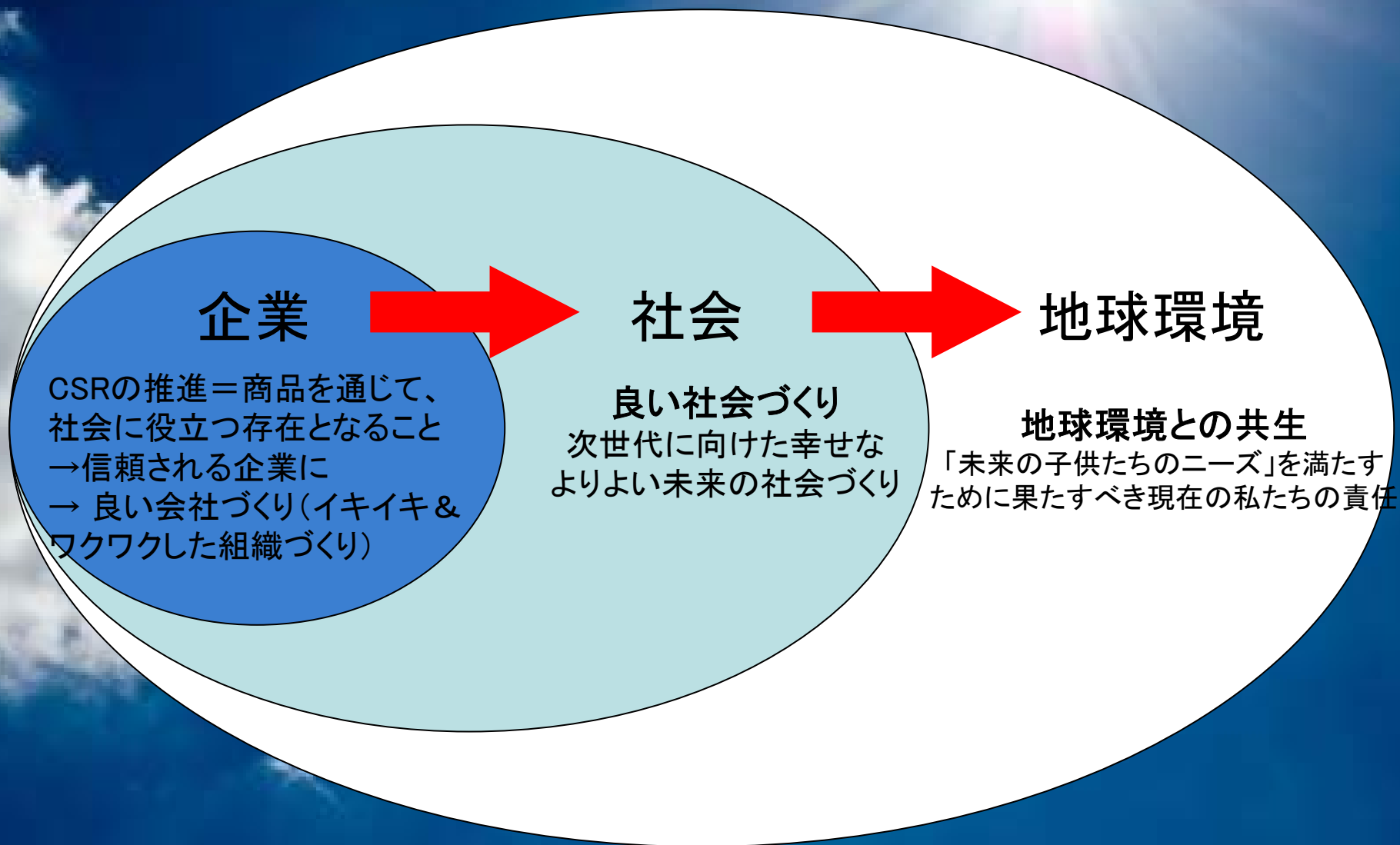


2050年→CO₂90%削減
～超長期ビジョン策定に向けて～

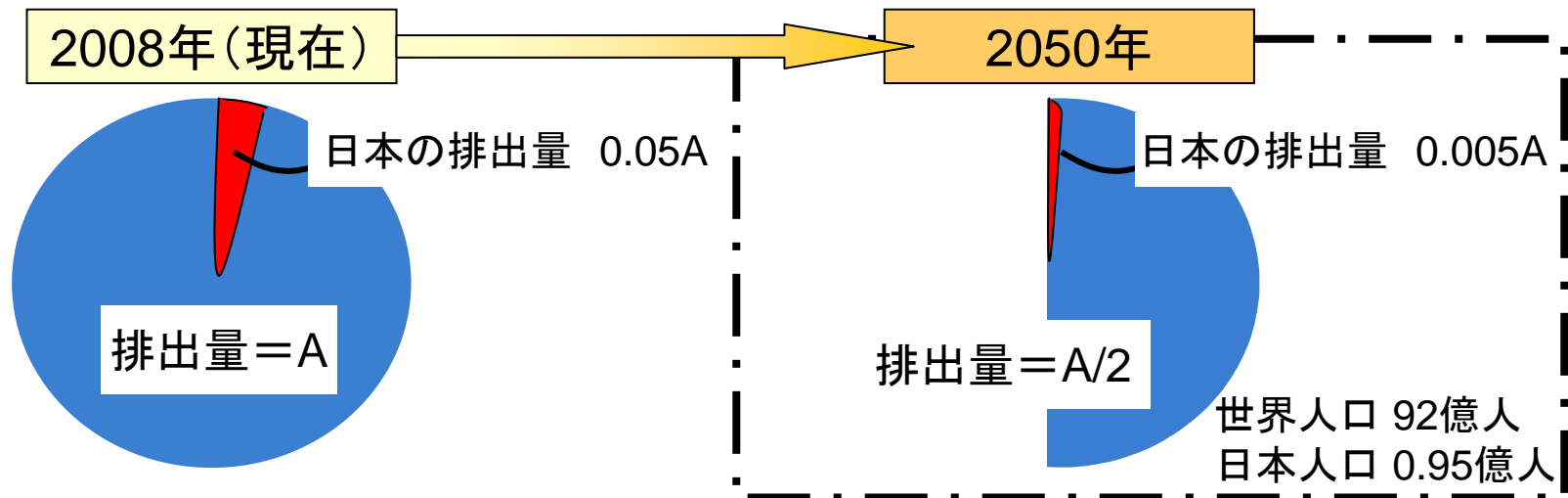
株式会社クレアン
園田綾子

CO₂削減はサステナブルな未来に向けての要素



なぜ日本は2050年にCO₂を90%削減必要なのか？

- G7「**2050年までに**全世界で温暖化効果ガスの排出を**半減**することを真剣に検討する」
- G8「**2050年までに**世界全体の排出量の少なくとも**50%の削減**を達成する目標というビジョンを(中略)検討し、採択することを求める



途上国の主張は先進国の責任。仮に、途上国を説得して、「一人あたりイーブン」としたら...

- ・全世界で2050年に基準年の排出量 A の 1/2 = 1/2A
- ・日本の排出量 現在 概ね全世界の5% = 0.05A

2050年の世界人口 9.2億人 2050年の日本人口 0.95億人

- ・2050年の日本の排出率 $1/2A \times 0.95/9.2 = 0.005A$
- すなわち現在の0.05A→0.005A、**1/10に減らす必要あり**

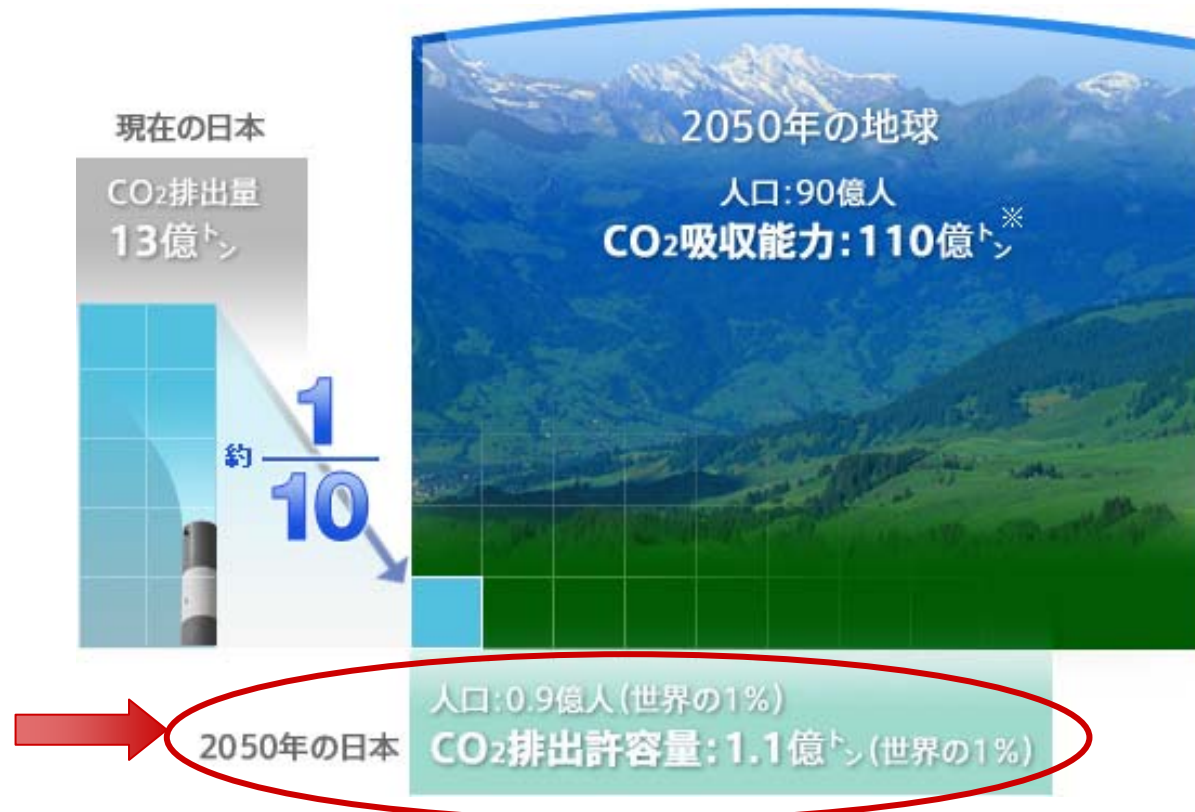
なぜ日本は2050年にCO₂を90%削減必要なのか？

その2: セイコーエプソンの考え方

CO₂排出1/10の考え方:

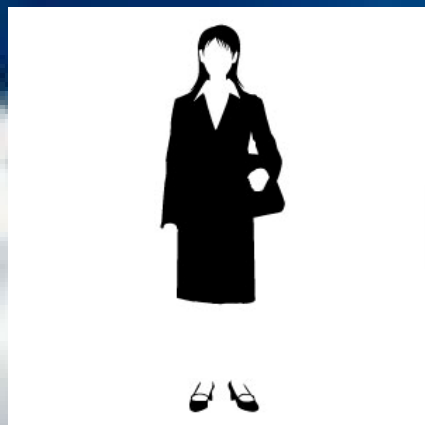
CO₂の排出量は、少なくとも自然界の吸収能力の範囲内に抑えなければならないといえます。CO₂は世界の人々が平等に排出でき、同時に世界の人々全員が排出量を削減する努力をしなければなりません。

2050年の予測人口比率に鑑みて、エプソンが目指すべきCO₂排出量は、約1/10と考えました。



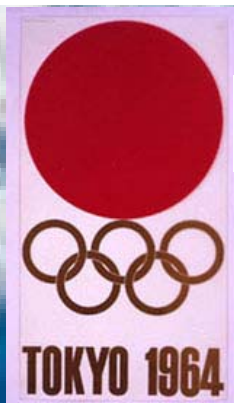
2050年まで考える必要があるのか？

41年後・・・2009年度の新入社員が定年を迎える頃



あなたの2050年

Happy
or
Unhappy?



45年前

2009年

41年後

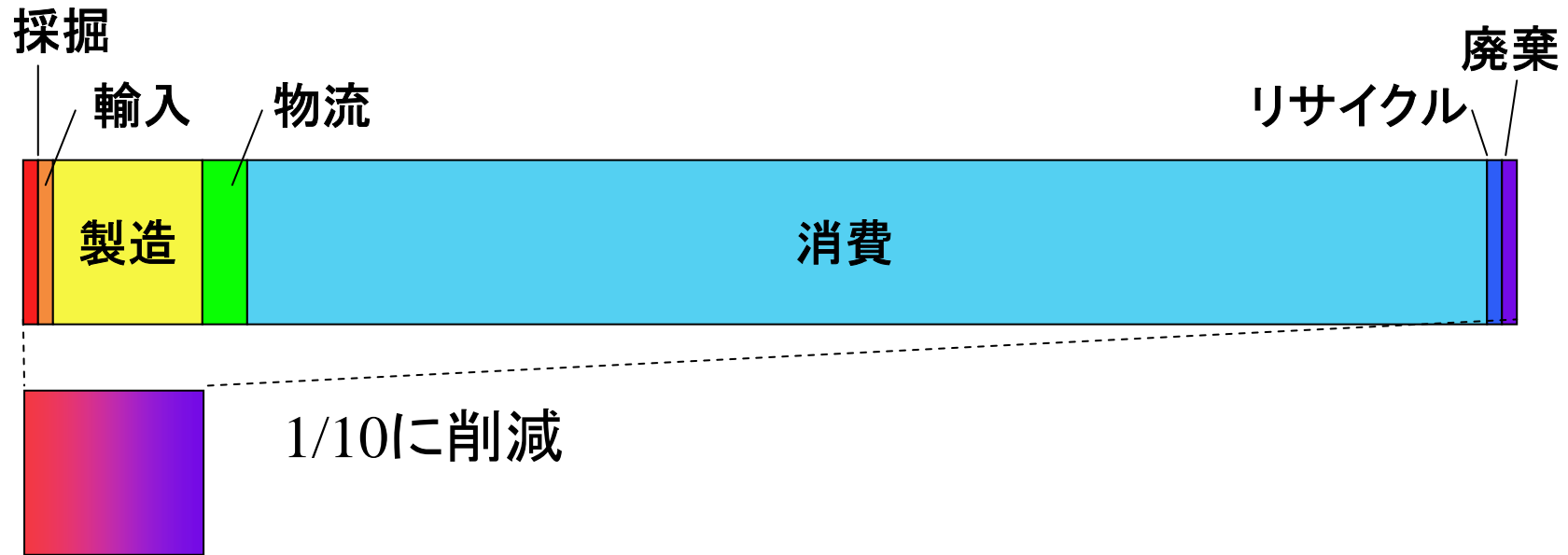
2050年



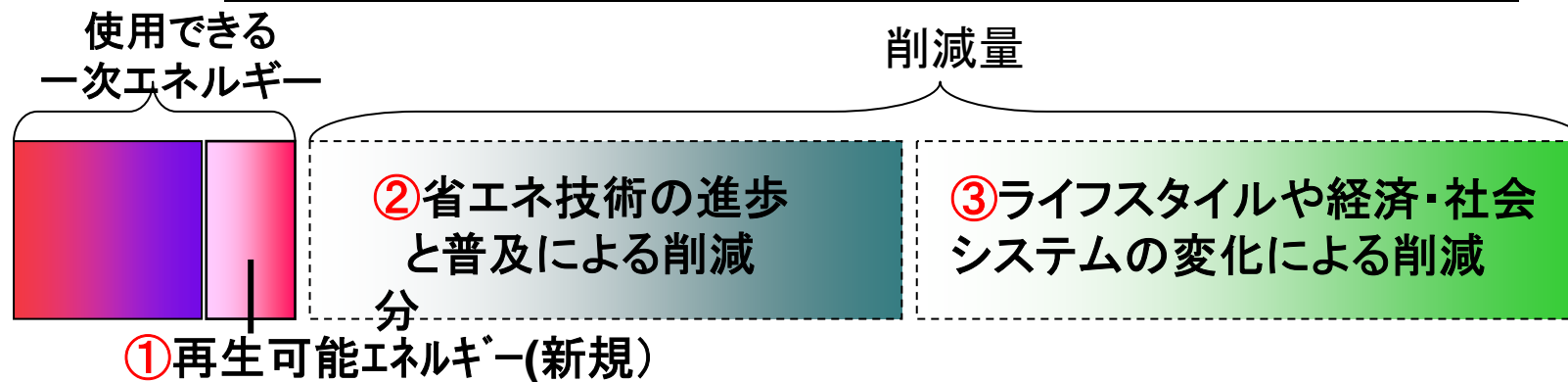
独立行政法人日本スポーツ振興センター: <http://www.naash.go.jp/muse/shozou/tokyo.html>

千葉市 蘇我エコロジーパーク構想: <http://www.city.chiba.jp/kankyo/kankyokanri/somu/ex/index.html#p1>

ライフサイクルの視点が重要

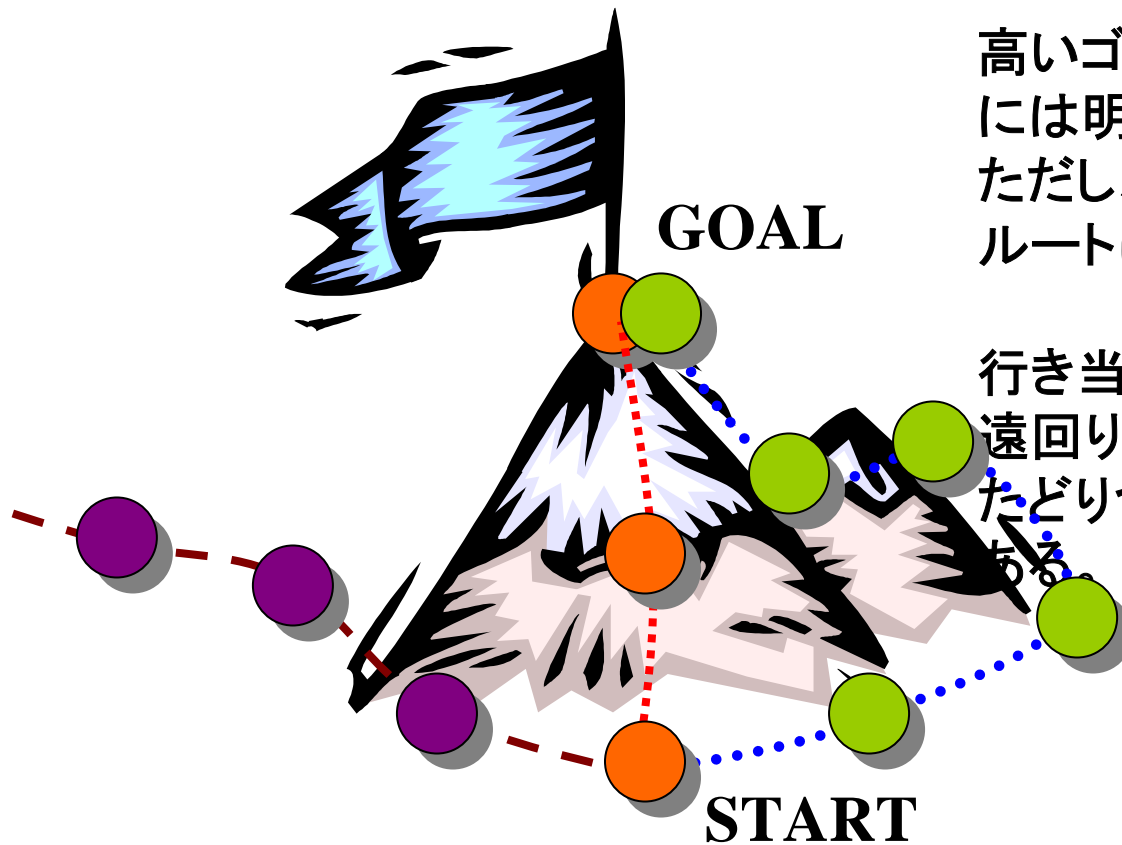


削減の要素(一次エネルギー使用量の視点から)



ほかに ④ CO₂隔離技術や、⑤燃料転換(石炭⇒天然ガス)なども 6

なぜビジョンが必要なのか？



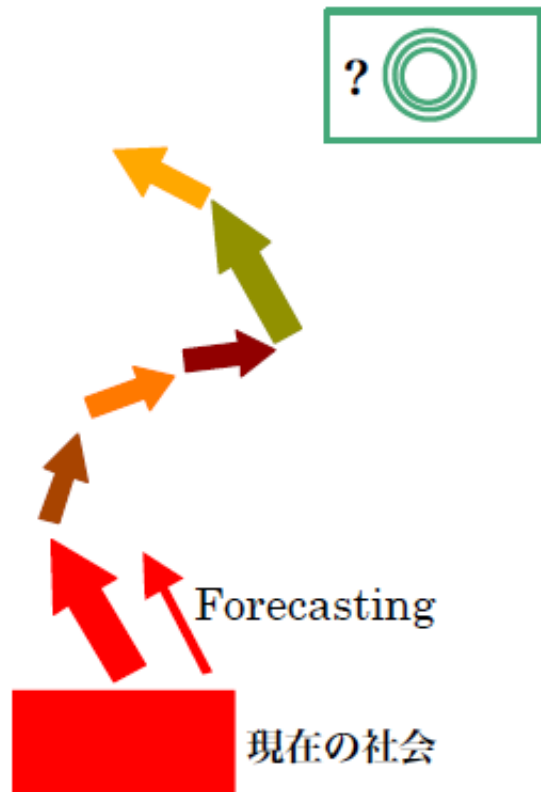
高いゴールを目指すためには明確なビジョンが必要。ただし、ゴールは同じでも、ルートはいくつもある。

行き当たりばったりでは、遠回りになり、ゴールにたどりつけないルートもある。

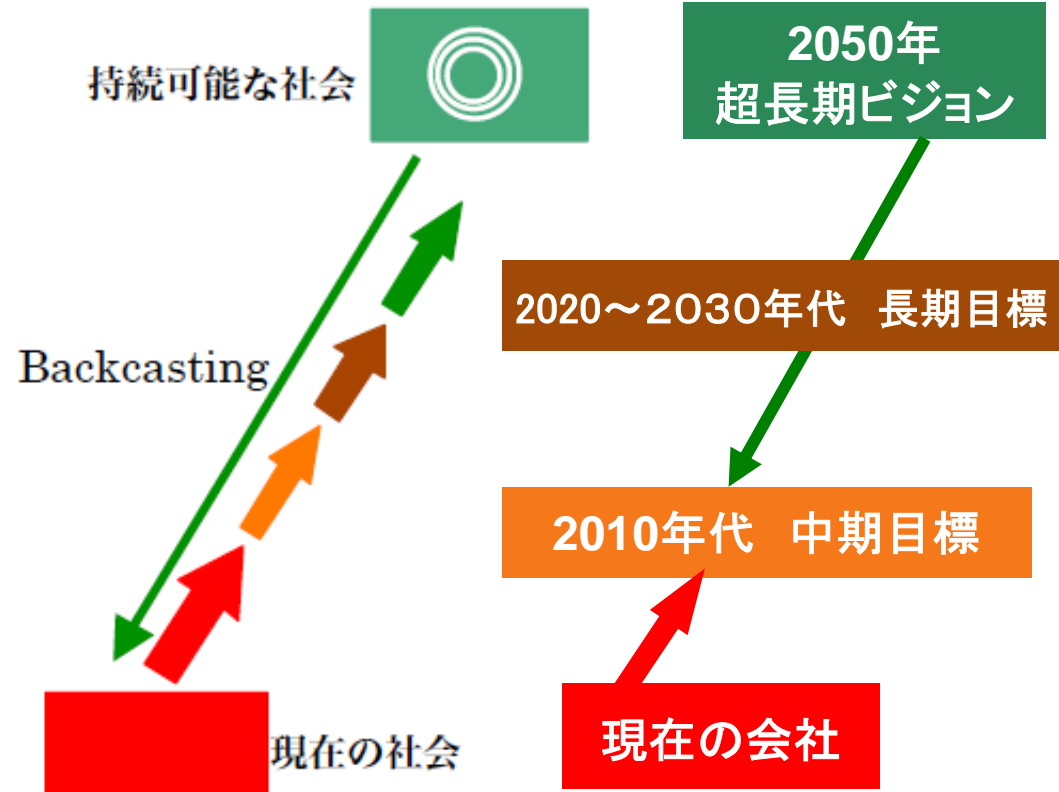
見通しを良くして、ゴールへの最短距離を目指す

逆に、未来から考えよう！

フォーキャストイング



バックキャストイング



あるべき姿、ありたい姿としてのビジョンを描き、次にそこへ至るためのシナリオを検討する手法

A low-angle, upward-looking photograph of a modern skyscraper with a glass facade. The building's structure is composed of a grid of white metal frames and blue-tinted glass panels. The sky is a clear, vibrant blue. A white rectangular box is superimposed over the center of the image, containing the title text.

企業の「英断」事例

【参考】 日本企業のCSR取り組みの現状

2008年度発行CSRレポートに見る傾向(キーワード)

- **マテリアリティ**(重要課題)
- **KPI**(Key Performance Indicator)によるCSRマネジメント
- **ネガティブ情報**開示
- **従業員重視**
- **生物多様性**
- 一部**先進企業**で**2020～2050年超長期目標**を策定

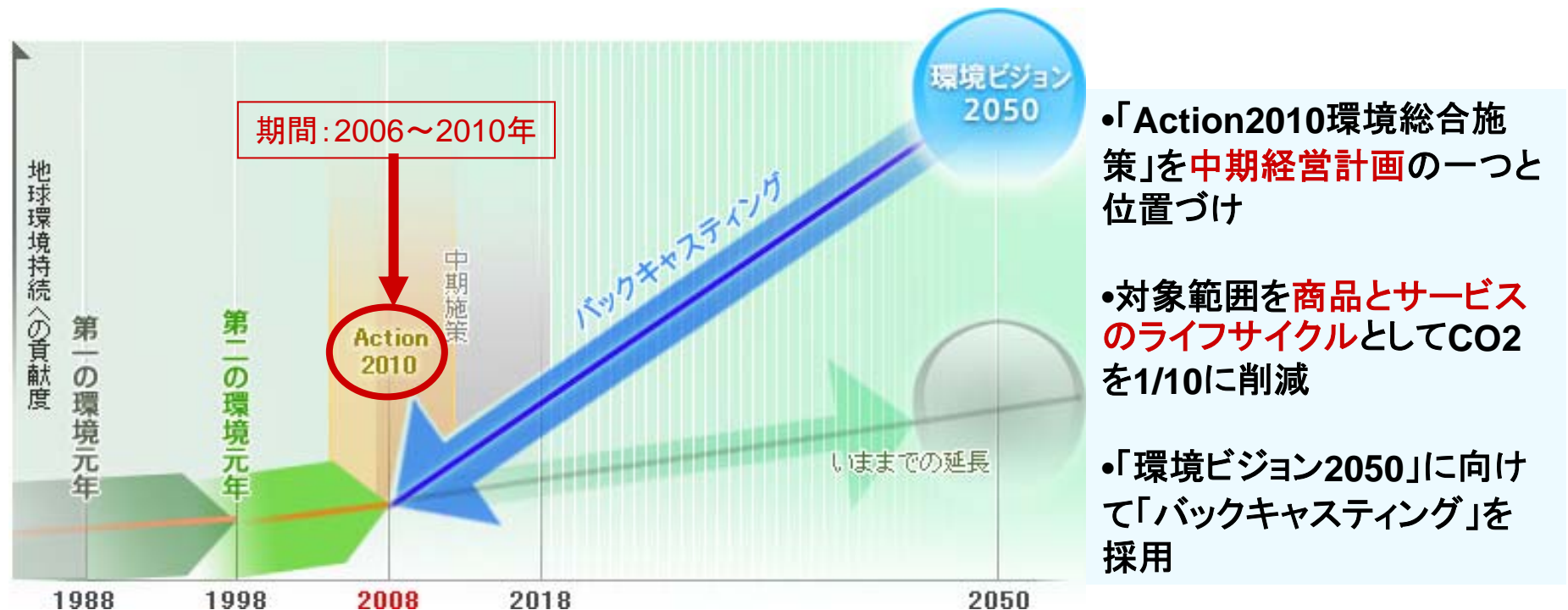
伊藤、内田(2008)「これからのCSR」 CSR経営研究所 HP: <http://www.csr-i.jp/topics/081212.html>

2020～2050年までの超長期目標を策定している企業・・・14社 (2009年5月現在)

事例1: セイコーエプソン

環境ビジョン2050

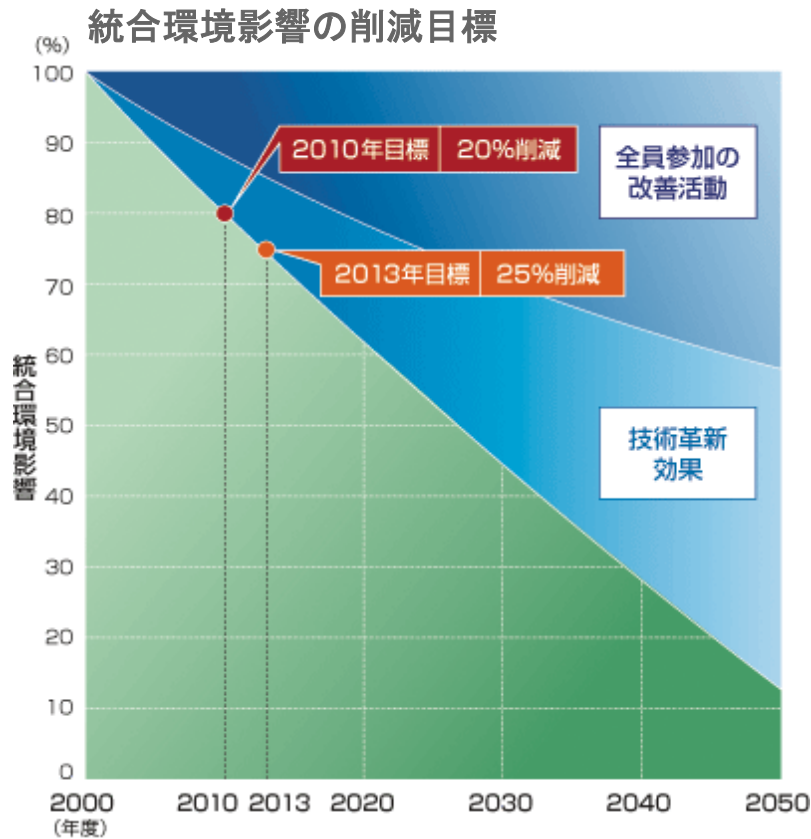
エプソンは、地球の環境負荷許容量を認識し、世界の誰もがその許容量を等しく分け合うものと考え、2050年に向けて“商品とサービス”のライフサイクルにわたるCO2排出を10分の1にすることを目指します。あわせて、生態系の一員として、地域社会とともに生物多様性の修復と保全を行います。



事例2: リコー

社長からのメッセージ (抜粋)

環境負荷を垂れ流しにする企業は、経済的にも社会的にも存続不可能になることは明らかです。今後、もしリコーグループが環境負荷を増大させ、後の世代に大きな負債を残すことと引き換えに売上を2倍、3倍に増やしたとしても、私は決してそれを社会に誇ることはできないでしょう。



環境目標の設定方法



- 「事業活動全体」の環境負荷を「絶対値」で削減
- 目指す姿に向けて「バックカスティング方式」で目標設定

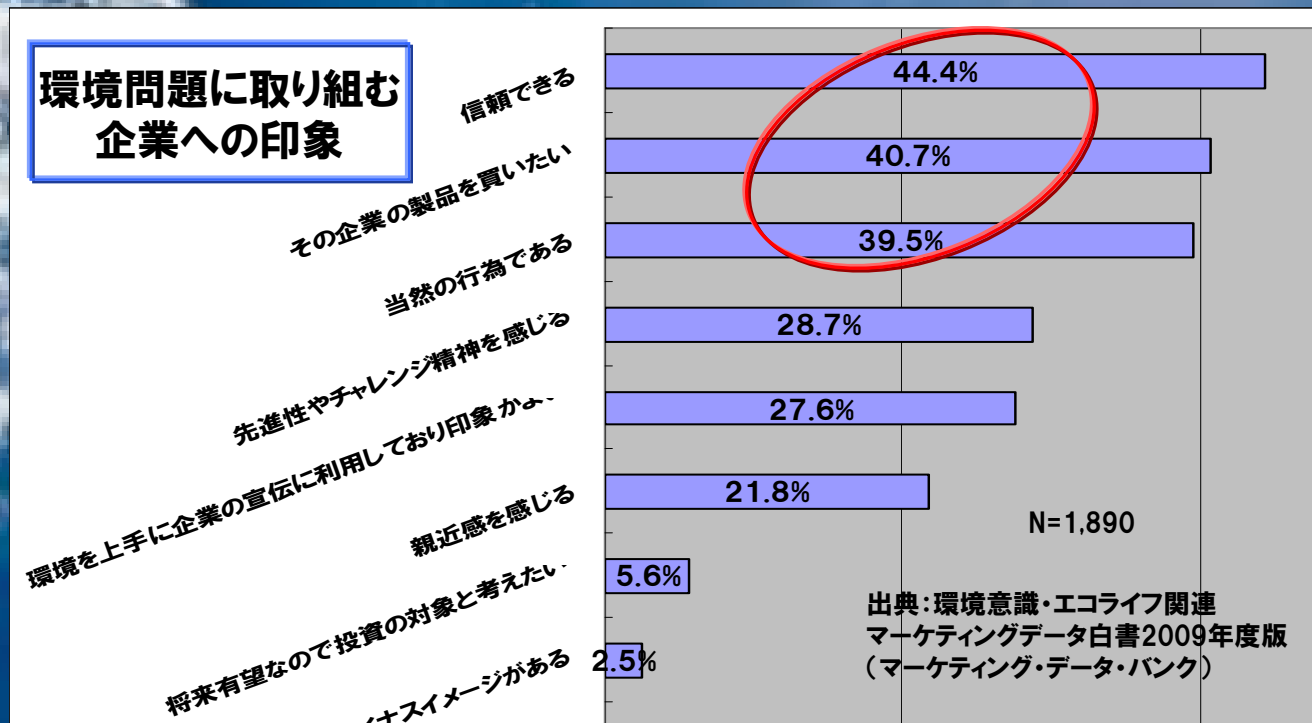
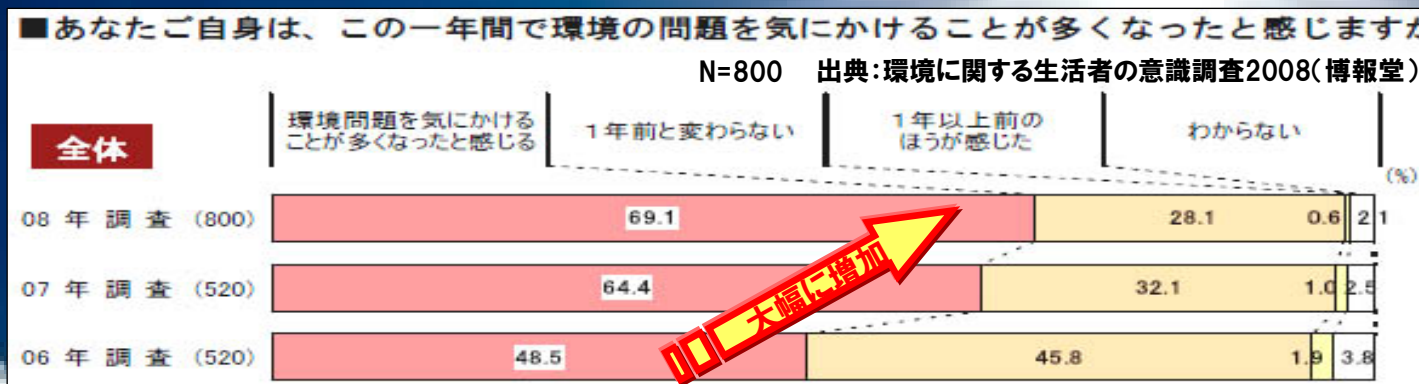
* 2008年度 環境報告書大賞 受賞
* 2007年度 環境報告書賞 優秀賞

ほか、過去にも受賞多数

A bright sun is positioned in the upper right quadrant of the image, casting a strong, multi-colored lens flare across the sky. The sky is a deep, clear blue, with a few wispy white clouds scattered in the lower left and middle sections. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

生活者の意識に変化

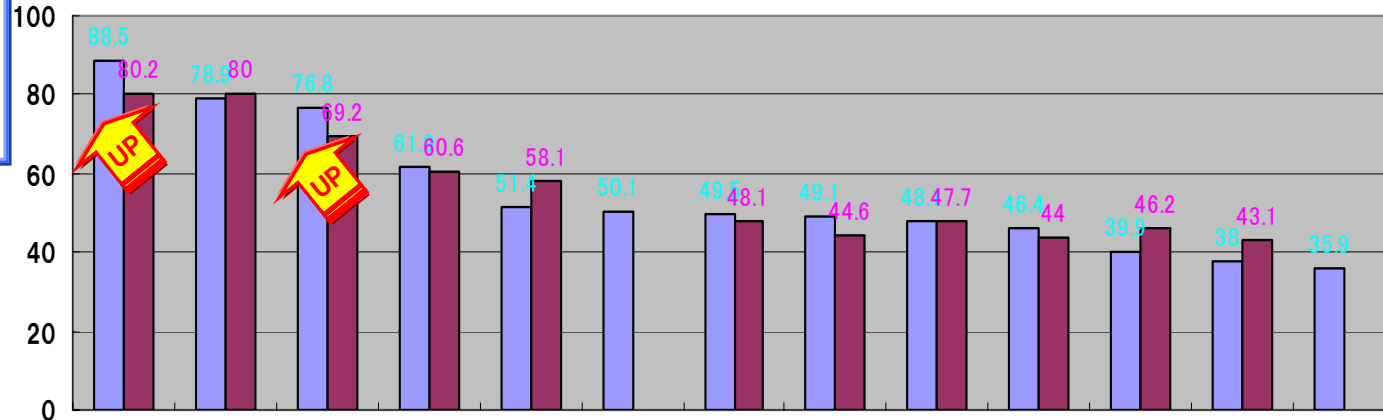
生活者の意識にも変化が・・・企業への期待と要請 ①



- 生活者の環境意識は高まり続けている。(2006年49%→2008年69%)
- 環境問題へ取り組む企業は、社会からの印象もよく、評価が高い。

生活者の意識も変化が・・・企業への期待と要請 ②

企業に期待する環境活動



環境に配慮した商品・サービスを製造・販売する
 商品やサービスを提供する際に環境に配慮する
 商品やサービスに関する研究や技術開発を行う
 国内外や地域での自然環境や景観の保全活動を行う
 環境に関する自社の取り組みについて情報を発信する
 国内外や地域での環境活動の機会を提供する(リサイクル...)
 環境に関する自社の取り組みについて情報を発信する
 環境に配慮した商品・サービスの宣伝や広告を行う
 環境に関する自社の理念・方針について情報を発信する
 環境に配慮した商品・サービスの提供を促す呼びかけを行う
 生活者への環境教育・啓発や環境配慮行動を促す呼びかけを行う
 環境に関する自社の取り組みについて情報を発信する
 環境に関わる団体やNGOとの協業や支援を行う
 環境をテーマにした番組やイベントを提供・協賛する

出典：環境意識・エコライフ関連マーケティングデータ白書2009年度版(マーケティング・データ・バンク)

(複数回答可)
N=800

- 企業へは「環境に配慮した商品・サービスの提供」を最も期待。(88.5%)
- 企業の環境への取り組みは、購買行動にも影響。(2～3割の生活者は多少高くても選択)

持続可能な開発の視点で未来を考えよう

首相官邸 



低炭素社会 2050

「未来を救った世代」
になろう。

深刻な問題となっている地球温暖化。

私たちがめざすべき低炭素社会。

未来の子供たちへ美しい地球を残すため、


今の私たちができることを真剣に考えてみませんか？

持続可能な開発とは

「将来世代のニーズを損なうことなく

現在の世代のニーズを満たすこと」

—1987年 国連ブルントラント委員会

A low-angle, upward-looking photograph of several modern skyscrapers against a bright blue sky with scattered white clouds. The buildings are made of glass and steel, with their lines converging towards the top of the frame. The lighting suggests a clear, sunny day.

**企業が動けば、
未来は変わる！**