

第三回環境文明塾「脱炭素社会を支える経済」

事務局

2月7日に聖心グローバルプラザにて第三回環境文明塾を開催しました。中小企業経営者二名を講師に招き、「脱炭素社会を支える経済」をテーマに話題提供をしていただきましたので、その概要をご紹介します。

脱炭素社会の実現を目指して

リーマテックグループにおける環境経営
リーマテックホールディングス株式会社
代表取締役社長 田中靖訓氏

わが社の若手育成プログラムとして、15年くらい前にこの文明塾と同じような研修を環境文明21に行ってもらったことがあり、大変役に立った。現在、その世代が中心になって会社を支えている。このような機会がもっと増えるとうれしくて今回参加した。

わが社は大阪の網元が大阪湾の油による公害問題克服に取り組むことから始まった会社である。油の回収からリサイクルと活用の技術開発に進み、現在では産業廃棄物だけでなく不法投棄や災害廃棄物など社会課題にも対応している。現在は傘下5社のホールディングス体制をとり、海外ともコラボしている。グループ全体のミッションとして「環境分野における社会的課題に対応すべくイノベーションを創出する」ことを掲げ、資源リサイクル事業と再生可能エネルギー事業を軸として、企画力、技術力、現場力を大事にしつつ、ステークホルダーとの関係も重視している。

国内では、資源循環事業（廃油・汚泥リサイクルにより再生燃料を製造）、環境修復事業（不法投棄・災害廃棄物の処理スキーム構築）、ネットワーク物流事業、太陽光発電事業、バイオガス発電事業を実施。災害廃棄物処理では地元とのコラボにより利益共有を重視し、事後も地元企業が自律的に動けるノウハウを残してくるようになっている。2005年以降、海外での事業も次第に増えており、蓄積した技術を活かしてタ

イやマレーシアで、プラスチックや廃油等のリサイクルを通じて現地の廃棄物処理を支援している。

企業として将来の方向性や取組を考える中で、2017年頃にはSDGsへの取組を開始。脱炭素に向けSDGsコンパスを参考に事業をマッピングし、SBT(Science based target)目標水準に整合した自社の目標を定め、重点目標を脱炭素に置き、サプライチェーンまで含めたCO₂排出量のベースラインを設定してコミットしようとしている。また昨年からはRe100の中小企業版である環境省の「再エネ100宣言 Re Action」に参画している。このような自社の方向性や取組について、年2回の全社研修を通じて社員の理解を図ってきている。

このように会社の事業としては社会のCO₂削減に貢献しているが、会社自体としては事業拡張に伴って環境負荷が増えるという自己矛盾がある。そこで事業拡大が社会貢献につながると位置づけ、包み隠さず事業内容を開示することにしている。

また、脱炭素というグループの目標をグループ各社が共に達成するための経営管理システムとして、各グループ企業の業績評価にも脱炭素に向けた取組の成果を反映できるよう、インターナル・カーボン・タックスのような制度を検討している。

更に、オープンイノベーションという名称の下、スコープ3の取引先とのパートナーシップを組み、脱炭素の目標達成を目指している。

コミットメントは大事であり、宣言することが社員の意識向上に役立つとの認識の下、世界的なマクロな動きを自社のミクロな事業

活動に具体的につなげられるよう、スコープ3までサプライチェーン全体の動きを把握してSBT目標設定を行い、同業他社との差別化につながることを期待して努力しているところである。

地域企業こそ推進できる！

脱炭素社会を作る企業経営と企業活動

株式会社大川印刷

代表取締役社長 大川哲郎氏

1881年創業の印刷会社であり、バブル崩壊により印刷業界が厳しい時代に6代目社長として就任。環境問題への関心から環境経営にシフトし、本業を通じ社会課題解決に貢献すること、すなわち社会的印刷会社（Social Printing Company）になることを存在意義として、地域や社会に必要とされる人と企業を目指している。手を広げ過ぎず身の丈に合った経営を行うためにも、SDGsは取り組むべき課題のメニューブックとして役立った。

具体的な進め方としては、まず社員が社会的事象に関心を持ち、集めた情報を元に自分で考えて行動することで成果が上がるとの信念の下、社長自身のパッションを従業員に伝えて従業員の興味や関心を引き出し、自分事として従業員と危機感を共有しつつ、行政の取組も勘案し、行政やNPO/NGOを含めた多様なステークホルダーとのパートナーシップにより成果に結びようとしている。

各年度の取組を決めるにあたっては、従業員からのボトムアップを重視している。4つのゴールデンクエスチョン（うまくいっていることは何か、うまくいっていないことは何か、やってみたいことは何か、その障害となっているものは何か）に沿って、従業員全員参加で、翌年度の「SDGs経営計画」を策定するための90分のワークショップを、毎年1-3月に4回程度実施している。このワークショップで課題感を

持った従業員が自主的に部門横断的なプロジェクトを立ち上げ、コミットメント制により何らかの貢献を約束してチームを組む。再生エネルギー100%の印刷会社を目指すプロジェクトもここから立ち上がったものである。従業員参加型のこのシステムは、中小企業の経営実装システムとしてジャパンSDGsアワードの「パートナーシップ賞」を受賞している。

プロジェクトの実施に当たっては、外部の共感できる取組や地域の活動との連携などのストーリー性を持たせてパートナーシップを積極的に行い、従業員や地域に取組が理解され、スコープ3削減が出来る会社として顧客に選んでもらえるよう努力している。

これらすべての取組の推進力は従業員であり、子育て中のSDGs担当者は、未来が不幸で生きにくい世界であってはならない、という思いで熱心に取り組んでいる。夏休み中の子供達の工場見学ツアーや一般公募のSDGs報告会などの企画を通じ、SDGsへの取組の手ごたえを感じているところである。

SDGsの取組を事業に活かすという点では、会社案内にその取組などを加えた「会社案内プラスアルファ」を作成しており、大企業からのSDGsに関するアンケートへの対応に使っている。また印刷会社はすべての業種・業界につながりあることから、様々な課題に対して対応できる企業等を紹介するコンサルティング活動も始めたところである。

今年の重点課題は、真のパートナーシップの構築とSDGsウォッシュ（詐欺）への対応であろう。SDGs詐欺は、CSR報告書や経営者や従業員のブログを読む、あるいは一緒に活動してみることによって、SDGs詐欺かどうかをしっかりと見分けていく必要がある。パートナーシップについては、敵対関係にあった相手とも協力しあってSDGsを推進するのが真のSDGsパートナーシップであろうと考えている。

（文責：事務局）