

特集

脱炭素社会の 実現に向けて

～企業が出来ることは何か～

SDGsの浸透や政府が2050年までに温室効果ガスの排出ゼロを目標にすることを宣言したことを受け、企業においても脱炭素経営の取り組みが求められている。今回の特集では、カーボンニュートラルに対応した社内での取り組みを行う企業、関連商品の販売を強化している企業を紹介する。

企業における取り組みはこれからの進展を期待

2050年までに二酸化炭素等の温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させ、温室効果ガスの排出実質ゼロを目指す「カーボンニュートラル」。その達成に向けた取り組みが国内でも浸透し始めている。

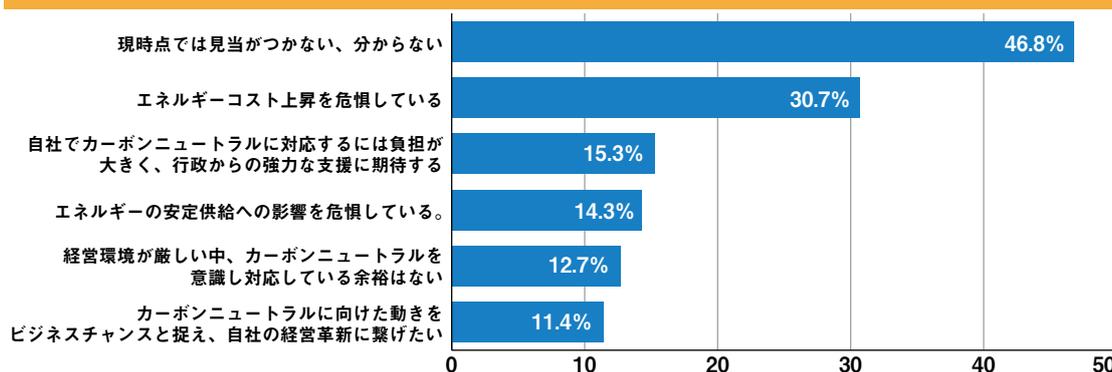
企業においても主に都市部や大企業を中心に取り組みが展開され、温室効果ガス排出削減目標を設ける企業も増加、関連するサプライチェーンにも同様の取り組みを求めることさえある。世界規模でカーボンニュートラルが浸透する中、企業規模を問わず、いまや中小企業でも積極的に取り組みまねばならない経営課題となっている。

しかし、日本商工会議所が昨年8月に行った2050年カーボンニュートラルへの対応に関する調査では、46・8%の企業が「現時点では見当がつかない、分からない」と回答しており、企業間におけるカーボンニュートラルへの考えは未だ途上段階にある。

一方で「カーボンニュートラルに向けた動きをビジネスチャンスと捉え、自社の経営革新に繋げたい」との回答が11・4%あり、この機会を前向きに捉える企業もわずかながら

存在する。まずはカーボンニュートラルのことをよく知り、少しずつ経営にも取り入れていくことが必要となる。

グラフ1 2050年カーボンニュートラルに対する考え・対応



(出典) 日本商工会議所「商工会議所 LOBO 2021年8月調査結果」より

小さな取組からでも十分な効果を実感



小島メテック(株)
代表取締役 矢野 博隆氏



小島メテック(株)は電子部品等生産工場向け設備の設計・製作を行う。顧客ニーズに応じて省力化機械の提案から導入、稼働管理までワンストップで提供する。

同社がカーボンニュートラルを意識し始めたのは2021年の春ごろから。金融機関からの提案を受け、社内からの後押しもあり、世界的なSDGsの流れに自社としても出来ることをやりたいと考えての決断であった。

取組み内容は大きく分けて3つ。1つ目は、社内照明の完全LED化による電力消費の削減、2つ目が社用車へのハイブリッド車の導入による二酸化炭素排出量の削減、3つ目に製造工程で発生する廃棄電線の再利用、廃棄量削減である。

従来、廃棄電線は産業廃棄物として回収業者に処理してもらっていたが、材料のリサイクルによって廃棄量を2割削減した。また、リサイクルにより業者への引取費用や新品の購入費用も削減でき、環境にやさしい



社内すべての照明をLEDに切り替えた

だけでなく経費削減にもつながった。

矢野氏は取組みを始めた当初は本当に効果があるのか半信半疑だったと語る。しかし取引先の反応も非常に好意的で、取組みを行っていることを喜んでくれる企業もあり、カーボンニュートラルの重要性が実感出来たという。こうした取組みは取引先との良好な信頼関係の構築にも役立つと期待しており、自身の周囲でも同様の取組みを行う事業所が増加している。

また、従業員の環境意識も徐々に変化している。一方的に

節電をするように従業員に伝えるのではなく、自社の取組みの意義をしっかりと理解してもらい、世間の役に立っていると実感させることが重要と考えている。

同社では今後もカーボンニュートラルの取組みを継続していく予定だ。自己消費型太陽光発電の設置や電気自動車の導入も予定しており、更なるステップアップに余念がない。設備の導入費用等、初期投資は必要になるが、効果はそれに十分見合うと判断している。

矢野氏は、「カーボンニュートラルは企業経営にも必要な取組みである」と改めて語る。取組みを行っていること自体が重要視され、また、環境に役立つことは勿論だが、経費の削減や取引の継続、拡大等自社の経営にも好影響を及ぼす。「中小企業にとってはスマールスタートでも十分。まずは、電気の節約を心がけるなど、従業員や関係先等の意識改革も行いながら少しずつでも行動を進めていってほしい」と語った。

商品販売からカーボンニュートラルを啓蒙



(株)アサヒオプティカル
営業部・管理部 部長
宮本 義博氏(右)
海外営業部 次長
西川 仁氏(左)



(株)アサヒオプティカルは、1980年の創業当初よりプラスチック高屈折率眼鏡用レンズの開発、製造、販売を行っているレンズメーカーである。なかでも超高屈折率1.74レンズでは世界でも屈指の製造量を誇っている。レンズの屈折率は数値が高いほどレンズが薄くなり、屈折率1.74は市場で出回る中では最高レベルの屈折率を誇る。

同社ではSDGsに代表される環境意識の高まりを受けてカーボンニュートラルの取り組みを加速。照明のLED化やグリーンキャンペーン等を社内でも取り組んでいる。そのような中、販売面で力を入れているのが、植物由来の原料を使用したバイオマスレンズの販売である。自社が誇る1.74レンズを「バイオマス174レンズシリーズ」としてブランドディング。2021年秋から販売を開始した。高屈折率の性能を維持しつつ、石油由来の原料を使用した従来品に比べ、温室効果ガスを14%削減。同様の商品を販



バイオマス 174 レンズシリーズ
コンセプトは「薄くて、軽くて、地球にやさしい」

売する企業は国内でもわずかにいう。

近年では欧米などでのカーボンニュートラルへの関心の高まりから、眼鏡レンズにも、より環境配慮意識が求められるようになった。海外との取引が多い同社では、バイオマスレンズの需要も年々右肩上がりとなり、業界レベルで環境意識の高まりを実感している。取引先によっては、レンズの研磨を行う際に出る削りカスを削減できないか、土に還るような素材はないのか、梱包もバイオマス資材にできないかといった問い合わせもあり、その風潮は一層高まっ

ていくと見込んでいる。
西川氏はカーボンニュートラルに対応した商品販売を通じた気づきとして、脱炭素社会の実現に向けては、二酸化炭素排出量をどれだけ削減できるかを声高に掲げるよりも、消費者や業界全体を啓蒙し、意識を変えることの方がより効果的なアクションだと語る。

同社では今後カーボンニュートラルに向けて、社内での意識付けや検討委員会の設置、新たな環境配慮商品の販売企画を行っている。これらの活動の背景には、社内での活動や、関連商品の製造、販売によって消費者や業界の意識変化につなげたいとの考えがある。それにも増して、環境に配慮した取り組みや商品販売は、ビジネスチャンスの獲得につながるほか、リクルート面でも企業選びのポイントになり、企業の成長にも貢献、ここからトッププレイヤーになることも過言ではない。
同社は今後もカーボンニュートラルの実現に向け、積極的に取り組みを行っていく予定だ。

カーボンニュートラルへの対応で差が生まれる時代に

(独)中小機構北陸本部の中小企業アドバイザーとして企業からのカーボンニュートラルに関する相談に対応する(株)ettoの皆川陽一郎氏にカーボンニュートラルに向けた企業の取り組み方について話を伺った。



(株)etto 代表取締役 皆川 陽一郎 氏

世界の気温上昇を抑えるための2015年パリ協定以降、カーボンニュートラルは地球規模で急速に加速している。

企業においてはパリ協定が求める基準と整合した温室効果ガスの削減目標(SBT)への参加が増加している。現在は主に大企業の取り組みが中心であるが、今後はサプライチェーンを構成する中小企業でも強く同様の取り組みが求められる。中小企業においても、カーボンニュートラルは、避けて通れない課題となっている。価格よりもカーボンニュートラルの取り組みが重要視される流れになっていることを企業は認識すべきである。

中小企業がまず行うべきことは自社の現状把握である。手順としては、①現状の二酸化炭素排出量の算定、②削減目標の設定、③削減に向けたアクションプラン策

定、④実際の取り組み実施、⑤モニタリング、⑥結果検証といった流れでPDCAを回しながら進めていただきたい。SDGsと関連させることでも事業所内から理解を得やすくなるだろう。

いきなりカーボンニュートラルとか、二酸化炭素排出量の測定といっても難しく感じるので、まずは各支援機関への相談が有効ではないかと思う。中小機構等のアドバイザー派遣制度や(一社)ふくいエネルギーマネジメント協会が行う省エネ相談・診断等の活用が可能である。相談をすることで、自社の課題や、まずは何をするとよいか明確になる。

繰り返しになるが、カーボンニュートラルの取り組みを行うかどうかで業績や信頼に差が生まれる。他社が始める前に、自社が先行するという思いで取り組んでほしい。

まずはカーボンニュートラルへの理解を

これからの時代、カーボンニュートラルは経営においても必須の課題となっていく。まずは我々自身がカーボンニュートラルへの理解をしっかりと深めることが重要である。なぜ温室効果ガスを削減する必要があるのか、対策を怠ると経営にどのような影響があるのかを理解することが、脱炭素社会への第一歩だ。

また、取り組みを進めていくことは大きな課題である一方で、ここまで紹介したように顧客との信頼構築や販路開拓等、大きなメリットも伴う。他人事と思わずに経営に活かしてもらいたい。加えて、経営者一人ではなく従業員、取引先、専門家等と共に考え、より多くの人を巻き込み、脱炭素社会への理解を波及させることも重要である。

理解を深めて、着実に対応を行い、企業として脱炭素社会に貢献できるよう努めてほしい。