

<参考資料> 第9回環境コミュニケーション大賞 講評

【環境報告書部門】 環境報告大賞（環境大臣賞）

沖縄電力株式会社「環境行動レポート 2005」

環境活動に関する誠実な開示をしている。沖縄という地理をよく理解され適切に事業展開していることが紙面から読み取れる。また、他の電力会社が、原子力へのシフトをする中で、エネルギー事情、地理的・地形的な問題を考へて、将来的にどのような発電方法を推し進めるべきかのジレンマに果敢にチャレンジしていることも読み取れる。さらに、発展途上国のこれからの発電事業の持続可能な経営のために、沖縄電力で展開している自然環境と調和した電力事業の実例をも丁寧に掲載しているの、環境活動や地域貢献などのいい事例を海外に向けて紹介できるレポートではないだろうか。

一方で、家庭で出来る地球温暖化対策・環境家計簿のページは、電力使用者に対する啓発に役立つ企画である。電磁界に関する情報が紹介されている点も、正しい情報を伝える姿勢としてポイントが高い。

取り組みとしては、豊かな自然を守るため生物多様性について本業との関係で更に配慮されることを望みたい。地域とのコミュニケーションや貢献が丁寧に掲載されているので、次のレポートではこれにももう少し社会性や経済性などの情報が補足・拡充されることを期待したい。

持続可能性報告大賞（環境大臣賞）

株式会社大和証券グループ本社「大和証券グループ 持続可能性報告書 2005」

委員会等設置会社への移行を反映してか、自らのCSRの考え方を明確にした上で、その実践の具体的な結果と課題をコンパクトに報告している。本業を通じた「社会的課題の解決」という本来のCSRの姿が随所に見られ、多様なステークホルダーと従業員の顔が良く見える報告書となっている。特に、表紙で「赤ちゃんたちが成人する20年後の社会」を問うているのは注目に値する。ただし、方針、方向性が明確で「報告書」としては完成度が高まってきているが、本当のパフォーマンスはこれからである。報告書としての評価を維持するためには、今後は「実行」のレベルアップが必要であろう。

なお、環境報告の分量は多くないものの、「紙プロジェクト」など業種特性を配慮した環境負荷低減を実施し、金融業における一つの環境報告パターンを確立しつつあるようである。ただし、環境負荷の長期目標・計画やマテリアル・フローの記載がないのが惜まれる。

環境報告優秀賞（地球・人間環境フォーラム理事長賞）

アサヒビール株式会社「アサヒビールグループ CSRレポート 2005」

全グループ製造会社における2006年度までの環境中期計画と達成状況が定量的に示されている。また、環境問題の重み付けを行った上で、独自の環境負荷統合指標を開発し、環境パフォーマンスの推移を示している。こうした評価指標によって、企業全体の環境負荷低減の進捗状況が分かり易くなっている。個別の記載項目については、必要項目が網羅的かつコンパクトに開示されると共に、Web情報とのリンクが明確に示されており、読み手にとって使いやすい構成となっている。トレーサビリティの記述はあるが、食品産業としてもっと詳細なサプライ・チェーン・マネジメントについての記述や原料情報を期待したい。

CSRについては、ステークホルダー別の課題への取組状況が示される他、コンプライアンス推進のためのリーガルプロモーター制度や、公正取引の推進に向けた取引先向けの企業倫理に係る通報制度「購買クリーンライン」の構築等、体制面でのユニークな取り組みが具体的に示されている。報告書は基本的に単体についてであり、この規模の企業では早急に少なくとも連結全体のものにすることが課題である。

株式会社NTTドコモ北海道「NTTドコモ北海道グループ 環境・社会報告書 2005」

今回から環境面に加えて社会面の情報が報告され「環境・社会報告書」となったが、全体的にバランスのとれた誠実な環境経営への取り組みと報告内容が評価できる。情報量も豊富で、特に通信業における環境負荷（マテリアル・バランスやサプライチェーンを含む）を丁寧に取り上げ、その低減に努力している姿がよく理解できる。また、土壌・地下水・底質汚染状況の調査とその結果も載せていることは評価できる。社会的課題の解決について、本業での解決と社会貢献活動はもう少し明確に分けたほうがCSRについての世界的な認識と整合性がとれると考える。

なお、初のステークホルダー・ミーティングが開催されており信頼性確保に努力されているいるが、さらなる工夫も期待したい。

王子製紙株式会社「王子製紙グループ 企業行動報告書 2005」

天然資源を扱うという特性もあり、環境のサステナビリティの認識についてもよく説明されている。事業特性と自社の方向性を明確に示し、コミットメントからパフォーマンスまで、一貫性のある報告となっている点を高く評価した。また、一般に環境破壊と誤解されがちである木材利用や原料調達についても、誤解を解消すべくわかりやすい説明を工夫している。植林にあたっては生態系の保全に配慮していることは評価されるが、今後の植林拡大を考えると、更に一層の配慮と取り組みについての記述を期待したい。環境植林や海外での荒廃地での植林にあたり「生物多様性保全に配慮した施策指針」が適用されているのが明確には記述されていないが、生物多様性回復に向けてもチャレンジを期待したい。

なお、報告範囲については改善の余地がある。報告範囲は国内事業にとどまっており、連結対象の海外事業が含まれていない理由は明確には記載されていない。連結対象とするような海外事業会社を有する大企業として、報告範囲が適切なのかわかるような記載を心がけてほしい。

シャープ株式会社「シャープ 環境・社会報告書 2005」

「環境先進企業」になることを公言し、目標達成のためのこれまでの取り組みや今後の具体策などを明確かつ分かりやすく説明している、筋の通った報告書である。さらに、特集として「温暖化」に焦点を当て、方針や防止策につき具体的な取り組みを開示することで、同社の環境に対するコミットメントの強さをより強調させている。環境会計についても、レイアウト等を駆使しながら具体的な効果やコストについて読者に分かりやすく説明しており、この点も評価できる。しかし、環境関連のリスクマネジメントの取り組みに関する記述はあるものの、ネガティブ情報は開示されていない。同情報が無い場合は、「無し」という形で公表されることが望ましい。また、監査体制についても、概要に関する記述はあるものの、監査結果や改善項目などの情報はない。更に、報告の対象範囲の拡大も望まれる。スーパー・グリーン・ファクトリーの屋上に太陽光発電が設置されていないようにみえるが理由は何なのであるうか。

雇用、品質管理、顧客対応などは充実しているが、ILO や国連の人権宣言などを考慮した人権に対する同社の考え方等は明確ではなく、グローバルに事業展開している同社としては、国際的な動向も考慮した情報が開示されることが望まれる。

積水化学工業株式会社「環境・社会報告書 2005」

異なる業種の事業群について、独自に指標を設けるなど、環境パフォーマンスの把握に工夫が見られる。マネジメントの記載も豊富であり、ビジョン、目標管理、戦略、チェックとすべての工程に関する記載が充実しており網羅性も高い。社会性項目も他社に比べて具体的戦略や定量的なデータの記載が多い。ただし、相当量の木材を使用する住宅産業として森林認証の問題などサプライ・チェーン・マネジメントを通じた生態系保全の取り組みなどの記述がほしいところである。また、独自の構成ですこし読みにくい点もある。例えばリスク対応などは、環境関連（P.34）、労災（P.56）、地震、個人情報保護（P.64）とバラバラにせず一箇所にまとめても良いのでは。また、各カンパニーごとの業務が少し見えにくい。そのほか、サイトデータの充足などが今後の課題である。

社会的側面に関して、製品品質、雇用、社会貢献、ガバナンス、コンプライアンス（個人情報保護等）と網羅的に記載がある。社会貢献に関しての記載がダイジェスト的になっているので、もう少しトピックとして広げてはどうか。同社独自に多面的にデータを収集しており、非常に興味深い。

株式会社東芝 研究開発センター

「私たち学生の取材報告 - 質問、疑問、検証、解決!! - 東芝研究開発センター 環境報告書 2005」

環境報告書の作成にあたり、さまざまな外部者を参画させており、今回は学生（武蔵工大の8名）を起用しており、さまざまな知見を増したことと思われる。中学校のPTA関係者の確認も得るなどして、読み物としても、大変親しみやすいものに仕上がっている。サイトレポートとして重要なネガティブ情報も開示されている。しかしながら、素人の目線で環境活動の内容を紹介するというやり方はある面で新鮮であるが、このような（画期的な）編集コンセプトのためか、例えば内部監査や緊急時対応等の環境報告書ガイドライン記載推奨事項のいくつかが欠落しているため工夫を要する。

トヨタ自動車株式会社「Environmental & Social Report 2005」

グローバル企業として、それにふさわしいグローバルな視点からの報告となっている。連結対象も広く、その内容は質・量ともに年々精度を増している。環境に関しては、「トヨタ環境取組プラン」に基づく取り組みの報告が中心となっており、豊富なデータ・情報量にもかかわらず、わかりやすい構成となっている。また、2005年度で終了する第3次プランの進捗状況に加え、2006年度からスタートする第4次のプランの詳細が既に掲げてあり、将来を見通した確実な環境経営が伺える。しかし、今の経済社会システムの延長線上では地球環境の危機回避は難しく、2020年代初期までに対応策をとる必要性が言われている。その意味で、サステナブル・モビリティについての記載は豊富ではあるが全般的には定性的な記述にとどまっている。今後は自動車産業のみならずグローバル企業の雄として、2030年に向けての具体的な方針や施策、指標等を用いた定量的な情報を期待したい。社会性については、ステークホルダー毎に方針と取り組みに関する記載がありわかりやすい。

富士写真フイルム株式会社「富士フイルムグループ 社会・環境レポート 2005」

同社の製品を通じた、社会面、環境面のステークホルダーとのコミュニケーションが進んでいる。サステナビリティ会計、環境効率、設計段階からの化学物質対策などリスク低減、循環型社会形成に向けた取り組みとその記述が厚く記載されており、参考になる情報が多いものとなっている。また、専門性の高い内容についてステークホルダーとの対話の中でうまく表現していることで、読み手にとって理解しやすくなっている。ステークホルダーとして将来世代にまで目をむけており、サステナビリティについての認識の高さがうかがわれる。となれば、本業での貧困撲滅、生物多様性の保全等についての一段の取り組みを期待したい。

一方、環境面の情報が減ってきているので、Webとの併用について一段の工夫を要しよう。また、サイトごとの情報を充実させ、工場従業員の姿勢がわかるようにすると良いと思われる。

株式会社リコー「リコーグループ サステナビリティ・レポート 2005」

（環境経営報告書/社会的責任経営報告書/アニュアル・レポート）

同社の報告書は、三分冊構成で幅広い内容を記載している。なかでも環境経営報告書は各ページにおいては活動内容を丁寧に記載しており、報告書としての完成度が高い。情報量が多く、外部のみならず企業内部にも十分に役立つ内容になっており、グローバルな展開に有効に活用されていることがうかがえる。CDMに積極的に取り組んでいることは高く評価できるが、コミットサークルでの貧困削減、生物多様性の保全等への取り組みの記述の充実も期待したい。森林生態系保全、植林活動などの社会貢献も充実しているが、本業での環境負荷とのトレード・オフの計算などを試みたら面白い。目的意識の向上に役立つと思われる。課題として、情報量がかなり多いため、すこし焦点が散漫な印象があるので、三分冊報告書の構成と編集にさらなる工夫が必要と思われる。

株式会社リコー 福井事業所「2005年度 リコー福井事業所 環境報告書」

製造サイト全体として熱心に環境活動に取り組んでいることが良く理解できる。物質収支もわかりやすく記載しており、ネガティブ情報の開示については、おそらくサイトレポートのみならず全環境報告書を含めてもトップクラスである。見開きのダイジェスト版もよくできている。更に近隣のみならずとのコミュニケーションに関する情報量も豊富であるが、工場見学の要望に対して待ちの姿勢でなく、攻めの姿勢を期待したい。相互理解が更に深まることと思われる。しかし、EMS組織や内部監査等、環境報告書ガイドラインで記載が推奨されている事項の幾つかが記載されていないことは残念である。

持続可能性報告優秀賞（地球・人間環境フォーラム理事長賞）

株式会社イトーヨーカ堂「企業の社会的責任報告書 2005」

企業の社会的責任報告書として、各ステークホルダー毎に章立てを分け、それぞれ仕組みの説明、PDCAをまとめた表、担当役員の総括コメントを掲載した上で項目毎の詳細な内容を記述するという構成がとられており、現状と今後の方向性が理解しやすく、社会性項目の開示情報も比較的充実している。印刷版から除かれ、詳細版（ホームページで公開されるHTML）に掲載された情報のリストを添えた工夫も評価できる。サプライ・チェーン・マネジメントについての取り組みについても記述が多いが、総合的なCSR調達への一段のレベルアップとその情報を期待したい。

環境報告書としては、説明の丁寧さや開示情報の範囲などで同業他社にはもっと優れたものもあるが、目標と実績、今後の方針が明瞭にまとめられ、一定水準以上の内容となっている。なお、報告範囲については改善の余地がある。中国での事業については、部分的ではあるが報告されている点は評価できるが、基本的には海外事業は定量情報等には含まれておらず、その理由は記載されていない。連結対象とするような海外事業会社を有する大企業として、その他の国内事業も含め、報告範囲が適切なのだろうかかわかるような記載を心がけてほしい。

エーザイ株式会社「環境・社会報告書 2005」

国内外の医療関係者、従業員などさまざまなステークホルダーと積極的に対話する姿勢が読みとれる。マネジメントと社会性の指標を3年度分開示し、比較可能性とわかりやすさを確保している点が高く評価できる。また、経済的付加価値分配の内訳を明示しており、透明性の高さを感じる。研究開発における倫理の記述はあるが、業種から考え更に充実し、数値情報化についても創意工夫をこらすことを期待したい。

環境面では、環境対策への取り組みに関する情報が少なく、この数年は事業活動の拡大に伴い、環境負荷が上昇する傾向にあり、少なくとも原単位の向上を推進していくことや、今後の抜本的な削減についての方針表明が望まれる。自然エネルギーに関するステークホルダーとの率直な対話を紹介しており、その知見を生かしてもらいたい。

オムロン株式会社「企業の公器性報告書 2005」

同社の報告書の特色はコーポレートガバナンスの実践思想の中心に「企業は公器である」ことを掲げて展開していることにある。その上で、ビジネスの実行、環境の取り組みとパフォーマンスがあり、更に、社会的取組としての、ステークホルダー、従業員、社会との結びつきを明確にしており、かつ、報告内容の構成面も分かり易く、また必要事項は確実に記載されており、優れた内容になっている。グローバル企業として全世界の情報を記載していることは評価できるが、登場人物がほとんど日本人というのは一考を要しよう。CSR調達の方向性が明確に示されてきているので、早期の実現を期待したい。

環境報告の部分もコンパクトながら網羅的に情報が手際よくまとめられている。ただし、活動、製品、サービスという企業中心の情報になっており、今後は本業を通じたサステナビリティの取り組み、たとえば貧困撲滅、自然資源基盤の保全等についての取り組みや記述を期待したい。また、多様なステークホルダーとの双方向コミュニケーションの一層の充実と情報掲載を望みたい。

株式会社西友「西友サステナビリティ・レポート 2005」

環境報告書としては、全体的によくまとまっており、見やすさについても配慮されていて、高い水準にある。特に、次の点を高く評価した。まず、環境パフォーマンスの項では、事業特性を踏まえた環境負荷に言及した上で、取り組み内容、実績を丁寧に説明して、自社の活動についての評価を加え、それらを踏まえた今後の目標、実現策を明確に述べている。次に、小売業の重要な柱である、商品のパフォーマンスについても、かなりのページを充てており、かつ定量情報も、同業他社と比較すると充実している。サプライ・チェーン・マネジメントについての記述は豊富だが、米国流の倫理基準に加え、トレーサビリティなど日本の消費者の関心のある点についての記述の充実があるとよい。また、「グラスルーツ・サーベイ」については是非とも数値データを開示すべきである。なお、報告範囲については改善の余地がある。範囲には連結対象のすべては含まれていないようであり、その理由は明確には記載されていない。報告範囲が適切なのだろうかかわかるような記載を心がけてほしい。

ソニー株式会社「CSRレポート 2005」

製品に対する環境配慮に関しては、グローバルに取り組んでいる事例などを織り交ぜた説明など同社の取り組みの充実度が把握しやすい内容で構成されている点は評価できる。また、ネガティブ情報に関しても、その後の対応まで明記されている点は優れている。しかし、マテリアルフローについては、全体像をある程度把握しているものの、内訳や同社内におけるフロー（開発、製造から物流等）までは詳細に説明されていない。製品が多岐にわたるので容易ではないであろうが、今後の改善が望まれる。企業に対しては、自然環境について「保護の支援」ではなく本業を通じての管理、保全が期待されているので、一段の創意工夫を期待したい。

見開き 1 ページ目に CSR に対する同社の考え方が明記されている点は、かなりインパクトがある。また、雇用については、人事制度や機会均等など充実した情報開示がなされており、グローバル企業らしく「多様性」についても豊富に記載されている点は評価に値する。また、いまだ多くの企業が雇用については、国内又は単体に限定されがちであるが、同社では、可能な限りグローバルでの取り組みを開示しており、方針との整合性があり優れている。顧客満足についても、単に基本方針や組織体制について記述するだけでなく、具体的件数や問い合わせ内容、その後の対応策についても明記している点は高く評価できる。一方、ステークホルダーとのコミュニケーションについては、様々な事例が開示されているものの、双方向のコミュニケーションの実績等については明確となっていない。また、地域社会との関係については、社会貢献的な活動に関する開示が中心で、雇用創出など地域活性と事業活動がリンクした内容の記載がなく、今後の改善が望まれる。

日産自動車株式会社「サステナビリティレポート 2005/環境報告書 2005」

サステナビリティレポートは、アニュアル・レポートや環境報告書などとあわせて網羅的な情報開示を遂行しているものの中で最上位に位置づけられている。環境報告書は地球環境問題に対する企業姿勢が明確に伝わり、メッセージ性を持ったものとなっている。環境リスクへの対策状況やネガティブ情報、グリーン調達等の必要項目も網羅的に書かれている。しかし、一方で、定量的な情報は記述情報の中に散りばめられており、グラフ等を用いた説明が少ないために、環境パフォーマンスの推移が分かり難い。データ集や Web との連携が課題である。

CSR については、顧客、社員等のステークホルダー別に課題と取組状況が整理され、ステークホルダーへの価値向上に向けた姿勢が伺える。また、世界中の各セクションの社員及び経営者 22 名が各々の立場からサステナビリティについて語った頁は、一人ひとりが社会的責任をどのように感じているかが率直に示されており、トップダウン・ボトムアップの両面からサステナビリティへの認識を浸透させる良い手段であると思われる。今後は、2030 年にはサステナブル・モビリティ社会を実現するためのバック・キャスト施策の情報を期待したい。

奨励賞

大平興産株式会社「環境報告書 2005 ENVIRONMENTAL REPORT」

廃棄物埋立処理業で小規模事業所という立場でありながらも、要求されている記載事項等を的確に掲載しており、かつ、全体を通してわかりやすい編集となっており、企業にとってマイナスとなる情報についても掲載している。また、自然環境に対する配慮についても大きく取り上げられている。廃棄物削減についての取り組みも記述されているが、受け入れ廃棄物の資源化についての記述がないので不可能なのか不明である。地域における交流の取り組みの情報が少ないことと、報告書に対するアンケートが付記されていない点については、今後改善すべき課題である。廃棄物の最終処分場は、悪臭や浸出水の水質汚濁が問題であり、また処分場閉鎖後の管理が重要であるが、将来の管理資金の積み増しなどの努力が誠意を感じる。

大和情報サービス株式会社 湘南モールフィル「湘南モールフィル 環境レポート 2005」

ショッピング・モールの環境報告書で、極めてユニークである。このような取り組みが、全国のモールに展開し、各テナントの環境取組が促進されることを期待したい。今話題になっているアスベストについても、コンパクトな情報が記載されている。なお、巻末の（各種環境）パフォーマンスデータ集の図表がやや分かりにくく、本文中のデータも含め経年変化は 2003 年と 2004 年のみの推移であり、更

に環境報告書ガイドラインに基づく網羅性については課題が残るが、小規模事業者にもかかわらずユニークな取り組みにチャレンジしていることを高く評価したい。

豊田ケミカルエンジニアリング株式会社「環境報告書 2005」

環境報告書として 25 頁の分量は決して多くはないが、内容がコンパクトにほぼ過不足なくまとめられている。特に産業廃棄物処理の中小企業（一社一サイト）として、社長以下全社一丸となった意気込みと取り組みの熱意が感じられ好感が持てる。産廃排出量が不明だが、フロントランナーとしてゼロエミッションにチャレンジしてもらいたい。独自の工夫による環境効率が環境経営指標として位置づけられ、どのようにすれば環境負荷をかけずに業績向上が図れるかを考える切り口になるとしている。また半田市の小学生を対象とする「環境教育基金」の設置も評価できる。今後、外部の評価視点やステークホルダーとの連携を心がけると、さらに良い環境報告書となることが期待できる。

【環境活動レポート部門】 大賞（環境大臣賞）

株式会社マルト「株式会社マルト 環境活動レポート 2005」

2 年連続での環境大臣賞受賞。“樹を活かす樹業”という姿勢がはっきり出ている。“「読む」よりも「見て」「感じて」もらえるレポートを心がけた”ということで、写真やイラストを効果的に配し、また、数値や%について身近なものに置き換えて表現。親切な説明文もあり、とても内容を理解しやすく、印象に残る。単にレポートの要件を満たしているだけに留まらず、「環境コミュニケーション」の意識の高さが感じられるものに仕上がっている。

優秀賞（地球・人間環境フォーラム理事長賞）

アルスコンサルタンツ株式会社 技術センター「アルスコンサルタンツ株式会社環境活動レポート」

環境負荷の目標・実績（達成状況）・評価・今後の目標が項目毎に各 1 ページずつにまとめられ、またグラフを用いて経年推移を表現しているのは、中長期的視野もはっきりさせている。またそれとは別に、2004 年の目標・実績、2007 年までの目標がそれぞれ 1 ページずつにコンパクトにまとめられているのは一目で把握でき、「2004 年度の状況（全体）」 「各項目の分析評価・今後の目標」 「今後の目標（全体）」というレポートの構図になっている。また、取組状況の写真を使用し、色使いやフォントの大きさに工夫をこらすなど、見た目にもすっきりしている。社員への環境教育状況、地域の環境保全活動の推進を紹介するなど、対外的にもアピール性の強いレポートに仕上がっている。

学校法人郡山開成学園「学校法人 郡山開成学園 環境活動レポート」

前回と 2 年連続で優秀賞受賞。環境活動計画（「2004 年まで」と「2005 年から」）で、項目毎に写真を使用しており、学校の現場状況がイメージできる工夫がなされている。取組面でも生ゴミ処理機の導入やトイレ擬音装置の設置など、更なる積極性が見て取れる。環境教育で、その効果について教職員・学生・生徒の声などがあると更に良い。

ソーダニッカ株式会社

「エコアクション 21 環境活動レポート = 化学分野における 3R 推進への貢献 = 」

本社、支社、支店の 9 事業所でそれぞれ EA21 の認証を取得していたが、より効果的な取り組みを進めるため環境管理システムを全社統合。その経緯がレポート内にも記載されており、対象組織範囲が大きくなったが、全社で一丸となって取り組んでいる様子がよくわかる。化学品専門商社として 3R の提案、環境配慮型商品・サービスの提供、輸送合理化についても触れている。では、同一車輛による化学薬品納入と副産品回収を実現するなど、独自の工夫が見られる。総排水量削減については、賃

貸ビル入居事業所では対象外としているが、その範囲は広いため、今後は効果的な取り組みがなされることを期待したい。

株式会社仁張工作所「株式会社仁張工作所 2004年度環境レポート」

「EMS と QMS 一体化」ということで、社員の環境意識の向上、環境データの蓄積、内部監査体制の集約など、様々な面での効果を挙げている。今後、「総排水量の削減」で、「塗装前処理の水洗」「生活用水」面の取り組みを期待したい。また、本社東側の恩知川遊歩道の清掃活動、2004 年を環境元年としてステップアップを図るというトップのコメント等、環境への取り組みの積極性を強くアピールしている。

【テレビ環境CM部門】

大賞（環境大臣賞）

本田技研工業株式会社 「ランプカー・街」篇

「京都議定書が発効した年にふさわしい環境テレビCM。車をランプに見立てることでCO₂の排出を可視化したのはインパクトがあり、車の燃費のよさがCO₂削減につながるがよくわかる。またそれを実現した車に次々と変化することで、環境市場の充実と企業の環境への取り組み・メッセージがよく伝わった。

今回大賞に選ばれたが、決して車社会を肯定するものではない。環境のリバウンド効果が出ないように、乗りすぎには注意を促してほしい。

優秀賞（地球・人間環境フォーラム理事長賞）

大阪ガス株式会社 エネルギーPR「高効率」篇

「世の中豊かになっただけで言われているけど、それって将来の分を先に使っているだけじゃないのかい？豊かになった分、ちゃんと賢くなっているのかなー」の冒頭での北野武氏のコメント。環境問題の根底にある“持続可能性”(サステナビリティ)の哲理をこれほど分かりやすくかみくだいた表現はなく、環境CMの真骨頂をいっている。

株式会社カタログハウス 「通販生活 1998年秋の特大号 お見合い篇」

98年にオンエアされたゴミ分別をネタにしたやや古いCMだが、今でも十分に通用しそうなところが何とも悲しいことではある。容器包装リサイクル法が本格施行された翌年に、知る人ぞ知る“日本の分別男”漫画家やくみつると“環境派女優”市毛良枝(翌99年に環境省の環境カウンセラーに登録される)を起用したキャスティングの妙、たたみかけるテンポのよさ、そしてユーモア。秀逸である。カタログハウスの信念が生み出したCMといえよう。何を今頃になってと思う人もいるかもしれないが、今ここにテレビ環境CM優秀賞を贈ることに何のためらいもない。

キリンビバレッジ株式会社 「ありがとう」篇

15秒と短いCMながらも、シンプルでわかりやすく、メッセージ性があり、大人から子供まで、興味を引くよう工夫がなされている。ペコロジーという造語も印象深い。また、ペットボトルの捨て方も実際のアクションにより表現され(キャップとフィルムを外し、容器をつぶす)容易に理解できる。従来品より重量を3分の2軽量化した企業努力にも好感が持てる。消費者が環境配慮行動を起こす一つのきっかけとなる良好な作品である。

仙台市 「3つのRでゴミ減量/3Rの歌」篇

CMの重要な問題点は「カネが掛かる」ことである。このことが「CMは大量生産したものを大量消費させるための販促活動の主演」という前提に付帯するため、広告主企業を選別してきた。そして仙台市のCMは、その問題点を見事にクリアする例なのである。この安くつくったわりには効果的な15秒CMを、多分、テレビ局に安く提供させた時間枠にはめ込んでする広告(というより広報活動だが)に、他の自治体も見習うべきだと思われる。

松下電器産業株式会社 企業リサイクル「母と娘の冷蔵庫」篇

人や子供の成長を見続けてきた家電にも思い出は残る。家庭で最も使用頻度の高い冷蔵庫を通して、家族との暖かな関係が良く表現されているだけでなく、今日国際的にも注目されている「モットイナイ」という価値観と結びついていた「良い品を大切に長く使うこと」を冷蔵庫という分かりやすい例でメッセージ化できている。

更に「ありがとう」の気持ちがいつの間にか視聴者自身の気持ちとなり、家族を支えてくれた家電をリサイクルしたいという意識を高めている。まさに環境の「モットイナイ」と「蘇えり」のコラボレーションである。