

サントリーは、地球環境そのものを事業存続の基盤と位置づけ、「水と生きる」企業としての環境活動を強化しています。その考え方や取り組みについて、東京大学教授 沖大幹氏に常務執行役員 環境担当 小嶋 幸次がご説明し、ご意見をいただきました。



循環型社会の構築に 寄与するために

サントリーホールディングス(株)
常務執行役員 環境担当 小嶋 幸次

2008年は環境経営の実践に 向けた転換の年

温暖化がはじめて国際問題として取り上げられた第1回世界気候会議から2009年で30年が経ちます。温暖化対策に時間の猶予はなく、対策を強化していかなければならないという認識はもはや常識化し、企業においても、こうした地球的規模の環境課題にどう立ち向かっていくかが大きく問われています。

サントリーグループでは、環境保全のために従来から取り組んできた活動をさらに強化すべく、2008年には経営トップの意志として「環境経営」への本格的な取り組みを強力に推進していくことを表明しました。そして今年年初には、水源涵養面積およびCO₂排出量削減の中期目標を発表いたしました。そういう意味では、グループと



京都西山での森林
保全を視察

しての共通認識が定まった、大きな転換の年になったと思っています。これから目標達成に向けて、グループの各社・各部門でこの認識を前進させる多くのイノベーションが起きてくることを期待しています。

「水のサステナビリティ」を実現したい

私たちが循環型社会の中で果たすべき責任として最も重要なテーマは、「水のサステナビリティ(持続可能性)」を実現することです。サントリーの主な事業にとって水はなくてはならないものですから、社内においても、「水」に真摯に向き合い、活動を強化していくことが環境経営を推進するドライビングフォースになると考えています。

これまで取り組んできた工場での節水活動をオフィスや店舗などに拡大・強化していくことはもちろんですが、新たな目標として、2011年までにサントリーグループの全工場で使用する地下水の量を上回る水を涵養することを掲げました。工場ごとに設定した水使用量などの中期目標から導くと、「天然水の森」涵養面積を現在の約4倍にあたる7,000haにまで拡大することが必要になります。今後、具体的な場所の選定や必要涵養面積の決定、また、森林整備計画の策定にあたっては、地元の大学や研究機関との連携なども必要となりますが、「水と生きる」企業ならではの活動として取り組んでいきたいと考えています。

2008年の活動TOPICS

「水のサステナビリティ」 実現に向けた活動強化

- 国内生産活動における用水原単位2007年比7.5%削減
- 「天然水の森」水源涵養面積を1,795haに拡大

CO₂排出量の削減

- 国内生産活動における原単位2007年比0.4%削減
- 輸送における原単位2007年比1.0%削減

環境マネジメント 基盤の強化

- 国内グループ会社でのISO14001認証取得を強化

2009年重点課題

- 国内生産活動における用水原単位2008年比10%削減
- 水源涵養活動の中期目標を設定(2011年までに「天然水の森」涵養面積7,000haに拡大)

- 国内生産活動における原単位2008年比7%削減
- 総排出量の中期目標を設定(2012年までに国内全事業活動で2007年比20%削減)

- 国内グループ会社・文化拠点・営業部門でISO14001認証取得推進

明確な数値目標を掲げてCO₂削減を

国内サントリーグループの全事業活動から排出したCO₂は、2007年実績で255万トンでした。これを、2012年までに20%削減し、204万トンとすることをめざして活動をスタートさせます。このようにバリューチェーン全体で大きな目標を掲げた取り組みは、業界でも類を見ない試みであり、我々にとっても大きなチャレンジです。

商品のライフサイクルでいえば、川上・川下の両面から取り組み領域を広げなければなりません。たとえば、川上では容器の軽量化や環境負荷の少ない容器の開発をさらに強化する必要がありますし、川下ではエネルギー消費の少ないヒートポンプ式自動販売機の普及拡大、さらには他企業との協働化まで含めて、これまでの常識から一歩進めた活動を展開していかなければなりません。

一定の成果が出ている生産部門においても、さらにイノベーションや改善による深化を継続するために、投資基準の見直しによる新規設備の導入や、全員参加による改善を進めていきたいと思っています。また、これまで通り、業界トップクラスの原単位を目標におきながら、生産量が上がろうとも、CO₂排出量を削減できるようグループ全体で取り組んでいきたいと考えています。



京都ビール工場の取り組みをご説明

グループ全体での環境経営を強化

グループ全体で環境経営を推進していくために、生産拠点やR&D部門、お台場オフィス・本社でも着実に成果を得ている環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001を販売会社と外食事業などを展開するグループ会社にまで広げ、2009年中に認証を取得する計画です。

しかし、本当に大切なのはそれを動かしていく人づくりだと考えています。たとえば生産工場では活動を推進していく過程で、必ずキーパーソンが活躍していますが、そのほかの部門・会社を見ると、いまだ発展途上にあります。コストやクオリティだけが経営の指標ではなく、環境も経営の基盤となる活動であることをグループの隅々にまで徹底し、「環境の視点から業務をいかに革新するか」を社員一人ひとりが考え、本気で取り組む風土を醸成していかなければならないと思っています。そして、グループ共通の環境方針をベースに、各社が循環型社会の中で果たすべき責任を考え抜き、独自の活動を推進していく、そうした環境経営をグループ全体で展開していきたいですね。



現場の高い意識と経営の合理精神が両立した強みを感じました

東京大学 生産技術研究所 教授
沖 大幹 氏

京都での水源涵養や工場の活動を拝見させていただいて、サントリーの環境への取り組みが表層的なイメージ向上のためではなく、緻密な計数管理に基づく合理的な経営戦略のもとで成立していることを実感しました。そこには、「環境保全と経済性の追求は相反しない」という確かな見通しと理念があり、ある種の清々しささえ覚えました。また、生産に従事する方々が「地道に1%ずつ環境負荷を減らしていく」という強い意志をもち、自主的に改善・工夫を積み重ねている姿勢こそ、この企業の強みだと思いました。

そして、最も印象的だったのは「ザ・プレミアムモルツはプラスアルファの対価を支払う価値がある、というお客様に支えられている」との商品への自負と誇りです。実は、この考え方は「環境と社会的コストの在り方」と共通するものです。すなわち、環境負荷を低減するには相応のコストがかかり、持続可能性を望むならば、商品やサービスを楽しむ私たちは、そのコストを担う責任があるのです。サントリーには、「おいしさ」の裏で黙々と取り組んでいる水源涵養・水の3R・廃棄物の削減などの地道な努力をもっと表に見えるようなかたちに示してほしい。そうすることが、消費者の商品の選択眼を高め、そして、自らの環境負荷低減への寄与を促していくことにつながるのではないのでしょうか。

昨年4月、東京大学総括プロジェクト機構「水の知」(サントリー)総括寄付講座を設置しました。今後、科学技術のみならず、歴史や文化など、人と水との関わり合いに関する総合的な知識体系を構造化して広く社会に発信していく計画です。「水を生かし、水に生かされている」と考えるサントリーには、水に対する社会的な関心を高め、水問題の解決と豊かな水環境を創成していくための心強いパートナーとしても大いに期待しています。

▶ ご意見をいただいて (小嶋 幸次)

真摯に環境活動に取り組むことがプラスの価値を生むということを社内外にしっかり伝えていくことの大切さを再認識しました。

サントリーグループは、生活に密着した商品・サービスをお届けしている企業ですから、お客様のニーズを置き去りにした環境活動であってはならないと思います。そういう意味で、商品の安全・安心をベースに、創業以来、変わらず大切にしてきた「水」への姿勢や取り組みをぶらさず、将来を見据えて、地道に継続・強化していくことが極めて重要だと考えています。

まずは「水と生きる」を着実に具現化していくことで、グループ全体に、環境活動に取り組むことの意義を明確に打ち出し、次のアクションにつなげていきたい。そして、「水と生きる」ことの価値観をわかりやすくお客様・社会と共有できる情報発信を強化していきたいと思っています。