



生産・生活に関わる

グリーンフォーラム21

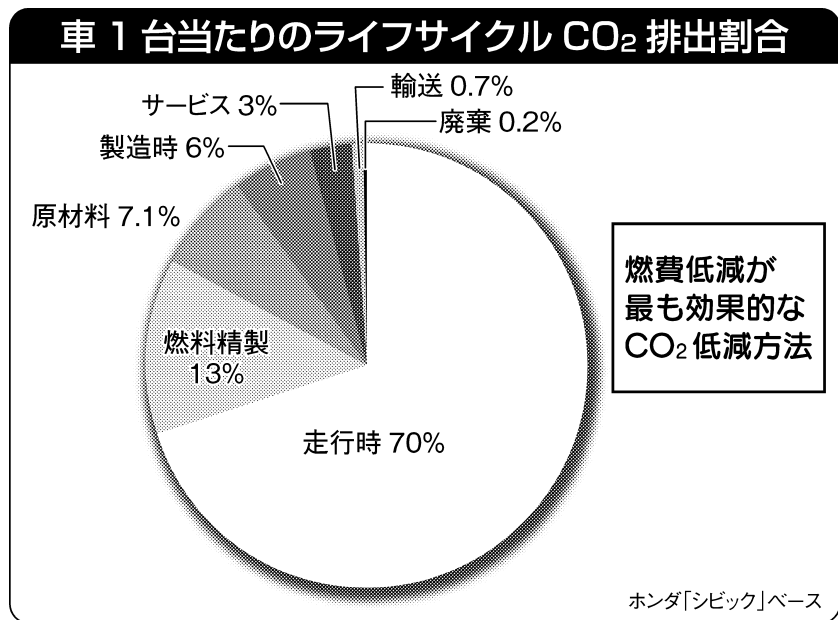
■ホンダの新鋭工場での環境取り組み

自動車を生産から廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体で見たとき、走行に伴う二酸化炭素(CO₂)排出量が圧倒的に多い。燃費改善で走行時の排出量を減らすのが、我々の環境負荷削減のメインの仕事となっている。もちろんそれだけではなく、製造時のCO₂の排出削減に取り組んでいる。

ホンダは環境・安全ビジネスとして「自由な移動の喜び」と「豊かで持続可能な社会の実現」を掲げている。お客さまが自動車に乗って自由に移動してもらい喜びは絶対維持しつつ、豊かで持続可能な社会を実現するというのは、居心地のいい社会の実現という意味だとも思っている。

ビジョン達成に向けてやるべきことは、ライフサイクル全体において地球から採取する化石エネルギー・資源使用の最少化を目指すこと。そして温室効果ガスをはじめとするあらゆる環境負荷の最小化に取り組み、あらゆる再生可能エネルギー利用を推進して

ホンダ 環境安全企画室長 篠原 道雄氏



「思い描く未来」として「トリプルゼロ」という考え方を掲げている。一つはCO₂ゼロ社会の実現。もう一つは我々が操業するうえで、我々の製品をお客さまに使っていただけるうえで、エネルギーリスクをゼロにする。そして資源のフル循環によって、我々の事業活動に伴う廃棄物の発生をゼロ化したい。

生産領域における省エネのポイントには「やめる」「とめる」「さげる」「なおす」「ひろく」がある。

「やめる」は排気回収など小型車を中心とした空調はおもひの工夫をした。まず工場の天井高は約16mある。通常は床から約13mの高さにある冷暖房の空調の吹き出し窓を寄居工場は2・5mの位置まで下げた。夏は屋根が暑くなるので、冷房の吹き出し口が下にあると空調の効率が良くなる。土下下の温度差が10度ほどあるのは夏は涼しく、冬は暖かい。塗装工程は全長を約40%削減し、CO₂排出が最も少ないプロセスにした。排出量は既存の狭小工場の比率で約40%まで削減可能となった。水洗いかわり、炭酸カルシウムで塗料を吸着する新技術でドライブリスを実現し、CO₂を従来のブリスに対して40%削減できる。

ゴジエネレーション(熱電併給システム)を導入した。電力の最大需要(ピーク)時にゴジエネで発電し、電力需要を平準化している。またゴジエネの発電で発生する排熱の利用で総合効率は84%削減できる。

生物多様性保全にも配慮した。工場の建設に当たり、周囲のもともとの生態系維持に努めた。例えば敷地内に整備したビオトープには、埼玉県で有名なオサンショウが卵を産みつけている。工場見学者に見ていただいている。

資源フル循環 廃棄物ゼロ化



「かえる」という風に理解しやすくして社内を示している。必要なのは「やめる」「とめる」「さげる」「なおす」「ひろく」は空気圧縮機の圧力や空調負荷などを下げた。例えば空調は空気で動いている機器を電動に代替することなどを指す。

意見交換

加藤三郎学界委員(環境文明21共同代表) 中上先生のお話の中で、省エネ意識の高いグループと低いグループでエネルギー消費に30%の違いがあるという。そのくらい差が出るというのは大事なポイントだ。それでは、消費者行動を省エネ型に変えるにはどうしたいのか。

中上氏 大変難しい質問だ。まずは自分の立ち位置を知ることから始めるべきだろう。例えば同じような地域、同じような住宅に住んでいるから光熱費がどのくらいなのかを知ることが大事だ。それは最初の気づきであって、その後はいろいろな省エネ戦略を練れる。

やはり価値観も変える必要があるだろう。先ほどのタクシーの例のように乗らない自動車エンジンをかけっぱなしにすることは罪悪感と思わなければならない。

もう一つはビルの省エネ化だ。米国では省エネビルでない不動産屋があつせんしな大国だ、環境技術でトップ

省エネ行動起こす工夫必要



日本は省エネが進んでいると言われるが、意外にそうではないという意見も…(茅原氏と堀ノ内氏NEC品質推進本部長代理兼環境推進部長)

「だ」と言うが、必ずしも海外からの評価は違う。原氏 技術的な面では確かに非常に優れていると思う。例えば最先端の半導体工場は世界でもトップレベルのエネルギー効率だろう。しかしモノづくりで日本を考えると、伝統文化に似た文化がどうしても残っている。全体を見渡し、システムティックにエネルギー効率を改善することも必要だろう。

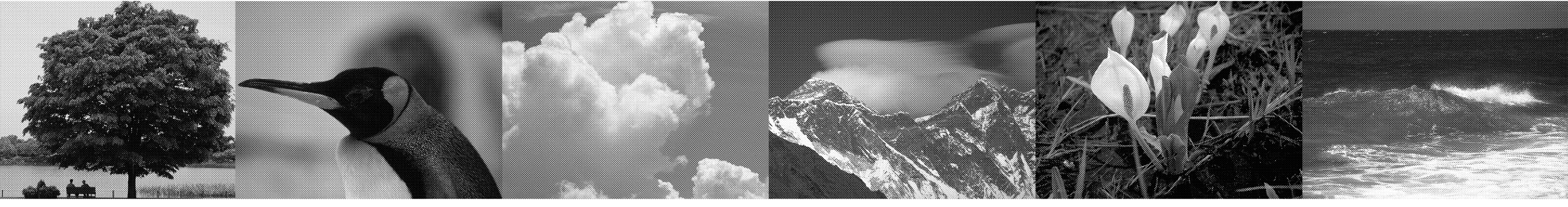


堀ノ内氏 日本の自動車効率よく東京や大阪のような大都市で走行されているかと言ふと必ずしもそうではない。通勤時間以外の時間帯でも、大都市部の高速道路は渋滞が多い。もともとの燃費性能が非常に高くても、平均速度が遅ければ有効活用されている

省エネを中心に消費者と製造業の問題について議論

茅原氏 通常の設備投資と投資回収期間の評価は一緒だ。ただし、CO₂を削減できるポテンシャルをどういうふうで考えるかで、通常の投資とは違う軸で評価することもある。投資回収は遅くても、CO₂削減効果や省エネ効果などの要素も加え、別に評価する必要がある。

エネルギー最適化で、スマート社会



環境が企業価値向上のカギ

21世紀は資源循環型で環境負荷の少ない、持続可能かつ低炭素型の新たなスマート社会を構築していくことが求められています。2011年3月の東日本大震災を機に、その必要性はさらに高まりました。特に企業においては、エネルギー消費を最小限にし、顧客ニーズに合わせた生産を効率的に低コストで行うことが不可欠です。環境を深く考えることは企業にとって、付加価値の高い商品・サービスの提供につながります。日刊工業新聞社が主催するグリーンフォーラム21は、環境情報の収集・調査・研究、その結果の発信、環境活動広報のサポートなどを通じて、企業価値を高めるのが目的です。

グリーンフォーラム21の活動に参加しています。

■会員企業一覧

旭化成／NEC／NTT／大阪ガス／Jパワー／住友化学
住友ゴム工業／住友商事／東京ガス／東芝／トヨタ自動車
日本環境認証機構／日本製紙／ブリヂストン／ホンダ／三井物産