

サプライチェーン排出量算定セミナー
2015年8月26日（東京）、9月10日（大阪）

サプライチェーン排出量 算定セミナー

サンメッセ株式会社
コーポレートコミュニケーション戦略推進室
佐々木 弘道

目次

- ▶会社概要
- ▶サプライチェーン排出量の算定のきっかけと目的
- ▶環境省の支援内容と感想そして、苦労した点
- ▶今後、算定結果をどのように活用していくか
- ▶取組の成果として

会社概要

- ▶ 業 種 総合印刷業
- ▶ 創 業 昭和10年5月10日（今年で80周年）
- ▶ 資本金 1,236,114,800円
- ▶ 社員数 737人
- ▶ 売上高 149億円
- ▶ 本 社 岐阜県大垣市
- ▶ 支 店 東京、大阪、名古屋、愛岐、岐阜
- ▶ 営業所 津、京都、滋賀、岡崎
- ▶ 系列会社 日本イベント企画、サンメッセタイランド



(平成27年3月期)

算定をするきっかけと目的

▶ 経営理念

サンメッセは、革新・法令順守・**環境**の3つを経営の柱とし、常にお客様を第一に考え、人・物・情報を集積・発信し、印刷を核に、社会に貢献します。



環境負荷が多い印刷業界の中で
企業風土として環境対応に敏感なDNAがあった。

2010年からカーボンオフセット、カーボンフットプリントの取組はじめ、製品のLCA（CFP）から組織のLCA（SCOPE 3）へステップアップしていきました。

算定をするきっかけと目的

印刷会社の社会的責任

- ▶ 紙と水を大量に使用する業種
- ▶ 森林資源や水資源を持続可能な形で利用していく必要性
⇒環境印刷（エココミュニケーションへ）

LCAの取り組みを進めるにあたり

- ▶ 将来的に自社の取り組みを見直すきっかけづくり
- ▶ 積極的な情報開示によって新たに取り組むべき課題の発見

CDPの回答のために
算定した訳ではない

2014年度の環境省の支援内容

1. サプライチェーン排出量の算定関連支援
2. サプライチェーン排出量の第三者検証受検支援
3. 削減貢献の考え方支援

サプライチェーン排出量の算定関連支援の内容

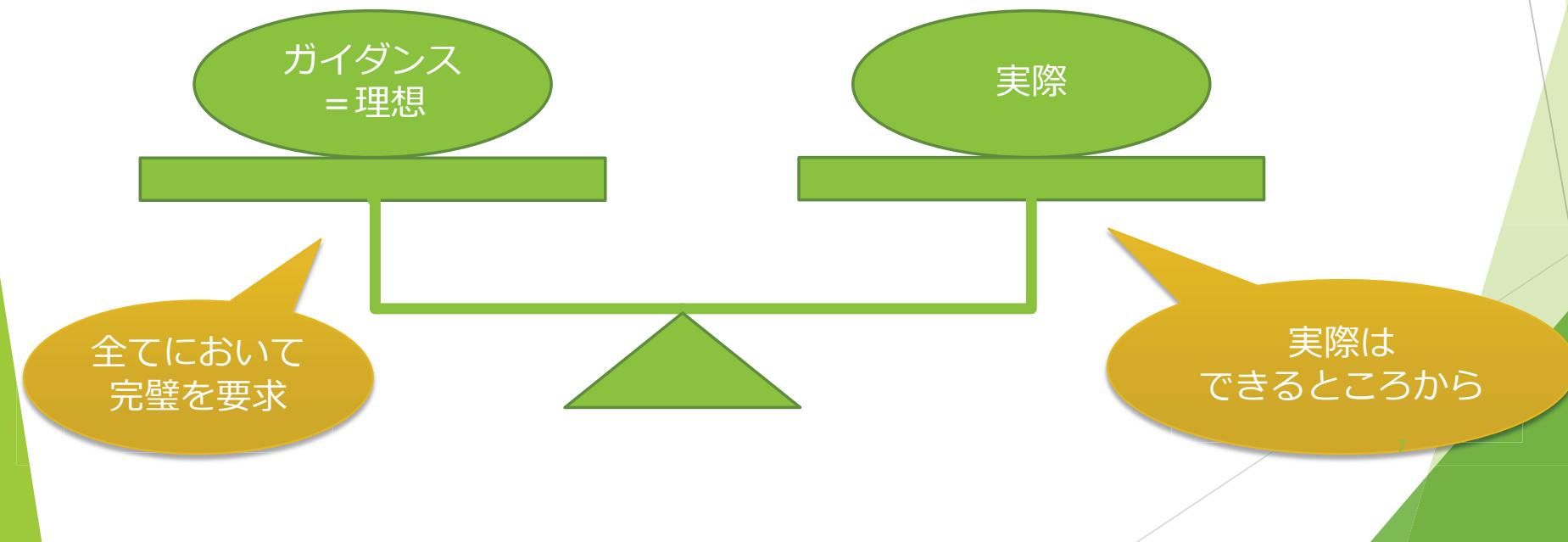
	10月	11月	12月	1月	2月
全体概要の勉強会	●				
個別打合せ（1回目）		↔			
活動量の収集		↔	↔		
個別打合せ（2回目）		↔	↔		
算定、サイト掲載資料の作成		↔	↔		
※個別打合せ（3回目）			↔	↔	

- ▶ 初回勉強会後、約3ヶ月近くで情報収集から、算定をするというプログラム。そのため、時間が無いということが一番大変でした。しかし、その時間の無い中でを集められる信頼性の高いデータこそが、算定にとって大切なデータであるとわかりました。

サプライチェーン排出量の算定関連支援の感想

▶ なぜ、算定をするのか目的を考えることが大切。

目的は何かを考えることで重きを置く必要があるカテゴリーとそうでないところを判断、算定に掛ける時間も変わってきます。



SCOPE3のカテゴリーについて

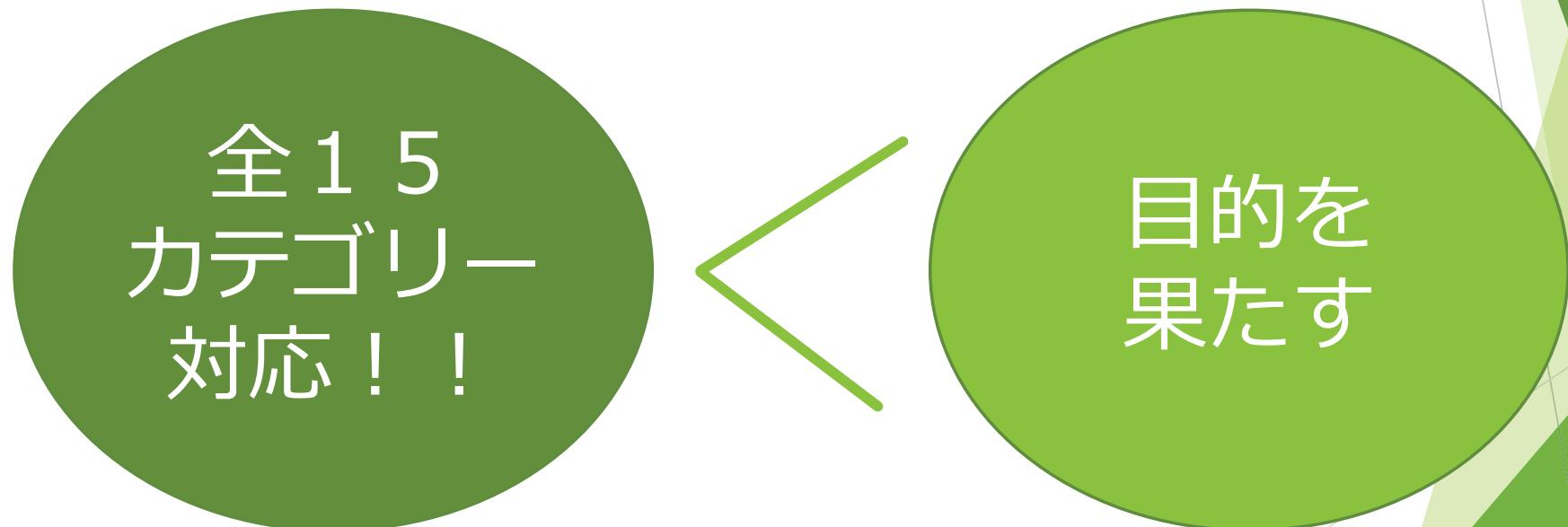
1. 購入した製品・サービス
2. 資本財
3. 燃料・エネルギー関連
4. 輸送、配送（上流）
5. 事業から出る廃棄物
6. 出張
7. 通勤
8. リース資産

9. 輸送、配送（下流）
10. 販売した製品の加工
11. 販売した製品の使用
12. 販売した製品の廃棄
13. リース資産（下流）
14. フランチャイズ
15. 投資
その他

- ▶ 各企業によって、インパクトの大きいところと小さいところが異なる。
- ▶ おおよそを把握した上で、大切なところをより精緻にしていくことが大切。

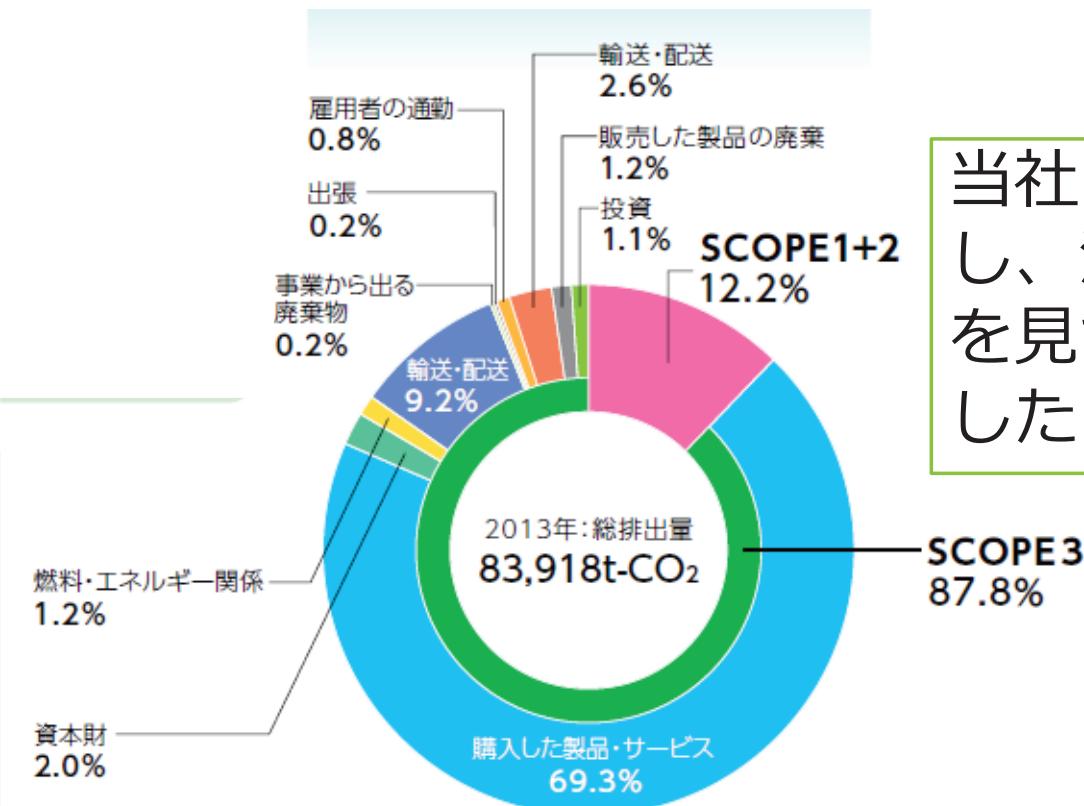
サプライチェーン排出量の算定関連支援の感想

- ▶ できるところから始める。全カテゴリーの完璧な数値を求めすぎないようにすることを学びました。



意義のある数値を算定する、他カテゴリーとの割合を比較する等

算定目的を定めることが大切



当社は、全体の排出量を把握し、注力して削減するべき点を見つけることを目的としました。

サプライチェーン排出量の算定関連支援の感想

- ▶ 初回の全体説明で、カテゴリーごとの算定方法についてレクチャーがありました。自動車会社が例にあげられていたので、自社に置き換えると、どのような項目が該当するかを考えることが大切です。
- ▶ Ex.

総務部

工場長

環境推進担当

経理部

拠点長

購買部

外注担当

サプライチェーン排出量の算定関連支援の感想

- ▶ 比較的収集しやすい数値と、収集しにくい数値があり、代替の数値の収集可能かなど、コンサルタントの方との個別打合せで協議しました。

Ex. ○kg、○tなど実数が取得不可能な場合、金銭換算にて算定します。

用紙 ○ t

インキ ○ t

刷版 ○ t

・

・

・

重さがわかる原料

↓
重量で算定

タックシール

(厚さ、長さ、大きさが異なるオーダーメイドのような原料)



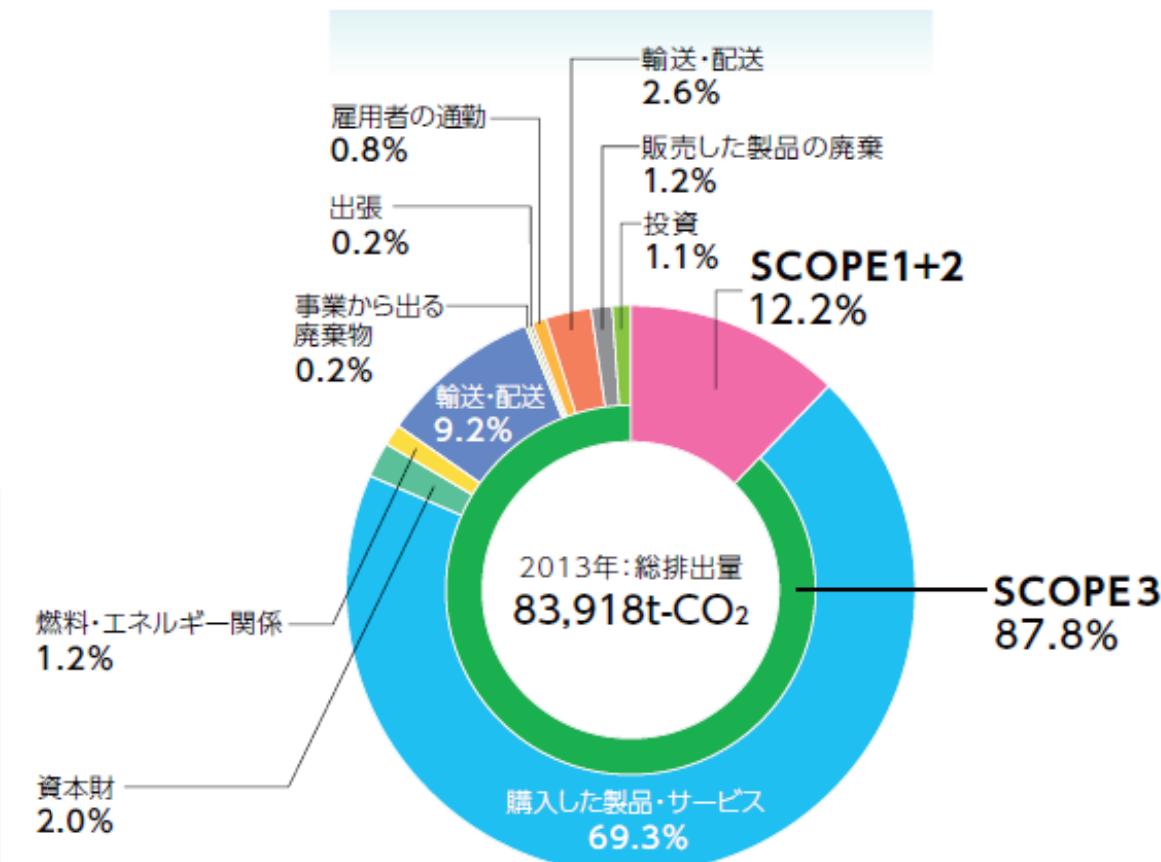
購入価格で換算して算定。

基本的な算定方法



- ▶ どのカテゴリーにおいても、投入量（重さ、金額など）に原単位を掛けることで算定が可能。
- ▶ 注意する点は、細かな数値が必ずしも正確な数値であるとは限らないという点。
- ▶ 目的に合わせて細かく数値を取る・取らないの選択が必要。

今後、算定結果をどのように活用するか



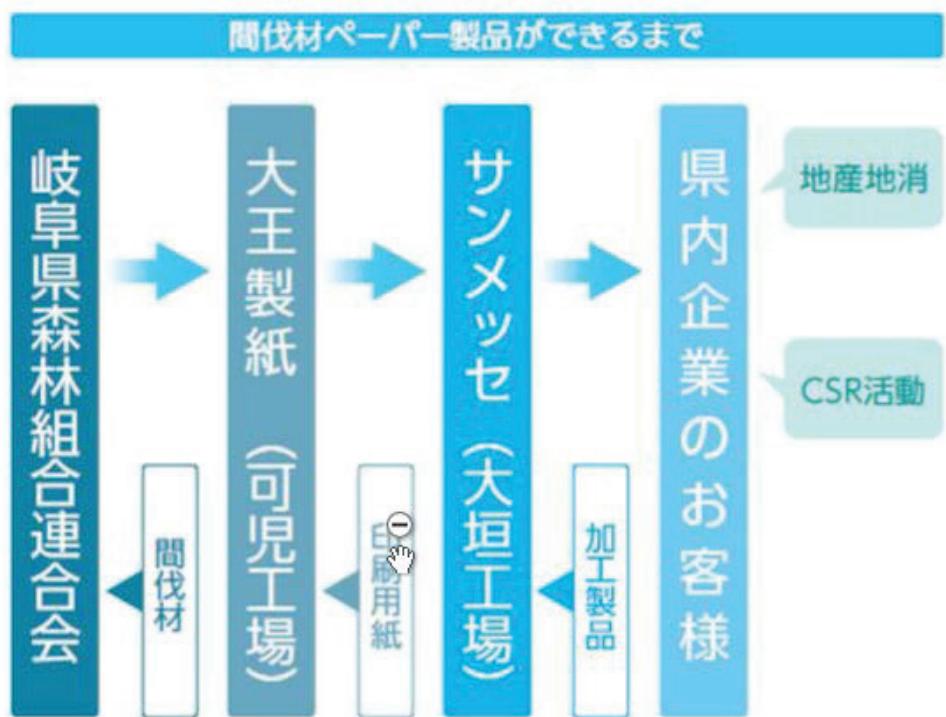
取組の意味付けに利用しています

#1： 購入した製品サービス（用紙）の割合が約70%。



ここへの環境対応がすなわち当社の環境対応に直結すると考え、サプライチェーンの上流である製紙会社とともに間伐材ペーパーを開発しました。

LCA目線からの製品開発



間伐材ペーパーを利用した製品

15

取組の成果として

- ▶ LCA日本フォーラム表彰 奨励賞を受賞
- ▶ ISOの環境監査において、ストロングポイントや、グッドポイントを獲得
- ▶ EcoBalance2014で事例発表
- ▶ 環境省のHPに事例として紹介

LCAの取組を進めることで、企業価値の向上になりました。



LCA日本フォーラム表彰 奨励賞



EcoBalance2014で事例発表



ISOの環境監査において、ストロングポイント



環境省のHPに事例として紹介

まとめとして

- ▶ 算定目的を明確にしておくこと
- ▶ 事前により多くの社内データを準備しておくこと
- ▶ 不明点はコンサルタントに相談すること

この3点ができれば、算定 자체は難しくないと思います。本プログラムに参加することで、企業価値向上の一助になると考えています。

ご清聴ありがとうございました。

サンメッセ株式会社
コーポレートコミュニケーション戦略推進室
佐々木 弘道

h-sasaki@sunmesse.co.jp