

地域とできるだけダイレクトに交流する 社内の体制づくりよりも重要な環境教育

環境教育プログラムなど受動的な教育を行うよりも、積極的に地域にかかわり、対応していく過程そのものが環境教育になるのではないかと説く西宮氏。企業にとっての環境教育と地域コミュニケーションとの関係とは。

ダイナックス都市環境研究所

教育プログラムより重要？ 地域への対応が環境教育

一般的に企業の環境意識は高まってきたいて、その中で、地域とのコミュニケーションが進んでいます。

地域の方々は何を望んでいるのか、何に疑問をもっているのかを受け止めていく。実際に地域の方々ととのやり取りの中で、地域の声を吸い上げ、それに対応していく過程そのものが、ある種の環境教育であり、重要なプロセスではないかと思えます。地域とできるだけダイレクトに交流しあうことが、社内の体制づくりよりも重要な環境教育かもしれません。

地域との双方向のコミュニケーションができれば、次はそれを社内のどのよう消化していくか、そのための体制づくりが必要になります。社内で環境教育を推進していくのであれば、地域とのコミュニケーションから出てきた意見、要望などを社内で上手に消化していくための体制が必要なのではないかと思えます。地域からの声を消化し、応えていく過程が、企業としての環境教育になるのではないかと思います。

大手企業の中には積極的な環境活動を強調していて、流通ではイオングループやセブンイレブンが、地域コミュニケーションを積極的に行い、社会的評価を高めています。流通は、地域に密着しており、地域に受け入れられるかどうかは、経営と直結するかなり大きな要素です。

そのためには、地域コミュニケーションは不可欠で、流通系ではかなり意識的にやっているようです。

意外と重要な地域貢献活動 社会との接点は企業にメリット

企業の地域貢献としての美化・緑化活動などは、労力を提供することで地域とのコミュニケーションを図ることができる比較的行いやすいコミュニケーション活動です。地域にとって、企業は何をやっているのか目に見えて分かります。目に見える形で、企業の環境活動をアピールすることができます。

コミュニケーションの第一歩は、その企業が地域にとって目に見えるかどうか。よく見えなければ、いくらホームページで情報開示しても伝わらないと思います。目に見えるよう、地域に出ていくことが大事で、目に見えることで企業に信頼



企業が集まり地域交流
「環境パートナーシップCLUB」
環境行動に熱心な東海地域の産業界のオピニオンリーダーが集まり、情報を共有化し、啓発、実践のための連鎖のプロセス構築を目指し、2000年2月に設立。
10月28日の「クリーンキャンペーン・なごや2003年」では、会員企業等33団体、100名が参加し、清掃活動をおこなった。

感が寄せられ、情報にも信頼性をもたれることができます。

地域の中に入っていき、地域の一員として活動し、情報開示していく。また、地域の方を企業に招き、社員を地域に出していくことで膨らみができます。また、NPOと上手く協力し、相互に情報を提供して活用し、企業の環境教育を行っていくことも有効です。

地域コミュニケーションの中で、自社がどのような姿勢で環境対策を行っていくのか方針を決めておく。そうした方針がなければ、企業にとって、環境教育も地域コミュニケーションも実りあるものにならないのではないかと思います。

地域とのコミュニケーションは企業自身にとってメリットになります。環境教育を行っていくにしても、何のための環境教育であるのか示すことができれば、環境教育のモチベーションにもなると思います。



ダイナックス都市環境研究所
主席研究員 西宮幸一氏