

GHGプロトコル - サプライチェーン・イニシアティブ

『海外企業の取組み目的と コミュニケーション』

2011年10月21日

岩尾 康史



2011年10月4日 「Scope3」、「Product」新スタンダード同時リリース



FOR IMMEDIATE RELEASE

Contact:

Lauren Cole, Senior Media Officer, WRI, (301) 807-9527, lcole@wri.org

Peter Paul van de Wijs, Managing Director, Communications, WBCSD, +41 22 839 3141, vandewijs@wbcsd.org

New Greenhouse Gas Standards Unveiled for Corporate Value Chain and Products

Editor's note: The new standards will be announced at events with business leaders in New York City and photos will be available after the launch at www.ghgprotocol.org.

LONDON // NEW YORK (OCTOBER 4, 2011) – The [Greenhouse Gas Protocol](http://www.ghgprotocol.org) launches today that will empower businesses to better measure, manage, and report the gas emissions. Developed by the [World Resources Institute](http://www.wri.org) (WRI) and the [World Business Council on Sustainable Development](http://www.wbcsd.org) (WBCSD), the Corporate Value Chain (Scope 3) and Product Standards will enable companies to save money, reduce risks, and gain competitive advantage.

“These standards are a breakthrough for business. For the first time, companies will be able to measure and manage the full scope of emissions in their value chain and products, so they can take advantage of new opportunities as they reduce greenhouse gases,” said [Manish Bapna](http://www.wri.org), Interim President of WBCSD. “Backed by the credibility of the GHG Protocol, the new standards will help move business reporting programs to one harmonized global reporting framework.”

The new standards were created in response to businesses that want to better understand their climate impacts beyond their own operations. Companies that use the standards will be able to create better products and improve efficiency throughout the value chain.

“The new standards provide companies with a comprehensive view of the emissions from making a product and across the value chain. They will help companies make better business decisions and stimulate innovation of products and production methods,” said [Björn Stigson](http://www.wri.org), President of WRI. “In today’s world, it is necessary to understand and measure the costs for production, like the transportation of products, which become visible and actionable through emissions.”



wbcsd



WORLD
RESOURCES
INSTITUTE



I . 「Scope3」を巡る動向について



ポイントの整理

- ◆企業の気候変動情報開示・報告対象拡大の一環ととらえる必要
- ◆欧米企業ではPR目的と割り切るケースもある
- ◆日本企業は省エネ、CO₂排出管理にはアドバンテージがある
- ◆ALL or NOTHING の発想ではなく、ステップbyステップが理想
- ◆経済合理性も考慮しつつ取組むことが前提

GHGプロトコル 新標準の発行



GHGプロトコルにおける「スコープ」の運営上の分類

- WRI / WBCSDによる温室効果ガス算定・報告基準策定のイニシアティブ
- GHGプロトコルでは、企業活動における直接／間接の温室効果ガス(GHG)排出形態により、3つの「スコープ」に分けて概念を整理。
- コーポレート・スタンダードでは算定・報告の要求事項としてスコープ1と2を規定し、スコープ3はオプション扱い。
- 「スコープ3・スタンダード」の登場により明確な算定対象と位置付けられる。

自社の直接管理対象	スコープ 1	企業活動からの <u>直接的GHG排出</u> (例：工場における重油の燃焼、作業車両からのGHG排出)
	スコープ 2	企業活動でのエネルギー使用による <u>間接的GHG排出</u> (例：工場・事務所での電力エネルギーの使用)
	スコープ 3	企業の所有・管理 <u>外</u> の <u>間接的GHG排出</u> (例：原材料の調達、物流や流通、製品の使用・維持管理、廃棄等でのGHG排出)

GHGプロトコル「Scope3」スタンダード・カテゴリー分類

上流／下流	新カテゴリー	
上流 Scope 3 排出(購入)	1	購入製品・サービス(2-8カテゴリー以外)
	2	資本財
	3	(Scope1, 2に含まれない)燃料・エネルギー関連活動
	4	輸送・流通(上流)
	5	事業活動で発生する廃棄物
	6	出張
	7	従業員の通勤
	8	リース資産(上流)
下流 Scope 3 排出(販売)	9	輸送・流通(下流)
	10	販売製品の加工
	11	販売製品の使用
	12	販売製品の廃棄処理
	13	リース資産(下流)
	14	フランチャイズ
	15	投資

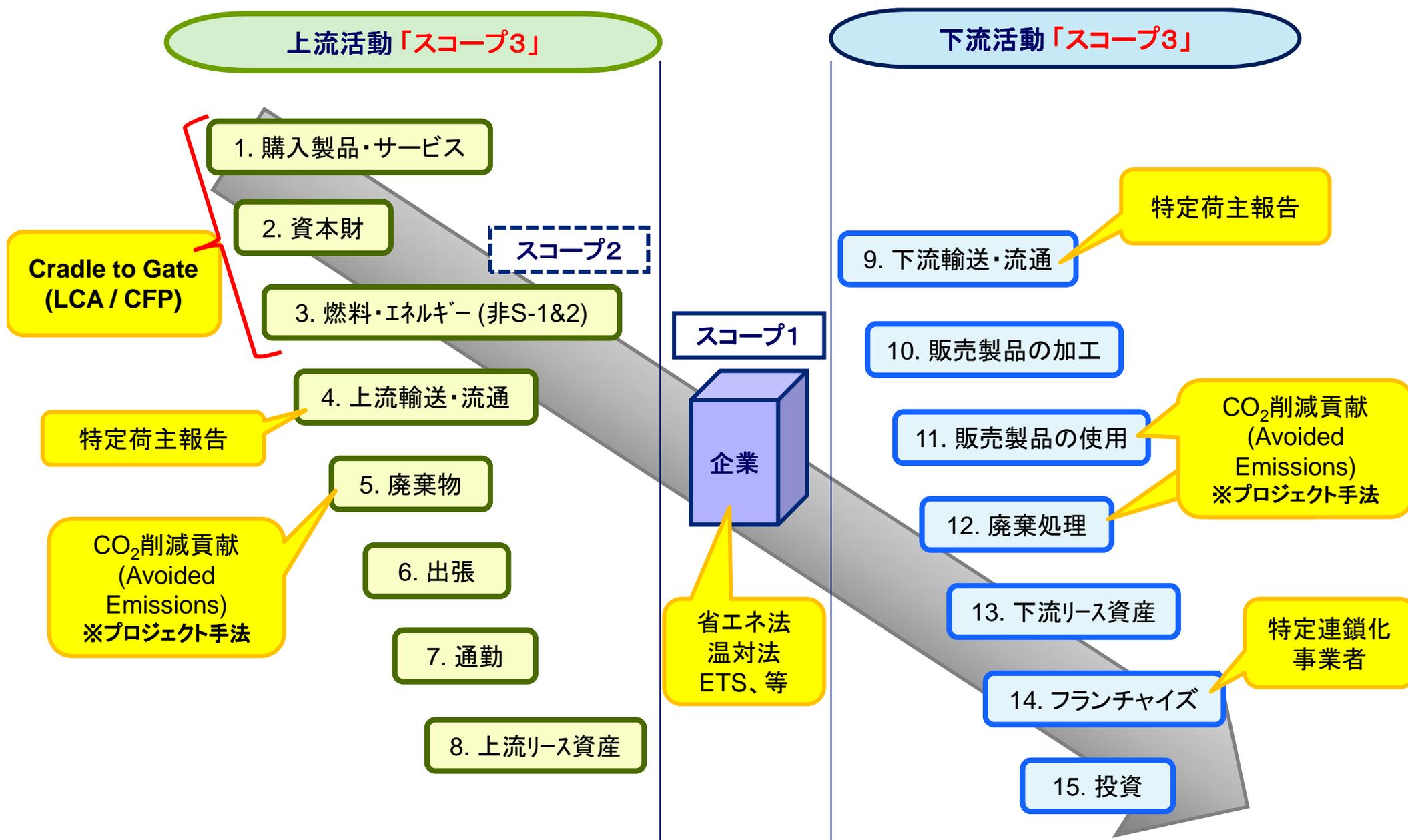
環境省におけるサプライチェーンGHG報告の検討

カテゴリー区分

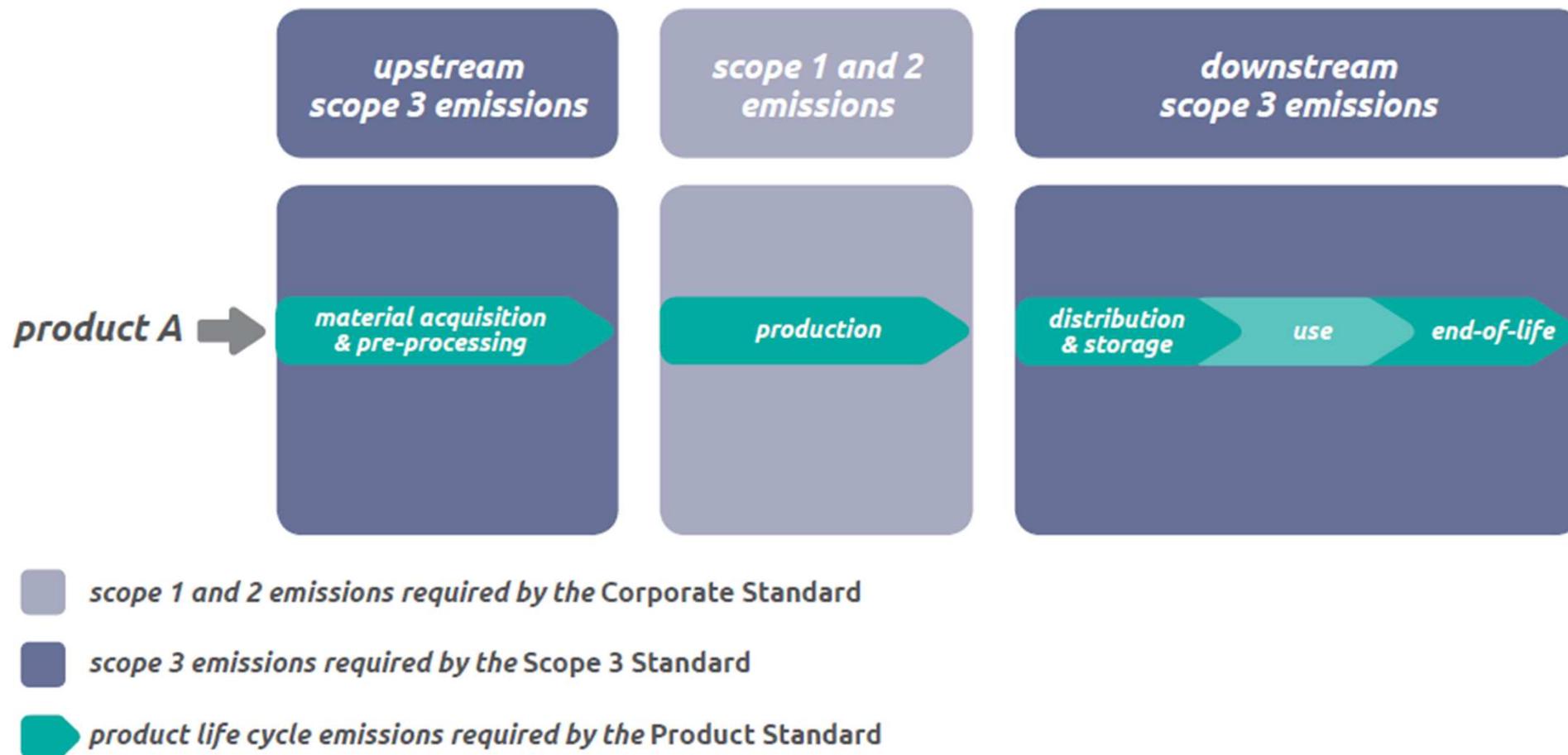
区分	算定対象カテゴリ	活 動
上流	1 原材料の製造等	原材料・部品、仕入商品・販売に係る資材等が製造されるまでの活動
	2 原材料の輸送	原材料・部品、仕入商品・販売に係る資材等が自社に届くまでの物流や貯蔵
	3 電気・熱の製造過程での燃料調達	他社から調達している電気や熱等の発電等に必要燃料の調達
	4 施設及び設備の建設・製造	事業所内の施設・設備の建設・製造
	5 自社の事業活動からの廃棄物処理 (自社処理を除く)	自社で発生した廃棄物の輸送、処理
自社	6 事業所としての排出 (自社の貨物車も含む)	自社が使用している燃料、他社から調達している電気や熱、自社の貨物車の使用
	7 事業者連結ベースでの排出	カテゴリ 6 を除くグループ内の事業者自身の活動
	8 営業活動・出張	雇用者の営業活動 (営業車等)、従業員の出張
	9 雇用者の通勤	従業員が事業所に通勤する際の移動
下流	10 顧客の移動	事業者に対する顧客の移動
	11 製品の流通 (リース資産等を含む)	製品の輸送、貯蔵、小売
	12 製品・リース資産の使用	使用者 (消費者・事業者) による製品の使用・維持管理
	13 製品・リース資産の廃棄	使用者 (消費者・事業者) による製品の廃棄時の輸送、処理

(出典) 環境省「サプライチェーンにおける温室効果ガス排出量算定方法検討会」
検討会取りまとめ(平成23年8月)より抜粋

サプライチェーンを巡る既存GHGプログラム／報告制度との関係(例)

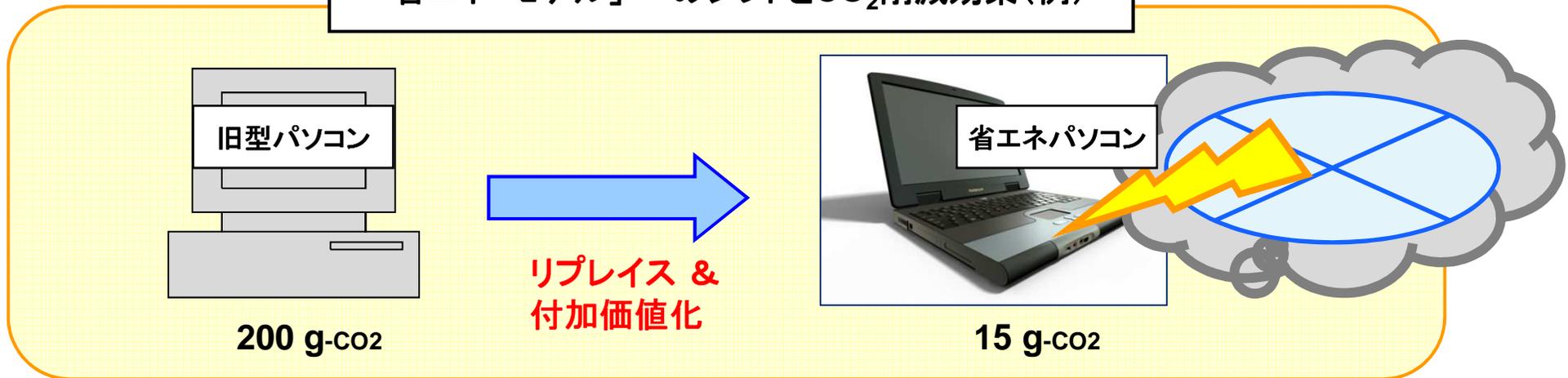


「スコープ3」=“事業活動”と“製品LCA”のクロスオーバー

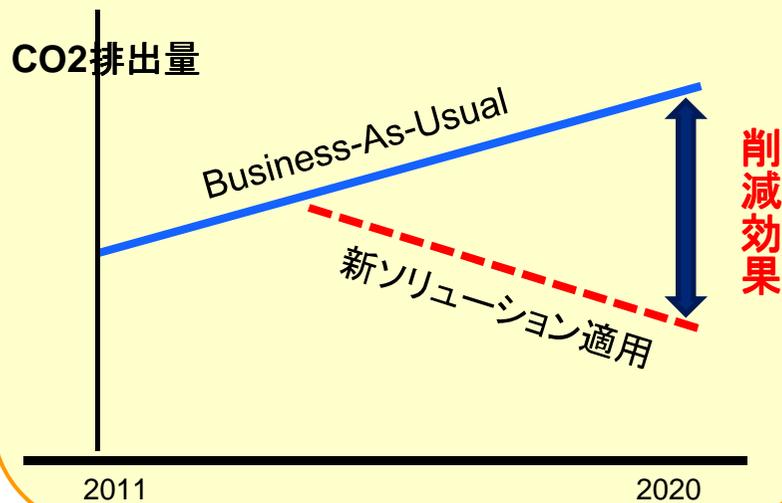


Scope3における「Avoided Emissions」(CO₂削減効果)

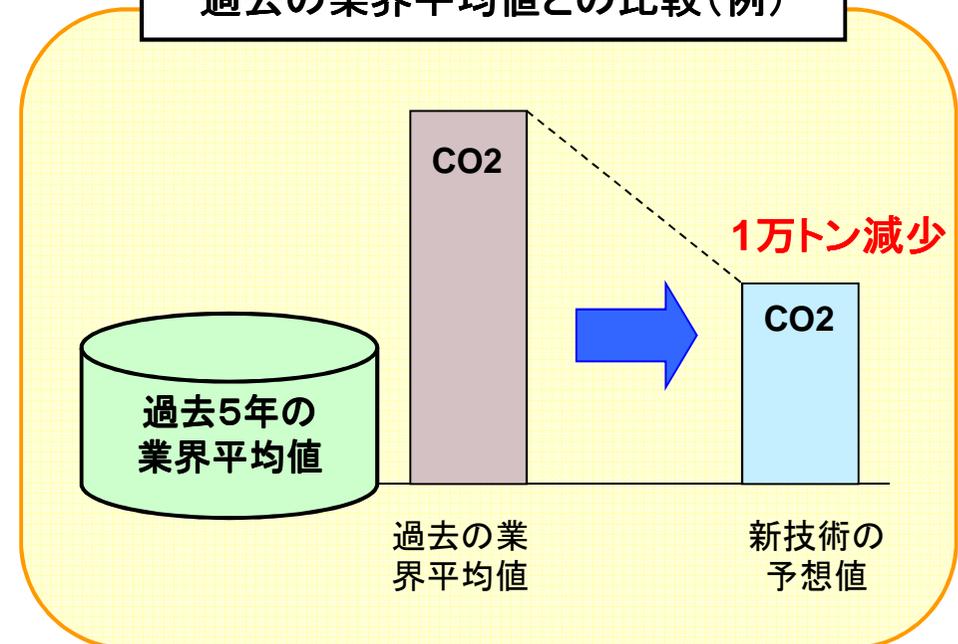
「省エネ・モデル」へのシフトとCO₂削減効果(例)



ベースライン&クレジット・モデル (例: CDM, J-VER, 国内クレジット)



過去の業界平均値との比較(例)

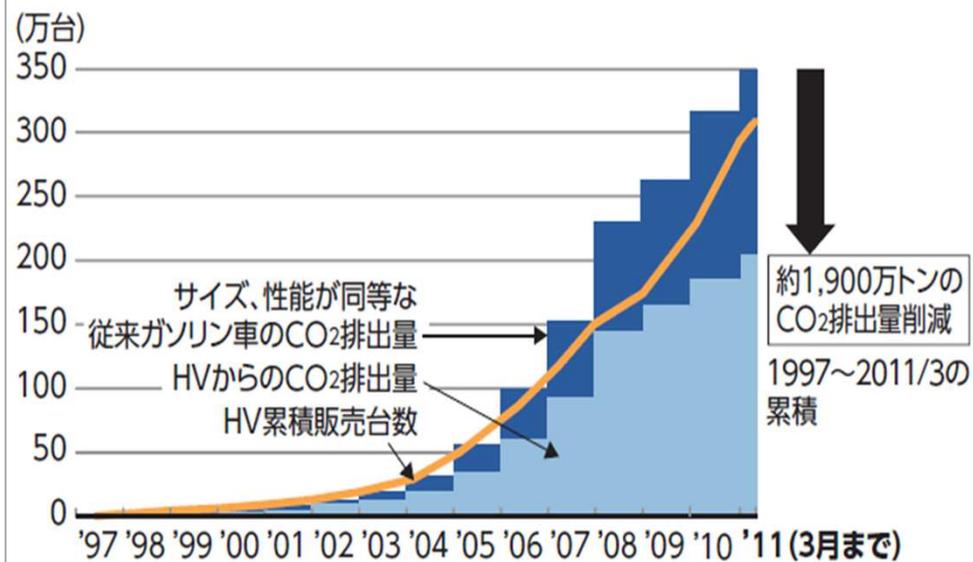


企業の情報開示における「CO₂削減貢献・効果」の表現例

【製品】

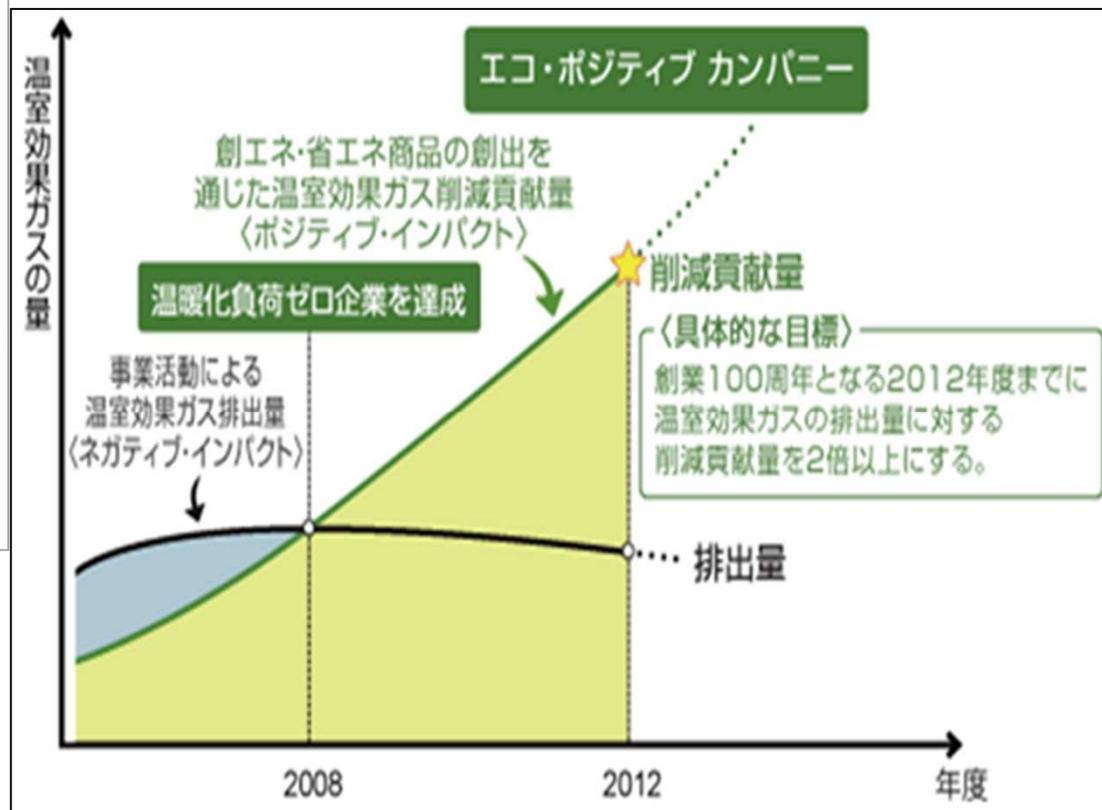
ハイブリッド車(HV)311万台によるCO₂累計削減効果(トヨタ試算)

プリウスを中心とするHVのグローバルな累計販売台数は300万台を超え、CO₂累計削減効果は1,900万トンとなりました。



トヨタ自動車(株)『Sustainability Report 2011』より抜粋

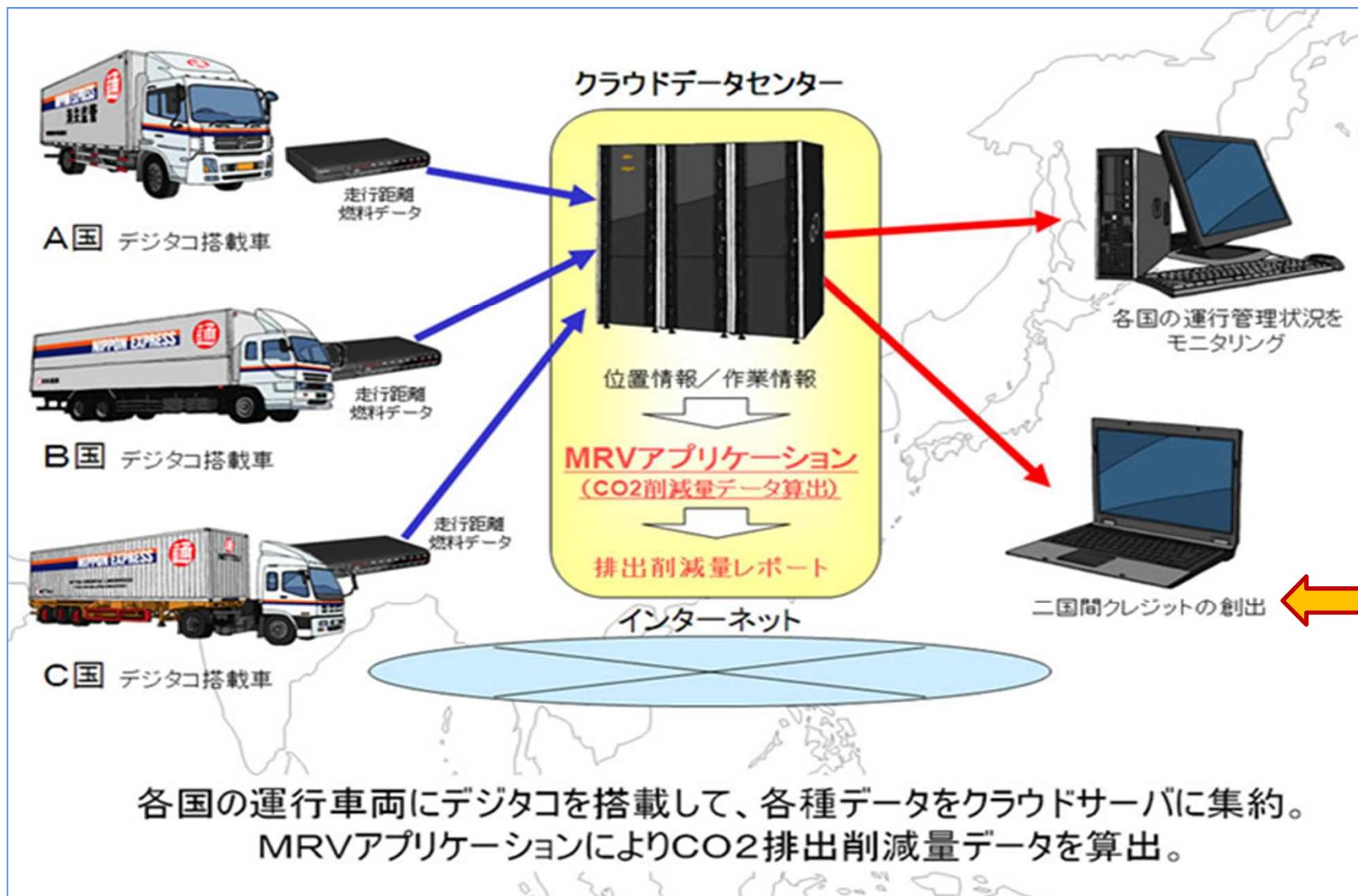
【事業活動】



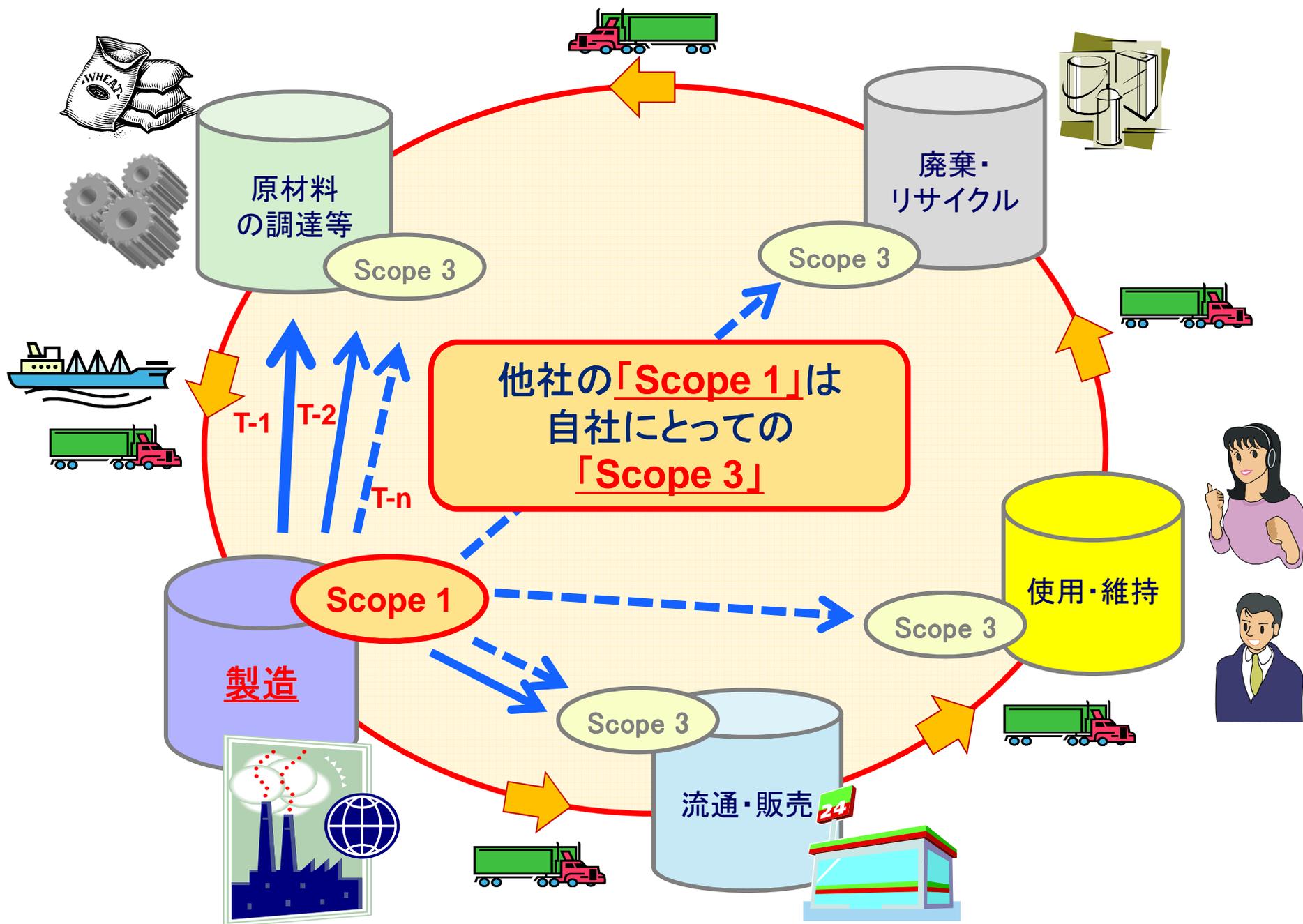
サプライチェーン協業 (Win-Win) でのビジネスモデル展開

(例) ICTソリューションと輸送・流通段階での「CO₂削減効果」

「アジア域内における物流CO₂削減プロジェクト組成調査」



「Supplier Engagement」 サプライチェーン協業とCO₂削減モデル模索



(注) ライフサイクルを左回りにしてあります。

Ⅱ. 10月4日 発表イベントでの海外企業・団体の声



今日ご紹介する方々

(*) 付はロードテスト参加組織

1. 基調講演

Linda Fisher, Vice President, Chief Sustainability Officer, DuPont (* Product)

2. パネル・ディスカッション① 「製品／バリューチェーン・マネジメントの事例」

Moderator: Ed Crooks, US Industry and Energy Editor, Financial Times

Panelists:

- ◆ Jonathan Newton, Supply Chain Sustainability Strategy, Ford Motor Company (* Scope3)
- ◆ Sam Kwong, Group EHS Manager, Swire Beverages (* Product)
- ◆ David Spitzley, Product Sustainability Manager, Kimberly-Clark (Product)
- ◆ Mark Scorsolini, Corporate Strategy Manager, PSEG

3. パネル・ディスカッション② 「国際的に一貫性のあるGHG算定の推進」

Moderator: Eric Roston, Sustainability Editor at Bloomberg Businessweek

Panelists:

- ◆ Jeff Rice, Director of Sustainability, Walmart (Product / Scope3),
representing The Consumer Goods Forum (Product)
- ◆ Zoe Tcholak-Antitch, Director of North American Operations, Carbon Disclosure Project (Scope3)
- ◆ Bonnie Nixon, Executive Director, The Sustainability Consortium(以下、TSC) (Product)
- ◆ Nancy Gillis, Director of Supply Chain Emissions Program, U.S.General Services Administration
(以下、US-GSA) (* Scope3)

DuPont社の基調講演から

【補足説明】

- DuPont社は、「Productスタンダード」のロード・テスター
- 昨年のワークショップでは、Scope3のスタンダード化には強硬に反対していた。
- 品質の低い一次データよりも、信頼性の高い二次データ使用の有用性を主張
- 今回講演者のFisher副社長は、元US-EPAのNo.2

【DuPont社のサプライチェーンの取組み】

- サプライチェーンパートナーを巻き込んだ「マーケット」ドリブンな取組み。
 - カスタマー・フォーカスのアプローチが主眼。
- 取組みの成果として、「イノベーション」、「差別化」、「サステナビリティ」が目的。
 - 「イノベーション」、「差別化」には、ビジネス戦略・戦術として投資／支出が必要と認識。
- サプライチェーンを巡る制度・規制への対応も視野に入れる。
 - 但し、GHGに限らずREACH対応などを含めたサプライチェーンでの体制構築の一環。
- 「情報収集システム」がキーになると考えており、一貫性のある、実用性の高い仕組みが必要。
 - GHGプロトコル・新スタンダードの普及に期待している。

【その他】

- 質疑応答の中で、膨大なサプライヤーからの1次データ収集の取組み、或いはその可能性について聞かれたが、明確に回答出来なかった。

パネル1 「製品／バリューチェーン・マネジメントの事例」 ①

【新スタンダードの使用目的】

Kimberly (Product)

- 事業への目的適合性を考慮し、製品ベースのアプローチ主体。
- 経年的なパフォーマンス追跡、またビジネス上のディシジョン・メイキングでの目的も。
- データ品質を考慮するが、オプションとして2次データを活用。当初はステップbyステップ。

Swire (* Product)

- コカコーラのボトラーとしての長い協業関係を有する。
- コカコーラから原材料の削減、廃棄物の低減の要求が強い。
 - コカコーラはScope3のロード・テスター
- 昨今中国では、政策としてエネルギー効率化や原材料・エネルギー削減が強く叫ばれる。

Ford (* Scope3)

- サプライヤーからのデータ収集(1次、2次)における、システマティックな取組み。
- データ品質向上のため確固たる(robust)手法が求められる。
- インダストリー・レベルの情報収集基盤確立の必要性。

パネル1 「製品／バリューチェーン・マネジメントの事例」 ②

【取組みの課題】

1. データ収集／アロケーション:

Ford (* Scope3)

- CDPサプライチェーン・プログラムに参加し、サプライヤーに質問票を配布・情報収集

Kimberly (Product)

- 標準化 (standardized) された共通プロセスが必要。まだファースト・ステップの段階

2. 不確実性:

Ford (* Scope3)

- 製品使用段階における推計値に不確実性を認識。推計方法のあり方は検討課題
- 透明性確保のため、サプライチェーン双方向での情報流通の仕組み作りも必要

3. 外部コミュニケーション:

Swire (* Product)

- CFPラベルに取り組むが、比較目的での対応は困難。消費者の選択につなげる自信はまだ無い。
 - 昨年のワークショップでCarbon Trustのスキームを活用しているとの話しあり。

Ford (* Scope3)

- 事業活動上の「リスク」についても、外部への説明責任を果たす必要あり。

パネル2 「国際的に一貫性のあるGHG算定の推進」 ①

【サプライチェーンの取り組みへの「ドライブ」要因は？】

Walmart (Product / Scope3)

- 5年ほどサプライチェーンでのサステナビリティに取り組んでいる。
- 企業としての社会的責任と名声 (Reputation) の獲得、ビジネスとしての付加価値化が目的
- システムティックな方法で、効率化やコスト削減、ビジネス機会創出にもつなげる。

CDP (Scope3)

- 企業から投資家への情報提供として重要。リスクと機会の明確化。

TSC (Product)

- Productベースのアプローチで、ステークホルダーを広く巻き込み推進することが重要。
 - コンシューマーへの啓発(Education)も必要。
 - TSCでは、流通・小売業やそのサプライヤー／ベンダー、学術・研究者とも協働する。
- ステークホルダーから“正しい情報”へのアクセスの確保が必要とされる。
 - 「データ・マイニング」手法による情報の抽出と分析、フィードバックも重要

US-GSA (* Scope3)

- 「Supply Chain Emissions Program」を立ち上げ、グリーン調達に活かす。
- 納入ベンダー(業者)には、継続的かつ効果的な「イノベーション」を促す。

パネル2 「国際的に一貫性のあるGHG算定の推進」 ②

【消費者へのコミュニケーション】

TSC (Product)

- 店舗レベルでのコミュニケーションとして、エネルギー効率や資源利用についての表示など。
- 責任あるコミュニケーションと「大きな変革」へのイノベーション喚起。エコ・デザインへ変更等。
- サプライチェーンでの実用的なアプローチ確立と、「製品カテゴリー」毎の取組み強化。

Walmart (Product / Scope3)

- 消費者へエネルギー情報ほかサステナビリティ関連情報の的確な伝達。
- 「環境インパクト」を明確にすることで、“あるべき変化”への方向性やアクションを示す。
- The Consumer Goods Forum (Product)としては、透明性における「情報価値」とそこからくる企業の信頼性向上を目指す。
 - TESCOがChairとなり「Sustainability Measurement Program」を立ち上げている。
 - 新スタンダードを用いたグローバルサプライチェーンでの評価(Valuation)に取り組む。

US-GSA (* Scope3)

- 調達における“納税者”への透明性・信頼性確保。
- 調達プログラムを通じた「Eco Market Place」の創出につなげたい。
- コミュニケーション(情報開示)においても、システムティックで実用的なアプローチが必要。
 - 例としてCDPやGRI

パネル2 「国際的に一貫性のあるGHG算定の推進」 ③

【膨大なサプライヤー数にどう対処するか？】

Walmart (Product / Scope3)

- 取扱い製品数は膨大であり、大規模サプライヤー(ベンダー)からステップbyステップで取り組む。実用的な手法の採用が必要。
- 小規模サプライヤー分は外挿(Extrapolated)データも活用し、柔軟な対応を考慮。
- 「Educate Consumer」。結果的に消費者の価格的なメリットにつながることも訴求が必要。

【事業活動(Scope3)と製品(Product)の取組みの違いは？】

US-GSA (* Scope3)

- 調達プロセスにおける、「事業活動」(Scope3)としてサプライヤー排出抑制への取り組み。

TSC (Product)

- Scope1と2は企業の直接的なCO2排出削減に。Scope3はアウトソース等やサプライチェーンへの企業責任として有用。
- 「紛争鉱物」などでサプライヤーのサプライヤーまで何等か管理する手法の確立が必要。

Walmart (Product / Scope3)

- GHGプロトコルでScope1-3まで明確になった。持続可能な事業活動のデザインに役立てる。

【投資家／投資行動としては？】

CDP (Scope3) : 株式価値への評価にカーボン・イシューを織り込みつつある。

TSC (Product) : グリーン・エコノミー実現に「マーケットの変革」も重要。

有力各社のCDP (Investor) における開示スコア・パフォーマンス

Company	CDP2011	Scope3回答	CDP2010	Scope3回答
DuPont (米国)	80 - B	有り	84 - B	有り
Ford Motor (米国)	46 - (非対象)	無し	63 - B	無し
Kimberly-Clark (米国)	70 - C	有り	63 - D	有り
Wal-Mart Stores (米国)	85 - B	有り	86 - B	有り
TESCO (英国) ※参考	97 - A	有り	92 - A	有り
BASF (ドイツ) ※参考	93 - A	有り	96 - A	有り

(注) いずれの企業も CDP2011 Global 500 該当

<https://www.cdproject.net/en-US/Results/Pages/All-Investor-Reports.aspx>



ご清聴有難うございました！