

G Xリーグにおけるサプライチェーンでの取組のあり方に関する研究会（第2回）

日 時：令和7年7月15日（金）15:00～17:00

場 所：経済産業省本館 17 階第 1 特別会議室／Microsoft Teams 会議

出席者：工藤座長

饗場委員

石山委員

大下委員（代理参加：皆藤様）

勝田委員

斯波委員

鈴木委員

鶴崎委員

富吉委員（欠席）

山本委員

渡邊委員

経済産業省

環境省

国土交通省

脱炭素成長型経済構造移行推進機構

一般社団法人日本経済団体連合会

日本労働組合総連合会

資料：1. 議事次第

2. 委員名簿

3. 第2回事務局資料

4. Scope3、サプライチェーン全体での取り組み事例

5. セブン-イレブンにおけるサプライチェーンでの脱炭素へ向けた取り組み
と今後の課題

6. 不動産業界におけるカーボンニュートラルに向けたサプライチェーンでの
取り組み要望

- 議 題：1. 開会
2. 委員紹介・挨拶
3. 事務局資料説明
4. 討議
5. 閉会

1. 開会

開会に先立ち、経済産業省 GX グループの伊藤グループ長より、ご挨拶をいただいた。

2. 委員紹介・挨拶

座長の工藤委員よりご挨拶をいただいた。

3. 事務局資料説明

事務局より、資料 3「第 2 回事務局資料」に関する説明が行われた。

4. 委員プレゼン資料説明

勝田委員より資料 4「Scope3、サプライチェーン全体での取り組み事例」、斯波委員より資料 5「セブン-イレブンにおけるサプライチェーンでの脱炭素へ向けた取り組みと今後の課題」、山本委員より資料 6「不動産業界におけるカーボンニュートラルに向けたサプライチェーンでの取り組み要望」に関する説明が行われた。

5. 討議

〔工藤座長〕

- 事務局並びに、勝田委員、斯波委員、山本委員よりご意見を頂戴した。以上の発表内容を踏まえて、委員の皆様からご意見をお伺いしたい。

〔饗場委員〕

- 自動車工業会では、2050 年のカーボンニュートラル実現を目標に掲げており、現在は LCA 算定手法の共通化に取り組んでいる中で、横並びで製品の比較をすることの難しさを感じている。GHG 排出削減と日本の経済成長を両立という GX の目的と、自動車は非常に部品が多く、サプライチェーンがグローバルにわたる業界であることを踏まえると、経済合理性のある排出削減オプションおよび算定検証コストと排出削減効果のバランスを加味して、費用対効果が高い箇所から順に進めていくべきだと考えている。

- また、グリーンウォッシュとみなされないよう、客観的な認証を得ながらも、GXによるコスト増加を消費者およびサプライチェーンの各レイヤーでどのように受け入れていくかの議論も必要であると考えている。自動車産業は輸出産業であるために、環境負荷の低い部素材が GHG プロトコルなどの国際ルールに認められることが必要である。国際ルールに基づかない環境価値では、消費者に受け入れられることは難しい。

〔鶴崎委員〕

- 取組みをサプライチェーン全体に浸透させていくには、長い時間がかかると考えている。算定を隅々まで行き渡らせるためには、初段階としては算定の負担が比較的小さい、かつ取り組みの価値を伝える上でインパクトが大きい業種を選定して、支援をしていく必要ではないか。消費者に GX 製品を選んでもらうためには、インセンティブが必要だと意見もあるが、特に視覚的な効果を利用して GX 価値を消費者に伝えていくことも重要ではないかと考えている。消費者には、潜在的な貢献意識を持っていると考えているために、それを引き出せるような取組みがあると良いのではないかと考えている。算定に取り組む中での業界連携やサプライヤー間でのコミュニケーション等、ポジティブな事例があればお話を伺いたい。

〔鈴木委員〕

- 委員説明からは、大きく 2 つ学びがあった。1 つ目は、どのように取り組みのインセンティブ付与を、価格転嫁を避けながら進めていくかという点である。上流側では、すでに投資家等からの圧力が存在すると思われるが、最終消費者には GX 製品購入の圧力が働きにくいと、どのようにインセンティブを設計していくのかを考えていくべきである。誰がどのように価格転嫁・負担をするのかという論点は、膠着状態になりがちであり、かといって政府が補助金を用意するのも、根本的な解決とはいえない。インセンティブ設計にあたり、新しいプロフィットプールを設計していくのかの検討が必要ではないか。セブン-イレブンでの取組みで、ペットボトルを回収する装置に入れると nanaco ポイントが還元されるという事例があったが、この施策は、顧客の来店意欲向上に繋がり、最終的には企業の販売管理費の一部を利用したプロモーション施策になっているともいえる。顧客が発電する再生可能エネルギー由来の電力を自社で買い上げてポイントを還元する施策に関しても、同様に販売管理費の一部を利用した好事例である。他の事例として、直接的な資金投入ではなく、規制緩和を通じて GX 市場拡大を行う施策もありうる。米国のとある州では、不動産業界に対する

脱炭素に関する州の認証を取ると、容積率の緩和が行われるために、デベロッパーは積極的に認証取得を行っている。

- 2 つ目の学びとしては、どのようにノウハウを補完していくかという点である。サプライヤーとバイヤーも双方ともにフラグメント化している。サプライヤー側にとっては、とある顧客から脱炭素の要望を受けたとしても、顧客全体の一部に過ぎないためにすべてに対応することは難しい。また、バイヤー側にとっても、様々な企業から調達を行っているために、都度対応を行うことが難しい。つまり、多くのサプライヤーとバイヤーが、ノウハウを持っていないかつ、対応の手間も大きいという課題感がある。この課題感に対処するためにサプライチェーンを垂直統合して取り組みを進めることができない業界では、コンソーシアムを組んで、群として手取り足取り進めていくこともやり方の1つであると考えている。

〔富吉委員（大原室長補佐代読）〕

- 日本の繊維産業におけるサプライチェーンの課題について、ヒアリングした結果を共有させていただく。サプライチェーン上流の化学繊維については、繊維製品の脱炭素化を促進する情報流通プラットフォームが必要であり、GX 製品に関する環境パフォーマンスだけでなく、品質や付加価値を消費者に伝えることに繋がり、高付加価値製品で日本が勝ち残るために重要であると考えている。高付加価値製品が多い先進国市場である欧州市場への販売が重要であり、先行する EU 規制に対応していくことが必要である。官民で日本のプラットフォームを構築して、先行する EU とともに国際標準化をしていく場が必要であると考えている。その際に、中小企業も積極的にデジタルプロダクトパスポート（DPP）で情報開示をしたいと思わせる仕組みづくりが必要である。
- 次に、LCA の人材育成と算定ツール整備、認証制度の対応についてコメントする。繊維製品の環境配慮設計に伴って、LCA 評価の重要性が高まっており、そのための人材育成が必要となっている。LCA の算定に向けたデータベース整備に加えて、LCA に馴染みが薄い人でも算定ができるような手引書の整備が必要である。GX に関わる認証制度は工数が大きく、小規模事業者には難しい。このような会社が認証を行えるように、人的および費用的支援策や複数の会社による共同の取り組みを検討するべきである。
- 次に、化学繊維と天然繊維の業種間連携による資源循環技術の開発についてコメントする。繊維から繊維への水平リサイクルのためには、複数素材を利用する製品の選別技術が重要であるのに加えて、化学繊維におけるケミカルリサイクル技術、化学製品と天然繊維の混合製品の分離技術、繊維製品の脱色技術の開発などの、R&D の課題が

多くあり、GXの支援対象として循環経済に関するR&Dを対象として、その推進の場が必要となると考えている。

- 次に、繊維製品のGX市場創造に向けた啓発などに関してコメントする。GX製品が社会に普及するためには、企業が継続的にGX投資を行うとともに、かかるコストが製品価格に転嫁され、消費者も含めて社会全体で受容されることが不可欠である。コストアップ分の価格転嫁について、消費者の理解が得られるよう政府による啓発活動が必要である。GX市場の初期需要を創出するにあたって、GX製品をグリーン購入法の対象とすることで、公共調達の優先的な対象とすることも重要である。
- サプライチェーンの中流の織布、ニット、縫製等についてコメントをする。中間製品を委託加工する立場の中小企業群は、GXへの貢献は自社工場の電力消費及び生産廃材の処理のみでGXへの関心はほぼない。関心を高め、対応していただくためには、発注側からアプローチするしかないが、次に述べる通り、アパレル企業の関心も低いのが課題である。サプライチェーン下流のアパレルについては、scope 3中心であり、自社努力による部分が非常に小さいために、サプライチェーン全体での取り組みと言われても何をやるべきなのか不明確なために、現時点では様子見をしている企業が多い。そのため、サプライチェーン中流を巻き込む動きを作ることもできない。GX対応の中心である上流素材メーカーとの関係が間接取引であることも、このことに拍車をかけている。このため、フロントランナー企業の取組みをグッドプラクティスとして見せ、取組みの具体化を図ることが重要である。

〔石山委員〕

- GXリーグでは、企業の連携を促してサプライチェーン全体でのGXを推進していく重要性が指摘されていると認識しているが、その点と本日の論点を踏まえてコメントをする。私が代表をしているシェアリングエコノミー協会では、サーキュラーエコノミーに特化した技術や仕組みを有するCコマース関連のスタートアップや中小企業が多く参画している。近年では、大企業とのスタートアップの事業連携が増えてきている。例えば、家具のシェアリングサービスを展開する企業においては、家具を提供するだけでなく、破損しやすい部品のデータを大手企業に対してフィードバックして、製品設計やサプライチェーン全体の設計に活かすような連携が行われている。他にも、リユース容器のシェアリングサービスを展開する企業では、バイオマス素材を展開する大手の素材メーカーと連携して、自社で開発が難しい素材を活用した容器を共同で開発を行うなどの事例も生まれている。

- 大企業と中小スタートアップ企業の連携は、双方に事業価値が大きい一方で、B2B の事業連携において多くの連携が非公開・非開示の状態で行われている点が課題だと考えている。その結果、企業が連携の成果を PR 開示できない状態となっている。そこで、社会的な評価を高める仕組みやインセンティブの設計が重要であると考えている。例えば、社名は公開できなくても、個社名を伏せたうえで事業連携の構造を公開するようなテンプレートを整備して可視化を行い、それを GX リーグで横展開するといった取り組みが考えられる。

〔渡邊委員〕

- チェーンストア協会に所属するイオン株式会社としても、スコープ 3 が排出量の多くを占める業界に位置している。発表いただいたセブンイレブンさんとの差分としては、自社事業におけるパートナーだけでなく、様々な中小企業のパートナーがいる点が挙げられる。その点を踏まえると、様々な中小企業のパートナーの負担を減らせる、共通の計算ツールが必要であると感じた。
- 同時に、中小企業にとっては参画するインセンティブを与える必要がある。また、消費者にとって分かりやすい表示を提示して、浸透させていくことも必要である。チェーンストア協会の中でも、プライベートブランドでの表示を作っている企業は多くいるが、消費者に対して自社独自の表示を認知させることは難しいため、認知度が高まり、消費者の GX 製品の選択を後押しするような表示を一緒に考えていきたい。
- 勝田委員の発表の中で、算定事例集を共有されている点が非常に興味深かった。チェーンストア協会においても、成功事例を横展開して取り組みのレベルを底上げしていきたいと考えている。この点について詳細をお伺いしたい。

〔皆藤委員代理〕

- カーボンフットプリントに関する事例集めを行っているが、従業員数が 11 名の製造業の中小企業でも、十分に対応が可能であると伺った。このようなカーボンフットプリントに関する取り組みを広めて中小企業の脱炭素化の動きを進めていきたいと思う一方で、カーボンフットプリントでは排出量の多寡については分からないという声も聞いている。勝田委員には、消費者から排出量の多寡に関する質問を受けているのかについてお伺いしたい。
- 中小企業に広めていくためには、CO2 排出量算定のフォーマット化が必要であると考えている。中小企業は、マンパワー・ノウハウ・資金が不足しているために、どれだけ共通化して取り組みやすくするかが重要であると考えている。

〔工藤座長〕

- これまでの委員のコメントに加えて、2 点質問をさせてほしい。勝田委員には、会員企業の GHG 排出量の算定の実績に関するアンケートにおける簡易算定という文言があったが、簡易算定の詳細をについてお伺いしたい。また、斯波委員には、リサイクルペットボトルに関しては内容量などを工夫して値段を下げているのか、それともリサイクルペットボトルを利用して値段を下げているのかをお伺いしたい。

〔勝田委員〕

- 消費者にとって、カーボンフットプリントの算定結果が高いのか低いかわからないという点についてコメントする。ゴールドウインにおいても、カーボンフットプリントの算定結果について、その高低が判断できなければ、消費者からの興味を引き付けることはできないのではないかと議論があった。昨年度に環境省からの支援事業に参画したが、その結果をどのようにマーケティングで利用するかについては社内で議論しており、現在もカーボンフットプリントを利用した魅力的なマーケティング施策は何であるかについては議論中である。
- ジャパンサステナブルファッションアライアンスにおける簡易算定とは、GHG プロトコルに則って、データベースを利用した粗い算定を簡易算定と呼んでいる。今後は精緻算定を行える、かつ環境配慮素材の利用を反映できる原単位が必要であると考えている。

〔斯波委員〕

- 弊社はプライベートブランドであるために、広告宣伝費などのコスト経費は掛かっていることは前提となる。専用のペットボトル回収機については、そのままボトルをプレスして良好な状態で回収するために、ボトルの原材料自体が比較的清潔かつコンパクトに回収できる点がコストを抑えることができている要因だと考えている。また、リサイクルができていることについても、コストを抑えることができている要因の 1 つであると考えている。表示については、現状製品の地味な場所に記載されているだけであるために、持ち帰って議論したいと考えている。
- 共通の表示を利用して、消費者に対して分かりやすく訴求する必要があると考えている。ごみとして廃棄する際の指示に関するラベリングは徹底されている一方で、中身の商品がどのようなものであるかを表示するラベリングがない点が大きな課題であると考えている。

〔山本委員〕

- 大手企業において脱炭素に関する課題感は非常に近いものであると考えており、それらの企業が共同で解決に向けて議論していく必要があると考えている。大企業の課題感が似ているために、不動産協会での「建設時 GHG 排出算定マニュアル検討会」の取り組みを各企業と組成できたと考えている。鈴木委員からのアメリカでの容積率の緩和について、三井不動産個社としては容積率が緩和されることは非常に魅力的であるが、建築物由来の GHG 排出の絶対量は増えてしまう点は悩ましい。

〔事務局（若林室長）〕

- GX リーグの見直しに当たって、どのような取り組みができるのかについては検討段階である。多くの企業が同様の課題感を持っていると考えられ、それをどのように解決していくのかを考えなければならない。規制的な手法を取ることは分かりやすい手法でありつつ、LCA の算定に関する手法が業界内で共通化されておらず、数字を横比較することが適切か不明瞭であるなどが大きな課題感であると認識した。これらに対する良い手法を開発したとしても、中小企業にまで普及させる点にも大きな課題があり、現状ではその水準までは至っていないと認識している。
- GX リーグの良い点は、任意の取り組みであり、意欲が高い企業を国全体で支えていく枠組みである点である。その意味では、好事例を特定して、社会的に検証される環境をどのように作っていくかについての戦略を持つ必要がある。GX リーグにおいては、認知度が高まっている削減貢献量に関して、企業がどのように開示していくかを整理すると同時に、金融機関や投資家、アセットマネージャーが、どのようにアセットオーナーが企業価値として使っていくのかの活用事例集を作成した。この活用事例集に対して、年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）などからも意見をいただき、金融機関側の視点にも立ちながら、削減貢献量について模索している企業を支えていくにはどのようにしたらよいのかについて取り組みを進めている。
- 山本委員から、消費者からの理解が得られない点、LCA 評価を金融機関が求めてこない点に課題感があると伺った。LCA 評価などが、企業価値として加味されるようになると、取り組みが加速するきっかけになると考えている。表示の在り方としては、国などが考えるべき事項だと考えている。
- 斯波委員の発表からは、プライベートブランドのものが大きく表示されていないことを伺ったが、消費者に対して訴求が足りていないことを感じた。他方で、このような製品を販売している企業がどのように他製品と差別化できるのかを考える必要がある。

国としては、補助金もあれば、グリーン購入法もあれば、表彰制度など様々なインセンティブの与え方がある。GX リーグの見直しに当たって、優良事例を行う企業をピックアップして、差別化いただけるような環境を作っていきたいと考えている。

〔工藤座長〕

- 本研究会で議論しているテーマは、非常に難しいものだと考えている。その難しさの理由として、部品点数や商品数、関係企業数など、利用する数字の概念が幅広いことが挙げられる。これらの数値をどのように組み合わせていくのかについて、この場で共通の仕組みづくりを進めている。本日の議論を通して、どのようなバリューチェーン構造となっているのかを把握しつつ、どこにどのようなインセンティブを与えるかという、現状把握の観点が非常に重要であると感じた。
- スcope 3、LCA の算定が、中小企業にとって難易度が高いことは、国内の全業界に共通していると考えている。算定に注力しすぎてしまっても、肝心の GHG 削減の取り組みが疎かになる可能性もある。そのような観点を含めて、算定の広め方を検討する必要があると考えている。また、排出量のウェイトが大きい分野を特定して、そこに対して経済的な取り組みがあればそれを促していくなどの施策が考えられる。
- 誰に向けて数字や取り組みを発信していくことが効果的であるのかという整理は、今後の研究会で重要になると考えている。饗場委員や鈴木委員が指摘されたように、企業活動における収益の重要性およびコスト転嫁できるように、環境価値を訴求できる仕組みづくりも重要であると感じている。多様な視点をどのように整理していくかが重要であると考えていたために、本日はその意味で非常に有意義であったと考えている。改めて、本日は皆様にご協力いただいたことを感謝申し上げる。

6. 閉会

事務局より、事務連絡を行った後、本会は閉会した。

(以 上)