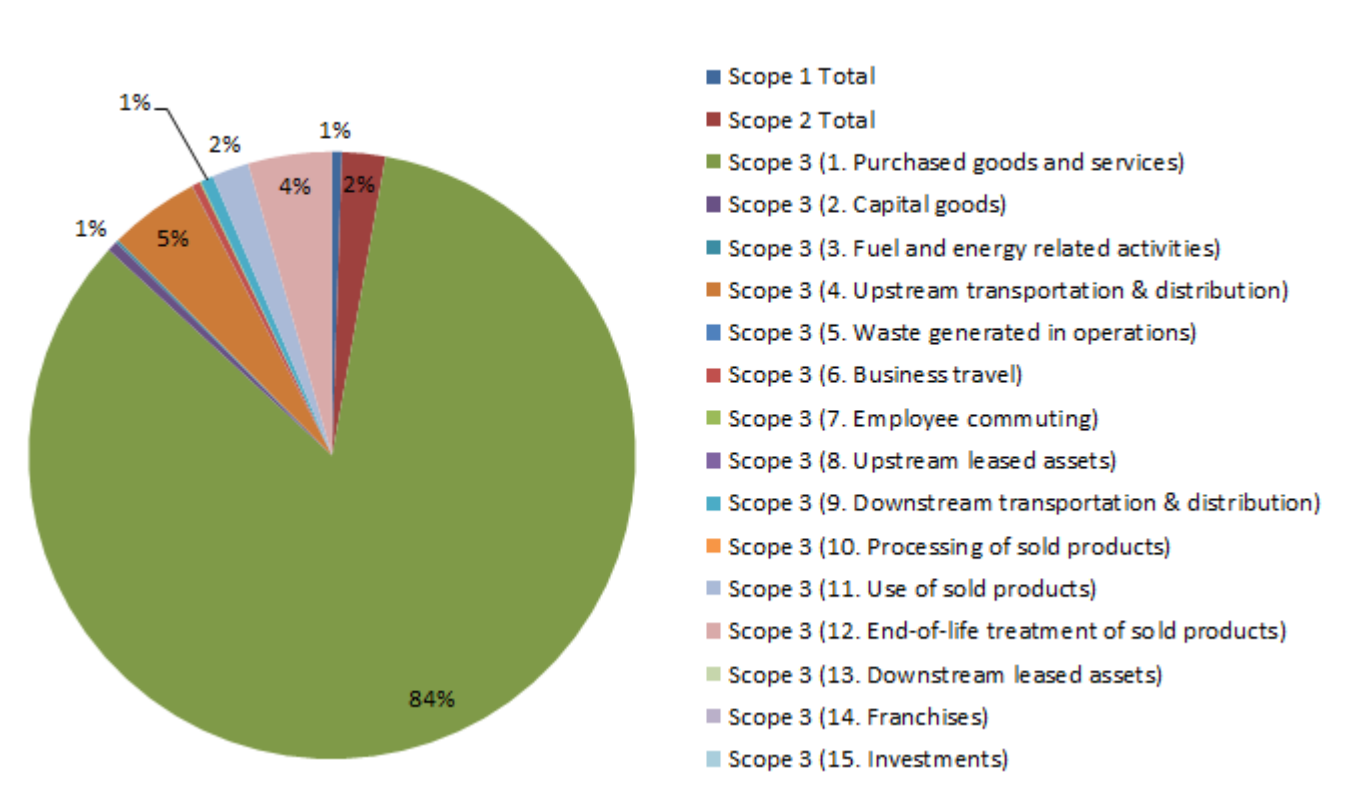


株式会社アシックス

項目	内容
1.企業情報	<ul style="list-style-type: none"> ● 業種：その他製造 ● 事業概要：各種スポーツ用品等の製造および販売 ● 事業規模[任意]：（売上、拠点数、従業員数など） <ul style="list-style-type: none"> ● 売上：399,107百万円（連結）（平成28年12月期実績） ● 拠点数：国内10社、海外45社（平成28年12月期実績） ● 従業員数：7,864人（連結）（平成28年12月期実績）
2.削減目標案 ※定量値公表が難しい場合、定性的説明でも可	<p>＜<u>Scope 1・2 の削減目標と削減に向けた取り組み</u>＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 目標2030年に2015年比で33%削減 ● 取り組みとして、①エネルギー使用の効率化、②再生可能エネルギーの調達促進、③ソーラーパネル導入など <p>＜<u>Scope 3 の削減目標と削減に向けた取り組み</u>＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Scope3カテゴリ1&12にて、2030年に2015年比で製品あたり55%削減 ● 取り組みとして、CO2排出量の少ない材料の使用促進、製品デザインと製造工程のイノベーションによる削減を促進、主要サプライヤーとの連携強化（目標設定、エネルギー使用の効率化、再生可能エネルギー調達の提案）

株式会社アシックス

項目	内容	
3.基準年のGHGインベントリ [数値は任意]	<ul style="list-style-type: none"> ● Scope 1・2・3の排出量の状況 (※割合は必須、グラフを挿入) 	SCOPE1 : [tCO2] (任意) 5,656.85
		SCOPE2 : [tCO2] (任意) 25,250.62
		SCOPE3 : [tCO2] (任意) 目標の対象セクター : 1,063,501 (全体) 968,320 (対象セクター)

株式会社アシックス

項目	内容
4.気候変動によるリスクと機会の分析	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 異常気象等により、原材料調達自体が困難になる、またその調達コストが上昇する可能性がある ● 法規制等の強化により将来的に対応が求められる可能性がある ● 気候変動への対応の遅れは外部評価の低下につながるおそれがある <p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動による影響を受けにくいビジネスモデルの構築に貢献する ● 再生可能エネルギーの市場拡大によりエネルギー調達コストを現在より抑えられる可能性がある ● リスク低減に先進的に取り組むことで、社内外のステークホルダーからの評価が高まる。また、投資家からは安定的な投資を呼び込むことができる ● 製品デザイン、材料、製造工程のイノベーション創出を促進する
5.削減目標設定の背景・目的・期待する効果など	<ul style="list-style-type: none"> ● パリ協定等の流れを受け、気候変動に対する企業の対応が今後より厳しく求められると考えている。当社は、気候変動問題をサステナビリティ課題の中でも特に重要なものと位置づけ、今後の主流となるだろう科学に基づく目標設定を先進的に取り組むことを決めた。SBT取得により、当社の気候変動問題に対する姿勢を社内外に強く発信でき、CO2削減に向けて取り組みを加速させる中でこれまでのビジネスのあり方自体を見直し、イノベーションのさらなる創出が促進されることを期待している。

株式会社アシックス

項目	内容
6.目標設定のプロセスと社内の議論	<ul style="list-style-type: none">● CSR部門にて、SBTイニシアチブが作成したガイダンス文書一式を確認し、SBTに関する基本内容を理解した。この際、不明箇所については、SBTイニシアチブに直接確認をして解決した。● CSR部門にて、社内関連部門に取り組みの現状と今後の取り組み予定などをヒアリングし、SBTの基準を満たし、かつ当社のビジネスに最も適合する目標案を作成した。● その後、取締役や執行役員などが参加する会議体にて、SBT設定の背景・目的・目標案・今後の対応などを報告し、会社全体で目標達成に向けた取り組みが必要になることが承認された。
7.今後の課題	<ul style="list-style-type: none">● 目標達成のための具体的な施策を関連部門と計画し、行動へ移す必要がある。特に、スコープ3の「製品あたりのCO2を55%削減する」という目標については、CO2削減とビジネスの拡大を両立させる必要がある。CO2削減を達成するために上昇する製品原価等については企業努力でどう吸収できるかを検討する必要がある。● また、スコープ3についてはサプライヤーの協力を得ることが不可欠のためエンゲージメントをより深めていく必要がある。