

東大阪企業が挑む カーボンニュートラル



Contents

- ・(株)ディエスジャパン 7頁
- ・本州印刷(株) 8頁
- ・(株)マーベックス 9頁

脱炭素社会の実現へ

企業に求められる新たな役割

近年、脱炭素社会の実現は世界共通の喫緊の課題となっている。2050年のカーボンニュートラル達成を目指す日本では、政府や自治体だけでなく、社会を構成するあらゆる産業がその責任を問われており、この大きな潮流は単なる環境保全活動だけではなく、企業の存続と成長を左右する経営戦略の根幹をなすものとして認識されつつある。

脱炭素に取り組む背景

企業が脱炭素に取り組む背景には、主に以下の3つの要因がある。

- ①危機意識の高まりと国際的な要請
気候変動は自然災害を増加させ、地球規模での経済活動や人々の暮らしに深刻な影響を与えている。この危機感を背景に、国際社会ではパリ協定などの枠組みが形成され、企業にもCO₂排出量削減への貢献が強く求められるようになった。
- ②企業の競争力向上とリスク回避
環境問題への配慮は、もはやCSR（企業の社会的責任）に留まらな

い。環境に配慮した経営、いわゆる「ESG（環境・社会・ガバナンス）経営」は、投資家からの評価を高め、新たなビジネスチャンスを生み出す源泉となる。また、炭素税の導入や排出量規制など、将来的に起こりうる環境関連のリスクを事前に回避する上でも、脱炭素への取り組みは不可欠である。

③消費者の意識変化と

ブランド価値向上

現代の消費者は、製品やサービスの「機能」だけでなく、それがどのような影響を与えるかに関心を持っている。脱炭素への真摯な取り組みは、企業のブランドイメージを向上させ、消費者の共感を呼び起こす強力なツールとなる。

このように脱炭素への取り組みは、企業が社会の一員として持続可能な

この続きは会員事業所
のみご覧いただけます