

もう始めていますか？ 温暖化対策へのアクション



木質バイオマスは、団地内の製材所、プレカット工場、産廃業者などから購入。「中小企業でも、できることはあります」と兼平専務。



角材の処理にお金をかけていた業者の廃材などを買収することで、その会社のエコ活動にもつながっています。1つのアクションからエコの連鎖が生まれます。

京都議定書によれば、日本は2012年までに温室効果ガス対1990年比で6%削減するという目標を定めています。それに伴い、国民的プロジェクトとして「チームマイナス6%」がスタート。ところが驚くことに、国全体の二酸化炭素（以下CO₂）総排出量は、削減どころか、6.2%（対1990年、2006年度の数値合計／2008年発表）も増えているのです。

このような状況の中、わが国においては2020年を目途とした温室効果ガス排出量の削減目標を決めることとしています。目標実現のために必要なのは、企業や国民が身近な問題として自覚し行動すること。今回は、企業経営の現場における環境のための取り組みについて考えてみました。

企業にとって環境対策に 取り組む意義は？

目の前に迫る環境危機。

今年4月、国ではCO₂の削減に取り組む事業者に対し3年間限定で緊急無利子融資制度を創設するなど、新たな施策を打ち出しました。これらは事業者の温暖化対策への取り組みを強く後押しするものです。

岩手県でも、2010年のCO₂排出量対1990年比で8%削減を目標に、これまで取り組んできました。とはいえ、中小企業や事業所は経営環境も厳しく、必ずしも取り組みが進んでいない現状も…。しかし、視点を変えれば、温暖化対策への取り組みは、社内改革をする絶好のチャンス。エネルギー消費の見直しによる経費削減、仕



軽油の代わりにバイオディーゼルの燃料をエコカーに注入。

事の行程改善、本業を活かした環境関連の技術や商品開発など、環境対策への取り組みは企業にとっても価値あることなのです。

木屑をボイラーに利用し 1年間で700世帯分の CO₂削減

では、私たちの身近では、具体的にどんな取り組みが進んでいるのでしょうか。盛岡市川目にある(株)兼平製麺所は、2005年にISO14001の認定を受け、事業所内のCO₂排出量削減など、さまざまな環境活動に取り組んでいます。同社の代表取締役専務・兼平賀章さんに、その内容について伺いました。

工場を訪れると、ボイラーの燃料として使われる木屑が、屋外に山積みになっています。同社では、麺を茹でる湯を沸かすボイラーの燃料として一昨年から木質バイオマスを導入しています。重油ではなく木質廃材を燃料にしたボイラーを用いることで、CO₂排出量を大幅に削減できるのだそうです。

「環境への取り組みを始めたのは2003年から。当時重油の価格が高騰し、その対策として薪を使ったボイラーを探したのがきっかけでした」と兼平専務。大規模な資金を要する設備導入にあたって、環境省の補助

金制度を活用。社内に環境対策チームを立ち上げ、3年間に渡って事業所内のCO₂排出量を徹底把握。ボイラー導入後、工場全体の年間CO₂排出量約60%削減を達成したのです。

また、取引先のスーパードンビニ、従業員の家庭から排出される植物性油を回収し、バイオディーゼル燃料を自社内で精製。精製した油は、ディーゼル発電機やボイラーの燃料として利用するほか、営業車であるエコカーの燃料にも使っています。さらに昨年4月には、木質バイオマスボイラーから出る蒸気を利用した新しいシステムを取り入れました。

「ボイラーから出る蒸気の圧力差を利用して電力を起こす蒸気発電機を導入しました。発電後に圧力が下がった蒸気を、工場の茹で麺装置に使っています」と兼平専務。この省エネに関する取り組みは、(財)省エネルギーセンター主催の「平成20年度省エネルギー優秀事例全国大会」において高く評価され、会長賞を受賞しています。木質バイオマスボイラーの導入を機に、更なる省エネ化が実現した今、この蒸気発電やディーゼル発電によって、工場全体の発電量の約18%をまかなっているそうです。

ほかにも、社内全体で水、廃棄物削減などに向けた地道な環境活動を日々実行しています。

企業同士の連携による「エコ企画」

さて、もう一つ、企業が相互に協力しあって、環境活動に取り組む企画例があります。それは、ホテルブライイトイン盛岡と岩手県北バスのタイヤアップによる、宿泊と往復バス料金をセットにした企画「エコパック」です。宮古・盛岡間、久慈・盛岡間の2路線で販売。通常料金よりも3000円ほど割安なプランの提示によって、マイカーからバスへの利用を促し、CO₂削減に結び付けようという企画です。「ホテルは、快適さを提供する場所ゆえ、館内の消費電力や備品の節約が難しい。とはいえ、経営者として環境対策に向けて何かしなければという思いもあるし、地域社会に対して、私たちが還元できることはないかと考えたのが、企画の始まりです。企業同士の協力なくしては実現できませんでした」と、同ホテルの社長・詫広恭子さんは話します。同企画の宮古・盛岡間の利用客を見ると、3月だけで約60人。利用客が「エコ」を認識しているかどうかはともかく、この企画が地道ながらも着実な



「ホテルは、地域の賑わいを肌で感じる場所にあり、お互いに協力しあって共存する大切さを感じています」と詫広社長。

温暖化対策の一步である、そのことに間違いはありません。

「最近、水道の蛇口を小まめに閉めるなど、社員の日常習慣にも小さな変化を感じます。それから、ポスティング作業など市内周辺の移動は、社員の要望で自転車を利用し始めました」と顔をほころばせる詫広社長ですが、「エコパック」は、商品自体に利益を追求する企画ではないとのこと。

「二企業が地方で生き延びるのは大変な時代。地元企業が連携して、地域と共存していかなくてはならない。小さな企画ですが、沿岸から盛岡への通院や買い物がもっと便利になったりホテルに宿泊することで周辺に少しでもお客さんが増えたら嬉しいですね」と詫広社長。

そこには、柔軟な発想で環境対策に取り組みながら、地域の活性化につなげようとする思いが感じられます。

自社の現状を知り、環境の現実を知ろう

2つの企業に伺った温暖化対策。重要なのは取り組む事業規模ではないようです。兼平専務は、「できるかどうかより、アクションを起こすことが大事」と話してくれました。もはや誰にとっても他人事ではない温暖化対策。ならば、まずは自社におけるCO₂の排出量を知ることが第一といえます。

当会議所の環境問題特別委員



5月12日に行われたコンテスト説明会には約60事業所が参加。日商のチェックシートを利用したCO₂排出量の算出を試みました。

会により企画された「CO₂削減コンテスト」。これは、6月から11月までの半年間で事業所における対昨年同期比のCO₂排出量減少率と取り組み内容による審査をするもの。担当の地域活性化支援チーム和井内信行リーダーは「現状を認識することで興味も深まるはず。そういう意味で、7月26日に実施される『エコ検定』も、環境を知るきっかけとして気軽に受けてみてほしい」と話します。温暖化対策への取り組みの第一歩を踏み出すことで、環境のみならず経営においてプラス効果につながっていくことが期待されています。商工会議所では、環境問題に取り組みようとする会員事業所へ今後も様々なきっかけづくりなどをしながら、サポートしてまいります。

取材／「SANS A」企画編集委員会



「5月の説明会では予想以上の関心の高さと心強い思いでした」と和井内リーダー。