

経営者「環境力」大賞発表会

事務局

先月号でもお伝えした通り、2月28日に開催した2013年度経営者「環境力」大賞顕彰式および発表会では、以下の6名の経営者（うち1名は代理）に環境力大賞を授与するとともに、授賞された経営者に、ご自身の環境力についてのお考えや実践されていることについてお話しいただきました。今月号は、受賞者の発表の内容をご紹介します。



受賞者集合写真

前段左側から：福田氏、林氏、長澤氏、石川氏、池田氏

後段左側から：藤村（当会共同代表）、井水氏（日刊工業新聞社取締役社長）、牧野氏（アースサポート株式会社常務取締役）、加藤（当会共同代表）

2013年度 「経営者「環境力」大賞」受賞者（五十音順）

池田 治子 氏	株式会社エコトラック	代表取締役	運輸業	大阪府門真市
石川 武 氏	三共精機株式会社	代表取締役社長	卸売・小売業	京都府京都市
尾崎 俊也 氏	アースサポート株式会社	代表取締役	廃棄物処理業	島根県松江市
長澤 利久 氏	株式会社はくばく	取締役会長	製造業	山梨県富士川町
林 英夫 氏	武州工業株式会社	代表取締役	製造業	東京都青梅市
福田 章一 氏	株式会社ウェルシィ	取締役（前代表取締役社長）	水処理業	東京都千代田区

池田 治子 氏

株式会社エコトラック 代表取締役

私どもエコトラックは大阪の門真市にある。地球社会の一員としての自覚を持ち、貨物運送における低公害車両の普及を通じて地球環境保全に取り組むことにより、企業市民としての社会的貢献を果たすという理念を持って1999年に設



立した。弊社は運送事業を行っており、最大の特徴は低公害車100%で業務を行っていること。CNG（Compressed Natural Gas）トラックという天然ガス車とハイブリッド車を使用している。

私は大学卒業後、百貨店に勤めていた。その時に、結婚、退職したのだが、当時、主人は株式会社ネットワークという小さな運送会社を経営していた。当時はディーゼルトラック5、6台の会社で、私も経営に参加した。一生懸命働き、会社の規模が20人くらいになったころ、娘がアトピー性皮膚炎を患い、その関係で個人的に環境を学ぶように

本事業は、西武信用金庫、カネパッケージ株式会社、公益財団法人損保ジャパン環境財団、住友生命保険相互会社の協賛を受けて実施しております。

なった。排ガスに含まれる有害物質がアトピーに関係する可能性があることを知り、環境問題に取り組まなければいけないと思った。

運送会社は、基本的にはゴミを出さない産業なので、排気ガスを何とかすれば完全なゴミゼロ産業になる。何とかならないものかと考えていた時、市民祭りの会場で天然ガストラックと出会った。排気ガスがクリーンだと聞き、そんな車があるのかと思ったが、試しに2台購入したところ、本当に排気ガス中の黒煙がゼロだった。その時、これからの運送会社は21世紀型の低公害車を使うべきだと感じた。ちょうど京都議定書が話題になり、尼崎公害訴訟が問題になりだした時で、メディアが環境経営について取り上げるようになっていた。当時はまだインフラはなかったが天然ガストラックという切り札が出てきた。私は、とにかく子供のアトピーを何とかしたいという思いで天然ガス車を導入した。

天然ガス自動車はCO2排出量がガソリン車より2～3割低く、NOx、COが少なく、黒煙がゼロ、SOxもゼロで地球環境に優しい車である。これからの運送業は、この車を普及させ使っていく使命がある。このように考え、天然ガス車だけの運送会社を作り、天然ガス車の普及に取り組むためエコトラックを設立した。21世紀、これからの企業は社会に貢献する企業でありたいと思うし、利益を出したらそれを社会に還元できる企業でありたい。また、企業個々の責任を取ればいいのではなく、企業は社会的責任を負っているのではないかと捉えていた。そして私どもは運送会社なので、第一に安全、そして環境、啓発、この3本を柱にしながら事業活動を進めていくと決めた。

天然ガス車の普及のための取り組みとして、地元のお祭りなど、イベントへの出展を行っている。その他にも天然ガス車の展示や、ブースの出展など普及に努めている。イベントだけでなく講演やフォーラムでは、実際にトラックを持ってきて、運送会社に説明をしたり、セミナーを開いたりしている。環境教育も行っており、創業当初から小学校に出向いて授業を行っている。小学校にトラ

ックを持ち込んで、エコトラックとディーゼル車との排ガス比較実験をのべ100校以上、1万人以上の子供たちに向けて行ってきた。これらを多く認めていただき、様々な賞を頂戴している。

弊社では「ecotruckers」をブランドにしようという取り組みをしている。弊社はエコカーしか導入していない。さらに、日本で市販のエコカーが無い大型トラックの分野においても、HKSというエンジンメーカーと共同開発したエンジンを積んだ大型天然ガストラックを導入している。この車輛は、排ガス規制が世界一厳しい日本においてもダントツに規制をクリアしており、これ以上排ガスがきれいな大型車はないと考えている。

車が一番のものを使用しているのなら、一番の車に一番のドライバーを乗せて一番のサービスをすればどこにも負けない会社作りができるのではないかと考え、若手の人材育成に取り組んでいる。私たちがなぜ環境に取り組むのかは、次世代に地球環境を引き継ぐためなので、人を育てることが一番重要だと考えている。「ecotruckers」のブログを作ったり、Face Bookも積極的に使い、業務だけにとらわれない生の声を載せているので覗いてみてほしい。一言で人を育てるといっても、時間と手間と忍耐強さが必要である。全体安全講習会も年2回行い、安全対策も色々取り入れて忍耐強く続けている。人材教育の中で、地域の警察と自転車前カゴひたくり防止カバーのボランティアも新入社員を中心に参加している。また、ecotruckersの5Sの約束としてSMART、素直、SMILE、SAFETY、SERVICEの5つを大切に考えている。

私どもの経営は環境経営という事業活動とCSRの社会活動を同じ力で推進している。これを最初から貫いて取り組んでいる企業である。

石川 武 氏

三共精機株式会社 代表取締役社長

三共精機は機械工具を扱っている商社である。創業は1948年で、私が3代目になる。京都に本社

をおくほか、滋賀と岡山でも事業活動しており、2010年からは北京でも事業を展開している。社員50人ほどの中小企業だが、ものづくりの課題解決業として社員一丸となって取り組んでいる。



私自身は、36歳の時に銀行から現在の会社に転職し、2009年から現職に就いている。弊社は、機械工具商社として切削工具や測定機器などをお客様に販売しているが、メーカーや問屋が作ったり卸したりしたものをお客様に販売する仕事で、ものづくりのための生産財を供給している。知名度は低いかもしれないが、日本工業が発展してきた陰に、このような企業、業界集団があることを知っていただきたい。

私どもの社是は「よく学び、よく働き、よく生きる」である。2005年に作った経営理念に「ものづくりの発展」と「地球環境の保全に貢献する」の2つを入れたことは大きなポイントだと思う。

「ものづくりの発展」だけをやってきたのが、三共精機のような企業のこれまでの在り方だった。60年間の歴史の中で「ものづくり」が発展してきた一方で、負の部分もある。「環境」が負の部分の一つになるのかもしれない。これからもう一段発展していこうと思った時、我々こそ負の部分に取り組んでいこうと考えた。

理念の3つ目に人材像をあげているが、発信の起点となれる人を必要な人材像としている。なぜなら我々は、情報を発信することが仕事であり、どんどん情報を発信できる人を育てたいからである。大切なことは「発信」と「連携」であり、このことが幸いにも今回の栄えある賞に繋がった。商社は右から左だとよく言われてしまうが、現場で見ていると決してそれだけではない。今、取り組んでいる仕事を丁寧に説明することで、新たな切り口で見られるようになる。そういうところに我々が次に歩んでいけるヒントがあると考えている。このことは、会社関係者、あるいは業界の人、

何より社員に知ってほしいと思って続けている。

我々の仕事にあるのは付加価値でなく、介在価値である。三共精機が介在することでお客様が何か得るものがある。ものづくりの課題解決ができるとお客様やメーカーの方が喜ぶ。それが社員のやりがいにつながったり、あるいは日本のものづくりが少し前に進んだりという貢献になる。そうすることで社員が成長し、課題解決の視点が一段上がってくる。視点が上がることで扱っている機械工具の勉強をするだけでなく、地球環境や人間生活、社会や歴史を学び、お客様の課題にどうアプローチしていくべきかを考える。それが、らせん状につながり、成長していくのではないか。人を介在して成長していけるスパイラルアップのビジネスモデルを続けていきたいと思っている。

創業60年期として会長からバトンを受け取った2008年から植林活動を継続して行っている。現会長は、「それまで一生懸命仕事をやってきたつもりでいたが、今では仕事をやらせてもらっていると感じる」と言う。50人規模の企業規模は、数字だけ見ると、ここ数年で設立したベンチャー企業と変わらないのかもしれない。しかし、我々は60年仕事をさせてもらっている企業なのだから、何かを返していきたいという思いが強い。つながりの森では「人と自然」「人と人」そして「未来と現在」がつながるものとして、「つながり」を表現している。

三共精機はもともと環境に負荷をかける活動が少ないため、我々ができることは発信することだけと考えた。これを見ることで多くの人が気付いて行動したり、活動に参加したりしてくれたらと思いい環境報告書を作成した。環境活動は環境商品を販売するなど数値化できるものと、活動をしている人の心根、実感といった数値化できないものがあり、その数値化できないものこそが大事だと考える。環境商品販売やエネルギーコストの削減など数値化できるものが『事業活動の成長』に関することであり、モデルフォレスト活動やEVの利用など数値化できないものが『心の育成』に関することである。私達の会社は、この『心』を持った

社員に事業活動の成長を実践してほしいと考えている。

持続可能な社会を作るのに大切なこととして、よく言われるのが経済、環境、社会の3本柱だが、私が手を打てるのは環境と社会で、経済はその結果だと思う。私は1966年生まれで、20世紀の終わりと21世紀の前半くらいに責任を持っている世代だと思っているが、小さい時から考えると今は夢のような社会である。この感覚は自分たちの世代だから持っているものであり、我々の感じたことを伝えていかなければならないと思っている。大事なことは科学技術とのつきあい方、人のあり方、自然への畏敬の3つを考えている。これらのことを少しでも次の世代に伝える活動ができたらと思っている。

長澤 利久 氏

株式会社はくばく 取締役会長

はくばくは山梨県にある会社で昭和16年に創業し、43歳の時に父が急死したため私が2代目を継いだ。それまでの会社の変化で一番大きかったのは、戦後の大麦小麦の委託加工の時代から統制排除により自由競争になったこと。原料は国から買うが売り先は自由となった。昭和20年代末、大麦は真っ黒い押し麦で、お米に無理やり入れていたため、麦に対する評価は低かった。そんな時に先代はこれから戦後の食糧難はなくなると考え、麦の真ん中からカッターを入れ、黒条線を切り取る技術を開発し、技術を高めて真っ白になった麦を全国に販売するようになった。白い麦の販売事業が昭和35年には完全に軌道に乗り、これが企業発展の原点になった。

経営を継いで、私が中心になって5カ年計画を作成した時、一番に思ったことは、社員が喜んで自分の息子を入社させる会社を作りたいというこ



とだった。喜んでできる仕事でないと会社は伸びないという思いが出発である。そこで、働きがいのある職場作り委員会を立ち上げたり、社内報を作ったりしている。毎月1日に発行している社内報は、現在では480号になる。常に読まれる社内報、社員の様子が見える社内報を心がけており、40年続いている社内報は、我が社にとって大きな歩みを持っていると思っている。

私が経営を継いだ頃、米の販売形態が従来の登録制から変わり、権利さえ持っていればスーパーにも出せるようになったため、米の卸業から代理店まで、ほんの数年の間に力を落としていった。当時、真っ白い麦にカルシウムとビタミン強化したものを北海道の米屋に売り込んだが全然ダメだったこともあった。また、時には九州地区で卸問屋だけでなくスーパーにも商品を持ち込んだりした。そうすると徐々に売りが上がってきたので、西から東京まで利益を度外視して、まず商品が売れることを大前提に事業を進めた。これにより、商品が食品問屋やスーパーに並ぶようになり、はくばくが食品メーカーとして認知されるようになった。

我が社は大麦業界では日本一の精麦メーカーになり、私自身一昨年まで全麦連の会長を10年間務めた。食糧庁が農政を直接管理から民間に手放した時代で、様々な問題に直面したが、制度改革の中で非常にいい仕事をさせていただいた。その時、アメリカに大麦の現地視察した際、もち大麦という麦の話聞いた。それは食物繊維が国内大麦の倍近くあり、おにぎりも作れる大麦だった。早速、その場で5,000tを買い付け、我が社で3,000tを引き受け、あとの2,000tを各地にばらまいた。学者だけでなくメディアなども交えて、大麦を育てるサポーターの会を作った。その様子をNHKが取り上げてくれたところ、瞬く間に在庫がなくなるくらいの反応があった。どんなにやっても伸びなかった大麦の市場が50年ぶりに活性化した。

老舗の経営はただ同じものを出すだけでなく、代が変われば経営理念の中に新しいものを吹き込む必要がある。先代の信念は信用。会社の信用、

人の信用、商品の信用を築くというのを社是にしてやっている。我が社は、穀物の新しい価値を作って穀物を通じた「基本食の感動的価値の創造」を合言葉にしている。基本食の新たな価値を創造して人々の健康と豊かな食生活を実現するために、絶えず理念を浸透させていくことが大事だと思っている。

経営が厳しくなったときに、外部の知恵を借りることも大事だと思っている。目に見えない人材や技術力といった資産を大切にしていくこと。そしてそれを育てていくことが大事だと思っている。そのためには熱い思いを持って、追い続ける必要があるが、そうした中で苦しい時に外部の支援があることが大事で、外部のマネジメントを受けることも必要になってくる。

山梨で自社の小麦粉を使ったうどんそばを作っていたが、売り上げは芳しくない。どうしたら売れるのかと思った時に、そばは五感で味わうもので、最適の立地で作らなければならないと考えた。戸隠そばからヒントを得て、標高が800m以上あり寒暖差があるところで作ればおいしいと考え、信州開田高原に工場を建てた。企業もそれにふさわしい立地を選ぶことも重要で、おかげさまで黒字経営となっている。

これからはくばくらしさ、オンリーワンの個性を磨くことが大事だと思う。その企業がなんたるかというアイデンティティを作ることを今でも強く考えながらやっている。

林 英夫 氏

武州工業株式会社 代表取締役

「環境力を改めて考えてみた時に、私は本当に環境力を発揮してきたのかという疑問があるが、日本でものづくりを継続して行ってきた結果、環境にも優しくなったのだ



と思う。環境に優しいものづくりは武州工業の3つのものづくり理念、「道具を作る」「人に任せる」「人を信頼する」に裏打ちされている。

「道具を作る」とは、日本の伝統工芸では今も職人が自分で使いやすい道具を作ったものづくりをしている様に自社にて自分たちに必要最低限な生産設備を製作するという。これは市場より購入する設備が武州工業にて生産する部品に対し設備仕様がオーバースペックかつ、大型であることに非効率を感じた為、実践していることである。国土の狭い日本で効率の良い生産性を確保する為にはコンパクトな省力化された設備を最適なレイアウトで設置することが重要であり、それが現在では「省エネ」として環境に貢献しているのだと思う。

また、生産設備を自社にて製作することは企業経営にも優しいことである。お客様の部品の仕様に合わせ、自社にてカスタマイズした設備は一般市場より同等スペックの設備を購入する場合と比べ、投資額を1/4にまで抑えることが可能である。設備の償却負担を自社の力を使って抑えることが日本国内での継続的なものづくりを成り立たせている源泉である。

「人に任せる」は、武州工業のものづくり理念を実践できる職人（多能工）にいち早くなってほしいとの考えを基づいた自主性を活性化させるための教育プログラムと呼べる。その一環として武州工業ではアルミのロウ付けと呼ばれる一般的には難しい（熟練を要する）とされる溶接を入社時の必修としている。アルミのロウ付けは武州工業においても難易度の高い加工技術である為、右も左も分からない新入社員でもやればできるという経験の場を与えることにより、その他の技術習熟や品質を守る活動、他部署とクロスファンクショナルへの積極参加を促す仕組みづくりも充実させている。また理念の継続に重要なのは「人材」といえる。

「人を信頼する」は、武州工業の生産方式における特徴の一つである「一個流し生産」と「3Z保証」と呼ばれる工程内品質保証の仕組みに集約さ

れている。1個流しとは複数の工程を円状に配置し、一人の作業者が掛け持ち作業を行うことにより完成品が一つできるという生産方式。武州工業ではこの1個流しの生産ラインの中に「作らず」、「流さず」、「受け取らず」からなる3Z保証を取り入れ、一人の作業者が生産者兼品質保証責任者という生産体制を構築し、不良品を作らない、万が一設備トラブル等で不良品を作ってしまった場合には1個で止めるという活動を製造現場にて続けている。これは生産現場における「ムダ」を徹底的に抑制することにより材料、エネルギー等の資源の浪費を止めるという点で環境負荷の軽減に貢献している。

このような武州工業の取組みは環境力大賞だけではなく多方面からも評価を受け、2012年に東京商工会議所より「勇気ある経営大賞」を受賞した。継続的に武州工業ならではの経営を続けてきた結果が環境、企業経営の両方の側面より評価され各表彰を頂けたのだと思った。

現在、武州工業の従業員は130人で、平均年齢は33歳と若い。創業より生産する部品の大部分は自動車関連であったが、2009年より医療機器関連向けの売上が伸びてきている。今後も日本で仕事をする決意表明と医療機器部品の製造現場として最低限必要な清潔な製造環境を確保する為、2013年3月に次世代のモデル工場となるような太陽光パネルやガス発電、排熱利用、雨水利用システムなど環境に配慮した最新の設備を導入した工場が竣工し、稼働している。

また、最近ではグッドデザイン賞を受賞した製品の筐体部分のパイプの加工を担当するなど、新たな分野の開拓にも力を入れている。2014年1月に行われた中小企業の技術とデザイナーがコラボレーションし自社製品を製作することを目的とした東京ビジネスデザインアワードにて、パイプを使った知育玩具「Pipegram(パイプグラム)」が最優秀賞を受賞し、2014年度には製品化を視野に入れ開発も始まった。

これからも日本で環境に配慮したものづくりが出来るように更なる努力を重ねていく所存である。

福田 章一 氏

株式会社ウェルシィ 取締役

ウェルシィは水処理の事業を中心に行っている。水処理の中でも特に地下水の飲料化ビジネスが柱になっている。最近ではこれまでの経験を踏まえながら排水処理の分野なども手掛ける

ようになった。本社は千代田区にあり、全国をテリトリーとし、海外では上海に駐在所を設けている。また2つの研究所を持ち、中央研究所では水処理技術の研究を、厚生労働省登録の日本エコロジィ研究所では水質分析を行っている。設立は1985年11月で、今年で29期目を迎えている。

社員は140名、主要株主は三菱レイヨン、伊藤忠プラントック、3大メガバンクなどの有力企業である。営業品目は、地下水膜ろ過システムの他に工業用水の飲料化システム、排水処理システム、災害時非常用浄水装置、非常用発電機なども取り扱っている。

ウェルシィは、四半世紀近く私が代表を務めてきた。私自身、気が付いてみれば74歳になっていた。朝礼で私は社員にいつもリスク管理をしなければならないと言ってきたが、「会社のリスクで一番大きいのは社長自身では」、と思った社員もいただろう。今後について考えていた時、以前よりお世話になっていた三菱レイヨンから買収のお誘いがあり、昨年12月16日に社長を退いた。

社長を退いて感じたこととして、社長業は精神的にも肉体的にも重圧を感じながらやっていたということだった。というのも12月16日にバトンタッチをして、2か月半が経とうとしているが、この間、精神的にもものすごく楽に仕事を進められている。社長を辞めてこんなに元気になるのか、こんなに疲れないのかと心底思っている。代表の時から海外に行く機会が多く、帰ってくると疲れきってしまっていた時もあったが、退いてからは、





そういうことが一切なくなった。バトンタッチをした後の経験はなかなかできないのではないかと
思う。

我々は地下水を飲料化するビジネスを主として
行っているが、私の子供のころは井戸を使っていたので地下水は全部飲めると思っていた。そして
このビジネスを始めたが、思うようにいかず苦労
をした。しかし、根気よく技術開発を続けている
うちに確立され、今では水のビジネスに大きな生
きがいを感じている。

国内はもちろんのこと、ASEAN、アフリカなど
色々なところに行ってみると、どこでも水で苦労
している。飲料水について当然苦労しているが、
排水処理も技術が乏しくひどい状況になっている。
このような現状を踏まえ、海外に我々の技術を提
供することによって、人々が生活するための水の
確保、特に飲料水の確保をやっていきいたいという
強い思いがあった。そのためには、やはり資本が
必要だということで三菱レイヨンへの譲渡、バト
ンタッチをさせていただいた。

水のビジネスを始めてずっと考えていることは、
地球は生きていくということ。人間であれば、生
きているなら血液の循環が必要。地球にとってそ
の血液は何だろうと考えると「水」しかないと思
っている。私の持論であるが、10年以上前から異
常気象が当たり前になる時代がくるのではないかと
考えていた。道路や建物をコンクリートで覆い、
雨が降っても地下に浸透せず、水の循環がおかし
くなっている。ある地域では豪雨で苦しみ、ある
地域では砂漠化が進む。血液である水の循環がう
まくいっていないから異常気象が起こっていると

私は考えている。これを何としても改善しなければ
ならないという思いで環境問題を真剣にとらえ
て、ウェルシィを創業した29年前から「地球環境
の向上」を目指し、これを社是に掲げてやってき
た。さらに海外の水不足に何とか役に立ちたいと
いう強い思いでやっている。2025年頃には40億の
人が水不足で困る時代が来ると言われている。そ
ういう意味でも微力ではあるが、何とかお手伝い
したいという強い思いを持って取り組んでいる。

牧野 正剛 氏

アースサポート株式会社 常務取締役

(尾崎俊也氏代理)

尾崎の受賞に際しての思いを2点ほど伝えさせ
て頂く。

1点目は、「環境力」大賞の12の評価項目が常日
頃意識している内容であったこと。今回、自己評
価をすることにより、改めて自分自身の意識付け
ができた。また、会社の方向性がこの賞を通じて
客観的に評価されたことを、素直に嬉しく思い、
感謝している。

2点目は、今回の受賞を社員が仕事の励みにな
ると言ってくれたこと。弊社の仕事は廃棄物の処
理やリサイクルを行うことであり、経営層、廃棄
物に触れる現場職、お客様に接する営業職は、環
境に貢献していることを実感しているが、事務職
は日常業務が環境に貢献していることを実感しに
くいという一面があり、そのような声を聞いている。
今回、自分自身が受賞したことよりも、今回の
受賞を社員が喜び、誇りと今後の励みになると
言ってくれたことが、何よりも嬉しいと感じてい
る。



経営者「環境力」大賞を終えて

庄司 元 (しょうじ はじめ/経営者「環境力」大賞事務局)

第6回「経営者『環境力』大賞」の顕彰式も無事終え、今回もこれまでと同様、環境文明21が提唱する「環境力」溢れる経営者の方々と広く世間にご紹介することができたと思っています。これもひとえに、本会会員並びにご関係者皆さまのご協力の賜です。事務局一同心からお礼申し上げます。

今回でこの「経営者『環境力』大賞」受賞者は36名になりました。この36名の方々の自己評価の状況を、年度別、評価項目別に一覧表に整理してみました。この表からは様々なことが分析できると思いますが、その詳細の解析は別の機会に譲るとして、12の自己評価項目でどの項目の評価点が高かったのか、言い換えれば、どの項目にこの36名の経営者の方々は自信を持っていらっしゃるのを見比べてみます。ベスト3は、最高が「No.4他社との協働による課題解決力」で4.74、第2位が「No.1情報の公開と公平な競争を図る意志」と「No.7経済と環境の一体化を図る意志」で共に4.66です。この三つの項目は、一般的には経営あるいは経営者の評価項目には上げられない、環境力大賞ならではの評価項目です。これを更に上位5番目まで広げると第3位が「No.12 NPO等全ステークホルダーとのコミュニケーション力」で4.64、第4位は「No.3時代潮流を洞察・先取する力」4.53、第5位は「No.6地域社会との交流・伝統・文化の尊重」と「No.11人知の及ばない大いなるものへの畏敬」で共に4.50となっています。

こうして見ると、第4位になった「No.3時代潮流を洞察・先取する力」（これは通常の経営者の評価項目にも入ると思います）を除いては、経営者に求められる資質には通常入れられていない項目の自己評価点が高くなっているのが解ります。こうして見ると、この36名の方々はまさに環境文明21

が求める経営者の資質を十分に理解し、それを具体的に経営に活かしている方々ということができます。

2013年度を含めてこれまで6回の「経営者『環境力』大賞」の顕彰者を発表してまいりましたが、それだけでは、環境文明21がこの顕彰制度を創設した意味を果せていないと思っています。私たちは、こうした環境力を発揮して会社経営で優れた業績を上げている経営者がいらっしゃること、環境と経済を一体化する中でも経営を立派に成り立たせている経営者がいらっしゃることを示し、一人でも多くの環境力に富んだ企業経営が増えていくことを願っているのです。そのことで環境文明21が唱える環境文明社会の構築に寄与したいと考えているのです。

そのためにこれからは、36名の方々のご協力をいただいて、環境力に溢れた企業経営に関しての情報発信を強めていかねばならない、そのための情報発信の場をつくっていかねばならないと考えています。その情報発信の場として、この「経営者『環境力』大賞」受賞者のネットワークをつくり、環境力に溢れた経営情報を広く、かつ濃密に発信していけたらと考えています。

	2008 (第1回)	2009 (第2回)	2010 (第3回)	2011 (第4回)	2012 (第5回)	2013 (第6回)	6回 平均
1 情報の公開・公平な競争	4.14	5	4.4	5	4.71	4.71	4.66
2 100年先の企業価値の設定	4.14	4.5	4.4	4.8	4.71	4.29	4.47
3 時代潮流を洞察・先取する力	4.14	4.67	4.4	4.8	4.57	4.57	4.53
4 他社との協働による課題解決力	4.57	4.83	4.4	4.8	5	4.86	4.74
5 自社で働く意欲を高める力	4.43	4.67	3.6	4.8	4.29	4.57	4.39
6 地域社会との交流・伝統・文化の尊重	4.43	4.5	4.2	4.6	4.86	4.43	4.50
7 経済・環境の一体化への意志	4.43	4.83	4.6	4.8	4.86	4.43	4.66
8 事業を大きく過ぎない勇気	4	5	3.8	4.6	4.14	4.00	4.26
9 科学を理解、経営に活かす力	4	4.67	4	4.4	4.43	3.86	4.23
10 技術動向を経営に繋げる力	3.86	4.67	4.6	4.4	4.57	4.14	4.37
11 人知の及ばない大いなるものへの畏敬	4.71	5	3.8	4.6	4.43	4.43	4.50
12 NPO等全ステークホルダーとのコミュニケーション力	4.57	4.83	4.2	4.8	4.71	4.71	4.64
各年度の1項目あたりの平均点	4.29	4.36	4.2	4.7	4.61	4.46	4.44