

パナソニックにおける環境経営

パナソニック株式会社
環境本部 環境渉外担当顧問
菅野 伸和氏

○ 環境経営の概要

まず始めに、環境経営に関する当社の基本認識についてお話いたします。

当社では、人類の経済活動は、すでに地球の許容範囲を超えているかもしれないと危惧しています。このため、地球環境との共存は、人類における喫緊の課題であり、企業存続のための必須条件と考えています。

この認識のもとに、当社が 21 世紀初頭に目指す事業ビジョンとして、「ユビキタスネットワーク社会の実現」と、「地球環境との共存」を掲げています。

企業の社会的責任を果たすため、「社会の公器」として事業を通じて社会に貢献するという、創業者松下幸之助の経営理念を実践するとともに、「スーパー正直」に透明性を高めなければならないと認識しています。

環境経営を事業経営の根幹に据え、あらゆる企業活動は地球環境との共存を前提にしたものでなければ、もはや社会からは受け入れないとの認識の下、環境への取り組みを広いパナソニックを共通して貫く経営の柱と位置づけ、持続可能な社会の実現を目指しています。

当社の会社概要は以下の通りです。

2008 年 3 月末の売上高は 9 兆 0689 億円。2009 年 3 月末は 7 兆 7655 億円。

2008 年 3 月末の営業利益は 5,195 億円。2009 年 3 月末は 729 億円で、当期純利益では 3,790 億円の赤字となりました。

この 1 年間、経済危機の影響を受け業績は大きく落ち込みましたが、これを機会に発想を変えて新たな成長を目指して頑張っています。

従業員数は、国内が 44%、海外が 56%と海外の方が多いのですが、売上高は、国内と海外がまだ半々です。現在、日本の GDP は世界の 8%であり、海外が 92%もあります。この 92%での売り上げが国内と同じ 50%しかありませんので、海外でさらに発展していかなければならないと考えています。

事業分野は、AVC ネットワーク（44%）、アプライアンス（14%）、デバイス（13%）、パナソニック電工・パナホーム（19%）などの6分野で事業を展開しています。

ここに示しているのが、日本における当社のCO₂排出量です。パナソニックの製品が家庭で使用いただいている時のCO₂排出量は1,912万トンと推定しています。これは、国内で製造部門が排出しているCO₂の約10倍であり、日本の家庭部門から排出されるCO₂の11.5%ぐらいを占めている計算になります。

家電製品を中心に事業を展開しています当社の環境経営では、省エネ家電を開発し、如何にそれを選んでいただくかが重要なテーマだと考えています。

当社の環境経営への基本方針として、2001年に、2010年を目指した「環境ビジョン」を策定しました。この環境ビジョンを実現するための行動計画として「グリーンプラン 2010」を作成し、環境経営を推進しています。これはパナソニックが社会の皆様としたお約束だと認識しています。環境ビジョンには、以下の内容を掲げています。

- ・ グリーンプロダクツの新たな挑戦
- ・ クリーンファクトリーの新たな挑戦
- ・ 製品リサイクルの強化
- ・ 環境エネルギー事業の取り組み
- ・ 販売・物流のグリーン化
- ・ 環境コミュニケーション
- ・ 環境経営と人づくり

現在、当社ではグローバルエクセレンスへの挑戦権の獲得を目指して、2007年から2009年の3年間、中期経営計画「GP3計画」（Global Progress, Global Profit, Global Panasonic）に取り組んでいます。収益を伴った着実な成長、そして全ての事業活動で環境負荷を削減することを、車の両輪として推進しています。

特に環境への取り組みとしては、「地球温暖化対策の加速」、「環境経営をグローバルに推進」することを重点課題としています。

この中期計画に合わせて、2007年10月に、環境経営をさらに加速させるという観点から「モノづくりのエコアイデア」、「商品のエコアイデア」、「ひろげるエコアイデア」という3つのエコアイデア宣言を行い、さらに幅広く環境経営を推進しています。

製造企業における環境経営を鳥瞰してみますと、大きく3つの視点があります。①地球温暖化防止 ②特定化学物質規制 ③循環型社会形成であり、この3つを工場での取り組みと製品での取り組みに分けて実践しています。そしてもう一つ、少し視点は変わりますが、環境経営に不可欠な環

境コミュニケーションがあります。これらは、「3つのエコアイデア」ともリンクしています。

○ モノづくりのエコアイデア

まず「モノづくりのエコアイデア」からお話いたします。

モノづくりのエコアイデアでは、単に製造だけを対象にしているのではなく、「商品企画→設計→調達→製造→物流→販売→サービス→リサイクル」という全てのモノづくりプロセスにおいて、生産性の向上による CO2 削減に取り組んでいます。

2006 年度をベースに、海外を含むグローバルに 2009 年度までの 3 年間で CO2 排出量 30 万トン削減を目標に推進しています。そして、2010 年には 2000 年並みの水準にまで削減することを目指しています。今回の経済危機による生産調整と削減努力により、2008 年度はすでに 51 万トンの削減を行い、目標水準は達成しましたが、更なる削減に向けて頑張っています。

当社が力を入れていますデジタル家電では、デバイス産業とプラズマや液晶などのフラットパネル産業が支えています。これらの産業ではクリーンルームと高精度の大型製造設備を必要とするため、エネルギーを多く消費することになります。知財・ノウハウによる国際競争力確保の見地と、京都議定書には少し反することになりますが、エネルギー効率の高い日本でモノづくりをすることがグローバルで見た場合、最も CO2 削減に貢献するだろうという見地から、グローバル最適地生産という形で日本でのモノづくりにこだわっています。

また、プラズマテレビ製造におけるパネル 1 枚当たりの CO2 排出量を見てみますと、新しい工場になるほど生産性を高めることにより大幅な削減が行われています。今、プラズマや液晶等の薄型テレビの価格は大幅に下がっていますが、その中でも企業として収益を確保していますのは、同じパネルを作るのに必要な CO2 排出量が減らせているからだとも言えます。このように、モノづくりでの CO2 削減に取り組んでいます。

○ 商品のエコアイデア

次に、「商品のエコアイデア」について紹介いたします。当社では、家まるごとで「新たなくらし価値創造」に取り組んでいます。これまではくらしの豊かさや、生活の質を向上させると、環境への影響も増えてしまいました。これからは、生活の質は向上させながら、環境への影響は限りなく減らして行く製品やサービスの創造を目指しています。このことはまさに経済と環境の両立につながります。

この考え方を実証するために、「エコアイデアハウス」を建てました。今から 3~5 年後を見す

え、家まるごとで「CO2 ゼロ」を実現しました。

このエコアイデアハウスでは、涼しさ、暖かさ、明るさなどの自然の力をうまく活用しています。そして、家電製品を全て最新の省エネ家電にすることにより、1990年と比較をして約65%省エネすることができます。省エネ家電の省エネ性能は、エコポイントという形で国から支援をしていただいていることでも実証されています。さらに太陽光発電、燃料電池、蓄電池等を導入し、CO2を実質的にゼロにしています。

エコアイデアハウスにおける具体的な省エネ技術ですが、冷蔵庫などの省エネ家電に加えて、冷蔵庫で培った真空断熱材を使用した家の断熱、ホーム・エネルギー・マネジメント・システム（HEMS）、家庭用燃料電池などが使用されています。さらに太陽光発電や蓄電池を活用して、家まるごとでのCO2ゼロを図っています。

製品の省エネを進める商品のエコアイデアでは、省エネ No. 1 商品の倍増と、下位商品のゼロ化を目指しています。家電製品においては、省エネ性能についてはトップランナー方式で競争をしており、年に2回「省エネ性能カタログ」において個別製品のランキングが発表されています。そのランキングにおいて、省エネ No.1 商品を2倍にし、一方、残念ながら下位の商品もありますが、これをゼロにする形で推進しています。

省エネを中心とした製品の環境配慮を支えていますのは、環境配慮の要素技術です。当社ではこれを「ブラックボックス技術」と呼び、知財、ノウハウ等で守られた要素技術の開発に注力しています。

具体的な製品の環境配慮について紹介いたします。薄型テレビにおいては、大型化が家庭部門のCO2 排出量を増やしているのではないかとのご心配をいただいておりますが、当社も全力で大幅な省エネに取り組んでいます。また、当社では世界で始めてプラズマパネルの鉛フリーを実現しました。斜めドラム洗濯乾燥機においては、業界で始めて乾燥にヒートポンプを採用することにより、電気代、水道代、乾燥時間を全て半減しました。また、お掃除ロボットエアコン（25%省エネ）や、トイレのドアを開けてから座るまでの間に便座を温める技術を搭載した瞬間式温水洗浄便座（73%省エネ）、HEMS（分電盤内に超小型電力計内臓）、電球型蛍光灯（パルックボールプレミアクイック）など、業界で初めての省エネ製品を発売しています。

現在、電機・電子業界におきましては、製品に含まれる化学物質の管理が、大きなテーマになっています。ここ数年、EUのRoHS指令（電子・電気機器における特定有害物質の使用制限についてのEUによる指令）への対応に全力で取り組んできました。当社では仕入先がグローバルに1万社以上あり、132万点の部品を購入しています。全ての購入部品について、化学物質の含有量や使用部位を正確に把握しなければ、禁止物質が使用されていないことを担保することができません。このため当社では、インターネットを使用して全世界の購入先から化学物質のデータを提供していただいております（製品化学物質管理システム：GP-Webの導入）。

家電リサイクルにおいては、「商品から商品へ」をコンセプトに、戻ってきた家電製品の材料をリサイクルすることで、もう一度新しい家電製品に使用する取り組みを行っています。

エコポイントを活用して買換えていただいた製品も 80%が再商品化され、さらにお金を払ってリサイクルしているものを含めると 90%以上がリサイクルされており、資源の無駄を無くしていません。

○ ひろげるエコアイデア

最後に、「ひろげるエコアイデア」について紹介をします。当社では特に、消費者の皆様とのコミュニケーションに力を入れています。社会・環境報告書を書くと同時に、全世界で 270 ほどある全事業所の環境負荷の状況をホームページで公開し、自分の近くにある工場がどのような環境負荷を出しているかが、世界中で見られるようにしています。

当社では環境マーク「エコアイデアズ」を新規に作成し、全ての環境活動の中で一歩先のエコを目指し、省エネ製品の普及促進により、家庭部門での温暖化防止に貢献することを訴求しています。

当社の二大事業ビジョンである「ユビキタスネットワーク社会の実現」と、「地球環境との共存」の受発信基地として、日本では東京（有明）と大阪にパナソニックセンターを設置しています。

環境については良い話ばかりではなく、あってはならないのですが、環境汚染等が万が一発生した場合は、「スーパー正直」に全てを開示することを基本にしています。

環境問題の解決には事業活動のみならず、市民の価値観に基づく社会システムそのものの変革が必要です。従業員も家に帰れば一市民ですので、当社では「地球を愛する市民活動」（LE 活動：Love the Earth 活動）として、従業員とその家族に、個人の意識、行動、ライフスタイルを変え、企業・社会を変える取り組みを既に 10 年ほど行っています。この活動の一つとして、環境家計簿活動を展開しています。現在、4 万 7 千所帯の家庭がこの環境家計簿活動に参加しています。

当社の取り組みが、独り善がりになってはいけないとの観点より、「持続可能な発展」について先進的な見識を持っておられるスウェーデンの NPO である「ナチュラルステップ」にお願いをして、この 10 年間、持続性可能分析をしていただき第三者意見報告書として公表しています。特に環境については、過去優れた製品や技術であっても、何年か経つと、大きな環境負荷になっている例が多くあります。未来に対するリスクに備えるという観点から、辛口の意見も含めて有用なご意見をいただいています。また、当社が公表していますパフォーマンスのデータについては第三者審査を受けて公表しています。

ひろげるエコアイデアについては、三つの取組を行っています。

- ① 地球を愛する市民活動のグローバル展開
- ② 地域社会と共存する工場づくり（エコアイデア工場）
- ③ 中国での環境貢献加速（中国エコプロジェクト）

中国においても環境取組みを加速しています。このため、2007年9月に中国において「中国環境貢献企業宣言」を行い、日本で取り組んでいます3つのエコアイデア宣言と同じ取組みを強力に推進しています。また、中国では在華の従業員67,336人が「エコ活動を行う」という姿勢を示すため、「エコ行動宣言」の署名をしました。

中国政府も環境対策には熱心で、多くの環境ラベルが制定されています。当社の製品もお客様に環境性能の理解をしていただくため、積極的に中国の環境ラベル取得を進めています。また、エアコン、冷蔵庫、洗濯機など中国政府省エネラベル対象製品においては、全てトップレベルのエネルギー効率を達成することに取り組んでいます。

また工場においては、全ての工場で中国の代表的な環境認証制度である「清潔生産審査」に合格することを目指しています。

中国においてもパナソニックセンター北京をオープンし、家庭生活における持続可能な「新たな暮らし価値創造」が体感していただけます。中国における生物多様性保全への協力として、WWF（世界自然保護基金）と国連開発計画が進める「黄海エコリージョン支援プロジェクト」をサポートしています。

こうした中国での取組みに呼応して、世界中で環境への取組みを加速しており、昨年10月には欧州でもエコアイデア宣言をいたしました。

以上、当社の取組についてご紹介させていただきました。

ご清聴ありがとうございました。

以上