

富士通グループのグリーン調達 の取り組み

Fujitsu Group's Green Procurement Activities

- 長内正己
- 若杉 敏
- 並木崇久
- 篠原健祐
- 大沼英子
- 宮澤多恵子

あらまし

富士通グループでは、地球環境保全を経営の最重要事項の一つと位置付けて「富士通グループ環境行動計画」を策定し、全ての事業領域で計画的、継続的に環境活動を展開している。調達部門においても、2001年のグリーン調達活動のスタート以来、納入品の法規制遵守およびお取引先における環境活動を支援している。具体的には、お取引先における環境マネジメントシステム(EMS)の構築と、納入品への規制化学物質の非含有の徹底や製品含有化学物質管理システム(CMS)の構築に取り組んでいる。また、国際的な環境問題に対応し、CO₂排出量削減、生物多様性保全、および水資源保全を環境活動のテーマに加えている。

本稿では、第7期環境行動計画における調達部門の活動実績と、2016年度にスタートした第8期環境行動計画の目標の一つである「サプライチェーンにおけるCO₂排出量削減の取り組み」について紹介する。

Abstract

The Fujitsu Group places conservation of the global environment at the top of its business priorities, has formulated the Fujitsu Group Environmental Action Plan, and is pursuing strategic, sustainable environmental activities in all its business areas. As part of the initiatives for that, the Procurement Division has been practicing green purchasing since 2001. This involves ensuring product compliance with applicable laws and regulations, and providing support for clients with their environmental activities. Specifically, we request our suppliers to have an environmental management system (EMS), and ensure the products we deliver contain no regulated chemical substances. We also request them to have a chemical substance management system (CMS). In keeping with a global awareness of environmental issues, our environmental activities also encompass the reduction of CO₂ emissions, protection of biodiversity, and conservation of water resources. This paper describes the performance of the Procurement Division in the Fujitsu Group Environmental Action Plan (Stage VII) and our efforts to mitigate CO₂ emissions across the supply chain, which is one of the goals set forth in the Fujitsu Group Environmental Action Plan (Stage VIII) that started in FY2016.

ま え が き

富士通グループの調達部門においては、環境対応として2001年からグリーン調達活動を実施している。製品含有化学物質規制を遵守した製品の調達やお取引先における環境活動の支援など、当社製品の遵法に関わるものだけでなく、サプライチェーンにおける環境負荷低減にも取り組んでいる。グリーン調達の要件は「富士通グループグリーン調達基準」⁽¹⁾にまとめ、お取引先に遵守をお願いしている。また、富士通グループの中期行動計画である3年単位の「富士通グループ環境行動計画」においても、目標を掲げて活動している。

本稿では、第7期環境行動計画(2013～2015年度)における調達部門での活動実績と、第8期環境行動計画(2016～2018年度)におけるサプライチェーンに対する活動について紹介する。

第7期環境行動計画における「お取引先とのCO₂排出量削減の推進」

現在、私たち人類に最も影響のある環境問題は、CO₂などの温室効果ガスの排出に起因する地球温暖化である。気候変動と表されることもあるこの問題は、生物多様性や水資源の保全などのほかの環境問題にも多大な影響を与えている。加えて、2011年3月11日の東日本大震災以降、原発の停止や火力発電所の稼働に伴うCO₂排出量増加の抑制に向けて、全国的に節電を求められたのも記憶に新しい。また、企業においてもそれぞれの事業活動の中で、地球温暖化問題に真剣に向き合っていないかなければならない。

このような社会情勢を踏まえ、富士通グループでは第7期環境行動計画において「お取引先とのCO₂排出量削減の推進」を実施した。お取引先に富士通グループ独自の環境調査票を配付して調査を行い、CO₂排出量削減活動を実施していない場合には、活動への着手を依頼した。また、分かりやすい事例を紹介した資料を提供し、実施のきっかけにいただいた。具体的には、以下の取り組みを行った。

(1) お取引先の環境活動の状況把握

お取引先に対し、前述した環境調査票への回答を依頼した。環境調査票には、環境マネジメントシステム(EMS)構築、CO₂排出量削減、生物多

様性保全、および水資源保全に関する設問が含まれており、お取引先の環境活動の状況について詳細に把握できた。

(2) お取引先とともにCO₂排出量の削減を推進

お取引先の回答内容を確認し、活動が十分でない判断した場合には取り組みの改善を依頼した。具体的には、以下に示す独自の「取り組みステージ」(図-1)という指標を用いて、お取引先のCO₂排出量削減活動の状況を確認するとともに、活動されていないお取引先に対しては、現在の状況に応じて該当するステージの活動の実施を依頼した。

(1) ステージ1：取り組み表明

CO₂排出量削減に取り組む意志を表明している(自社のCO₂排出量を把握していることが理想的)。

(2) ステージ2：活動実践

自社で活動を実践している(数値目標を持ち、活動の進捗を管理していることが理想的)。

(3) ステージ3：取り組み範囲の拡大

自社のみならず、外部にまで活動を拡大している。具体的には、以下のいずれかの活動をしていることを指す。

- ・サプライチェーン上流へのCO₂排出量削減の働きかけ
- ・外部組織(業界団体、自治体、NPOなど)とのCO₂排出量削減に関する協働

また活動の手引きとして、企業の地球温暖化問題への関わり、具体的な活動の進め方、そのほかの参考情報などをまとめたリーフレットや、電力使用量からCO₂排出量を算出できるツールを提供するなど、お取引先の活動の支援も実施した。更に、

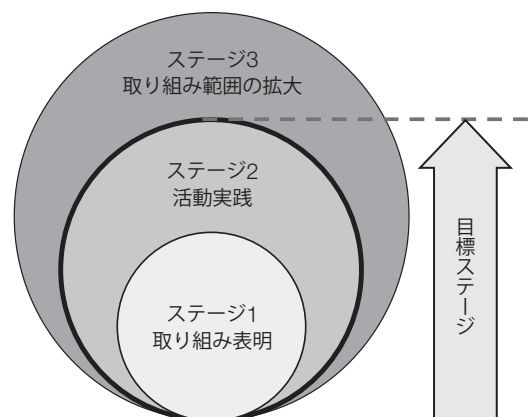


図-1 取り組みステージ

2014年度までにステージ2以上の活動を実践したお取引先に対しても、2015年度の活動状況を確認し、活動の継続を働きかけた。

富士通グループ一丸となって本活動を推進した結果、「CO₂排出量削減への取り組みを実施するお取引先の比率を100%にする」という目標を達成できた。これは、継続した働きかけにより、お取引先に富士通グループの意思と取り組みの重要性を理解していただき、数値目標や方針を持ったCO₂排出量削減活動が広く定着した結果であると考えている。

第8期環境行動計画における「サプライチェーンにおけるCO₂排出量削減の取り組み」

● サプライチェーン上流への取り組みによる環境負荷低減の推進

2016年度から2018年度までの富士通グループの環境活動の方針を定めた第8期環境行動計画の開始に先立ち、調達部門で行う活動を検討するため、国内・海外の主要企業の環境に関する取り組み状況や、環境に関する国際的な社会動向のベンチマークを実施した(表-1)。その結果、依然としてCO₂排出量削減が重要な地球規模の環境課題であると強く認識した。一方、サプライチェーン一体となった環境負荷低減に対する社会的要求が強くなっており、サプライチェーンの重要性を認識している企業が存在することも確認した(表-1の項番9)。

そこで第7期までの活動をベースとして、新たに「サプライチェーン上流への取り組みによる環境負荷低減の推進」という視点を取り入れた活動を実施することにした。具体的には以下の活動である。

(1) お取引先による、サプライチェーン上流へのCO₂排出量削減の取り組み状況把握

環境調査票により、お取引先の通常的环境活動の状況とともに、お取引先のお取引先(富士通グループから見て2次のお取引先)へのCO₂排出量削減の働きかけ状況を調査する。

(2) お取引先による、サプライチェーン上流へのCO₂排出量削減の働きかけ推進

お取引先の環境調査票の回答内容を確認し、サプライチェーン上流に対してCO₂排出量削減の働きかけを行っていないと判断した場合に、その必要性の理解を促し、働きかけを依頼する。

お取引先とのCO₂排出量削減活動は、2010年度から2012年度までの第6期環境行動計画において開始したものである。当初は、部材を扱う、すなわち環境への負荷が大きいと考えられるお取引先を対象に実施した。しかし、社会的にCO₂排出量削減についての重要性が叫ばれる中で、企業のCO₂排出量削減の取り組みに対する考え方は各社で大きく異なっていた。このため、富士通グループが活動のあり方を提示するとともに、評価指標を策定し、お取引先にその適用を依頼した。第7期では、対象を部材以外のお取引先にも広げることで活動の効果拡大を狙った。

更に第8期では、2次お取引先以降への働きかけという視点を追加し、サプライチェーン全体でCO₂排出量削減を推進することを目標にしている(図-2)。

表-1 他社との取り組み内容の比較

○：取り組みあり ー：取り組みなし

要求内容	富士通	A社	B社	C社	D社	E社	F社	G社
1 EMS構築	○	○	○	○	○	○	○	ー
2 化学物質対応	○	○	○	○	○	○	○	○
3 CMS構築	○	ー	○	○	○	ー	○	○
4 CO ₂ 排出量削減	○	○	ー	○	○	○	○	○
5 生物多様性保全	○	ー	ー	ー	○	○	○	○
6 水資源保全	○	○	ー	○	○	ー	ー	○
7 資源消費・廃棄物量削減、資源循環	○	○	ー	ー	○	ー	○	○
8 エネルギー使用削減	○	○	ー	ー	ー	○	ー	ー
9 2次お取引先以降への対応	ー	ー	ー	○	○	ー	ー	ー

※他社のWebサイト上の情報およびグリーン調達基準を基に作成

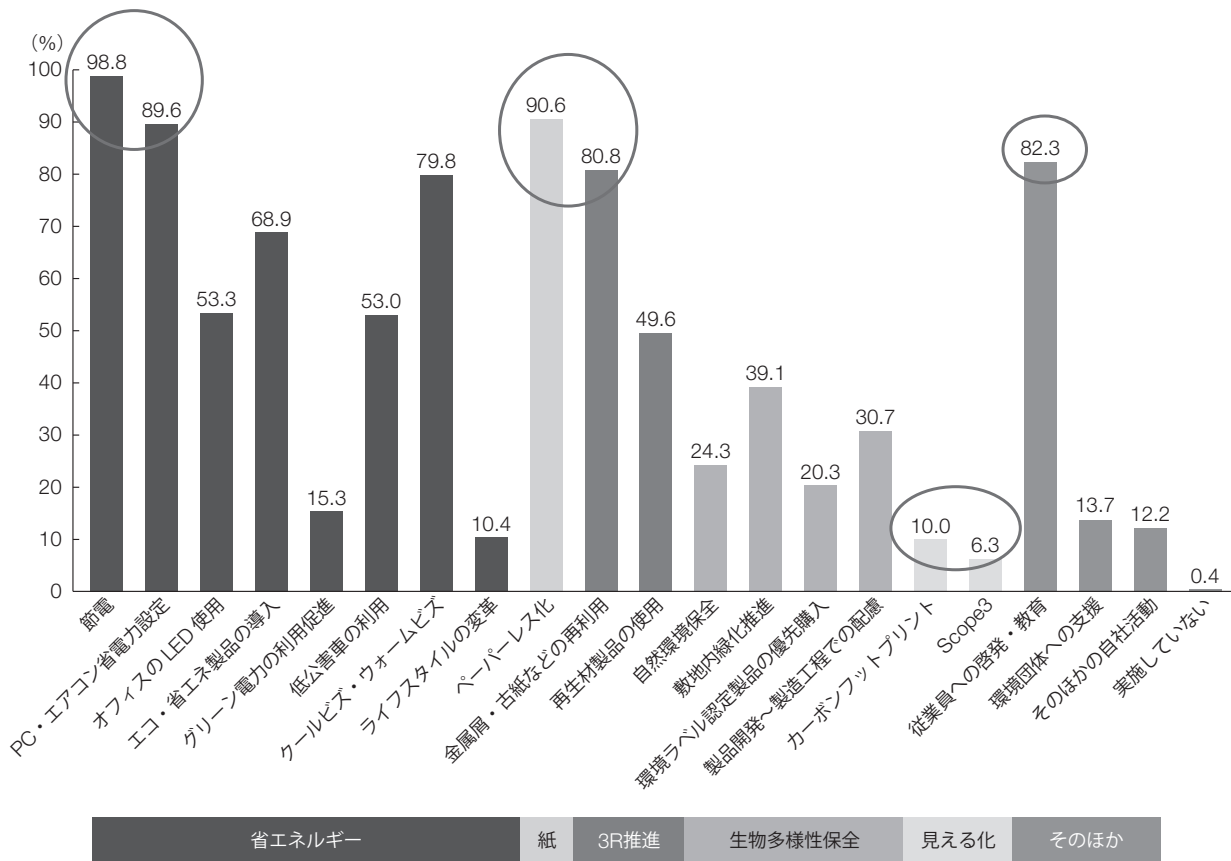


図-3 お取引先におけるCO₂排出量削減活動の内容

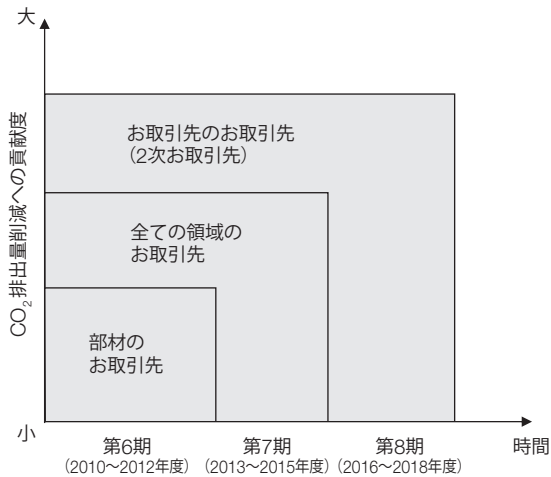


図-2 対象お取引先の拡大とCO₂排出量削減への貢献度

● 現在の状況

2016年度から、対象となるお取引先に環境調査票への回答を依頼し、「お取引先の環境活動の内容把握」と「サプライチェーン上流へのCO₂排出量削減活動の働きかけ状況把握」を実施した。回答を

分析した結果を基に紹介する。

(1) お取引先の環境活動の内容把握

図-3において丸で示したように、節電、ペーパーレス、3R (Reduce, Reuse, Recycle) 活動などの実施率が高く、活動の定番アイテムであることが分かった。また従業員教育の実施率も高く、多くのお取引先で環境保全に対する意識啓発の重要性が理解されていることを表している。一方、実施率の低い活動については、人的リソース、専門知識、予算など、各社においてクリアすべき課題が存在することがその理由と考えられる。

(2) サプライチェーン上流へのCO₂排出量削減活動の働きかけ状況把握

2次お取引先にCO₂排出量削減の働きかけを展開している1次お取引先の割合は、約25%であることが確認できた (図-4)。また、回答を業種別に分析すると、部材の1次お取引先における2次お取引先への働きかけは、部材以外の業種の約3倍となっている {図-5 (a)}。この結果より、有形品の製造工程を有する部材のお取引先では、サプライチェー

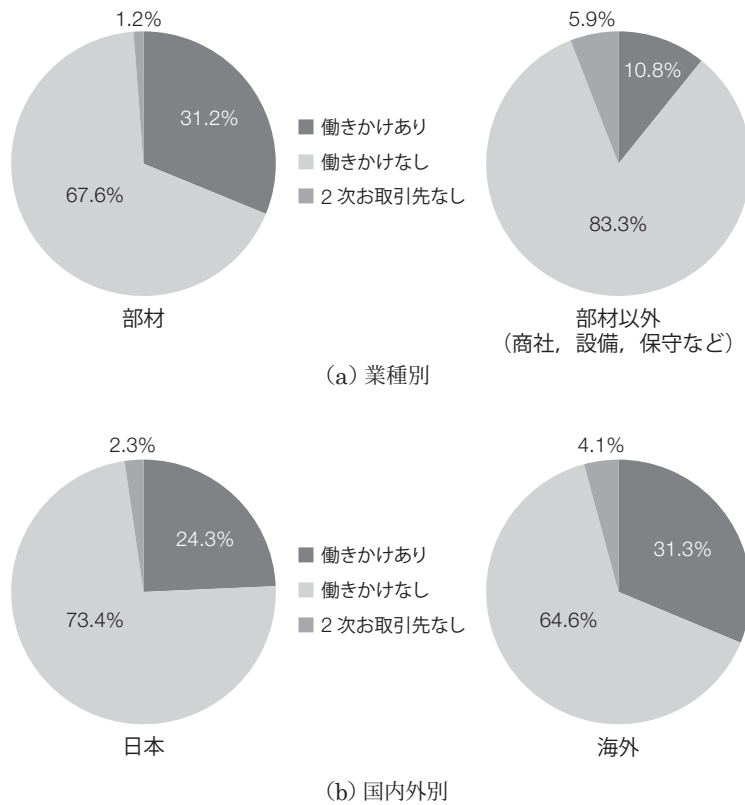


図-5 2次お取引先への働きかけ状況(業種別, 国内外別)

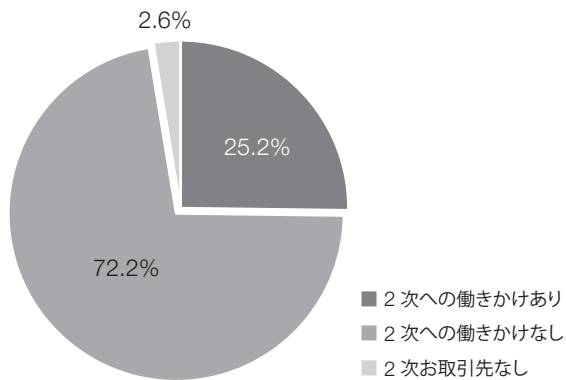


図-4 2次お取引先への働きかけ状況の概要

ン一体となった環境負荷低減の重要性認識が高いことがうかがえる。更に、国内外を比較すると、海外の方が国内よりも2次お取引先への働きかけの割合が高いことが分かった {図-5 (b)}。これは、海外では消費者団体や投資家、NPO/NGOなどによるサプライチェーンの管理要求が高まっていることが影響しているためと考えられる。

● 2次お取引先への活動展開策の検討

前述の分析結果より、富士通グループの第8期に

おける活動は、2次お取引先へ働きかけている1次お取引先の割合(約25%)を増やしていく必要があることが明らかになった。これは、第7期までは「お取引先が自社で活動を実施してほしい」という依頼内容であったが、第8期では「自社の上流に働きかけてほしい」という、サプライチェーンに対して深掘りした活動としているためである。

富士通グループと直接取り引きのない2次お取引先に対して、「環境負荷低減活動を依頼してほしい」という富士通グループの要請に理解・賛同をいただくためには、どのように説明するのが適切か、有意義な活動とするためには何が必要か、などを考える必要がある。実際の働きかけの方法については、現在回収を進めている環境調査票の回答を分析するとともに、社会動向なども考慮しながら、関係部門と検討していく。

む す び

本稿では、第8期環境行動計画の目標の一つである「サプライチェーンにおけるCO₂排出量削減の取り組み」について紹介した。

地球環境保全において、サプライチェーンを通じた環境負荷低減の取り組みは、今後更に重要性が増すと考えられる。富士通グループの調達部門は、お取引先との窓口として、今後もグリーン調達の要件⁽¹⁾についてお取引先に協力を要請していくとともに、サプライチェーン一体となった環境負荷の低減に取り組んでいく。

参考文献

- (1) 富士通：富士通グループ グリーン調達基準。
<http://www.fujitsu.com/jp/about/procurement/material/green/>

著者紹介



長内正己 (おさない まさみ)

購買本部
調達戦略室
富士通グループのグリーン調達活動に従事。



若杉 敏 (わかすぎ さとし)

購買本部
調達戦略室
富士通グループのCSR調達活動、グリーン調達活動に従事。



並木崇久 (なみき たかひさ)

購買本部
調達戦略室
富士通グループのグリーン調達活動に従事。



篠原健祐 (しのはら けんすけ)

購買本部
調達戦略室
富士通グループのグリーン調達活動に従事。



大沼英子 (おおぬま えいこ)

購買本部
調達戦略室
富士通グループのCSR調達活動、グリーン調達活動に従事。



宮澤多恵子 (みやざわ たえこ)

購買本部
調達戦略室
富士通グループのグリーン調達活動に従事。