



空気・水・土をきれいにする技術 特集

輝く YAMAHA ブランドのために ～環境と我々の行動～

"The Environment and Our Actions" — To Make the Yamaha Brand Shine

山下 隆一 Ryuichi Yamashita

●取締役会長

In nearly every edition of today's newspapers you will find at least one article about "the environment" and the society and the consumers are taking strong notice of reports of environmental measures undertaken by corporations. We have clearly entered an age when environmental activities are an essential part of every company's corporate activities and people will be asking for them to produce specific actions and results.

At the same time, Yamaha Motor's corporate activities are becoming increasingly global and we are now being asked to look beyond our immediate surroundings to look at things from a global perspective. There are no longer any national boundaries to the Yamaha brand in our global business environment today. For this reason, we must constantly take a global perspective and think and act pro-actively on a "through-business" basis that encompasses all aspects of our work, from product planning and development to manufacturing, marketing and service. This means undertaking global action throughout the Yamaha group, and as part of this, the cooperation of our affiliates and suppliers is absolutely essential. As a corporate group, we need to align our activities on the same vector so that we can all help make the Yamaha brand shine. In this paper I discuss Yamaha's environmental policies.

1 はじめに

最近の新聞を見ると「環境」に関する話題は必ずといっていいほど掲載されており、企業が環境課題に取り組む姿勢には、社会・消費者から大きな注目を浴びております。もはや企業活動の中で環境に関する行動は必須の条件になっており、具体的な行動、成果が問われる時代となりました。

一方、ヤマハ発動機(株)の事業活動はますますグローバル化が進んでおり、単に自分たちの周囲だけでなく、グローバルな視点で物事を考えていく必要に迫られています。世界に展開する YAMAHA ブランドに国境はなく、常に世界を意識し、事業スルーの視点、即ち、企画・開発から生産、販売・サービスに至るすべての段階で考え、取り組む必要があります。これは、ヤマハ発動機グループとしてグローバルな取り組み、さらにはお取引先との協力が不可欠となります。私たちはグループの皆さんと活動のベクトルを合わせ、輝く YAMAHA ブランドにしたいと思います。

2 活動の成果とステップアップ

これまでヤマハ発動機(株)は、「社会的責任のグローバルな遂行」という経営理念を掲げ、地球環境に配慮し、地域に対する社会責任を積極的に果たす企業となることを宣言致しました。1999年には「2010年環境アクションプラン」を公表し、二酸化炭素の削減はもちろんのこと、環境負荷物質の削減やゼロエミッション化など、製品の開発や工場での取り組み、グリーン調達のためのお取引先との連携した活動、梱包等流通に関する改善を始めとした環境に関する広範囲な活動を進めてきました。また、当社の特徴的な活動として「エコライフ」という、社員一人一人が職場・家庭での環境に対する意識を高める運動や、地域社会に貢献する活動も進めて参りました(図1、2)。

アクションプラン公表からの3年間の活動により、基本的に行うべき事に対しては着手ができ、ほぼ期待通りの成果を上げることができたと思います。さらに、今年からはこれまでの蓄積を基に「事業スルーの視点」、そして「連結・グローバルな視点」を掲げ活動をステップアップさせる、と同時に、スピードを上げて展開していきます。

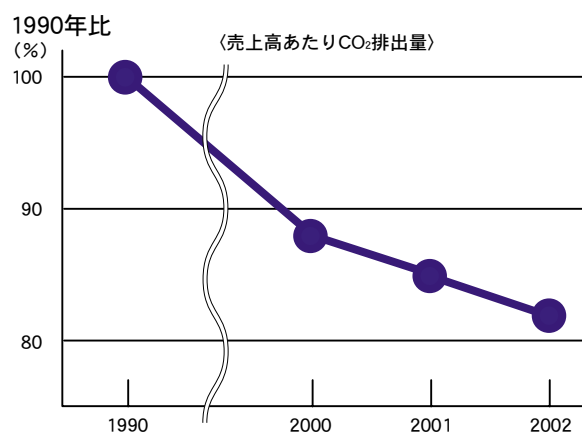


図1 省エネルギーの取り組み

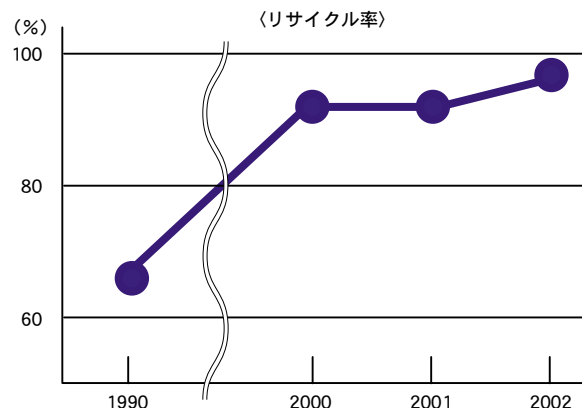


図2 廃棄物削減の取り組み

3 グローバル化と社会への責任

最近、「企業の社会的責任」(Corporate Social Responsibility)という考え方が導入され始めました。社会に対して企業の影響力が増大した結果、法規制の遵守や経済的責任などの基本的な要件に加え、企業倫理の重視、情報の開示、社会への貢献などの社会的責任を果たすことが求められます。環境課題はすでに企業活動の重要な要素であるということを踏まえ、主体性を持って取り組むことにより、リスクを回避し、イメージ向上を図り、競争力の強化へとつなげたいと思います。

この社会的責任の一つに、製品を作る企業に対して研究開発から廃棄処理されるすべての範囲で責任を求められる拡大生産者責任があります。世界各地で生産を行い、クロストレード等によりグローバルなマーケットに展開する当社においては、その視野を世界に広げ、各地の動向や社会情勢を考慮し、相互に連携した活動を行う必要があります。この具体的な推進策として、部品の購入に関する考え方やその基準を明確にしたグリーン調達を国内でスタートさせました。これは、早急にグローバルに適用したいと考えています。

4 ヤマハらしい環境活動を目指して

これまでの企業活動には、様々な法的規制がありその対応を進めてきました。日本のみならず、生産国、輸出先の法、規制を守れば良かったわけで、その意味ではやるべきことをやってきました。これからの環境課題、即ち地球の保全、人々の健康・安全に関しては、「企業の社会的責任」という概念のもと、業界、企業、あるいは世界各地の状況により取り組みに差が出てきます。各企業は様々な条件下で自ら課題を設定し、優先順位を付け、推進することになり、それぞれの個性が出る活動になります。そこにはマニュアルもなく、正解・絶対解也没有。即ち、企業として、ヤマハらしさがここで問われるわけです。ところで、図3はヤマハ発動機(株)が地球環境対応企業を宣言してからの努力の成果について空気、水、土に関する一部が示してあります。確かに難しいことを目指しているわけですが、衆知を集めて進めることによりこのような成果が得られております。この後もヤマハらしい環境活動を目指し、企業・組織として、また一人一人が今まで以上に知恵を出し、社会の多くの人たちと共に歩んでいきたいと思ひます。

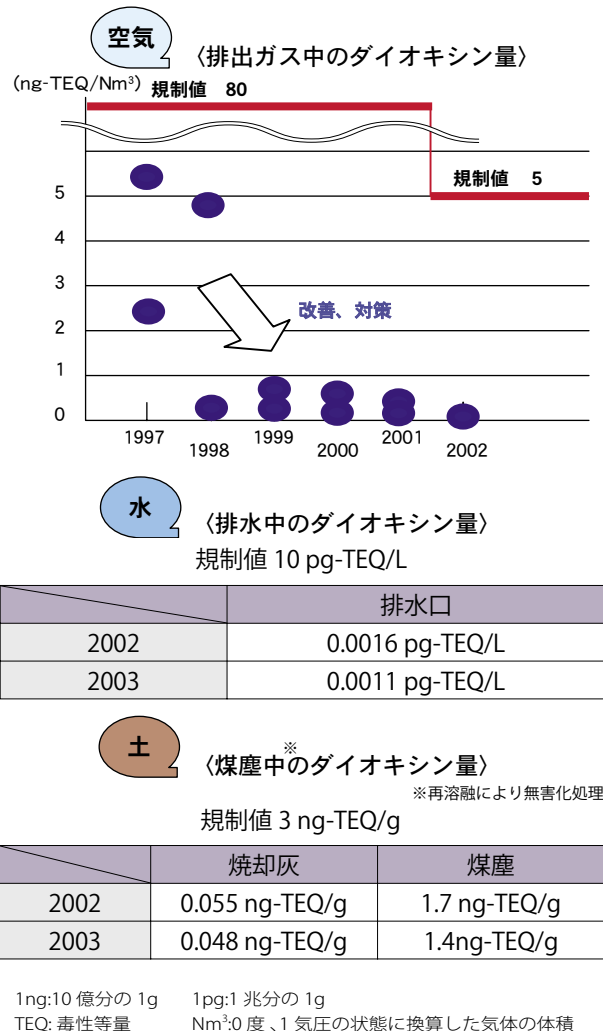


図3 ACEP(社内焼却設備)での適正処理と管理の徹底

5 おわりに

これまでの環境活動では社内外の皆様のご努力により成果を上げることができました。環境を大切にする、ひと味違う活動を展開する企業として、社会からの評価がさらに高まるよう、これからも一層励んでいきたいと思ひます。

■著者



山下 隆一