

# 目標と実績

企業情報 → CSR活動 → 目標と実績 <http://www.tdk.co.jp/csr/csr03200.htm>

## 「TDK環境活動2015」行動計画 (2010年度および中長期目的・目標)

制定：2006年4月1日  
改定：2010年4月1日(04)

達成課題	2010年度目標(～2011年3月)		中期目標(～2013年3月)	長期目標(～2016年3月)		
	対象	目標			主な実施項目	
1 温暖化対策	(1) 生産拠点における取り組み	グローバル	CO <sub>2</sub> 排出量を2005年度比5%以上削減	①CO <sub>2</sub> 排出量サイトの自主目標値の達成	CO <sub>2</sub> 排出量を2005年度比7%以上削減	CO <sub>2</sub> 排出量を2005年度比10%以上削減
		日本	CO <sub>2</sub> 排出量を1990年度比7%以上削減	①CO <sub>2</sub> 排出量/エネルギー使用量前年度比2.0%以上削減(うち、固定分前年度比1.0%以上削減)	CO <sub>2</sub> 排出量を2005年度比16%以上削減(1990年度比12%以上削減)	CO <sub>2</sub> 排出量を2005年度比20%以上削減
	(2) 物流における取り組み	グローバル	物流に関わるCO <sub>2</sub> 排出量の削減(2011年3月までに目標値設定)	①CO <sub>2</sub> 排出量の把握検討	削減目標値の設定	設定した削減目標の達成
		日本	CO <sub>2</sub> 排出量を2006年度比4%以上削減	①エネルギー原単位前年度比1.0%以上削減	CO <sub>2</sub> 排出量を2006年度比5%以上削減	CO <sub>2</sub> 排出量を2006年度比5%以上削減
2 排出物対策	グローバル	総排出量を2006年度比4%以上削減	①ゼロエミッションの維持 ②社外再資源化原単位前年度比1.0%以上改善 ③有価物化の推進 ④リデュースの推進	総排出量を2006年度比4%以上削減	総排出量を2006年度比5%以上削減	総排出量を2006年度比10%以上削減(日本のみ)
3 環境リスク管理	(1) 環境リスク管理	グローバル	環境リスクの低減 VOCの大気放出のリスク低減(日本のみ)	①環境リスクの管理と対策の実施 ①VOC大気放出のリスク低減対策の実施(日本のみ)	環境リスクの低減	環境リスクの低減
4 対外環境活動	(1) 社会貢献活動	グローバル	社会貢献活動の遂行	①地域のニーズに即した環境に関する活動の実施 ②次世代に対する環境問題への認識を高める教育活動の実施	社会貢献活動の継続	社会貢献活動の継続
	(2) 遵法	グローバル	法規制の遵守	①自主管理基準に基づく予防管理実施	予防管理の徹底	予防管理の徹底
5 環境配慮型製品の創出推進	(1) 製品化学物質関連規制の遵守(REACH規則対応)	グローバル	RoHS指令/REACH規則などの各国の化学物質関連規制に適合した製品環境マネジメントの運用	①化学物質データベースの構築 購入品から販売製品までの化学物質管理データベースの導入 ②RoHS対応化学工場の完了 ③中国電子情報製品汚染管理弁法(中国版RoHS)認証制度の対応 ④MSDSのGHS表示への更新	各国の化学物質関連規制遵守(1)REACH規則、RoHS指令/ELV指令改正(2)中国電子情報製品汚染管理弁法(中国版RoHS)(3)化審法改正(4)MSDSのGHS表示100%更新(遵法管理)	各国の化学物質関連規制遵守
	(2) ライフサイクルにおける環境負荷低減の取り組み	グローバル	ライフサイクルアセスメント(LCA) 新基準の導入と評価の実施	①製品アセスメントでのLCA基準の運用 ②主要製品のLCA評価の実施 ③自社製品のEuP指令への対応	ライフサイクルにおける製品の環境負荷低減を推進 主要製品のLCA評価による環境負荷の低減活動(1)カーボンフットプリントの検討(2)GHG(温室効果ガス)評価の検討	ライフサイクルにおける製品の環境負荷低減を推進
	(3) サプライチェーンにおける情報伝達の取り組み	グローバル	顧客要求を満足する製品環境情報の開示	①ECO LOVE製品の情報開示と拡販(2010年度15%以上) ②REACH規則における高懸念物質(SVHC)の情報開示 ③主要製品のLCAデータの公表 ④業界における情報伝達推進活動への参加	顧客要求を満足する製品環境情報の開示 ECO LOVE製品の情報開示と拡販 REACH規則における高懸念物質(SVHC)の情報開示 中国版RoHS認証制度の対応 主要製品のLCAデータの公表	顧客要求を満足する製品環境情報の開示

## 「TDK環境活動2015」2009年度実績

実施項目	対象	2009年度目標		実績	
		目標値	主な施策		
1 温暖化対策	(1) 生産拠点における取り組み	グローバル	CO <sub>2</sub> 排出量を2005年度比4%以上削減	①エネルギー原単位前年度比2.0%以上改善 ②固定エネルギー前年度比1.0%以上削減 ③CO <sub>2</sub> 排出量 自主目標値の設定と遵守	CO <sub>2</sub> 排出量 2005年度比2.0%増加(2008年度比1.9%削減)
		日本	CO <sub>2</sub> 排出量を1990年度比3%以上削減	①CO <sub>2</sub> 排出量 自主目標値の設定と遵守 ②生産方法、設備改善による固定エネルギー削減	CO <sub>2</sub> 排出量 1990年度比13.2%削減(2008年度比5.0%削減)
	(2) 物流における取り組み	グローバル	物流に関わるCO <sub>2</sub> 排出量の削減(2011年3月までに目標値設定)	①CO <sub>2</sub> 排出量の把握検討	製品の物流に関わるCO <sub>2</sub> 排出量把握システムの海外展開検討
		日本	CO <sub>2</sub> 排出量を2006年度比3%以上削減	①エネルギー原単位前年度比1.0%以上削減	CO <sub>2</sub> 排出量 2006年度比22.2%削減(2008年度比8.7%増加)
2 排出物対策	グローバル	総排出量を2006年度比3%以上削減	①ゼロエミッションの維持 ②社外再資源化原単位前年度比1.0%以上改善 ③有価物化の推進	総排出量 2006年度比20.4%削減(2008年度比11.6%削減)	
	日本	総排出量を2006年度比3%以上削減	①社外再資源化原単位前年度比1.0%以上改善	総排出量 2006年度比14.5%削減(2008年度比3.9%削減)	
3 大気放出量の削減 環境リスク管理	日本	VOCの大気放出量を2000年度比30%以上削減	①VOC大気放出量 2000年度比30%以上削減 ②自主行動計画(設備導入・工程改善・排出量管理)の実施	VOCの大気放出量 2000年度比67%削減	
4 対外環境活動	(1) 社会貢献活動	グローバル	社会貢献活動の遂行	①地域のニーズに即した環境に関する活動の実施 ②次世代に対する環境問題への認識を高める教育活動の実施	①世界各国で里山や国立公園や海岸などの環境保全活動を実施 ・TDKラムダ株式会社と信濃町(長野県)との「企業のふるさとづくり協定」締結 ・国有林や海岸地帯でマングローブの植樹(タイ)など ②各地域の小中学校で環境教育を実施 ・「2009年中央区子どもとためす環境まつり」(東京都) ・サマーパーティーにて子どもたちに環境クイズを実施(ハンガリー)など
	(2) 遵法	グローバル	法規制の遵守 化審法改正への対応(日本のみ)	①自主管理基準に基づく予防管理実施 ②届出対象物質の把握	①法規制超過1件 ②2010年3月31日現在、TDKに改正化審法の義務が発生しないため、今後の改正内容を監視する。
5 環境配慮型製品の創出推進	(1) 製品化学物質関連規制の遵守(REACH規則対応)	グローバル	RoHS指令/REACH規則などの各国の化学物質関連規制に適合した製品環境マネジメントの運用	①化学物質データベースの構築 購入品から販売製品までの化学物質管理データベースの導入 ②REACH規則にも準拠したグリーン調達の実施 ③環境負荷物質の代替推進 ④MSDSのGHS表示への更新	化学物質管理システム(green-AXIS)を導入し購入品から販売製品までの含有化学物質データを一元管理できる体制を整えた。今後、購入品・製品構成・完成品のデータの充足を進める。
	(2) ライフサイクルにおける環境負荷低減の取り組み	グローバル	ライフサイクルアセスメント(LCA) 新基準の導入と評価の実施	①ライフサイクルアセスメント(LCA)新基準の導入 ②主要製品のLCA評価の実施 ③自社製品のEuP指令への対応	製品アセスメントにLCAの手法を導入し新製品の環境影響評価の指標とした。また、JEITAを通じLCA日本フォーラムより、各電子部品のLCAデータを順次公開している。
	(3) サプライチェーンにおける情報伝達の取り組み	グローバル	顧客要求を満足する製品環境情報の開示	①ECO LOVE製品の情報開示と拡販 ②REACH規則における高懸念物質(SVHC)の情報開示 ③EuP指令における環境負荷情報への対応 ④業界における情報伝達推進活動への参加	各製品のうちに優良環境製品について、ECO LOVE製品としてホームページで公開している(2010年3月現在 138製品)。また2011年度末までに、ECO LOVE製品の販売比率を現状の15%から30%へ倍増することを経営目標の一つとして取り組むこととなった。