拡大するスコープ：サプライチェーン全体におよぶネイチャーへの取り組み

グローバルサプライチェーンレポート 2022

2023年8月

Written in collaboration with
Boston Consulting Group

エグゼクティブサマリー

75%

氷のない陸域の地表面の75%で著しい変化がおこっています

85%

の湿地面積が失われました

自然保護の必要性の認識が高まり、直面している問題の解決は待ったなしの状況ですが、それに必要な変化はまだ見えてきません。2030年までに排出を半減し、ネイチャーポジティブを達成することが求められています。

これまで人類が自然界に与えてきた甚大なる被害に目が向けられるようになりました。2022年10月、WWFは世界の野生生物の個体数が1970年以来69%減少したと発表しています。一部の地域では、その減少は94%に上るとみられています。

地球上の氷のない陸域の地表面の75%で著しい変化が進行しています。また、海洋は何兆個ものプラスティック小粒子（マイクロプラステイック）で汚染されています。湿地面積の85%以上が消失しました。

生物多様性と安定した水循環システムは、人類の生存にとってなくてはならいものです。自然を保護し気候危機を解決することに、協力し合って対応しなければ私たちの未来はありません。地球温暖化による平均気温上昇を1.5℃以内に制限するために必要な排出削減のうち、少なくとも3分の1は森林の植林と水循環に関連しています。

今年の開示データからは、解決に向かう変化がまだ見えてきません

自然という全体像の中で、気候はあくまでも一部にすぎません。自然とは森林や水循環、そして生物多様性も含まれており、これらはすべて私たちの生存に不可欠なものです。ある領域での行動が良くも悪くも他の領域に影響を与えます。企業が環境に与える影響は“気候”の領域を超えまさに、森林や水循環、そして生物多様性に関する重大な危機を認識し、それらに対応することが早急に求められています。

具体的には、生態系の保全・保護・回復、より持続可能な農業と林業の採用や水資源の保全、そしてサーキュラーエコノミーの確保などの行動が必要と言えます。

こうした行動の必要性は、直接影響のある自社業務のみならず、企業活動全体、特にサプライヤーとの関係において影響力を十分に発揮することが求められています。

また一方で、こうした求められる行動に企業を駆り立てるには、環境危機のスケールの大きさとその深刻さの認知を促すだけでなく、速やかな規制や法律の制定も重要と言えます。

193

2022年12月のCOP15には193ヵ国が参加しました

昨年12月にモントリオールで開かれたCOP15では、新たな世界目標「昆明・モントリオール生物多様性枠組」が193の政府の参加を得て採択され、遅くとも2030年までに、大企業や多国籍企業、金融機関に対し、事業、サプライチェーン、バリューチェーン、ポートフォリオを通じて、生物多様性に係るリスク、生物多様性への依存及び、影響をモニタリング・評価し透明性を持って開示させる規制を拡大することを宣言しています。

そして、EUの欧州サステナビリティ報告基準、米国SECから提案されている気候関連開示規則案、および気候関連開示に関するISSBのグローバルベースライン基準に基づいて、スコープ3排出量の開示が今まさに求められています。このレポートでは、気候変動、フォレスト、および水セキュリティの各分野での対応について企業の回答を調査し、企業がサプライチェーンにおける自然への影響に対処するための行動準備ができているかどうかを分析しました。

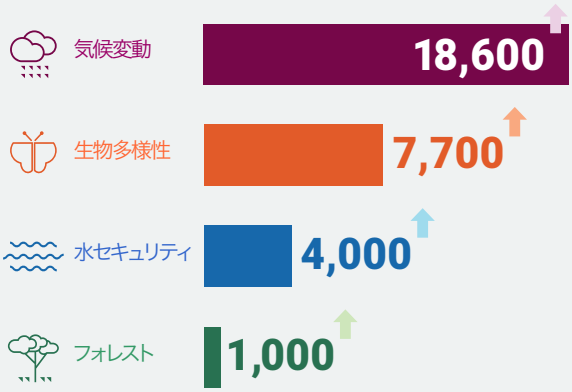
COP15では、企業のサプライチェーンにおける自然への取り組みに関する開示の義務化については、より明確なメッセージを送ることは出来ませんでした。企業が規制やステークホルダーに対して自然への取り組みいついて適確に説明する準備をしていない場合は、より広範なリスクにさらされる可能性があり、自然を守ることからもたらされるビジネス機会を逃すことにもなりかねません。企業が将来にわたってビジネスを継続したいのであれば、購買プロセスにおいて自然を考慮し、サプライヤーと協力してバリューチェーン全体での自然に対する行動を促進する必要があります。

Sonya Bhonsle
Global Head of Value Chains,
CDP

開示状況

企業が自然への影響について、多くの他の側面よりいくつかの側面に絞って積極的な関与をしていることは、CDP質問書への回答から読み取ることができます。気候変動が最も重要な問題として注目されていますが、自然に関する全ての分野での行動が実際には必要です。現状、生物多様性、水、フォレストの数値は低いですが、強制的な規制や誘因が無くても回答数は伸びています。このことは企業が、自社の責任と情報開示のメリットをより強く認識するようになっているためと言えます。

2022年 CDP回答状況



- 全世界で18,600社以上の企業がCDPを通じて気候変動データを開示（2021年比42%増）
- 7,700社以上の企業が生物多様性のデータを初めて開示
- 水セキュリティの情報開示は約4,000社（2021年比16%増）
- フォレストの開示企業は1,000社以上（2021年比30%増）大幅に増加しましたが、この数は開示要請を受けた企業の30%にすぎません

現在のところこれらの数字は低いものの、強制的な規制やインセンティブがなくとも確実に回答企業数は伸びています。このことは企業が、自社の責任と開示することのメリットをより強く認識するようになってきていると言えます。

サプライチェーン排出量（スコープ3の上流部分）は自社での活動による排出量より平均で

11.4 倍

41%

回答企業のうち41%が、1つ以上のスコープ3カテゴリーの排出量を報告

測定 – 測定したものだけが管理できる

測定することは、企業が自らの環境への影響を理解し、定量化する第一歩です。一方で、企業が自社の直接操業からの影響を評価するに止まり、広範な影響を見ようとしないケースも残念ながら見られます。

気候変動対応が再び道を切り開く

気候変動の場合、サプライチェーン排出量（スコープ3上流）は、全業種の平均で、自社活動での排出量（スコープ1＋スコープ2）の11.4倍に相当します。このことからサプライチェーン排出量は企業にとって重大といえますが、多くの企業はまだその測定を始めていません。

CDP回答企業の72%が自社活動での排出量（スコープ1＋スコープ2）を報告しました。一方で、1つ以上のスコープ3カテゴリーの排出量を報告した企業は41%にとどまりました。

ただし、初回答企業と2回目以上の回答企業を比較すると、希望も見られます。1つ以上のスコープ3排出カテゴリーを開示している企業の割合は、前者（初回答企業）では27%ですが、後者（2回以上の回答企業）では53%に上昇し、CDPへの開示継続がスコープ3開示の改善につながることが示されています。

気候変動以外の自然分野への対応は遅れています

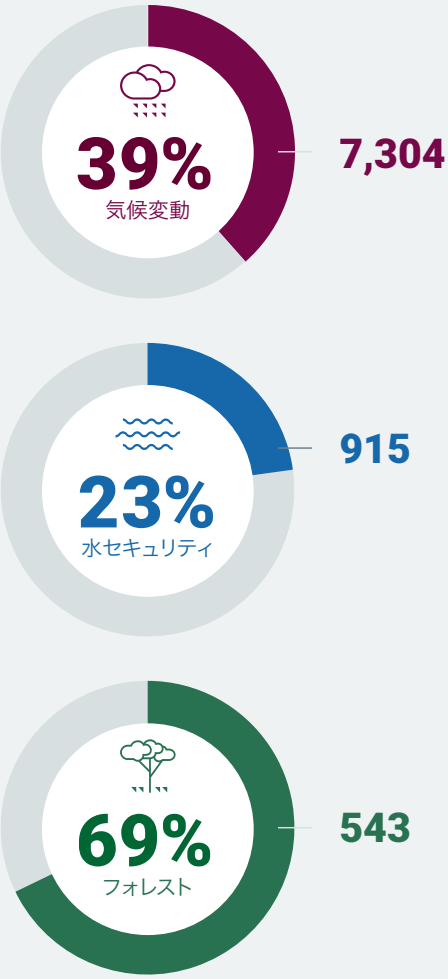
気候変動以外の領域での自然に与える影響を定量化することになると、企業の取り組みはまだまだ限られています。

水セキュリティにおいては、上流への影響を示す適確な指標を算出するための算定方法論は未成熟です。企業は、バリューチェーン全体での取水と排水の100%を監視するといった、コストのかかる課題に取り組む必要はありません。それよりも、汚染や水ストレスなど、現在最も害を及ぼしている重要な流域や地域への影響を軽減するための行動が必要と言えます。

将来的には、サプライチェーンにおける水の影響がより大きな役割を果たすでしょう。SBTネットワーク(SBTN)は、その方法論で次のように述べています。

> **企業は、目標設定の対象となる各流域のすべての直接操業およびサプライチェーン上流の淡水量や水質に対する外部圧力のベースライン値を定義するためにデータを収集する必要があります。**
>
> **SBTネットワーク(SBTN)**

サプライヤーエンゲージメント回答企業



企業は、森林減少ゼロ/森林転用ゼロの目標に向けた進捗状況を、サプライチェーンに関連する土地利用の変化を含む上流における環境への影響と結びつけることが増えています。2022年には、3分の1の企業（198社）が森林減少/転換のフットプリントをモニタリングした、もしくは推計したと報告しましたが、これを行うほぼすべての企業が、コモディティ利用全体の森林減少フットプリントを評価しています（148社）。

エンゲージメント

このレポートから見えてきた一つのポイントは、サプライチェーンで必要な「カスケード効果」（サプライチェーンの顧客企業から調達先まで、行動の必要性が連鎖する波及効果）がまだ起こっていないということです。影響の大部分は企業のサプライチェーンにあるため、それは環境戦略の有効性を測るうえで重要な指標です。私たちのデータによると、最初のエンゲージメントから適切な目標を設定し、必要なアクションを実行するまでに数年かかると言われています。そして現状は次の通りです。

- **全回答企業の39%**（7,304社）が気候関連問題に関してサプライヤーにエンゲージメントしています。それは彼らの調達支出の**41%**にあたります。
- **全回答企業の23%**（915社）が水関連の問題でサプライヤーにエンゲージメントしています。
- フォレスト回**答企業の69%**は直接サプライヤーにエンゲージメントしています。ただし、回答企業数が気候変動や水セキュリティに比して小さいため、回答企業数は**543社**です。

地球規模で破壊的に進行している気候変動問題に対応し、森林減少が無く、水の循環が安定している未来を確保するためには、企業に速やかなる行動変革が求められます。これには、リーダーシップを発揮し、バリューチェーン全体を巻き込む形で環境に対する影響に十分配慮し、それと同時に企業自体に利益をもたらす機会を見出すことを意味しています。

企業の排出量の多くがサプライチェーンから生じていることを理解しているため、私たちはCDPサプライチェーンプログラムのメンバーシップを活用して、サプライヤーのベストプラクティスへの意識を高め環境管理の改善を促しています。主要なサプライヤーには、環境管理を持続可能性スコアカードに組み込み、継続的なビジネスパフォーマンスを統合的に評価しています。サプライヤーのCDPへの回答データを用いて、GHG排出量、エネルギーおよび再生可能エネルギーの使用、水の消費量などの定量的な影響を評価します。また、開示データの透明性、SBT（Science Based Targets）の内容、排出量の検証、および水資源管理の詳細など、質の面での環境管理にもCDPのデータを用いています。CDPサプライチェーンを活用することで、サプライヤーへの関与や評価を拡充できます。

James Riddle
Supply Chain Environmental Strategy Lead
HP Inc.

人材

取締役会レベルの監督は、サプライチェーンからの環境への影響を変革するための重要な要件です。

企業の
6%

水セキュリティに関して、経営幹部に一般的な水関連問題の管理に対してインセンティブを与えている企業は38%に過ぎません。サプライチェーンのエンゲージメントに対して、経営幹部がインセンティブを与えられているのは全体のわずか**6%**です。

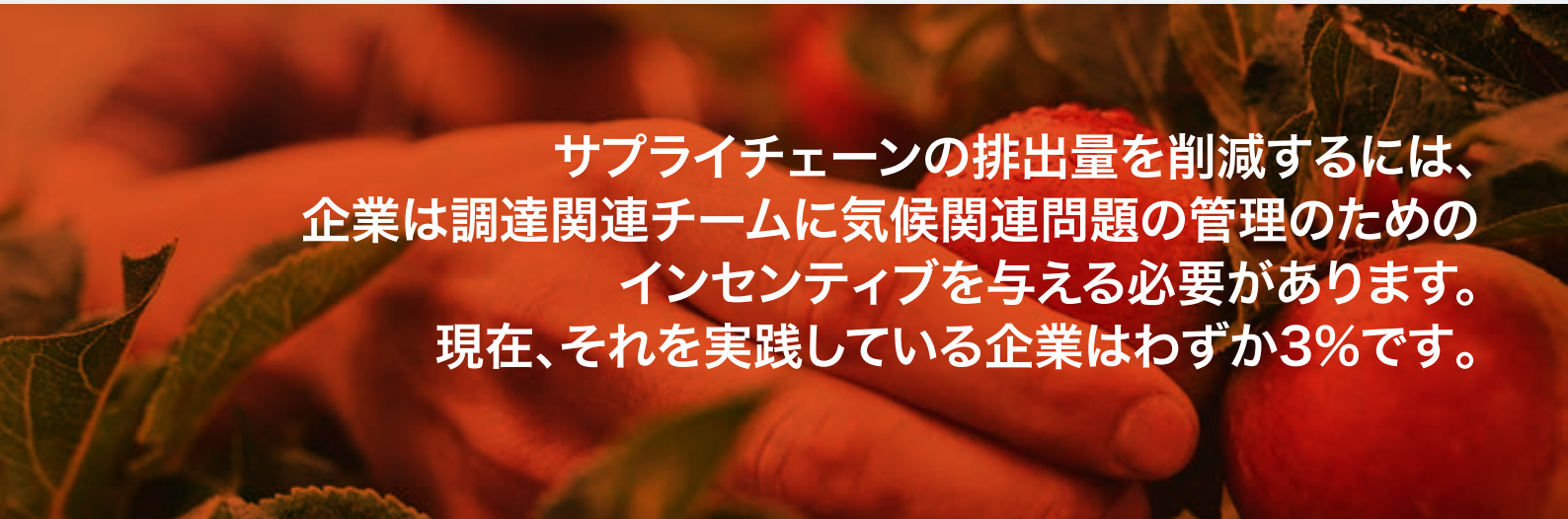
企業の
23%

森林関連の問題に関しては、経営幹部または取締役会メンバーにインセンティブを提供しているのはわずか**23%**です。今後2年間でその制度を導入する予定のある企業は7%です。つまり70%の企業は、経営幹部の森林減少に対するアクションに対して、2025年以前にはインセンティブを導入しないということになります。

企業の
74%

74%の企業が、気候変動に関する取締役会レベルの監督について報告しています。取締役会レベルの監督を導入していない企業のうち41%が、今後2年以内に導入する予定と答えています。つまり取締役会の監督が現在なく、2年以内に導入する予定もない企業は全企業の15%程度に相当します。

リーダーシップのもとこれらの監督があったとしても、最も必要な行動は企業のバイヤー部門にこの行動の必要性を伝え、サプライチェーンへの「カスケード」（滴り落ちるように連鎖させる）が行われることです。企業の調達チームはサプライヤーエンゲージメントの最前線にいます。



サプライチェーンの排出量を削減するには、企業は調達関連チームに気候関連問題の管理のためのインセンティブを与える必要があります。現在、それを実践している企業はわずか3%です。

企業の購買プロセス

0.04%

全回答企業のうちサプライヤーにSBTの設定を要求しているのはたった0.04%です。

1%

森林を守るために直接サプライヤーを財政面・技術面で支援しいる企業はわずか1%です。

これらの取り組みの鍵は、環境に関する行動をモニタリングするだけでなく、より良いインセンティブを提供し、その努力に報いるように購買プロセスを変革することです。気候変動に関しては、10社に1社がサプライヤー契約に気候関連の要件を含めています。しかしながら、1.5°Cの気候科学を通常の購買プロセスに組みいれ、サプライヤーにSBTの設定を要求するなどのベストプラクティスを実践していると報告している企業は、まだごくわずかで全体の0.04%です。

水セキュリティにおいては、企業の47%が、サプライヤーと契約において適切な導入研修とコンプライアンスを目標とした活動を行っています。ほとんどの場合、彼らはウォーター・スチュワードシップと管理を規定する行動規範を遵守するための要件を設定しています。水管理とスチュワードシップをサプライヤーの評価に統合するなど、水関連の行動に実際にインセンティブを与えているのはわずか23%です。

森林減少については、サプライヤーと協働する企業の割合が最も高いにもかかわらず、サプライチェーンの下で必要な行動を奨励する企業の数は依然として限定的です。直接サプライヤーに財政的および技術的支援を提供して、事業全体にわたる森林減少/転換に対するコミットメントを表明し、これを達成するための明確なマイルストーンを備えた期限付きの行動計画を策定し公開する企業はわずか1%です。

健全な地球がなければ、健全なビジネスは成り立ちません。ユニリーバにとって、それは自然の保護と回復、気候変動への取り組みを意味し、同時にそのことが生命と生活に恩恵をもたらすことにつながります。私たちの目標には、2023年末までに主要なコモディティで森林減少のないサプライチェーンを持つこと、2030年までに150万ヘクタールの土地、森林、海洋の保護と再生を支援すること、2039年までにバリューチェーンの排出量をネットゼロにすることが含まれます。

当社の購買部門は、サステナビリティを戦略の中に完全に組み込み、当社の製品・サービスの多くを提供する上で非常に重要な役割を担っています。主要なサプライヤーが気候変動対応への取り組みを加速するのを支援し、主要な農作物の100%持続可能な調達に取り組み、土壌の健全性を高め、収穫量を増やすのに役立つ再生農業を利用できるように小規模農家のサポートをしています。まだまだやるべきことがたくさんありますが、サプライヤーとの協働が重要であることを理解しています。そのため、政府やパートナーと協力してウォーター・スチュワードシップ・プログラムを実施し、また生産者からブランド、そして消費者に至るまでポジティブな影響をもたらすよう、ユニリーバのブランドは気候&自然基金に10億ユーロを投資しました。

Thomas Lingard
Global Head of Sustainability (Environment)
Unilever

環境危機を回避するために何をするべきかという世界的な合意形成はかなり進行し、そのためにとるべき手法についても改善され進展が見られています。しかしながら、それを実現するためには、急速に行動を拡大する必要があり、特に、企業やサプライチェーン全体がアクションを取ることが不可欠です。CDPの調査では、調達プロセスに自然への働きかけを組み込むことが、行動レベルの増加の国際的拡大の原動力となることがわかっています。まだ、多くの企業は従来通りの調達業務を続けており、環境問題に取り組んでいる企業も、主に気候変動に集中し、自然全体に及ぼす影響にはまだ対処できていません。政策立案者からのインセンティブが企業の取り組みを拡大するために重要であり、将来の規制に先立って行動を促進することが必要です。

サステナビリティ分野のリーダーとして、私たちは環境への影響に責任を持ち、サプライヤーを当社の延長としてとらえる義務があります。当社の購買コミュニティと購買プロセスは、当社の野心的な目標を達成し、サプライヤーの環境影響を低減する計画を推進するための鍵となります。これには、当社のバリューチェーンにおける温室効果ガス排出量、エネルギー消費量、水使用量の削減が対象となり、進捗状況を把握するため、戦略的なサプライヤーに対し、CDPを通じて気候や水への影響を報告するよう要請しています。今年、当社がCDPを通じて気候や水の情報を開示するよう要請したサプライヤーの100%から回答を得ました。当社の調達部門は、サプライヤーから情報を得るこの機会を、改善のための素晴らしいプラットフォームとみなしています。1.5℃経路に整合し、安定的な水環境のある未来のためには、各サプライヤーとベンチマークや次のステップについて話し合うことが必要です。サプライヤーは、改善に向けて、当社と協働する絶好の機会だと考えています。

Carla De Luca
Sustainable Procurement Senior Program Manager
Electrolux

目次

エグゼクティブサマリー	**03**
気候変動	**10**
算定	**11**
アンビション	**15**
アクション	**16**
トランジションと人材	**20**
水セキュリティ	**23**
サプライヤーエンゲージメント	**24**
アクション	**26**
人材	**27**
セクタースナップショット: アパレル業界の水質汚染	**28**
フォレスト	**31**
測定	**34**
アンビション	**36**
人材	**37**
サプライチェーンでのアクション拡大サポート	**38**
謝辞	**44**

重要なお知らせ

このレポートの内容は、CDPのものであることを記載した場合、どなたでも引用可能です。これは、このレポートで提示されたデータを再パッケージ化または再販するライセンスを許可するものではありません。このレポートの内容を再パッケージ化または再販する場合は、事前にCDPから許可を得る必要があります。CDPは、2022の情報開示請求への回答に基づいてデータを分析、このレポートを作成しました。CDPは、本レポートに含まれる情報および意見の正確性または完全性について(明示または黙示を問わず)いかなる保証もいたしません。この出版物に含まれる情報に基づいて、特定の専門的なアドバイスを得ることなく行動しないでください。法律で認められる範囲で、CDPは、このレポートに含まれる情報またはそれに基づく決定に依拠して行動した、または行動を控えた、または他の誰かが行動した結果について、いかなる責任または注意義務も負いません。CDPが発表するすべての情報および見解は、本レポート作成時点でのCDPの判断に基づくものであり、経済、政治、業界、企業固有の要因により予告なく変更されることがあります。このレポートに含まれているゲスト解説は、それぞれの著者の見解を反映しています。それらを支持するものではありません。CDP、その関連企業または組織、また、それぞれの株主、メンバー、パートナー、プリンシパル、取締役、役員および/または従業員は、ここに記載されている企業の株主であることがあります。本書に記載されている企業の有価証券は、一部の州または国では販売の対象とならず、すべての投資家に適しているとは限りません。「CDP」とは、米国では501(c)3CDP North America, Inc.およびCDPワールドワイド、慈善団体番号1122330、および登録された保証有限責任会社を指します。イギリスでは登録番号は 05013650です。

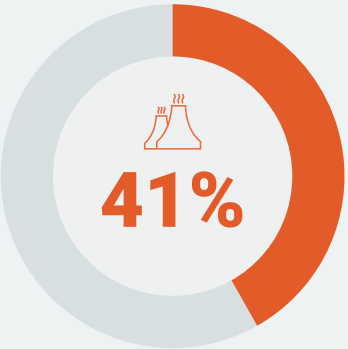
© 2023 CDP. All rights reserved.

気候変動

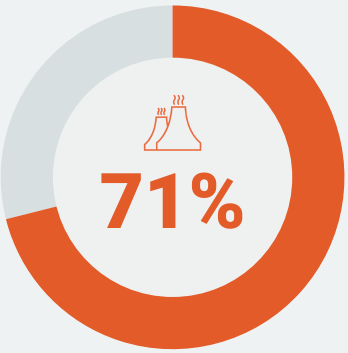
1

算定

CO_2レポーティング



1つ以上のスコープ3カテゴリーについて報告された排出量



報告されたスコープ1および/または2排出量

サプライチェーンでの排出量は自社での排出に比して平均11.4倍あるにも関わらず、2022年に1つ以上のスコープ3カテゴリーの排出量を開示した企業はわずか41%に過ぎません。これにより、企業はインパクトを生み出す大きなチャンスを逃しています。

こうした排出量の開示は、気候変動対応の目標達成に重要です。同じ報告期間において、CDP回答企業のうち71%がスコープ1および2（両方もしくはどちらか）の排出量を報告しています。この開示格差は、スコープ3の測定と開示に関わる難しさに起因しています。

- バリューチェーン全体での限られたデータの透明性と追跡可能性
- データ品質および/または精度の低さ
- データ抽出のために自動化かつ拡張可能なツールの欠如
- 多くのスコープ3カテゴリーへの限定的な影響力
- 絶えず変化する規制環境の影響

スコープ3排出量の主なカテゴリー

ほぼ全セクターに関連する「購入した商品及びサービス(カテゴリー1)」の排出量ですが、回答報告した企業はわずか36%に過ぎませんでした。それでもなお、報告されたスコープ3の排出量のうち、カテゴリー1は最大の割合(43%)を占めています。

カテゴリー1の排出量は、スコープ3の主要な排出源であるにも関わらず、全体の39%の企業が「関連性がない」または「評価していない」と回答しています。製造業の報告全体では、全排出量の4分の1を占める割合ながら、同セクターの6%が同様の回答になっています。

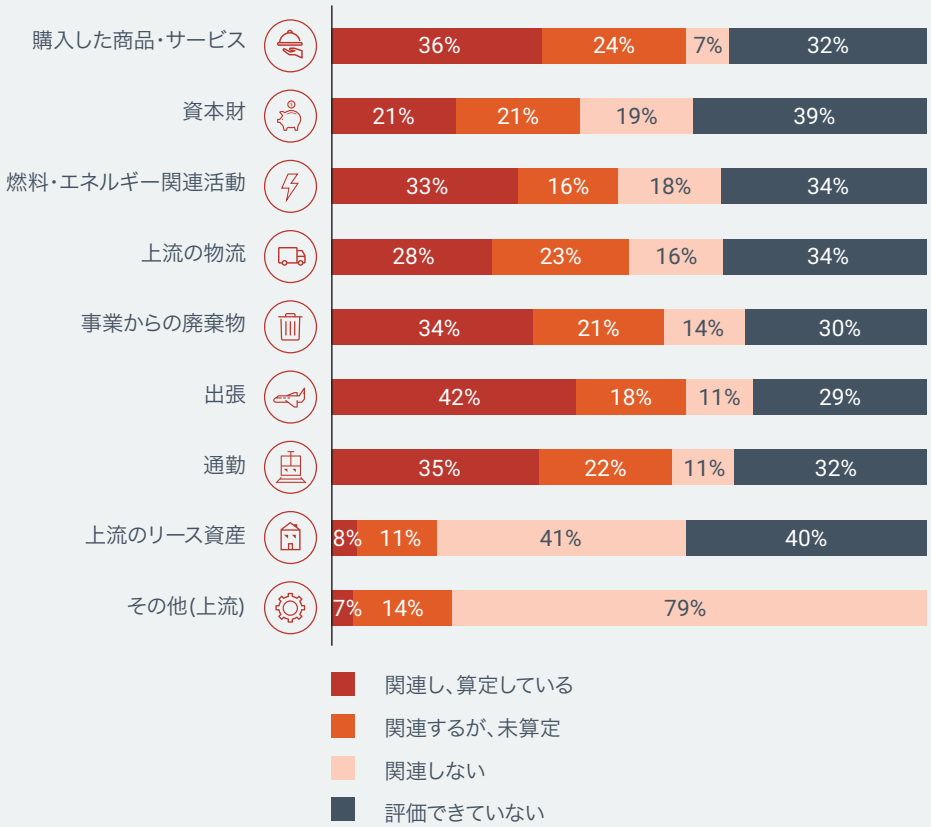
一方、出張(カテゴリー6)の影響度は低いものの把握が容易であるため、スコープ3の全カテゴリーの中で最も高い回 答率である42%の企業が、自社の出張の排出量を算定しています。

ほぼ全セクターに関連するにも関わらず、購入した商品およびサービス(カテゴリー1)の排出量について回答した企業は全体のわずか36%である

効果的な排出削減の戦略には、関連する全てのスコープ3カテゴリーにおける排出量を特定し算出することが重要です。

これらの数値は、企業が排出量を正確に算定する能力を向上させるための行動を促し、その課題を認識して適切に対処できるようになるために重要なものです。

スコープ3上流排出量



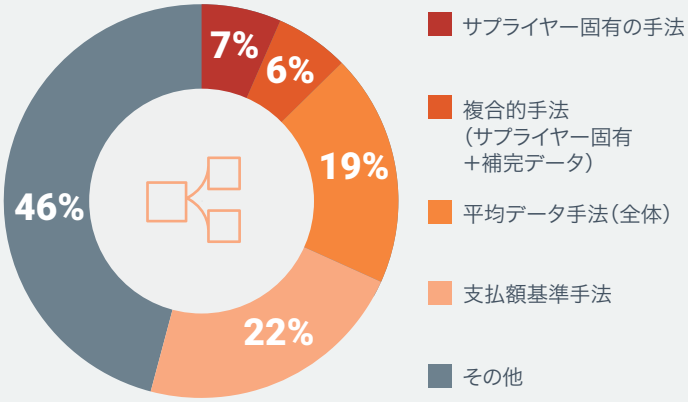
CDPテクニカルノート:スコープ3カテゴリーのセクター別関連性で、スコープ1,2,3排出量のセクター別、カテゴリー別の内訳を確認できます。

スコープ3排出量の評価方法

スコープ3排出量の算定に関して、調達額に基づき一般に入手できる排出係数(古いことが多い)を使用する手法は、上流のスコープ3カテゴリー全体で最も一般的に使用されているものですが、最も精度が低い方法でもあります。より高度な算定報告を目指す際の最も基礎的な要件は、スコープ3排出量の基準作りのための最初の一歩と言えます。

ただし、この手法を使用する限り、企業が排出削減する手段は、購入するものを低炭素商品に変更するか、数量を削減するかしかありません。これは好ましい選択ではありません。スコープ3の各カテゴリーでは、"Cradle-to-Gate"(原料採取から出荷まで)の排出量把握が前提ですので、企業は複合的手法に徐々に移行を進めています。

上流のスコープ3排出量の算定方法の分布



サプライヤーからのデータや製品レベルのデータを算サプライヤーからのデータや製品レベルのデータを算定に活用することで、企業はサプライヤーに再生可能エネルギーの購入を奨励するなど、影響度の大きい削減策を優先し、自社で購入する商品やサービスに関連する排出量を削減することが出来ます。

サプライヤー固有の算定方法では、サプライヤー自身から直接入手した製品レベルまたは企業レベルの排出係数を用いるため、優先すべき重点箇所や、最大の効果を生み出す「削減手段」をより一層的確に特定することが出来ます。2022年は、スコープ3の回答企業のうち、サプライヤー固有もしくは複合的手法を用いた企業は13%に上りました。この数字は、今後より多くの企業がサプライヤーの行動や製品排出量を変化させて排出量を減らすための行動を起こすにつれてさらに増えることが見込まれます。

CO2 AI 製品エコシステム

サプライチェーンの脱炭素化を加速するための データ共有エコシステム

BCGとCDPは、製品レベルの気候・環境データの共有を可能にするプラットフォーム「CO2 AI 製品エコシステム」を共同して構築しています。このプラットフォームにより、製品レベルの気候・環境データのきめ細かな情報共有が可能となり、企業は具体的かつ実効性のある削減策を追求し、最終的にサプライチェーンにおける脱炭素化を実現します。

協働

プラットフォームを通じて製品レベルのデータを収集して共有することが可能

安全性

すべてのデータ交換は、安全性とプライバシーが保証された安全なインフラを介して実行

アクション指向

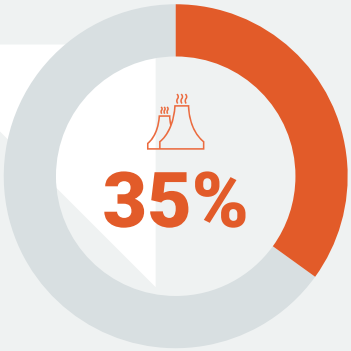
データ品質は、ベンチマークに基づくチェックと信頼度スコアリング(CO2 AIとCDPデータベースを活用)によって強化され、排出量の推計は、国際的基準に準拠した透明性の高い計算の詳細情報を含む

透明性

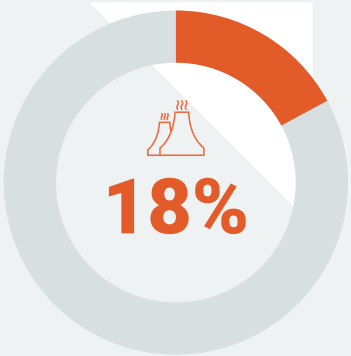
利用者は、削減のロードマップを共有・協働的な取り組みができ、広範で有機的な活動を促進(例:First Movers Coalition)

使いやすさ

独立型の製品排出量計算ツールにより、必要な情報に簡単にアクセス可能



スコープ3排出量データのうち
第三者検証されている割合



報告のうち、適度、妥当、または
高度な保証が付いている割合

第三者検証

CDPを通じて開示される情報の正確性を保証するためには、第三者による検証が不可欠です。しかしながら、開示企業の内、第三者機関を通じてスコープ3の排出量データを検証している企業はわずか35%です。更に、この内「高位」「合理的」または「中位」レベルの保証を報告しているのは、その内のわずか18%です。残りの企業は、まだ検証プロセス構築の途上か、限定的な保証しか報告できない状況にあります。

検証済み算定の重要性

規制は強化されています。SECの気候開示規則[1]の提案では、スコープ3が重要と判断され、目標に含まれる場合には、企業はスコープ3の排出量を開示する必要があります。こうしたデータ開示を通じて、リーダーシップの意思決定、透明性ある取り組みの組成、取り組みの進捗を示すインパクトが促進されます。2023年中に施行される予定のCSRDでは、戦略、目標、取締役会/経営陣の責任に関する質の高い比較可能なデータ提供が求められ、第三者による検証も必要となります。

企業が部分開示の準備をするのに平均12～18か月、完全開示には2～3年を要すると見られます。企業が今後の規制変更に備え、投資家からの圧力の高まりや、顧客やメディアからの厳しい監視に耐えるためには、速やかなる行動が求められています。

これらのますます厳格化された要件にもかかわらず、リソースが限られている企業は、より高いレベルの保証よりも早く行動に移ることを優先する必要があります。

1 https://www.sec.gov/rules/proposed/2022/33-11042.pdf

アンビション

スコープ3の目標(スコープ1・2の目標と比較して)

ベースライン排出量と排出ホットスポットを特定できれば、次のステップは目標設定です。気候変動に意欲的に対応することは、ますます一般的に広まってきていますが、具体的に総量目標や原単位目標を設定していると回答した企業はわずか46%に過ぎません。

企業には、幅広いスコープ3のカテゴリーデータの収集を拡大する事が、より意欲的な目標設定を実現するために求められています。直接的な排出量に比べて平均で11.4倍を占めるにもかかわらず、全ての新規または進行中の目標の内、スコープ3に関する目標は、全体の15%に過ぎません。

また目標の質も考慮する必要があります。それは1.5°Cの未来に沿ったものでなければなりません。科学に基づいた目標では、産業革命前のレベルからの平均気温上昇を1.5°C以内に抑制することを求めています。企業には、温室効果ガス(GHG)排出量を削減するために、科学に基づいた削減経路が示されています。これらは、企業の将来を見据えた成長を支援し、ネットゼロエミッション達成のための移行に、最も大きな影響を与える削減施策への投資を促進します。また、気候変動対応への耐久性を高め、投資家からの信頼を高めることにより、イノベーションを促進する役割を担うと言えましょう。しかしながら、現状はまだ以下の通りです。

5%

5%の開示企業は、SBTi(Science Based Targets initiative)で承認された1.5°Cに沿った短期目標を既に設定。また、加えて3%がその設定と承認取得をコミットしています。

<1%

1%以下の開示企業が、SBTi承認済みのネットゼロ目標を設定。また、加えて4%がその設定と承認取得にコミットしています。

目標設定とその承認へのコミットから、承認に移行するには数年を要することを考慮し、サプライヤーの目標を1.5°Cの未来に合致させたい企業は、速やかにサプライチェーンとの協働に取り組む必要があると言えます。

スタンレー・ブラック&デッカーでは、弊社購買部門とサプライヤーがESGの成功に重要な役割を果たしています。弊社のイノベーションプロジェクトに積極的に参加・協力することから、自社の運用改善への取り組みに至るまで、サプライヤーにおけるESGの成功は弊社全体の環境・社会・ガバナンス（ESG）のフットプリントに現れます。弊社のESGビジョンに合致したサプライヤーとの協働を確かなものにするために、2027年までにサプライチェーンの67%以上（購入額ベース）に対しScope1・2のSBT（科学に基づいた目標）設定を要請しています。弊社購買部は、この目標に向けサプライヤーに積極的に働きかけ、ターゲットの進捗を追跡し、サプライヤーとのESGコラボレーションの機会をさらに高めるための基準となる期待値を設定しています。これらは弊社のサプライヤー・リレーション・マネジメントプログラムを通じて行われます。

Steven Katzfey
CEO
Stanley Black & Decker, Inc.

アクション

1.5°Cの未来に向けた、スコープ3削減で求められるサプライヤーとのエンゲージメント

企業には、サプライヤーエンゲージメントに重点を置いて、バリューチェーン全体を通じて協調的なアプローチをとることが求められています。

- サプライチェーンの持続可能性への取り組み
- 排出削減
- 費用低減/コスト削減

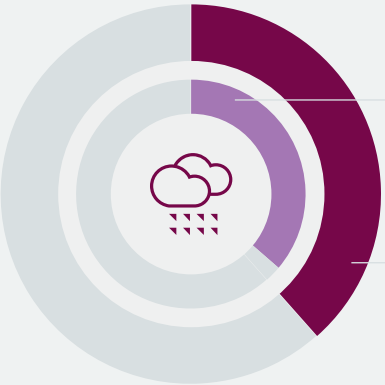
企業がサプライチェーン全体における排出量割合の状況を理解することで、各サプライヤーが占める総排出量の割合に応じて協力関係を構築することが可能となります。

最も排出比率の高いサプライヤーと協働することは、早急に排出削減を行う上で最も費用対効果の高い方法です。エンゲージメントには以下のような要素が含まれます。

- サプライヤーへのトレーニングと教育
- 調達の方針によるインセンティブおよび要件
- イノベーションを加速し、サプライチェーンを再構築するためのパートナーイニシアティブ

これらの取り組みは、脱炭素化を加速することに注力した業界規模のエコシステムの構築に役立ち、業界全体に急速な変革をもたらす可能性があります。

サプライヤーエンゲージメント



38%
2021年に回答した企業数

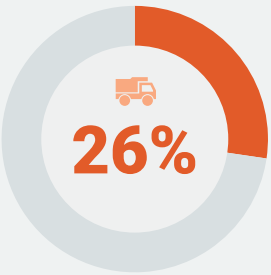
39%
2022年に回答した企業数

2022年、7,304社の回答企業（全体の39%）が、気候変動関連の問題についてサプライヤーと協働していると報告しました。これは昨年の38%よりも若干改善されていますが大きな変化はありません。気候変動に関してサプライヤーと協働していない企業の方が多いと言えます。

協働している企業において、気候変動面で、企業はどの程度サプライヤーと協働しているでしょうか？

回答企業の平均値では、サプライヤーの34%と協働しているという結果が出ています。

調達支出の41%



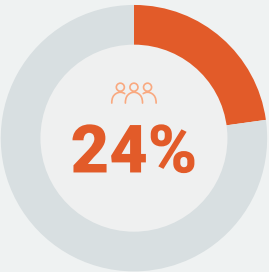
サプライヤー関連スコープ3排出量の26%

しかし、サプライヤーエンゲージメントについては、取り組みが進んでいる企業と遅れている企業の間に、大きな差があります。

- 上位20%の企業は、サプライヤーの80%以上とエンゲージしています。
- 下位50%の企業は、サプライヤーの25%未満としかエンゲージしていません。

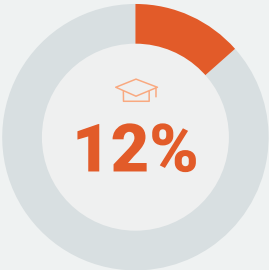
サプライヤーの半数以上と気候変動に関し協働しているのは、回答企業のうち10社に1社のみ

サプライヤーとエンゲージしている企業は、何に関して協働しているのでしょうか？



サプライヤーエンゲージメントとインセンティブ活動

サプライヤーの行動変革を促進するために、サプライヤーへの教育プログラムを提供している企業の割合は、年々増加しており、25社に1社から20社に1社へと増えています。このような活動が最も一般的に行われています。



イノベーションと協働活動

市場の行動変革を促進するための活動のうち、57%は製品やサービスの気候への影響を軽減するための革新的なアイデア促進するキャンペーンでした。それは前年より9%増加しています。

取り組みへの重点化

現在、サプライヤーの80%以上とエンゲージしている企業でも、スコープ3の排出量の50%未満しか網羅できていません。このことは、ホットスポット（割合の大きい部分）に基づいて優先順位をつけることが、企業の変革に向けた取り組みへの影響をいかに高めることができるかを浮き彫りにしています。企業は必ずしもすべてのサプライヤーとエンゲージする必要はなく、排出量と影響度を軸とした優先順位付けが重要です。多くを排出量に責任を負うサプライヤーに対しては、必要となる規模での変化を生み出すためには、緊密なパートナーシップや一対一の協働が必要になるでしょう。

調達プロセス

現状

11%

回答企業のうち、サプライヤー契約に気候変動関連の要件を含めている割合

14%

サプライヤー契約に含まれていない部分で気候関連の要件を含めている割合

<3%

サプライヤーに気候関連データの開示を要請している割合

36%

回答企業の36%が、契約上の要件に持続可能性に関するKPIを調達プロセスの中に導入することを2年以内に実施する予定です。

今後、どのように進捗していくのか

気候変動対応の要件を導入し、その要件の順守を監視することによって、企業はサプライヤーに行動に移すことを求め始めなければなりません。それは、サプライヤーがスコープ1、2、および3の排出量を開示することが最低限必要で、企業にとって自社のスコープ3の排出量を算定するために重要です。

企業が報告している要件で最も一般的なのは規制の遵守です。（気候関連要件を持つ企業の28%）これは企業の情報開示の基盤となるものですが、必要な規模で変革を実現するためには、企業はサプライヤーに対して二酸化炭素削減への追加的な取り組みを促す必要があります。

理想的な最終目標

情報開示を行っている企業のうち、サプライヤーに要件の順守を要求する以上の取り組みを行っているのは少数です。そのうち10%の企業は、サプライヤーとのエンゲージ時に追加の気候関連要件を提示しています。

4% サプライヤーに科学に基づいた目標（SBT）の設定を要請しているのは全体の**4%で**す。

企業がサプライヤーに再生可能エネルギーの目標を設定することを要求している割合は**1%**以下です。

45%の企業は、サプライヤーの要件順守状況を監視するために自己評価プロセスを導入しています。

24%の企業は、サプライヤーのスコアカードや評価に持続可能性関連のKPIを組み込んでいます。

スコープ3の排出削減は、ネットゼロ戦略遂行において極めて重要です。そのため、弊社はサプライヤーとCDPサプライチェーンと協働して、ネットゼロの未来を創り出すために取り組んでいます。弊社は、過去6年間で、サプライチェーンの排出量を28%削減し、2031年3月末までに中間削減目標の42%削減を達成し、2041年3月末までにサプライチェーンと顧客の排出量をネットゼロにする目標に向けて順調に進んでいます。（自社運営分に関しては、2031年3月末までのネットゼロ達成を掲げています）。進捗状況は、サプライヤーのCDPへの回答を通じて追跡しています。CDPとSBTiと協力し、企業に科学に基づく目標への取り組みを開始するよう促してきました。そして、今度はサプライヤーにネットゼロ目標について呼びかけ、それをさらに広げる新たなキャンペーンを開始します。また、**2,500万ポンド以上の新規契約を持つサプライヤーに対しては、ネットゼロの科学に基づく目標の設定または6か月以内のコミットメントを求めています。**

Gabrielle Ginér
Head Of Environmental Sustainability
BT Group

トランジションと人材

気候変動移行計画に関する直近のCDPレポートでは企業の将来について明るい見通しを示しています。

6,520

2年以内に気候移行計画を策定する予定の企業および組織

4,100

既に1.5°Cに適合した気候変動への移行計画を策定している企業および組織

しかしながら、現状は必要な水準には程遠い状況です。

- 2022年にCDPを通じて開示を行った企業のうち、信頼性のある気候移行計画の21の主要指標について十分な詳細を報告したのは開示企業および組織のうち**0.4%**です。
- 開示している企業および組織のうち、**60%**以上が信頼性のある気候変動への移行計画の21の主要指標のうち7つ未満しか開示していません。

同報告書では、取締役会レベルの監督がより良く反映されていることが見て取れます。開示している企業および組織の3分の1以上が気候移行計画に取締役会レベルでの監督を行っています。

実際には、74%の企業が気候変動における取締役会レベルの監督を報告しています。取締役会レベルの監督をまだ行っていない企業でも、そのうちの41%は今後の2年間で導入する予定です。これは気候変動に関するリーダーシップの肯定的な一面です。一方で、その効果がバイヤーに浸透し、行動に移すインセンティブとなっていくかはしっかりと見ていく必要があります。

バイヤーとスコープ3に関するインセンティブ

企業リーダーが気候関連の目標達成に参画し、移行計画が策定されたら、変革を実現する責任は企業全体にかかります。削減の手段を実施するにあたり、エコシステム全体を巻き込まなければなりません。

気候関連のインセンティブを取り入れている企業

21%

サプライチェーンのエンゲージメントをインセンティブの対象にしている企業

19%

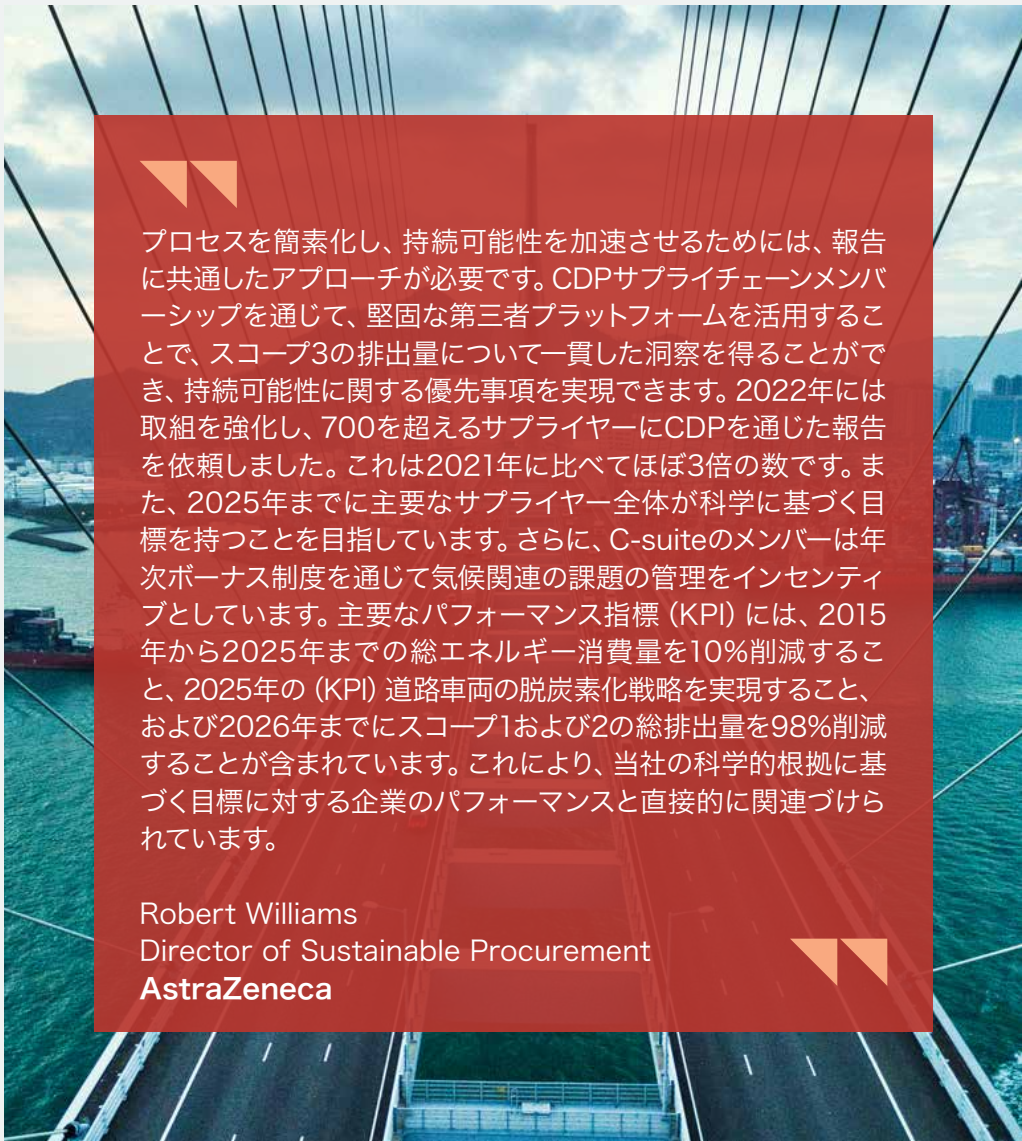
購買活動に環境基準を含めることをインセンティブの対象としている企業

20社のうち3社がスコープ3の排出量に対してインセンティブを適用した管理を行っています。

そのために、異なる部門にまたがるエンゲージメントや目標設定が必要です。この変化を促進するための行動には、以下が挙げられます。

- 機能サポートおよびビジネスオーナー向けのスコープ3のKPIに基づいたインセンティブの配分、評価、事業開始など
- サプライヤー管理に持続可能性を組み込む（例えば、データ管理ツールの使用や調達基準および関係管理を通じて実施します。）
- スコープ3のガバナンスを重要なビジネスの意思決定に組み込む
- 必要に応じて内部および外部のコミュニケーション戦略を構築し、スキルアップを図るため、積極的な変更管理を促進する

バイヤーにインセンティブを与え、彼らの職務内容に気候変動を組み込むことは、この部門間のエンゲージを実現するために非常に重要です。回答者の39%は気候関連の課題の管理に対してインセンティブを提供しており、さらに28%の企業が今後2年間で同様の取り組みを計画しています。



プロセスを簡素化し、持続可能性を加速させるためには、報告に共通したアプローチが必要です。CDPサプライチェーンメンバーシップを通じて、堅固な第三者プラットフォームを活用することで、スコープ3の排出量について一貫した洞察を得ることができ、持続可能性に関する優先事項を実現できます。2022年には取組を強化し、700を超えるサプライヤーにCDPを通じた報告を依頼しました。これは2021年に比べてほぼ3倍の数です。また、2025年までに主要なサプライヤー全体が科学に基づく目標を持つことを目指しています。さらに、C-suiteのメンバーは年次ボーナス制度を通じて気候関連の課題の管理をインセンティブとしています。主要なパフォーマンス指標（KPI）には、2015年から2025年までの総エネルギー消費量を10%削減すること、2025年の（KPI）道路車両の脱炭素化戦略を実現すること、および2026年までにスコープ1および2の総排出量を98%削減することが含まれています。これにより、当社の科学的根拠に基づく目標に対する企業のパフォーマンスと直接的に関連づけられています。

Robert Williams
Director of Sustainable Procurement
AstraZeneca

調達チームはサプライヤーとのエンゲージメントにおいて先駆者であり、サプライチェーンの排出量削減に向けて重要な影響力を持ち、それを大きく推進することができます。

- 現在、インセンティブを提供している企業のうち、3%がチーフ・プロキュアメント・オフィサー（CPO）に、そして3%がプロキュアメントマネージャー、2%がバイヤー/購買担当者にインセンティブを与えていると報告しています。
- つまり100社に対してわずか3社しか、気候関連の課題の管理に対して調達関連チームに対してインセンティブを提供していないことを意味します。

これらの数値はまだ低いですが、スコープ3の管理におけるリーダーシップについての状況が明確になってきています。人々とプロセスが効果的な変革の中核に位置しています。バイヤーは徐々にインセンティブを受けるようになり、気候変動が彼らの業務に組み込まれています。調達プロセスはますます気候変動に対して厳密になり、リーダーたちは入札や契約において1.5°Cの将来に整合した方針を求めています。

Valeは、サプライヤーに気候変動の問題を認識させ、彼らと協力して排出量削減に取り組んでいます。私たちは、測定できるものしか管理できないと考えています。そのため、2020年以来、私たちはサプライヤーに対して、年次のCDP気候返送質問書を通じて自社の排出量を計測し報告するよう奨励してきました。この情報が私たちにとってどれほど重要であるかを強調するために、購買テンプレートに契約条項を設けて、要請を受けた場合には、CDPに回答するよう求めています。2022年には492のサプライヤーが招待され、そのうち412社がCDP気候変動質問書に回答しました。これは前年比で10%の増加であり初めての開示サイクルの時と比較すると1%の増加を示しています。

しかし、パリ協定に整合した温室効果ガス（GHG）の削減は、Valeの間接排出量（スコープ3）を33%削減する目標の一部です。そのため、私たちは自社のサプライチェーン全体と協力し、GHG排出量において重要な活動を行っているサプライヤーと連携し、持続可能な鉱業を実現するための次のステップを踏む方法を検討しています。これは、生活を向上させ、未来を共に変革するという私たちの使命にとって、非常に重要です。

Thais Santiago
Suppliers' Innovation and Development Manager
Vale SA

水セキュリティ

2

サプライヤーエンゲージメント

>920億米ドル

バリューチェーン全体での水関連リスクの潜在的財務インパクト

6.5倍

このインパクトは対策に必要なコストと報告されている140億米ドルの6.5倍

2022年、企業は自社のバリューチェーンにおける水関連のリスクが合計で920億米ドル以上の財務上の影響を及ぼすことを報告し、サプライチェーンにおける影響の大きさを示しました。

さらに水関連のリスクに対応しない場合に引き起こされる被害額が、対応に要する見積もりの140億米ドルよりも6.5倍高いことを報告しています。

水セキュリティリスクの緩和活動はすべて同じ効果をもたらすとは言えません。例えば、食品会社が自社の製造工場で水の効率改善に投資することは、サプライチェーン全体で再生型農業の実践を推進する場合と比べると、特に長期的にはその効果が小さいことが見えてきます。

企業は、水セキュリティ関連で最も効果があり、最もリスクにさらされている事業活動に投資を重点的に行うことで、運営事業上の強靭さと財務上の強靭さを高め、企業のブランド価値を向上させることができます。これはまた、長期的な進歩、言うなれば新たな市場機会の特定やサプライヤーのパフォーマンスを向上させることなどの、根本的な変化を優先することも意味します。

気候変動と異なり、サプライチェーンの水消費に求められる純粋な水量を計算するための会計手法は存在しません。

上流のフットプリントを定量化する

現在、サプライチェーンの水フットプリントを定量化している企業は多くありません。気候変動とは異なり、サプライチェーンの水消費に求められる水量を計算するための算定手法が存在しないのです。ただし、この複雑さが唯一の理由ではありません。自社の事業において水の取水と排水を100%モニタリングすることは、ずっと容易な取り組みですが、これを行っている企業はわずか33%に過ぎません。自社内でこれらのできることを行わずに、企業がサプライヤーにそれを要求することは困難です。

しかし、企業は近い将来、上流の影響についてより頻繁に問われることになるでしょう。

- **政策立案者は、サプライチェーンに関連する水の影響について認識を深めています。**例えば、EEA（欧州環境庁）は、2020年にEU-27の世帯が購入したすべての衣類、靴、家庭用テキスタイルを生産し処理するために、推定で**4,024百万m³**の淡水資源が使用されたと報告しています（1人あたり9m³）。これにより、この消費領域は食品とレクリエーションに次いで3番目に大きな影響カテゴリーとなっています。**淡水資源の消費量のうち、わずか12%**がヨーロッパ内で行われています。[2]
- SBTNなどの環境NGOは、ゴールドスタンダードの手法において、バリューチェーンの影響を取り入れています。「**企業は、目標が設定される各流域ごとに、直接の運営および上流スコープにおける淡水の量および/または水質へのベースラインレベルの圧力を定義するために、データを収集することが求められます。**」

2 European Environment Agency, 'Water use in the upstream supply chain', eea.europa.eu, 2023, https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/figures/water-use-in-the-upstream, (accessed February 6, 2023).

SBTNブリーフィング

科学に基づく自然に関する目標（ネイチャー SBTs）は、企業の自然に基づく影響や依存関係を測定するための、世界的に適用可能で一貫した方法を提供します。また、生態系の改善を測定する方法も提供します。

淡水の目標は、流域の状況に左右されます。

たとえば、淡水の量と水質の目標は、企業が運営し、商品や原材料を供給する流域（または「水系」）に基づいて設定されます。運営拠点や調達サイトの数に応じて、企業は複数の淡水の量と水質の目標を持つことになります。

企業には、目標が設定される各流域において、自社直接の運営部分とサプライチェーン上流において消費される淡水の量および水質に対するベースラインレベルへの圧力を定義するために、データを収集することが求められています。

SBTN

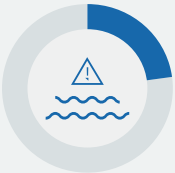
自然（または淡水）に根差す多くの課題に対処するために、企業は今、何ができるでしょうか？

- 自然に関する科学に基づく目標設定（ネイチャーSBTs）ガイダンスのステップ1（評価）、2（理解と優先付け）に取り組み始めることで、企業は自然への物質的な影響を理解し、取り組みの優先順位を付ける方法を把握することができます。
- 自然に関連する財務情報開示タスクフォース（TNFD）のLEAP評価を開始することです。
- CDPの水セキュリティに関する質問書に回答することです。

CDPの開示プロセスと生成データによって、企業は報告の推奨事項やネイチャーSBTsの要素をサポートすることができます。

アクション
エンゲージメントとプロセス

サプライヤーとの水セキュリティに関する取り組みは、企業の強靭性を高め、リスクを削減する助けとなります。しかし、CDPが調査する他のサプライチェーンの課題である気候変動や森林に比べて、エンゲージメントの観点ではまだ遅れています。



わずか

23%

全回答企業(912社)のうち
水に関連する問題について、サプライヤーとエンゲージしていると報告したのは23%

シスコでは、コミュニティを結びつけ、意義のある環境保護を促進することにより、包括的な未来をすべての人々に提供できるとを信じています。シスコの環境保護活動には、サプライチェーンの水管理も含まれており、リスク評価に基づいたアプローチで、サプライヤーのCDP水セキュリティへの回答が不十分な場合には、サプライヤーに改善を促します。その後、ウェビナーなど学習の機会を提供し、サプライヤーの総合的な水の管理パフォーマンスを向上させます。CDPのサプライチェーンプログラムとのパートナーシップは、シスコの水の管理プログラムの重要な要素です。

Maria Gorsuch-Kennedy
Supply Chain Sustainability Director
Cisco

どの企業が行動を起こし、その行動内容は何でしょうか?

水に関連する問題についてサプライヤーとの協働を報告した企業の中では、以下の傾向となっておりました。

- 47%は「導入教育とコンプライアンス」を実施しており、最も多いのは水の管理と保全に関する行動規範への遵守への要求です。
- 29%は「技術革新と協力」を実施しており、「製品やサービスにおける水の影響を減らすための革新的な取り組みを奨励」、および「水の管理と協力についてサプライヤーを教育」が多い状況です。
- 23%は「水管理と保全の向上に向けた動機付け」を実施しており、最も多いのは、サプライヤー評価への統合です。

しかし、まだ多くのサプライヤーは水に関連する問題についてエンゲージメントを受けていません。全ての回答企業で見ると、以下の結果となります。

10%
導入教育とコンプライアンスを通じてエンゲージメントしている企業は10%

7%
技術革新と協力を通じてエンゲージメントしている企業は7%

5%
水管理と保全の向上に向けた動機付けを通じてエンゲージメントしている企業は5%

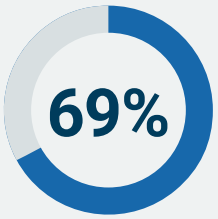
サプライヤーとエンゲージしている企業の中でも、エンゲージしているサプライヤーの割合は大きく異なります。35%の企業は、全サプライヤーのうち1〜25%のサプライヤーをカバーしています。サプライヤーとエンゲージしている企業のうち、全体の75%以上のサプライヤーとエンゲージしているのはわずか25%で、37%は総調達費用の75%以上をカバーしています。

人材

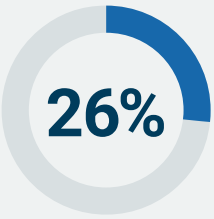
ガバナンスと動機づけ

企業が水に関する目標を達成するためには、その実現に必要な基本的機能が備わっていることが重要です。水管理に関するガバナンスが不可欠です。これには、水に関する経営層からの監督、責任、知識が求められます。

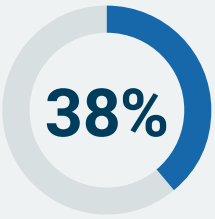
- 回答企業の**20%**は、取締役会レベルの監督体制や、その導入計画すら持っていません。
- 回答企業のうち、水に関連する問題に関して、1人以上の取締役が担当しているのはわずか**33%**です。



水セキュリティに関して取締役会レベルでの監督が行われていると報告している企業の割合



取締役会レベルの監督が行われていない企業のうち、2年以内に導入を予定している企業の割合



最高経営層の役員のうち、水に関連する問題の管理に対してインセンティブが与えられている企業の割合

以下を加味すると、企業の取組は十分とは言えません。

6%

回答企業のうち、サプライチェーンとのエンゲージメントに直接関連するインセンティブ提供を行っている企業の割合

3%

回答企業のうち、CPO（調達担当最高責任者）に対して水に関連するインセンティブが導入されている企業の割合

企業の経営陣、特に調達部門のリーダーは、サプライヤーとの効果的なエンゲージメントを実行するにあたり、水セキュリティの重要性を十分理解し、その対応にもインセンティブが与えられる必要があります。現在、水に関連する問題には、気候関連の問題に比して、緊急性や重要性の認識が高くありません。これを解消するためには、サプライヤーとの購買契約に水関連の条項を取り入れることが不可欠ですが、まだほとんど含まれていません。

セクタースナップショット：アパレル業界の水質汚染

20%

世界の廃水および産業汚染の約20%がアパレル産業によるものであり、そのうち繊維染色が世界的な水質汚染の最大要因

93 兆リットル

アパレル産業によって1年間に消費されている水の量

アパレル業界における水問題

ファストファッションの急速な成長により、世界のアパレル産業はたった20年間[3]で生産量を倍増させ、水資源に重大な影響を与えています。

この産業は、現在、世界の廃水と産業汚染の約20%を占めており、特に繊維染色のみで世界的な水質汚染の最大の要因となっています。[4]この産業は年間に信じられないほどの水（93兆リットル）を消費しており[5]、これはイギリス全体の総水消費量を上回っています。[6]これらの驚くべき統計は、アパレル企業がサプライチェーンと協力して地球の貴重な資源を守るために緊急に取り組む必要があることを示しています。

アパレル産業のサプライチェーン

アパレル産業を支えるサプライチェーンは、複雑であり以下の特徴を持っています。

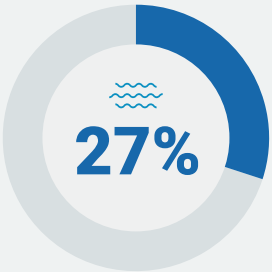
- 様々な地域と規模で運営されている非常に多数の企業
- 様々な地域での規制環境
- 買い手からの強力な圧力/製品のはやりすたれ回転が速い
- 低い利益率での大量生産による「過当競争」
- 多様な有害化学物質と大量の水を必要とする素材と工程

この産業で生じる水質汚染は、健康や生活、生態系、他の産業を危険にさらすだけでなく、アパレル産業自体を脅かしています。この汚染による悪評や規制上のリスクは深刻で、サプライチェーンの混乱や長期的な持続可能性への脅威でもあります。[7]

投資家は水質汚染にますます注意を払い始めています。企業が環境責任を他者に押し付ける行為に対する公的な監視は強まっています。[8]消費者はますます環境に優しい製品をより社会的責任のあるメーカーに求めています。水質汚染に関わる企業は、より社会的責任のある競合他社に対して市場シェアをとられるリスクがあります。

3 https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf
4 https://www.unep.org/news-and-stories/story/putting-brakes-fast-fashion
5 https://www.commonobjective.co/article/the-issues-water
6 https://waterfootprint.org/en/resources/interactive-tools/national-water-footprint-explorer
7 https://ceowatermandate.org/accounting/core-functions/
8 https://planet-tracker.org/wp-content/uploads/2023/01/Under-Dressed.pdf

CDPのデータは、アパレル産業は自身のバリューチェーン全体にわたる水質汚染に関連する潜在的なリスクを過小評価していることを示唆しています。これらのリスクは、人々や地球にとって途方もなく大きな影響を及ぼし、産業内の事業の健全性や長期的な持続可能性にも影響を与えます。



十分な量の高品質な淡水が事業の成功に不可欠であると報告した企業の割合

アパレル産業の意識と行動の不足

投資家や顧客は水セキュリティを向上させる必要性について認識していますが、CDPのデータによると、アパレル産業自体が水の使用に対して意識を持っている企業は僅かです。さらに、産業への負の影響を緩和するためにサプライチェーンとのエンゲージメントを行っている企業は、その明白な重要性に関わらず、さらに少ないです。

2022年にCDPの水に関する質問書に回答したアパレル企業はわずか56社でした。そのうち、わずか27%の企業が質の高い淡水が事業の成功に不可欠であると報告していますが、これはテキスタイル生産のすべての段階で水の重要性が極めて高いことを踏まえると、極めて低い割合です。

この認識の欠如は、CDPの水に関する質問書への回答を通じて開示する企業全体で見られます。

- バリューチェーンの事業のどこかで、汚染事故が財務的または戦略的な影響を与える可能性のあるリスクドライバーとして認識した企業は1社もいません。
- 60%以上の企業は、サプライヤーを水リスク評価のステークホルダーとは認識していません。
- サプライヤーとのエンゲージメントおよび水質汚染の削減に関連する目標の両方を設定している企業は1社もいません。
- サプライチェーン内の排水の質の改善に基づいた取締役へのインセンティブ付与をしているのはたった1社だけです。

今対応することで多くが救えます

セクター全体のパフォーマンスが低い中でも、一部の企業はサプライチェーンとの積極的なエンゲージメントや水質汚染の削減に優れた取り組みを行っています。エルメス・インターナショナルは、2022年にCDPから水セキュリティに対してA評価を受け、その先見性のある取り組みが評価されています。

- エルメスは、全てのサプライヤーに対して水のリスクを報告するよう要求しています。
- 水のリスクが確認されたサプライヤーに対しては、外部監査を要求しています。
- エルメスは、定期的な訪問と第三者によるサプライチェーン監査を行っており、その中には廃水の排出モニタリングも含まれています。
- 調達部門は、サプライヤーが報告した廃水の排出を監視しています。
- サブコントラクターについては、サプライヤーがエルメスに報告する必要があり、訪問に基づく事前認証または廃水の排出を含む水関連のリスクをカバーする第三者監査の対象となります。

パラダイムシフトが必要です

アパレル企業が水セキュリティへの取り組みを改善し、ひいては産業の将来を改善していくためには以下のことを行う必要があります。

- リスク評価プロセスの改善
- 野心的な目標の設定
- サプライヤーの積極的な水の取り組みを推奨

アパレル企業は、現行の不十分な取組によって引き起こされる問題に対処するために、現在以上の取り組みを行う必要があります。これには、バリューチェーン全体でのリスクの徹底的な特定とモニタリング、およびサプライヤーとの協力による水汚染の大幅削減が必要です。しかし、それらの取り組みが行われる前に、アパレル産業はまず、自社のセクターにおける水の重要性や水資源の管理者としての役割の重要性を認識する必要があります。

より良いリスク評価により、企業はサプライチェーンにおける水の汚染に関連するビジネス、環境、社会的なリスクを理解し、把握することができます。これは変革の道筋における重要な基盤となる一歩です。

野心的な目標は、サプライチェーンの廃水・排水の監視や水の汚染の監視・削減などの活動と結び付けられるべきです。これらのポジティブな水の管理プラクティスは、企業が水に関連するリスクに対するレジリエンスを向上させるだけでなく、サプライヤーが変革を実現するための知識と経験を提供することに繋がります。

さらに、アパレル企業はCDPを通じて開示する機会を利用すべきです。2023年の水に関する質問書では、汚染物質や有害化学物質に関する新たな質問や、水の汚染に関するサプライヤーの取り組みや目標についての強化された質問が追加され、企業の説明責任が高められています。

フォレスト

3

森林の役割

パリ協定とSDGsの達成には、森林減少を停止する必要があります。森林減少が続いている状態では1.5℃目標は実現できません。

自然が劣化し続ける中で、企業は評判や法的なリスクのみならず、直接的な資源枯渇に直面し、ビジネスが依存している生態系サービスが機能しなくなるという事業上、財務上のリスクに直面しています。12

気候変動に関する政府間パネル（IPCC）が検討したそれぞれの経路は、2030年までに森林減少を完全に停止するだけでなく、今後数十年にわたってその動きを逆転させることを要求しています。農業、林業、およびその他の土地利用は、世界の温室効果ガス（GHG）排出量の22%を占めています。その大きな影響力をいかに変化させるかがIPCCの経路の基盤となっています。

森林は、気候を調節しGHGを除去するだけでなく、企業が依存する多くのサービスを提供しています。森林は水を供給し、汚染と土壌浸食を制御し、人々と生物多様性を保護し、木を使った製品や生活を提供します。9　世界経済は、森林などの自然生態系に内包されており、それらが提供する基本的なサービスに依存しています。10　世界のGDPの半分以上が、自然およびそのサービスに中程度または高度に依存していると推定されます。11

土地集約的なセクターで活動する企業が、土地に基づく排出削減と除去を含む、科学に基づいた目標設定をするための世界初の標準化された方法論である「Forest, Land and Agriculture Guidance (FLAG)」がSBTiにより発表されています。これには、「森林減少ゼロを2025年より前に達成するという目標が、設定されなければなりません。」という要件が含まれています。13　他のSBTiの方法論と同様に、サプライチェーンのエンゲージメントが標準化されています。企業は、サプライチェーン内の森林減少に取り組まない限り、気候変動のリーダーとしての称号を主張することはできません。

森林減少ゼロを2025年より前に達成するという目標が、設定されなければなりません。

（SBTi-Forest, Land and Agriculture Guidance (FLAG)より）

9 de Groot, R., Brander, L., van der Ploeg, S., Costanza, R., (2012). Global estimates of the value of ecosystems and their services in monetary units. Ecosystem services. 1(1). Available from: doi.org/10.1016/j.ecoser.2012.07.005
10 OECD, 2019, "Beyond growth: Towards a new economic approach", https://www.oecd.org/naec/averting-systemic-collapse/SG-NAEC(2019)3_Beyond%20Growth.pdf (link as of 16th Dec 2019).
11 World Economic Forum. (2020). Nature Risk Rising. https://www3.weforum.org/docs/WEF_New_Nature_Economy_Report_2020.pdf
12 World Economic Forum. (2020). Nature Risk Rising. https://www3.weforum.org/docs/WEF_New_Nature_Economy_Report_2020.pdf
13 https://sciencebasedtargets.org/sectors/forest-land-and-agriculture

企業の役割

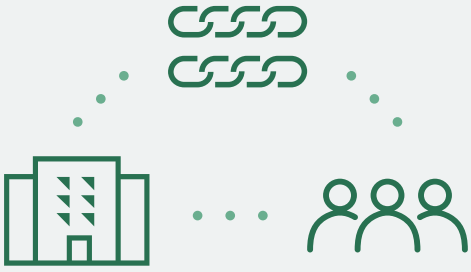
企業は森林減少を引き起こす商品に依存しているため、森林減少を食い止めるための重要な役割を担っています。

企業は需要サイドに位置しているので、商品がどのように生産されるかに影響を与えることができます。サプライチェーンと協働し、大規模な変革を推進することができるのは、消費者ではなく企業なのです。

幸いにも、森林減少に取り組むことの利益は、ますます多くの企業に認識されています。2022年には、1,000社以上の企業が森林に関するデータを開示しました。これは2021年比で20.5%の増加です。しかし、客観的に見ると、この数はまだ不十分です。

気候の影響に関して報告した18,000社に比べると、わずか1,000社というのは非常に少ないと言えます。

フォレスト質問書への回答要請を受けた企業の内、要請に応じたのは30%



わずか

18

社

CDPのサプライチェーンプログラムを利用して、率先してサプライヤーにエンゲージしている企業はわずか18社

森林減少はすべての業界にとっての最重要課題ではありませんが、気候変動対応と比較して森林への関心が低い原因はそれだけではありません。重要なことは、森林に関する取り組みは、投資家や購買者からの関心も低く、企業へのプレッシャーが少ないと言う点です。これは、二次/三次産業が森林や森林関連商品に依存している現実が理解されていないことも原因です。

>7,700

社

2022年にCDPを通じて生物多様性に関して開示した企業*

企業は今まで以上に自然への依存を認識し、自社の影響とリスクを軽減するための行動を取っています。2022年には7,700以上の企業がCDPを通じて生物多様性に関する情報を開示し、そのうち約半数が戦略に生物多様性を考慮し、取り組みを行い、ガバナンスメカニズムを整備しています。しかし、ここでもサプライチェーンの意識とエンゲージメントをさらに高める必要があります。これらの企業のうち約7割は自社のバリューチェーンが生物多様性に与える影響を評価していません。

*気候変動質問書内にて開示した企業数

測定

企業は、森林減少/転換防止の目標を達成するために、トレーサビリティやサプライヤーエンゲージメントなど、さまざまな取り組みを行っています。

しっかりとした監視と検証システムは、企業の業務、サプライチェーン管理、および説明責任の遂行の観点から重要です。これらは、内部評価やバイヤー、投資家、その他の利害関係者に対して、パフォーマンスや進捗状況に関する重要な情報を提供します。

- 回答企業のうち、森林関連の取り組みや方針の遵守を管理、監視、検証するシステムを持っているのはわずか52%です。
- 自社の直接操業とサプライチェーンのすべてをカバーする監視システムを有し、森林減少ゼロコミットメントのベストプラクティスであるコモディティ総量の90%以上に関して報告している企業は、3分の1（36%）のみでした。

2022年、CDPはAccountability Framework Initiativeと共同で、**森林減少/森林転換のフットプリント**についての報告を導入しました。これにより、森林減少や転用防止の目標に向けた進捗状況と、企業のサプライチェーンに関連する土地利用変化に伴う排出量など、上流の環境への影響を関連付けることができるようになりました。

37%

198社が、森林減少または自然生態系の転換フットプリントをモニタリングまたは推定しています。

148社

148社が、自社の全ての森林コモディティ使用における、森林減少フットプリントを評価しています。

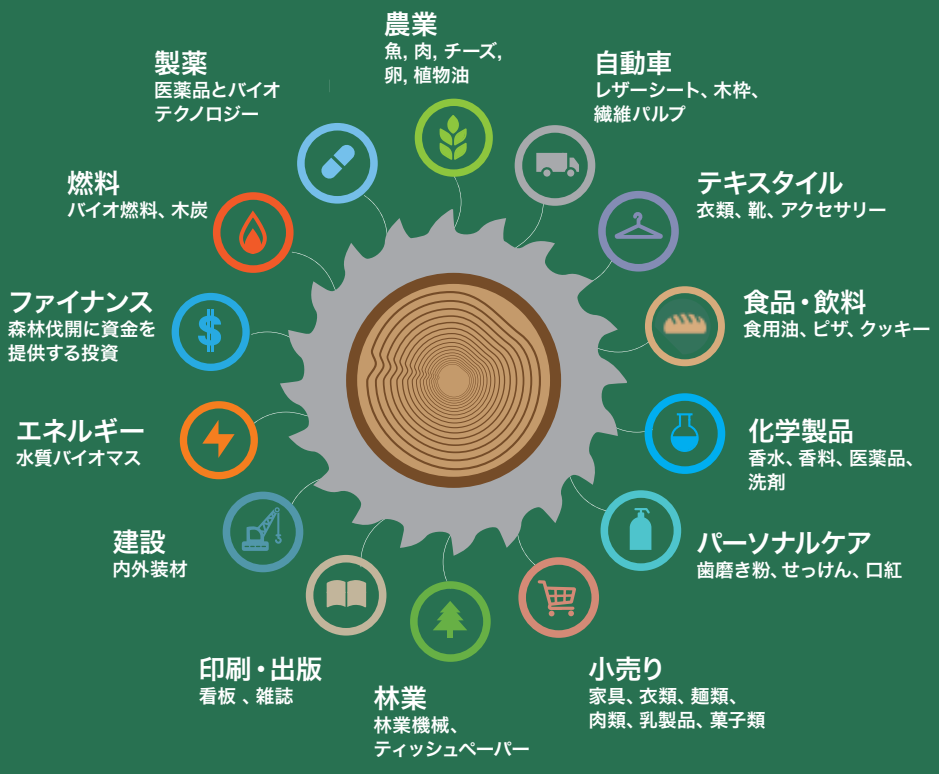
森林減少の停止は、1.5°Cの目標達成と自然を維持する未来にとって極めて重要です。それは、多くの企業にとって、戦略的なサプライチェーン対策を実施し、自社の影響力を最大限に活用することを意味します。

セクター別の森林減少要因

x30 1分毎にサッカー場30面分の熱帯雨林が消失しています。

40% 熱帯林減少の40%が、わずか4つのコモディティによって引き起こされています。

畜牛品、パーム油、木材製品、大豆



543社

直接のサプライヤーと森林に関連する問題についてエンゲージしていると報告している企業

7,304社

気候変動対応に関する問題についてサプライヤーとのエンゲージメントを報告している企業

アクション
エンゲージメントとプロセス

多くの企業にとって、自社の活動による森林減少は直接的な操業よりもサプライチェーンから起こるものです。したがって、サプライヤーとの協力が状況を改善するために必要です。

森林に関するデータを開示した企業のうち、69%の企業が森林に関連する問題について直接サプライヤーとエンゲージしていることは評価できます。(543社)。さらに励みになるのは、そのうち51%の企業が一次サプライヤーを超えて活動していると報告しています(242社)。

ただし、この数値は気候関連の問題においてサプライヤーとエンゲージしていると報告している7,304社と比べ、とても少ないと言えます。森林減少に関する最も戦略的なエンゲージメントでも、気候変動に関するものとは比較にならないほど小さな規模なのです。

人材

森林問題におけるリーダーシップは、気候変動や水セキュリティに比べて顕著に低いと言えます。これは、CDPへの開示や森林に対する具体的な行動が低い水準にとどまっている要因と考えられます。

開示企業のうち:

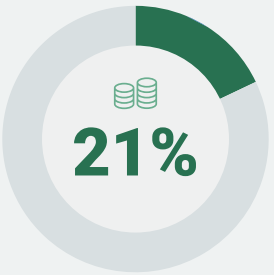
- **23%**は、最高経営層の従業員や取締役会のメンバーに森林に関する問題の管理に対するインセンティブを提供しています。
- **7%**は、今後2年以内にそのようなインセンティブを導入する予定です。

70%の企業は最高経営層および取締役会のメンバーに、2025年までに森林減少に対する行動へのインセンティブを設定する予定はないと報告しました。

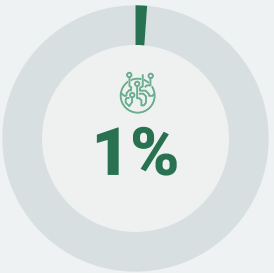
このような経営層におけるインセンティブがないならば、中間管理職が森林課題への取り組みを購買プロセスに組み込む意欲を持ち、権限を与えられ、実行できるようになる可能性は低くなります。

プロセス

森林減少について開示した企業は、(気候変動や水問題への取り組みと比較して)サプライチェーンへの関与のレベルが最も高いにもかかわらず、サプライチェーンに行動を連鎖させることは依然として困難です。



直接のサプライヤーとの関係で、財務的、もしくは商業的なインセンティブを活用して、行動を促進し、森林減少を減らすよう取り組んでいる企業の割合



一次サプライヤーに対し、その企業が事業全体にわたる森林減少や転用のコミットメントを設定し、これを達成するための明確なマイルストーンと期限を設けた行動計画を公開することを促すために、資金面、技術面での支援を提供している企業は、全体の1%です。

森林減少に関しては、サプライチェーンでの監視と行動を推進するための成熟した枠組みが存在していますが、それに取り組んでいる企業や業界はまだ十分ではありません。

サプライチェーンでのアクション拡大をサポート

CDPのサプライチェーンプログラム

CDPは2022年現在、サプライチェーンプログラムを通じて280以上のサステナビリティリーダーと協力しています。彼らは、環境リスクや影響が会議室内の話に留まらないことを認識しています。投資家、消費者、政策立案者は、企業が自社のバリューチェーンや購買の決定に責任を持つことを望んでいます。世界的なパンデミックは、サプライチェーンとビジネスモデルの弾力性が今まで以上に重要であることを示しています。

280+

2022年のCDPサプライチェーンメンバー

透明性の推進

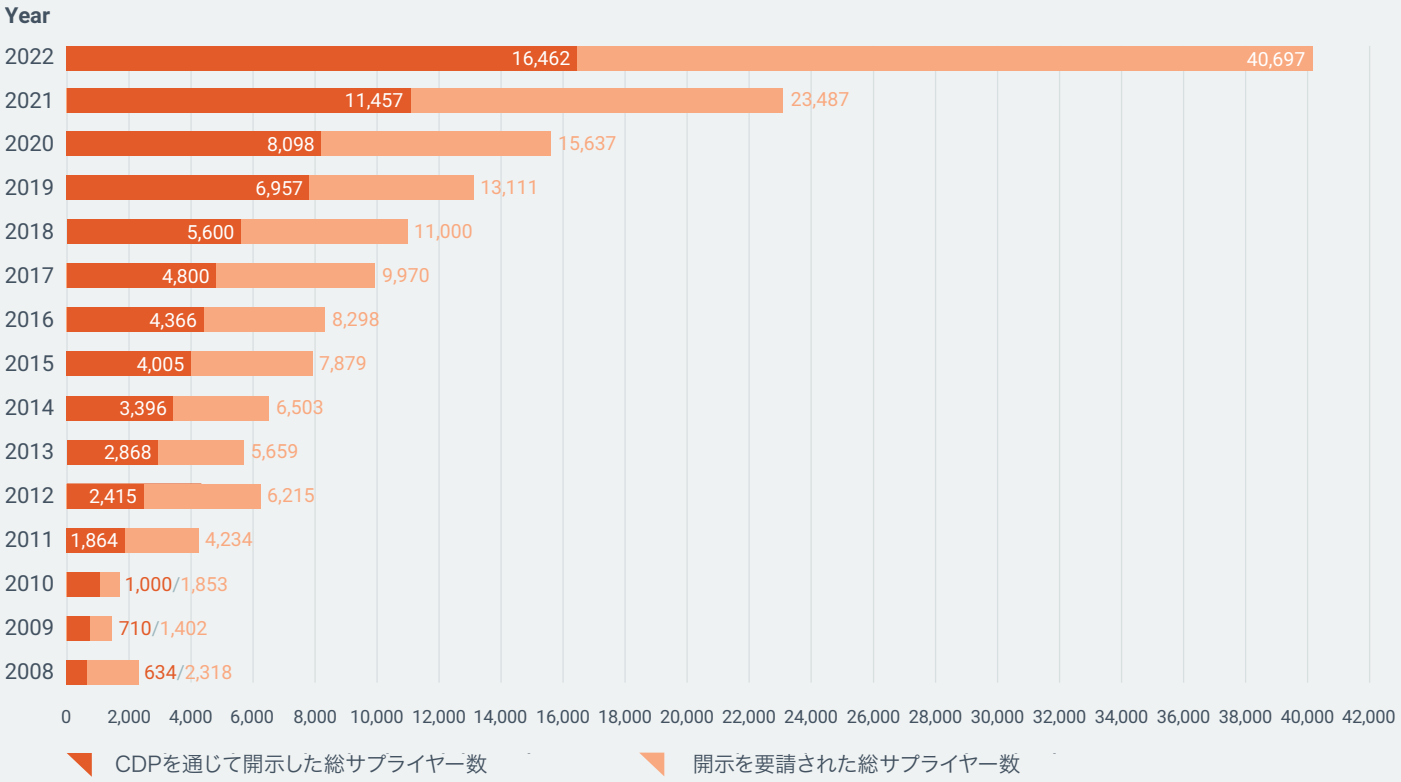
多くの購買企業にとって、測定はサプライヤーとのエンゲージメントの出発点であり、影響を理解し定量化するための手段となります。CDPを通じて報告される環境情報は、サプライチェーンプログラムのメンバーとそのサプライヤーが、対前年比のバリューチェーンのパフォーマンスを追跡し、行動を促進するために使用されます。

2022年、16,462社のサプライヤーが顧客の要請に応じてCDPに報告しました。この回答数の増加は、顧客や他の関係者からの環境面の透明性への圧力の増加に関連しています。より詳細な数量データと検証を通じて示される認識と責任の高まりは、意義のある変革の基盤を築きます。測定されないものは管理できません。データの開示によって行動を起こすことが可能になります。

2022年に開示したサプライヤー **16,462**

2022年にCDPを通じて開示を要請されたサプライヤー **40,697**

2008年から2022年までのCDPサプライチェーンの開示企業数の推移



サプライチェーンにおいて、開示は行動を促進します。

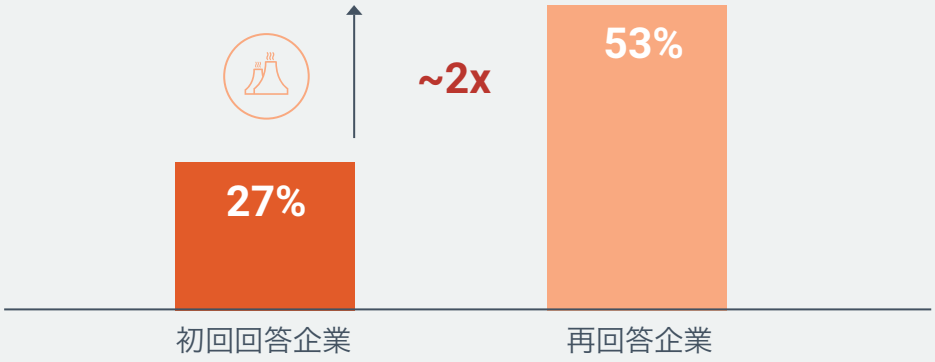
CDPは、主要な購買企業・組織が、毎年サプライヤーにCDPへの報告を要請することで、環境への取り組みが推進され、サプライチェーン全体にその効果が波及していることを確認しています。

例えば、2022年に初めて回答した企業のうち、わずか27%が少なくとも1つのスコープ3カテゴリーを開示しました。一方、以前に開示した企業では、この割合がほぼ倍増し、53%に達しています。

27%

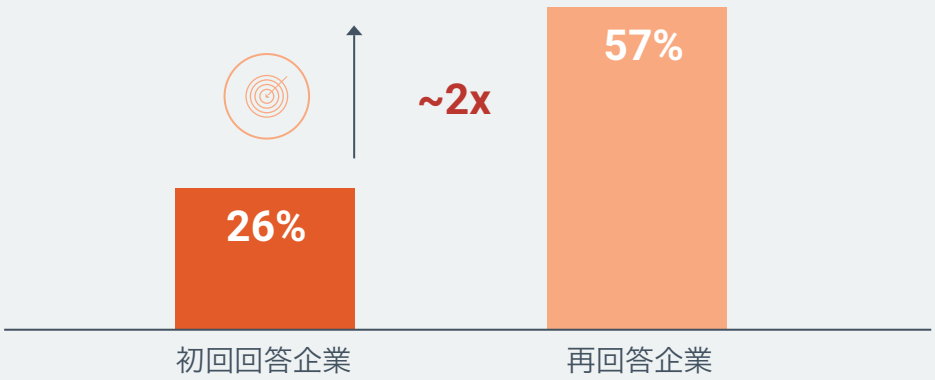
2022年に初めて回答した企業のうち、少なくとも1つのスコープ3カテゴリーを開示した企業

少なくとも1つのスコープ3排出量カテゴリーを開示している企業



CDPを通じて開示を行った企業のうち、初回回答企業のわずか26%が総量もしくは原単位の目標を持っており、一方で再回答企業の57%が同様の目標を持っていることから、開示によって目標設定を推進することが示されています。

総量もしくは原単位の目標を開示している企業



7000万tCO_2e

CDPサプライチェーンメンバーのエンゲージメントにより削減された排出量

サプライヤーが報告したデータによれば、CDPサプライチェーンメンバーとのエンゲージメントにより、累計で**70,385,721トンのCO2**の削減が実現されました。これは、エンゲージメントが世界的な行動を促進することを示しています。

1 持続可能な調達のためのパスウェイ

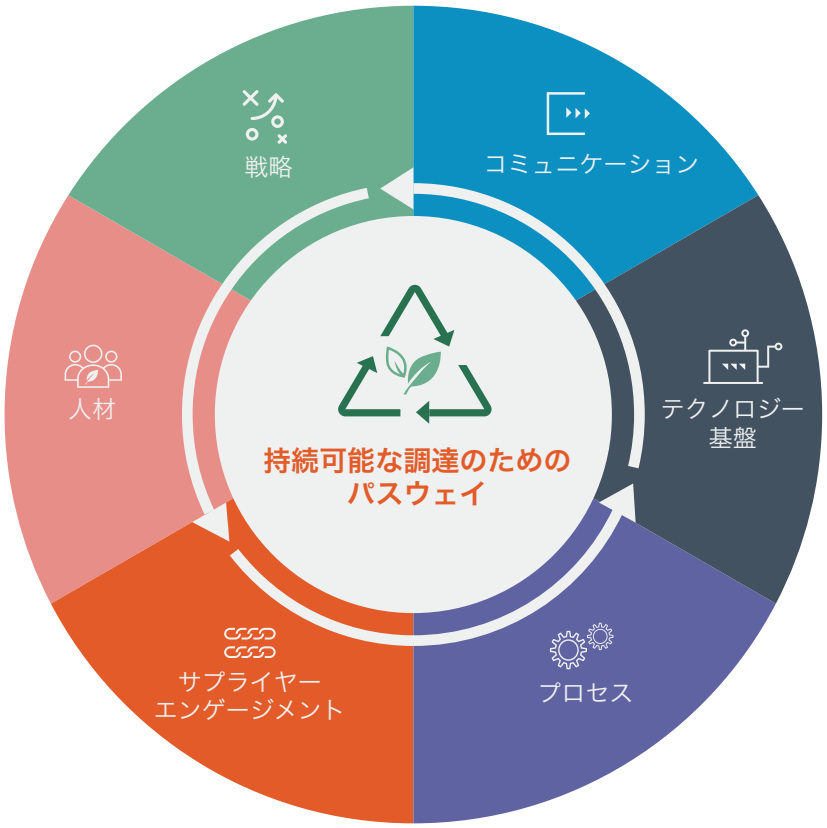
このフレームワークは、企業の成熟度レベルに基づいて設定され、持続可能な調達戦略の開発を5つの異なるフェーズに分けて分析します。フェーズ1である**「Foundation(基礎)」から、最終目標を示す「Lead(リード)」で構成されています。**

同時に、このパスウェイでは包括的で持続可能な調達戦略の基本となる、以下の要素を組み込んでいます。

- **人材**
- **サプライヤーとの関係構築**
- **プロセス(内部)**
- **テクノロジー基盤**
- **コミュニケーション**

CDPとボストンコンサルティンググループ(BCG)は、具体的な課題に対して実際の解決策を提供することで、グローバルなサプライヤーとのエンゲージメントの速度と規模を加速させることを目指しています。CDPは10年以上にわたる持続可能なサプライチェーンでの経験を、BCGは業界横断的な専門知識とダイナミックなテクノロジーを活用しています。そのため、CDPとBCGは組織がサプライチェーンのエンゲージメントを評価・改善し、透明性を高め、サプライチェーンの排出量を削減するための革新的なツールを提供しています。

このフレームワークは、CDPとBCGが共同開発したものであり、組織がサプライチェーンのフットプリント管理の成熟度を評価し、改善するための包括的なガイドです。各組織が固有の活動に合わせて活用し、カスタマイズするための基礎となります(例:KPIや目標設定など)。CDPの質問書への回答企業のフィードバックによって改善され、ベストプラクティスを共有することを目指しています。



BCGと共同で創り上げた、CDP持続可能な調達のためのパスウェイ

	基礎	実践	導入	強化	リード
戦略	調達のための包括的な持続可能性のある目標を設定します。シンプルで持続可能な調達ポリシーを策定します。従業員と主要なサプライヤーに対してポリシーを伝えます。	持続可能な調達戦略を見直し、特に新しいテクノロジーの導入の可能性を検討します。環境戦略を導入し、全体的な企業戦略に組み込みます。	持続可能な調達ポリシーをリスク、プロセス、マーケティング、サプライヤーエンゲージメント、測定およびレビュー、プロセス全てをカバーする戦略に拡大します。戦略はCEOによって承認されます。	持続可能な調達ポリシーが業界のベストプラクティスとして認められます。ポリシーの進化を主要なステークホルダーと共有します。	環境、調達、および事業戦略を統合し、事業を1.5°C目標に沿った成功へと導きます。
	具体的KPIの例				
	スコープ3の上流排出 削減: 0-10%	スコープ3の上流排出 削減: 10-20%	スコープ3の上流排出 削減: 20-30%	スコープ3の上流排出 削減: 30-40%	スコープ3の上流排出 削減: > 40% 1.5のコンプライアンス認証
人材	最高経営層に持続可能な調達のKPIを導入します。主要な調達スタッフに持続可能な調達の基本トレーニングを提供します。	調達スタッフに持続可能な調達の原則に関する基礎トレーニングを提供します。主要なスタッフには、持続可能な調達の原則に関する高度なトレーニングを提供します。	最新の持続可能な調達の原則に関するターゲットを設定し、トレーニングを提供します。パフォーマンス目標や評価に、持続可能な調達要素を組み込みます。シンプルなインセンティブプログラムを開発します。	持続可能な調達を能力評価と選択基準に含めます。従業員の入社プログラムの一環として、持続可能な調達についての理解を取り入れます。	内部および外部の表彰など、持続可能な成果を公表しそれを賞賛します。すべての購買部門職員の年次目標にKPIを組み込みます。すべての最高経営層のKPIに持続可能な調達のKPIを統合します。
	具体的KPIの例				
	サステナブルな調達の原則に基づく調達スタッフの割合:30% 高度なサステナブルな原則に基づく調達スタッフの割合:0%	サステナブルな調達の原則に基づく調達スタッフの割合:80% 高度なサステナブルな原則に基づく調達スタッフの割合:30%	サステナブルな調達の原則に基づく調達スタッフの割合:100% 高度なサステナブルな原則に基づく調達スタッフの割合:50% 排出削減に基づいて調達スタッフにインセティブが与えられる割合: 25%	サステナブルな調達原則に基づく調達スタッフの割合:100% 高度なサステナブルな原則に基づく調達スタッフの割合:100% 排出削減に基づいて調達スタッフにインセンティブが与えられる割合: 50%	サステナブルな調達の原則に基づく調達スタッフの割合:100% 高度なサステナブルな原則に基づく調達スタッフの割合:100% 排出削減に基づいて調達スタッフにインセンティブが与えられる割合: 100%
サプライヤーエンゲージメント	主要なサプライヤーの支出分析(購買力の割合いを含む) を実施し、サステナビリティへの影響が大きいサプライヤーを特定します。 重要なサプライヤーを対象にして協働を促し調達ポリシーに対する意見を求めます。	詳細なサプライヤーの支出分析を実施します。 上級管理職の参加を伴うサプライヤーとの総合的なエンゲージメントプログラムを開始します。	継続的な改善を促進することをターゲットとしたサプライヤーとのエンゲージメントプログラムを実施します。 調達者とサプライヤーの間で、双方向のコミュニケーションを確立し、インセンティブを提供します。 サプライチェーンの主要な支出領域をマッピングします。	重要なサプライヤーを対象とし、集中的に協働を行います。 持続可能性の監査やサプライチェーン改善プログラムを実施します。達成状況は公式に記録されます。 サプライヤーエンゲージメントプログラムにCEOを参加させます。	主要なサプライヤーと持続可能性に基づく業績指標を合意します。 契約に基づいて、パフォーマンスの進捗を報酬化またはペナルティを与えます。 サプライヤーエンゲージメントプログラムには最高経営層の全員がエンゲージするようにします。
	具体的KPIの例				
	エンゲージするサプライヤー(支出): 0-10%	エンゲージするサプライヤー(支出): 10-40%	エンゲージするサプライヤー(支出): 40-60% エンゲージするサプライヤー(排出): 50-60%	エンゲージするサプライヤー(支出): 60-80% エンゲージするサプライヤー(排出): 60-80%	エンゲージするサプライヤー(支出): 80%以上 エンゲージするサプライヤー(排出): 80%以上

	基礎	実践	導入	強化	リード
プロセス(内部)	主要な契約に一般的な持続可能性基準を含めます。	最も低い価格ではなく、価値のある提案（環境基準を含む）に基づいて契約を体系的に見直しします。	すべての契約において一般的な持続可能性のリスクを評価し、管理対策を策定します。 調達プロセスのすべての段階（提案依頼を含む）において、リスクを適切に管理します。	サプライヤーが持続可能性の基準を満たさない場合や基準に向けた進捗が見られない場合には、サプライヤーを排除するための長期計画を策定し、関連するプロセスを調整します。 また、持続可能性基準を含む提案に対しては、高い評価を付与します。	サプライヤーがクライアントのビジネスを維持するためには、持続可能性のプロフィールを継続的に改善する必要があることを認識するように確認します。
	具体的なKPIの例				
	調達支出の0～10%の範囲で、契約に持続可能性基準を含めます。 サプライヤー行動規範におけるEHSコンプライアンス：100%	調達支出の10～40%にわたる契約には、持続可能性基準が含まれています。	調達支出の40～60%にわたる契約には、持続可能性基準が含まれています。.	調達支出の60～80%にわたる契約には、持続可能性基準が含まれています。	調達支出の80%以上の契約には、持続可能性基準が含まれています。
テクノロジー基盤	現在のスコープ1および2のデータ収集と品質を見直し、新しい基準を策定します。 スコープ1および2のデータ収集を自動化し、漏れを減らします。 一般的な排出係数（調達支出×一般的な排出係数）に基づいてスコープ3のデータの報告を開始します。 データガバナンスプロセスとチェックを策定します。	スコープ1および2のデータ収集の自動化を完了し、データハブに集約します。 データ収集プロセスをKPIを組み込みます。 サプライチェーンを説明するデータモデルを開発し、全サプライヤーのプロファイルを特定します。主要なサプライヤーからは特別な年次分析も取得します。	主要なサプライヤー間で用語の標準化に合意します。合意された形式に基づいて、年次データのエクスポート方法を確立します。 主要なサプライヤーのデータに対して、自動かつ再現可能なデータ分析を確保します。	主要サプライヤーからの持続可能性に関連する情報をデータハブに統合し、自動でのデータアップロードを確立します。 主要なイニシアティブの進捗状況を追跡するための、簡素化されたダッシュボードを開発します。 排出削減を重視した意思決定をサポートするために、シナリオベースのシミュレーションを開発します。	持続可能性関連のデータにおいてサプライチェーン全体での継続的なデータ統合を確立します。 イニシアティブの現状と進捗を追跡するため、データの可視化/ダッシュボードツールの開発を行います。 主要データが利用できない場合に、スコープ3の排出量を推定するための統計モデルを構築します。
	具体的なKPIの例				
	データ品質: エラー率50% 炭素報告にかかる平均時間 (日数): 60日	データ品質: エラー率35% 炭素報告にかかる平均時間 (日数): 30日	データ品質: エラー率20% 炭素報告にかかる平均時間 (日数): 20日	データ品質: エラー率10% 炭素報告にかかる平均時間 (日数): 10日	データ品質: エラー率5% 炭素報告にかかる平均時間 (日数): 5日
コミュニケーション	CDPなどの標準化されたメカニズムを通じて正確な進捗状況の報告を開始します。	進捗状況をサプライヤーや主要な関係者に伝え、進展における透明性を確保します。	サプライヤーや主要な関係者への頻繁なコミュニケーションを確保します。	同業他社と比較します。損益計算書を作成します。	独立した監査報告書を公開します。
	具体的なKPIの例				
	結果の公開:年次	結果の公開:半年ごと	結果の公開:四半期ごと	結果の公開:四半期ごと	結果の公開:四半期ごと 監査報告書の公開

	基礎	実践	導入	強化	リード
結果	調達活動の主要な持続可能性の影響が特定されました。	調達活動による持続可能性への影響の詳細な評価が行われました。 特定された高リスク影響領域を管理するために対策が施されました。 サプライヤーエンゲージメントを含む持続可能な調達方針を見直し、強化しました。 方針は、より広範囲の持続可能な開発戦略の一部です。	持続可能性の措置は、一般的な部門の措置から個々の調達担当者を含めるために洗練され、開発目標に関連付けられています。	管理は、入出の両方を反映したバランススコアカードのアプローチに統合されています。 調達とサステナビリティチームとの定期的な会議を通じて、目標への進捗を評価しています。	組織の持続可能な発展戦略を推進するために措置を施しました。 進捗は公式に同業他社との比較基準を設けて評価されます。 持続可能な調達の利点が明確に示されています。
	具体的なKPIの例				
	結果の公表: 年次	結果の公表:半年ごと	結果の公表: 四半期ごと	結果の公表: 四半期ごと	結果の公表: 四半期ごと 監査報告書の公表

2 サプライヤーエンゲージメント評価（SER）

企業は、公開されている SER採点基準にアクセスすることができます。

企業は、公開されている サプライヤーエンゲージメント・リーダーボードにアクセスすることができます。

CDP気候変動質問書完全版に回答したすべての企業は、サプライヤーとのエンゲージメント評価（SER）を受け取ります。これは、CDPを通じて気候変動に関連するデータを開示するすべての企業に関する情報を分析し、サプライヤーとのエンゲージメント、ガバナンス、スコープ3排出量の計算、目標、および総合的なCDP気候変動スコアに関連する評価です。

最も高いSERスコアを獲得した企業は、サプライヤーエンゲージメント・リーダーボードに掲載されます。このリストへの選出は、企業が積極的にサプライヤーと協力し、気候変動への取り組みがサプライチェーン全体に波及していることを示しています。

謝辞

このレポート作成に協力していただいたサプライチェーンメンバーと回答企業の皆様に感謝いたします。また、このレポートの制作と柔軟なフレームワークの作成にご協力いただきましたBCGにも感謝申し上げます。CDPプロキュアメントプロジェクトへの資金提供については、ノルウェー国際気候と森林イニシアティブからのご支援に感謝申し上げます。また、日本のスコアリングパートナーとグローバルのスコアリングパートナーでもあるIncite Insightにもご協力とサポートに感謝いたします。CDPサプライチェーン、気候変動、フォレスト、水セキュリティ、コミュニケーションチームの貢献な働きにも感謝します。

Sonya Bhonsle
Global Head of Value Chains,
CDP

CDP サプライチェーンメンバー

Premium members

- AstraZeneca
- L'Oréal
- SLB
- Microsoft Corporation
- NTT DATA Corporation
- Stanley Black & Decker, Inc.
- Taiwan Semiconductor Manufacturing Company, Ltd.
- Walmart, Inc.

気候変動
フォレスト
水セキュリティ

CDPプロキュアメントプロジェクトへの資金提供に感謝しています。

NICFI
Norway's International Climate and Forest Initiative

バランスの取れた地球のために、エネルギーイノベーションを推進するグローバルなテクノロジー企業として、弊社の焦点は持続可能性をすべての活動の中心に置くことです。弊社のサプライチェーンの排出量は、スコープ3インベントリの約20%を占めています。このインベントリは、100以上の国に広がる35,000のサプライヤーによって構成されています。2022年はCDPサプライチェーンのメンバーとしての2年目であり、弊社は1,250のサプライヤーに開示要請しました。これらのサプライヤーは弊社のスコープ3の上流排出量の58%を代表し、72%の回答率を達成しました。

成功の要因がいくつかあると考えています。まず第一に、弊社の開示サイクルが調達内部から推進されていることです。弊社は、年次のインセンティブに結び付けられた共通のパフォーマンス目標を通じて、チーム間でこの取り組みを調整しています。2023年以降の弊社の焦点は、サプライヤーの開示の質も含めた進化です。サプライヤーの気候変動への理解を促し、CDPのデータを調達の意思決定に活用することを望んでいます。そのために、気候変動への対策を政策や手順に組み込み、内部の調達チームに気候関連の知識とデジタルツールを提供し、対象となるサプライヤーが具体的な行動の推奨事項を通じて成熟度を高めるための支援をします。

CDPとのパートナーシップは、サプライヤーの気候変動への取り組みの成熟度を評価するための重要な要素であり、具体的な手順を進めるための明確なロードマップを策定するのに役立っています。産業全体として、さらに急速に脱炭素化を進める必要があります。SLBはこの大胆な挑戦を受け入れ、サプライヤーにも同じ道を進むよう促すことに取り組んでいます。エネルギーの必要性と地球とのバランスを保つために、サプライヤーやパートナーと協力することが今まで以上に重要です。

Gwenola Boyault
VP Planning & Supply Chain
SLB

CDP サプライチェーンメンバー

Lead members

- Ahold Delhaize
- Airbus SE
- Alphabet, Inc.
- Altria Group, Inc.
- Ansell
- Arcos Dorados
- ASM International
- Bank of America
- Barclays
- Bayer AG
- British American Tobacco
- British Broadcasting Corporation
- Colgate Palmolive Company
- Dell Technologies
- Deutsche Bank AG
- Electrolux
- Estee Lauder Companies Inc.
- Experian Group
- Flex Ltd.
- Goldman Sachs Group Inc.
- Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.
- GSMA
- Imperial Brands
- J Sainsbury Plc
- Johnson & Johnson
- JT International SA
- Juniper Networks, Inc.
- Koninklijke Philips NV
- KPMG International
- Lloyds Banking Group
- Mastercard Incorporated
- McDonald's Corporation
- McKinsey & Company
- NIKE Inc.
- Nokia Group
- Nomura Research Institute, Ltd.
- Nordstrom, Inc.
- Novartis
- NRG Energy Inc
- Ørsted
- PayPal Holdings Inc
- Philips Domestic Appliances
- Phoenix Group Holdings
- Robert Bosch GmbH
- Royal London Mutual Insurance Society Limited
- Salling Group A/S
- Schneider Electric
- Swisscom
- Target Corporation
- The Coca-Cola Company
- The Dow Chemical Company
- The LEGO Group
- U.S. General Services Administration - OMB ICR #3090-0319
- Virgin Money UK PLC
- Wells Fargo & Company
- Xylem Inc

Standard members

- Accenture
- Accor
- Acer Inc.
- Adani Green Energy
- Adani Transmission Ltd
- Advance Auto Parts Inc
- AGC Inc.
- Aguas Andinas SA
- AIB Group Plc
- Ajinomoto Co.Inc.
- Ambev S.A
- Amdocs Ltd
- Anheuser Busch InBev
- Aon plc
- ARKEMA
- Arm Ltd.
- AT&T Inc.
- Autodesk, Inc.
- Avery Dennison Corporation
- Aveva Group
- Avianca Group
- Baker Hughes Company
- Banco Bradesco S/A
- Banco do Brasil S/A
- Banco Santander Brasil SA
- Bank of Montreal
- Beiersdorf AG
- BMW AG
- BNY Mellon
- Boeing Company
- Braskem S/A

CDP サプライチェーンメンバー

Standard members (continued)

- Bristol-Myers Squibb
- BT Group
- Burns & McDonnell, Inc.
- Business Environment Council (BEC)
- C&C GROUP PLC
- Caesars Entertainment
- Caixa Econômica Federal
- CANPACK Group
- Capital One Financial
- CBRE Group, Inc.
- Cellnex Telecom SA
- Cementir Holding NV
- Chunghwa Telecom
- CIA ULTRAGAZ S/A
- Cisco Systems, Inc.
- Citrix Systems
- Clorox Company
- CNH Industrial NV
- Compagnie Financière Richemont SA
- CSX Corporation
- CVS Health
- Daimler Truck AG
- Deutsche Telekom AG
- Diageo Plc
- Downer EDI
- DURACELL
- Eaton Corporation
- Ecolab Inc.
- Edelman
- Elevance Health, Inc.
- Elisa Oyj
- EQUINIX, INC.
- ESB Group
- Fashion Industry Charter for Climate Action (FICCA)
- Faurecia
- Ferguson plc
- Ferrari
- FIRMENICH SA
- Fletcher Building
- Fluence Energy
- Ford Motor Company
- Franke Management AG
- Fujitsu Limited
- General Motors Company
- Givaudan SA
- Grupo Boticário
- Grupo CCR
- Harman International Industries Inc
- Helen of Troy LP
- Hewlett Packard Enterprise Company
- HMD Global Oy
- Honda Motor Co., Ltd.
- HP Inc
- Husqvarna AB
- Intel Corporation
- International Flavors & Fragrances Inc.
- International Paper Company
- Iochpe-Maxion SA
- Isuzu Motors Limited
- Itaú Unibanco Holding S.A.
- ITV
- Jacobs
- Jaguar Land Rover Automotive plc
- KAO Corporation
- KAUTEX TEXTRON GMBH & CO. KG
- Kellogg Company
- Kesko Corporation
- Keurig Dr Pepper
- Kobayashi Pharmaceutical Co., Ltd.
- Kobe Steel, Ltd.
- Koninklijke KPN NV (Royal KPN)
- KPMG UK
- Lear
- Lenovo Group Limited
- LinkedIn Corp.
- Los Angeles Department of Water and Power
- Lowe's Companies, Inc.
- Magna International Inc.
- Medtronic PLC
- Melrose PLC
- Mercedes-Benz Group AG
- MetLife, Inc.
- Michelin
- Micron Technology, Inc.
- Mitsubishi Motors Corporation
- Movida Participacoes SA

CDP サプライチェーンメンバー

Standard members (continued)

- Nasdaq, Inc
- National Grid PLC
- Naturgy Energy Group SA
- NEC Corporation
- News Corp
- NHS England and NHS Improvement
- Nissan Motor Co., Ltd.
- OMV AG
- Ordnance Survey
- Parker-Hannifin Corporation
- Petróleo Brasileiro SA - Petrobras
- Pinsent Masons LLP
- Pirelli
- Philip Morris International
- Prudential Financial, Inc.
- Prysmian SpA
- Puig, S.L.
- Raia Drogasil SA
- Raizen S.A.
- Renault Group
- Renesas Electronics Corporation
- Restaurant Brands International
- S Group
- SABIC
- Samsung Display Co.,Ltd
- Samsung Electronics
- Santa Catarina
- SBM Offshore
- Sekisui Chemical Co.,Ltd.
- Senior Plc
- ServiceNow Inc
- Sidel
- Sigma Foods
- Signify N.V.
- SK Hynix
- Sky Ltd
- Smith & Nephew
- Snam S.P.A
- Specialist Computer Centres PLC
- SSE
- Stadium
- Stéarinerie Dubois
- Stellantis N.V.
- Sumitomo Chemical Co., Ltd.
- Suzano Papel & Celulose
- Symrise AG
- Syncreon
- TD Bank Group
- Telefónica
- Telstra Corporation
- T. Hasegawa Co., Ltd.
- The Allstate Corporation
- The Yokohama Rubber Co., Ltd.
- Thule Group Ab
- Topsoe A/S
- Toyota Motor Corporation
- Transurban Group
- Trelleborg AB
- Trimble Inc.
- TT Electronics Plc
- UBS
- UNFI
- Unidas
- Unilever plc
- UnitedHealth Group
- Vale SA
- Valeo Sa
- Vattenfall Group
- Velux A/S
- Verizon Communications Inc.
- Virgin Management Limited
- Visa
- Visteon
- Vodafone Group
- Volvo Car Group
- Wal Mart de Mexico
- West Japan Railway Company
- Western Digital Corp
- Wipro
- Yamaha Corporation
- Zimmer Biomet Holdings, Inc.
- Zurich Insurance Group

2023年 CDPサプライチェーンメンバー：日本

Premium member

株式会社NTTデータグループ	

Lead member

株式会社野村総合研究所	

Standard member

花王株式会社	

Standard members

味の素株式会社		いすゞ自動車株式会社	
キオクシア株式会社		株式会社神戸製鋼所	
資生堂株式会社		住友化学株式会社	
TDK株式会社		トヨタ自動車株式会社	
西日本旅客鉄道株式会社		日産自動車株式会社	
日本たばこ産業株式会社		日本電気株式会社	
マクニカホールディングス株式会社		三菱自動車工業株式会社	
横浜ゴム株式会社		良品計画株式会社	

AGC株式会社	
小林製薬株式会社	
第一三共株式会社	
株式会社ニコン	
日清食品ホールディングス株式会社	
富士通株式会社	
ヤマハ株式会社	
ルネサスエレクトロニクス株式会社	

要請質問書 気候変動 水セキュリティ フォレスト

CDPサプライチェーンプログラムにご興味・ご関心のある方は、supplychain.japan@cdp.netまでお問い合わせください。

CDP Worldwide-Japan Supply Chain Contacts

Takuya Harada
Lead of Supply Chain

Kosuke Hiromatsu
Tsukasa Fukuda
Wataru Kawamura
Xiaoyan Liu

CDP Worldwide-Japan Sales & Marketing Contacts

Emi Matsukawa
Lead of Sales & Marketing

Ayako Enoki
Maya Hori

CDP Worldwide-Japan
2-5-1 Marunouchi, Chiyoda-ku
Tokyo 100-0005, Japan
Tel: +81 (0) 3 6225 2232
japan.cdp.net
japan@cdp.net

Sponsor Contacts

Lead Sponsor

NTT DATA Group Corporation
Toru Shimogaki
Head of Green Innovation Office
climate@kits.nttdata.co.jp

Gold Sponsor

Waste Box, Inc.
Shuichiro Suzuki
President
suzuki@wastebox.net

Gold Sponsor

Yachiyo Engineering Co., Ltd.
Hirohito Yoshida
Manager
Sustainability Services Department
hr-yoshida@yachiyo-eng.co.jp

Gold Sponsor

SOCOTEC Certification Japan
Mizuki Kurauchi
General Manager
Environment Department
ESG Technical Expert
mizuki.kurauchi@socotec.com

Silver Sponsor

Japan Management Association
Motoyuki Matsumoto
Quality Management Representative
GHG Certification Center
jmacc@jma.or.jp