

企業の環境への取り組みを総合的に評価する日経の「環境経営度調査」。
 前回、本誌において、調査方法やランキングの読み方、
 今後の課題などについてレポートしたが、今回は、昨年12月10日に日本経済新聞、
 日経産業新聞紙上で発表された第6回調査の結果について、
 日経産業新聞編集長の守屋林司氏にダイジェスト版としてまとめていただいた。

NI特別企画

環境経営のトレンドはいまⅡ

第6回 日経環境経営度調査ランキング発表!

守屋林司 日経産業新聞編集長

首位は二年連続で日本IBM

ランキングの作成では、上場企業、
 店頭上場、非上場の有力企業のうち
 製造業（建設・エネルギーを含む）二〇四
 七社を対象に実施したアンケート調

査をもとに、①運営体制・情報公開、
 ②環境教育・社外貢献、③ビジョン、
 ④汚染リスク、⑤資源循環、⑥製
 品・物流対策、⑦温暖化対策の七つ
 の評価項目から総合得点を算出し
 た。今回調査の特徴は、温暖化対策
 の有無だけでなく、費用対効果を把
 握できているかどうかを質問に加え
 たことと、同一のテーマでも国内と
 海外をできるだけ分けて質問し、初
 めて海外拠点のみを対象としたラン
 キングを作成した点である。昨年は、
 京都議定書を日本政府が批准したこ
 ともあり、これまで以上にCO₂排

出規制への取り組みに重きを置くこ
 とともに、中国など海外へ生産拠点が
 移転している現状を踏まえて、海外
 事業拠点での環境対策の取り組みに
 も注目した。

結果は、表1に示す通り、日本I
 BMが二年連続で首位を獲得。図1
 のリーダーチャートに示したよう
 に、日本IBMはほとんどの項目で
 バランスよく高い点を得ていること
 がわかる。特筆すべきは、温暖化対
 策について国内一〇カ所の自社とグ
 ループの生産拠点での二〇〇一年度
 のCO₂排出量が、九二年度実績に
 比較して約四割減った点だ。八九年
 以降、各拠点においてエネルギー使
 用量で年間四パーセントという省エ
 ネを課し、実施してきた成果がラン
 キングに結びついた。CO₂の削減
 については、各企業とも積極的に取

表1 製造業の環境経営度ランキング上位50社

1	日本IBM	26	東海理化
2	キャノン	26	松下寿電子工業
3	NEC	30	凸版印刷
4	リコー	31	大成建設
5	松下電器産業	32	エスベック
5	ソニー	32	東芝
7	九州松下電器	32	豊田合成
8	デンソー	35	昭和電線電纜
9	ホンダ	35	ダイキン工業
10	富士写真フイルム	35	I N A X
11	トヨタ自動車	38	シャープ
12	T D K	38	松下電工
13	日立製作所	40	日本ビクター
14	コクヨ	41	アサヒビール
15	コニカ	42	オムロン
16	富士ゼロックス	43	協和発酵
17	松下電池工業	43	セイコーエプソン
18	松下電子部品	43	豊田自動織機
19	カシオ計算機	43	キャノン電子
20	松下冷機	47	大阪ガス
21	富士通	48	岡村製作所
22	大日本印刷	49	バイオニア
22	光洋精工	50	松下通信工業
24	Y K K	50	日清製粉グループ本社
25	松下精工	50	ダイハツ工業
26	関西電力		
26	アンリツ		

図1 日本IBMと電気機器の平均

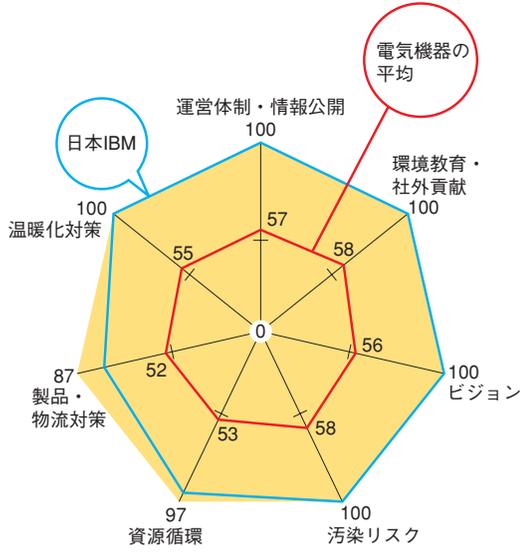
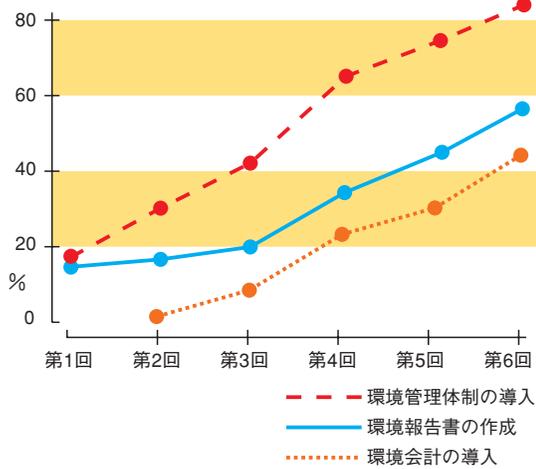


図2 環境経営度調査の流れ



注) 5-6調査の数字で、環境管理体制は自社工場の導入状況、環境会計は作成・公開している企業の回答を使用。環境会計は第1回では質問項目なし。

表3 イメージランキング

- 1 トヨタ自動車
- 2 リコー
- 3 ソニー
- 4 日本IBM
- 5 NEC

表2 海外ランキング

- 1 ソニー
- 2 日立製作所
- 3 日本IBM
- 3 トヨタ自動車
- 5 松下電器産業

企業間の連携がカギ

り組む姿勢が見られ、二〇一〇年度には日本政府が産業界に求めていた七パーセントを上回る削減幅を実現できる見込みが出てきたことも注目値するだろう。

もう一つ、今回の調査で浮き彫りになったのが、グループ企業や他企業などと連携で環境問題に取り組む姿勢である。とくに目立ったのが松下電器グループ。松下電器産業では、環境経営の政策や方針を審議するために、年二回、連結対象二〇社が参加する「環境会議」を開催し、環境行動計画「グリーンプラン2010」を

まとめた。このプランは、CO₂や廃棄物の排出量の数値目標を初めて盛り込む画期的なものになったが、結果として、グループ企業が多数上位に入ることになった。

ソニーなど情報通信機器一八社が一昨年始めた「グリーン調達」の国際基準づくりも注目される。部品や資材に含まれる化学物質などの開示を調達先に求める際の項目を共通化し、メーカーの環境対応をサポートするというもので、今後の展開が期待されている。企業間での連携という意味では、キャノンとリコーというライバル企業同士が手を結び、廃プラスチックの共同リサイクルを始

めたことなども、循環型社会へ向けた大きな第一歩といえるだろう。興味深いのは、環境経営先進企業のイメージランキング(表3)において、トヨタ自動車が首位を獲得した点だ。トヨタはコスト削減対策などをグループ全体で進めてきたことと、ハイブリッド自動車に続き、燃料電池自動車を発売したことなど、環境への取り組みを商品開発で積極的にアピールしたことが評価につながったといえる。

二位のリコーについては、事業所対策や環境会計などに積極的に取り組んだ姿勢が評価された。トヨタにしろ、リコーにしろ、長いスパンで

計画的に環境に取り組んできた企業が、実際の成果においても企業イメージにおいても、ランキングに結びついていることは大きな特徴といえるだろう。

企業の環境経営度を測る手法は、ランキングを通じて企業のイメージを大きく左右するだけでなく、実際の経営方針も変えてしまうほどの影響力をもつ。今後、環境経営の浸透により、企業間のみならず、行政、市民などと連携した新しい社会のカタチが立ち現れてくるのも時間の問題といえるのではないだろうか。