

提 言

はじめよう・ひろげよう  
兵庫・神戸企業の CO<sub>2</sub> 削減

平成22年2月

*Kobe Association of Corporate Executives*

社団法人 神戸経済同友会

## 序

今年度は、地球の将来に関わり、現在、全世界が注目しているテーマでもある「地球温暖化防止」に関する提言を行うこととしました。

このテーマは、先般の COP15（第 15 回国連気候変動枠組み条約締約国会議）が地球環境を守るといふより国益を守る外交交渉の場と化したように、先行きの必要性は認めながら、個々の国、あるいは企業・国民にとっては、置かれた立場によって著しく利害が異なる難しい課題でもあります。

テーマを選定した昨年はじめには、現在のようにこれほどホットなテーマになるとは想像もできませんでしたが、神戸経済同友会としては、企業の社会的責任という観点から、この問題にどのように取り組むべきかを考えてみました。

このテーマには、いくつかの輻輳した論点がありますが、ここでは、政府のいう CO<sub>2</sub> の 1990 年比 25%削減の是非をはじめ、環境税や排出権取引など、国際的にはもちろん、国内さらには兵庫県内にあっても意見・考え方が対立する論点とは一線を画し、兵庫・神戸の企業が CO<sub>2</sub> 削減（≒省エネルギー）にどのように取り組むかという点に絞って論じていることをまずお断りしておきたいと思ひます。

CO<sub>2</sub> を削減し地球温暖化を防止することは、地球の将来のため、ひいては次の世代のためにも必要なことは誰でもが理解していることではありますが、そのために、現在の生活を犠牲にし、企業の国際競争力の低下と業績悪化を招いてもかまわないという議論は成り立ちません。生活や経済と両立させながら、この問題を克服していくためには、我々自身の知恵と努力が必要不可欠であります。企業にとっても、今やこの問題に真正面から向き合わなければ、持続的な成長はもちろん、企業の存続さえも覚束ない経営上の重要なテーマになっています。

神戸経済同友会としては、業種や規模毎に異なる企業の立場を乗り越え、会員企業がまず一步前に踏み出すことから始めたいと考えています。そして、この提言の中で取り上げた種々の活動について、会員企業がそれぞれに相応しい取り組みを選択し展開することが、兵庫・神戸地域における CO<sub>2</sub> 削減に向けた官民を挙げた活動を活性化するものと確信しているところであります。

最後に、提言書の取り纏めに多大なるご尽力をいただきました兵庫県立大学の當間先生、提言特別委員会の木下委員長、太田垣副委員長をはじめ、提言特別委員会に参加された各委員およびワーキンググループの皆様、さらに講師を務めていただきました方々に心からの感謝の意を表します。

以上

平成22年2月

社団法人 神戸経済同友会  
代表幹事 村田 泰男  
代表幹事 松田 茂樹



## 目 次

1. 「地球温暖化防止」の必要性(なぜ環境問題への取り組みが必要か)	1
(1)はじめに	1
(2)地球温暖化の背景とその影響	1
(3)世界的な温暖化防止のための CO <sub>2</sub> 削減の取り組みとわが国の削減目標	2
2. 地球温暖化問題に企業が取り組む理由	3
(1)経済界の動向	3
(2)企業が取り組むべき理由	3
3. 経営者の環境問題への意識と現状の課題(会員アンケート分析結果)	5
4. 提言	9
(1)企業活動(企業の具体的な取り組み)	9
(2)神戸経済同友会の活動	10
(3)行政の取り組み(要望)	13
5. 地域的な広がり of 仕組み(中・長期的には「eco <sup>2</sup> HYOGO」構想への発展)	14
おわりに	17
参考とした資料	18
平成21年度 提言特別委員会における研究活動および討議結果	19
平成21年度 提言特別委員会 委員名簿	25



## 1. 「地球温暖化防止」の必要性（なぜ環境問題への取り組みが必要か）

### (1) はじめに

近年、環境問題に関する議論が活発になされている。特に、地球温暖化問題に直接関わるとされている CO<sub>2</sub> を中心とする温室効果ガス（以下 CO<sub>2</sub> と表記）の削減については、国や政府レベル、あるいは企業レベルでの削減目標や取り組み状況に関する情報が、新聞および雑誌記事などで連日、目にとまるようになった。また、企業の製品・マーケティング戦略のなかで、「エコ」や「環境に優しい製品」といった言葉は、かなり訴求・定着してきたといえる。

このような環境問題への関心が高まるなか、2009年9月、鳩山首相が国連総会での演説において、CO<sub>2</sub> を「90年比25%削減」という2020年までの中期目標を発表した。削減目標の大きさとスケジュールについて、様々な議論が展開されているが、いずれにしても、今や CO<sub>2</sub> の削減は、地球温暖化問題に取り組むための重要な課題となっている。

また、2009年12月にコペンハーゲンで行われた COP15 では、国益剥き出しの議論が続けられた結果、2013年以降の地球温暖化対策の国際枠組み（ポスト京都議定書）作りが先送りとなり、辛うじて図表1のような「コペンハーゲン合意」が了承されるに止まった。

図表1 コペンハーゲン合意の骨子

- 世界の気温上昇を産業革命前と比べ2度以内に抑制
- 先進国は京都議定書よりも排出削減を強化、2010年1月末までに目標を提示
- 途上国は1月末までに排出抑制計画を提示、技術・資金支援を得た場合には国際的に監視
- 先進国は2010～2012年に総額300億ドルの途上国支援、2020年までに年1000億ドルの拠出を目指す
- 技術移転を促すための枠組みを構築

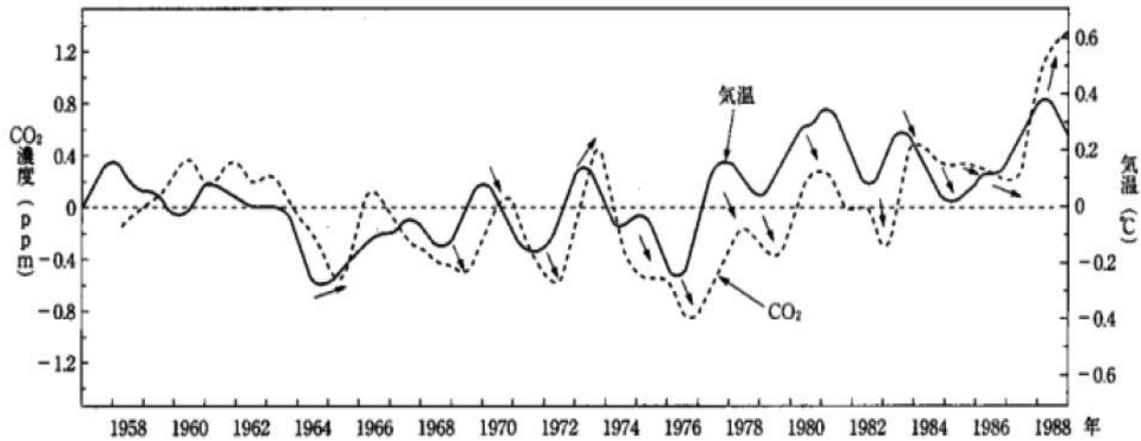
出所: 参考とした資料①

### (2) 地球温暖化の背景とその影響

気候変動に関する政府間パネル（IPCC）は、地球温暖化の影響が世界の気候システムに多くの変化を引き起し、人類の将来にも重大な影響を及ぼすと予測・警告を発している。

2007年に発表された IPCC の第4次評価報告書においても「気候システムの温暖化は疑う余地がなく、大気や海洋の世界平均温度の上昇、雪氷の広範囲にわたる融解、世界平均海面水位の上昇が観測されていることから今や明白である」と報告されている。また同報告書は、「人間活動により、現在の大气中 CO<sub>2</sub> 濃度は産業革命以前の水準を大きく超えて」おり、「20世紀半ば以降に観測された世界平均気温の上昇のほとんどは、人為起源の CO<sub>2</sub> の増加によってもたらされた可能性が非常に高い」とも述べている。（参考とした資料②）つまり、図表2が示すように、人口増加や経済活動を起因とする CO<sub>2</sub> 排出量の増加が、気温上昇、すなわち地球温暖化に影響を与えていると考えられている。

図表2 大気中の CO<sub>2</sub> 濃度と気温上昇との関係



出所: 参考とした資料③

### (3) 世界的な温暖化防止のための CO<sub>2</sub> 削減の取り組みとわが国の削減目標

このような気候変動による温暖化の進行が懸念されるなか、CO<sub>2</sub> 排出量の増加を起因とする温暖化を食い止めるべく、1997年に京都で開催された COP3 において、国際的な取り決めである京都議定書が締結された。京都議定書は 2005 年から発効し、そのもとでわが国は、2008 年から 2012 年の 5 年間の平均で、1990 年に比べて 6 %、CO<sub>2</sub> 排出量を削減する目標達成のために努力がなされている。

このような削減目標を実現すべく、政府は「チーム・マイナス 6 %」と称する国民的プロジェクトを立ち上げ、地球温暖化問題に関する情報提供や、具体的に CO<sub>2</sub> を削減するために、家庭のなかで個人がどのような取り組みをすればよいのかを紹介している。

そのような状況の中、鳩山首相は、京都議定書以降の CO<sub>2</sub> 削減目標として、1990 年度比 25%削減という高い削減目標を掲げた。

## 2. 地球温暖化問題に企業が取り組む理由

### (1) 経済界の動向

このような政府の削減目標の設定に対して、経済界は図表3に示されるように様々な意見を表明してきた。この他にも、90年比25%削減という目標に関して、一定の理解を示す意見も見られるが、大きな負担を理由に反対する意見や、実現困難性を強調する意見、実現に向けた政府の支援策を要望する意見など、様々な意見が提示されている。

図表3 CO<sub>2</sub>削減に関する経済界の意見の一例

COP15交渉で、米国、中国など主要排出国の参加と国際的な公平性の担保を求める
鳩山政権の削減目標を達成する道筋の明示と政府の支援策を要望する
産業構造の変化を加速する削減目標の設定を求める
企業自身の持続可能性のために低炭素化がある
燃料電池や太陽電池事業に積極的に取り組みたい

出所:参考とした資料④

昨今の厳しい経済状況の中、経済界がCO<sub>2</sub>削減に必要な負担や投資に、どのように対応していくかが難しい。CO<sub>2</sub>を1トン削減するための追加的費用「限界削減費用」という概念を用いて、先進国がCO<sub>2</sub>を一律25%削減する前提で比較すると、限界削減費用が日本は476ドル、EUは135ドル、米国は60ドル（地球環境産業技術研究機構試算値）という結果がある。この結果をみてもわかるように、日本の限界削減費用は他の先進諸国に比べて突出して高い。それゆえ、京都議定書で公約したCO<sub>2</sub>の削減目標をさらに上回る削減目標を掲げ、その達成を目指して努力していくことに対して、経済界の中には、反対もしくは戸惑うといった意見が多いのが現状である。

### (2) 企業が取り組むべき理由

CO<sub>2</sub>削減問題は、企業にとって、追加的なコストの発生というマイナスの要素もあるが、世界的にみても、多くの企業がこの問題に取り組んでいる。最新の経営学研究によれば、企業が環境問題の解決に取り組む理由は、次の3つに大別できる。（参考とした資料⑤）

まず第1は、世界各国で規制が強化されていること。グローバルな規模で活動している企業の場合、環境問題に関わる多くの法的・社会的規制に直面し、それらへの対応が迫られている。

第2は、自然環境そのものが企業や産業に圧力をかけ始めたこと。例えば、地球温暖化によって冬でも温暖な状況になると、スキー場などのウィンタースポーツ事業は悪影響を受けることになるし、また気候変動による干ばつや集中豪雨は、農作物へ悪影響を及ぼし、それに関わる事業を営む企業には大きなダメージとなる。

第3は、環境問題に関心の高いステークホルダー（利害関係者）が増え、汚染防止や環境保護に関して、より積極的な取り組みを求めるようになったこと。環境意識の高い顧客が、政府の政策や法律などよりも厳しい要求を企業に突きつけるという事例もある。

以上のような3つの理由で環境問題に取り組むわけであるが、その取り組みは企業にとってマイナスの側面だけではなく、プラスの側面もある。例えば、環境問題への取り組みは、自社の経営・業務全般を見直す契機となるほか、企業ブランド価値の向上や従業員の意識向上にもつながる。また CO<sub>2</sub> の排出を抑制する「環境配慮型経営」を目指すことは、コスト削減や業績改善を実現する機会にもなる。

そこで神戸経済同友会では、これらのような視点とともに、外部の有識者からのヒアリングやディスカッションなどもまじえて、次のような認識を共有するに至った。

- ① 地球温暖化の主因は人為的な CO<sub>2</sub> の排出であり、このまま放置すると人類にとって非常に深刻な災厄をもたらす。
- ② 現在に生きる世代は、将来世代のために温暖化問題の解決の道筋をつける責務を負っている。
- ③ ポスト京都議定書の国際的な枠組みや、国内の CO<sub>2</sub> 排出削減に向けた具体的政策などが未だ固まっていないことは甚だ遺憾ながら、企業や経済団体はすべてを政治の責任にするのではなく、自らできることを果たしていかなければならない。

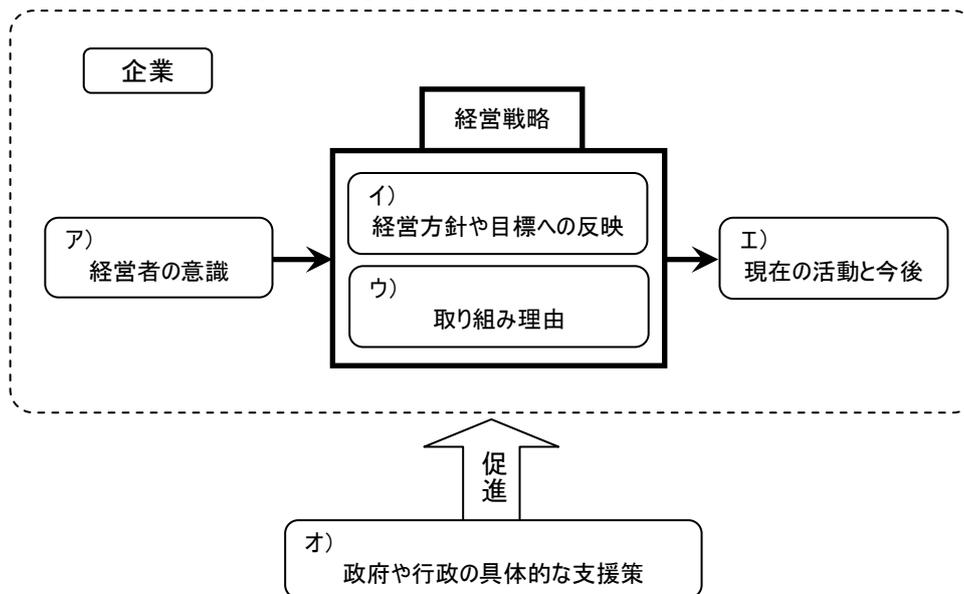
### 3. 経営者の環境問題への意識と現状の課題（会員アンケート分析結果）

このような認識のもと、神戸経済同友会会員企業の温暖化問題や CO<sub>2</sub> 削減に関する現状を把握するために、2009年9月に会員389名に地球温暖化問題に関するアンケート（巻末に設問内容及び集計結果を掲載）を実施し、161名から回答を得た。（回収率＝41.4%、アンケート実施当時は日本のCO<sub>2</sub>削減目標は2005年比15%削減）

その回答結果をまとめる際、ア) 経営者の意識、イ) 経営方針や目標への反映、ウ) 取り組み理由、エ) 現在の活動と今後、オ) 政府や行政への要望（具体的な支援策）という5つの視点で分類した。

この分類軸を利用する理由は、経営者のCO<sub>2</sub>削減意識が、経営方針や目標および取り組み理由へ反映され、そして実際の活動が展開されるという筋道でCO<sub>2</sub>削減行動が起これ、政府や行政が提示する具体的な支援策は、このような行動を促進する重要な要因と考えているからである。このような考え方は図表4のように、そしてそれに基づいてまとめたアンケート結果は図表5のように示すことができる。

図表4 アンケート結果の5つの分類軸の関係



図表5 アンケート結果のまとめと考察

ア) 経営者の意識

- 約7割の経営者が企業として積極的にCO<sub>2</sub>削減に取り組むべきと考えているが、一部の経営者は具体的に何に取り組めばよいか分からないと感じている。
- 約7割の経営者が費用負担はある程度やむなしと考えている。

※ 考察：地球温暖化やCO<sub>2</sub>削減問題について、経営者の前向きかつ積極的に取り組む意志がうかがえる。

イ) 経営方針や目標への反映

- 4割強の企業がCO<sub>2</sub>削減を経営方針に反映させている。
- 自主目標は必要と考える経営者は8割近く、その一方で約7割の経営者がペナルティまでは必要ないと考えている。

※ 考察：ここでも経営者の積極的な意志がうかがえ、自主目標を設定して前向きな取り組みを展開しようと考えている。

ウ) 取り組み理由

- 環境問題に取り組む理由として、企業の社会的責任と考える経営者は9割以上。
- 株価の向上、業績の向上、収益力アップなど、事業収益に貢献すると考える経営者は少ない。

※ 考察：経営者の意識としては、CO<sub>2</sub>の削減は社会から要請された課題でもあり、それに取り組むことは企業の社会的な責任であると考えているものの、その取り組みが業績に直接的に良い影響を及ぼすとは考えていないようである。

エ) 現在の活動と今後

- 昼休みの消灯やクールビズなど、比較的取り組みやすい活動はすでに取り組んでいる経営者が多い。ただし、現在の取り組みが十分であると考えている経営者は約5割にすぎない。
- 今後、エコカー導入、従業員教育、省エネへの設備投資、グリーン調達などに取り組もうと考えている経営者が多い。
- 六甲山、神戸港などの地域特性を活かした環境活動に期待している経営者が多い。
- プロジェクト的な方法により企業活動の中で環境経営、エコ活動に取り組んでいる事例も少なくない。

※ 考察：CO<sub>2</sub>削減活動に関して、現状に満足せずに改善していこうという姿勢と、積極的に新しい取り組みにもチャレンジしていく姿勢がうかがえる。また、地域特性も視野に入れた新しい取り組みへの期待感も高い。

オ) 政府や行政への要望（具体的な支援策）

- 省エネ投資、自然エネルギー利用促進等への補助金・低利融資などの助成を望んでいる。
- 環境活動に関する情報提供を望んでいる。

※ 考察：CO<sub>2</sub>を削減するには、その具体例方策に関する情報面での支援や、多額の技術開発投資や設備投資の推進に必要な金銭面での支援が欠かせないと考えている経営者が多い。

さらにアンケートの集計結果からは、CO<sub>2</sub>削減の取り組みに関する具体的な事例も数多く見られ、それらを図表6に集約した。また、アンケートに未回答の会員企業の中にも、個々の企業のホームページを参照すると様々な取り組みをしている企業もみられた。

図表6 神戸経済同友会会員企業の環境配慮型経営の一例

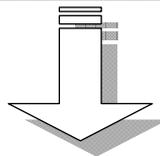
- 水光熱費削減、ごみ削減、コピー用紙の削減など
- ノー残業デーの設定（エネルギーコストの削減）
- エコ通勤プロジェクト（マイカー通勤の自粛によるCO<sub>2</sub>の削減）
- 夜間電力の活用（夜間電力の活用で巨大な氷を作り、日中の空調や冷水に利用）
- コンサルタントによる事業所の省エネ支援
- 事業所への太陽光パネルの設置
- 国内および海外での植樹活動
- 社員によるクリーンハイキング実施、六甲山・有馬での植樹活動（従業員の環境意識高揚）
- 事業所における緑のカーテン・プロジェクト（ゴーヤーやヘチマの栽培）
- 従業員へエコライフノート（環境家計簿）の配布
- 共同配送、モーダルシフトの実施
- 収益の一部を環境活動へ寄付

これらのアンケート結果から導き出された提言コンセプトは、図表7のとおりである。

図表7 アンケート結果から導き出された提言コンセプト

〈アンケート結果〉

CO<sub>2</sub>削減による「環境配慮型経営」の実現に関する経営者の意識は非常に高いが、一方で企業によってその取り組みは様々であること、また具体的な取り組み方がわからずに、活動に躊躇している経営者もいることが明らかになった。



〈提言コンセプト〉

各企業で実施しているCO<sub>2</sub>削減活動に、地域としての連動性を持たせ、さまざまな意識で行っている活動の拡大に向けた底上げが必要である。

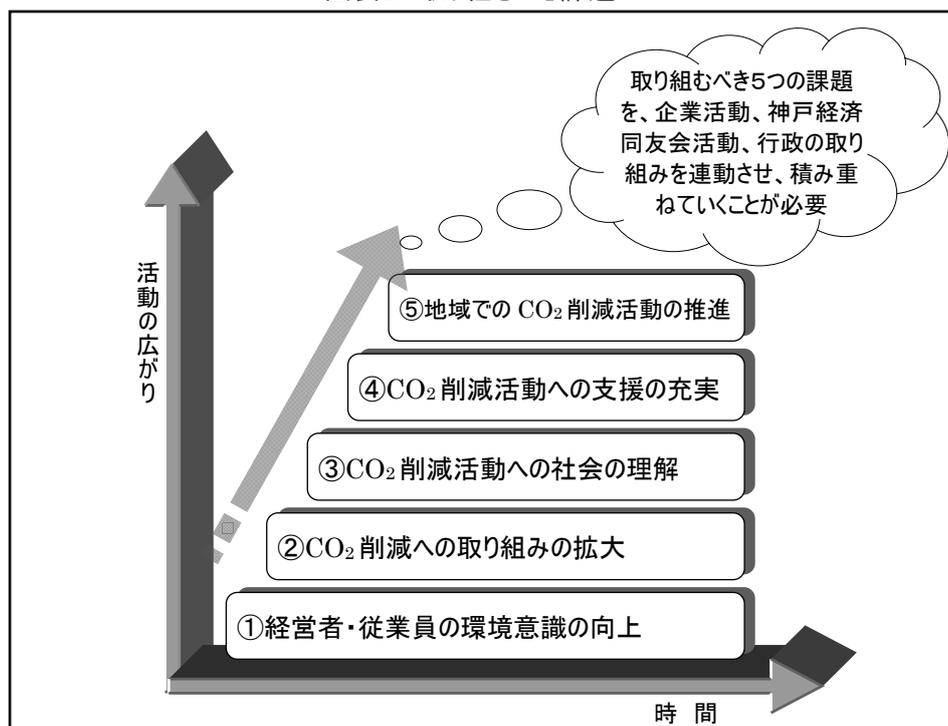
企業の業種・規模を問わず、将来のため「CO<sub>2</sub>削減活動にまだ取り組めていない経営者はまずは第一歩を、取り組めている経営者はより一層拡大を」していくために何が必要かを提言する。

また、この提言コンセプトを実現するためには、次の課題に取り組む必要がある。

- ① CO<sub>2</sub>削減を推進していくためには、企業経営者のみならず、従業員一人一人の意識の向上をはかることが重要。  
⇒経営者・従業員の環境意識の向上
- ② 経営者・従業員の環境意識の向上によって取り組みの拡大・推進をはかる。  
⇒CO<sub>2</sub>削減への取り組みの拡大
- ③ CO<sub>2</sub>削減に関する経営者の意識を向上させていくためには、CO<sub>2</sub>削減活動や取り組みへの社会の理解が必要不可欠。  
⇒CO<sub>2</sub>削減活動への社会の理解
- ④ 取り組みを拡大させていくためには、CO<sub>2</sub>削減活動をバックアップする支援策を充実することが重要。  
⇒CO<sub>2</sub>削減活動への支援の充実
- ⑤ さらにCO<sub>2</sub>削減活動を継続・拡大させていくためには、地域的な取り組みが必要。  
⇒地域でのCO<sub>2</sub>削減活動の推進

これらの課題の関係を図示すると、図表8のとおりとなる。次章「4. 提言」で述べる企業活動、神戸経済同友会活動、行政の取り組みを連動させ、積み重ねていくことが必要である。

図表8 取り組むべき課題



## 4. 提言

提言コンセプトを実現するための5つの課題を念頭におき、CO<sub>2</sub>削減活動を推進するために、次の提言を行う。

### (1) 企業活動（企業の具体的な取り組み）

CO<sub>2</sub>削減に関する個々の企業の取り組みについて提言する。ここでは、神戸経済同友会会員企業のみならず、兵庫・神戸の一般企業も対象としているが、CO<sub>2</sub>削減と環境配慮型経営の実現に向けて、会員企業はリーダーシップを果たしていくことが望まれる。

#### ①CO<sub>2</sub>削減活動の経営方針への反映

アンケートの結果をみると、CO<sub>2</sub>削減や環境配慮型経営を経営方針に掲げている、あるいは現在検討中であると回答した経営者は全体の約6割、今後経営方針に掲げて取り組む必要があると回答した経営者は3割近くであり、経営者の意識は総じて高いことがわかった。そこで経営者がCO<sub>2</sub>削減についてあらためてその必要性を再認識し、自社の経営方針に掲げて、これを推進していくことを第一に求める。

#### ②環境関連技術等の開発推進

地球温暖化問題の解決のためには、製造業、非製造業を問わず、CO<sub>2</sub>削減に貢献する技術・製品、サービスの開発・提供に取り組むべきである。この機会に経営者に対して、改めてその重要性の再認識を訴えたい。

企業の本業における研究・開発の強化を進めてCO<sub>2</sub>削減に貢献することは、企業の発展に資することになり、また企業の社会的責任を果たすことになると考える。

#### ③自社のCO<sub>2</sub>排出量の把握

省エネ法等の規制に基づき、CO<sub>2</sub>排出量を把握できている事業所もあるが、オフィスなど業務系の事業所や小規模企業には、まだ把握できていないところも多い。

各企業がこの問題に対してまず一歩前に踏み出してもらうためには、CO<sub>2</sub>削減への取り組みを経営方針に掲げるとともに、自社のCO<sub>2</sub>排出量を測定・把握することが重要である。CO<sub>2</sub>排出量を把握することで、削減活動への大きな動機付けになることが期待できる。

CO<sub>2</sub>排出量を換算する方法としては、神戸市の「温室効果ガス削減目標達成のためのアクションプログラム」（参考とした資料⑥）の「参考資料」によって算定することなどが挙げられる。また、図表9のような換算シートを活用することでCO<sub>2</sub>排出量を簡単に把握できるため、まだCO<sub>2</sub>排出量を把握できていない企業にはその把握を始めることを求める。

図表9 CO<sub>2</sub> 排出量の換算シート

項目	使用・購入量	CO <sub>2</sub> 排出係数	CO <sub>2</sub> 排出量
電気	kWh	×0.39	Kg
都市ガス	m <sup>3</sup>	×2.1	Kg
LPガス	m <sup>3</sup>	×6.5	Kg
水道(上水道)	m <sup>3</sup>	×0.36	Kg
灯油	ℓ	×2.5	Kg
合 計			Kg

出所:兵庫県地球温暖化防止活動推進センターホームページ

さらに、オフィスの CO<sub>2</sub> 削減運動として、関西広域機構が展開している「関西エコオフィス宣言」への取り組みや他社の取り組み事例を参考にすることで、自社にあった CO<sub>2</sub> 削減の取り組みの幅を広げ、効果的な削減活動の展開が期待できる。

#### ④CO<sub>2</sub>削減意識の啓発・教育の推進

自社にあった取り組みを模索するとともに、その取り組みを効果的に推進していくために、自社の従業員向けに CO<sub>2</sub> 削減の必要性を認識してもらう教育は非常に重要である。具体的には、例えば、ひょうご環境創造協会が提供している「エコツーリズム」などを活用して、従業員が地球環境を守る意識を高めるような活動を進めることが挙げられる。

個々の企業が従業員への環境教育を実施することは、企業内の効果だけにとどまらず、従業員の家庭内での省エネルギーへの取り組み、ひいては企業・従業員の周辺を含む社会全体の CO<sub>2</sub> 削減活動へ波及することが期待できる。

#### (2) 神戸経済同友会の活動

神戸経済同友会としても、会員企業の支援や組織化を通じて、次のような CO<sub>2</sub> 削減活動を推進していく必要があると考えている。

##### ①神戸経済同友会「地球温暖化防止憲章」の制定

まずは、神戸経済同友会自身が独自の「地球温暖化防止憲章」を制定し、会員企業にその趣旨を周知し、理解してもらう必要がある。

例えば「神戸経済同友会は、次世代に豊かな地球環境を残し、持続的発展が可能な社会構築のために、企業の社会的責任を果たす立場から地球温暖化防止に貢献する団体として、その活動を推進していきます」というような憲章を制定したい。

## ②環境プロジェクト活動の推進

### a) 「神戸経済同友会の森」（仮称）プロジェクトの立ち上げ

森林による CO<sub>2</sub> の吸収量は、樹種や林齢などの条件によって異なるが、例えば、自動車 1 台が年間に排出する CO<sub>2</sub> は、スギ 160 本程度で吸収可能であり、樹木の CO<sub>2</sub> 吸収量は非常に高く、CO<sub>2</sub> 削減効果が大きく期待できる。しかし、森林のこの機能を効果的に働かせるためには、間伐などの森林保全活動や植林活動を適切に行う必要がある。

この森林による CO<sub>2</sub> 削減に取り組むにしても、特に規模の小さな企業は費用的に大きな負担となるため、単独での取り組みが困難である。そこで、兵庫県が進めている「企業の森プロジェクト」に神戸経済同友会という組織で参画し、「神戸経済同友会の森」（仮称）プロジェクトを立ち上げ、小口に分散した形で会員企業を募ることを考えたい。このプロジェクトを通じて、森林保全活動や植林活動に多くの企業が参加できるようになれば、規模の小さな企業でも CO<sub>2</sub> 削減という企業の社会的責任を果たすことにもなり、さらに従業員の環境教育にも役立てることが期待できる。

図表 10 森林の CO<sub>2</sub> 吸収量



出所: 参考とした資料⑦

### b) もったいない活動の推進

もったいない（勿体無い）とは、仏教用語の「物体（もったい）」を否定する語で、物の本来あるべき姿がなくなるのを惜しみ、嘆く気持ちを表している。この言葉は、もともと「不都合である」「かたじけない」などの意味で使用されていたが、現在では「物の価値を十分に生かされておらず無駄になっている」状態やそのような状態にしてしまう行為を戒める意味で使用される。ケニア出身の環境保護活動家、ワンガリ・マータイ氏が世界に広め、環境分野で初めてノーベル平和賞を受賞したことでも知られる言葉である。このもったいないという言葉の意味を再認識し、十分価値を生

かしきれていない資源を、最後まで無駄なく活用していくことの重要性と、この精神が CO<sub>2</sub> 削減の取り組みにとって不可欠であることを、神戸経済同友会が組織として啓発していきたい。

このもったいない精神を活かす取り組み例として、再利用できるエコバッグ等の神戸経済同友会企画グッズの製作も推進したい。この取り組みが実現すれば、定例会議等で使用している紙封筒などを減らすことができ、それが神戸経済同友会として、CO<sub>2</sub> 削減への具体的な目に見える活動として一端を示すことになる。

### ③環境関連情報の発信、啓発活動の推進

#### a) 先進事例の紹介

アンケート結果から、CO<sub>2</sub> 削減や環境配慮型経営に関して、多くの経営者が具体的な情報や事例の提示を求めていることが分かった。特に具体的な取り組み事例などは、まだ取り組めていない企業の手本となるため、先進的な取り組み事例や 3R 活動 (Reduce、Reuse、Recycle) に関する情報を収集するとともに、神戸経済同友会のホームページや機関誌などで紹介し、個々の会員企業に合った取り組みを検討してもらうための材料を提供したい。

#### b) KEMS・エコアクション21取得促進

近年、環境マネジメントシステムの国際規格である ISO14001 の認証取得が、製造業を中心に盛んになっているが、規模的、経済的などの理由ですぐにこの規格の認証取得に組みにくい組織も多い。そこで神戸では、具体的で取り組み易く、かつその取り組みによりコスト削減などのメリットにつながる環境マネジメントシステムである KEMS (神戸環境マネジメントシステム) の審査登録制度を創設している。同システムは、企業等の経営にあたって、環境への負荷 (排ガス、電気・ガスなどの使用等) などを管理・低減するための仕組みである。

図表 11 に示されるように、KEMS 導入 1 年後で、エネルギー使用量を削減した企業や施設も多く、個々の企業の CO<sub>2</sub> 削減活動への波及が期待できる。

また、環境省においても、小規模事業者でも取り組み易い環境マネジメントシステムとしてエコアクション21を創設し、その認証取得事業者数は全国的にも増加している。神戸経済同友会として、会員企業に対しこれらの仕組みの活用を呼びかけていきたい。

図表 11 KEMS の成果 (KEMS 導入 1 年後の平均削減率)

	削減率
電力使用量	-6.4%
自動車燃料使用量	-8.9%
事務用紙使用量	-7.3%
一般廃棄物排出量	-30.1%

出所:平成21年度神戸市廃棄物管理責任者研修会資料

### c) 環境経営表彰制度の確立

環境配慮型経営を実現した企業や、CO<sub>2</sub>削減に貢献する技術・製品、サービスを開発・提供した企業に対して、神戸経済同友会独自の表彰制度を確立する。

この制度により、会員企業がCO<sub>2</sub>削減の取り組みをさらに推進するとともに、神戸経済同友会として、この問題に対する姿勢を内外に示すことができる。

## (3) 行政の取り組み（要望）

こうした企業・同友会の取り組みを踏まえて、行政としての取り組みについては次の3項目を要望したい。

### ①既存制度の周知徹底、窓口の一本化、手続きの簡素化

CO<sub>2</sub>排出量の把握や削減活動、あるいは環境教育などについて、現在行政が進めている制度・施策には多種多様なものがある。しかし、これらの制度に関する情報は、色々な組織が主体となって運営し、意外と知られていないことが多い。例えば、神戸市はCO<sub>2</sub>排出量の把握や削減活動に関する情報を提供しているが、同じような施策を他の市町村や兵庫県も実施している。また、兵庫県の財団法人ひょうご環境創造協会では、「エコツーリズムバス」や「ひょうご出前環境教室」という施策を実施している。それらは意外と知られていないし、手続き面でも複雑である。このような多種多様な制度・施策を周知徹底し、しかも窓口を一本化、さらには手続きを簡素化することができれば、制度の効果的な活用がはかれるものと期待する。

### ②啓発活動の充実

企業がCO<sub>2</sub>削減活動や環境配慮型経営を推進していくためには、このような取り組みに関する情報を的確かつタイムリーに収集する必要がある。例えば、推進に役立つ最新情報や各種助成制度に関する情報、先進的な企業事例など、様々な情報を取り纏め、一括して収集できる仕組みが必要となる。兵庫県地球温暖化防止活動推進センターの機能強化を図るなど、兵庫県や神戸市をはじめとする自治体には、積極的にこのような啓発活動の充実を図っていただきたい。

### ③技術開発等への補助金、税制優遇措置の充実化

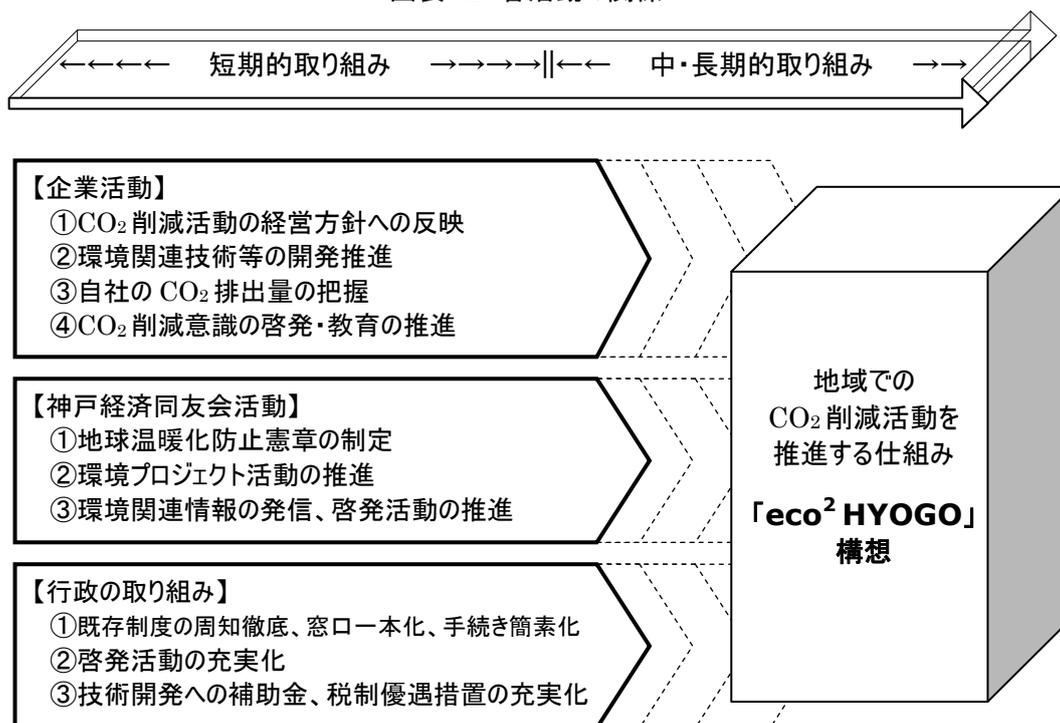
CO<sub>2</sub>削減の取り組みを促進するためには、自然エネルギーを利用するための省エネ投資なども重要となり、従来以上の補助金や税制面での優遇措置を検討いただきたい。

また、CO<sub>2</sub>削減に貢献する技術・製品、サービスの開発・提供に対しての推進や、それらの輸出に関する国際的な知財保護、投資協定締結等の国の制度充実を働きかけることも検討いただきたい。

## 5. 地域的な広がり の仕組み（中・長期的には「eco<sup>2</sup> HYOGO」構想への発展）

これらの提言に加え、企業による CO<sub>2</sub> 削減や環境配慮型経営を今後さらに推進し、地域における広がりをもった活動にしていくためには、企業・神戸経済同友会・行政をまとめた推進母体が必要であると考えており、中・長期的な構想として「eco<sup>2</sup> HYOGO」（エコツーひょうご・仮称）という推進母体を設立することが必要ではないかと考えている。

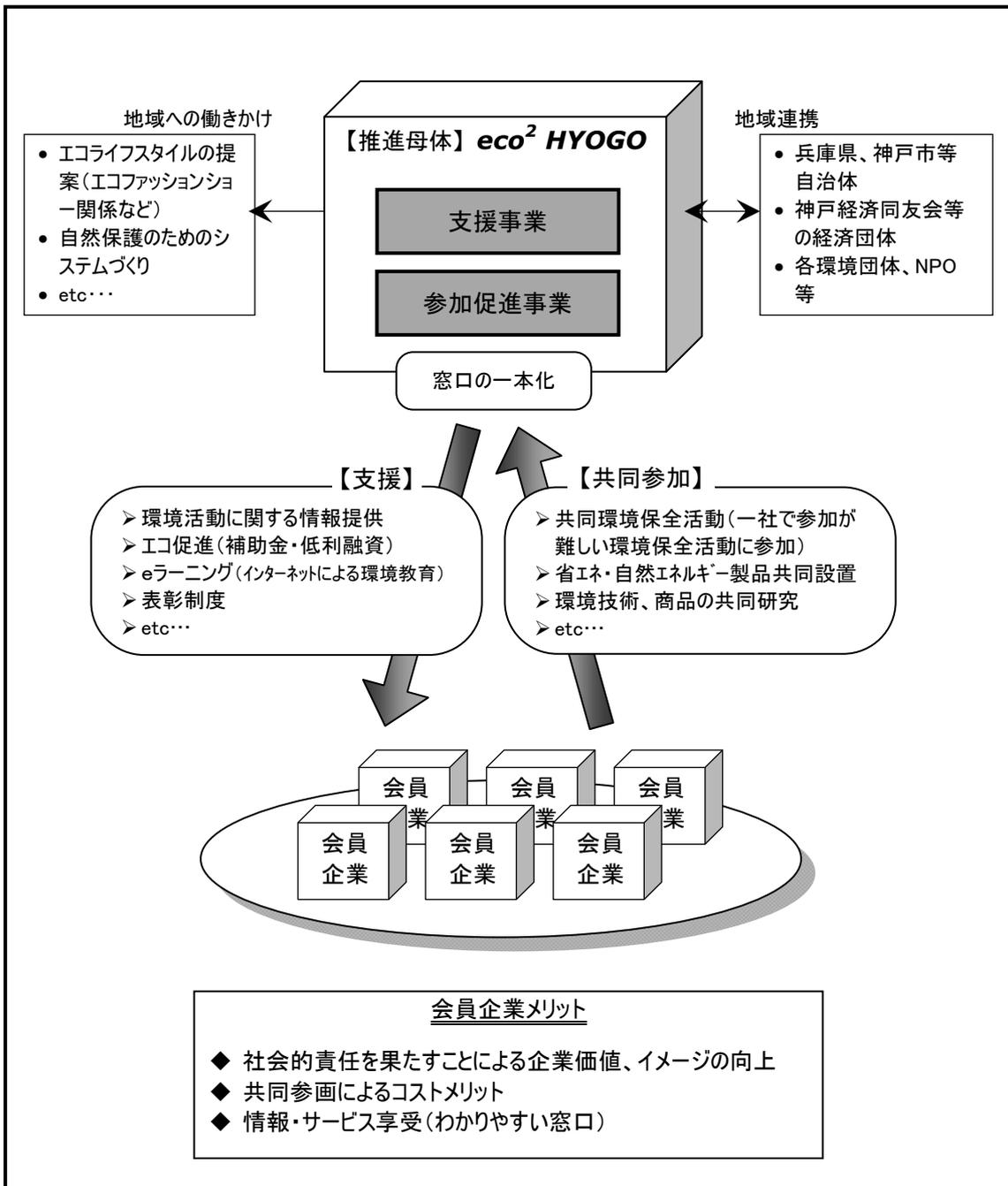
図表 12 各活動の関係



地域的な広がり の仕組みとしての一つの姿である「eco<sup>2</sup> HYOGO」は、図表 12 に示したとおり、今後進めていく 3 つの活動を将来的に引き継ぎ、地域での CO<sub>2</sub> 削減活動を推進する組織である。この構想のネーミングには、「エコロジー (ecology) : 環境に優しい」と「エコノミー (economy) : 経済、企業活動」とを掛け合わせて (eco<sup>2</sup> = ecology × economy : エコツー)、CO<sub>2</sub> 削減などの環境保全活動と企業経営とを両立させ、このような活動がより一層拡大し、環境先進地域を作り上げるという思いが込められている。

「点」としての個々の企業の CO<sub>2</sub> 削減活動をうまく支援・連動させ、「面」としての広がり と拡大をもたらし、環境に優しい地域づくりを実現することが「eco<sup>2</sup> HYOGO」構想である。

図表 13 中・長期的な取り組み 「eco<sup>2</sup> HYOGO」構想



図表 13 に示すとおり、「eco<sup>2</sup> HYOGO」構想は会員企業を募り、会員企業を対象に環境活動に関する情報やエコ推進のための補助金の情報などを提供、会員企業の従業員に e ラーニングなどを通じてエコ教育を実施、環境配慮型経営を実現した企業の表彰、一社では実施することが難しい環境保全活動への参加促進、省エネ・自然エネルギー製品の共同設置、環境技術・商品の共同開発など、会員企業が環境配慮型経営を推進するための支援事業を展開する。

さらに「eco<sup>2</sup> HYOGO」は、行政や各種団体と連携して政策提言機能をも有し、例えば、環境啓発活動やエコライフスタイルの提案（エコファッションショーの開催など）、自然保護のためのシステムづくりといった諸活動を提案するなど、この地域において企業や各種団体が連携して CO<sub>2</sub> 削減に貢献できる諸活動を推進し、環境を大切にすより良い地域づくりに寄与する仕組みである。

また「eco<sup>2</sup> HYOGO」は、会員企業の環境配慮型経営導入・推進を支援することにより、図表 8 の取り組むべき 5 つの課題の「①経営者・従業員への環境意識の向上」「④CO<sub>2</sub> 削減活動への支援の充実」を、また会員企業の共同参加を促進して環境配慮型プロジェクトを展開することにより「②CO<sub>2</sub> 削減への取り組みの拡大」を、さらに行政、各種団体などと連携した地域への働きかけなどにより「③CO<sub>2</sub> 削減活動への社会の理解」「⑤地域での CO<sub>2</sub> 削減活動の推進」を、それぞれ実現できる環境活動推進組織となるのが望ましい。

そして、会員企業は本構想に参加することにより、企業価値の向上を実現できるものとなればより望ましい。なお「eco<sup>2</sup> HYOGO」実現のためには、行政の中心的な役割が欠かせないと考えている。また実現時には、神戸経済同友会も積極的に参加していきたい。

このように「eco<sup>2</sup> HYOGO」構想を実現し、この組織の活動を継続的に展開することこそが、企業・神戸経済同友会・行政の取り組みに関する提言を中長期的に継続・発展させることになり、また環境に関する企業のコスト削減、新製品・新技術の開発推進さらには雇用の拡大、地域経済の活性化につながると考えている。まさに、エコツー（eco<sup>2</sup>=ecology×economy）、つまり環境保全活動と企業経営を両立させるこの構想が、兵庫・神戸という環境先進地域をつくっていくことになると我々は確信している。

以上

## おわりに

平成21年度の提言特別委員会では、「地球温暖化防止」に関する企業経営の取り組みをテーマに9回にわたる委員会を開催し、このたび提言書を纏めることができました。昨年6月を皮切りに、延べ7名の方に講師をお願いし、先進企業の取り組みやその背景などについて勉強をさせていただきました。その後、会員企業経営者へのアンケート調査を実施し、その結果を分析しながら提言について論議を重ねてまいりました。

その間、本テーマを取り巻く情勢は大きく変化いたしました。当初は自民党の「2005年比で2020年までにCO<sub>2</sub>15%削減」という目標は達成困難ではないのかという厳しい世論の中での議論でありました。そして9月には民主党政権が誕生し、鳩山首相が国連において「1990年比で2020年までにCO<sub>2</sub>25%削減」を発信されました。また、12月のCOP15では各国の主張が激突し、目標が確定しないまま「コペンハーゲン合意に留意する」といったいわば継続審議という終結をみました。

このような流れの中で、委員会ではさまざまな意見や問題提起がなされました。正直なところ「提言作成に向けてベクトル合わせが本当にできるのか」と不安になる場面もありました。しかし、まさに喧々囂々の議論を経て、神戸経済同友会としてはこの問題を前向きにとらえ、まずは兵庫・神戸から『最初的一步』を踏み出そうという共通認識を得て、提言書の検討が進められたのです。

具体的には、アンケート調査の分析をもとに、提言の方向性や考え方、そして取り組み内容について、各委員、ワーキンググループから多くのアイデアを出していただきました。その中で、アンケート結果として、会員企業の約7割の経営者が「CO<sub>2</sub>削減に取り組むべき」と考えておられることは、検討を進めるうえでの拠り所でもありました。

そして、最終的に提言においては、企業活動、神戸経済同友会の活動、行政の取り組み（要望）、「eco<sup>2</sup>HYOGO」構想への発展、など短期、中・長期の取り組み、方向性を示すことができました。この場をお借りして、優れたリーダーシップを発揮していただいた村田、松田両代表幹事、そして多大なるご尽力をいただいた委員の方々、當間教授、ワーキンググループの方々に対し、心からお礼申し上げます次第であります。さらに、今回のアンケートにご協力いただきました会員企業経営者の皆様にも重ねて御礼申し上げますとともに、この提言が環境配慮型経営の一助となりますことを切に望んでおります。

中・長期的な姿である「eco<sup>2</sup>HYOGO」構想への道程は、相当な長さのものであると思っておりますが、本書によってもたらされる『最初的一步』が大きな成果に繋がっていくために、関係の皆様方に、一層のご協力、ご支援をお願いいたしまして、委員長、副委員長の結びのことばとさせていただきます。

以上

平成22年2月

平成21年度提言特別委員会  
委員長 木下和彦  
副委員長 太田垣英士

## 参考とした資料

- ①日本経済新聞（2009年12月20日）
  
- ②環境省総合環境政策局環境計画課編  
『環境白書 平成21年度版』日経印刷
  
- ③近藤邦明「気温上昇と大気中濃度上昇の観測地および考察」  
[http://env01.cool.ne.jp/global\\_warming/report/buturigakkai/kondoh06.pdf](http://env01.cool.ne.jp/global_warming/report/buturigakkai/kondoh06.pdf)
  
- ④日本経済新聞、読売新聞、朝日新聞（2009年12月8日）
  
- ⑤D.エスティ=A.ウインストン（2008年 邦訳）  
『グリーン・トゥ・ゴールド』アスペクト
  
- ⑥神戸市ホームページ「温室効果ガス削減目標達成のためのアクションプログラム」  
<http://www.city.kobe.lg.jp/life/recycle/environmental/img/AP.pdf>
  
- ⑦林野庁ホームページ「森林の機能」  
<http://www.rinya.maff.go.jp/kids/study/function/kyuusyu.html>

## 平成21年度 提言特別委員会における研究活動および討議結果

日 付	内 容
平成21年4月3日	準備会議
6月17日	第1回委員会 ・DVD鑑賞「不都合な真実」(出演:アル・ゴア氏 元アメリカ副大統領) ・講話 兵庫県立大学 経営学部 組織経営学科 教授 當間克雄氏 「地球温暖化問題と企業経営」
7月27日	第2回委員会 ・講演 ①経済産業省 産業技術環境局 大臣官房審議官(地球環境問題担当) 有馬 純 氏 「地球温暖化問題の最近の動向」 ②サントリーホールディングス㈱ CSR推進部 部長 内貴 研二 氏 「水と生きる ～サントリーのCSRと環境経営～」
8月18日	運営検討会議 今後の提言特別委員会の運営方法について
8月25日	第3回委員会 ・講演 ①兵庫県 農政環境部 環境管理局 局長 富岡 寛美 氏 「兵庫県の地球温暖化防止対策」 ②生活協同組合コープこうべ 環境推進室 担当課長 寺下 晃司 氏 「コープこうべの環境への取り組み」
8月25日	第1回小委員会 アンケートの実施について
9月4日	第2回小委員会 アンケートの実施について
9月28日	第4回委員会 ・講演 ㈱クールアース 代表取締役 蟻田 尚邦 氏 ㈱アッシュ・セー・クレアション 取締役 購買部 部長 永野 稔 氏 「当社における環境への取り組み」
10月19日	第5回委員会 「地球温暖化問題に関する経営者意識アンケート」結果報告
11月18日	第6回委員会 平成21年度提言具体案検討
12月24日	第7回委員会 平成21年度提言書案検討
平成22年1月19日	第8回委員会 平成21年度提言書案検討
2月2日	第9回委員会 平成21年度提言書案検討

■ **當間教授の発表**(第1回:平成21年6月17日)

「地球温暖化問題と企業経営」

- ① 地球環境問題は、不承不承取り組まざるを得ない問題ではなくなっている。
- ② 企業活動、経営戦略の問題として積極的に考え、取り組む必要性がある。
- ③ この問題は長期的なスパンで考える必要があり、経営者が舵をきっていくべきである。
- ④ まずは意識づけのためにも、現状の見える化に取り組む。そして、問題を解決するための仕組みを作る必要がある。

■ **有馬氏の講演**(第2回:平成21年7月27日)

「地球温暖化問題の最近の動向」

- 京都議定書で義務を負っていないアメリカや中国、インドなどが何らかの義務を負うような枠組みをつくっていくことが現在の国際交渉の課題。
- 長期目標、先進国の削減目標、途上国の削減行動、途上国への資金・技術支援等、全ては相互に関連しており、これを一体的に解決することが必要。
- 2020年までの各国の中期目標は、2005年比で、米国14%削減、EU13%削減、日本15%削減。海外の目標値にはクレジット取得等が含まれているのに対して、日本の削減目標値は省エネなどの「真水」の努力を積み上げるもので、欧米と比較しても高い目標設定。
- 気候変動問題はグローバルな問題であり、日本国内でより高い省エネ技術を開発し、それを中長期的に海外へ普及させていくことが、地球全体のCO<sub>2</sub>削減に非常に大きく貢献する。そこに日本企業の役割や、日本が海外へ貢献するポテンシャルがある。

■ **内貴氏の講演**(第2回:平成21年7月27日)

「水と生きる ～サントリーのCSRと環境経営～」

- **CSRの捉え方**  
法令遵守等、企業としてのあるべき姿として、義務的CSRが企業の土台であり、支えとなっている。しかし、義務的CSRのみでは企業は成り立たず、企業ごとに異なる企業理念が結果として企業行動の違いとなる。  
サントリーは、「人と自然と響きあう」という企業理念を持ち、その理念到達のために「水と生きる」を軸にしながら、環境への取り組みや文化社会への貢献活動を柱にCSR活動を展開している。「水と生きる」は社会との約束でもある。
- **実際の取り組み**  
工場での節水や水源涵養活動を通じた「水のサステナビリティ」の実現、CO<sub>2</sub>2割削減による低炭素企業の実現、容器包装や廃棄物3R推進を通じた循環型社会の実現、国内全グループ会社でISO14001を取得しての環境経営への仕組みづくり、次世代環境教育「水育」推進によるサステナブルな社会づくりなどに取り組んでいる。

■ **富岡氏の講演**(第3回:平成21年8月25日)

「兵庫県の地球温暖化防止対策」

- 兵庫県の温暖化防止対策の現状と目標  
1990年比で2006年度 CO<sub>2</sub>排出量は1.7%削減されている。目標は、同年度比で2010年度排出量の6%削減。見込みは、対策強化による効果を含め、11.7%削減を予測している。
- 産業部門の温暖化防止対策  
兵庫県のCO<sub>2</sub>排出量は、産業部門が大きい(65.8%)。産業部門対策として、排出抑制計画作成及び報告制度、CO<sub>2</sub>削減協力事業や温暖化アセスメント制度などを行っている。
- 民生部門の温暖化防止対策  
近年、民生部門で排出量が増加傾向にあり、業務部門で24.6%、家庭部門では21.0%増加している。業務部門対策として、関西エコオフィス宣言やライトダウンキャンペーンなどのCO<sub>2</sub>削減協力事業を推進、また家庭部門対策として、ひょうごカーボン・オフセット、一人1日1kgCO<sub>2</sub>削減、マイバッグ運動、うちエコ診断事業などを行っている。また、太陽光発電や風力発電等のグリーンエネルギー導入促進を行い、温暖化防止貢献者への表彰制度などに取り組んでいる。

■ **寺下氏の講演**(第3回:平成21年8月25日)

「コープこうべの環境の取り組み」

- 環境への取り組み  
現在、CO<sub>2</sub>排出削減、食品廃棄物の削減、商品の環境配慮の前進、環境学習の充実、環境配慮型のライフスタイルの定着などの課題に取り組んでいる。
- マイバッグ運動  
1996年から2007年の12年間に約10億枚のレジ袋を節約し、ドラム缶12万本分の原油を節約することに成功した。運動を地域全体へ広めていくために、県内14市2町とレジ袋削減協定を締結している。また、1枚5円のレジ袋代金を活用して、環境への投資を行っている。

■ **蟻田氏・永野氏の講演**(第4回:平成21年9月28日)

「当社における環境への取り組み」

- 過去10年の環境問題への取り組み  
地域の景観、環境に配慮した工場を作り、食品メーカーゆえにゴミ問題に力を入れてきた。他にも太陽光発電システムや生ゴミの飼料化、小中学校への環境教育などを行ってきた。
- 新たに次の4点に現在取り組んでいる。
  - ① フードマイレージ～物資輸入には多くの燃料を消費するため、身近なものを消費する考え方。  
フードマイレージの削減は国内食料自給率の向上とともに、距離が近くなることで流通も早くなり、またゴミの移動を抑えることができる。
  - ② イフコ・コンテナシステム～イフコ・ジャパン(株)のプラスチック容器を産地に持っていき、輸送地で使っていたダンボールを減らす。昨年度にはダンボール 2.1トン削減した。
  - ③ フォレスト基金への参画で緑化活動支援～土地緑化の年間管理が実際には困難なため、フォレスト基金団体による植林活動を支援している。
  - ④ スチール缶使用によるリサイクル率向上への取り組み～リサイクル率の高いスチール缶を包装容器に使う試み。デザインを良くすることでリユースできれば、結果的には環境への配慮となる。

## ■ 「地球温暖化問題に関する経営者意識アンケート」の実施結果

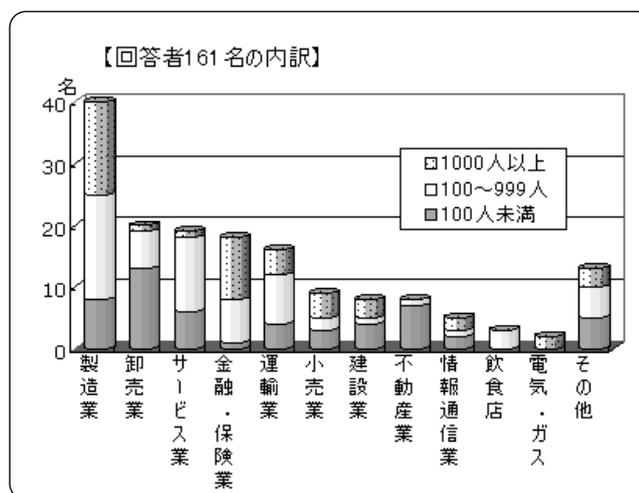
### 1. アンケート概要

神戸経済同友会会員に対し、地球温暖化問題についての経営者の意識、企業での取り組み等についてアンケートを実施した。(注:アンケート実施当時は日本のCO<sub>2</sub>削減目標は2005年比15%削減)

### 2. 集計結果

調査人数=389名

回答者数=161名(41.4%)

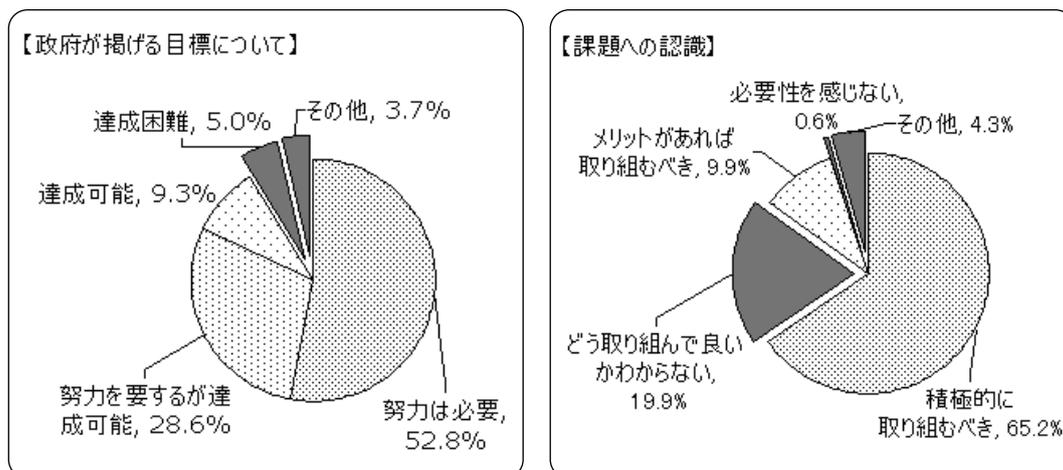


### 3. アンケート内容

- 【問1】 本年6月、政府が二酸化炭素などの温室効果ガス排出削減(以下、CO<sub>2</sub>削減)目標(中期目標)を2020年までに「05年比15%減」にすると発表したことを知っていますか？
- 【問2】 日本が2020年までにCO<sub>2</sub>削減を「05年比15%減」にすることは、達成可能な目標と考えますか？
- 【問3】 CO<sub>2</sub>削減への取り組みは、経営者として各企業においても取り組むべきものと考えますか？
- 【問4】 CO<sub>2</sub>削減への取り組みを経営方針に反映していますか？
- 【問5】 企業において、CO<sub>2</sub>削減に取り組む場合の理由は、何だと考えますか？
- 【問6】 CO<sub>2</sub>削減には、企業としてかなりの費用負担が必要になると思いますが、どう考えますか？
- 【問7】 CO<sub>2</sub>削減のためにすでに実施している取り組みはありますか？また、今後どう取り組もうと考えていますか？
- 【問8】 企業のCO<sub>2</sub>削減への取り組みにおいて、今後制約になると考えることは何ですか？
- 【問9】 企業のCO<sub>2</sub>削減への取り組み促進に、行政が取り組むべき施策は何だと考えますか？
- 【問10】 CO<sub>2</sub>削減に対する企業の取り組みを促進するために、何らかの目標、罰則規定を設けるべきだと考えますか？
- 【問11】 企業のCO<sub>2</sub>削減への取り組みについて、ユニークな取り組み(他社事例を含む)があれば自由にご記入ください
- 【問12】 兵庫・神戸の先進的な、或いは地域特性を活かしたCO<sub>2</sub>削減への取り組みとして何かアイデアがあれば自由にご記入ください。
- 【問13】 その他全般について、必要と思うこと、悩んでいることなど何かご意見・ご要望があれば自由にご記入ください。

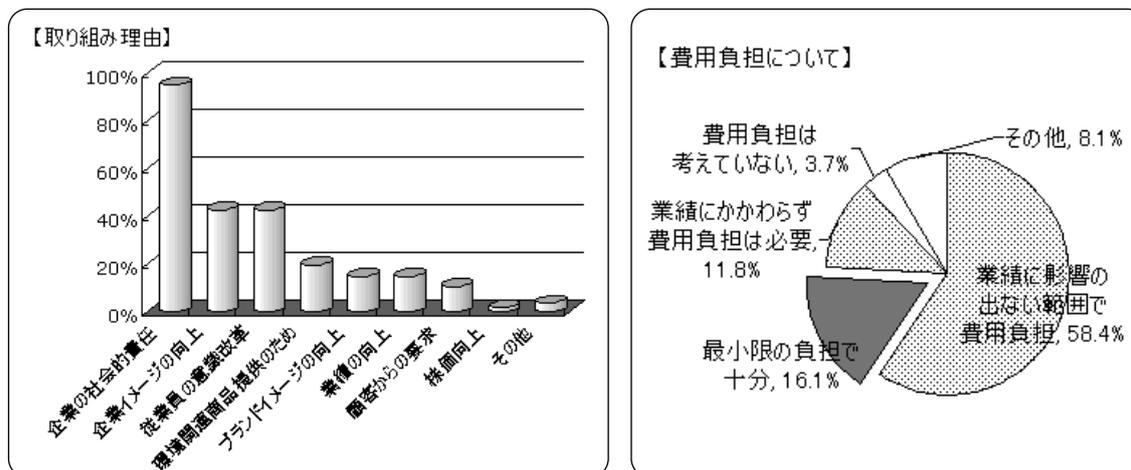
#### 4. アンケート結果総括

##### 【経営者の関心度、取り組み姿勢～問1・2・3・4】



- 地球温暖化防止に向けた政府が掲げる目標については、ほとんどの経営者が認知しており、9割以上の経営者が「達成が可能」もしくは「達成は難しいが努力が必要」と考えている。また、約7割の経営者が企業として積極的にCO<sub>2</sub>削減に取り組むべきと考えており、総じて、この問題に対する経営者の意識は大変高く、前向きな姿勢があるといえる。
- ただし、政府の目標について「詳細まではわからない」、また「CO<sub>2</sub>削減に何をどう取り組めばいいかわからない」との回答に、非製造業の割合が比較的高く、積極的に取り組まないといけないという意識の裏で、一部には具体的な取り組みがわからないと感じている経営者もいる。

##### 【取り組み理由、費用負担の考え方～問5・6】



- 取り組む理由については、企業の社会的責任と考える経営者が多く、続いて企業イメージの向上、従業員の意識改革と続く。業績の向上、株価の向上など、事業収益に貢献すると考える経営者は少ない。
- 費用負担については、「業績に影響の出ない範囲で」を含めると7割の経営者が費用負担はやむなしと考えている。

#### 【CO<sub>2</sub>削減策の取り組み状況～問7】

- 実施済との回答が多かったのが、次の取り組みで、比較的社内で実施し易い取り組みは浸透している。

「昼休みの消灯」、「冷暖房の適温・クールビズ」、「ごみ分別」

しかし、その中で一番実施率が高かった「ごみ分別」でも、十分にやれていると評価している経営者は半数強程度で、ほとんどの取り組みにおいては、未実施あるいは取り組みに課題ありが大半を占めている。

- 今後拡大する必要がある取り組み、又は今後取り組もうと考えているものは次のとおり。

「エコカー導入」、「従業員への環境教育」、「省エネへの設備投資」、「グリーン調達」、

「自家用車通勤を控える」、「エコ技術や製品・サービスの開発・提供」、

「自然エネルギー（太陽光、風力発電など）へ設備投資」

- 一方、今後取り組む予定がないとの回答が多かったのは次のとおり。

「排出権取引」、「自然エネルギーへの設備投資」、「森林整備への支援」

#### 【CO<sub>2</sub>削減取り組み促進に向けて～問8・9・10】

- CO<sub>2</sub>削減の取り組みを今後更に促進するにあたり、半数以上の経営者は費用面が課題になると考えている。行政に対しても、「省エネ投資・技術開発に対する優遇施策(73%)」や「自然エネルギー利用の拡充政策(60%)」を求める回答が多く、CO<sub>2</sub>削減には費用負担やむなし、と考える経営者は多いものの、省エネ・自然エネ設備投資をはじめ企業として今後拡大余地がある取り組みを促進する為には、具体的にどれくらいの費用がかかるのかイメージできず、費用面に対する緩和策が必要と考えている経営者が多い。
- 「日々の業務で精一杯(16.1%)」、「具体的な方法がわからない(21.7%)」ことを課題とする回答も多く、一部には具体的にどう取り組んでいけばいいのかわからないか悩んでいる経営者もいる。行政に求める施策でも、「CO<sub>2</sub>削減に関する情報提供(48%)」を求める声が3番目に高い。
- 「CO<sub>2</sub>削減目標は必要」との回答が76.4%で、一方「罰則までは必要ない」と考えている回答が71.4%であった。この結果から、自主的な取り組みレベルから一歩進んで、責任を持って取り組むべき、と考えている経営者が多いものの、ペナルティまでは設ける必要がない、と考える経営者が多い。

#### 【自由記述～問11・12・13】

- 企業のユニークな取り組みや、兵庫・神戸の地域特性を活かした取り組みアイデアの自由記述では、「太陽光発電などの自然エネルギー活用」「緑化促進(森林整備)」「次世代への環境教育」に関する意見が多かった。

また「六甲山の植樹活動」や「海・山に囲まれ南向きの地形を活かした風力・太陽光発電」、「神戸港での潮力発電」など、身近な自然と共生しながら環境問題へ取り組んでいくべきという意見もいくつか見られた。さらに次世代のライフスタイルに変えていく必要があるという意見として、「エコファッション」「モーダルシフト」「神戸ブランドエコバッグ」等のアイデアもあった。

## 平成21年度 提言特別委員会 委員名簿

(敬称略、順不同)

	氏名	会社名	役職名
委員長	木下 和彦	阪神内燃機工業(株)	代表取締役社長
副委員長	太田垣 英士	関西電力(株)	執行役員 神戸支店長
特別委員	當間 克雄	兵庫県立大学	経営学部組織経営学科 教授
委員	青木 克規	(株)神鋼環境ソリューション	取締役社長
	安高 真人	日東物流(株)	代表取締役社長
	蟻田 尚邦	(株)クールアース	代表取締役
	奥井 秀樹	奥井電機(株)	代表取締役社長
	尾崎 一郎	(株)ロック・フィールド	常務取締役生産本部長
	叶屋 宏一	(株)クリムゾンフットボールクラブ	代表取締役社長
	久保 建夫	久保クリーン興産(株)	代表取締役会長
	亀井 信吾	大阪ガス(株)	執行役員 兵庫地域総支配人
	小泉 裕	三菱商事(株)	神戸支店 支店長
	篠田 哲央	(株)テーマン	代表取締役社長
	角南 忠昭	角南商事(株)	代表取締役社長
	角田 嘉宏	特許業務法人 有古特許事務所	会長
	高橋 英行	日本銀行	神戸支店長
	田川 智	(学)高羽幼稚園	理事長
	中内 仁	(株)神戸ポートピアホテル	代表取締役社長
	野々村 禎之	ウオクニ(株)	代表取締役社長
	日野 邦宏	川崎汽船(株)	関西支店 支店長
	藤浪 芳子	昭和精機(株)	代表取締役社長
	増岡 好一	三宮オイル(株)	専務取締役
	アドバイザー	村田 泰男	川崎重工業(株)
松田 茂樹		(株)マニックス	取締役会長
ワーキング グループ	鳥居 敬	川崎重工業(株)	総務部長
	岡 良祐	川崎重工業(株)	総務部総務課長
	眞野 啓久	阪神内燃機工業(株)	総務部長
	朝倉 彰一	関西電力(株)	神戸支店長室長
	神戸 宏明	(株)神戸製鋼所	業務部 課長
	古川 暢哉	(株)神戸製鋼所	業務部 課長
	福岡 克也	(株)三井住友銀行	経営企画部金融調査室 上席室長代理
	木村 康平	(株)みなと銀行	企画部 審議役
	岩出 眞理	(株)みなと銀行	企画部 調査広報室 代理
	中村 政敏	東京海上日動火災保険(株)	神戸支店 課長
	西村 由佳	(株)ロック・フィールド	社長室 室長
	中村 友哉	兵庫県立大学大学院	経営学研究科
事務局	後藤 和夫	(社)神戸経済同友会	事務局長
	深田 俊彰	(社)神戸経済同友会	事務局次長

発行 平成22年2月

社団法人 神戸経済同友会

〒650-0033 神戸市中央区江戸町 91-1

(神戸銀行倶楽部内)

TEL 078-331-5584

FAX 078-392-7236

E-mail kobedoyu@pearl.ocn.ne.jp

本文は環境に配慮した紙を使用しています