

欧州委員会は2019年に持続可能な成長戦略である欧州グリーン・ディールを発表し、50年までのカーボンニュートラル（温室効果ガスの実質排出ゼロ）を打ち出した。経済成長と資源利用のデカップリング（切り離し）の考えのもとで循環経済を実現し、雇用創出しながら、温室効果ガス排出量を削減する社会へと移行する成長戦略である。注目すべきは、欧州ではカーボンニュートラルも循環経済も、

の水準に匹敵する削減目標を発表、13年比で30年までに46%（年率2.7%削減）を掲げた。同時にESG投資の急拡大によって環境、社会、ガバナンスの非財務情報開示による企業価値の向上が求められている。17年にG20の要請を受け、FSB（金融安定理事会）の

松田 理恵（まつだ りえ）
 コンサルティング事業本部サステナビリティ戦略部シニアマネージャー



ある。そのため、カーボンニュートラルの実現は、ものづくり企業の企業競争力そのものとなりつつある。カーボンニュートラルの現場における省エネ改善だけでは達成できない。まずは、自社全体のエネルギー使用量を把握し、CO₂排出量算定から始め、中期のCO₂排出削減目標を設定していくことが必要である。欧州では、脱炭素をゲームチェンジの機会と捉えていることから、ものづくり企業として窮状をチャレンジする必要がある。電化による再生エネルギー化石からバイオマス燃料へのシフトを推進することも一手である。さらに、ビジネスモデル変革も視野に入れ、ライフサイクルCO₂を削減する発想が不可欠となる。特に設計段階から、使用時の製品CO₂排出の削減や二次原料利用の可能性の検討、ユーザー起 pointsの修理による製品の長寿命化、売り切り型のビジネスからリユースやサービスマネジメントへの変革などが考えられる。

カーボンニュートラルは競争力

ものづくり×脱炭素

創出しなが

国内においても、カーボンニュートラルに向けて企業の取り組みが加速化している。日本政府は20年10月に、カーボンニュートラル

国内においても、カーボンニュートラルに向けて企業の取り組みが加速化している。日本政府は20年10月に、カーボンニュートラル

下部組織として設置されたTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）により、気候関連財務情報開示への提言がなされた。これを受けて、東証プライム上場企業にTCFDと同

等の情報開示として、企業単位のサプライチェーンCO₂（二酸化炭素）削減目標の設定・開示が急務となっている。

次回は、サプライヤーに求められるCO₂算定と削減目標について解説する。
 （毎週木曜日に掲載）

