

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	NPO 法人 環境情報ネットワークエコネット		
代表者	若生幸成	担当者	若生幸成
所在地	〒 105 -0004 東京都港区新橋 2-16-1 ニュー新橋ビル 1026 号 TEL:090-3518-6255 FAX: 03-5157-3782 E-mail:info@npo-econet.com		
設立の経緯 ／沿革	<p>いま、環境をテーマとして、生活者と企業のそれぞれの意識や行動をリンクしていくことが大きなコアになっている。21 世紀は環境を強く意識した商品・サービスを提供する企業のみが存在意義を認められて生存できる、と言っても過言ではない。そこで、問われているのが、より質の高い「環境コミュニケーション」活動である。企業の環境への努力を生活者に正確に伝え、生活者が環境先進企業をしっかりと選択することができるように「環境コミュニケーション」の役割はますます重視されている。企業が生活者からの意見を適切に取り込み、反応していく『双方向コミュニケーション』が重要であることはもちろんだが、生活者に対して環境に関する知識だけを提供するだけでなく、情報提供以上の深い、行動力を喚起するような、本質的な意味での「環境コミュニケーション」活動がさらに重要になっている、といえよう。</p> <p>このような背景を鑑みて、過去十数年にわたり高度の技術と専門的な知識を駆使し、企業のコミュニケーション活動の企画・制作に携わってきた広告・販促のプロが環境のプロと手を組み、「環境コミュニケーション」の普及と発展を切に願い、その支援活動に邁進するために設立されたのが「エコネット」である。</p>		
団体の目的 ／事業概要	<p>■ミッション（活動目的）環境コミュニケーションの中でも、「生活者のエコ意識を啓発し、エコ行動を喚起することを意図し、工夫されたコミュニケーション」を『エコ・コミュニケーション』と捉え、その活動を啓発、促進させることで、未来に明るい、有意義な「エコ社会」づくりに貢献していきたい、と考えています</p> <p>■活動スローガン 「広告に“エコの視点”を！販促に“エコの視線”を！」</p> <p>■活動内容（1）PROPOSAL（企画立案）（2）LIBRALY（情報提供&情報交換）（3）EDUCATION（人材育成）の3つキーワードをベースに活動を展開</p>		
活動・事業実績 （企業の場合は 環境に関する 実績を記入）	<p>（1）PROPOSAL（企画立案）—ゼブラの「リサイクルプロジェクト」コミュニケーション活動すべてを支援。カーボンオフセット付き産直品「えこころ品」企画を百貨店協会に提案・ローソンのエコバックを活用した「地球へのありがとう」プロジェクト企画、英国生まれのエコキャラクターを活用した豊島園イベント企画立案他（2）LIBRALY（情報提供&情報交換）—エコネットホームページ「環境先進企業」取材記事にて紹介・エコ販促品紹介・メルマガにて最新環境コミュニケーション情報発信など（3）EDUCATION（人材育成）—2009年4月から学生・若者の「21の指標」環境報告書評価・分析プロジェクト「ECO REPORT WAY21」始動</p>		
ホームページ	http://npo-econet.com		
設立年月	2006年2月	*認証年月日（法人団体のみ）2006年7月7日	
資本金/基本財産 （企業・財団）	0円	活動事業費/ 売上高（H19）	150,000円
組織	<p>スタッフ/職員数 3名（内専従 1名）</p> <p>個人会員 6名 法人会員 1名 その他会員（賛助会員等） 5名</p>		

産学民コラボレーションプロジェクト
 政策のテーマ 「CSR・環境報告書」を通して、企業が次世代の環境リーダーを育成する
 環境教育『ECO REPORT WAY21』

■政策の分野

- ・地球環境問題への対応・環境経済のグリーン化
- ・環境パートナーシップ

■政策の手段

- ・調査研究
- ・環境教育・ESDの推進 ・組織・活動
- ・人材育成・交流 ・情報管理、情報の開示と提供

団体名：NPO 法人環境情報ネットワークエコ
 ネット
 担当者名：若生幸成

■キーワード	産学民コラボ レーション	次世代環境リー ダー（学生）	CSR・環境報告書	就職という視点 21の指標	環境教育
--------	-----------------	-------------------	-----------	------------------	------

① 政策の目的

- (1) 次世代の主役となる 20 代の若者（学生）たちが「CSR・環境報告書」を通して、企業活動を環境配慮という視座でとらえ、さらに環境オリエンテッドな企業群を推進し、近い将来には就職先の実社会で環境リーダーとして活躍することを願う人材育成プロジェクト。
- (2) 企業の環境コミュニケーションツールのひとつである「CSR・環境報告書」を“企業の活動を映す『鏡』”として、読みやすく、わかりやすい情報発信ツール”とするために、若者・学生たちが企業に新しいアイデアを提案するプロジェクト

② 背景および現状の問題点

「CSR・環境報告書」は、企業が毎年実践している環境活動の成果・報告のツールとして紙媒体、およびホームページ上で公表されている。しかし、一般人（生活者）の目にはかなり特異なツールと映っているのが現状。2008年に実施された goo リサーチの「第9回環境・社会報告書に関する読者の意識調査」結果では、環境報告書を「読んだ」「読んだことはないが目にしたことがある」という一般人の合計は 36.0%、過去2回の結果とほとんど変化が見られず、報告書の認知・浸透が進んでいない。加えて、報告書の問題点として、「各社の内容や書式が異なり、企業間比較ができない」（43.8%）「よいことばかりが書かれていて客観的ではない」（41.9%）「専門用語が多すぎてわかりにくい」（41.4%）「数値データを示されても評価できない」（41.1%）と、現存の「CSR・環境報告書」に関しての評価は厳しいものとなっている。

③ 政策の概要

『ECO REPORT WAY 21』は、「CSR・環境報告書」を通して、次世代の環境リーダーを育成する「環境教育」プロジェクト。

『ECO REPORT WAY 21』は、企業から提供された「CSR・環境報告書」を次世代の主役となる 20 代の若者（学生）たちが読み解き、「21 の指標」のもとに分析・評価。そして、「CSR・環境報告書」を“企業の活動を映す『鏡』”として、読みやすく、わかりやすい情報発信ツール”とするために、学生たちが企業に新しいアイデアを提案するプロジェクト。

「21 の指標」評価基準は、「将来働きたい企業であるか」という『就職』の視点。

学生向けの就職説明会にて環境保全や社会貢献を意識した企業活動を紹介する企業が増えている。レジェンダ・コーポレーションが昨年8月に2009年4月度に入社を予定している大学生・大学院生にアンケート調査をしたところ、40.9%の学生（男性 35.1%、女性 46.6%）が、企業の環境問題への積極的な取組みが応募の動機になる、と回答している。

『ECO REPORT WAY 21』は、企業と学生が『WIN-WIN』の関係を築ける先進のプロジェクト。

いま、企業が展開している「環境活動」を積極的に情報公開することが優秀な人材を確保する重要なファクターになってきている。また、企業が未来に向けて「環境意識の高い人材」を育むことは、「人」に焦点を当てた、『CSR』の一つでもある。『ECO REPORT WAY 21』は、将来中核となる優秀な人材を希望する企業と、将来自分が持つ能力を存分に生かせる企業を探している学生たちが『WIN-WIN』の関係を築ける先進のプロジェクト。

④ 政策の実施方法と全体の仕組み

(活動スケジュール)

第1STEP 2009年版「21の指標」開発 (2009・5月～8月)

●「大学生ネットワーク」の構築

武蔵野大学・筑波大学の学生たちが中心となり、東京・神奈川・埼玉・千葉の大学に在籍している学生たち(100人～150人)と“ゆるやかなネットワーク組織”を構築

(武蔵野大学・筑波大学他の参加予定大学)

- ・ 一橋大学・早稲田大学・明治大学・法政大学・明治学院大学・芝浦工大・麻布大学等

●20代の若者(学生)の視点から「CSR・環境報告書」を分析・評価する2009年版「21の指標」を開発。

●5月企業のCSR&人事担当者と学生たちとの交流会「就活CSRフォーラム」開催

第2STEP 「分析・評価レポート」の作成 (2009・9月～11月)

協賛する企業の最新の報告書、およびホームページ上の報告書を詳細に分析。報告書に明記されていない活動、および報告書に書かれている活動の詳細・疑問点等に関しては企業の担当者への取材を行い、その結果を踏まえた「分析・評価レポート」を作成。

第3STEP 「分析・評価レポート」の提出・報告会 (2009・12月)

完成した「分析・評価レポート」を持参し、協賛企業の担当者と「報告会」を実施。「報告会」は、学生たちから「分析・評価レポート」の説明等と学生ならではの斬新な視点でのアイデアや提案をするプレゼンテーションの場。

第4STEP 「エコプロダクツ2009」に活動報告・活動内容公表 (2009・12月)

昨年度15万人が来場した世界最大のエコイベント「エコプロダクツ」展にブースを展開。ブース内では2009年度の活動内容を展示。同時にプロジェクトに参加した学生たちが来場者に活動に関してプレゼンテーションを行う。

(その他 予定している活動プログラム)

■「CSR・環境報告書を読む会」－企業の「CSR・環境報告書」担当者と学生たちとの勉強交流会

■「えこにこ会議」(仮称)－企業の役員クラスの方たちと学生たちの意見交流お茶会

■「環境コミュニケーションセミナー」－企業の「環境」をテーマにした「コミュニケーション活動」の最新事例を企業担当者・制作担当者を“講師”に招いて紹介。

■情報ツールの発信

①情報紙「ECO REPORT WAY21」発行(隔月刊行)

②「ブログ」－Webを活用した企業の担当者と学生たちのコラボレーションブログ

■その他

●企業の環境活動を視点にした「入社案内・企業案内」(紙・Web版)開発に協力

●「エコインターシッププログラム」の依頼

⑤ 政策の実施主体(提携・協力主体があればお書きください)

プロジェクト企画・プロデュース NPO法人 エコネット

プロジェクト運営・管理 ニッセイエプロ株式会社

監修 武蔵野大学 環境学部 矢内教授

協力 各大学 大学所在地の行政(港区・千代田区・新宿区・江東区など)

⑥政策の実施により期待される効果

企業にとっては－

① 次世代を担う若者から意見・アイデアを直接聞ける機会ができる

② 「環境報告書」の分析・評価レポートから若者・学生から見た企業の「現状評価」がわかる

③ 将来を背負う「優秀な人材」の発掘の端緒となる

④ CSR活動の取り組み事例として「CSR・環境報告書」等にて発表することで、「企業の価値創造向上」の一助となる

⑤ メディアへのPR、「エコプロダクツ2009」での企業名公表等を通して、一般消費者に対しても多大なるイメージアップ効果が期待できる

⑥ 学生からトモダチ・家族への口コミ効果による企業の好感度アップが期待できる

学生にとってはー

- ① 協賛いただいた企業の担当者や多くの関係者との交流等を通して、人間形成の一助となる
 - ② 「企業の真の姿」を垣間見ること、本当に将来自分たちが働く会社を選定する材料となる
 - ③ 企業で働く人々から「生の声」が聞くことで、ビジネスノウハウの基本を知ることができる。
 - ④ 企業の「環境」をテーマにしたコミュニケーション活動を通じて、企業の経営戦略の一端を知ることができる
- ⑦ その他・特記事項
- 昨年2008年にテストケースとして武蔵野大学の環境プロジェクトの中で「21の指標」を開発し、7社から「CSR・環境報告書」の提供を受けて、評価・分析をし、レポートを作成。
 - その成果（レポート）は、2008年12月開催された「エコプロダクツ2008」のNPOエコネットブース内にて発表された。