

みんなで選ぶ

エコweb大賞2 



第2回エコweb大賞決まる！

エコロジーシンフォニー主催の「第2回みんなで選ぶエコweb大賞」の各賞が決定しました！2回目となる今回、みごと大賞を射止めたのは、リコー。ほかにも、ソニー、イオン、松下電器が優秀ページに選ばれました。

<大賞：1社>

エコweb大賞：株式会社リコー

<http://www.ricoh.co.jp/ecology/>

最終審査得点（特別審査得点と一般審査得点の合計）のNO1企業に総合的にもっともすぐれたページとみなされました！

<部門賞：3社>

特別審査員賞：ソニー株式会社

<http://www.sony.co.jp/SonyInfo/Environment/>

環境のプロ、WEBのプロ、特別審査員の厳しい審査でみごと1位を獲得

エコテイメント賞：イオン株式会社

<http://www.aeongroup.net/eco/>

わかりやすさで高評価、一般読者審査での1位を獲得

特別賞：松下電器産業株式会社

<http://www.matsushita.co.jp/environment/index.html>

最終審査得点で一般・特別ともに高く、特にユニークだったサイト

審査員の評価

特別審査員の評価

大賞のリコーに対して

（編集部講評）

アクセシビリティ、webならではのリアルタイムな情報の提供、見やすさにおいて高い評価を勝ち取ったようだ。

一つ一つの活動にもスポットをあて更新頻度がダントツ。活動を裏づける内容も言うに及ばずだが、活動内容をwebならではの見やすい仕立てで構

成し、ちゃんと今どこにいるのかすぐ判るように整理されている。特に社会的効果を環境会計に組み込んでいる点が評価できる。これによって自社の社会的な役割と責任を十分認識していることがうかがえるだけでなく、継続して実施することで、積極的な環境保全活動へのインセンティブになると考えられる。他社の環境会計にもぜひ導入してもらいたい項目である。更に管理活動においての実施例を示していることで、他社が模倣して導入することでデファクトスタンダードとしての位置付けが重要であると考へた。

エコロジーの緑を全面的に押し出し、色の統一感がある。また、新着情報が見やすい位置(トップ)にあるので、活動内容が一目で把握できる。画像や写真も無駄がなく見やすい。

トップページの項目のカテゴリーがわかりやすい。リンク先で自分が跳んだ先が表示されているのがよい。内容も情報量がやや多い感じもするが、サイトマップによる整理がしっかりしているため十分にページを把握できる。いずれにしてもすべての情報が十分に記載されている。

トピックやニュースの内容が充実しており、インターネットの持つリアルタイム性を十分に活用している。また日常のメンテナンスにも力を注いでいる。

特別審査員賞のソニーに対して

(編集部講評)

デザインにおいて、圧倒的な評価を得た。また、トップコミットメントやビジョンが明確に示されていることも、絶賛されている。

さすが世界のSONYという印象。情報も満載だが、ビジュアルデザインも素敵でトップ画面の写真や文字の扱いなど、最初から興味をひかれる。カラー、デザインが他社に比べて洗練されている。情報のまとめ方もわかりやすく、まんべんなく活動を知ることができる。さらに見たい情報へ誘導するキャッチもわかりやすい。

全般的なイメージとして、データ量が豊富でHPのデザインが良い。環境面でのビジョンが明確でわかりやすい。経営トップのコメントが明確である。製品開発に関する環境会計情報も開示しており、参考になる。エコクイズも楽しみながら利用できて勉強になる。英文の環境HPも充実しており、読みやすい。

環境報告書もHTML、PDFが閲覧可能で、バックナンバーや資料請求も容易に行なえCSを重視している。

コミットメントやビジョンをきちんと示していることが素晴らしい。

エコテメント賞のイオンに対して

(編集部講評)

わかりやすさ、親しみやすさ、楽しさにおいて、他社に一步リードしている。一般審査員のみならず、特別審査員にも受けがよかった。

一般教養的な環境情報だけでなく、スーパーの裏側を見せながら解説する

試みは好感が持てた。
消費者直結の流通らしく、かわいらしく親しみのもてるデザインがよい。
活動項目も簡潔に表現され、かつ興味のもてる表現になっている。
サービス業らしく、お客様を意識したページづくりがとても面白かった。
HPには楽しめる要素がたくさんあることがとても重要だと感じた。
エコエコ学習館は分かりやすく、子供たちにもいかにゴミを出さないようにすることが大切かという事を訴えており、内容も優れている。環境パフォーマンスも明確に開示されており、わかりやすい。
消費者へ何をつたえたいのかのビジョンが明確になっていて本文もそれに合致している点が良い。
企業としての環境への取り組み状況を、分かり易く伝えたいという気持ちと、優れたデザインがうまくマッチしている。ナビゲーションもしっかりしており、非常に見やすい。子供向けコンテンツが秀逸であり、大人にも楽しめる。

特別賞の松下電器に対して

(編集部講評)

アクセシビリティ、オリジナリティを評価する声が高かった。深く掘り下げた内容も読む人を引きつけたようだ。

思いっきりリニューアルされてとても見やすく充実されていて驚いた。掲載内容を文字や数字などいろんな切り口で検索でき、縦横に行き来できるwebならではの特性が生かされている。

オリジナルコンテンツが非常に多く、またよく工夫されたサイトづくりと情報は高い評価に値すると判断した。

年度別の取り組みをまとめた「年度別ハイライト」が非常にわかりやすい。「環境データファイル」が、キーワードや数字、図表、商品、技術開発など様々な観点から同社の環境への取り組みを見られるようになっており、情報としての価値が非常に高い。

大・中・小の項目によりの確に目的のページへジャンプすることができるように工夫がされている。この点はとても評価が高い。環境データについても、数字や図、商品や技術といった各テーマから該当する内容へジャンプされており、とてもわかりやすい。

カラフルで楽しく見やすかった。さまざまな取り組みに関心を持てた。

一般読者審査員の評価

(編集部講評)

やはり、「わかりやすさ」「親しみやすさ」「見やすさ」「楽しさ」といった点を重視して選んだ人が多いようだ。中には、小学生、中学生で審査してくれた方も。子供(小学校高学年くらい)でも理解でき、わかりやすく、楽しいものが望まれているよう。

(各企業に寄せられたご意見)

キンビール:

キリンビールのページは、簡潔でわかりやすいという印象です。ビールのビンや缶のリサイクルに関する記述もわかりやすく、次世代の子供達にも理解しやすい。大人でも子供でも、より身近に環境のことを理解できるような気がしました。

イオン：

わたしは「楽しみながら環境問題について理解できる」という点から選びました。特にイオンはアニメーションを使いながら環境への知識を提供すると共に、自社の環境の取り組みを見てもらうというストーリーが非常にうまくつくられているように感じました。

イオンのトップページは、他のサイトのトップページより、見やすく、色遣いなどのデザインもキレイだった。しかも子供でも読めるページが一目でわかる。総合的に良かった。でも、印象があまり強くなかった。

緑の葉を全面に持ってきて、イメージとして好感が持てました。

本格的なエコの取り組み方に賛同。この会社なら、当たり前と言うべきか？

イオンは現在の活動からも環境に対しての取り組む姿勢が伺える。

ソニー：

ソニーは非常に洗練されたホームページだと言う印象を感じました。

エコイズにもチャレンジしてみましたが、環境問題への取り組みは決して難しいことではなく、身近なことから始められることに改めて気付かされたりしました。

東京都板橋区：

「東京都板橋区」のものは字も大きく、絵を使ったりして、画面もすっきりしていて、子供からお年寄りまで使いやすく、わかりやすいような感じかして親しみやすいので1位にしました。字がたくさんあってごちゃごちゃしているものでなく、最初の一画面はいかにすっきりまとめているかという観点で審査してみました。

板橋区は、堅い行政のイメージを打ち破り、遊び心もあって、とても面白かったです。

東芝研究開発センター：

トップページは環境保全活動と生活との関係がわかりやすく、興味のあるところから見ることができ、環境意識の高くない人でも読んでもらえそう。

総合的に好意をもてる。

リコー：

リコーは印刷する場合の注意があって、親切であった。右端が印刷されない場合が、時々ありますので。

リコーは、長年、継続的に手間をかけて活動している様子が伝わってきました。

セイコーエプソン：

きれいな画面にアクセスしやすさ、好感度が高かった。

審査全般を通して

昨年と比較して、たった1年で各社の環境サイトがこれほどまでに充実したことには、目を見張るものがありました。それだけに、審査員の方々は厳しく判定することを要求されたことと思います。本当に、ご苦労さまでした。今後は、わかりやすさ、webならではのアクセシビリティ、リアルタイム性は当然のことながら、そこにその企業や自治体ならではのオリジナリティや、高いデザインセンスも求められてくると思います。また子供向けのページを作成したところも多く、高い評価を得ていますが、専門家にも応えるページなど、ステークホルダー別に充実させることも望まれます。審査員の方々の熱い期待にこたえるべく、環境サイト担当のみなさん、がんばってくださいね。

この「みんなで選ぶエコWEB大賞」は、「企業の環境活動をみなさんにもっとよく知ってもらおうと同時に、環境問題に取り組んでいる企業に、もっともっと取り組みを促進してもらおうメッセージを届けること」と、「企業の環境活動を環境報告書という紙媒体だけでなくWEB（インターネット）でも知ってもらうため」（もちろん、大切な森林資源である紙もできるだけ無駄にしないように・・・）という表彰制度です。今年は2回目であり、昨年の反省をもとに、PDFのみのものは審査対象からはずすなど、審査の方法や段取りも工夫してみました。しかし、まだ不十分なところもあるかと思っています。今後もみなさんのご意見に耳を傾け、さらに充実した内容にしていきたいと思っています！

（文責：編集部 原田） （エコロジーシンフォニー2002年3/01）



[エコロジーシンフォニーへ](http://www.ecology.or.jp/ecoweb/)