

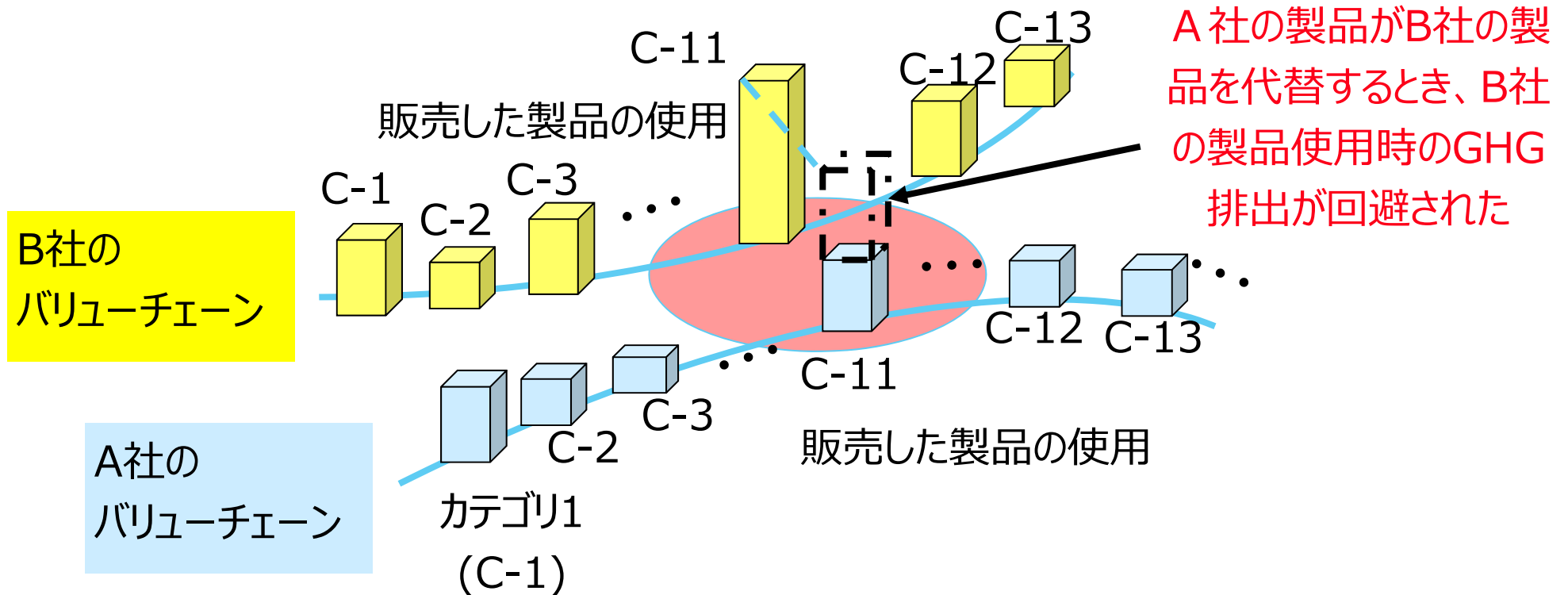
---

## 【参考①】削減貢献量について

---

# 削減貢献量とは

- 削減貢献量は、従来使用されていた製品・サービスを自社製品・サービスで代替することによる、サプライチェーン上の「削減量」を定量化する考え方
- 企業は、自社の製品・サービスによる他者の削減への貢献を「削減量」としてアピールすることができる



- 削減貢献量は主張できる主体は、素材、部品、最終製品等のメーカーやITサービスを提供する企業など多岐に渡る

## 例)

- 家電メーカー：製品の省エネ性能向上 ⇒ 従来品より使用者の排出量が減少
- 素材メーカー：超軽量材料を航空機に採用 ⇒ 航空機の軽量化により燃費向上 ⇒ 航空機の運航に伴う排出量を削減
- 建材メーカー：高断熱住宅へのリフォーム ⇒ 住宅の冷暖房の使用量削減 ⇒ 電力消費量の削減分だけ排出削減
- ソフトウェア会社：テレビ会議システム ⇒ 電車などの移動に伴う排出量を回避した分だけ排出削減

- 従来よりも省エネ性能の高い新製品を開発できた

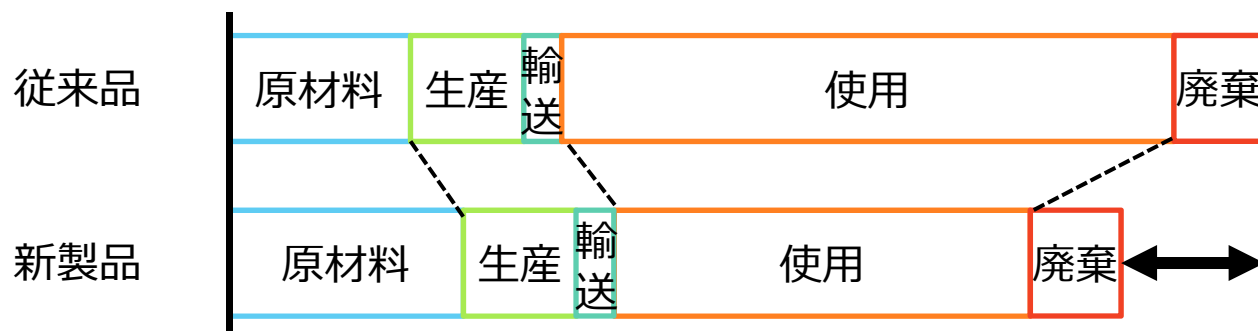


- 新製品は従来品に対して、どのくらい排出削減につながるのか評価したい！

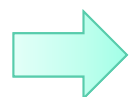


サプライチェーンの考え方を意識して、  
製品ライフサイクルで比較しよう！

## ★ライフサイクルの各段階における排出量



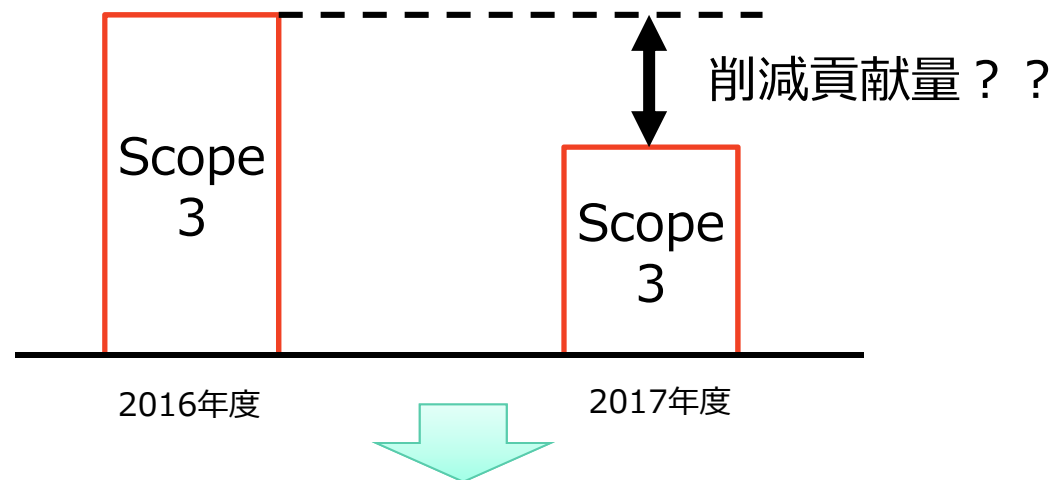
新規製品は従来品と比べて  
原材料生産の排出量が増加  
しているものの、使用時の排  
出量が減少したため、ライフサ  
イクルの排出量が減少した



この考え方が削減貢献量につながる！

# 削減貢献量はScope3でどう評価されるのか

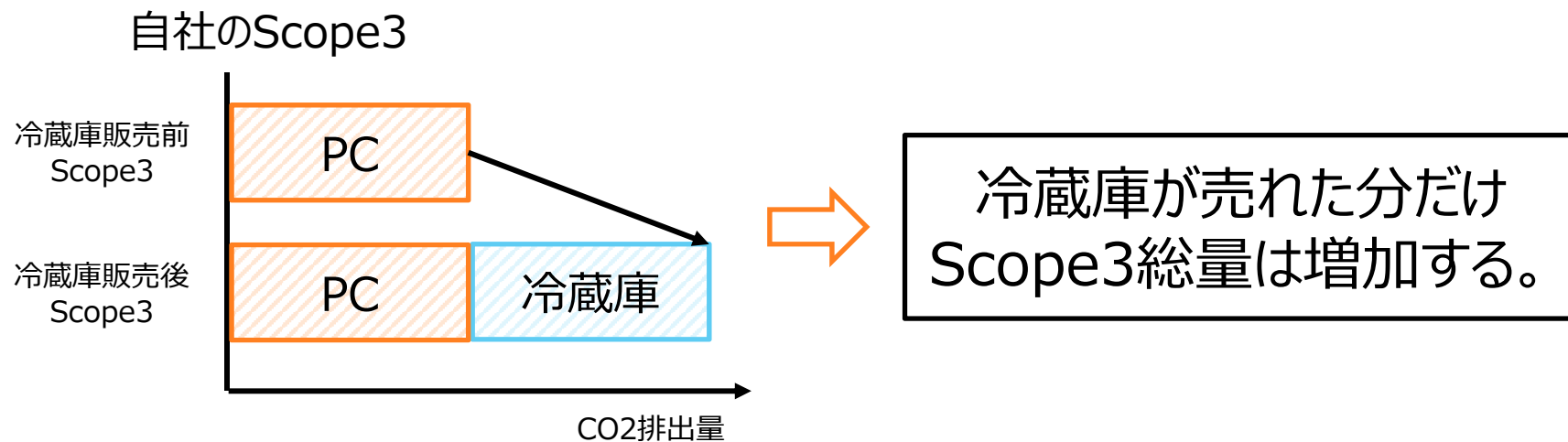
削減貢献量ってScope3の差分  
なんじゃないの？



削減貢献量をScope3の単純な差分で評価することは困難！

# 削減貢献につながってもScope3総量は増価する例①

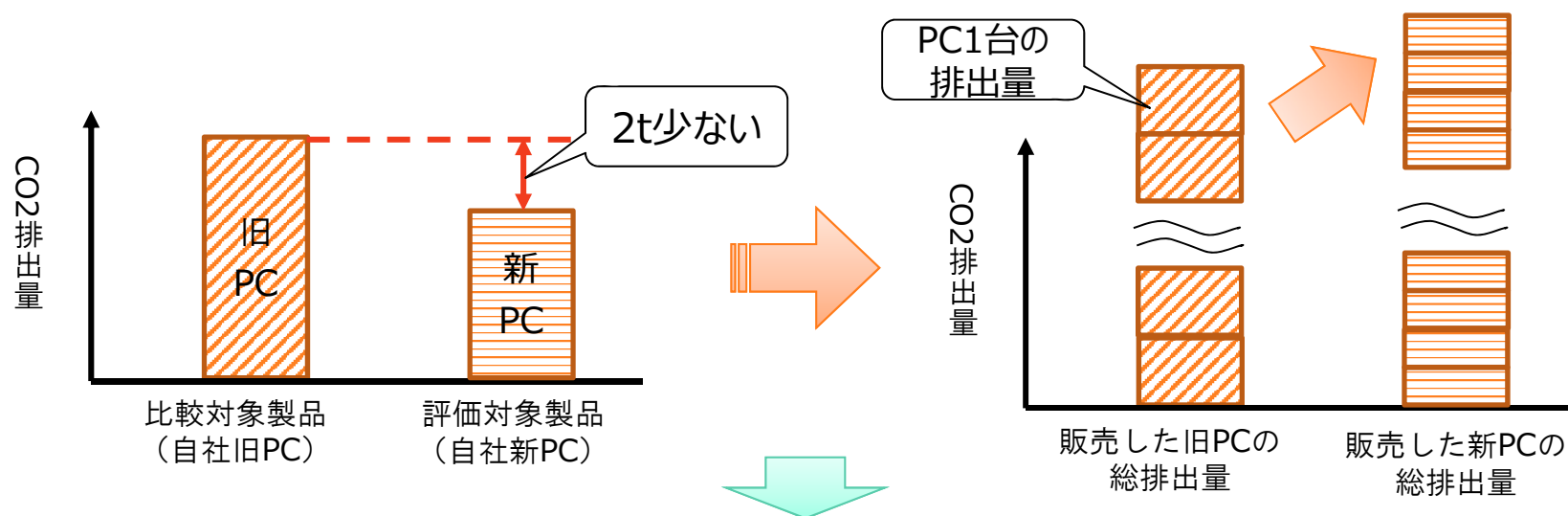
- 家電メーカーが新規に冷蔵庫の販売に挑戦
- この冷蔵庫は業界平均と比べて年間の排出量が30tも少ない
- 家電メーカーは元々冷蔵庫を販売しておらず、販売前の冷蔵庫の使用によるScope3はゼロ。冷蔵庫が売れた分だけScope3総量は増加する



削減貢献量であれば1台当たり30tの削減と主張できる

# 削減貢献につながってもScope3総量は増価する例②

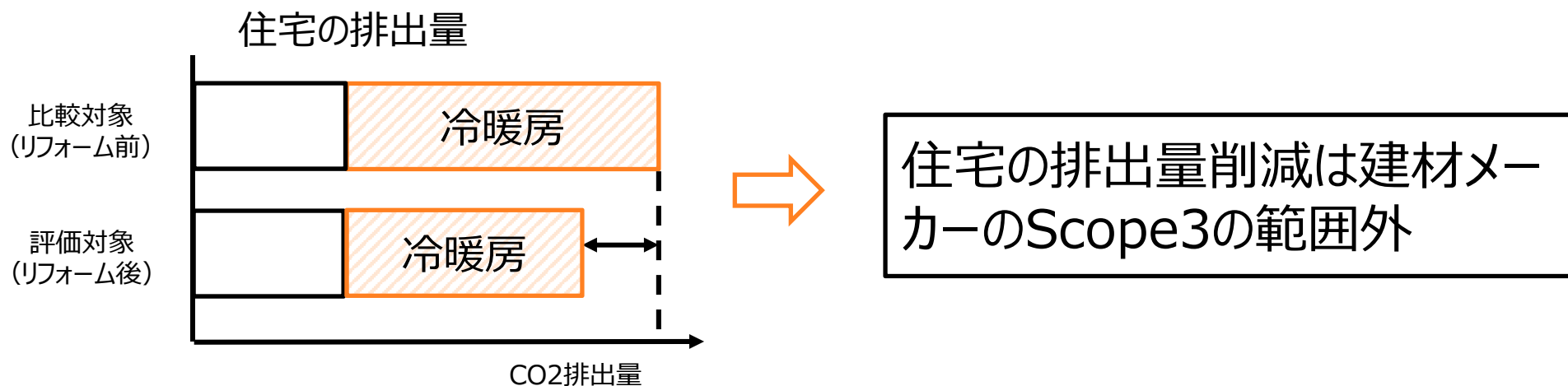
- 家電メーカーが販売する旧PCは使用時の年間排出量が10t。新規開発に成功した新PCは8tであるため、新PCの方が2t少ない
- 新PCが2万台売れると16万tの排出。旧PCが1万台売れていたとすると排出量10万t。新PCの販売増により6万t分Scope3総量が増加



新PCが2万台売れば、削減貢献量を4万tと主張できる

# Scope3の範囲外にある削減貢献の例

- 建材メーカーが従来よりも断熱性能の高い断熱材を開発。新断熱材へのリフォームにより、住宅の冷暖房使用に伴う排出量を10%削減する
- しかし、建材メーカーのScope3にリフォーム住宅の排出量は含まれないため、断熱材の効果をScope3の削減としての評価はできない



削減貢献量であれば1件のリフォーム当たり10%の削減と主張できる



- 削減貢献量は、販売量が増加した分だけ削減量を主張できるため、低炭素製品開発の促進や、顧客への環境配慮のアピールなどにつながる
- しかし、削減貢献量の評価は下記のような課題があり、一般化は容易ではなく、GHGプロトコルのような国際基準も存在しない

例)

- 比較対象によって削減貢献量が大きく左右される
- 算定範囲をどこまでにするか
- 様々関係者が関わる中で削減量をどのように分配するのか

- 国際的な基準としてのガイドラインはないものの、業界団体（化学・電機電子等）や学界（日本LCA学会）によるガイドラインの策定が行われている



日本LCA学会によるガイドライン



化学業界によるガイドライン