字の特性を知っていただく。そしてつかんでいただく。

「あなたはサッカーチームの広報担当です。ホームゲームでの成績は現在1勝2分けだとします。より観客を増やすためにはどうすればいいでしょうか？」ちょっとお考えください。



さて、いかがでしょう。数字をどう扱うか1勝2分けであっても、3戦無敗であっても同じですよ。意味は同じ。同じ数字であっても使い方によっては大きく変わってきます。これは会社もそうですよね。同じものを売るにしても表現が違えば、そりゃいっぱい売れるものもあれば、売れないものもある。この辺が広報とか、宣伝とか、販促とかの部門の能力が問われている部分でございます。

「とりあえず割ってみる」

「あなたは1教室しかない小さな塾の経営者です。有名A高校に40名の合格者を出しています。駅前の大手塾が「A高校に120名合格！市内6教室で展開中」というチラシを配りました。対抗するには、どうしたらいいでしょうか？——。」



さて、いかがでしょうか？すいませんね、なんか授業っぽくて、僕元々塾講師、予備校講師やっておりまして——。どうしてもなにか授業のような感じになってしましまして。

小が大に勝つには、もうこれ実は法則が決まっているのです。これしかない、という。そう、大手塾は6教室もあって120名合格ですけど、1教室に割ってしまうと20名なんですね。ですから、1教室あたりに直して、「うちは大手塾より2倍の合格者を排出していますよ」と対抗した先手を打つ。

とりあえず割ってみるということが大事です。数字が出てきて、小が大に勝つにはどうすればいいの。だいたい割り算しかないです。

「“後出し”であれば対抗できる」

続きまして、「ライバル会社が開業当時に5%還元というキャンペーンを始めました。しかしあなたの会社には2%還元できる分しかキャンペーン予算がございません。どうしたらいいのでしょうか？」若干難しい問題ですが、お考えください。どうぞ。



普通に考えれば負けます。だって予算規模が2.5倍違いますから、ただ、有利なのは相手がすでに5%還元と言っていることです。相手が5%還元と言っている、ということは、うちは同じように2%と言っちゃだめなんですね。相手が%で来てるならば、こっちは分数でいく。100分の2です。若干微妙ですよ。約分します。50分の1です。それで、うちはちょっと頭を使って言い方を変えてみます。「50人に1人無料」と言ってみる。50人に1人無料キャンペーンでも、予算は2%で済みますよね。なぜなら50人に1人無料と2%はイコールですから。

実際にやった事例ではございますが、5%還元よりも50人に1人無料キャンペーンの方がなにか得た気がする。

それはなぜか。無料という言葉に変えたのが大きなポイントなんです。無料は、なぜすごい威力があるのか？——。タダより高いものはないという考えがありましたよね。「これを無料で差し上げます。無料でどうですか？」って、なんか怪しいから行かないというのが大勢を占めたんですが、やっぱりこの10年、変わっています。消費者センターに問い合わせても、無料というので詐欺に引っ掛かる人が

豊田信用金庫 天白支店

〒468-0053 名古屋市天白区植田南2丁目216番地
TEL 052-802-5011 FAX 052-805-5027

非常に多い。それはなぜかという、そもそもこの10年で無料がすごく流行っているからです。携帯電話が無料だったり、1円だったり、携帯ゲームが無料。グリーとかモバゲーとかそういうのですね。無料ゲームです。今でもね、マクドナルドさんとか、コーヒーが、お代わり無料とか。

「マーケティング業界は“無料”がポイント」

プロスペクト理論というのがあります。これは完全に脱線なんですけど、プロスペクト理論という、ノーベル経済学賞を取った理論でございまして、内容はですね、すごく簡単に言うと、「人間は損をしたくない」という理論なんです。具体例をあげると、人間って「100万円儲けた!」という喜びと、「100万円損した!」という悲しみ、この時実は「100万円損した!」の方が2倍ぐらい感情が強いという。それがそのプロスペクト理論の一部です。

無料って絶対損しないんですよ。だから人は無料というのに引きつけられる、というのが最近の学説と申しますか、ヴィジョンでございます。ですから、数字を使うに当たっては、いかに無料というのを引き出せるか、無料という言葉を使えるか、ここ最近のいわゆるマーケティング業界でのポイントになってきます。

「威力がある100という数字」

話を戻します。「あなたはレンタカー屋さんを新たにオープンしました。しかし、資金に余裕はなく、購入した自動車は20台のみです。一方近所には昔からレンタカー屋さんがあり、車が100台用意されています。さて、対抗するにはどうすればいいでしょうか?」ちょっとお考えください。どうぞ。

◇ ◇

はい、いかがでしょうか?この問題は講演でやっても、毎回、手を挙げる方が1人か2人。『プレジデント』誌の読者でも正答率1%あるかないかです。

こっちは20台です。ライバルは100台です。普通に考えたら、まあ負けますね。台数が80台も違いますから。台数で勝負しちゃいかんです。

新車率100%!という、なんか100台所有というのと遜色ない雰囲気にはなります。つまり、同じ100でも全く違う単位で勝負する。「相手が台数ならこっちは新車率だ!」と。ま、よくあるパターンですね。なにかしら特化して100%にしてみよう。100という数字が使える。無料という数字も威力ありますが、100という数字も威力があります。どのようにして100という数字を使うか、

というのがポイントのひとつになってきます。

最近都合のいい数字をどのように変えるかという、すぐに放射能の数値みたいな話になっちゃうので、危険なところなんですけど、でも、よりインパクトがある、より安心を与える数字に変える。

「数字は無限である」が「会計はひとつ」

数字とは事実でなく、表現である。ここが本質です。数字の本質というのは、数字というのは事実と思いがちなんですが、違います。あくまでも表現です。適当に変わります。ここさえつかめておけば、数字に関しては問題ございません。

会計の話です。数字はいろいろ表現できて無限なんですけど、会計はひとつだけです。会計とは単位を通貨だけにした世界だからです。数字っていうのは%とか分数だとか、いろんなふうに変えます。ですが、会計というのは通貨単位だけしかやっちゃだめだっていうふうに決まっているんです。

数字よりは簡単なんですけど、ところがどっこい、やっぱり会計にもですね、いろんな罠というか、トリックが隠されています。

例えば、この数字。これ実際の上場企業のIR、上場企業の広報で使われた数字です。C事業部の売上350%増。これ実際、会計でもやっぱり%は、良く出てきます。特にやるのは前年比。これね、C事業部売上350%増っていうと、すごいやっぱり伸びてる感じがするじゃないですか。ところが、その会社にとって、C事業部っていうのは非常にちっちゃい。A事業部、B事業部が大赤字。具体的にいうとA事業部がテレビ広告、B事業部が新聞広告、C事業部がインターネット広告部門という。新聞やテレビは大損しているけど、インターネットは伸びましたよ。でもインターネット広告はそもそもちっちゃかったと。具体名挙げると、某大手広告代理店の、電通じゃない方(笑)のIRなんですけど、ね、分かんない人はやっぱり「おお、伸びてるな」と思うわけじゃないですか。

こういった会計の世界で、果たして人はどうすれば惑わされずに、かつ有効に使えるのか、という視点で見ていきたいと思います。

「会計は金額重視主義で」

あくまでも金額を重視して考えましょう。人間はですね、金額が大きいと麻痺するんですよ。これはもう仕方ないです。人間だいたい大きくなるとね、スーパーでね、僕もそうですよ、カップヌードルが168円のところより、148円のところに頑張って

各種スポーツ施設の企画・設計・施工

株式会社 **S.T.S.**

〒461-0027 名古屋市中千種区春岡2丁目27番18号
TEL (052) 763-8141・FAX (052) 763-8110



充実のコーヒーブレイクを合い営業に...

富士コーヒー株式会社

本社 名古屋市中区栄西丁目16-27 TEL (052) 251-4321
営業本部 名古屋市中川区舟戸町6-18 TEL (052) 362-1161
営業所 中川・豊北・南信・松本

行くんです。

去年僕家を建てたんですね、1戸建の家を。ちっちゃい細長いところですよ。一戸建の家で1,300万したんですよ。家立てるのに、1,300万してほぼ完成して、見に行ったら、うちの奥さんが何かちょっとベランダが気に入らなかったらしんですよ。ベランダがコンクリートで囲んだベランダだったんですけど、どうも外から見た時に微妙だと。そしたら、工事の人が「じゃ、穴開けますか?」と。「あ、おしゃれですね」と。それで、値段、これ1穴3万円らしいんですよ。3穴だったら9万円ですよ。その穴があったら何かあるかという、何もないですよ。穴ですからね。洗濯物乾き良くなるかといったらそんな変わらないです。ちっちゃい穴ですからね。でも、ね、1,300万円が1,309万円と何か一緒にみたいな感じに思ったんでしょうね。うちの奥さんは、すぐ「お願いします!」と言ってましたから。

人間金額がでかくなるとわけが分からなくなります。日本の国家予算、国家予算じゃないや、日本の国の借金が970兆だろうと980兆だろうと一緒にじゃないですか。多いなあって。でも違うんですよ、10兆円違います。



「会計」と「人間の行動」の違い

会計思考、会計の考え方っていうのは、金額重視主義です。あくまでも金額しかありません。ところが一般の視点だと、参照点依存性とか、アンカリング効果という言葉があるんですが、どうしてもどっかを参照点に依存性してしまします、アンカリング効果も参照点依存性も同じ効果と捉えてもらっていいです。どういうことかという、例えば1000円のお弁当がありました。高いなってちょっと思うじゃないですか?でも、1000円のお弁当、1500円のお弁当、2000円のお弁当っていうふうに3種類あったら、1000円のお弁当安く感じますよね。これが参照点依存性とか、アンカリング効果と言われるものです。要は参照するもの、後、アンカリングというのは船の碇のことなんですが、基準が変わってしまうんですね。何を並べられちゃうかによって意識が変わるんです。だから、会計と人間の行動というのは全く異なるということです。

じゃ、会計の考え方、この金額重視主義とはなん

ぞやというと、「あらゆる感情を排除してあくまでも銭勘定で考える思考のことを金額重視主義」と言います。もっとかっこいい言い方をすると「金額の前では全てが平等である」と、いう考え方です。これが会計のある種、本質です。

「現金があれば会社は潰れない」

さ、残り会計の問題、これ難し目ですので、ちょっと時間が要ります。会計的経営の話です。

夜は客単価5万円の高級料亭が、昼間は客単価1,000円の格安ランチを始めました。その理由はなんでしょうか?」お考えください、どうぞ。答えいっぱいあります。



いかがでしょうか?代表的な解答例、まず申し上げます。まず「宣伝」です。昼間来たお客さんが夜来るかもしれない。昼間お店開けてないですね、認知されないですね、昼間の住人に。場所代かかってないから、昼間ランチやっても、追いのコストがあまりかからない。食材もね、夜余ったやつでやればいいんですよ。高級料亭なんて、食材って異様にストックしとくじゃないですか、好き嫌いの人に合わせるために。そこで、ね、例えば、牡蠣がいっぱい余っちゃったら、次の日の昼に「シェフのオススメ、今日はカキフライ定食」みたいな感じでね、牡蠣をさばけばいいと。食材もあんまりコストかからないということですが、それ以外の答えを出れば出して欲しかった。もうひとつ。夜5万円の高級店、それだけやっていたらいいのに、昼間の格安ランチ1,000円をなぜやるのか。理由の3つ目があります。それは何か?それは会計の大原則、「現金があれば会社は潰れない」ということに関わってきます。

会計の大原則として、「現金があれば会社は潰れない」というのがあります。その結果、会計の世界ではこの10年間キャッシュフロー計算書というのが重要というふうに言われてきました。つまり現金がいかに回るかということですね。昔からね、資金繰りも大事だと言われておりましたが、資金繰りのことを考えると、なぜ高級料亭が昼の格安ランチを始めたのかという答えの3つ目が導き出されると思います。「会計の大原則、現金があれば会社は潰れない、キャッシュフロー計算書の重要性」。この答え、「現金収入だから」という答えが本当は欲しかった。

「キャッシュフロー経営」

キャッシュフロー経営という言葉、聞いたことあ



印刷というメディアを通し 未来に触れる

(株) 丸和印刷

〒468-0011 名古屋市天白区平針4丁目211番地

TEL (052) 802-4141 FAX (052) 802-9355

E-mail: info@maruwanet.co.jp

URL: http://www.maruwanet.co.jp

ISO9001
ISO14001 認証取得
ISO27001

る方もいらっしゃると思います。現金をいかに回すかという考え方なんですが、キャッシュフロー経営っていうのは、一言でいうと、こういうことです。不定期の高収入、定期的低収入。後、クレジットカードみたいな掛収入と現金が入ってくる収入、こういったのをいかに組み合わせるか。これは効率と安定を作る。いかに組み合わせるか。これがキャッシュフロー経営のある種のゴールというか、ひとつのモデルだと思います。

最後の問題です。終わった方から問いの11番ご覧ください。「スーツ専門店がオーダーメイドの販売に力を入れ始めました。その経営的メリットはなんでしょうか？」これまでね、スーツ専門店って言えばね、青木とはるやまとかありました。スーツが店舗内にグララーッと並んでいてね、これが一般的でした。ところが最近の兆候として、オーダーメイドとかテーラーメイドとか、その人にあったスーツを用意し始めた。その経営的メリットは一体どこにあるのか？特に会計的に。お考えください。

◇ ◇

どうでしょう？——。まずですね、大事なポイントとして、顧客情報ですね、詳細な。その人のね、当然住所から年齢から体重から肩幅から何から何まで、顧客情報が入ってきます。入れば、その人に合わせた宣伝とかボンボン打ち出すことができる。単価自体変わりますね。普通でスーツ1着20,000円のところとかを、こういうオーダーメイドだと40,000円、50,000円というところからスタートできる。単価が上がります。効率がいい。何より在庫が少なく済みますね。

いわゆる売れ残り削減ですね、原価削減につながる。もうひとつあります。店舗がちっちゃくて済みます。ザーって並ばないから、これまで例えば300坪必要だったところが、50坪で済む。これ全然違いますよね。6分の1になればね、何が削減されるかという、そもそも固定費。賃料の削減になると。スーツ専門店が普通にスーツ売ってるのから、オーダーメイドに変えたという、この裏側にある、この辺が見取れると、会計的なことが大分お分りになったかというふうに思います。

最後まとめいきます。数字センスは「言い換え・割り算・単位変換」でした。会計センスとは「心の感情ではなく銭勘定」です。そして会計的経営というのはもっと具体的にいうと、「不定期高収入＋定期的低収入」そして「原価削減＋固定費削減」。これが、会計・経営と言われるものです。そして会計というのは、もうどちらかというと技術ではなくて、思考・

思想とか哲学であるというのが、身最肩ですけど、そういうふうには私は思っております。会計センスとは「心の感情ではなく銭勘定の勘定」、会計的経営とは「不定期高収入＋定期的低収入、原価削減＋固定費削減」こういったことを念頭に置いて行う経営は会計的経営であると。

「決算書はババを探すように」

最後決算書の話、を、申し訳ないくらい駆け足なんですけど、やって行きたいと思います。会計の本質をつかむ決算書の見方でございます。気軽に聞いていただきたいのですが、数字がずらっと並んでいます。ずらっと並んでいるのを読むんじゃないです。僕らも読んでいません。これ、探します。最初から目をつけて探します。どのように探すかという、もう決まっているんですポイントが。例えばトランプでいうところのババ抜きがあるじゃないですか、ババ抜きに例えられます。決算書の見方も、ババがあるのか！ないのか！を見る。これが基本です。数字をよく読むのではなく探すと。じゃ、何かババなのか、ジョーカーなのかという、まず比較です。去年、過去と比較して飛び出ているところ。急に増えた急に減った、他社と比べて異様に少ない、これがジョーカーですね。ババですね。

この講演も、長い間お付き合いいただきましたが、最後まとめに入ります。決算書の見方。「読むではなく探す」「並べてみる」「割り算する」ね、割り算とかね、売上利益率のことですね。「常識で考える」。最後にいいました。会計をしていると、売上利益率が1%を切ると、粉飾じゃないかっていうふうに疑うというのは常識です。もちろんね、赤字だったら別ですよ。赤字だったらそれは粉飾でもないです。微妙な黒字っていうのはね、これは粉飾ととらえられても仕方がない。会計の本質とはそういう意識です。

今回の『経営につながる“会計の本質”』という意味では、もう非常にふわっとしたことで申し訳ないのですが、この『意識』がどこまでできるのかポイントだというふうには私は思っております。今後の経営もしくはビジネスにおいてお役に立てればと、心から願っております。今日の私のセミナーはこれで終わりにしたいと思います。ご清聴本当にありがとうございました。

 **大同特殊鋼**
URL <http://www.daido.co.jp/>

鈴木健治法律事務所

弁護士 鈴木 健治 (高17回)

〒451-0031 名古屋市中区城西1丁目8番16号 杉浦ビル2階
電話 (052) 532-8320 FAX (052) 532-8420

会員 インタ ビュー

日本全体で消費が落ち込む中、3月の大震災でさらに厳しい状況になっているといわれています。今、百貨店はどのような方向に進もうとしているのか。

百貨店同士の提携（銀座の松屋と三越が一部商品の提携）も報道される中、名鉄百貨店社長 神野 重行氏（「フレンズ・TOHO」法人会員、理事）に、お話を伺ってきました。



神野 重行 氏

◆お忙しい中、時間をとっていただきありがとうございます。早速、色々お伺いしたいと思います。

社長は、名鉄百貨店の経営を担当されるようになって何年ですか？

回3年経ちました。副社長でこちらに来て、社長になって2年目ですけどね。その前一年は名古屋に戻って鉄道業だけでしたし、そのまた前は金沢で、突然百貨店業に入って——。百貨店というのは専門でも好きで入ったわけでもないで、そういう意味では今まで取材をされてきた方とは全然違うのではないのでしょうか。

◆鉄道業と百貨店業では随分違いがあったのではありませんか。

回サービス業ですから、一緒なんですよ。私どものグループはオールサービス業といってもいいので、そういう意味では根幹は一緒なんです。昔は鉄道業といってもそれこそ「お客様」なんていう言い方をすることはまず無くて、まあ「お客さん」がいいところ、「お客」「客」。

私などは知らない時代ですが、まさに鉄道業は総じて、「乗せてやる」、「運賃払ったら乗せてやるよ」というような感覚でいたわけです。この名鉄が開通した時も、この駅の周りを二重三重にお客様の列ができて順番を待って乗る、という状況でした。

戦後の復興の時を別にしても、鉄道業が、基本的には国鉄も何でだめになったかというと「乗せてやる」という気持ちで、だめになったわけです。「乗せてやるのだから運賃はこっちが決める」、「お客のことを聞いていたら経営はできん」と——。だから毎年のように運賃をあげました。それでも赤字は出る。どこに自分たちの問題点があるのかという

ことをあまり考えずに、収入をあげるには「客、それこそ客を増やすか運賃を上げるか」というようにしか考えなかったんですね。

当時はお客様も増えていたんでしょうが、それでも自分たちの取り分を取る為には運賃をあげるというのが認可制の鉄道業の一つの道だったんです。だから、どこの鉄道会社も3年に1回は運賃の値上げを申請をして認めてもらってやっていて、それが高度成長期が終わってもう上げる時代じゃなくなって、そこからハッと気がつきました。これではいかなんなど。その時代に国鉄はJRになり、民営鉄道。私どもの民鉄もサービスというものをもういっぺん考えてやっていかないといけない時代にまさに転換したんです。

車との競合から協調へ

◆トヨタ自動車の経営と鉄道事業経営とが中部圏では競合するようなことはありませんか。

回もともと、ここ名古屋は偉大なる田舎って言われていたわけです。田舎の特徴は、広がりがある割に人口集積ってというのが薄い、ということなんです。それプラス名古屋そのものも戦火で丸焼けになり、その後、日本のお手本になるような都市再生計画で広い道ができて車には便利になって、更にトヨタ自動車およびそのグループがどんどん成長していく中でどちらかというとインフラは道路整備が中心になっていったわけです。

それから東名も、その前の名神も名古屋を中心に西に走り、また名古屋から東に走り、ここが交通の一つのネットワークの中心になった。それでも道路整備が追いつかないと言われた。鉄道も元々そいう

工業用ゴムプラスチック製品
丸善株式会社
会長 木村和義
本社 名古屋市中区金山4丁目3番11号
〒460-002 TEL(052)332-0811代 FAX(052)332-3566

みつほし いんさつ
三星印刷
〒451-0041 名古屋市西区幡下1-1-12
TEL 052-571-0796 FAX 052-561-8517

う人口集積がない所なので、そんなに整備されていなかった。私どもの努力不足もあるのですが、車社会が一気に到来して一家の車の保有台数は岐阜と愛知が断然トップだっていうのですから——。そういう意味ではコンペジター（競合）になっていたんですね。

それがちょっと気がついてみると両方とも徹底的に戦うことを考えると、これからの時代は成り立たないというか、どちらもロスが大きくなっていくということで、ここのところ電車・バス、それから鉄道事業者同士の相互の乗り入れ、それから相当遅れてやっとできましたけど、ICカードによる定期券や乗車券の一本化とか、こんなものがやっと出てきたんです。

やはり全部車で通勤するロスの大きさを、こういう省資源・省エネルギー時代にはメーカー自体も考えなきゃいけない時代になってきたんですね。

百貨店は個性がない

◆ところで、今百貨店の経営は大変難しくなっていると聞いていますが、いかがですか。

回百貨店だけが難しいわけではなくて、小売の形態は時代によって相当変化してきておりますよね。百貨店は1904年にデパートメント宣言というのを三越さんがされて107年になりますが、百貨店も本当にその時代で大きく変わってきているんだろうと思います。私も昔のことはわかりませんし、百貨店に興味があって、自分の就職先を百貨店というつもりもなかったものですから——。

かえって知らなかった方が良いということもあるかもわからないけれど、歴史を紐解いたりしながら考えることはあるんです。たとえば、昔、町の中にスーパーができましたよね。あれは今は本当に跡形もないですよ。それから各地区・各地域にある、どの町にもあった個店の集積による商店街ですね、これも完全になくなってしまった町も多い。シャッター通りだなんて言葉ができたりして。

百貨店はその中でどうなんだという、消費の膨張過程では、店を出せば売上げが上がると、売り

上げが上がりゃあ自ずから儲け、利益が上がると、そういう時代でしたので、「数で勝負だ」、「面積で勝負だ」、こういう傾向でやってきた。これが、一つは百貨店というジャンル、自分たちの業態の中のオーバーストア、これに直結してしまった。消費の伸びはストップした、そうすると成長・膨張し、拡大していく中で成り立っていくという図式が、成立しなくなりました。日本の経済全体もそうです。これが一つですね。

それから、今、小売の業態も色々でできました。特にここ20年ぐらいは通販ですとか郊外にできた大型のGMS系、イオンさんやイトーヨーカドーさん、そういう新しい小売業界、これも地域の道路整備なんかとリンクして可能になるわけですね。全く誰も予想もしていなかったような空き地、工場跡地、あるいは農地、山地のようなところに大きな開発で一つの商店街ができると、そこへいく足も整備される、そんなことで新しい業態が出てきた。これは百貨店を直撃はしなかったかもわからないけれども、やはり百貨店の中で多少バッティングするものもあるので、町の商店街ほどの大損害はないにしても、百貨店の、特に地方においては大きな影響が出たというのがもう一つありますね。

それからもう一つは、北は北海道の帯広、南は九州の鹿児島まで、こんな百貨店は初めてだなという戸惑いを感じるほどの個性がありますか？ないんですよね。名古屋の方は東京に行ってどこか銀座の百貨店だろうが新宿の百貨店だろうが中に入って「人が多い。賑やかだな。すごいな。商品が多いな」とは思うけれども、基本的に百貨店というイメージは全国どこにいてもそんなに変わるものではない。こんな均一化されたものが、ましてやオーバーストア気味になったなら、これは成り立たないものが出てくるに決まっていると。

要は個性っていうものがない店が全国いたるところ



Rinnai

リンナイ株式会社

〒454-0802 名古屋市市中川区福住町2番26号 ☎052-361-8211



名鉄百貨店アイカード
会員募集中
meitetsu

ろにありすぎたと、これがまだ今でも抱えている一つの問題じゃないのかなと思いますね。

対面販売を大切にする

◆小売という点で、通販やネット販売などとの競合はいかがですか。

回今の時代に特徴的なIT化、情報を伝達するスピードの恐ろしい進歩と、それからグローバル化というか、こういうものも無視できません。かつては百貨店の包み、包装紙というのが「やっぱりこれなきゃ」と言われていた。ところが生活がだんだん簡略化、簡素化され、あまりこだわりがなくなり、そうやってきた時に、では百貨店はなぜ勝負していくんだと、こういう問題を誰もが真剣に考えざるをえない時期になっています。

基本的には、私は百貨店に、お客様が期待されるものは、対面販売、スタッフが対面してお客様とのやり取りの中で商品・サービスをお決めいただくこと、このお決めいただく過程をどういう風にレベルアップしていくんだと、これに尽きるであろうと。もちろん品揃えも大切ですが、品揃えは今のGMSさんとか、あるいはネット商売でも確認はできないかもわからないけど結果として間違いのない品揃えというのは作ろうと思えばいくらでもできるわけです。そこで満足されればやり取りのことは気にしない方は今後もそういう手法でお買いになるであろうと思っています。やっぱり私どもは人的なサービスというものをどの段階からかは別としても、追及してそのレベルアップを図っていくというのが百貨店の一つの使命だろうと思っています。

ネット販売は私も鉄道業の時に営業部にいまして旅行業もやっていたんですが、ああいうところは本当に昔は人が売っていました。それが追いついていない域に入っているんじゃないですかね。私の家

内も今年ヨーロッパに久しぶりに行くといいながら自分でネットでホテルを決めてやっているのですが、そこから出てくる情報量というのが今まで旅行エージェントの営業マンが持っていたものをはるかに凌いでいるわけですね。私どもが扱っている商品などはフィッティングしてみるとか、あるいはそこで意見を聞いてみて更にその使い方や着方、そういうものを膨らませてみる考えてみるということを購買する時の一つの楽しみにされるお客様が多いわけですけれども、ホテルなどは写真があり、しかも1枚の写真じゃなく見取り図はこうです、ベッドはこうです、洗面所はこんなです、お風呂はこんなです、そんな写真まで全部揃えてデータとして画面で見られればそれ以上営業マンが出てくる余地がないですよ。あとは寝心地とか布団の柔らかさ枕の柔らかさ、そういうところぐらいになります。そういうものも選択ができるなんて書いてあれば皆さんそれ以上追求はしなくなっちゃうんです。

旅行業の世界はこれからどんどん辛くなるだろうなと思いますね。前は新幹線や列車、船の部屋、席確保というのは旅行エージェントに行き行って頼んでいました。今は自分で全部席まで決められますもんね。これはもう出番がないですよ、本当に。そういう点から見ると百貨店業はまだやりようによっては今までの規模があるかどうかは別として、お客様の満足感、あるいはもっと言うと喜び、感動、そんなものをお届けできる、そういう余地が私はまだまだある業態だと思っています。

満足を感じや感激まで引き上げる

◆満足があればそこで購入しようという購買意欲に実際に繋がっていくわけですからね。どうお客様の満足を得るか、その方法をどう確立するかということですね？

電気設備・送電線・地中線 設計施工



川北電気工業株式会社

本社/名古屋市中央区栄四丁目6番25号 TEL 052-251-7111

<http://www.kawakita.co.jp>

トンボ学生服

トンボスポーツウェア



株式会社トンボメイト

〒451-0053 愛知県名古屋市中区西区枇杷島1-21-30
TEL 052-562-1741 FAX 052-562-4135

回そうですね。満足のレベルというのは色々な手法で得られますよって言うんです。ネットで買っても満足はできる。ところがその上の感動とか感激とか、こういうようなものは更にそこから上に出てくるものなので、ネットでは満足止まりだろうと。

それからセールで買うものも、「満足した」止まりで、そこで「感激した」「感動した」というレベルは出てこない。そこに着目して、私どもは「ホスピタリティ日本百貨店」という言い方をしているのですが、目標をたてうるゾーンがここにあるんだろうと思うのです。

「難しい」というと、一般的には「できない」という風に解釈をされる方が多いようですが、私は「神野さんそれはちょっと難しいですわ」と言われると「ありがとうございます」と言うんです。お相手はキョトンとされます。「できない」と言ったつもりが「ありがとうございます」と言われる。私はできないのではなくて、やるのが難しいというお答えをいただいたと思うので、「それはそうですね。簡単にできるという話じゃないですが、是非私も頑張りますからよろしくお願いします。」と言います。

「難しい」というのは何が「難しい」ことなのかという解釈です。まあ屁理屈かも知れませんが、「することは難しいが、でもできないということと同義語ではない」そう思うようにしているんです。

◆物事に取り組む時にどんな姿勢で取り組むかは、とっても大きなことですよね。頭からできないということでは、解決の糸口にも到達しませんから。

回今メールなんかで各社社長は色々部下にポンポンとメールを送って「これを頼むぞ」という。「メールというのはいいですな」と、「答えはイエスカノーか、やれるかやれないかそれだけを返してくれ」という言い方をされる。そうするとメールはああだこうだ言わなくてもよい。それこそ今の話で「難しいけどやります」という答えならやります。「こうい

う理由でやれません」というならやれません、もうそれで良いと。

部下にとっては大変ですけど、昔のように社長の前に行って「いやあー。その一。あの一」と言わなくても、「メールは字数も限られているから、やれるか、やれんかだけ返事してくれ。そういうルールにうちはするぞ」と言うと、そうするとほとんど「やります」という話しになるというんですよ。日本人は「あーうーえー、さようございます」と政府答弁のようなこともありますからね。

名古屋駅前「面」もない

◆ところで、あまりにも卑近なことで恐縮ですが、栄地区とこの駅前の問題です。人の流れが変わった

ぞとか、あるいは変わりつつあるとか色々言われますが、そのへんはどう見ていらっしゃるでしょうか？

回実は前の日曜日「春の春姫道中」が、震災で流れて10月の2日にあったんです。私は多少のご協力はしていたんですけれども、あれに出るようなことはあまり考えていなかったんですが、はじめて出たんですよ。

昨日、ちょうど知事と会合で一緒したんです。「この前は互いにお疲れ様でした」と言いながら他のみなさんと一緒に歩行者天国、栄地区の活性化のお話をしたんですね。私はそうやって歩けるということは少なくとも南大津通、それからそれよりちょっと矢場公園の方に行く通り、それから久屋大通の松坂屋さんや三越さんのあるエリアのブロックですね。あれはどちらサイドも線、あるいは面で地上界の賑わいは十分あると思うんですよ。即ちお店の連続性があるんです。

「これからは、名古屋駅だよね」と言われる名古屋、私も今、名古屋駅地区振興会の会長をやり、こちらの地下街のいくつかの役員などもしたりしていますけれども、「ここはじゃあどうですか？」と言うのですね、『面』もないんですね。『線』も危ないんです。私は自分のところなのでちょっときつい言い方をす



FUTAMURA

二村産業株式会社

代表取締役 二村 憲

名古屋市中川区愛知町41-36
TEL 052-353-7724(代)・052-351-7337
FAX 052-351-7720
<http://www.futamura-sangyo.co.jp/>

より良い記録、より豊かな精神は、よい体育施設から生まれる

石黒体育施設株式会社

代表取締役 石黒 和重

名古屋市中区春岡2丁目27番18号 TEL052-757-4030

ると「ドット・点」はいくつかあります。ミッドランドさんがあります、JR 高島屋さん、大きなドットがあります、その横にあった松坂屋さんはなくなりました。それから私どももポツ、ポツ、ポツとあります。いくつか比較的大きなドットはあります。

でもただそれが「じゃあ連続していますか？」と言われると連続していないんですね。名古屋駅の地下街をお作りになった山口さんが「名古屋は地下で商売する、名古屋駅は地下。地上に人をあげるな」と、こう言われてお作りになった。

この地区にも地下街が4つもあるんですね。みなそれぞれ頑張っている。でも地下は、今どこを歩いているか分からないんですね。初めて来られた方はどこら辺を今歩いているかわからないんです。地上に出れば、今言ったように、ドットはあってもお向かいのビルに行くのにどうやっていったらいいかわからない。道が広過ぎる、ロータリーが大き過ぎる。商業集積としては圧倒的に栄の方がまだ強い——。

でも、商業集積だけではなくて、評価というのはこれからのそこの発展していく具合だとかあるいはオフィスの空き具合だとか埋まり具合というんですかね、そういう将来計画、そういうものでいうとJR のリニアの問題、あるいは今後ここは大きな開発計画がいくつかあって、「栄より名古屋駅ですね」と言っていたくんですが、必ずしもそうは思っていないんです。

ただ長い目で見ますと「東・名・阪」という一つの大きなルートをさらに新幹線にプラスして持つ。それから名古屋は空港の機能が弱い。国内線は特に弱い。100%新幹線ですからね。セントレアは頑張っているけど、しかしながらそれも金山を経由して名古屋に入ってくる。そういう意味で空だとか陸の交通の拠点としてはここは強い。その強みをどう生かすかというのが今私も考えている課題なんです。

新幹線のお客様には、この名古屋で降りていただく、と考えていかないといけない。名古屋が通過では何の意味もないんですよ。駅前だと言っても、駅は乗り換え駅では何ともならない。その意味で名古屋の町の魅力というのを、あるいはここから岐阜だ、金沢だ、三重の志摩の方とか、そういう所へ入っていただく一つのルートでなきゃいけないんです。

更にもうひとつ新しい魅力をどう表現していくか、魅力があっても表現力が弱い。それは愛知県だけではいいんです。日本の特徴ですけどね。

安全を最も大切にする

◆今年あった震災にかかわって、危機管理という点で何かこういう対応をとっているということはあるですか？

☐名鉄は鉄道会社がもとですので、安全ということに関してはやはり一般の企業様より常日頃から一番大事にしているんです。

安全ということについては、一番関心が深い企業グループなんです。安全を考えるのは、お店の中におられるお客様のことなんです。安心してお買い物できなきゃいかん。一番怖いのはこの間あった地震、それによる火災、こういうようなものはいつべんに多くの人の命を奪う可能性があります。

春と秋に避難訓練、これを开店前に全員参加でやっているんです。私ももちろん一緒に参加します。「やっつけよ」ではいけません。それだけではいかんということで、たまたまなんですけど、地震の対応マニュアルが昔あったんですが、これを作り直そうと準備をしていたんです。

そうしましたら大地震がきました。もういっぺん実態に即すものというので、作り方を見直しました。そして来週の頭に全員に渡すマニュアルができました。今までのものがこれですが、4枚表裏8

「安全第一 相互信頼」をモットーに安らぎと潤いに
満ちた豊かな人間社会の発展に貢献します。



中央電気工事株式会社

取締役社長 加藤 英和

本社 〒460-8434 名古屋市中区栄3-14-22 ☎(052)262-2151 (大代表)

WATER & GEOLOGIC DEVELOPER

村木鑿泉探鑛株式会社

—— 想いを、カタチに。 ——
TOYO 東洋印刷工業株式会社

本社 〒462-0805 名古屋市中区八重町1-25-2
TEL(052)914-9111(代) FAX(052)914-9119
URL <http://www.toyo-pl.co.jp>

東邦スイミングクラブ

〒465-8516 名古屋市中区東区平和が丘3-11 ☎052-782-1266

東邦スイミングスタジオ

〒463-0804 名古屋市中村区黄金通1-18 ☎052-486-7712

ページ、これでは多過ぎる。これをこの3枚6ページにして、字も少し大きくできるものは大きくして、順番も明確にして、危機管理の対応、震災時対応マニュアルというものを作りました。

それから、もう一つは、年二回の防災訓練では足りないということです。お客様の安全を守るには、自分の安全も守っていなきゃいかん。そのためにはどういことをやるんだ、というのは考えてできることじゃないので、各職場で来月から順番に1ヶ月に1回色々なケースを作って訓練する。それは何も7階にいる人が1階まで逃げなくてもいい。自分たちのここから次の安全な場所へどういう風に誘導するか、エレベーターがだめで、ここでこういうことが起こった時にはどの階段を使うのか、あるいはここで火事が起きた時にどの消火器を使うのか、消火器があることがわかっているけど、「どこにある、どこにある」といってはいかんわけです。だから毎月、みんなの合同ではないけど、小さな単位で訓練をします。これを規則で決めて実施する。その前にこれを渡す。そこまでやる。要は「普段やれてないことがいきなり『やれ』といって、できるわけないよ」と。

百貨店業でも同業他社がひどい目にあったものを生かさないと意味がないなあという気持ちでやっています。

防災マニュアルは専門家にも聞いたり保険会社にも聞いたりしてやろうといていた時にあの震災があったので、全く本当に偶然だったんですけど、もう一度、聞き方を変えたものですから、やっぱり当初自分たちが考えたものとだいぶ違いました。

人様から元気をいただく

◆最後になりますが、ご自身の健康についてお伺いします。なにかと激務でしょうから、健康には気を

遣っていらっしゃると思うんですが、いかがですか。「こういうことをやっていますよ」とか、何かありましたら。

☐「何で神野さんそんなに元気なの」と言われるんです。人様から元気をいただいているんだろうなというように思うんですね。

一番思うのは親に感謝ですね。自分の体は病気にかからないように怪我をしないようにって、色々皆さん注意されるかもわかりませんが、この年になってみると、どう見たって親からもらった元の体の強さっていうものは一番大切だし、自分では何ともならない部分ですよ。ですから、それは一番ですね。それから今言いましたように生活の中でそれぞれお目にかかる皆様方からどういう風にパワーをいただけるかなあと、それが生活の中では一番ですね。

店内を歩く時は階段を使います。ワンフロア25段なんですけど、今日、それを合計すれば10数階分は歩いているんです。そういうことは一つの健康法にはなっていますね。歩くのは人より早いし。昨日も東京へ行きましたけれど、東京では歩いて移動するのが普通なんですけれども、昔からタッタタッタカ歩いてしまいますね。本当に特に何を毎日やったり、フィットネスクラブへ通ったり、水泳をやったりっていうようなこともしていないですね。いかなあと思うんですけど。

◆どうもありがとうございました。本当にいつもお世話になりっぱなしで、なかなか私どもが御社のお役に立てることはないと思いますけれども、ぜひ今後も東邦学園とフレンズ・TOHOの方にご協力いただきますようお願い申し上げます。

30年からの土地活用

KDATEX

コダテックス



土地・建物の有効活用のバイオニア

貝沼建設株式会社

代表取締役 宇山 公一郎

〒460-0008 名古屋市中区栄五丁目7番14号
TEL (052) 242-1131 FAX (052) 242-2291

モノと心を大切に作る急がない社会の実現

丸美産業株式会社

代表取締役会長 **嶺 木 昌 行**

代表取締役社長 **南 喜 幸**

ISO 14001 認証



〒467-8533
名古屋市瑞穂区瑞穂通3-21
TEL (052) 851-3511(代)
<http://www.marumi.com>

会員寄稿

特集 “エネルギー”について考える

当たり前のことを地道に徹底していくことが大切

エレックヒシキ株式会社

代表取締役社長 下 出 啓 介

弊社は、1930年（昭和5年）に三菱電機(株)の機器類の販売会社として設立、以後、今日に至るまで、当地域の多くの企業の皆様に、三菱電機(株)の産業機器、半導体製品や新電元工業(株)のデバイス製品等を提供させていただいて参りました。取り扱う製品の中には、太陽光発電装置、LEDといった一般の方にも馴染みの深い創エネ・省エネ製品もあれば、工場等の生産現場におけるエネルギーの効率的利用に役立つ各種制御機器、電子部品もあり、こうしたことが、今回の「みどりの風」への寄稿依頼に繋がったのではないかと考えています。

本稿では、弊社のこれまでの「省エネ」に向けた取り組みを紹介させていただくとともに、弊社が取り組む省エネ・環境対応製品等についても触れさせていただきたいと考えています。

《エコアクション 21 の取得》

環境省では、中小企業や学校、公共機関等全ての事業者が環境への取り組みを効果的、効率的に行うことを目的に「エコアクション 21 ガイドライン」を策定し、同ガイドラインに基づき環境への対応を適切に実施し、環境経営のための仕組みを構築、運用等している事業者に対し、「エコアクション 21」（以下「EA21」という。）の「認証・登録」を行って

います。弊社は、2008年8月より環境省のガイドラインに基づく「環境管理システム」（以下「EMS」という。）の策定に着手し、2009年9月に「EA21」の認証を受けました。また、本年8月には認証更新のための審査を受け、更新が認められました。

（注）第三者による認証制度型 EMS にはいくつか種類があり、最も有名な制度は国際規格である「ISO14001」で認知度も高く、大手企業を中心に普及している。海外取引のある企業などは、国際規格の ISO がスタンダードとなるが、他方、国内取引しかない中小事業者にとっては、ISO を実際に取得しようとする、コストや手間などの負担が大きくなるといった課題を抱えていると言われている。「EA21」は国内に限定された認証制度ではあるが、ISO14001 をベースに中小企業にも取り組みやすいガイドラインとして策定されている。

弊社「EMS」の主な内容は、①省エネの推進、②水資源（上水）の使用節水、③廃棄物の削減とリサイクルの推進、④グリーン購入への取り組み、⑤環境負荷低減製品の販売促進の5項目からなり、①～④については、過去の実績を踏まえ、今後取り組むべき削減目標等を短期（1年）・中期（3年）に設定するとともに、その具体的実施方策（例えば昼休

◆三菱電機株式会社・新電元工業株式会社 代理店◆



代表取締役会長 下 出 玲 子
代表取締役社長 下 出 啓 介

本 社 〒465-0093 名古屋市名東区一社四丁目22番地
TEL (052) 702-2021 FAX (052) 704-3131
岡崎営業所 〒444-0075 岡崎市伊賀町三丁目25番地
TEL (0564) 21-6792 FAX (0564) 21-6838

国内・海外・教育旅行のご用命は

名鉄観光 名古屋教育旅行支店
TEL 052-561-6681 FAX 052-561-6680



中日本警備株式会社

〒460-0022 名古屋市中区金山2丁目1番24号
電話 (052) 322-3291(代) FAX (052) 322-3110
URL <http://www.nakanihonkeibi.co.jp/>

警備保障

み等休憩時における消灯の徹底、離席時におけるパソコン等の待機電力の削減、エコドライブの徹底、…等々)についても記載しています。

また、こうした取組みを推し進めるためには、社員一人一人の省エネ意識等を高めていくことが重要であり、そのため、電気スイッチ、水道の蛇口等に「節電」、「節水」等のシールを貼るとともに、電気、水道、ガス、ガソリン等の毎月の使用実績をグラフ等により「見える化」し、定期的に社員全員にメールで配信し周知を図っています。

こうした結果、2010年度においては、計画策定の基準となった2007年度実績に対し、電気については18%、ガス、ガソリンについては14%、軽油については100%の削減を図ることができました(換算二酸化炭素排出量は目標5%削減に対し23%の削減)。また事務用品等の購入においてもグリーン購入法適合商品及び環境配慮商品の購入促進を図った結果、その調達比率は87%となっています。(なお水道については、節水に努めたところですがほぼ現状維持となっており今後の課題と考えています。)

【主な取組事例】

- ・ 不要な照明の消灯徹底、トイレ等の照明に人感センサー設置
- ・ エコカーの導入・ディーゼル車のガソリン車への切替え・小型車への切替え
- ・ 廃棄物の分別収集等によるリサイクルの推進
- ・ 会議等における資料の削減(イントラネットの活用、プロジェクターの活用)

更に、今年の夏においては、東日本大震災以降の電力事情に鑑み、上記取組みに加え、クーラーの設定温度の見直し、運転時間の制限等を実施したところです。

《三菱電機㈱の「エコチェンジステートメント」及び当社の扱う省エネ・環境製品》

前述のとおり弊社は三菱電機㈱の産業機器・半導体を販売しています。三菱電機㈱では、家庭・オフィス・工場から社会インフラ、そして宇宙にいたるまで、あらゆる事業を通じて、低炭素社会、環境型社会の実現にチャレンジするという三菱電機グループの経営姿勢を表現した環境ステートメント「エコチェンジステートメント」を掲げ、グループ全体で環境問題に取り組んでいます。三菱電機㈱が提供す

る製品は、その素材、製造工程等において環境に配慮したものとなっていることはもとより、その製品が使用される家庭、オフィス、工場等の生産現場において、効率的な省エネルギー、創エネルギーを可能としています。

弊社では、こうした製品の販売を通じ、お客様の省エネ等の取組みを応援しています。実際には、工場等の生産現場に出向き、製造管理者、設計技術者の皆様に、弊社が扱う製品の説明、省エネ提案を行い、お客様と一緒に環境問題に取り組んでいます。

また、本年1月には三菱電機㈱製品に限ることなく、弊社が扱う全ての製品、更にはお取引先が製造している製品(*)の中から、特に省エネ、環境対応となる製品を選出、ファイル化し、「エレクトロニクスの提案する省エネ・環境対応製品」としてお客様にお届けしています。(*)ファイル化に際しては先方の了承を得たうえで対応しています。

本稿ではこれら省エネ・環境対応製品の中から、今注目度の高い「太陽光発電システム」と「エアー搬送ファン」を紹介させていただきます。

●三菱公共・産業用太陽光発電システム

太陽光発電システムは、発電時にCO₂を排出しないクリーンな発電設備です。三菱電機では、全てのシステム機器を自社一貫生産により製品の性能や品質面、長期信頼性を高めています。

太陽電池モジュールは、単結晶ハーフカットセルの採用により高効率化を実現し、より省スペースでの設置が可能です。



太陽光発電システム

(弊社納入事例 高岳製作所小山工場様)

●三菱エアー搬送ファン

気流により、換気・排熱補助や空調補助を行う送風システムです。エアー搬送ファン自体は冷暖房の機能を有していませんが、空調機と組み合わせることで、事務室内・工場内の温度のムラを改

善し空調効率を高めます。

また、ダクト配管が不要なため省施工・省コストです。

弊社も、今夏、冷房設定温度を引き上げるにあたり、エアー搬送ファン3台を設置しましたが、その効果は想像以上でした。

自分達が実感しているのでお客様に自信を持ってお勧めできます。



エアー搬送システム

(写真提供 三菱電機中津川製作所様)

《おわりに》

以上、弊社の省エネ・環境問題への取り組みについて述べさせていただきましたが、「フレンズ・TOHO」の会員の皆様にしてみれば、既に取り組みされている当たり前のことばかりかもしれません。こうして原稿を書いている「どうも気恥ずかしい」というのが本音のところですが、弊社は、製造業のように生産ラインを持つ訳でもなく、取り得る策と言っても極めて限られています。ですから、こうした「当たり前のこと」を地道にそして徹底していくことが最も大切であると思っています。エレックヒシキ(株)は、これからも環境問題に真正面に向き合い、省エネ・環境対応製品の提供を通じ、低炭素社会、環境型社会の実現に微力ながらも貢献して参る所存です。引き続きご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

Obayashi Green Vision 2050 と 技術研究所本館『テクノステーション』について

株式会社 大林組

執行役員名古屋支店副支店長 掛 布 勇

エネルギーについての寄稿とのことですので、大林組が策定した中長期の環境ビジョン「Obayashi Green Vision 2050」とそのビジョンで掲げる「2050年のあるべき社会像」を一部先行して実現している当社の技術研究所についてご紹介させていただきます。

「Obayashi Green Vision 2050」

世界の主要国は、2050年までに二酸化炭素(CO₂)をはじめとする温室効果ガスの排出量を、世界全体で現状から少なくとも半減するという長期目標へと動き出しています。日本は、先進国の責任から「80%削減のためのビジョン」を2009年に

発表、検討を進めています。

基本理念に「持続可能な社会の実現に貢献」を掲げる大林組では、この国際的な動向を受け、今後の事業活動でめざす中長期環境ビジョンをまとめ、活動を開始しました。これが「Obayashi Green Vision 2050」です。

未来のために、大林組ができること

中長期環境ビジョン「Obayashi Green Vision 2050」は、大林組が今後の事業活動でめざす方向性について、持続可能な社会の実現への貢献という観点でまとめたものです。本ビジョンは、将来のあるべき姿を描いたうえで中長期的な目標・計画を定



集いと学び空間をデザインする

教育施設用家具

愛知株式会社

<http://www.axona-aichi.com>

〒461-0003 名古屋市東区筒井3-27-25

TEL (052) 935-6226 FAX (052) 935-6220



青 島 設 計

AOSHIMA ARCHITECTS & ENGINEERS INC.

名古屋 (052) 262-2341

東京 (03) 3562-2341

URL <http://www.aoshimas.co.jp>

める「バックキャスティング」の手法で策定しました。「2050年のあるべき社会像」の実現に向けて、

建設周辺の事業領域への拡大に積極的に挑戦していきます。



2020年までのアクションプラン

2020年までの取り組みとして、「2050年のあるべき社会像」を踏まえたアクションプランを設定し

ました。3つの社会像（低炭素社会、循環社会、自然共生社会）について、それぞれを3つの事業分野（建物・都市建設、インフラ建設、サービス提供）に分類し、具体的な取り組み内容を定めています。

	低炭素社会	循環社会	自然共生社会
〈建物・都市建設〉	より高度な省エネルギー提案	環境配慮型開発事業への参加（スマートシティ）	
〈インフラ建設〉	新たな工法・材料の開発や ICT の活用による低炭素型の施工	資源循環事業への参加（再生骨材コンクリート、アスベスト無害化）	自然共生型事業への参加（大規模都市緑化、自然再生）
〈サービス提供〉	再生可能エネルギー発電事業への参加（バイオガス、メガソーラー、風力）		

低炭素社会の実現に向け、数値目標を設定

喫緊の課題である「低炭素社会の実現」については、次のとおり具体的な数値目標を設定し、CO₂排出量の削減に取り組めます。

「直接的に貢献できるアクションプラン」（自社施設の低炭素化や、低炭素型の施工など）

◎ 2020年までに▲70%、2050年までに▲80%

「間接的に貢献できるアクションプラン」（低炭素型の技術や資材の開発・普及、省エネ建設の提案・設計）

◎ 2020年までに▲30%、2050年までに▲50%

※基準年は温室効果ガスに関する国の目標と同じ1990年

続きまして、当社の技術研究所についてご紹介させていただきます。

大林組は、お客様の事業に貢献することはもちろん、「環境への配慮」や「安全・安心の実現」といったニーズに応えるために、社会に貢献する優れた技術の開発に取り組んできました。その最重要拠点としての技術研究所が未来を拓く研究所として生まれ変わりました。

3つのコンセプトに基づく、技術開発の新拠点

技術研究所本館「テクノステーション」（東京都清瀬市）は、大林組の創業120年記念事業として計画され、2010年9月に完成しました。これは技術の開発、実証を担う施設であると同時に、最先端の環境技術が導入された、大林組の技術力を世界に発信する新たなシンボルです。

当社は1965年、この地に技術研究所を建設しました。以来、様々な研究施設を増設してきましたが、研究者の連携を一層強めるため、全員が一堂に会する横断型のセンターオフィスとしてテクノステーションを建設しました。

“技術の大林組”を支える中核施設であり、多様なニーズに応え得る技術開発の拠点として建設されたテクノステーション。それは、3つのコンセプトに基づいています。

まずは、最先端の環境適合技術を駆使した空間であること。CO₂排出量を55%削減するなど、「Obayashi Green Vision 2050」につながる最先端の環境技術を採用しています。次に、部門の垣根を越えてすべてのスタッフが同じフロアで研究活動ができる、創造的ワークプレイスとして機能すること。約200名のスタッフがフェイス to フェイスで

業務を進める環境を構築することでコミュニケーションが活発化、お互いに新たな発想や気づきを促します。結果的にそれは、技術競争力の向上に繋がります。そして最後に、かつてない安全・安心を実現する施設であること。テクノステーションでは世界で初めてスーパーアクティブ制震システム「ラピュタ 2D」を採用。アクチュエータと呼ばれる加力装置によって建物自体をすばやく動かして地震による揺れを 1/30 から 1/50 にまで低減します。そのほか、施設内は IC タグによる最先端のハンズフリーセキュリティシステムを備えています。

技術の粋を集めたこのテクノステーションには、海外からの視察希望者も少なくありません。いわば、施設全体が広報的役割を担った、当社の最新技術を広く世界に伝える存在です。

技術研究所は、未来を拓く研究所として「技術の革新」「技術の実証」「技術のプレゼンテーション」を実践するフィールドをめざしています。

技術研究所と Obayashi Green Vision 2050

技術研究所では、「Obayashi Green Vision 2050」で掲げる「2050 年のあるべき社会像」を

一部先行して実現しています。

「低炭素社会」に向けて、最高水準の省エネルギー・省 CO₂ オフィスを実現し、また、低炭素型の資材の実適用なども行っています。「循環社会」に向けては、敷地内建物の解体コンクリートを新しい建物や休憩ベンチなどに再利用しています。「自然共生社会」に向けては、敷地内に 2 種類のビオトープを整備したほか、「キンランの林」の育成などに努めています。技術研究所で、当社が目指す「2050 年のあるべき社会像」につながる技術に触れることができます。



技術研究所本館「テクノステーション」全景

なお、技術研究所の見学ご希望の方は当社名古屋支店営業部（052-961-5115）までお問い合わせください。

以上



東邦高校 エコアクション21

～ 3 年間の取り組み～

東邦高校エコアクション 21 環境管理責任者

藤本 紀子

東邦高校では従来、電気量・紙使用・ゴミ総量削減について系統的な取り組みはなされていませんでした。しかし、深刻な地球規模の環境悪化を受けて、持続可能なエコ社会実現が強く望まれる世界情勢、'07 年度の新校舎完成により予想される電気・ガス使用量の増大や、井戸水使用から公共上下水道使用への切り替え、等のコスト面での転機を迎え、学校を挙げて環境負荷低減活動に取り組む必要性が増しました。

折しも '06 年度 6 月、本校は経済産業省エネルギー教育実践校に指定されました。これをきっかけに、光熱費・紙使用量・ゴミ総量削減を主たる目標とし、日常の教育活動や環境保全運動の強化を目指して学内に ISO 検討委員会が設立されました。先進的な取り組みを進める他校視察や、複数の識者のご意見をうかがう中で検討を進めた結果、教育活動として取り組みやすいエコアクション 21 認証取得に方向性を変更、'08 年 9 月 16 日に認証取得をし

mini mini

お部屋探しは **ミニミニ屋** 検索
http://minimini.jp
TEL 052-781-3123 FAX 052-781-3124



タケショウ株式会社

〒475-0837 半田市有楽町 7 丁目 37 番地 12
TEL (0569) 23-0511
FAX (0569) 23-0520
URL <http://www.takeshou-gr.co.jp/>

ました。エコアクション 21 とは、環境省が定めた環境経営システムや、環境報告に関するガイドラインに基づく制度で、年度ごとに目標を定め、自己点検をし、外部評価を受けるものです。

ここに、本校のエコ活動、具体的な取り組みのいくつかをご紹介します。

(電気・ガス・紙・水使用量の削減への取り組み)

- それぞれの使用量を毎月調査・報告し、情報を共有する。
- クラス毎に、省エネルギーラベルを貼り、省エネルギーを訴える。
- エアコン使用時間を明確にする。季節によってはエコ運転モードで稼働する。
- エレベーター利用の規制。
- 教室の晴天時南側一列消灯。
- 教室、職員室の古紙回収ボックス設置。
- コピー用紙の両面利用の推進。
- 掲示や電子媒体を用いたペーパーレス化の推進。
- 職員会議におけるB判資料作成の推進。
- 職員会議資料の電子化試行
- クラス別ゴミ排出量の調査。
- 文化祭廃棄物の分別の徹底
- コピー機使用のパスワード設定と、年間個人使用量のお知らせ。
- 水圧を下げる。
- 職員会議規模の研修会の開催
- 分掌・教科でのエコ目標の設定
- 教員エコ委員の新設
- 制服リサイクル

(生徒の取り組み)

エコアクション認証当時、生徒会では役員の学習

会が実施され、エコについて熱心な議論研究がなされました。エコをテーマに名古屋市環境局とタイアップした文化祭企画、クラス委員としてエコ委員を新設、古紙回収、晴天時グランド側1列の消灯の呼びかけ、地域清掃の取り組みなど、生徒会活動を中心とした活発な取り組みがなされました、これらの取り組みは現在も確実に継承されています。また、文理特進コースのエコカー制作・エコカーレースでの入賞がテレビで放映されたことも記憶に新しいところです。

(環境教育)

環境教育の取り組みも教科や総合学習の時間を使って行われています。

- 1年次総合学習での専門家を招いた環境教育講座の実施
- 環境問題のグループ発表授業実施(理科・家庭科)
- 「環境」をテーマに作品発表を行う(美術)
- 環境問題、環境問題を論じた作品・単元を積極的に取り扱う(国語・社会・英語・保健)
- 「商品と流通」で、ゴミ問題・リサイクル・自動車輸送の非効率・環境悪化について学ぶ(商業)などはその一例です。

さて、以下のグラフは2006年度から2010年度までの使用量・排出量をグラフ化したものです。('06年度は旧校舎での値、'07年度は新校舎移転年度、'08年度は9月にエコアクション認証、'09年度・'10年度はエコアクションの取り組み年度となります。)

表からおわりの通り、環境目標の指標であるCO₂の排出量は、旧校舎時の2分の1以下に抑えられています。これは、温水プールボイラー・校内の空調を重油からCO₂排出量の少ない天然ガスに変更したこと、校内各所に人感センサーを設置する

nbs 人と環境をつなぐ
安心・安全の環境対策

名古屋ビルサービス株式会社
〒456-0035
名古屋市熱田区白鳥三丁目10番11号
TEL 052-678-6800 FAX 052-683-5031
URL <http://www.nagoya-bldg-service.co.jp/>

THE ENVIRONMENT COLLECTION
名古屋ビルサービス株式会社

環境



建物



食



人だからできること、人にしかできないこと。

THE ENVIRONMENT COLLECTION
生活環境を創出する nbs

heart factory

株式会社 ハートファクトリ

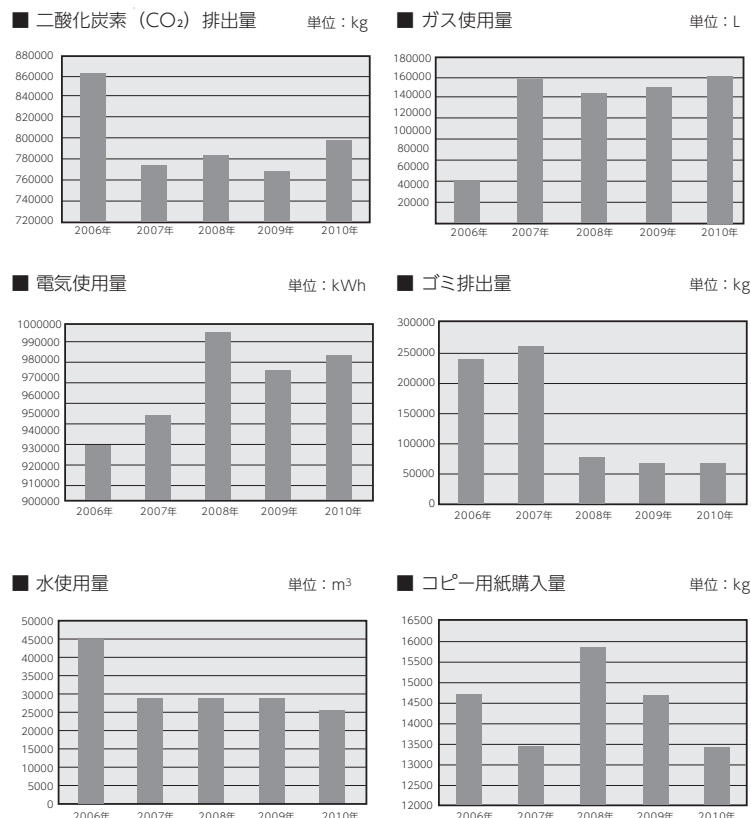
総合人材サービス
株式会社 ハートファクトリ

“ハートのふれあい”
をサポートします。

株式会社 ハートファクトリ
〒460-0008 名古屋市中区栄5丁目25番6号
TEL (052)249-0270
FAX (052)249-0271
URL <http://www.htf.co.jp/>

など、新校舎移転によって増加が予想された電力消費量を極力抑えたこと、などハードウェアの変更が大きな要因と考えられます。

また、ゴミの排出量、コピー（印刷）用紙の紙使用量は'08年度の認証当初から減少を続けています。これらは学校挙げての削減努力の成果といえます。



しょう。'10年度電気・ガス使用量の増加は、インフルエンザの流行で24時間換気を実施したこと、未曾有の猛暑であったことが原因であろうと分析しています。

今年度のエコアクション中間審査では、平和が丘学区での清掃活動の継続や、東日本大震災での生徒・教員のボランティア活動が高く

評価された反面、CO₂排出量削減の目標が未達成であること、教職員・生徒への啓蒙がまだ不足しているとの指摘も受けています。教育のある高等学校として、生徒への教育活動の中でいかに環境教育を進めていくかが今後の大きな課題です。環境問題は明るい未来のために避けて通れない課題です。今後も教職員・生徒の叡智を結集してこの課題に取り組んでいきたいと考えています。

なお、この文章は本校エコアクション21実行委員会推進責任者である稲葉益夫教諭の資料をもとに作成いたしました。推進者としての教諭の情熱に敬意を表し、筆を置きたいと思ひます。

愛知東邦大学開学10周年講演会 愛知東邦大学・「地域創造研究所」・「フレンズ・TOHO」共催 「観光立国の実現に向けた取り組み」

「目立って、目立って、目立ちまくる」ことが必要。溝畑 宏 観光庁長官が語気強く、自らの実践を話されました。

「笑顔、スマイル、そしてホスピタリティー」が人に来ていただくうえでは欠かせない。「中部地区は、魅力ある地域」であり、外国人に満足感を与えられる文化や歴史、景観そして産業があり、関東、関西への「ハブ」となる立地条件があります。観光を推進するうえで、「プラットホームづくりの中核となりうるのは大学です」と、愛知東邦大

学にも大きなエールを送っていただきました。

豊かな観光資源に恵まれた日本を「観光立国」とする先頭に立つ長官の話に150名の聴衆からはおおきな拍手がありました。

観光庁長官をお招きした「愛知東邦大学開学10周年記念講演会」は、2011年11月8日、栄のガーデンパレスで行われ、「フレンズ・TOHO」会員の皆さまにも多数ご参加をいただきました。

さわやかな世界をつくる
◆ 新菱冷熱工業株式会社
SHINRYO CORPORATION

本社 〒180-8510 東京都新宿区四谷2-4 電話 (03) 3357-2151 (大代)
名古屋支社 〒460-0008 名古屋市中区栄4-1-1 電話 (052) 261-1791 (大代)



For your secure days

セクドム株式会社

<http://www.secdom.com>

研修企画報告

「焼き板」外壁と錦鯉の泳ぐ五個荘 観光再生都市長浜を見る

森靖雄先生の案内と解説によって湖東の町を歩きました。青空の下、汗がにじむ陽気に、ちょっとした小旅行と学生時代に戻って『勉強』した気分になれました。

見直される『三方よし』。近江商人の商哲学であり経営理念でもある「売り手よし、買い手よし、世間よし」の『三方よし』のうち、「世間よし」の考え方が、今見直されています。社会貢献が企業に求められる時代にこの「世間よし」が合致するわけです。

琵琶湖の東部地域、「八幡」「日野」「五個荘」などに居を構えた「他国出稼ぎ商人」の総称が「近江商人」です。この一つ「五個荘」と「長浜」を訪ねました。長浜はガラス製品を中心に、北国街道沿いに広がる旧市街地を中心とした地域再生に成功。

10月8日、最高の秋晴。28名が参加。往路のバスでは、愛知東邦大学「地域創造研究所」顧問の森靖雄先生からレクチャーを受けました。「長浜」の再生に係ってこられた森先生には、「猫と数人が歩く町」が今日のような賑わいを見せる町となった経緯を語っていただきました。参加者一同、好奇心を



充たす思わぬ講義に納得、感心し、聞き入りました。

途中、名神高速道路の渋滞で10分ほど遅れ

たものの、「五個荘」のボランティアガイドお二人が待ち受ける観光センターに到着。2班に分かれて、町内をおよそ90分かけて見て回りました。「寺前鯉通り」から「外村繁邸」「外村宇兵衛邸」など静かなたたずまいの中を歩きました。よく保存が行届いた町並みと往時をしのばせる近江商人の邸宅。手入れが行き届いた庭園。いずれも、タイムスリップし

たような感じとなります。

「長浜」見学は黒壁1号館（旧百三十銀行）をスタートし、およそ2時間。一般のガイドではまず期待



できない森先生の説明を聞きながら見て回りました。3連休の初日とはいえ、スクエア周辺は人、人、人。行き交う人の間をかいくぐるようにして歩きました。

「東邦さわやか水」販売開始

10月21日からミネラル水の販売が開始されました。この水は、関市洞戸の“高賀水”。同じ製造元の水は、中部国際空港やディズニーランドでも販売されています。

「円空仏」や「名刀、関の孫六」で名高い関市の北西、高賀山麓に湧き出す水と同じものを使用しています。飲み口さわやか。「さわやか東邦」にピッタリ、と“東邦さわやか水”と命名されました。

「さわやか東邦」は甲子園に出場した東邦高校ナインが真っ白なユニホームと、てきぱきと動く姿は、同じ高校生の中でもひときわさわやかな印象を全国に与え、“一陣の涼風が通り抜けるよう”ともいわれました。

「この水をお飲みいただくと、このさわやか感が感じられます」と、販売元のイープロ担当者。



1本500ml。90円。

注文先は、

株式会社イープロ TEL (052) 781-6011



電子の夢を創る

東洋電機株式会社

〒480-0393 春日井市神屋町字引沢1-39

TEL0568-88-1700(代) FAX0568-88-0701

往く夏を惜しむ 第2回 納涼音楽祭



マルモリ体操を踊る子どもたち



東邦高校吹奏楽部と参加者総踊り



職員手製の花火・ナイヤガラ

8月27日(土)夕方6時から2時間半、東邦高校「交流の広場」で東邦学園主催・本会とその法人会員などの後援による第2回「納涼音楽祭」が開かれました。今回も400人近い観客のほか、地元のフラダンスチームや盆踊りチームなども参加して、文字通り東邦学園と地域が交流するイベントになりました。

昼間のにわか雨もあがったまだ明るい夕方、「フレンズ・TOHO」法人会員が提供するかき氷が大人気。焼きそばやたこ焼きの店も開かれて、夏祭りの雰囲気が増える中で開かれました。

浅生実行委員長(大学学長補佐)による開会挨拶のあと、愛知東邦大学子ども発達学科の学生によるアンパンマンなどの手遊び、フラの会*によるハワイアンダンス、大学吹奏楽団演奏のあと、豊薔会*による盆踊り。後半は大勢の飛び入りも交えての総踊り。東邦高校吹奏楽部の躍動的なマーチングバンド演奏と続き、榊学園理事長挨拶の後には、手製のナイヤガラなど数百発の打ち上げ花火でフィナーレを飾りました。

*)「ハワイアンフラの会」・「豊薔会平和が丘教室」(名東区の地域サークル)
協賛法人会員: 川北電気工業(株)、(株)ミツオ、(株)S.T.S、(株)イープロ

「フレンズ・TOHO」これからの企画

◇その1

「混迷する世界・日本経済から企業経営の智慧を読む」

講師: 安保 邦彦 先生

(愛知東邦大学地域創造研究所顧問)

- 1回目 11月29日(火) リーマンショックから今日までの経済情勢と今後の展望
- 2回目 11月30日(水) 企業発展の鍵はなにか トヨタ、カゴメ、イビデン、松坂屋などを例に
- 3回目 12月1日(木) 中小企業生き残りの秘策は? 未来工業、コメダ、ヤオハン、ゼロスポーツなどを例に

◇その2

名刺交換会

第4回 名刺交換会

場所: 愛知東邦大学

時: 2012年2月17日

ビジネスチャンスが生まれる名刺交換を!

「フレンズ・TOHO」法人会員と主旨賛同の法人



編集後記

東北震災から8ヶ月。東京電力福島第一原子力発電所が破壊され、今夏は節電が求められました。エネルギーについて嫌やでも考えざるをえず、自分たちの電気に頼る生活を見直す契機ともなりました。

二酸化炭素の排出量を減らし、地球温暖化に歯止めをかけようと、省エネルギー運動が展開されています。「エコ」「クールビズ」という言葉も誕生しました。発電にともなう二酸化炭素の排出量を減らす切り札として原子力が奨励、宣伝され、国内で50基を超える炉が稼働しています。小・中学校に配布されている副読本(文科省・経済産業省発行)は「地震や津波にも耐えられ」「放射性物質を閉じ込める五重のかべで守られている」から、と安全を強調。

再生可能エネルギーや自然エネルギーへ転換する動きは大勢ではありませんでした。原子力発電の「安全神話」が崩壊した今、国の原子力推進政策に注ぎ込まれた大金の検証が必要でしょう。

「エネルギー」への関わり方は異なっても、経済格差や経済発展と密接に結びついているエネルギーを考える「みどりの風」となればと思います。