

## 脱炭素社会に向けて企業に求められるもの

### カギを握る長期&ライフサイクルの視点と再エネ活用



WWF ジャパン  
自然保護室 気候変動・エネルギー  
グループ プロジェクトリーダー  
池原 庸介

パリ協定は、世界の平均気温の上昇を2℃未満（できれば1.5℃）に抑えるため、今世紀の後半には人間活動による温室効果ガス排出を実質ゼロにする目標を掲げている。IPCC（気候変動に関する政府間パネル）の「1.5℃特別報告書」の知見を当てはめると、この目標は、できれば2050年まで（1.5℃目標）、遅くとも2075年まで（2℃目標）の脱炭素化を目指すことを意味する。パリ協定は企業など非国家アクターの役割を最大限重視している。脱炭素社会に向けて企業に求められるものを概観したい。

#### 脱炭素化へ パラダイムシフト

パリ協定の成立と1.5℃特別報告書の発行は、脱炭素化に取り組むことに国連の“お墨付き”を与える格好になり、ビジネスにとっても非常に力強いシグナルとなった（図1）。これを受けて、世界のビジネスの脱炭素化に向けた取り組みはかつてないほど加速し、「Race to Zero」の様相を呈している。

こうしたパラダイムシフトを強力に後押ししているのが、ESG投資である。近年のESG（環境・社会・ガバナンス重視）の潮流の中で、事業活動のあらゆる面で気候変動への対応を適切に落とし込んでいる企業が、高い評価を得られるようになっている。

リスクと表裏一体の「機会」を把握することも重要である。世界が脱炭素化に向かうことを既定路線と捉え、政策や規制、マーケットの変化などによって創出されるビジネス機

会を早い段階で認識し、自社の製品・サービスの創出につなげることができれば、競争力の向上につなげることができる。

#### 企業に求められる取り組み

脱炭素化に貢献する実効性の高い取り組みとして、企業には①長期的な視点、②ライフサイクルでの視点、③再生可能エネルギーに対する積極性が強く求められる。これらの取り

組みを十分に深掘りしていれば、気候変動対策に関する外部からの評価・格付けや情報開示に関する各種ガイドラインのいずれにも対応できるといっても過言ではない。

例えば、企業の削減目標の策定で“事実上の標準”になっている「Science Based Targets (SBT)」では、中長期的な視点で、サプライチェーン全体を見据えた目標策定が求められる。2019年11月時点で、世界の約300

図1 パリ協定がもたらしたビジネスに対するパラダイムシフト

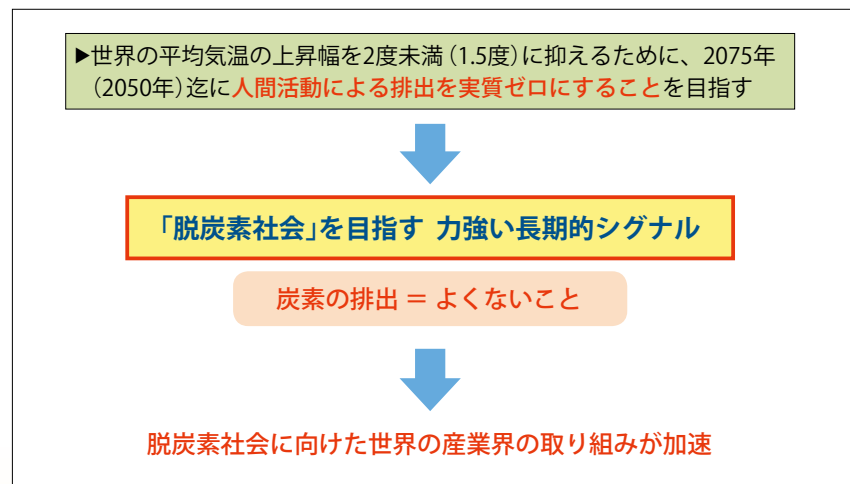




図2 SBTi (Science Based Targets initiative) の参加日本企業

COMMIT TO SETTING SCIENCE-BASED TARGETS

<http://sciencebasedtargets.org/>

**日本からの参加企業 (2019年11月時点)** 緑字：SBTから承認まで得ている企業

● ソニー	● 積水化学工業	● 日立建機	● 小林製薬
● 第一三共	● 大日本印刷	● 三菱地所	● 島津製作所
● 川崎汽船	● プラザ工業	● アズビル	● ジェネックス
● コニカミノルタ	● 大和ハウス工業	● 京セラ	● 高砂香料工業
● キリンホールディングス	● 住友林業	● ヤマハ	● 武田薬品工業
● 小松製作所	● アシックス	● 花王	● 東京海上ホールディングス
● リコー	● アスクル	● ウシオ電機	● 日新電機
● ナブテスコ	● アサヒグループホールディングス	● 小野薬品工業	● トヨタ自動車
● 戸田建設	● 野村総合研究所	● 古河電気工業	● 日産自動車
● 富士通	● 住友化学	● 清水建設	● 日立キャピタル
● 電通	● アステラス製薬	● 前田建設工業	● 日立製作所
● パナソニック	● 日本電気	● 大塚製薬	● ファーストリテイリング
● 富士フイルムホールディングス	● セイコーエプソン	● 日本板硝子	● 不二製油グループ本社
● LIXILグループ	● YKK AP	● J. フロントリテイリング	● ベネッセコーポレーション
● 丸井グループ	● イオン	● ニコン	● 三菱電機
● 積水ハウス	● 大成建設	● 大鵬薬品工業	● 都田建設
● ユニ・チャーム	● 大東建託	● 味の素	● 明電舎
● サントリー食品インターナショナル	● 凸版印刷	● 安藤ハザマ	● ヤマハ発動機
● サントリーホールディングス	● 日本たばこ産業	● アンリツ	● MS&ADホールディングス
● 日本郵船	● エーザイ	● オムロン	● SOMPOホールディングス
		● カシオ計算機	● UK-NSI

社がパリ協定実現に資する意欲的な目標を定め、SBTの承認を取得している。

承認企業のうち約60社は日本企業で、米国企業とともにこの分野で世界をけん引している。ソニー、第一三共、キリンホールディングス、積水ハウス、大成建設、三菱地所、LIXIL、日本板硝子、住友化学、小松製作所、川崎汽船、丸井グループ、アシックス、大日本印刷などで、業種も多岐にわたる(図2)。

SBTでは、目標策定に先立ち、自社の事業活動での排出量(スコープ1、スコープ2)に加え、サプライチェーンの上流・下流からの排出量(スコープ3)を算定しておく必要があり、ここでつまづく企業も散見さ

れる。しかし、日本では、環境省がスコープ3の算定支援事業を実施し、その後のSBT策定支援事業と相まって、日本のSBT企業は拡大している。

パリ協定と整合した削減目標を達成するには、再エネの積極活用が鍵を握る。例えば、自社の消費電力に占める再エネ割合を100%に高めることにコミットする「RE100」には、世界で200社以上が参加している。日本からも、ソニー、積水ハウス、LIXIL、丸井グループなど約30社(2019年11月時点)が参加し、2030～50年までの再エネ100%を目指している。こうした動きは、国内の再エネ普及にも貢献している。

脱炭素社会に向けた日本企業の取り組みが急拡大する中、2018年7

月には「気候変動イニシアティブ(JCI)」が発足し、2019年11月時点で企業、機関投資家、自治体、大学・研究機関、NGOなど約430の非国家アクターが加盟している。自治体では、東京都、横浜市、京都市などが2050年までの脱炭素化を打ち出し、企業とともに国を上回る目標・取り組みを進めている。

JCIは、参加団体間で成功事例を共有することで相互のレベルアップを図りながら、先進事例を外に発信していく重要なプラットフォームになっている。加えて、企業や自治体などが取り組みを進める中で直面する様々な課題を解決するため、提言を行う機能も有している。例えば、再エネの調達に課題を抱えている企

図3 WWFジャパン「企業の温暖化対策ランキング」プロジェクトの報告書



業にとって、自社単独での解決は容易ではないが、JCIに参加して他の先進企業とともに再エネを導入しやすい環境づくりに声をあげていけば、解決に近づく可能性がある。

## 日本企業の取り組みと課題

WWFジャパンでは、日本企業の温暖化対策を後押しすることを目的に、2014年から「企業の温暖化対策ランキング」プロジェクトを実施している。業種ごとに企業の気候変動対策への取り組みを評価し、その特徴や課題などをランキングとともに報告書(図3)としてまとめている。3つの重要ポイント(長期的な視点、ライフサイクルでの視点、再エネへの積極性)を中心に、取り組みの実効性を最大限重視した評価指標を用い、環境報告書類などの公開情報をもとに採点を行っている。

評価指標には「目標・実績」と「情報開示」という2つのカテゴリーがあり、各50点満点、合わせて100満点で評価される。

「目標・実績」には、パリ協定と整

合した長期目標を持っているか、海外も含めてすべての主要事業所を目標の対象にしているか、再エネの活用に関して定量的な目標を掲げているか、といった指標が含まれている。

「情報開示」では、排出量やエネルギー消費量(再エネを含む)の総量や原単位が経年推移も含めて開示されているか、スコープ3の排出量をカテゴリーごとに開示しているか、開示情報について第三者検証を受けているかといったところを見ている。

温暖化対策の真の実効性を見るランキングプロジェクトで高得点を獲得できれば、CDPやDJSIなど他の外部評価でも高評価を得られるはずである。

ランキングプロジェクトの報告書は、電気機器、輸送用機器、食料品、運輸、化学、鉄鋼、電力など、ほぼすべての主要業種をカバーしている。評価した全業種に共通する特徴として、「情報開示」の得点が「目標・実績」より高かった点がある。評価を行った全企業の両カテゴリーでの点数をプロットすると一目瞭然である(図4)。

地球温暖化対策推進法の下、排出量が一定以上の企業には排出量の報告が義務づけられており、それが情報開示の土台を構築したといえる。加えて、2006年以降、CDPの質問票が日本企業にも送付されるようになり、日本企業の情報開示の実力を底上げしてきたことも一因だろう。

ただ、ESG投資家が重視するTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言の要求に日本企業が応えていくには、全業種で「目標・実績」の得点が低かったことが懸念材料になる。全般的に、2050年に向けた長期ビジョン・目標や、再エネに関する目標などを掲げる企業が非常に少なかったことから、TCFDに沿った情報開示をしようにも、内容が薄いものになる恐れがある。

投資家は、2030年、2050年、2100年といった非常に長いスパンで、真に持続可能な形で事業を継続できる企業を求めている。そのため、様々な気候関連リスクに対しレジリエントに対応できる中長期的な事業戦略を描き、それを着実に実行でき



るガバナンスを整えることが重要である。そうした情報を投資家に提供する枠組みがTCFDと捉えるべきである。

TCFDに沿った説得力のある情報開示を実践できる企業であれば、必然的にパリ協定の長期目標と整合した削減目標を策定し、その達成に不可欠な再エネに関する活用目標や方針を明確に定めているはずである。また、ライフサイクル的な視点からは、部品や原材料の調達に関わるサプライヤー・エンゲージメント、環境負荷の低い物流、環境負荷の低い製品・サービスに関する目標・方針などが示されることだろう。

### 長期ビジョン・目標の意義

ランキングプロジェクトを始めた2014年当時は、長期ビジョン・目標の重要性に対する認識が現在と比べて低く、企業から「自分たちが会社にはないであろう2050年のような遠い先の数字を出すこと自体、無責任ではないか」という声をよく聞いた。しかし現在は、経団連でさえ加盟企業に長期ビジョンの策定を呼びかけるなど、状況は一変している。

パリ協定と整合した長期ビジョン・目標の策定では、電機、自動車、飲料業界などが国内で先行し、その後、建設、機械、損害保険、生命保険に加え、化学、製紙、金属、非鉄といった素材産業に拡大している。一方、医薬や小売、卸売、運輸、銀行などでは浸透が遅いようである。

銀行は、融資行動を通じて企業やインフラの脱炭素化に大きな影響を与え得る主体で、国の長期戦略でも重要な役割を果たすことが期待され

ている。しかし、ランキングプロジェクトの評価結果では、取り組みが進んでいる損保などとは対照的に、銀行は自身の温暖化対策が進んでおらず、特に地方銀行では一部を除き削減目標を一切掲げていないなど、取り組みが著しく遅れている。

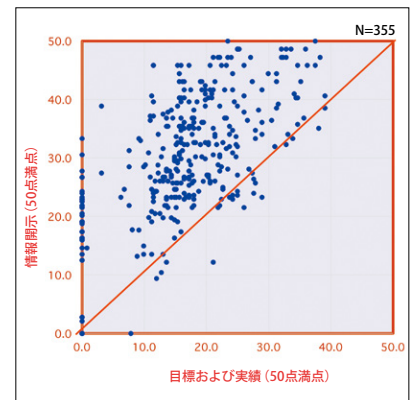
こうした状況では、温暖化対策に関する知見やノウハウが蓄積されているとは考えにくく、脱炭素化に向けた融資先の選定やエンゲージメントを適切に実施することは難しいだろう。特に地銀は、自身の排出削減目標の管理に着手し、この問題に対する理解を早急に深める必要がある。

長期ビジョン・目標の策定について、社内での合意形成に苦慮しているという声を企業の環境担当者から耳にする。実は、2050年の削減目標はコミットメント（約束）である必要はない。30年も先の話で不確実性も高いため、必達目標として打ち出すのが難しいことは誰の目にも明らかである。

実際、トヨタ自動車やソニーなどはいずれもコミットメントという表現は使っておらず、2050年に向けたビジョンやチャレンジ、アスピレーション（大志）といった言葉を用いている。「自社が関わるあらゆるステークホルダーと協力しながら実現を目指す数字」と捉えるべきである。

コミットできないような無責任な数値を出す必要はあるのか？という疑問も出てこようが、実は長期ビジョンの表明には極めて重要な意義がある。例えば、トヨタは、ライフサイクルでの排出ゼロを目指すチャレンジを表明し、サプライヤーと丁寧な対話を続けている中で、脱炭素化に向けた設計改善の逆提案を受け

図4 全評価企業の「目標・実績」「情報開示」の得点プロット



るケースもあるという。こうした動きは、長期ビジョンを示したからこそである。

日産自動車は、2050年までに新型車からの排出を90%削減する長期ビジョンを打ち出した。これが社内の議論を後押しし、電気自動車（リーフ）の市販化という決断につながったという。

このように長期ビジョンを早い段階でシェアすれば、社内外のステークホルダーにポジティブな動きを波及させる効果が期待できる。自社にエネルギーを供給している事業者には、再エネのメニューを増やすインセンティブを与えるだろう。サプライヤー企業であれば、顧客企業の長期ビジョンに考慮し、自らの設備投資や研究開発などで脱炭素化を意識した意思決定につなげやすくなる。

長期ビジョンの策定は、脱炭素社会の実現可能性を高める波及効果をもたらす。決して「無責任」なものではなく、将来世代に持続可能な地球環境を残すための「責任ある」行動と捉えるべきである。パリ協定が2020年にスタートするにあたり、日本企業の経営判断がサステナブルなものになっていくことが期待される。E