

■■■■■ ＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊ ■■■■■

第10期サステナビリティ経営研究会 第1回研究会プログラム報告

《テーマ》 ～環境経営とCSRの最新動向～

■■■■■ ＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊ ■■■■■

▲最先端講座 「サプライチェーン志向の環境経営」

神戸大学大学院経営学研究科 教授 國部克彦

サプライチェーン（企業と企業を結びつけるところ）には、まだCO₂の削減余地が多く存在するが、協力が難しいなどの理由で環境対応はあまりされていない状況である。しかし、サプライチェーン単位の環境マネジメントへの志向は、これからどんどん進むと思われる。

質問票による調査によると、購買部門の目標ではQCDよりも環境は重視されていないこと、環境の中でもCO₂は重視されていないことが分かる。サプライヤーに対して化学物質の低減の要望は多いが、CO₂削減の要望は多くない。なぜCO₂削減が進まないのかについては、やはりコストが高くなること、それを価格で回収できないことが挙がる。逆に言えば、コストがかかれば、つまり価格に反映できれば進む、ということも言えるだろう。そのためには、顧客や最終消費者の評価も必要だが、補助金や財政支援も有効だ。購買はバイヤーとサプライヤーの関係によって影響をうけるので、そこをうまくコントロールしていくことが重要であり、購買部門の役割が重要と言える。

パナソニックのECO-VC活動は、環境配慮を行いながら同時にコスト合理化を目指す取り組みに対して、CO₂削減、再生資源の活用、投入資源の削減、コスト合理化を評価するものである。評価結果に対して、表彰だけでなく発注にも反映できればさらに効果的と思われるが、少なくともこの方法は動機付けにはなる。しかし、低炭素型技術開発にかかるコストについてはやはり回収の道筋が必要であり、そこは行政が関与する部分であろうと思われる。

▲応用講座 「日本企業のCSR活動の動向と課題」

神戸CSR研究会 藤近雅彦氏

大手企業100社の2010年と2011年のCSR報告書について比較調査を行った。意思決定のプロセスおよび構造についての開示率は、2011年は2010年と比較してやや下がった。また、人権に関してはやや増、特にデューディリジェンスについて開示が増えた。紛争鉱物の関係も少し出てきたが、労働慣行についてはあまり大きくは変わっていない。環境については、従来日本企業は比較的重視してきたため、全体的に開示率が高いが、少し変化が見られたのは、気候変動の緩和等に関する開示状況が下がってきたことだ。

開示率の低い課題としては、人権に対する危機（内乱等）、加担の回避（紛争鉱物、強制労働、児童労働）等がある。開示率の低い課題は、多くの企業はあまり重要と考えていない中で、あえてその点への取り組みを示すことで自社のCSR上での強みを打ち出そうとしているということになる。こうしたことを踏まえると、小数の企業しか開示していない

課題は、横並びではない CSR へ向けたテーマ探しのヒントになるだろう。また、ISO26000 で示されたテーマ以外に、日本独自のテーマがあり得るが（少子高齢化、地方の過疎化、産業の空洞化等）、こういった取り組みについては現状ではあまり開示されていない。

▲企業事例 「パナソニックの環境経営」

パナソニック株式会社 環境本部環境推進グループ 小西 勝氏

環境経営の理念は、「企業は社会の公器であり、世の中からの預かり者である」ということ。常に迷うとここに戻って議論している。CO₂ 削減については、実は家庭部門での排出量（使用時の排出量）が多い。つまり、社会的インパクトがあり、貢献できるのは、家庭部門と言える。CO₂ 削減は、売上高、営業利益と並ぶ経営指標という位置づけとし、毎月分析し、拠点にフィードバックしている。査定（人事評価）にも影響する。設備ごとにメーターとゲージ（測定器）をたくさんつけて見える化し、生産量とともにデータ収集し、原単位化してコントロールしている。社内専門家による省エネ診断を行い、事例を共有化している。ノウハウが蓄積されてきたので、取り組みを見える化したショールームや、環境エンジニアリング事業、省エネ診断等として売っていかうとしている。独自調査で、先進国よりも新興国のほうが省エネ意識が高いことが分かった。新興国へ事業を展開するのに商品の省エネは有効と言える。商品に関する各国のラベリング制度等を活用している。商品を組み合わせた省エネもある。CO₂ を排出しない家。省エネの店舗、スマートタウン、スマートシティ等。

資源循環については、資源リスクが高まっていること、採掘が環境破壊につながっていることなどから、新規投入資源削減により環境保護につなげたいと考えている。投入資源に対する再生資源の割合、工場からの廃棄物に対するリサイクルの割合を増やす目標を設定した。できるだけ最終処分ではなく再生を考えている。廃家電から有価物を取り出すための回収技術の開発やリサイクル工場新設等を行い、再生樹脂やグラスウールを使った商品が出てきている。

自社だけでできることは限られているため、購入先様に対してもグリーン調達等を行っている。当初は化学物質管理と環境マネジメントのみだったが、CO₂ 削減と資源循環、生物多様性保全もお願いする新しい調達基準書を12年4月1日より施行している。購入先様の GHG の把握も試行的に進めている。CO₂ 排出は、購入先様の分が15%ほどで、パナソニック自体は5%以下であると推定している。購入先様と自社にとっての経済合理性等につなげていければと考えている。