

日新電機株式会社

| 項目 | 内容 |
|---------|---|
| 1.企業情報 | <ul style="list-style-type: none"> ● 業種：製造業 ● 事業概要：電力機器事業、ビーム・真空応用事業、 新エネルギー・環境事業、ライフサイクルエンジニアリング事業 ● 事業規模：連結売上高1,270億円、連結子会社25社、 (2017/3時点) 連結従業員数5,008人 |
| 2.削減目標案 | <p><Scope 1・2の削減目標と削減に向けた取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 2030年度に向けた、Scope1+2排出量の総量削減目標を設定中（2月末予定） ● SF6ガスの排出抑制 ● 省エネ機器の導入促進 ● 電力の再生可能エネルギー化 など <p><Scope 3の削減目標と削減に向けた取り組み></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 2030年度に向けた、Scope3排出量の総量削減目標を設定中（2月末予定） ● SF6ガスの排出抑制 ● 高効率製品の開発と普及 ● 次世代の受変電システム「スマート電力供給システム(SPSS)」の普及 など |

日新電機株式会社

| 項目 | 内容 | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|------------|----------|------------|--------|------|------|--------|--------------|------|--------|-------------|------|--------|-----------|-------|
| <p>3.基準年のGHG インベントリ[数値は 任意]</p> | <p>● Scope 1・2・3の排出量の状況 サプライチェーン全体でのCO₂排出実績 計830,891t-CO₂(2017年度、国内グループ)</p> <table border="1"> <caption>GHG Emissions by Scope</caption> <thead> <tr> <th>Scope</th> <th>Category</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SCOPE1</td> <td>直接排出</td> <td>1.9%</td> </tr> <tr> <td>SCOPE2</td> <td>エネルギー起源の間接排出</td> <td>1.4%</td> </tr> <tr> <td>SCOPE3</td> <td>購入した製品・サービス</td> <td>2.8%</td> </tr> <tr> <td>SCOPE3</td> <td>販売した製品の使用</td> <td>93.2%</td> </tr> </tbody> </table> <p>t-CO₂: 二酸化炭素トン。温室効果ガスの排出量を表す単位。</p> <p>※2019年1月現時点で再算定後の排出量が確定していないため、2018年7月公表値を示す。 カテゴリ11(販売した製品の使用)、次にカテゴリ1(購入した製品・サービス)の割合が大きい 傾向は同じである。</p> <p style="text-align: right;">「NISSIN REPORT 2018」 http://nissin.jp/csr/pdf/report/nissin_csr2018.pdf に掲載</p> | Scope | Category | Percentage | SCOPE1 | 直接排出 | 1.9% | SCOPE2 | エネルギー起源の間接排出 | 1.4% | SCOPE3 | 購入した製品・サービス | 2.8% | SCOPE3 | 販売した製品の使用 | 93.2% |
| Scope | Category | Percentage | | | | | | | | | | | | | | |
| SCOPE1 | 直接排出 | 1.9% | | | | | | | | | | | | | | |
| SCOPE2 | エネルギー起源の間接排出 | 1.4% | | | | | | | | | | | | | | |
| SCOPE3 | 購入した製品・サービス | 2.8% | | | | | | | | | | | | | | |
| SCOPE3 | 販売した製品の使用 | 93.2% | | | | | | | | | | | | | | |

日新電機株式会社

| 項目 | 内容 | | |
|-------------------------|---|--|--|
| 4.気候変動によるリスクと機会の分析 | 分野 | リスク | 機会 |
| | 製品競争力 | 製品競争力の低下 当社の主要顧客(電力業界など)は、低炭素社会を目指している。サプライヤーに対する今後のGHGの削減要請を充足しない製品はシェアを失う。 | 新市場の拡大 今後の再生可能エネルギー大量導入による系統制約の課題に対し、当社の電力・系統安定化ソリューションの市場が拡大する。 低環境負荷要請に応えた製品の競争力が高まる。 |
| | 生産コスト | 生産コストの増加 今後予想されるエネルギーコストの上昇に伴い、生産コストが増加する。 | 生産コストの低減 高効率機器の導入、電力の再生可能エネルギー化などにより、エネルギーコスト削減を実現し、生産・調達コストの削減につながる。 |
| | 企業価値 | 企業価値の低下 外部企業評価が下がり、格付けや株価が低下する。 | 企業価値の向上 率先して環境負荷削減活動に取り組むことにより、外部企業評価が向上する。これにより、製品開発に際して、低炭素技術・サービスの呼び込みにつながる。 |
| 自然災害への対応 | 生産拠点の被災するリスク 今後頻繁と予想される自然災害により、当社生産拠点が被災した場合、社員の被災、お客様への供給中断、工場保有設備の浸水などが生じる。 | 新市場の拡大 雨水の流入を検出・監視する監視制御システムなど、自然災害被害を軽減する製品の市場が拡大する。 | |
| 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"> ● 気候変動によるリスクを低減し、ビジネス機会とするべく、長期CO₂排出量削減目標の策定を計画。 ● この目標がパリ協定で示された「気温上昇を2℃未満に抑える」水準に整合すると表明できるように、SBTの認定を受けることを目指している。 ● SBT取得により、顧客や投資家からの削減要請に応え、ビジネス機会を拡大する。 | | |

日新電機株式会社

| 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">● 各拠点に趣旨を説明し、基準年度のCO₂排出量の精度を向上。● 環境管理部門で長期目標案を策定。● 社内の環境委員会（複数回）で、経営層に経過を説明。● 今後、検討した目標を社内で経営層に説明し、承認後、SBT事務局に目標を提出する（3月末予定）。 |
| 7.今後の課題 | <ul style="list-style-type: none">● 高効率製品の開発と普及は、技術・コスト面の課題がある。事業機会と捉え、進めていきたい。● 環境に配慮した新市場の拡大は、ニーズを捉える機会である。● 自社における高効率省エネ機器への投資、はコスト面で課題であるが、生産コスト削減の機会である。 |