

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

サプライチェーンレポート 2022
日本ダイジェスト版

2023年8月



Written in collaboration with
Boston Consulting Group

BCG

Executive summary

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する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。

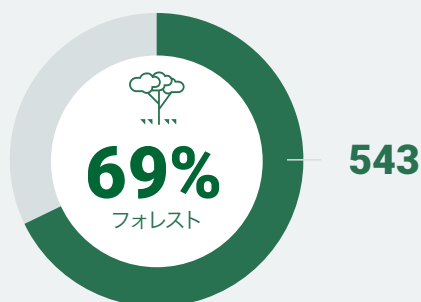
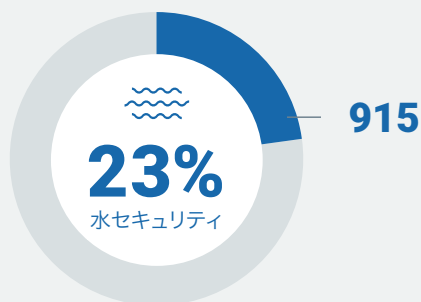
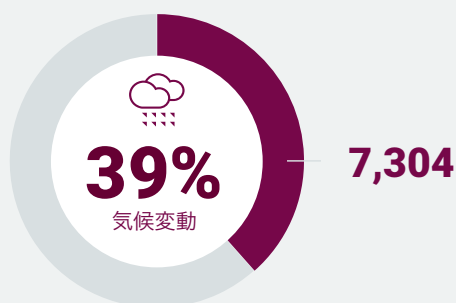
将来的には、サプライチェーンにおける水の影響がより大きな役割を果たすでしょう。SBTネットワーク(SBTN)は、その方法論で次のように述べています。

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



エンゲージメント

このレポートから見てきた一つのポイントは、サプライチェーンに必要な「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、初期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していて、調達支出額の割合では**サプライヤーの41%**が対象になっています。
- ▼ **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少ないため、**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を回避し、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。

NTT DATAは、Realizing a Sustainable Futureのスローガンのもと、自社の企業活動だけではなく、お客様ならびに社会に貢献する事業活動を通じたサステナビリティ経営を推進しています。特に気候変動問題に対しては「NTT DATA NET-ZERO Vision 2040」を策定し、2040年までに自社のサプライチェーンも含めた温室効果ガスの実質排出量ゼロを目指しています。この実現にあたっては、みなさまに協力いただきとにも取り組みを進めていただくことが必要不可欠です。当社はサプライヤーエンゲージメントのためのフレームワークを構築し取り組みを進めておりますが、CDPサプライチェーンプログラムを通じた連携が大きな推進力となっています。CDPおよびご関係の企業や団体の皆様とエンゲージメントを高めながら、本取り組みを進めて参ります。

株式会社NTTデータグループ
グリーンイノベーション推進室長 下垣 徹

2022年のCDP気候変動質問書への回答において、「1.5℃に整合した気候移行計画を作成している」と回答した企業は38%まで達しています。実効性のある気候移行計画を推進するうえで、Scope3排出量の削減につなげる施策となるサプライヤーエンゲージメントは最も重要な要素の一つです。TCFDにおける気候移行計画の要素でも重要な排出源に対処する行動計画を示すことを求めており、信頼性の高い移行計画に必要な重要指標の一つとしてバリューチェーンエンゲージメントの戦略を明確に示すことをCDPでも強く推奨しています。情報収集にとどまらず、サプライヤーとの間での気候変動に関連する要件の明確化や、サプライヤーへのインセンティブ提供、具体的な削減施策としてイノベーションの創造につながるエンゲージメントへの深化といった戦略を、気候移行計画に組み入れ、取締役会の監督のもと実践されることが期待されています。

ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン株式会社
環境対策部 部長 倉内 瑞樹

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。



6%

の企業

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。



23%

の企業

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。



74%

の企業

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。

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

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入れ、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、まだごく僅かで全体の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僅か1%です。

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。

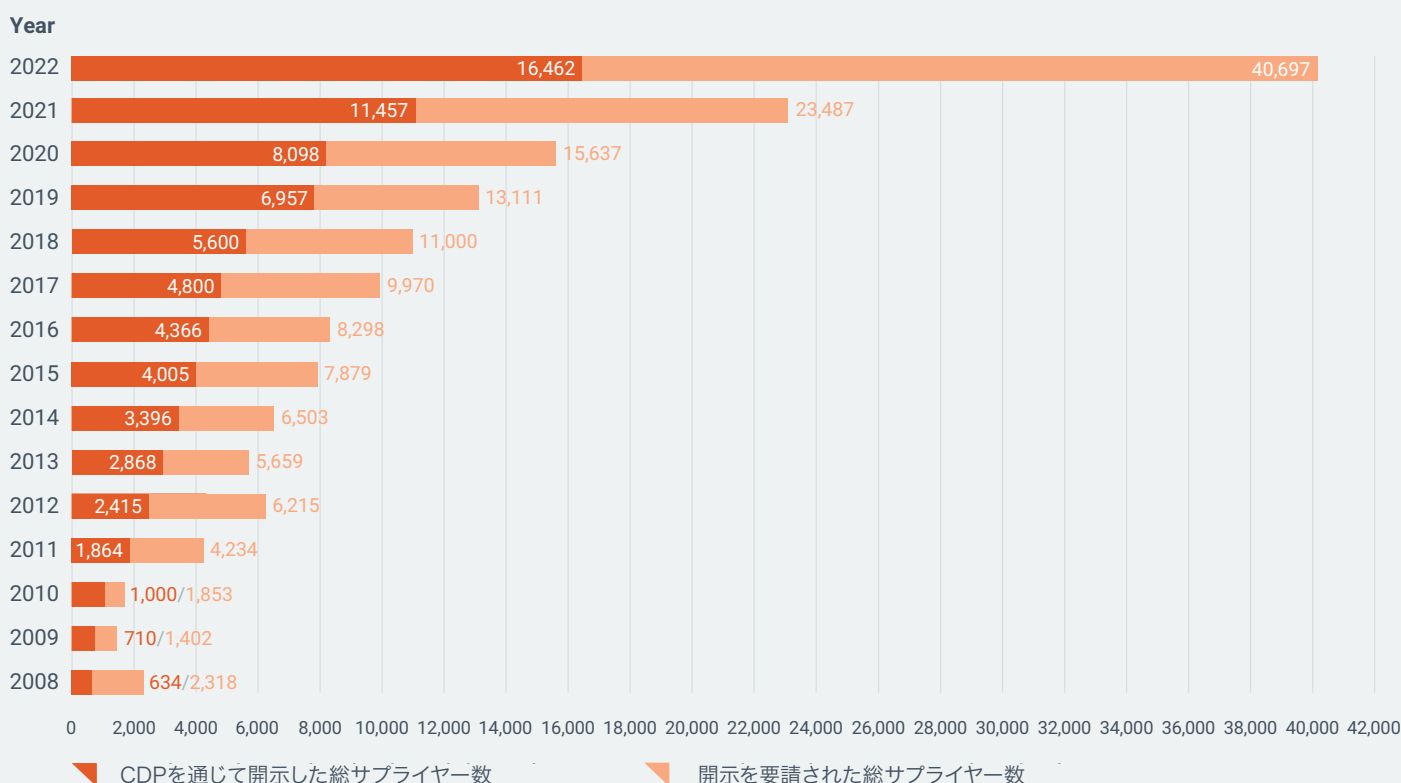
2022年、16,462社のサプライヤーが顧客の要請に応じてCDPに報告しました。この回答数の増加は、顧客や他の関係者からの環境面の透明性への圧力の増加に関連しています。より詳細な数量データと検証を通じて示される認識と責任の高まりは、意義のある変革の基盤を築きます。測定されないものは管理できません。データの開示によって行動を起こすことが可能になります。



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



Climate

スコープ3排出量の主なカテゴリー

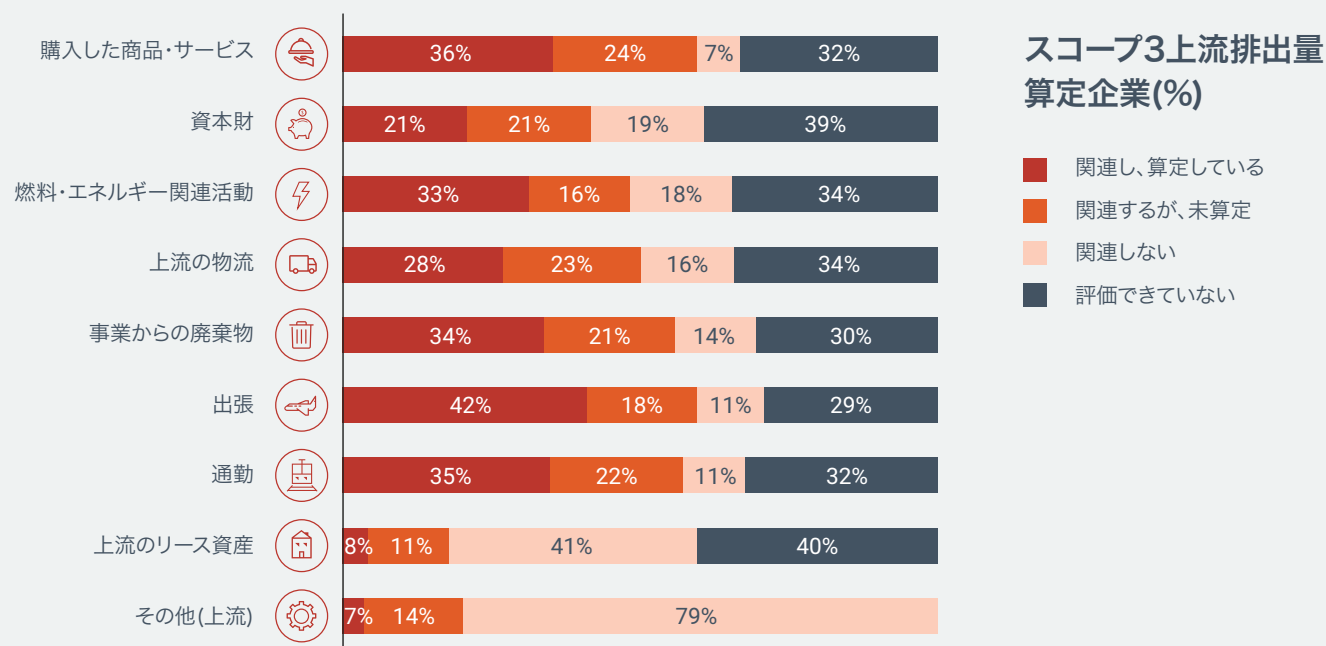
ほぼ全セクターに関連する”購入した商品及びサービス(カテゴリー1)”の排出量ですが、回答報告した企業はわずか36%に過ぎませんでした。それでもなお、報告されたスコープ3の排出量のうち、カテゴリー1は最大の割合(43%)を占めています。

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、購入した商品及びサービス(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定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。



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。¹

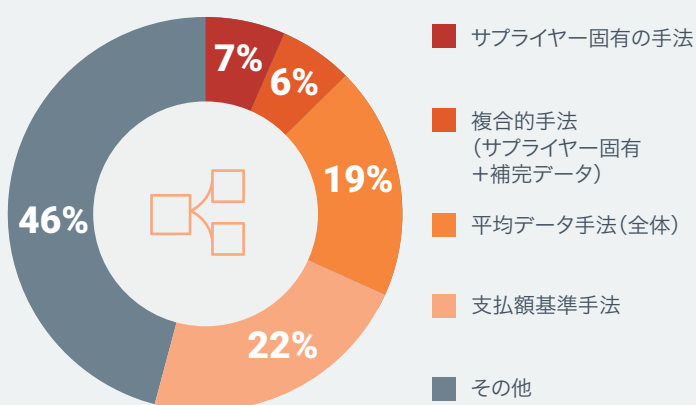
¹ CDP Technical Note: Relevance of Scope 3 Categories by Sector <https://www.cdp.net/en/guidance/guidance-for-companies>

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。この手法は、ハイレベルな報告における最低限の要件であり、企業がスコープ3の基準となる排出量を算定する際の基礎となるステップです。

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



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)



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



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



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

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

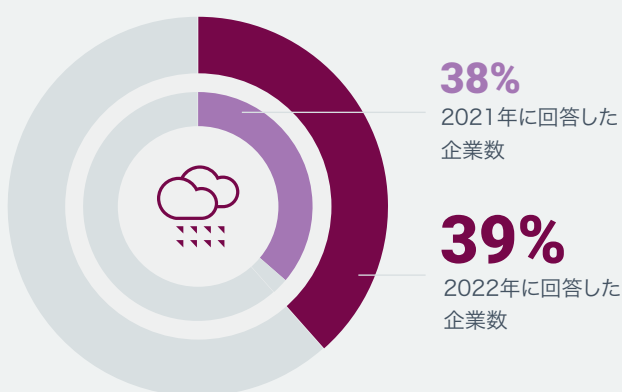
企業がサプライチェーン全体における排出量割合の状況を理解することで、各サプライヤーが占める総排出量の割合に応じて協力関係を構築することが可能となります。

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



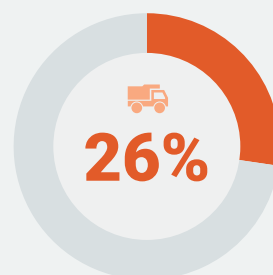
協働している企業において、気候変動面で、企業はどの程度サプライヤーと協働しているのでしょうか？

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。

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。



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。

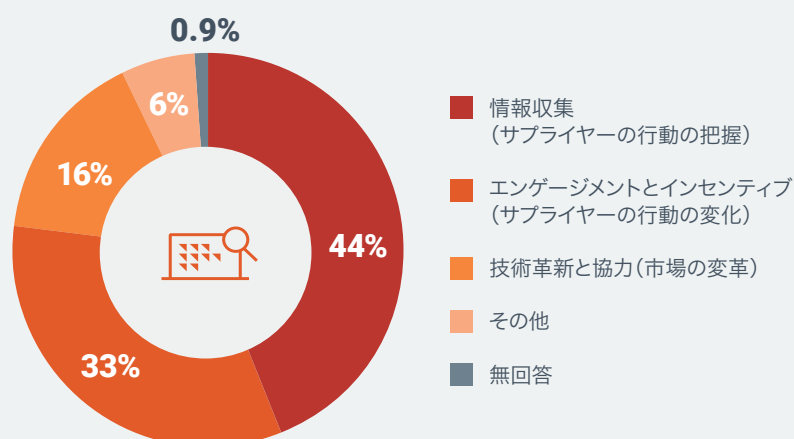
- ▶ 上位20%の企業は、サプライヤーの80%以上とエンゲージしています。
- ▶ 下位50%の企業は、サプライヤーの25%未満としかエンゲージしていません。

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

取り組みの重点化

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。

サプライヤーエンゲージメントの種類（日本）



日本においては、サプライヤーへの金銭的インセンティブ提供や目標設定、取組を進展させるためのキャンペーン、教育の場の提供などを展開する「協働とインセンティブ」及びサプライヤーとの共同取組を実施して、製品およびサービスの技術革新による気候影響の低減を促す行動を起こすことや、再生可能エネルギーを調達するために、革新的なビジネスモデルに関してサプライヤーと協力するなどの「技術革新と協力」といった、具体的な成果につなげようとする取り組みの割合が約50%となっています。

スコープ3排出量のカテゴリー1（購入した製品・サービス）におけるより低炭素な調達品の実現、カテゴリー4（上流の物流）におけるより低炭素な輸送実現のための協力、又はカテゴリー11（製品の使用段階）における製品のエネルギー効率を高めるための共同研究や提案活動の推進、表彰など、様々な取り組みが展開されていることが確認できます。

日本企業のスコープ3算定、検証の状況

スコープ3のカテゴリーごとに検証を受けている企業数を比較した結果、引き続き最も多く検証を受けているのは、カテゴリー1（購入した製品・サービス）であり、スコープ3に対して検証を受けている企業の72%がカテゴリー1に対する検証を受けていました。このカテゴリーは多くの企業にとって排出量に占める割合が高く、重要なカテゴリーと捉えられているためと考えられます。

スコープ3算定・検証数（カテゴリー 1-7）



Water

>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

企業にとって、水は欠かすことのできない資源の一つですが、サプライチェーンを考慮すると水と企業との関連性はさらに高まります。水セキュリティを考える際に重要な観点が偏在性であり、水資源は流域によって量、質、水利用等が異なります。複雑化するサプライチェーンにおいては、渇水に伴う調達の低下など、企業に対し重大な影響を与える場合も考えられます。

一方で、企業の水に関するサプライヤーエンゲージメントの取り組みは十分とは言えません。一部の企業を除き、水リスク評価や購買プロセスへの水要件の組み入れなど、体系的な評価方法や対策がとられている企業は少ない状況です。

現在、企業から多くの関心を集めるTNFDやSBT for Natureにおいても、水や自然資本に関するサプライチェーンの重要性が謳われており、企業の取り組みが進むことが期待されます。

八千代エンジニアリング株式会社
サステナビリティサービス部
マネージャー 吉田 広人

サプライヤーエンゲージメント

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の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、運営事業上の強靱さと財務上の強靱さを高め、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。

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。

▼ SBTNブリーフィング

自然に関する科学に基づく目標設定(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。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。

▼ 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。」

アクション

バリューチェーンと協働している日本企業は81%

日本においては、間接的な水の利用可能性に一定の重要性を見出している日本企業のうちの184社(81%)は、サプライヤーをはじめとするバリューチェーンパートナーと協働しています。協働している企業の割合は、過去3年間に於いてほぼ変わりませんが、絶対数としては2年間で35社増加しています。これには、バリューチェーンにおける水リスクの管理の重要性に対する認識の高さが表れているものと考えられます。内訳としては、サプライヤー及びサプライヤー以外のバリューチェーンパートナーと協働している企業が31%、サプライヤーのみと協働している企業が36%、サプライヤー以外のバリューチェーンパートナーのみと協働している企業が14%でした。業種でみれば、「食品・飲料・農業関連」の90%、「製造」の85%、「バイオ技術・ヘルスケア・製薬」の85%、「素材」の71%がバリューチェーンパートナーと協働しています。バリューチェーンの中でも特にサプライヤーと協働している企業が多く、自社のガイドラインへの順守を求めたり、水の使用量や水リスクに関して報告を求めたりしている企業が多いですが、サプライヤー以外のステークホルダーと積極的に協働している企業もあります。

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、企業の強靱性を高め、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。

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す。

- 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。

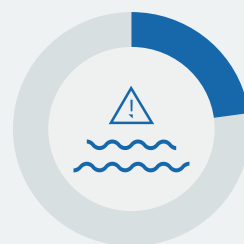


自然(または淡水)に根差す多くの課題に対処するために、企業は今、何ができるでしょうか？



- 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。



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%

Forests



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。⁵

森林の役割

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

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。² 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。³ 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。⁴

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。⁶ 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)

² 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

³ OECD, 2019, "Beyond growth: Towards a new economic approach", [https://www.oecd.org/naec/averting-systemic-collapse/SG-NAEC\(2019\)3_Beyond%20Growth.pdf](https://www.oecd.org/naec/averting-systemic-collapse/SG-NAEC(2019)3_Beyond%20Growth.pdf) (link as of 16th Dec 2019).

⁴ World Economic Forum. (2020). Nature Risk Rising. https://www3.weforum.org/docs/WEF_New_Nature_Economy_Report_2020.pdf

⁵ World Economic Forum. (2020). Nature Risk Rising. https://www3.weforum.org/docs/WEF_New_Nature_Economy_Report_2020.pdf

⁶ <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%



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に18社

>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*

*気候変動質問書内にて開示した企業数

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いう点です。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。

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。

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。



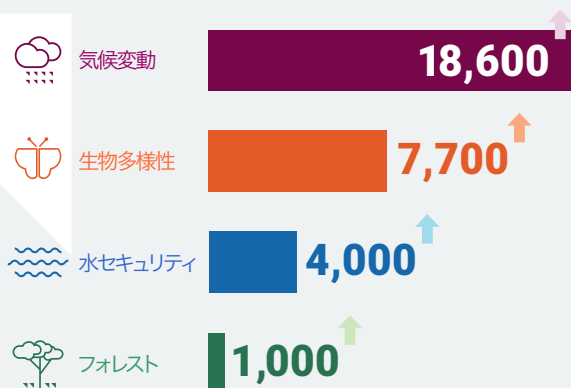
148社

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。

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。

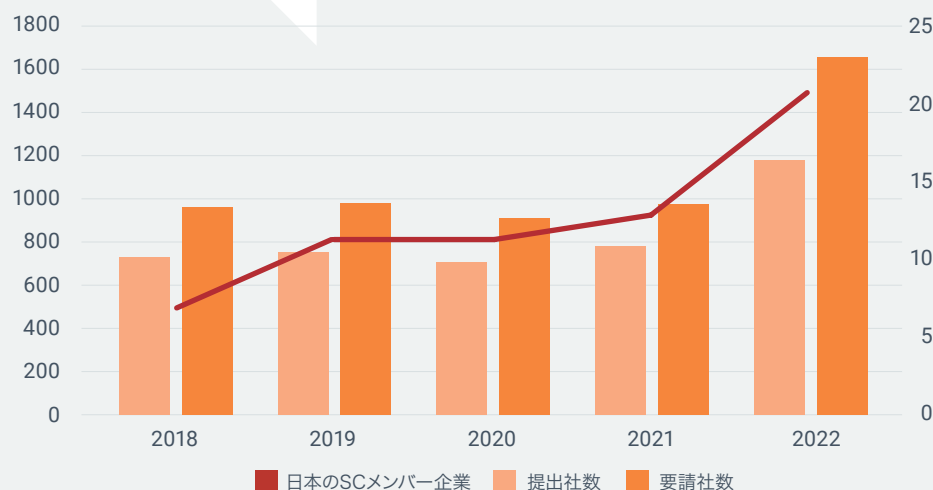
2022年 CDP回答状況



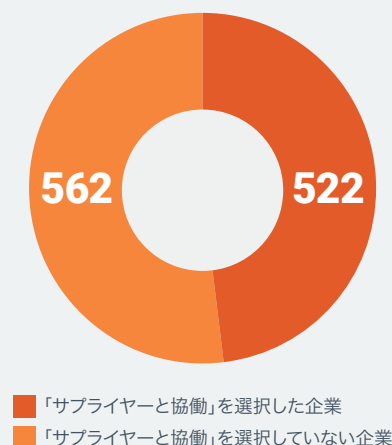
- 全世界で18,600社以上の企業がCDPを通じて気候変動データを開示(2021年比42%増)
- 7,700社以上の企業が生物多様性のデータを初めて開示
- 水セキュリティの情報開示は約4,000社(2021年比16%増)
- フォレストの開示企業は1,000社以上(2021年比30%増)大幅に増加しましたが、この数は開示要請を受けた企業の30%にすぎません

日本においては、サプライチェーンメンバー企業数が増加傾向にあり、サプライヤーへの回答要請数・回答提出社数も連動して増加しています。

日本のサプライチェーンプログラムによる要請先社数・メンバー企業数



サプライヤーと協働している日本企業の数 (投資家要請によるC12.1回答より)



スコープ3の算定、開示が求められる中、サプライチェーンを含めたGHG排出量の削減に向けて企業は何を実施するかが問われており、削減をどのように進めるのかが課題となっております。当会は、気候変動の第三者検証パートナーとして、CDPとともにサプライチェーンプログラムの一次データ、二次データを算定に活用する際の課題抽出と検証方法に関して検討し、これからもサプライチェーンを含む企業のGHG排出量削減に向けた取り組みを支援していきます。

2022年にCDPサプライチェーンプログラムを通じて、16,000社を超える企業が開示に取り組んだ事実は大変喜ばしいことと感じています。今後、地球全体でカスケード効果を発揮させGHG排出量を効率的に抑えるためには、より多くの企業の参加が望まれます。こうした動きを加速するためには、単に参加企業数を増やすのみではなく、サプライヤー企業に対して、どのようにエンゲージメント効果を最大限発揮させるかという観点も重要で、今後の課題であると考えます。

2023年 CDPサプライチェーンメンバー：日本

NTT DATA

NRI 野村総合研究所
Nomura Research Institute

KaO
Enriching lives, in harmony with nature.

Aij
AJINOMOTO

ISUZU

AGC

KIOXIA

KOBELCO
KOBELCO STEEL GROUP

小林製薬

SHISEIDO

SUMITOMO CHEMICAL

Daiichi-Sankyo

TDK

TOYOTA

Nikon

JR
JR西日本

NISSAN MOTOR COMPANY

NISSIN
HOLDINGS

JT

Orchestrating a brighter world
NEC

FUJITSU

Co.Tomorrowing
MACNICA

MITSUBISHI
MOTORS

YAMAHA

YOKOHAMA

MUJI
無印良品

RENESAS
BIG IDEAS FOR EVERY SPACE

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

キオクシア株式会社

資生堂株式会社

TDK株式会社

西日本旅客鉄道株式会社

日本たばこ産業株式会社

マクニカホールディングス株式会社

横浜ゴム株式会社

いすゞ自動車株式会社

株式会社神戸製鋼所

住友化学株式会社

トヨタ自動車株式会社

日産自動車株式会社

日本電気株式会社

三菱自動車工業株式会社

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



2022
CDPサプライチェーン
フルレポート

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