

	各社の考え方
□ 算定を行う背景・目的	<ul style="list-style-type: none">● サプライチェーン全体からのCO2排出量を把握する。● それぞれのカテゴリ毎の排出量を把握することで、サプライチェーンの中でより効果的な削減の方法を検討する。● 経年での変化を検証することで、社会全体に対しての自社の影響度が確認できる。● ステークホルダーからの情報開示要望への対応。
□ 算定結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none">● 最も影響の大きいカテゴリから削減の検討を開始する。● 自社で導入している省エネ機器等のサプライチェーン全体への提案。● Web等での開示を検討中。● カーボンオフセットを含む環境配慮商品の開発。
□ 算定のメリット	<ul style="list-style-type: none">● 経年的にスコープ3を算定・評価することで長期的な計画に反映できる。● 社内での環境負荷低減への意識改革。● 外部アンケートへの対応が可能。● 国際的な信用性のアップ。● ステークホルダーからの信頼性のアップ。
□ 社内の算定体制	<ul style="list-style-type: none">● CSR推進室が中心になり、イトーヨーカドー環境部会で算出。● 環境部会には商品部、人事部、施設管理部、資源・リサイクル部、販売本部が参加し、各カテゴリ毎に担当を持ち、各部で算出。● 結果を企業行動委員会にて経営幹部へ共有。

	各社の考え方
<p>□ サプライチェーン排出量の削減に向けて</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 当社はLED照明や太陽光・風力発電、夜間電力を有効活用した氷蓄熱設備、高効率の空調設備、等の設備関連だけでなく、他社に先駆けて食品フロアのレジ袋無料配布中止など、様々な環境負荷低減の取り組みを実施してきた。 ● 今回のスコープ3の算定は上記の取り組みとは異なる一面が再確認できた。 ● バリューチェーンでとらえると最もCO2排出量の構成が高い部分がカテゴリー1であり、この部分が極めて重要であることが認識できた。 ● カテゴリー1のCO2を削減するためには、仕入れのポイントに価格、品質、マーケティングだけでなく、エネルギーの視点を入れることが重要。 ● エネルギーを効率化することで環境負荷低減とコスト削減が両立できる。
<p>□ サプライチェーン排出量算定の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 一部、金額からの換算を余儀なくされる部分が多く、実際のエネルギー削減の効果が反映されにくい。特に経年での評価での行為が反映されにくい。 ● 原単位の分析ができず、成長する企業にとっては総量が増えていってしまう。
<p>□ その他(任意)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● いろいろな課題があるが、大きな部分での改善ポイントはつかみやすい。 ● 社会に対する自社のバリューチェーン全体の影響度を把握するには非常に有効であり、同業他社との比較も容易になる。

カテゴリ	算定方法	
	活動量	原単位
カテゴリ1「購入した製品・サービス」	● 商品別仕入原価	● 金額当たり排出原単位
カテゴリ2「資本財」	● 設備投資金額	● 資本財当たり排出原単位
カテゴリ3「Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー活動」	● 電気、蒸気、灯油、A重油、都市ガス、LPGのエネルギー使用量	● エネルギー量当たり排出原単位
カテゴリ4「輸送、配送(上流)」	● 燃料使用量	● 燃料使用量当たり排出原単位
カテゴリ5「事業から出る廃棄物」	● 廃棄物種類別排出量	● 廃棄物種類別排出原単位
カテゴリ6「出張」	● 交通費支給額	● 移動手段別交通費支給額当たり排出原単位
カテゴリ7「雇用者の通勤」	● 交通費支給額	● 移動手段別交通費支給額当たり排出原単位
カテゴリ8「リース資産(上流)」		
カテゴリ9「輸送、配送(下流)」	● 輸送金額	● 金額当たり排出原単位
カテゴリ10「販売した製品の加工」		
カテゴリ11「販売した製品の使用」	● 衣料品のクリーニング回数 ● LED電球電力量	● 一回の重量当たりの排出原単位 ● 消費電力量×製品寿命
カテゴリ12「販売した製品の廃棄」	● 廃棄物排出量	● 廃棄物排出量あたり排出原単位
カテゴリ13「リース資産(下流)」	● テナント面積	● 建物用途別・単位面積当たりの排出原単位
カテゴリ14「フランチャイズ」		
カテゴリ15「投資」		
「その他」		

算定結果

