

(巻頭言)

「環境の世紀」に向けて

高田 治

代表取締役副社長

For the “ Environmentally Conscious Century ”

Osamu Takata

21世紀は「環境の世紀」といわれており、地球温暖化やオゾン層の破壊などの「地球的規模での環境問題」の解決や、大量生産・大量消費・大量廃棄型社会から「循環型社会」への転換など、乗り越えていかなければならない課題が山積している。

21世紀を迎えた今、あらためて今後の環境問題の展開を考えてみると、企業として勝ち残っていくためには、次の二つの課題が当社にとってとくに重要であると考えている。

一つ目は、可能なかぎり生産拠点での環境リスクを低減するということである。

最近では企業が環境面で問題を起こすと大きな社会問題となり、企業経営に大きな影響を及ぼすようになってきているが、今後ますますこうした傾向が強まるものと考えられる。こうしたことを回避するためには、法規制の遵守はもちろんのこと、法では規制されていなくても、たとえば環境リスクの大きい有害物質の使用を止めるといった自主的な取組みを進めていくことが重要である。

また、「地球温暖化対策推進法」、「循環型社会形成推進基本法」、「環境汚染物質排出・移動登録(PRTR)」などにみられるように、今までの環境対応とは違った取組みも必要となってきていることから、今後は従来からの地道な活動に加え、新しい発想、仕組み、技術開発など幅広い取組みが必要である。

二つ目は、環境に配慮した製品やサービスをいち早く開発し、ユーザのニーズに応え製品面でも環境に貢献していくことである。

この課題の背景は、最近のユーザや取引先のなかには資材・原材料、部品をはじめ事務機器・事務用品の購入に際して、環境に配慮された製品やサービスを優先して購入する「グリーン調達」と呼ばれる活動が広がりを見せていることである。

こうした動きに適切に対応していかなければ、結果として市場から淘汰されていくことになることから、すでに多くの企業がこの点にも経営資源を投入している。

現在製品の省エネルギー性やリサイクル性などが環境配慮型製品の物差しとなっているが、今後は製品の長寿命性や有害性が重要な要素となるなど、その物差しはより多様になっていくものと考えられる。

当社が環境配慮型製品を市場に出して常に他社との優位性を保つためには、研究開発から営業までのあらゆる部門において、ユーザと消費者の動向に対して常に関心を持ち、さらに市場では何が求められていくのかを的確に予知して製品作りをおこなっていくことが重要である。

21世紀はこれらの課題に積極的に取り組んでいかななくてはならないが、着実に成果をあげ、企業として勝ち残っていくためには、環境問題への取組みを経営課題の一つとして捉えたいわゆる「環境経営」の展開を進め、えられた成果を企業利益に繋げていくことが重要であると考えます。

すべての企業人がこの課題に正面から挑戦し続けていくことにより、必ず「環境の世紀」での飛躍につながるものと確信している。