

環境省
グリーン製品の需要創出等によるバリューチェーン
全体の脱炭素化に向けた検討会

第1回会合 株式会社ゼロボード提出資料

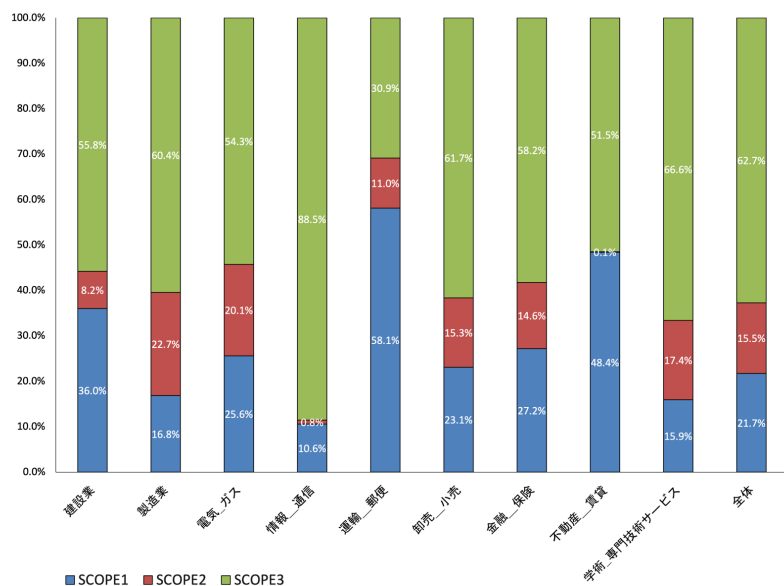


株式会社ゼロボード 代表取締役 渡慶次 道隆

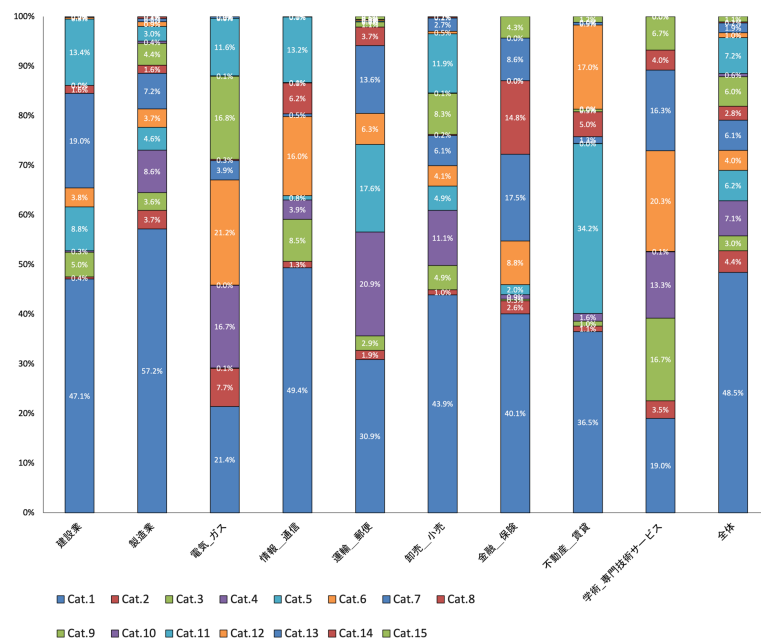
企業のGHG算定の現状

ゼロボード社データベースに基づくGHG算定の現状を紹介する。Scope 1、Scope 2 については事業活動に直接関連するエネルギー実績などのデータをもとに直接、間接の排出量を算定しているため、比較的に精度が高いデータが揃っている。一方、Scope 3 に関しては産業連関表を用いた財務情報から算定されたデータも多く含んでいることに留意する必要がある。

業種ごとのScope 1～3 の構成



業種ごとのScope 3 の内訳



左図) 運輸を除いてはScope 3 の占める割合が50%を超えており、サプライチェーン企業の寄与度が高い。また情報・通信、金融、小売業などを中心にScope 1 からの排出量が少ない傾向になることがわかる。また、建設、運輸など車両の稼働が多い業種ではScope 1 の影響が大きくなる。不動産業においても建築物の保守などに伴う燃料の利用が多い傾向になっていることがわかる。

右図) 98%の企業において、Scope 3の中でCat.1の寄与度が最大となっている。削減計画を立てる上でも Cat.1 の1次データ化は脱炭素経営の進んだ企業を中心に進んできており、近い将来的にはここで表された寄与度にも変化が出てくると考えられる。最終製品を製造する製造業では Cat.11 使用段階の排出量が大きくなる傾向も確認できているが、Scope 3 の Cat.9～15 の下流側の算定に関しては、算定されていないケースが業種に関わらず多いため、これらの傾向はデータに表れていない。今後、下流までの算定が一般的になるにつれてこれらの解析も可能になると考えられる。

CFP算定の現状

弊社が携わったCFP算定支援案件の業種別内訳を紹介する。

業種別 CFP算定支援（企業数ベース）

学術研究、専門・技術サービス業の合計

2.0%

製造業—自動車（輸送）の合計

5.9%

製造業—食料品の合計

5.9%

建設業の合計

7.8%

製造業—その他の合計

7.8%

製造業—化学工業（その他）の合計

7.8%

製造業—素材（鉄鋼・非鉄金属・繊維・パルプ・紙・石油・石炭・ガラス...）の合計

7.8%

製造業—機械（一般・電気・精密）の合計

33.3%

卸売業、小売業の合計

11.8%

サービス業（他に分類されないもの）の合計

9.8%

CFP算定のニーズは製造業を中心として増加傾向。消費者あるいは納品先への開示を目的としたものが多い。

製造業—自動車（輸送）、製造業—機械（一般・電気・精密）の多くは、欧州電池規則の報告を見越した、サプライヤー企業的一次データを活用したCFP算定になっている点が特徴的。他案件は全て二次データベースを活用した算定であることを踏まえると、ハードローの影響力が非常に強いことが伺える。

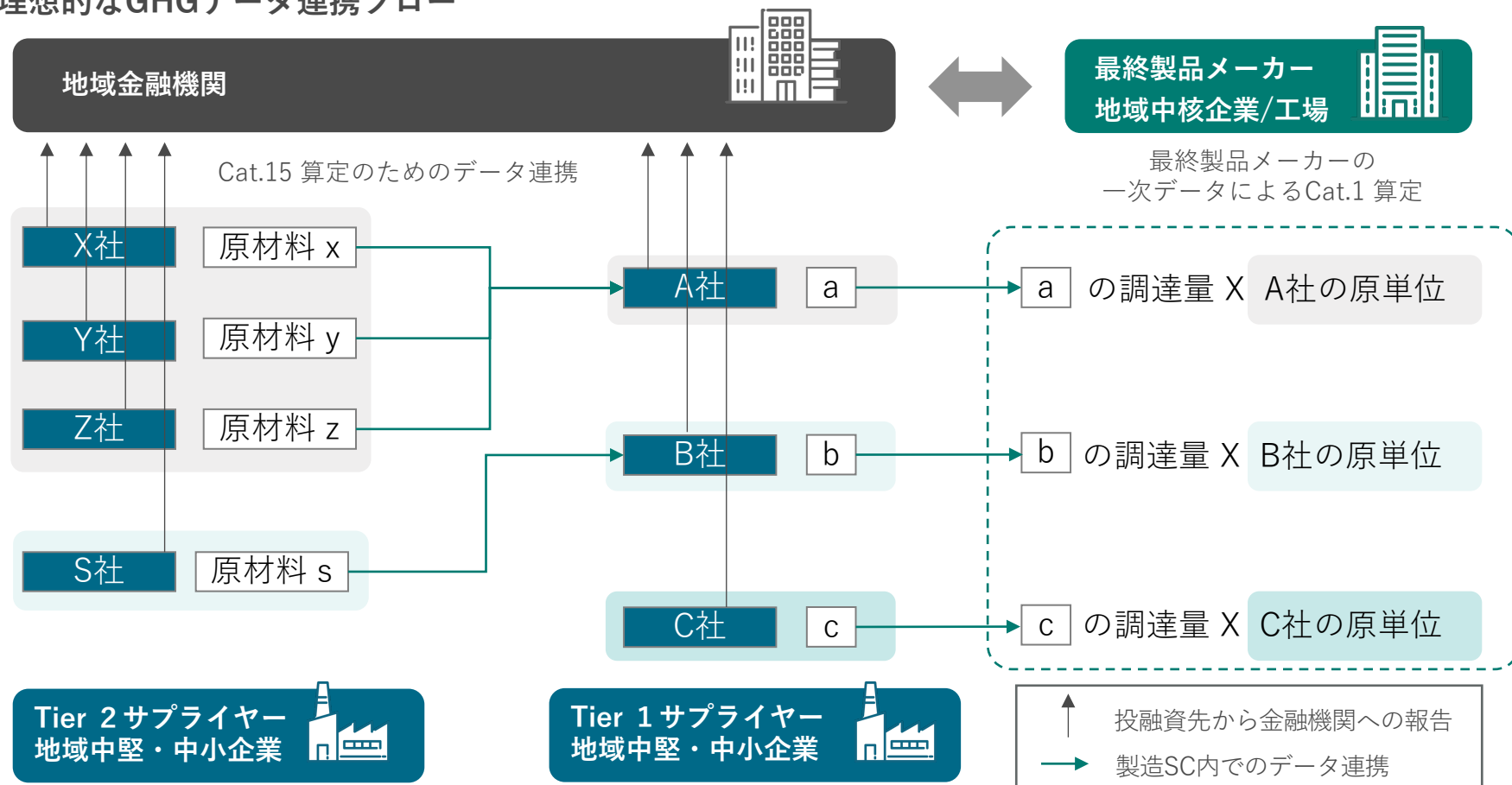
※欧州電池規則：車載バッテリーを対象とし、欧州で上市する完成車メーカーに報告を求める法律。バッテリーのライフサイクル全体でのCFP報告については、当初2025年2月18日に施行予定であったが、細則の決定が遅れており、施行は2025年後半となる見込み。

施策提案：地域サプライチェーンへの複層アプローチ

仮説

GHG算定・削減の当事者であるとの意識醸成が進まない中堅・中小事業については、地域金融機関、最終製品メーカー（バイヤー or オフテイカー）が連携して、域内の企業（サプライヤー）へ働きかけることで、GHG算定・連携およびその削減へのインセンティブが高まるのではないかと？

理想的なGHGデータ連携フロー



提案

地域金融機関、最終製品メーカーの連携を参加条件としたモデル事業構築（事務局資料p.6 大手VC傘下小規模企業へのアプローチ）

その他の論点

企業として「何を」算定するか、削減対象とするかを定めにくい

<算定・開示>

企業がサプライサイドからのデータを吸い上げるのは、主にScope 3算定のため（＝組織としての算定）である一方、デマンドサイドの施策としての納品先・消費者への開示はCFP（＝商品、サービスごと）が基本となっている。

組織としての取り組みを消費者へ訴求する方法がとれたらよいが、個人が統合報告書を目にする機会はなく、また、小売サイドで消費者に直接企業名での訴求を行う場合、「環境負荷へ配慮している企業の全ての商品が、低環境負荷商品として認識されることの是非」という課題を抱える。小売業からは「小売企業は商品訴求力で陳列するのであって、メーカーを訴求して陳列するのは難しい」との声もあり。

<削減>

Scope 1および2は組織・拠点単位で行い、Scope 3 Cat. 1（例：商品企画段階での低炭素素材のスペックインなど）は商品単位で行う必要がある。検討する部門も、前者は総務部で、後者はR&Dや商品企画と別れ、組織として統合的な計画を立てづらい。

この、「組織」と「CFP」の算定・削減を、有機的につなぐロジックが必要であるが、それを実現できている企業は僅少であり、制度面での工夫、ベストプラクティスの共有が求められる領域となっている。

一次データ活用時のルール

組織排出量算定・CFPのいずれにおいても、一次データの利用の重要性は認識されつつあるが、一次データを導入した場合の過去データの扱いや、目標を定めている基準年の再計算の要否などが明確では無く、混乱や誤解を生じている例が見受けられる。

また、一次データの導入が必ずしも見た目の排出量の低減につながらない可能性もあり、上記の過去データの取扱いに関する不明点も含めて導入を躊躇する要因にもなりうると思う。

一次データの導入による結果の調査や過去データの取り扱いに関するガイドラインの発行などによりこれらのハードルを下げることは出来ないか。一次データ比率自体へのインティブ設計も有効と考える。

グローバルリーダーシップ

GHGプロトコルやSBTなどデファクトスタンダードとなる基準も順次改定を検討している状況である現在、日本としていち早く考え方や詳細なガイダンスを提示することで、グローバルでの日本のリーダーシップを提示し、また、いわゆるルールメイカーとして、本邦産業界の要請も踏まえ、優位性を発揮できるルールを構築していくことが重要。

欧州電池規則の事例のようにハードローの影響力は大きく、欧米が内向き・あるいは独善的な施策に向かう中で、ASEANを中心とした今後の消費ならびにGHG排出の中心国との連携は欠かせないものとする。サプライサイドにおいては、リーダーシップを取れる業界の見極めが重要。

また、デマンドサイドにおいては、消費者のリテラシーの向上と表示・可視化のルール整備の両面を整備する必要あり。

ご不明な点・ご質問がございましたら、
お気軽にお問い合わせください

株式会社ゼロボード

〒108-6310 東京都港区三田三丁目5-27 住友不動産東京三田サウスタワー10階

E-mail : sales@zeroboard.jp