

# 「JAFRA環境方針」と環境への具体的な取り組み についてのアンケート

## 結果報告書

平成29年3月

公益社団法人日本鉄道広告協会

環境委員会

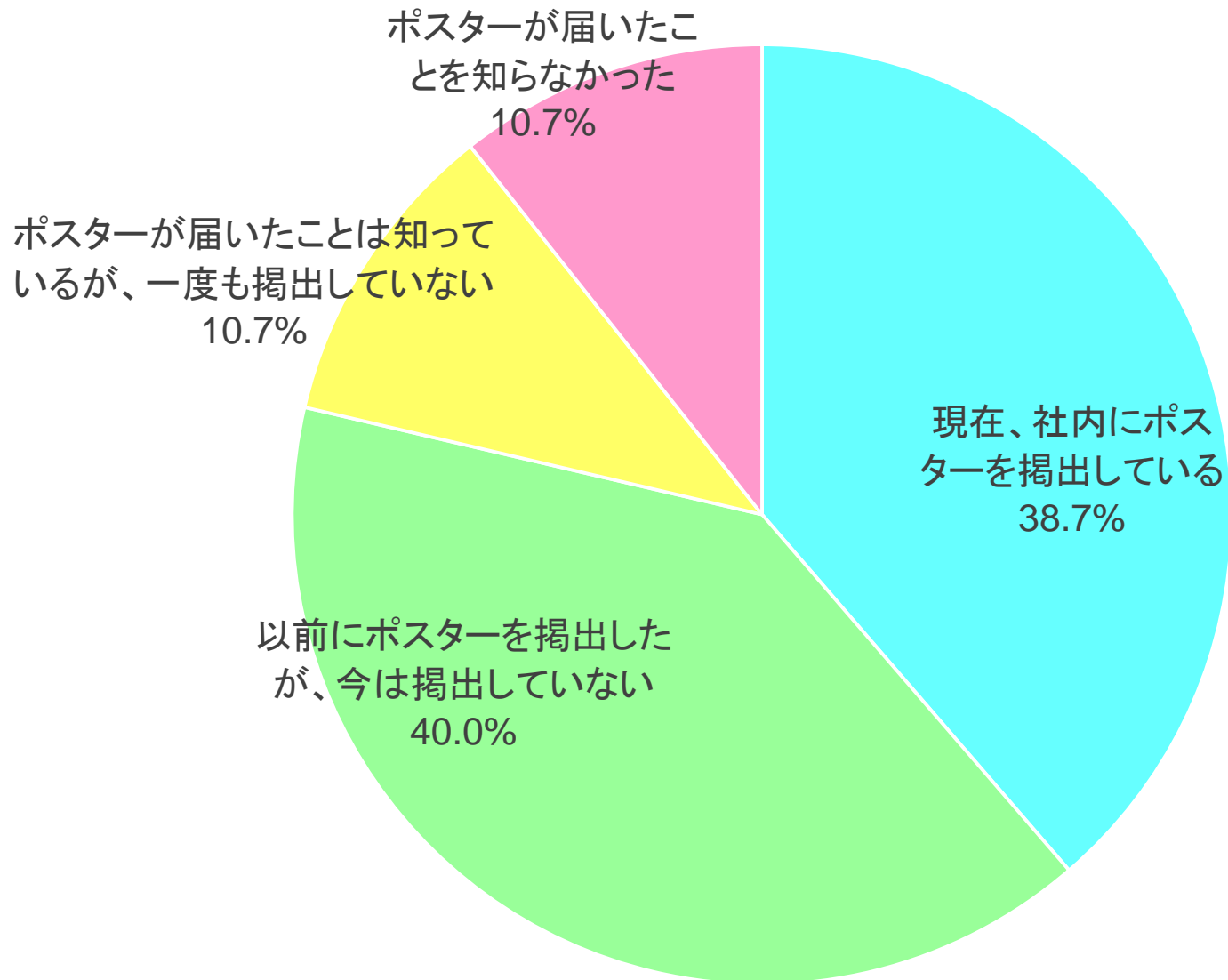
## 調査の目的

JAFRA会員各社様における「JAFRA環境方針」ポスターの掲出状況、カードの活用状況、および環境対策への取り組み状況等を把握し、今後の環境問題への対応に役立てる。

- |        |                                      |
|--------|--------------------------------------|
| ◆調査対象者 | JAFRA会員各社 323社                       |
| ◆調査期間  | 平成28年12月1日(木)～12月19日(月)              |
| ◆有効回答数 | 75サンプル (回収率 23.2%)                   |
| ◆調査方法  | 郵送調査<br>※「JAFRA NEWS」郵送時にアンケート用紙を同封。 |

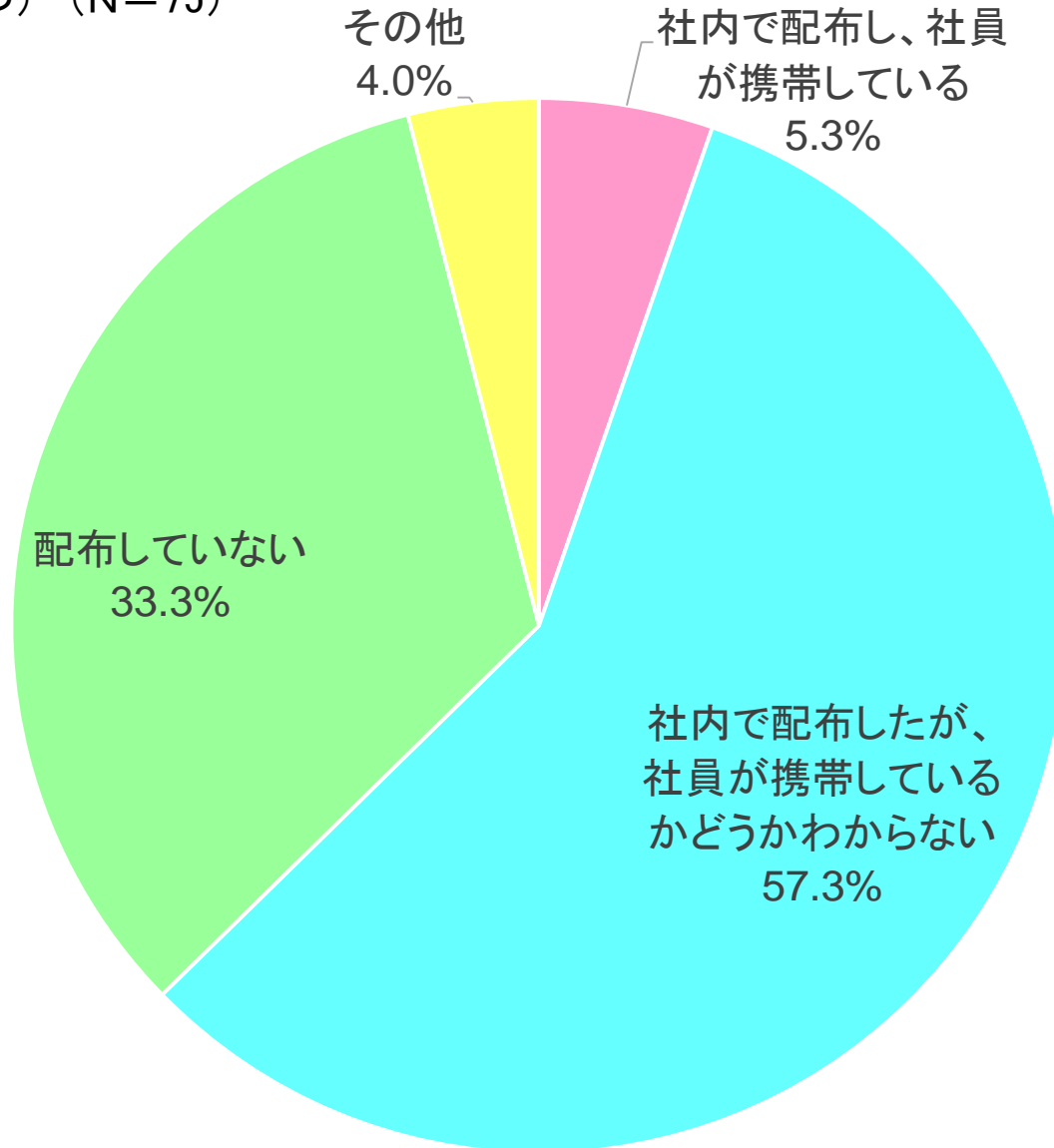
Q1.お配りした「JAFRA環境方針」ポスター（別紙参照）の掲出状況についてお聞かせください。

（いずれか1つ）（N=75）



- 平成27年4月に配布した「JAFRA環境方針」ポスターの掲出状況について、「現在、社内にポスターを掲出している」が38.7%、「以前にポスターを掲出したが、今は掲出していない」が40.0%と、掲出した会社は全体の78.7%を占めた。
- 平成25年12月の前回調査と比較すると、「現在、社内にポスターを掲出している」が27.8%から10.9%増、「以前にポスターを掲出したが、今は掲出していない」が36.7%から3.3%増となり、掲出した会社は64.5%から14.2%増加した。

Q2.同時に配布しました「JAFRA環境方針」カード(ポケットサイズ)の活用状況についてお聞かせください。(いずれか1つ) (N=75)

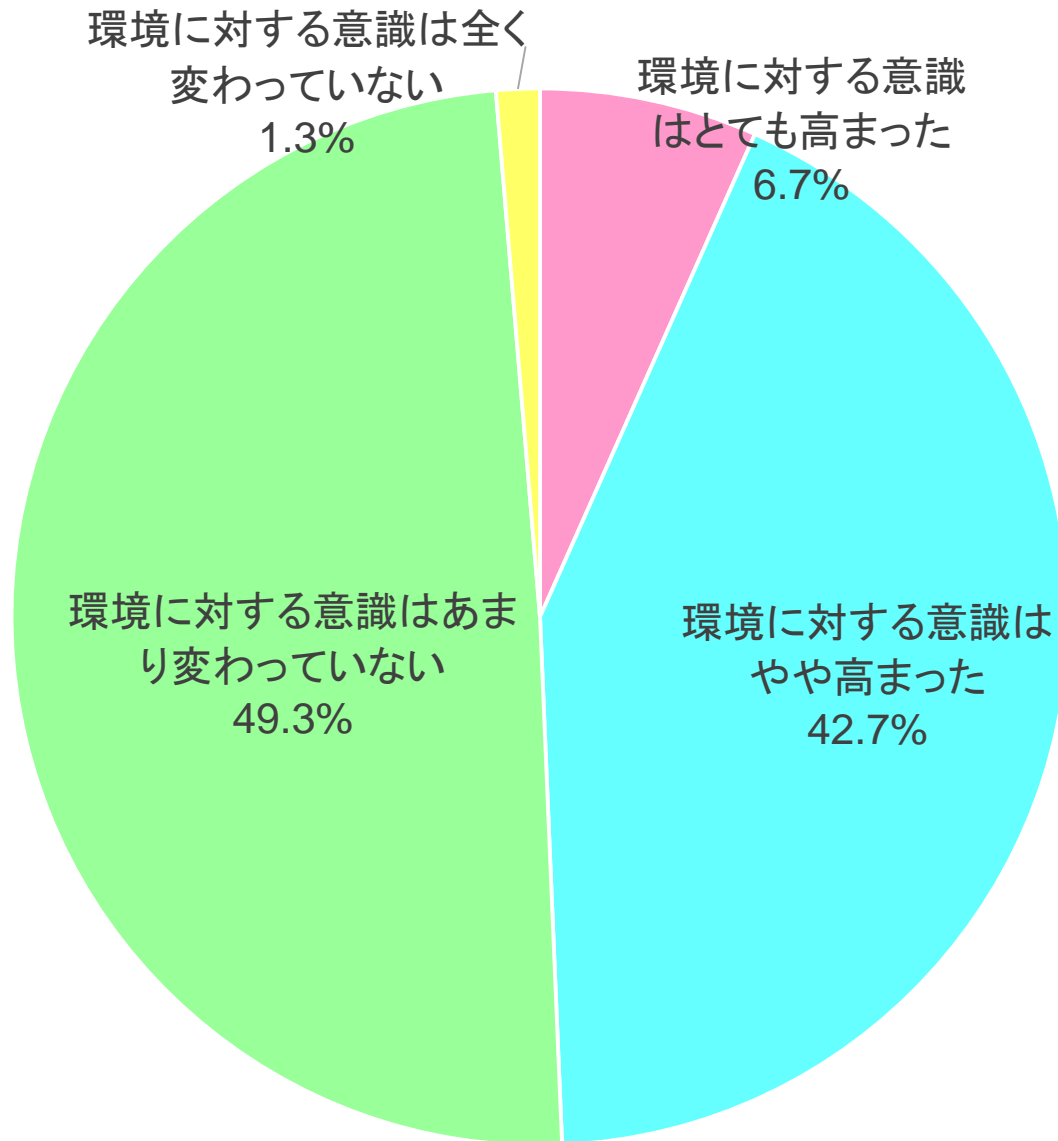


- 平成27年4月に配布した「JAFRA環境方針」カードの活用状況について、「社内で配布し、社員が携帯している」が5.3%、「社内で配布したが、社員が携帯しているかどうか分からない」が57.3%と、配布した会社は全体の62.6%を占めた。

#### 「その他」の回答

- ・到着が確認できなかった。
- ・配布された枚数に限りがあり一部の社員のみ携帯している。
- ・カードが届いたことを認識していなかった。

Q3.「JAFRA環境方針」策定から4年が経過しましたが、社内において環境問題に対する意識に変化はありましたか。(いずれか1つ) (N=75)



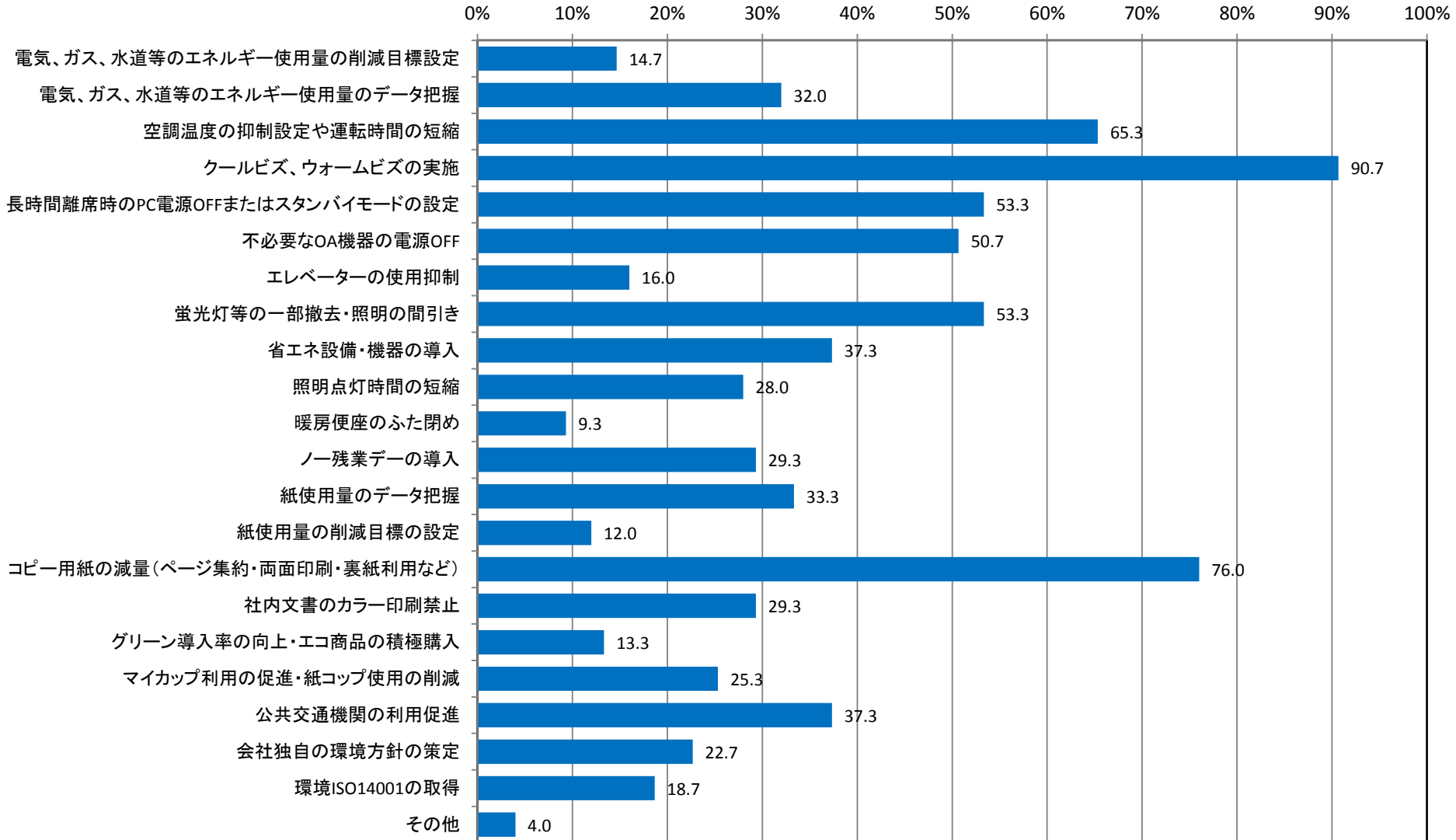
- 「JAFRA環境方針」策定から4年が経過し、社内において環境問題に対する意識に変化があったかどうか聞いたところ、「環境に対する意識はとても高まった」が6.7%、「環境に対する意識はやや高まった」が42.7%と、約5割近い会社に良好な変化が見られた。
- 3年前の前回調査と比較すると、「環境に対する意識はとても高まった」が3.3%から3.4%増、「やや高まった」が35.6%から7.1%増と、環境意識が高まった会社は38.9%から10.5%増となった。



# 4.会社で取り組んでいる環境施策(1)

Q4.現在、あなたの会社で取り組んでいる環境施策をお聞かせください。(複数回答可)

(N=75)

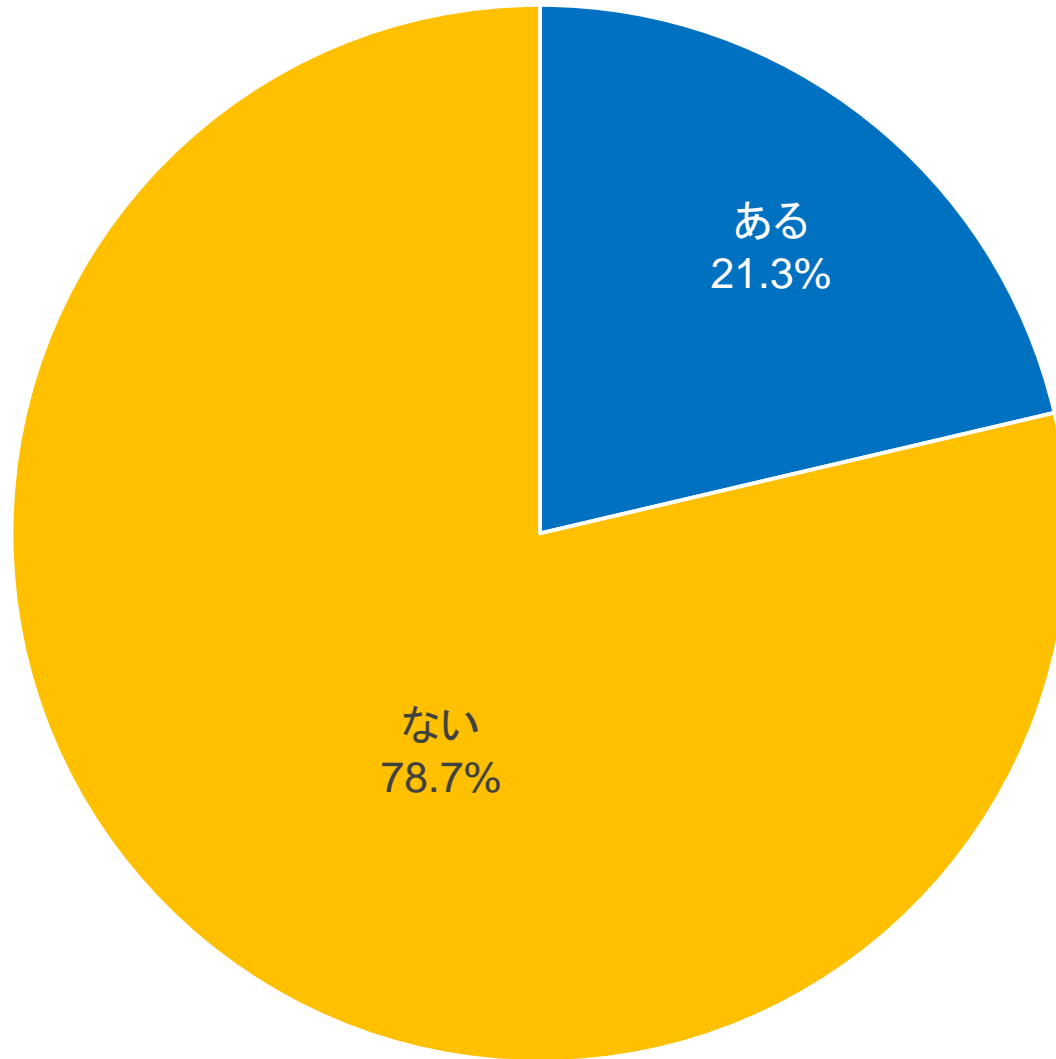


●現在、会社で取り組んでいる環境施策について聞いたところ、「クールビズ、ウォームビズの実施」が90.7%でトップ、次いで「コピー用紙の減量」76.0%、「空調温度の抑制設定や運転時間の短縮」65.3%の順で、トップ3は前回調査と同じだった。

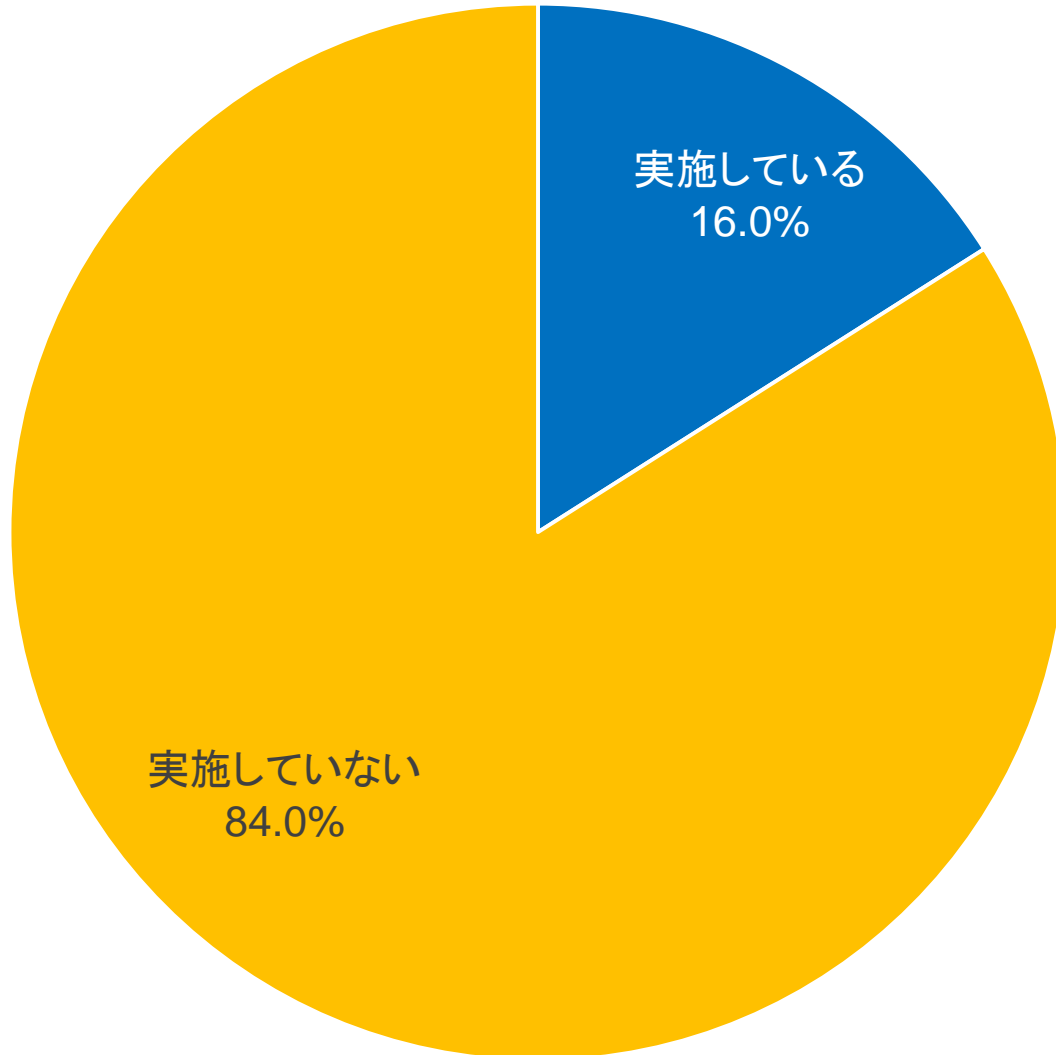
#### 「その他」の回答

- ・環境に優しい企画の提案を目標に掲げて推進。
- ・月一社内清掃日を決めて実行している。
- ・昼休みの照明を一部消灯。

Q5.あなたの会社では環境施策を行う専門の部署がありますか。(いずれか1つ)  
(N=75)



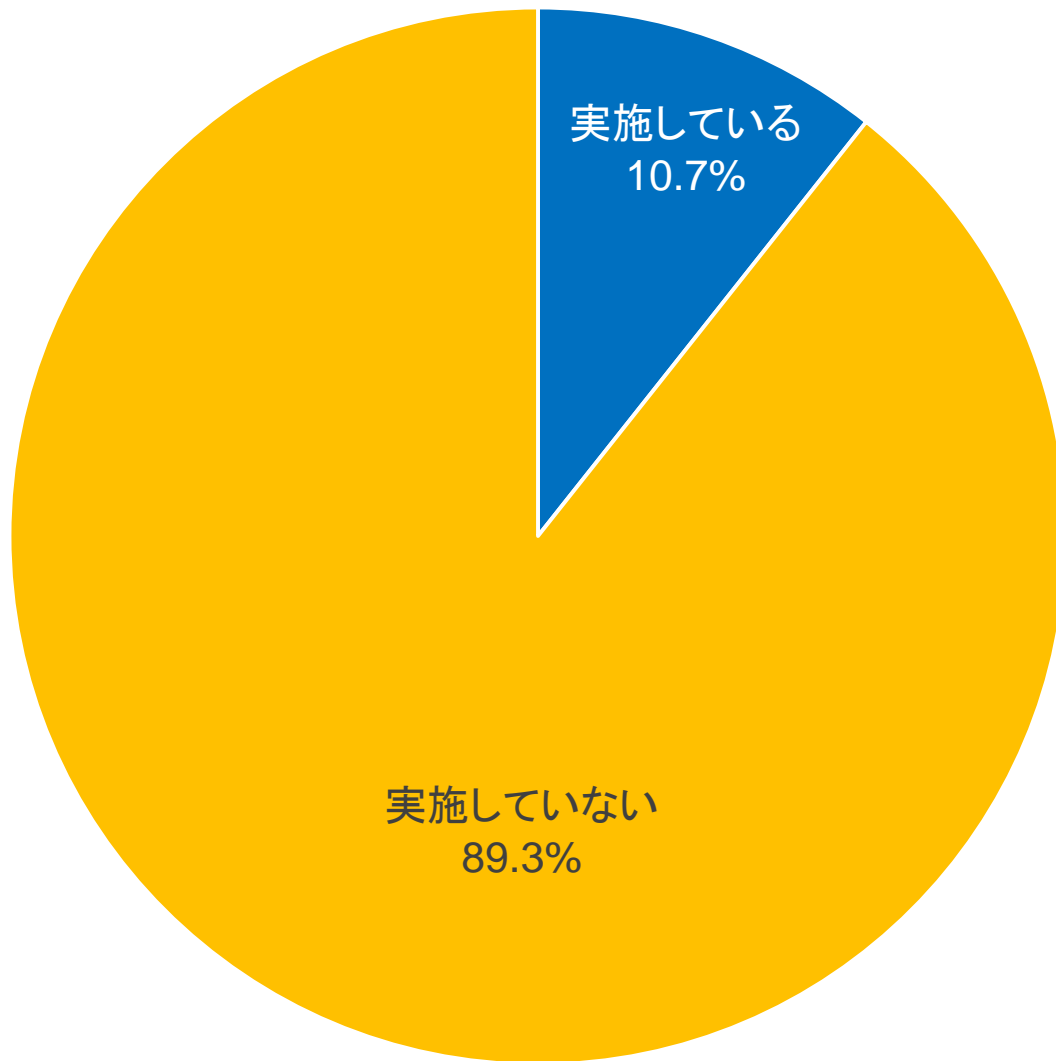
Q6.あなたの会社では環境に関する研修会を定期的に行っていますか。(いずれか1つ)  
(N=75)



Q7.あなたの会社では環境に関するテストを実施していますか。(いずれか1つ)

P.13

(N=75)



●環境に対する取り組みとして、「環境施策を行う専門の部署がある」と回答した会社は、全体の21.3%、「環境に関する研修会を定期的実施している」会社は、全体の16.0%、「環境に関するテストを実施している」会社は、全体の10.7%、という結果となった。

Q8.あなたの会社で取り組んでいる環境施策について具体的にお聞かせください。

\* 事例としてまとめて紹介する予定ですので記載ご協力ください。(フリーアンサー)

例:年2回全社員を対象に環境研究会を実施している。

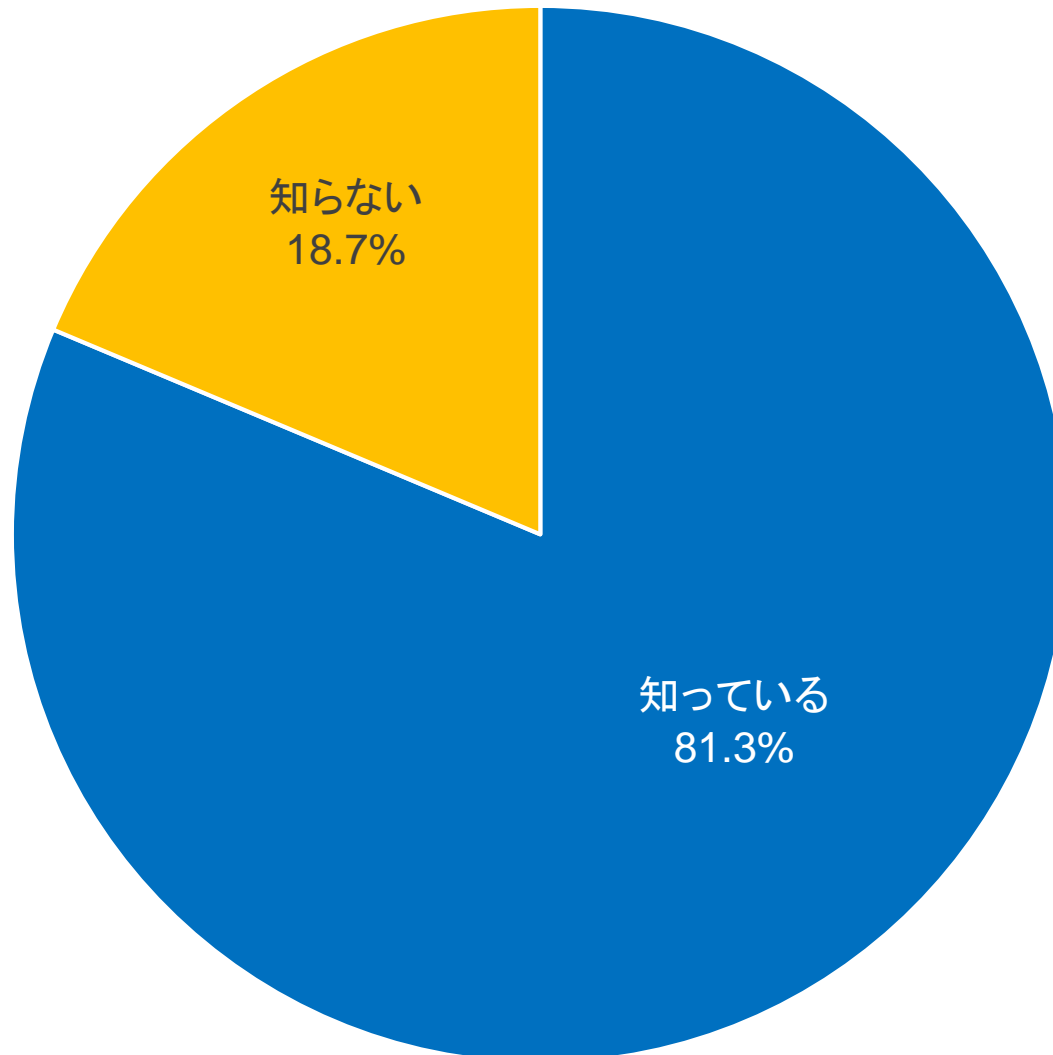
- ・ 月1回の会議の中で、前月中に大きな成果があった案件を発表している。会議は毎月、月初に実施。又、新しい提案を随時募っており、会社として施策を実施した方が良いと判断され実行された場合、提案した社員に対して報賞制度がある。
- ・ 会社として、環境方針を策定し、行動方針に基づき全社員が取り組んでおります。・本社(自社ビル)の各フロアの全ての照明を蛍光灯からLED化(2016.1.20)を行った。26.9万円/年、46.7kwh/年の電力削減を行った。
- ・ 富士フイルム及び関係会社では、中期環境方針(富士フイルムグリーンポリシー)の徹底に向けて環境に関する基礎知識の習得や環境問題などへの理解を深めるため e-ラーニングを年1回実施しています。
- ・ クールビズ、ウォームビズの推進。照明のLED化。エアコンの規定温度設定。コピー用紙の削減など毎年の通知、通達による、告知をおこなっている。
- ・ ①地球温暖化防止の取り組み(省エネ)・・・車両や駅の省エネルギー化 ②循環型社会構築への貢献(省資源)・・・ごみや工事廃棄物の削減・再利用 ③環境マネジメントシステム(EMS)の推進(環境リスクの回避)・・・各職場における日常的取組 ④地域・自然との共生・・・沿線の環境保護
- ・ CSR報告書の発行(年1回) ・鉄道における回生ブレーキやLED照明の導入など省エネルギーの取り組み ・弾性分岐器やロングレールの採用など騒音、振動対策 ・薄膜太陽光発電システムの導入
- ・ 緑化活動を支援する「みど\*リンク」アクションを展開。 Ex.沿線地域の皆様に苗木をプレゼントする「緑のプレゼント」活動。 駅の電飾広告看板に環境負荷の少ないLED光源を開発・導入。 など
- ・ 社長を課長とする「環境戦略会議」の設置 ・「電通グループエコ・プログラム」の導入 ・社員の「Eco検定」資格取得を支援 ・環境スローガンの募集とポスター製作 ・LED照明、中水造水設備等省エネルギーシステムの導入

- ・ 取得している I S O 14001 の規格に準拠した次の事項を実地しています。 ①環境マネジメントシステムの推進体制を整備し、環境会議を定期的開催 ②環境法規制に関する規程を作成し、周知及び順守評価 ③環境方針と環境目標を設定し、推進、測定、改善（P D C A サイクルによる運用） ④環境教育を二ーズに合せて実地 ⑤環境規程と記録に基づく運用管理 ⑥内部環境監査の実地（年度毎） ⑦マネジメントレビューの実地（年度毎）
- ・ H C 傘下の中核事業会社の一つである博報堂が実地している環境配慮啓発施策を共有している。
- ・ 環境整備実行委員会を組織し、盆、暮れの大掃除以外に月一清掃日を決めて毎月実地している。
- ・ 社内において、クールビズ、ウォームビズを実施し、空調温度の抑制に努めている。
- ・ エコドライブ推進の為に、社用車全ての運転席にエコドライブを促すサインを設置。
- ・ 不定期だがeラーニング（PCによる理解度テスト）を実施している。
- ・ 毎年4月～10月の期間、近隣のゴミ拾いを全社員の当番制で実施しています。
- ・ 環境に配慮した取り組みの推進を「環境報告書」にまとめています。
  - ・ 環境負荷の少ない東海道新幹線を利用した「Eco出張」の実践
  - ・ 広告媒体:二酸化炭素排出量の低いLED化の推進、「デジタルサイネージ」の積極的導入
  - ・ リサイクル事務用品の優先購入
- ・ 会社内の蛍光灯等照明をこまめに消すこと
- ・ 不必要なカラーコピーはモノクロにする等、行っているが「エコ」よりも節減対策の意味合いの方がウェートを占めている。
- ・ 電気はこまめに消すことを徹底しています。
- ・ 蛍光灯の一部間引き
- ・ 環境に関するeラーニング実施
- ・ 事務所の電気代、ガス、水道の節約
- ・ 研修会の実施 年1回
- ・ クールビズ等、自主的に行っている為、特別に講習等は設けていない。
- ・ 残念ながら特別の取組みはやっていません。毎週水曜日をノー残業デーと設定し、本、支社で定時退社をするよう取組んでいます。
- ・ エコキャップ 紙使用料の把握
- ・ クールビズの実施 裏紙利用、両面印刷等のコピー用紙減量の取り組み
- ・ Q4に記載されていることを中心に取り組んでいます。



- ・ 特別な事はしておりません。月並みですが、コピー用紙の両面使用、蛍光灯の間引き程度です。
- ・ 環境問題は今後検討していく予定である。
- ・ 支社であり社員も少数のため取り組みは行っていません。
- ・ 冷暖房管理がビル管理会社による、中央制御になっておりビル管理のルールに従うため、一会社独自の環境施策としては、行いにくい。
- ・ 環境に関する研究は、現在行っていませんが、将来的には、社内で実施しなければならないと、思っています。

Q9.あなたはJAFRAで毎年8月に実施している「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」についてご存知ですか。(いずれか1つ) (N=75)



●JAFRAで毎年実施している「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」の認知について聞いたところ、全体の8割が「知っている」と回答した。

- ・著名な先生方のインパクトのあるデザインで構成されており、そのポスターが車内、駅ポスター、デジタルサイネージに表現されている、すばらしいキャンペーンと思う。今後もぜひ続けていって頂きたい。地球温暖化防止の啓蒙にも役立っていると思える。また、媒体価値の向上にも大変役立っていると思う。
- ・デザインが斬新でインパクトがあり、好印象でした。
- ・公共性の高い、または環境に良い鉄道の駅において実施していることに意義があり、良いことだと思う。
- ・省エネ交通機関である鉄道会社か、夏休みの時期に旅行する利用者に「地球温暖化防止」のキャンペーンを行うことは、効果的なキャンペーンと考えています。
- ・ポスター掲出にあたり色分けで判別しやすく助かっております。
- ・一流の芸術家による環境啓発キャンペーンとして、注目も高いと思います。
- ・35社局という多くの鉄道会社で展開されていて、いろいろな場所でキャンペーンを見かけました。今後も是非続けてほしいと思います。
- ・すばらしいキャンペーンだと考えます。今後も継続して皆さんに知れ渡るよう徹底を図って下さい。
- ・今後も継続して行ってください。
- ・キャンペーンポスターの使用デザイン(作家)が毎年同じ様で、拝見する度に、またこの季節になったなと思う。