

ご教示願います！ SDGsの取り組み方

Vol.6

環境負荷低減活動と経営活動 の両立が会社の持続性を高める

第6回目の今回は、東北単組所属の山形パナソニック株式会社様を訪問し、清野寿啓代表取締役社長・今田伸一執行役員・鈴木優子主事の3名にお話を伺いました。

2022年現在、新型コロナウイルス感染症拡大に相まったIoTや5Gの普及加速、LED照明に代表される省エネについての提案営業、脱炭素社会の実現（カーボンニュートラル）、太陽光発電、蓄電池などエネルギー分野の発展、建築業界における働き方改革など、私達、電材業界が取り組まなければならない社会的・環境的貢献課題は、まさにSDGsの課題そのものです。

しかしながら、「SDGsを取り組みたいが、どのようにして進めていけばよいか分からない」という声を多く頂いた事から、すでにSDGsに取り組まれている会社様へ緊急取材をお願いし、SDGsとは何なのか、取り組み事のメリットなどをお伺いし、組合員会社様のSDGs取り組み会社増へと繋げる記事を連載致します。



SDGsは、これまで行ってきた様々な経営活動が1つの体系としてまとまっている

事務局 SDGsを始められたきっかけをご教示頂けないでしょうか？

清野社長 2010年代前半頃、経営方針を社会情勢と照らし合わせて考えた時、環境に配慮した経営活動を企業のブランド価値として持つ必要性を感じ、社内で議論を重ねていました。

現在、施行管理部門やエンジニアリング部門でISO9001を取得していますが、環境が切り口のISO14000番台は、認証するまでと認証後の経営システムを回すPDCAの仕組み作りのハードルが高いと感じていました。

2016年に、ISOよりも取り組みやすく、自治体含めた知名度のある資格として、エコアクション21が注目を浴び始めていましたので、取得しました。

その後すぐに、SDGsが広がり始めましたので、自社で調査した所、①SDGsはエコアクション21と関連がある事、②エコアクション21よりもさらに視野が広く、教育やジェンダー、エネルギー等、体系立って経営自体をチェック出来る視点にまとまっていた事、③弊社の事業とどうリンクして繋がっているのかを社員全員が想像しやすい仕組みである事が分かりましたので、2018年にSDGsの勉強会を全員で行いました。

ISO、エコアクション21、SDGsと順に活動を行ってきた事で、環境への関心が社内でも高まり、浸透していった



という流れで現在に至ります。

エコアクション21からSDGsへの橋渡しになったキーワードは、「環境負荷低減活動と経済・経営の両立」です。

自社で作成している環境活動レポートの始めに、「何のために環境負荷低減活動を行っているのか」と環境経営目標を記載しています。弊社は慈善団体ではありませんので、環境負荷低減活動と経

済・経営活動を両立させなければ私達の活動も継続性が無いと感じています。

SDGsには、エコアクション21だけではカバーしきれない、経営活動の付加価値が沢山あります。例えば、健康経営の認証、子育てのくるみん認証等も行っています。

実際、弊社では、コロナ禍での在宅勤務で出勤率を半分以下に下げ、働く場所と時間を社員自身で、ある程度コントロール出来るような形にし、朝礼やミーティングの仕組みも変更してきました。これもSDGsのメンタル的な健康推進に入る取り組みです。

経営陣の視点として見ると、このSDGsの17の目標は、これまで行ってきた様々な経営活動が1つの体系としてまとまっているため、信じて進んで問題無いと確信を得た事が、本格的に取り組み始めた理由です。

SDGsの取り組みを公表しないのは凄く勿体無い

事務局 ありがとうございます。SDGsの細部まで研究されているからこそ

のお話で大変、勉強になります。

先日、全日電材連の組合員約500社を調査し、SDGsに取り組んでいる会社様は、昨年は約20社、今年は約50社が取り組まれている事が分かりました。その一方で、地域・社会貢献を行っていないながら、SDGsの取り組み公表をしていない会社様が約100社確認出来ました。また、全日電材連の組合員会社様の多くが、省エネ商品や防犯商品を販売している事から、業務自体がSDGsに取り組んでいると言っても良い状態です。だからこそ、どうしたら組合員会社様がSDGsに取り組んでいると公表して頂けるかを悩んでいます。

清野社長 取り組みを公表されない事は凄く勿体無いと思います。SDGsの取り組みを公表している事がデメリットになる事はありませんので、公表する選択肢が自然だと思えます。

例えば、環境活動や働き方改革もそうですが、最近で言えば、ウクライナの人道支援で赤十字に募金したりする事もSDGsの理念の1つです。会社の経営はどれをとっても17の項目に分類されていますので、上手に使いこなす力は必

要です。

SDGsは、それぞれ17項目が短いフレーズでズバツと本質を言い当てています。ダラダラと長い文章は読みたく無くなりますが、SDGsは数行かつイラストを駆使して説明しています。

社員に対しても日々の活動やこの納品が17項目のどこに貢献しているかという手応えを感じやすい所がメリットです。

業務や活動の全てにSDGsを絡めていくこととする姿勢が

SDGsの取り組みの多さに繋がる

事務局 ありがとうございます。次に環境活動レポートについて伺いたいのですが、非常に細部に渡って書かれています、本当に凄いです、作成までの経緯をご教示頂けますか？

鈴木主事 環境活動レポート作成はエコアクション21の必須項目になっていて、前年度の活動の集大成をレポートにまとめ、HPにも公開しています。

登録した当初は文字ばかりで審査員からも「面白くない」と酷評頂いた事もありました。

当初は、自社で使用する電気やガソリン、使用水を減らすことに力を注いでいましたが、我慢は続いていきまん。使用のムダを省いて、量を減らす事を一つの柱にし、もう一つの柱として、省エネ家電や節水家電の拡販によってお客様が生活の中でCO₂や使用水がどれくらい削減出来ているかを数値化する掲載にバージョンアップさせていきました。

鈴木主事 当初は、CO₂の削減量を杉の木何本分の面積なのかを東京ドームで換算していたのですが、山形の方にはあまりピンと来ませんので、なじみのある「みはらしの丘ミュージアムパーク」で例えました。県民の皆様にも伝わる分かりやすい表現を心掛けています。

事務局 その表現から県民の皆様を大切にされている想いが伝わります。取り組み企画はどうやって提案されているのですか？

今田執行役 弊社のエコ&コスト委員会のメンバーが中心になって、毎年環境活動方針を決めております。

エコアクション21を行う前から、社内

削減された水使用量を水泳プール（240m）で換算します。
 $57,552\text{m}^3 \div 240\text{m} \times 2 = 239.8\text{個}$
※1・・・節水省エネ機器販売による水使用の削減量
 ※2・・・25mプール容量 25m×幅8m（4コース）×深さ1.2m=240m

「水使用の削減量は、25mプール何個分？」

山形市馬見ヶ崎プール
 ジャバ 屋内プール

約**240個分**

画像出典 公式HPより

「CO₂削減量は、スギの木何本分？」

削減したお客様のCO₂排出量をスギの木（樹齢80年）の年間吸収量で換算します。
 $11,769\text{t-CO}_2 \div 0.014\text{t-CO}_2 = 840,642\text{本}$
※1・・・省エネ環境機器販売によるCO₂排出削減量
 ※2・・・スギの木（樹齢80年）は1本あたり1年間で0.014t-CO₂のCO₂を吸収するといわれています。
 出典：林野庁HP

CO₂排出量の削減
 スギの木換算 **約84万本分**

森林の面積で換算すると・・・
 （1haあたり1000本）
 みはらしの丘ミュージアムパーク
 （総面積19.1ha）
 約**44個分**に相当

画像出典 県HPより イメージ

ただ、削減した量を掲載するのではなく、身近な施設に換算して、掲載する事で、取り組みの凄さがより伝わりやすくなる。



数多くの取り組みが記載されている山形パナソニック様の「環境活動レポート」をぜひ、ご参照下さい。

- ・令和2年度版
 - 環境活動レポート
 - QRコード
- ・令和元年度版
 - 環境活動レポート
 - QRコード
- ・平成30年度版
 - 環境活動レポート
 - QRコード

山形パナソニック様 から伺った SDGsに取り組むポイント

- 1、SDGsは、自主的に取り組む事なので、ISOやエコアクション21よりもハードルは低いと認識する事。
- 2、SDGsは何を取り組めば良いのかと考えるのではなく、どんな事でもSDGsに繋がられないかと考える事、些細な事でもSDGsと繋がっている事に気付けるよう、SDGsセミナーを受講したり、他社の取り組みを知る事が大事。



※掲載順は、2021年6月に「会社名+SDGs」と組合員全社をグーグル検索し、SDGsの取り組みを確認出来た会社様へ取材願いの連絡を行い、取材許可を頂いた先着順で掲載させて頂いております。
SDGsに取り組み、取材許可を頂ける会社様ございましたら、全社同様に頂きます。全日電材連・事務局・伊達までご連絡下さい。(0335417192)

のコスト削減を考える委員会があり、その流れから、経営に密着した企画が多いです。

任期は2年で、今年のメンバーは、様々な部署から10名程度、若手の方にも経験して頂いております。

鈴木主事 元々、私もSDGsについて素人でしたので、様々なセミナーを受講しました。山形県内にはSDGsのエバングジエリストがおり、SDGsのカードゲーム等で楽しく学ばせて頂きました。しかしながら、その後の社内・外への展開方法については何度も議論を重ねまし

た。

事業としてのSDGsもですが、社員個人への落とし込みは、日常生活レベルでのSDGs活動をロッカー等の見える所に貼って頂き、社内発信する事で、SDGsへの意識を互いに高めるようにしています。

社外発信としては、地元のお客様とのつながりを増やすために、再エネ商材や電気で走るeモビリティの推進でSDGsへの貢献を訴求した独自のテレビCMを放送したり、関連会社グループで協力して、「身近なことからSDG

s」というラジオ番組を地元で発信しています。

商品展開としては、現在、電動バイクにも自転車にもなる商品販売をしています。走行時のCO₂排出は0です。サウナの販売では、多幸感やフィジカルおよびメンタルにおける健康効果をもたらすと謳い、SDGsに絡めた展開をしています。

事務局 なるほど。どうやってSDGsの取り組みを行うかというよりも、業務や活動の全てにSDGsを絡めていくという姿勢が、取り組みの多さに繋

がっていると感じました。

今田執行役 難しく考える必要はなく、SDGsはなんでも絡める事が出来ると思います。勿論、商品を販売する際は、国連のSDGsマーク使用は出来ない等の注意点はありますが。

清野社長 SDGsの取り組みはハードルを上げない事が一番だと思います。業態的にも17項目を全て出来る訳ではないですが、1つでも2つでも想像力を膨らませて、行っていくことが大事だと思います。