

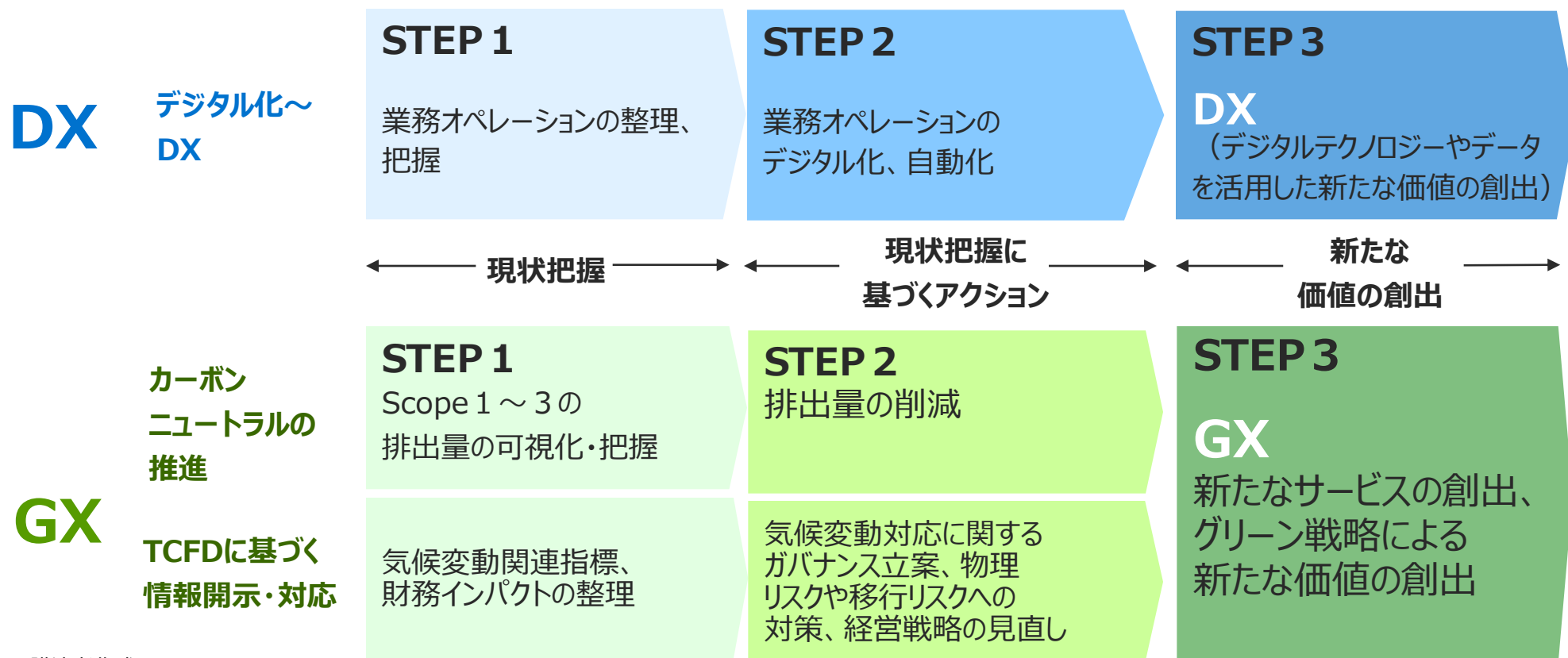
DXの潮流から考察するGXの本質

2022.10.20

**株式会社日本総合研究所 先端技術ラボ 兼
JRI America, Inc.
田谷 洋一**

1. GXはDXの経験が活かされる新たな価値創出の機会

- デジタルの活用は気候変動への影響の分析や、環境変化に応じた対策の立案を支援する有効な手段になると言われている。**GXの本質を追求するにあたって一つの鍵になるのが企業が取り組んできたデジタルやDXの潮流**。デジタル化からDX、気候変動対応からGXまでの流れをそれぞれ整理すると、DXとGXには類似点があると考えられる。
- 気候変動対応からGXまでのプロセスは、企業がデジタル化やDXの中でノウハウを蓄積してきた【自社の現状把握→現状把握に基づくアクション→デジタルやデータを活用した新たな価値の創出】というプロセスと同質であり、**GXはデジタル化やDXの経験が大きく生かされる新たな事業創出の機会**だと解釈することもできる（下図）。



* 講演者作成

2-1. GX事例①Honeywell（メーカー）

- 2017年設立／ノースカロライナ州。軍需産業品や航空宇宙関連製品、家電製品などを幅広く販売するメーカー。
- 2004年からサステナビリティへの取り組みを推進**しており、事業や施設が排出する温室効果ガスを90%以上削減。Scope1・2に関して、カーボンニュートラルな事業や施設の整備を推進しているほか、スマートウェアハウスやスマートロジスティクスなどの製品の利用を顧客に促すことで、Scope3の間接排出にも対応。
- 研究投資の半分以上が、顧客の事業環境の改善および社会的な事業成果を向上させる製品開発に費やされている。**ビル安全性と省エネルギーを両立するソリューションや、物流をモニタリングし、省エネなサプライチェーン管理を行うソリューションの提供など、顧客の気候変動対応を支援するためのデジタルサービスを幅広く展開。**



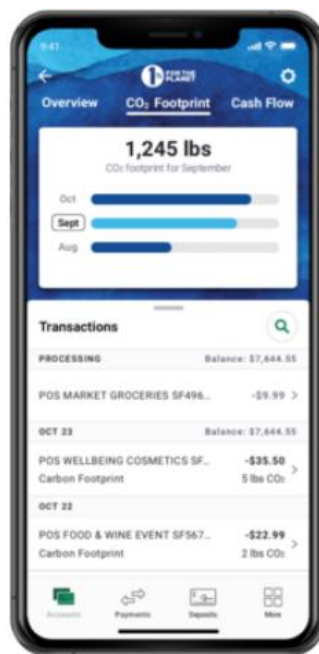
*1 <https://www.honeywell.com/us/en>

*2 <https://www.honeywell.com/us/en/news/2020/04/why-sustainability-will-make-the-future-brighter>

*3 <https://www.honeywell.com/us/en/press/2021/03/honeywell-expands-supply-chain-software-suite-to-help-enterprises-better-track-and-monitor-operations>

2-2. GX事例②BNP Paribas（金融）

- 1822年／パリ。5年以上前からサステナブルファイナンスに関連する目標を掲げており、**近年は気候変動対策ソリューションを提供するスタートアップとの連携による新しい金融サービスの開発に取り組んでいる。**
- Bank of the Westは、スウェーデンのスタートアップDoconomyと協業してサステナブルファイナンスに関連するカードサービスを提供。**デビットカードを利用した際のCO₂排出量を表示する機能を提供**しており、利用者はレストランやスーパーマーケットなどで支払いをした際に、自身の支出に対するCO₂排出量をアプリを通して確認することが可能。
- BNP Paribas Securities ServicesはNYのスタートアップClarity AIとの連携による機関投資家向けの新サービスを提供。Clarity AIのデータ分析ソリューションを活用し、**投資ポートフォリオにおけるESGリスクやSDGsへの貢献度の評価など、投資商品に関する様々なインサイトを含む分析レポートを表示する機能を提供**している。



*1 <https://www.boulderweekly.com/boulderganic/bank-of-the-west-and-doconomy-partner-to-offer-first-of-its-kind-carbon-tracking-checking-account/>

*2 <https://www.finextra.com/pressarticle/86826/bnp-paribas-to-provide-investors-with-sustainability-analytics-from-clarity-ai>

2-3. GX事例③Fred Segal（ファッション）

- 1961年／カリフォルニア州。LAを拠点にファッション事業を展開。メディアテック企業のSubnationと提携し、2021年12月にLAの小売店やメタバースで提供されるサービス“Artcade”を開発。
- ArtcadeのNFTギャラリーでは、衣料品やアクセサリなどのバーチャル商品が公開されており、顧客は店舗やメタバース内で仮想通貨を利用して商品を購入することが可能。また、同店では、著名なアーティストとコラボレーションしたNFTやデジタル・スキンなどの商品なども紹介されている。
- **デジタル商品の製造や販売は、廃棄物や過剰消費など、商品の生産工程で発生する温室効果ガスを削減する有効な方法**として捉えられている。



*1 <https://www.artcade.gg/about>

*2 <https://www.retailtouchpoints.com/topics/sustainability/next-steps-in-sustainable-apparel-retail-consumer-communication-and-carbon-offsets>

3. 各業界のGX事例に関する考察

Honeywell（メーカー）

自社業務のエネルギー効率化や排出量削減に注力していた企業。同社の取り組みには、気候変動対応で培ったデジタル活用のノウハウを活かし、社会課題の解決や顧客の業務革新まで踏み込んだソリューションに展開する、という一連のプロセスが見られる。

BNP Paribas（金融）

顧客の経済活動が気候変動へ与える影響をデジタルやデータを活用して可視化し、顧客が気候変動対策に携わる手段を金融サービスに組み込んで提供。世界の情勢や企業が対応すべき事項をいち早く察知し、具体的な目標を掲げて中長期的に施策を推進するとともに、顧客の気候変動対策への関心を認識し、デジタルを活用して新しい価値（GX）を創出。

Fred Segal（ファッション）

ファッション業界において、サステナブルな取り組みを推進する強力な要素として注目されているのがNFTやメタバース。バーチャル商品やデジタルサービスが増えることで、衣料品の製造過程で起こる環境破壊を減らすことができると期待されている。バーチャル商品は気候変動対策に関心を持つ顧客層の共感を獲得し、新しいファッション価値として支持を得られる可能性がある。

4. 欧米の先進事例から検証するGXの目的と本質

- メーカー、金融、ファッションの3つの異なる業界のGX事例に共通するのは、**企業（あるいは機関）が自社の気候変動対策に留まらず、顧客が抱えている課題やニーズを十分に認識し、デジタル技術やデータを活用して新たな価値やサービスを創出している**という点
- **GXの目的は、サービスのデジタル化や気候変動対策で培ったノウハウなどを基に、企業が顧客の気候変動対策への関心やニーズをしっかりと汲み取り、顧客の課題解決に向けた価値を創出し続ける点にある**のではないだろうか
- 気候変動対応からGXまでの流れを整理すると、従来、**企業がデジタル化やDXの中でノウハウを蓄積してきた【自社の現状把握→現状把握に基づくアクション→デジタルテクノロジーやデータを活用した新たな価値の創出】、というプロセスと同質のものであり、GXはデジタル化やDXを推進してきた企業の経験が大きく生かされる新たな事業創出の機会**であると解釈することもできる
- GXを推進する企業には、自社を取り巻く環境を正確に把握し、環境問題への対応や各種リスクへの対策をしっかり定めるとともに、新たな事業創出の機会に向けて、早い段階から具体的な方策を検討していくことが求められるだろう

本日、ご紹介した事例の他にも複数のGX事例を以下のサイトで紹介しています。
ご参考に参照いただけますと幸いです。

[DXからGXへ（第1回）——気候変動対策の鍵はデジタル活用 | GREEN×GLOBE Partners \(ggpartners.jp\)](#)

[DXからGXへ（第2回）——企業の気候変動対策を支援する米国スタートアップのソリューション紹介 | GREEN×GLOBE Partners \(ggpartners.jp\)](#)

[DXからGXへ（第3回）——GXはDXの経験が活かされる新たな価値創出の機会 | GREEN×GLOBE Partners \(ggpartners.jp\)](#)