

基礎研 レポート

2050年のCO₂削減目標をコミットした企業

「低炭素杯 2016」の『ベスト長期目標賞』受賞企業が決定

保険研究部 上席研究員、ESG 研究室長 川村 雅彦
(03)3512-1789 kawam@nli-research.co.jp

はじめに

低炭素杯実行委員会（小宮山宏委員長）は、昨年12月、「低炭素杯2016」の一環として『ベスト長期目標賞』の受賞企業10社を公表した（図表1）。この賞は、超長期時間軸でCO₂排出削減目標を掲げ先進的に取り組む企業を表彰（公募ではなく、企業の公表情報を基に審査）するものである。

そもそも「低炭素杯」とは何か。次世代に向けた低炭素社会の実現をめざし、全国の地球温暖化（気候変動）防止に関する活動の表彰を通じて、優れた取組のノウハウや情報を共有し、さらなる活動へ連携や意欲を創出する仕組みとして、2010年度より毎年開催されている。

今年度は、昨年12月にパリで開催された国連気候変動枠組条約締約国会議（COP21）に合わせて、2050年を見据えた長期的かつ志の高いCO₂排出量の削減目標を設定し、積極的に取り組んでいる自治体および企業を表彰することになった。

他にも超長期目標を設定する企業は金融業も含めて複数あるが、本稿では、選ばれた10社について分析してみたい（筆者も審査にかかわったが、その評価基準を踏まえつつ筆者独自の視点から）。

図表1: 低炭素杯2016の『ベスト長期目標賞』企業一覧

業種	企業名【環境ビジョン名称】	CO ₂ 排出量の2050年削減目標（対象範囲）	基準年
自動車	トヨタ自動車 【トヨタ環境チャレンジ2050】	新車: CO ₂ 排出量を90%削減 工場: CO ₂ 排出量をゼロ ライフサイクル: CO ₂ 排出量をゼロ(年を特定せず)	2010年 - -
	日産自動車 【サステナビリティ戦略】	新車: CO ₂ 排出量を90%削減 企業活動: CO ₂ 排出量を80%削減	2000年 2005年
	本田技研工業 【Triple Zero コンセプト】	CO ₂ の企業総排出量を半減 化石燃料依存によるエネルギーリスクのゼロ化	2000年 -
	電機	カシオ計算機 【カシオ環境ビジョン2050】	GHG排出総量を80%削減 (グループ全体)
コニカミノルタ 【エコビジョン2050】		CO ₂ 排出量を80%削減 (製品ライフサイクル)	2005年度
ソニー 【環境計画 Road to Zero】		CO ₂ 排出量をゼロ (製品ライフサイクル)	-
飲食品		麒麟ホールディングス 【麒麟2050年長期環境ビジョン】	CO ₂ 排出量を半減 (バリューチェーン全体)
	サントリーホールディングス 【サントリー環境ビジョン2050】	CO ₂ 排出原単位を半減 (バリューチェーン全体)	2007年
	建設	大林組 【Obayashi Green Vision 2050】	自社施設や施工でCO ₂ 排出量を85%削減 技術開発や省エネ提案でCO ₂ 排出量を45%削減
大成建設		建物運用のCO ₂ 予測排出量を80%削減	1990年
【TAISEI Green Target 2050】		施工段階のCO ₂ 予測排出量を80%削減	1990年

(資料) 低炭素杯実行委員会ならびに各社公表資料を基に筆者作成

GHG: 温室効果ガスの略称、京都議定書ではCO₂をはじめメタンなど6種類のガスを指定。
原単位: CO₂排出総量を生産量や売上高などで割った値で、効率性や企業努力を表す。

1——「低炭素杯 2016」と『ベスト長期目標賞』の狙いと概要

1 | 「低炭素杯 2016」の概要

〔2010 年度から始まった「低炭素杯」〕

異常気象などで実感する地球温暖化（気候変動）問題に立ち向かう人々を応援し、その取組を全国に紹介する表彰制度が「低炭素杯」である。しかし、ご存じでない方もいると思うので、その狙いと概要を説明したい。「低炭素杯」は、次世代に向けた低炭素社会の構築をめざし、全国の地球温暖化防止に関する多様な主体の活動の表彰を通じて、優れた取組のノウハウや情報を共有し、さらなる活動への連携や意欲を創出するための場である。2011 年春に東京大学・安田講堂で産声をあげ、それ以来毎年開催されており、今年 2 月の表彰式（詳細は後述）で 6 回目を数えるまでとなった。

この表彰制度のユニークなところは、予め表彰団体を決定するのではなく、各部門別に“ファイナリスト”を選び、ファイナルステージでの各団体のプレゼンテーションにより受賞者を決めることである。市民目線も尊重することから、低炭素杯実行委員会の委員に加え「ゲスト審査員」を公募する。

〔今年 2 月開催の「低炭素杯 2016」〕

来月開催する「低炭素杯 2016」は、6 年目の新たなる「低炭素杯」としてさらに成熟させるべく、東京・大手町の「日経ホール」にステージを移し、こちらも初めての試みとなる“平日の開催”となった。低炭素杯実行委員会が主催し、一般社団法人地球温暖化防止全国ネット（JNCCA）、一般財団法人セブン-イレブン記念財団、株式会社 LIXIL が共催する。また、様々な企業や団体が協賛・協力しており、後援は環境省、文部科学省、プラチナ構想ネットワークである（図表 2）。

今回の部門別ファイナリストは、企業部門 15 社、地域部門 10 団体、学生部門 8 校、地域エネルギー部門 5 団体であり、その中から環境大臣賞と文部科学大臣賞をはじめ協賛・協力企業/団体賞が授与される。詳細は以下のホームページを参照されたい。

<http://www.zenkoku-net.org/teitansohai/program.php>

2 | 今年度から始まった『ベスト長期目標賞』

今年度は、昨年 12 月にパリで開催された国連気候変動枠組条約締約国会議（COP21）に合わせて、2050 年を見据えた長期的かつ志の高い CO2 削減目標を掲げて、積極的に取り組んでいる自治体および企業を『ベスト長期目標賞』として表彰することになった。低炭素社会の実現には、社会を構成する主体の中で大きな影響力をもつ自治体と企業が重要な役割を果たすと考えられるからである。

この賞は、主催者である低炭素杯実行委員会が NPO 法人「サステナビリティ日本フォーラム」および認定 NPO 法人「環境経営学会」と協力して新たに創設したもので、自治体 158 件から 7 件、企業 256 社から 10 社を次のように受賞団体として決定した。その中から 1 団体ずつ大賞が選ばれる。

<自治体部門>

長野県、横浜市、富山市、名古屋市、豊田市、北九州市、御嵩町

<企業部門>（五十音順）

(株)大林組、カシオ計算機(株)、キリンホールディングス(株)、コニカミノルタ(株)、サントリーホールディングス(株)、ソニー(株)、大成建設(株)、トヨタ自動車(株)、日産自動車(株)、本田技研工業(株)

『ベスト長期目標賞』の実際の評価・審査は、新たに組成された「特別審査会¹」が行った。企業部門の審査方法は以下のとおりである（自治体部門は割愛）。

➤ 調査対象とした企業

企業 256 社：日経 225 対象銘柄（2015 年 10 月 1 日現在）および過去 10 年間の環境省主催「環境コミュニケーション大賞」受賞企業

➤ 調査対象とした情報

HP で公表されている環境（CSR、サステナビリティ）報告書、有価証券報告書、アニュアルレポート、プレスリリースなど、公表されている情報

➤ 審査項目と評価

①長期目標内容、②実績評価、③トップコミットメント、④バリューチェーンでの取組の 4 項目を傾斜配点し、過去 1 年間のコンプライアンス調査を経て評価・審査

なお、『ベスト長期目標賞』の詳細は、以下のホームページを参照されたい。

<http://www.zenkoku-net.org/teitansohai/news/news003.php>

図表 2: 「低炭素杯 2016」の案内状表紙



[チラシのダウンロードはこちら](#)

¹ 特別審査会の座長は後藤敏彦氏（環境経営学会会長）、副座長は倉阪秀史氏（千葉大学大学院教授）であり、筆者を含めて7名の委員から構成された。

2—業種特性を反映する“2050年脱カーボン戦略”

『ベスト長期目標賞』は業種別に評価・審査を行った訳ではないが、ここでは業種特性を考慮してそれぞれの業種（業界）におけるベスト・プラクティスを分析する。

1 | 自動車業界

自動車業界におけるCO2排出量削減の長期目標設定ではニッサンとホンダが先行したが、トヨタが昨年10月に、より包括的な“脱エンジン車戦略”あるいは“脱化石燃料車戦略”とも言える2050年目標を公表した。プロダクトでは新車のCO2排出量の9割削減をめざすが、これは電気自動車（蓄電池搭載）や燃料電池自動車（水素タンク搭載）が主流となることを意味する。事業プロセスではグループ全体および製品ライフサイクルでCO2ゼロをめざす。3社とも2050年目標を達成するために、マイルストーンとして2020年頃を目途とした実践的な中期環境計画も策定・公表している。

20世紀はガソリンやディーゼルを燃やすエンジン車の世紀であった。しかし、環境問題を契機に、21世紀は電気自動車や燃料電池自動車の脱エンジン車の世紀となるだろう。これは単にCO2排出量の削減問題にとどまらず、むしろ自動車そのものの在り方、結果として自動車メーカーの生き残り戦略に直接かかわる。誰でも車が作れるという意味で「ビッグ3からスモール100へ」と言われるが、このことを踏まえて、各社とも経営トップが2050年のCO2削減目標を明確にコミットしている。

図表3：自動車業界の2050年CO2削減目標

企業名	2050年目標 (バウンダリー)	マイルストーン (中期環境計画)	トップ コミットメント
トヨタ自動車	【トヨタ環境チャレンジ2050】 新車：CO2排出量を2010年比△90% 工場：CO2排出量をゼロ (グローバル・グループ全体) ライフサイクル：CO2ゼロ(目標年特定せず) (グローバル・バリューチェーン)	第6次トヨタ環境取組プラン(2020年目標) 同左：2020年△22%以上 同左：2020年新工場で2000年比生産台数当り原単位を約半減 (グローバル・グループ全体)	会長自ら講演
日産自動車	【サステナビリティ戦略】 新車：CO2排出量を2000年比△90% 企業活動：CO2排出量を2005年比△80% (グローバル・グループ全体)	ニッサン・グリーンプログラム2016 同左：2020年代にピークアウト	CSR報告書にて表明
本田技研工業	【Triple Zero コンセプト】 CO2の企業総排出量を2000年比△50% (グローバル・グループ全体) 化石燃料への高依存等によるエネルギーリスキのゼロ化	製品使用時のCO2排出量原単位△30% Honda スマートホームシステムの開発	CSR報告書にて表明

(資料)各社公表資料を基に筆者作成(以下同様)

2 | 電機業界

電機業界ないし精密機械業界における2050年のCO2排出削減目標の設定については、カシオが自社グループ全体の事業プロセスから排出するGHG総量の8割削減をめざす。これに対して、コニカミノルタは自社製品の使用段階を含めて、調達・製造・物流・回収からなる製品ライフサイクル全体を対象としてCO2排出量を8割削減することをめざす。同様に、ソニーはCO2排出量をゼロとする。各社とも2050年目標のために、2016年や2020年为目标年次とする中期環境計画も明確に策定している。

図表 4: 電機業界の 2050 年 CO2 削減目標

企業名	2050年目標 (ハウダリー)	マイルストーン (中期環境計画)	トップ コミットメント
カシオ計算機	【カシオ環境ビジョン2050】 GHG排出総量を2005年度比△80% (グループ全体)	カシオ環境宣言2020 同左: △30%	直接的な言及なし
コニカミノルタ	【エコビジョン2050】 CO2排出量を2005年度比△80% (製品ライフサイクル)	中期環境計画2015 同左: △20%	CSR報告書にて表明
ソニー	【ソニーの環境計画Road to Zero】 CO2排出量をゼロに (製品ライフサイクル)	Green Management 2020 ライフサイクル段階別にGHG削減目標	CSR報告書にて表明

3 | 飲食品業界

飲食品業界における CO2 排出削減の長期目標設定については、アルコールを主体とする飲料メーカーの 2 社が先行する。キリンとサントリーのいずれも、2050 年にバリューチェーン全体の CO2 排出量を半減することをめざす（基準年は異なる）。飲食品そのものが CO2 を排出する訳ではないが、素材や容器包装の調達や販売にかかわる CO2 排出量を削減することをめざす。前述の企業と同様に、経営トップが明示的にコミットしており、2015 年ないし 2020 年のマイルストーンも明確である。

ただし、この業界では世界的な人口増加を背景に生物資源や水資源の枯渇が材料調達のリスクとなっており、生産地とともにいかに持続可能な調達を確保するかが中長期的な経営課題となっている。両社とも長期環境ビジョンにおいて、このまま対策をとらない場合の“持続不可能”な将来予想を踏まえて、気候変動を基本としつつ、自社のバリューチェーンから生じる環境負荷（廃棄物、水資源、容器包装）を地球容量とバランスさせることをめざす。

図表 5: 飲食品業界の 2050 年 CO2 削減目標

企業名	2050年目標 (ハウダリー)	マイルストーン (中期環境計画)	トップ コミットメント
キリン ホールディングス	【キリングループ2050年長期環境ビジョン】 CO2排出量を1990年比△50% (バリューチェーン全体)	2015年目標 同左: CO2を△35% キリングループ長期経営構想「KV2021」 とリンク	統合報告書にて表明
サントリー ホールディングス	【サントリー環境ビジョン2050】 CO2排出原単位を2007年比△50% (バリューチェーン全体)	2020年目標 同左: △24%	CSR報告書にて表明

4 | 建設業界

建設業界における CO2 排出削減の長期目標設定については、大手ゼネコン 2 社が先行する。大林組と大成建設のいずれも、2050 年に自社や施主の建物使用時の CO2 排出量を 80~85%削減することをめざす（基準年は異なる）。また、施工時の建機使用などでの CO2 排出量削減も図る。

建物は自動車と似たところがあり、事業プロセスよりもプロダクトの使用段階での CO2 排出量が多く、既に再生可能エネルギーを活用した ZEB（ゼロエネルギービル）も実用化されており、技術開発は規制強化を背景に競争力（提案力）そのものとなってきた。両社とも定量的なマイルストーンを明示し、トップコミットメントは統合報告書にて明快に表明されている。

図表 6: 建設業界の 2050 年 CO2 削減目標

企業名	2050年目標 (バウンダリー)	マイルストーン (中期環境計画)	トップ コミットメント
大林組	【Obayashi Green Vision 2050】	2030年までのアクションプラン	統合報告書とビジョン にて表明
	直接的貢献: 自社施設や施工2013年比△85%	同左: △85%	
	間接的貢献: 技術や資材の開発・普及、省エネ建設の提案・設計2013年比△45% (バリューチェーン全体)	同左: △25%	
大成建設	【TAISEI Green Target 2050】	TAISEI Green Target 2020	統合報告書にて表明
	建物運用段階のCO2予測排出量1990年度比△80%	同左: △40%	
	施工段階のCO2予測排出量1990年度比△80%	同左: △50%	

3——“2050 年脱カーボン戦略”に向けた共通点

『ベスト長期目標賞』の4業種について、2050年目標を概観した。経営環境の構造的変化を見据え、業種特性に応じて生き残りや競争力強化のための超長期戦略を構築する中で、リスク・チャンスの両面からCO2排出削減目標が設定されていることが分かった。ここで、グローバルビジネス展開を背景に、“脱カーボン戦略”において業種を超えて共通する特徴を抽出すると、以下のとおりである。

- ① 昨年12月のCOP21で地球温暖化抑止をめざす新たな国際協力の枠組み「パリ協定」が採択され、日本は2030年に2013年比GHG排出量を26%削減することを約束した。これは低炭素社会に向け世界が動き出したことを意味し、それを超えて“2050年の自社のめざすべき姿”を明確にした。
- ② 削減すべきCO2排出量の単位はほとんどが総量であり、原単位は少ない。
- ③ CO2削減目標の対象範囲はグローバルの自社グループであり、さらに、業種特性により具体的な対策は異なるものの、製品ライフサイクルないしバリューチェーンの全体となっている。
- ④ そのめざすべき姿から逆算の方程式である「バックキャスト手法」により、2020年頃のマイルストーンである「中期環境計画」も明示的に策定・公表している。
- ⑤ パリ協定は平均気温上昇を産業革命以前から「2℃未満」に抑えることをめざす。それによる今後の規制強化は業種特性に応じたリスクであるが、同時にチャンスともなることを理解している。また、持続可能な地球環境の形成が健全なビジネスの場の確保であることも認識している。
- ⑥ 持続可能な地球環境とは、気候変動の抑制だけでなく、資源循環や生物多様性保全、水資源確保とも相互に関連していることから、各社独自の包括的な長期環境ビジョンを設定している。
- ⑦ CO2排出量削減の技術的対応として、従来型の「省エネ」に加え、再生可能エネルギーのより積極的な活用を図る。再生可能エネルギーの不安定さを克服する蓄電池の性能向上が背景にある。

これまで見てきたように超長期の“脱カーボン戦略”は製造業が先行しているが、既に金融業を含めて非製造業でも検討されている。今後、先進事例を参考にしつつ、企業価値の向上促進と毀損防止にむけて、自社の事業特性に対応する2050年を見据えたCO2排出量削減の長期目標の設定が日本企業に広がることを期待したい。