

CO₂と経営

7

環境と財務の「見える化」へ

電機業界を代表するソニーとパナソニック、シャープ、日立製作所、日本電気、富士通の6社でのCO₂削減の取り組みを紹介してきた。電機業界では、使用時や廃棄時も含めたライフサイクル全体で発生するCO₂を相殺する動きが目立つ。各社の売上高とCO₂排出量の分布図は図1の

とCO₂排出量が少ないことが分かる。ソニーは、大幅な省エネに成功したデジタル液晶テレビ「ブラビア」の海外市場への展開や、難燃性ポリスチレンの自社循環などの取り組みのほか、国内全体のグリーン電力証書契約量の3割以上を占めるなど、資源循環や再生可能エネルギーへの置き換えにも力を入れており、売上高1億円当たりのCO₂排出量は2005年頃から順調に減少している(図2)。

一方、パナソニックはCO₂削減委員会を立ち上げ、月度でCO₂排出量を経営にフィードバックさせる体制を整えた。世界294拠点の事業所

の屋上や壁面への世界最大級の太陽光発電パネルの設置、製造工程排水の100%再利用、雨水の空調への利用などで省エネの徹底を図る。日立製作所は、製品使用時の環境負荷軽減に重点を置き、冷蔵庫や洗濯

場のグリーン化に注力。売上高1億円当たりのCO₂排出量は最も多いが、03年から順調に減少している。

日立製作所は、製品使用時の環境負荷軽減に重点を置き、冷蔵庫や洗濯場のグリーン化に注力。売上高1億円当たりのCO₂排出量は最も多いが、03年から順調に減少している。

機は省エネ大賞を受賞している。また、工場で従来利用していた重油から環境負荷の少ない天然ガスへの燃料転換を図ることなどで、2005年には年間1億円のCO₂削減抑制を目指す。

ライフサイクル全体でCO₂相殺

日本電気(NEC)は、膨大な情報を管理するデータセンターの需要に応えた「エコセンター」をはじめとする省電力プラットフォームや制御ソフトウェアなどの技術開発のほか、工場でもガスヒートポンプ空調設備の導入や反射フィルムによる照度向上などの工夫でCO₂を削減。「高度道路交通システム」の展開なども進めている。

富士通はすべての自社開発商品にライフサイクルアセスメント(LCA)の実施を徹底。全過程での環境負荷を定量的に把握している。事業所ではコシエネレーション、蓄熱システム等の導入や外気の利用などの施策を講じ、オフィスではハードウェアの稼働状況や負荷状況などインフラの変化やトラブルを監視。社内外で「見える化」を進める。

電機業界編⑦

まよめ

図1・直近期の売上高とCO₂排出量の分布

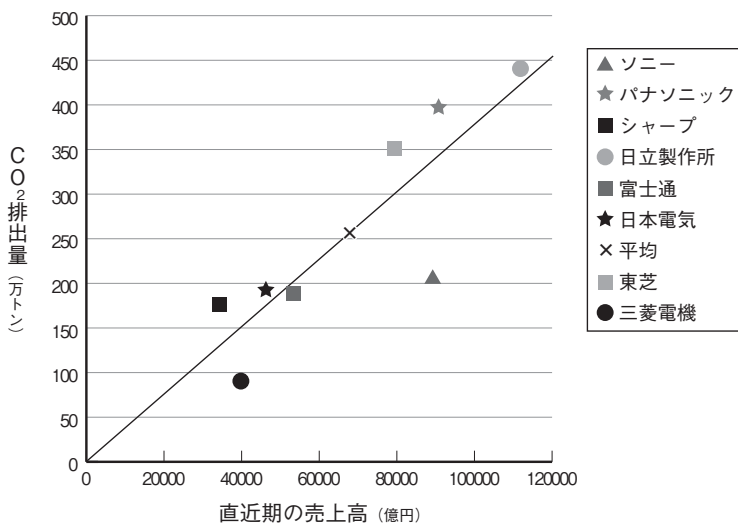


図2・売上高1億円あたりのCO₂排出量の推移

