

発刊に寄せて

今般、株式会社 OKB 総研 OKB 農林研究所から、アグリカルチャーレポート、称して「あぐレポ」を発刊させていただくことになりました。

アグリカルチャーとは「農業」「農学」を指しますが、単なる農作だけではなく、作物の改良や環境問題についての学問も意味します。農業や林業はもちろん、食や環境に関わる世間の様々な課題にフォーカスし、話題や論点をご提供するものです。中には、課題の解決に長い年数を要するグローバルな社会課題から、今日から体験、実践できる身近なテーマまで、様々なサイズ感のものを発信してまいります。

わかりやすい形、身近なものとしてお読みいただけるよう工夫して取り組んでまいります。ご期待いただけましたら幸いです。

2024年6月

OKB 総研 OKB 農林研究所

所長 貝谷 裕之

イントロダクション ～ 第 1 回 「脱炭素と商機」

世界の温室効果ガス（GHG、Green House Gas）排出量は 590 億 t-CO₂。工業生産や発電、輸送に伴うものが大半を占めるとイメージされやすいが、世界の GHG 排出量のうち 22%が農業、林業及びその他の土地利用に起因している。農林漁業を含む、全ての産業分野での 2050 年の脱炭素達成に向けた取組が求められている。

また、近年、事業者の脱炭素活動に対する消費者の視点が鋭くなっている。この環境変化をビジネスチャンスととらえ、積極的なアクション、発信をしている事例も増えてきた。

当研究所では、森林保全政策の調査等、脱炭素社会実現に向けた施策の調査・研究に臨んできた。第 1 回あくレポでは、近年の環境概観と事例紹介を通じ、脱炭素へのアクションとビジネスチャンスの関わりについて、論点をご提供する。

OKB 農林研究所では、脱炭素社会実現に向けた諸施策について調査・研究しており、引き続きレポートしていきたい。

脱炭素と商機

休日に1～2時間歩く。

季節や街並みの変化を体感するとともに、コンビニでコーヒーブレイクする楽しみもあり、数少ない趣味となっている。しばしば、コーヒーではなく、ソフトクリームを口にしてしまう。これも楽しみ、と自分に言い聞かせ、小さな罪悪感とともに平らげる。

ミニストップ株式会社は、2023年6月から全店でソフトクリームのスプーンをプラスチックから、そのまま食べられるコーンに切り替えた。調査の結果、1個あたり3.5グラムの温暖化ガス（GHG）排出量削減につながっていたことがわかった。プラスチック製スプーンを廃棄した場合に比べ、年間約44t相当のプラスチックを削減、二酸化炭素排出を約122.81t-CO₂抑制できたという。

近年の消費行動は、昭和、平成の時代から大きく様変わりした。品質と価格の調和だけでなく、「地球環境にやさしい」ことが重要な価値として求められる。ミニストップのように、GHG削減効果の追求はもちろんのこと、消費者嗜好の変化を敏感に読み取り、自社商品のブランド力も向上させていく企業が大手を中心に増えている。

2020年10月、当時の菅義偉首相は所信表明演説の中で、2050年までのカーボンニュートラル実現を目指すと宣言。その後、我が国は2030年度の温室効果ガス46%削減、2050年のカーボンニュートラル実現という国際公約を掲げている。気候変動問題に対して、国家を挙げて対応する、我が国の強い決意表明をご記憶の方も多いただろう。



出典：首相官邸ホームページ https://www.kantei.go.jp/jp/99_suga/actions/202010/26shu_san_honkaigi.html

政府間組織のひとつ、IPCC（気候変動に関する政府間パネル）は 2023 年、第 6 次報告書を公表した。人間活動が主に温室効果ガスの排出を通して地球温暖化を引き起こしてきたことには疑う余地がなく、2050 年実質排出ゼロの最善シナリオでも、2040 年までに 1.5℃上昇、化石燃料依存を続け対策をしなければ、今世紀末に 5.7℃上昇の恐れがある、と警告した。

最新の科学的知見は、脱炭素対策が本当に待ったなしであることを、我々に突き付けている。



出典：パブリックドメイン Q (<https://publicdomainq.net/polar-bear-global-warming-0013669/>)

影響は科学的なものだけでなく、経済や経営環境にまで及ぶ。

環境省は、脱炭素経営に取り組まないことのリスクとして、取引先からの除外、化石燃料由来の電力・エネルギーコストの上昇、市場・顧客の喪失、将来の人材逸失を挙げている。

米 Apple（アップル）は 2030 年までに全ての製品において製造のプロセス全てのカーボンニュートラル化を実現することを目標として掲げている。同社発表によると、直接製造費支出先の 90%以上、350 社以上が 2030 年までに Apple 製品の製造に 100%クリーンエネルギーを使うことを確約しているという。

グローバル企業から中小企業、小規模事業者に至るまで、脱炭素という潮流への対応が必要であることは疑いないが、中小企業等、経営資源に余力の少ない会社ほど対応が難しい傾向にある。しかし、取引先から除外されるリスクに鑑みると、無策というわけにはいかなくなるだろう。これはおそらく、企業の規模に関わらない。

産業構造の変化は商機でもある。中小企業の取組はどうだろうか。

愛知県稲沢市の日本エンジン株式会社は、使用済みエンジンを独自技術で新品同様の機能まで再生し再利用するエンジンリビルト事業を生業にする老舗企業である。新品生産よりも、リビルトでは生産過程において約 80%の CO₂排出が削減可能とされる。また、製品を廃棄せず再利用することで、サプライチェーン排出量も削減できるため、「省エネ」「コスト削減」から、更に進んだ CO₂排出量削減を実現し

ている。この事業が低炭素社会及び資源循環型社会の形成に大きく貢献する技術と評価を受け、2020年度愛知環境賞優秀賞を受賞している。

2022年5月、同社の設定した温室効果ガス削減目標が、SBT イニシアティブ（以下 SBTi という）により科学的根拠に基づいた目標として認定された。

SBT (Science Based Targets)とは、科学に基づいて設定する温室効果ガス削減目標のことで、2015年にWWF（世界自然保護基金）をはじめとするNGO等により設立された世界的イニシアティブであるSBTiにより審査・認定されており、現在では国際的なデファクトスタンダード（事実上の標準）となっている。

日本エンジン株式会社の代表取締役社長である高橋 剛氏、管理部兼経営企画部部長である田邊 敦氏に、SBT 認定申請の経緯やその後の効果等について伺った。



日本エンジン株式会社 高橋 剛社長

認定申請の経緯

「当初、企業価値向上を狙い『愛知ブランド』申請を検討していたが、『愛知県環境賞』へのチャレンジがふさわしいと判断し応募、結果、優秀賞をいただいた。今後、せっかくであれば、世界的に共通のモノサシで当社の取組を評価してもらいたい。そう考えて SBT 認定を申請することにした」

動機・目的

「当時、環境意識の高まりはあったが、仕掛けをする中小企業は少なかった。ただ、GHG 抑制に向けた取組を開示する新たな基準に従う必要のある大手企業が増えた。個々の中小企業への影響は未だ大きくはないと思うが、大手が調達先を選別する傾向は、今後きっと大きくなる。ここは当社が先行すべきと考え、勝ち残っていくために仕掛けることにした」

効果

「未だ取引のない大手企業複数社（株式公開企業）から、当社ホームページをご覧いただき、直接取引をしたい旨の打診をいただいた。『職人技』『確かな技術』『老舗』などの表現ではなく、『SBT 認定取得』を表示することで、他社とは違うな、とご認識いただけたのかと思う。

当社のリビルト技術は高品質と自負するが、販売先の調達部門を攻略するには、まだ価格がものを言う。価格競争を避けるべく、サステナブル経営を所管する部署を引き付ける戦術を考えた。要は、当社を活用すると、世界的認証のお墨付きがある GHG 抑制効果を謳えるメリットがある、ということ。取引打診のあった企業の窓口はいずれも、サステナブル経営を推進する部署。当社との取引が、販売先企業の経営目標達成への一助になる。これはまさしく商機になる」

WWF ジャパンの発表によると、2024 年 3 月、SBT 認定の取得、または取得することを約束した日本企業の数が 1,000 社を超えた。

認定取得数とコミット数上位 3 カ国（2024 年 3 月 8 日現在）

| | 日本 | イギリス | アメリカ |
|-------------------|---------|---------|-------|
| SBT 認定取得&コミット数の合計 | 1,013 社 | 1,122 社 | 931 社 |
| うち認定取得数 | 930 社 | 793 社 | 511 社 |

出典：SBTi のデータをもとに WWF ジャパンが作成したものを OKB 総研にて再作成

表のとおり、認定取得済の日本企業数は世界 1 位であった。コミット数を加算した 1,013 社は世界 2 位だが、2021 年 3 月時点の 124 社から、8 倍以上に増加した。SBT のような国際認証の取得がパリ協定に沿った脱炭素へのアクションを対外的に示す、効果的手法となっていることが窺える。科学的認証を踏まえた脱炭素アクションにおいて、グリーンウォッシュ（うわべだけ取り繕う環境配慮）は許されず、認定企業の取組は真に効果のあるものと評価されることになる。

脱炭素は待ったなし。うわべだけの取組は、科学的知見から排除され、いずれ消費者からも見放されるだろう。

日本エンジン株式会社の SBT 認証取得はその一例であるが、今後、企業にとって実効性のある取組は必須となるだろう。その通りなのだが、まさに今は産業構造の一大転換点、ヒト・モノ・カネがダイナミックに移動し、需給バランスも大きく変わる。リスクもあるが、リターンにつながる商機も生む、大きなチャンスである。

「やらざるを得ない、しなければならぬ」ではなく「商機があるから挑戦する」。

このチャンスを逃さず、自社も持続可能な世界を構成する一つのピースとして責任を果たしつつ、将来収益につながる果敢な行動につなげていきたい。

以上

OKB 総研 OKB 農林研究所 貝谷 裕之