

ケーススタディ／注目しているESGテーマ

気候変動



外部不経済としての気候変動問題の内部化が世界的に大きな課題となっていることから、日本を代表する産業の一つである自動車産業の温室効果ガス削減に向けたリーダー的な取組みに期待

自動車業界における気候変動

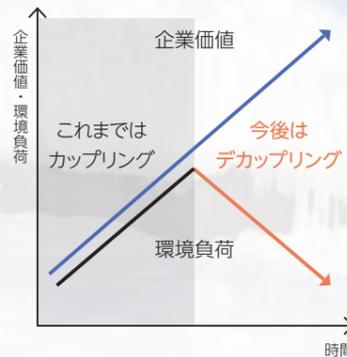
環境問題の中でも気候変動は、水問題や生物多様性問題を引き起こす独立変数的課題であり、消費者意識の変化、環境規制の強化を通じ、企業の競争条件に影響し始めています。

2017年、機関投資家の気候変動に関する世界的なイニシアティブであるClimate Action 100+^{*1}に日本の完成車メーカー4社が選定され、市場の関心が一段と高まってきました。自動車産業は、日本を代表する産業の一つであり、原材料・部品の調達から使用時のエネルギー消費まで、産業構造上、また製品特性上、波及効果が極めて大きく、温室効果ガスの削減は喫緊の課題となっています。

100年に一度と言われる自動車産業の激変期をチャンスと捉え、環境負荷を下げながら企業価値を高めるデカップリングの実現に期待しています。

*1 Climate Action 100+ : 32頁参照

デカップリングの実現



エンゲージメントの特長

当社は、完成車メーカーに、気候変動問題へのリーダー的な取組みを促しています。2030年、2050年に向けた長期ビジョンが企業価値向上に繋がるものとなり得るのか、経験豊富な自動車セクターアナリストとESGアナリストが連携し、リスクの観点も勿論のこと、よりリターンの観点を重視したエンゲージメントを実施しています。

また、その実効性を高める上で、上・下流に位置する原材料・部品メーカー、燃料・エネルギーメーカーの取組みも適正に評価されるべきであり、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）に沿った価値創造ストーリーの納得性が高まる情報開示を促しています。

気候変動に関する評価軸



エンゲージメントの内容

リターンの観点をより重視

自動車メーカーは、環境問題に対する長期的なビジョンやそこに至る定量的なマイルストーンを示す機会が増えてきました。当社は個々の企業と進捗状況や直面している課題等を掘り下げて対話を重ねています。

電動車の開発に代表されるように、環境負荷低減の取組みは、開発費負担の増加や製造コストの上昇を伴うこともあります。しかし、普及期には技術的なブレイクスルーも生まれるでしょう。長期的には課題の克服こそが持続的社會を実現し、企業価値向上をもたらすとの認識で一致しています。

モビリティのあり方そのものが変革期を迎えており、そうした視点も踏まえながらエンゲージメントに取り組んでいます。



自動車セクターアナリスト
田中 健司

サプライチェーン全体での課題解決

完成車メーカーの温室効果ガス排出源は、GHGプロトコルのスコープ3^{*2}が9割超を占め、各社とも自動車使用時の排出がその大半を占めています。A社は、2050年に向けた長期ビジョンで、CO₂排出量90%削減（2010年比）と意欲的な目標を掲げ、情報開示を含め業界のリーダー的な取組みを開始しています。但し、サプライチェーン全体での取組みや各国毎に異なる環境規制・消費者ニーズへの対応等、実効性を高める上での高いハードルがあり、今後の課題として認識を共有しています。一方、取組みが遅れているB社に対しては、長期ビジョンの策定をきっかけに経営陣を巻き込んだ社内議論を深め、目指す姿からバックキャストし、マテリアリティの特定から始めることを薦めています。

また、自動車サプライチェーンの上流に位置する原材料メーカーの鉄鋼C社、化学D社、部品E社や下流の燃料・エネルギー関連F社に対しては、省エネ効果の高い製品を供給しても外形的評価を得にくいというフレームワーク上の問題に腐心されていることから、取組みが正当に評価されるようアピールの仕方を工夫することも促しています。

*2 温室効果ガス（Greenhouse Gas:GHG）排出量の算定と報告のガイドライン（スコープ1：直接排出量、スコープ2：電力・熱の購入による間接排出量等、スコープ3：製品の使用時の間接排出量等）



ESGアナリスト
鈴木 俊一

エンゲージメントの状況・今後の取組み

気候変動に関するエンゲージメントでは、約9割の企業において、マイルストーンが課題共有（経営）以上となっています。TCFDへの賛同企業の増加に見られるように気候変動への問題意識の高まりを実感しています。

こうした情報開示への前向きな流れを加速させ、気候変動へのイノベーションが、国・地域の壁を越えて普及していけるよう当社もエンゲージメントを通じ貢献していきたいと考えています。

