

# 環境から高める企業価値

Business News

## クールビズ

政府首脳陣の率先した実行がテレビニュースでも報道された“クールビズ”(COOL BIZ)は、冷房を28℃に設定し、上着なしの軽装運動を呼びかける活動だ。京都議定書の発効、愛・地球博とも連動した取り組みである。提唱者の環境省では独自のロゴマークを設定して事業所での導入を勧めている。“クールビズ”の導入は環境に配慮する企業イメージを訴える宣伝効果もあり、業界を挙げての導入が増えている。日立製作所も大阪のシンボルである通天閣の照明をひかえると宣言しているほどだ。

“クールビズ”は6つの具体的行動を提唱している。ノタイ運動や冷房抑制などの節水・節電は以前からあり、CO<sub>2</sub>削減目的のアイドリング禁止も目新しくはない。注目したいのは、エコ製品を選んで買おう、過剰包装を断ろうという新項目である。これらは欧米を中心に一般化したグリーンコンシューマリズムの動きを反映したものなのだ。近年、我が国の消費者も環境に配慮した製品に対する選別眼が厳しくなってきた。この背景には、一連の企業不祥事や食品などの安全性についての不安や疑念があることは言うまでもない。したがって、今後はどんな企業も環境や製品の安全性に配慮しないとボイコット運動の標的になりうる社会がやってくる。最近、企業の社会的責任(CSR)ということばがしきりに聞かれる。かたや投資家の側からも、社会的責任投資(SRI: Socially Responsible Investment)という考え方が出てきた。ちなみにこれは社会に貢献する企業にのみ投資するという考え方である。情報伝達の均質化や成熟化により曖昧な企業姿勢は鋭く追求されるようになるだろう。

## グリーン調達

自社の企業価値をアピールすることが重要な経営戦略になりつつある。その企業価値の一側面として環境経営への取り組みがあるわけである。たとえば最近注目され

ているものにグリーン調達がある。グリーン調達は環境に配慮した購買活動であり、環境保全において重要な位置を占める活動だ。いまだ社会的な認知度が低い面はあるが、企業活動において環境に貢献するメリットは大きい。環境に関する法的規制としてはリサイクル法などがあり、ISO認証は自主規制の一環として取組まれるものである。しかし、グリーン調達には自社独自のポリシーを反映できる余地が残されている。法律との接点も持ち、他社との関りにおいて成立する購買・調達という分野で自社の経営姿勢をPRするチャンスでもある。グリーン調達は、来年度から発動する特定有害物質の使用規制(2006.7)を控えて重要度を増すテーマとなっている。

## 環境に配慮する経営は儲かる

環境に配慮することが企業経営にも多大な恩恵を与える例を紹介しよう。

例えば、キャノンでは、セル生産方式への移行を98年より進めてきた。今ではすべての工場でコンベア式からセル生産方式に移行している。コンベア式は作りすぎによる過剰在庫および陳腐化による廃棄処分で資源ムダが発生する。また、単純作業は作業者の向上心を奪ってしまう。それに比べてセル生産方式は省スペース、多能化による作業者のレベルアップ等の大きなメリットをもたらした。ベルトコンベアの動力や空調に費やす電力代の削減も大きい環境への貢献だ。

IBMでは、think padの製品に使われるネジを1/10に削減しリサイクル時の分解に要する人件費を削減。梱包材から発泡スチロールを排除、再生ダンボールを緩衝材にしてサイズ・重量を50%カット、梱包費や輸送費削減で一製品だけで15億のコストダウンを実現したという。環境経営とコストダウンを両立した好例だ。環境にやさしい経営が常識になる日は近い。今後のものづくり経営は、環境をにらんだトータルコストで考えることである。

