

## 社会・環境報告 (CSR)

## 地球温暖化防止

地球温暖化防止への取り組みを経営の重要課題と認識し、企業活動に伴うエネルギー使用の削減を積極的に進めています。

## 温室効果ガスの削減

CO<sub>2</sub>排出量削減目標と実績

富士電機は、電機・電子4団体<sup>※1</sup>の自主行動計画に策定当初から参加し、国の目標達成に貢献してきました。さらに、2007年度からは、上記計画の定める原単位目標に加えて、「2006年度を基準に2010年度の国内エネルギー起源CO<sub>2</sub>排出量を6%削減する」という総量削減目標を自主的に掲げ、省エネ活動に取り組んできました。なお、2010年度からは、省エネ法の改正に合わせて、CO<sub>2</sub>排出量の集計範囲を従来の生産部門のみからオフィスを含む全事業所に拡大し、2006年度に遡って報告しています(下記グラフ参照)。



太陽光発電システムを設置した東京工場

これまで国内全工場で推進してきた省エネ活動や、国内2施設での太陽光発電設備の導入などの成果もあって、2010年度の国内CO<sub>2</sub>排出量は2006年度比19.9%減の179,265トンとなり、目標を達成。また、エネルギー費全体(電力費と燃料費の合計)の約11%を削減できました。

こうした成果を踏まえて、2010年度には政府の「試行排出量取引スキーム<sup>※2</sup>」に参加。削減目標である6%を超え、約4.4万トンが超過達成成分として認められる見込みです。

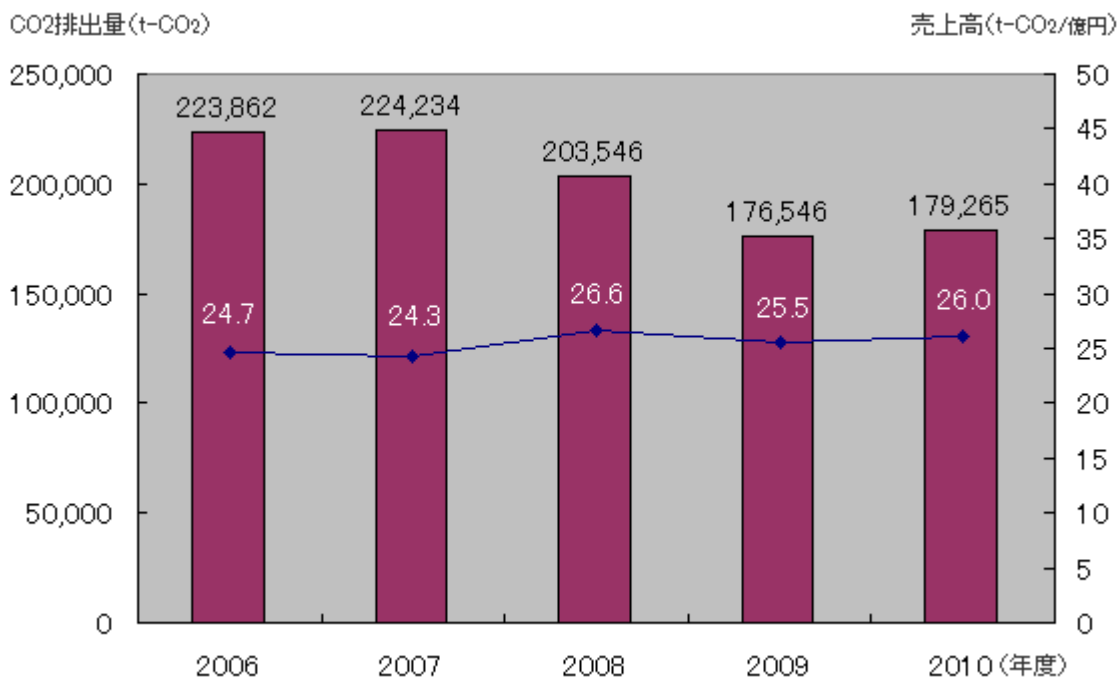
また、このような国内での省エネ活動成果を海外にも水平展開していくために、2010年度は、海外2拠点で省エネ診断を実施しました。

2011年度以降は、「ポスト京都議定書」の政府および経済界の動向を踏まえて次期自主行動計画を策定し、電機・電子業界全体の取り組みに参加する予定です。なお、次期自主行動計画は、「環境ビジョン2020」の長期目標とも整合性を取りつつ策定していきます。

※1 (一社)電子情報技術産業協会／(一社)情報通信ネットワーク産業協会／(社)ビジネス機械・情報システム産業協会／(一社)日本電機工業会

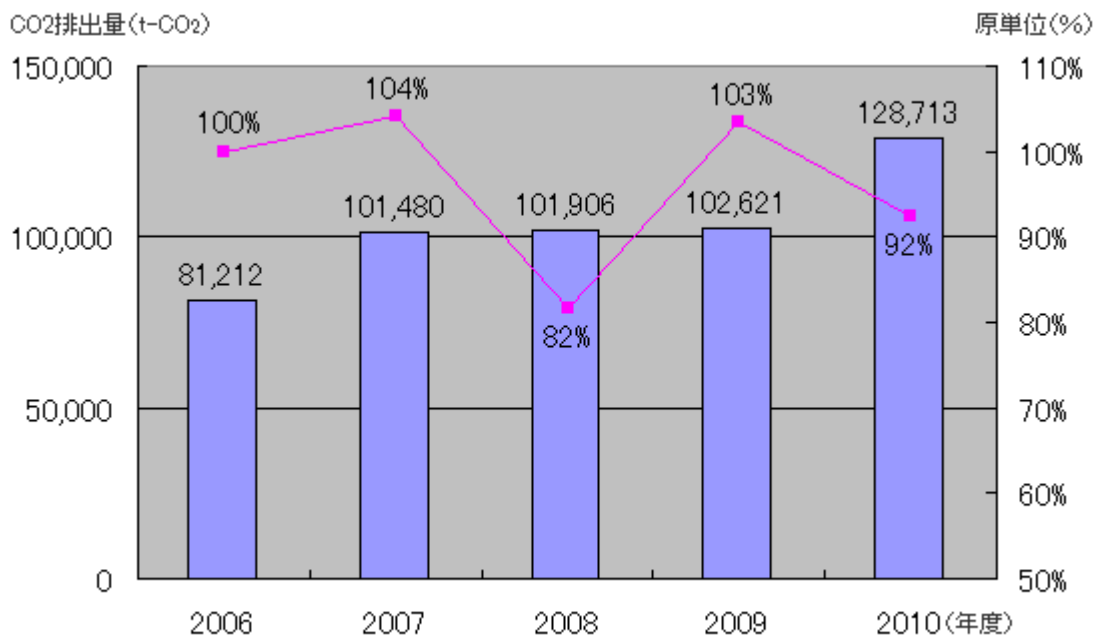
※2 2008年10月から開始された「排出量取引の国内統合市場の試行的実施」の軸となるスキーム。参加者が自主的に排出削減目標を設定した上で、自らの削減努力に加えて、その達成のための排出枠・クレジットの取引を認めるもの。

国内のCO<sub>2</sub>排出量・売上高原単位の推移



- ・ 本データは、富士電機のオフィスなどを含む国内連結子会社の数値を集計。
- ・ 売上高原単位は、CO2排出量を連結売上高で除した値。
- ・ 電力CO2排出係数(受電端)は、電気事業連合会の目標値(1990年基準に対し2010年に20%低減)を加味した係数を使用(2010年度は、3.36t-CO2/万kWh)

海外のCO2排出量・売上高原単位の推移



- ・ 海外のエネルギー換算係数、電力換算係数については、JEMA(日本電機工業会)Webサイトに掲載のデータ(V3.2006.3)を使用。
- ・ 原単位は生産高当りのCO2排出量。2006年度を100%として表示した。

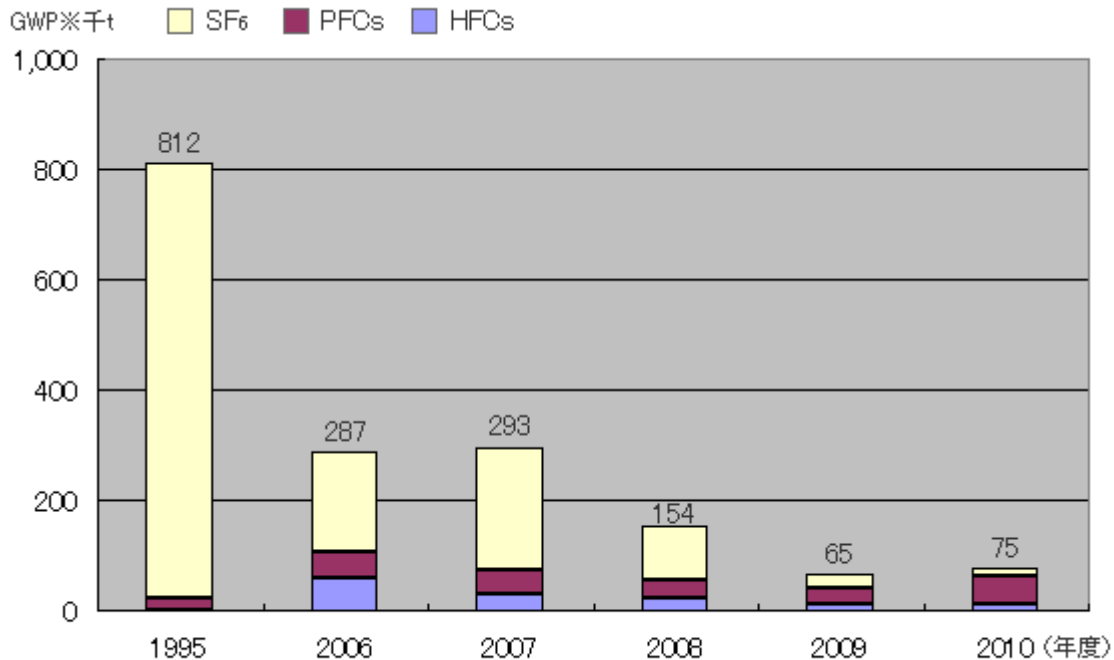
### CO<sub>2</sub>以外の温室効果ガス(SF<sub>6</sub>など)の削減

地球温暖化の要因となる温室効果ガスにはCO<sub>2</sub>、代替フロン類など6種類のガスがあります。

富士電機は、温室効果ガスのうち、最も温室効果が高いSF<sub>6</sub>(六フッ化硫黄)について、2009年度に半導体部門の絶縁試験工程の代替ガス化を完了しました。しかしながら、2010年度は半導体生産が好調だったため、半導体エッチング工程で使用するPFC(パーフルオロカーボン類)などの使用が増えました。この結果、CO<sub>2</sub>以外の温室効果ガス排出量は2009年度比15%の増加となりました。

また、生産プロセスでの削減活動に加えて、製品に使用する温室効果ガスの代替技術の開発も進めており、製品の環境負荷低減にも貢献しています。

#### CO<sub>2</sub>以外の温室効果ガス排出量の推移



#### ※GWP

地球温暖化係数。温室効果ガスの地球温暖化をもたらす程度をCO<sub>2</sub>を1とした比率で表したものの。

### 物流における省エネの取り組み

物流分野のCO<sub>2</sub>排出削減に向けて、荷主企業にはエネルギー使用量の把握と合理化が義務づけられています。

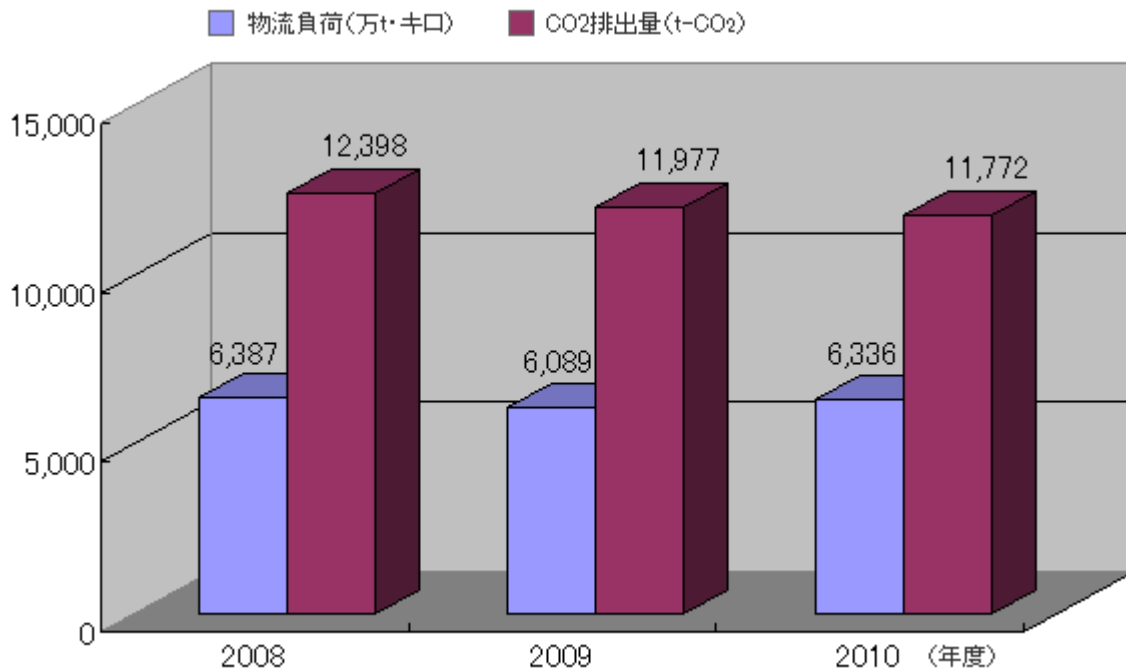
富士電機では、2006年4月にスタートしたこの法規制に、各事業会社および事業所がスムーズかつ適切に対応できるよう、「荷主義務ガイドライン」を制定し、CO<sub>2</sub>排出量の測定範囲や計算方法、報告方法、担当者の役割などについての理解と周知を図っています。また、物流活動に伴う環境負荷を把握するため、環境経営情報支援システム(FeSMART<sup>※</sup>)でデータを一元管理しています。

なお、自販機などを生産している富士電機リテイルシステムズは特定荷主に指定されており、省エネ活動を強化しています。

#### ※FeSMART (Fuji electric Sustainable Management support system)

社内イントラネットを用いて、各工場および事業所のすべての環境情報を、Webブラウザにて登録、閲覧するシステム。

#### 物流における環境負荷の推移



### オフィス・家庭での環境意識の啓発

富士電機は、国が推進している地球温暖化防止国民運動「チャレンジ25キャンペーン」に参加し、オフィス部門を含むすべての職場で、省エネ活動を推進しています。

具体的には、各社で省エネや廃棄物削減などの活動を推進。なかでも、富士アイティ(株)では、組織的な省エネ活動や省エネツールの開発が認められ、「平成22年TAMA 環境ものづくり大賞<sup>※</sup>」において環境経営省を受賞しました。

また、2009年度からは、従業員の家庭でも省エネ意識の向上を図るべく、環境省の環境家計簿「我が家の環境大臣」の利用を推奨。参加を促すために、登録者に抽選でLED電球を贈呈するなどのインセンティブ施策を積極的に実施した結果、2010年度末で登録者は752名まで増加しました。なお、2011年3月末の「我が家の環境大臣」事業の終了にともない、富士電機での取り組みも終了しました。

#### ※平成22年TAMA 環境ものづくり大賞

TAMA(一般社団法人首都圏産業活性化協会)主催による、CO<sub>2</sub>排出量削減などに効果のある環境技術・製品、環境対応の取り組みなどの表彰活動。