

2021.3.6

関西購買ネットワーク会

SDGs各論

一步踏み込んで考える

SDGs/ESGのリスクとチャンス



1. SDGs/ESGの歴史と背景
2. 現場が感じる課題/温度差
3. 現場のSDGs 経験と対策
 - S(社会)に関するリスクとチャンス
 - E(環境)に関するリスクとチャンス
- 4.まとめ

SDGs/ESGの歴史と背景

改めてSDGs/ESGとは。。。？

SDGs : Sustainable Development Goals

ESG : Environmental/ Social/ Governance

2015年に国連総会にて採択。
17の目標と169のターゲットが
設定されている。

・SDGs実現の重要な「手段」
特に企業の取組として重要とされるESG。
投資家としての社会的責任(PRI)を求める、
ESG投資や、Sourcing部門としての
責任を求めるESG調達といった言葉として
広がっている。

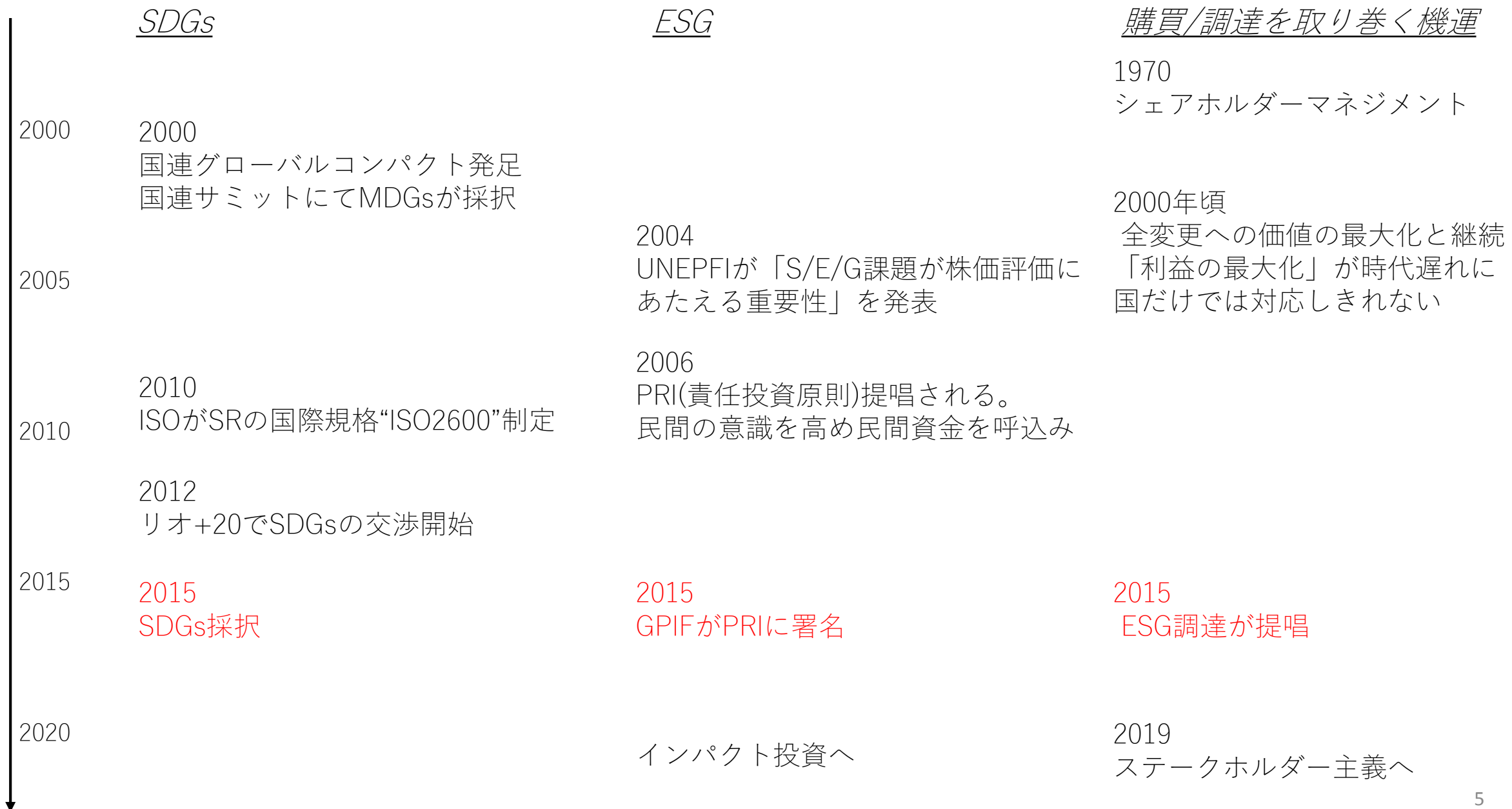


ESG 投資と SDGs の関係

社会的な課題解決が事業機会と投資機会を生む



もう少し詳しく…SDGs/ESGの歴史と背景



バイヤーとして感じる課題/温度差

- ・ 抵抗勢力
- ・ マイナス面の無視
- ・ 定量化不足
- ・ ことばあそび
- ・ SDGs推進という戦略

皆さんが考える課題は何でしょうか。

SDGs/ESGトレンドに現場が感じる温度差

「時代は必ず来る」、「子供たちの世代は当たり前になっている」

=理想的な外部環境を前提に話している。

=現時点では土壌がまだ整っていないことの裏返し

実情と理想のGap(ニワトリタマゴ問題)をどう乗り越えるのか？

⇒現場のバイヤーが自分事として、対処しなければならないと思います。

本日は、購買×SDGsと言え、と云うくらい重要な**ESG調達**について、
実例/経験をもとに、E(環境), S(社会)の観点でのリスクとチャンスをお話させていただきます。

S(社会)に関するリスク/チャンス

購買×SDGsといえば、ESG調達。

そのメインともいえる、サプライチェーンの健全性について

近年、サプライヤにも自社同様のESG基準を求めるグローバル企業が増加

*サステイナブル志向で知られる有名企業も批判的になり得る。

【調査】

サステイナブルなリーダー起業3社(自動車/消費品/消費財)のSPL

1次*9社+2次以下*22社=計31社について調査。

【調査】

サステイナブルなリーダー企業3社(自動車/消費品/消費財)のSPL
1次*9社+2次以下*22社=計31社を調査。

【結論】

多くのサプライヤが、リーダー企業3社の求める基準に従っていない。

なぜでしょうか。。。。？

***アンケートをお願いします。**

以下のような要因が確認されています。

残業時間60h overのサプライヤの代表

「顧客に間に合わないとは言えない。そんなことを言えば、次から、それができるサプライヤを探される。そもそも短納期で、人員を確保する時間も無い。」

加えて、

2次、3次、それ以下、となる程、リーダー企業の構成比は低下し、複数のリーダー企業の下請け、孫請けになる。
つまり、特定のリーダー企業に対するコミットメントが低下する。

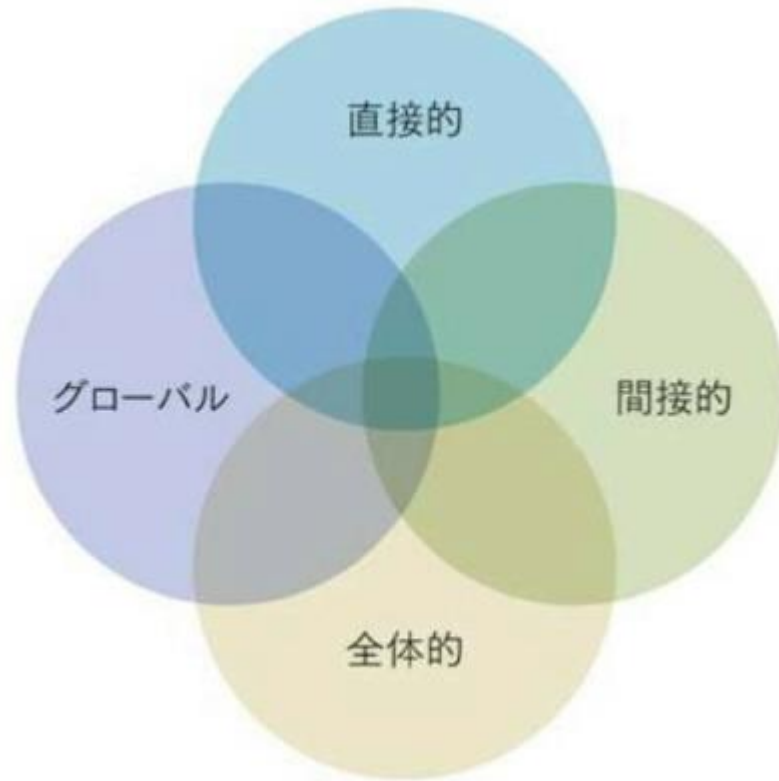
加えて、

2次以下のサプライヤはリーダー企業の要求に応えるだけの、
リソース(ヒト/モノ/カネ/時間)を持ち合わせていない。

加えて、

リーダー企業側も第3次サプライヤまで、把握できていないことが多い。

4つの効果的なアプローチ



業界構図などを鑑みて、
競合などとも協力した対応が必要

直接的アプローチ

- サステナビリティ業績指標を用いて1次サプライヤーを評価し、2次以下のサプライヤーに対する1次サプライヤーの要求水準を把握する。
- 環境、健康、安全、労働に関してサプライヤーの調査を行い、同時に調達についても調べる。
- 主要な1次サプライヤーの協力を得て、サプライネットワーク全体をマップに描いてみる。

間接的アプローチ

- 研修を実施したり、1次サプライヤー同士が学び合える機会を設けたりすることで、1次サプライヤーが2次サプライヤーから調達する方法を改善する。
- 優れたサプライヤーを選び、新しいサステナビリティの取り組みを試してもらう。
- サステナビリティ基準を下位のサプライヤーに広めたサプライヤーに対して、報酬を与える。

全体的アプローチ

- 業界全体としてのサステナビリティ基準の開発および遵守に取り組み、サプライヤーがサステナビリティに関する業界団体の正式メンバーとして参加するように注力する。
- 業界団体を通じて、競合企業や主要サプライヤーとリソースを共有し合い、サステナビリティの目標を達成する。
- 業界団体が提供する研修プログラムを活用するよう、1次サプライヤーおよび2次以下のサプライヤーに働きかける。

グローバルなアプローチ

- 関連するNGOやサプライチェーンのサステナビリティ改善に関心を持つ国際機関と密接に協力し合う。
- サプライヤーとの取り組みにおいて、それらの組織が提供するツールやデータ（契約やスコアカードなど）を用いる。
- NGOや国際組織のプログラムで優れた成績を上げたサプライヤーを表彰する。

S(社会)；実体験の紹介

欧州の先進企業の取組について

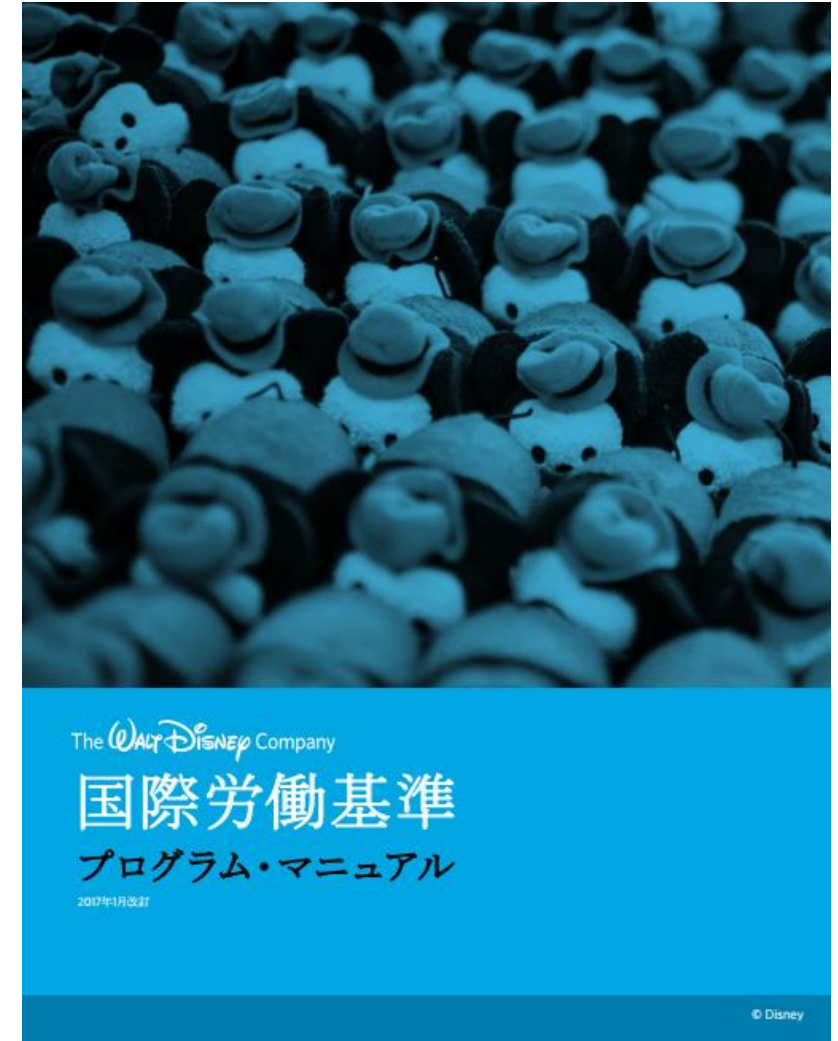
ウォルト・ディズニー：ILSプログラム

自社ブランド製品に対して、
国際労働基準「ILS; Inter National Labor Standard」プログラム
によってサプライチェーンのリスクを管理している。(主に安全/人権)
対象商品は、右図のようなライセンス商品から印刷物、景品等に及び、
対象工場はディズニーからの承認を得る必要がある。



▲マニュアルより；資材によって対象となるか否かの判断が必要。

▲例：ライセンス商品



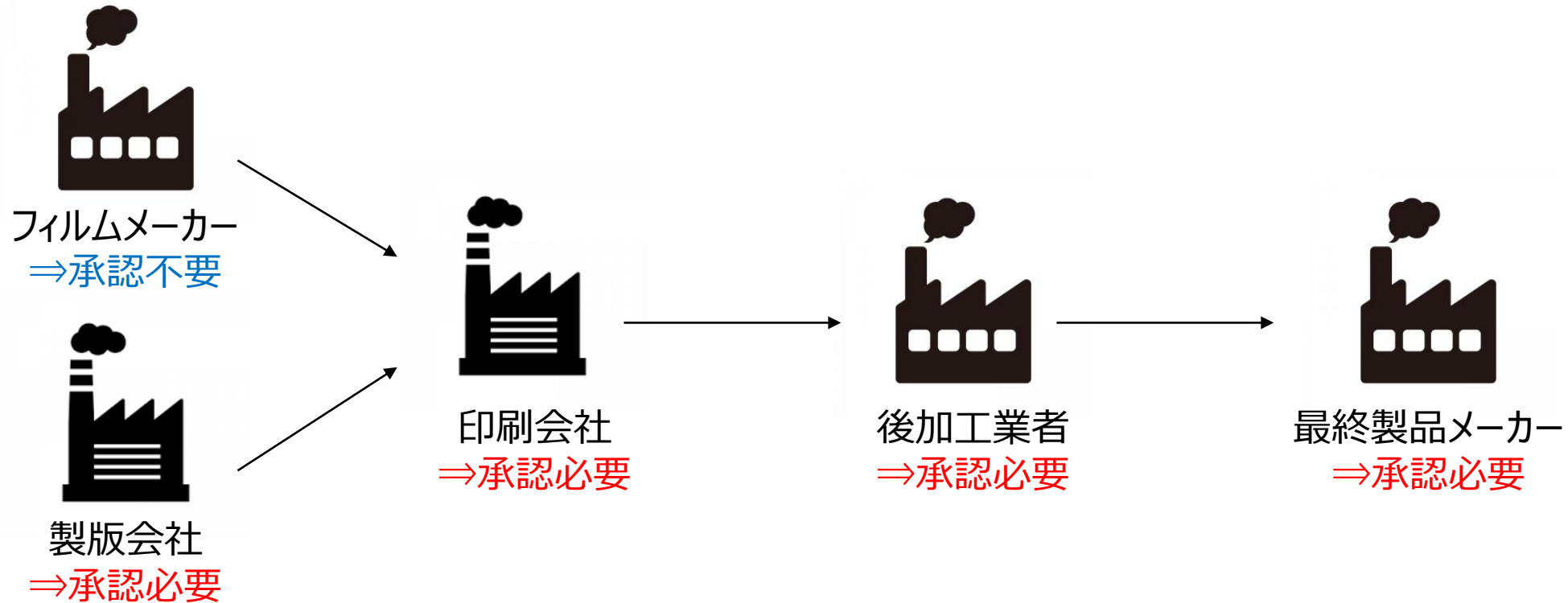
https://ditm-twdc-us.storage.googleapis.com/Disney_ILSManual_JPN.pdf

簡単に内容のご紹介を。

PDF別添

購買部として理解すべき前提

サプライチェーン上で、ディズニーキャラクターがデザイン(印刷/成型)されたアイテムに関わる**製造拠点**は、**ディズニー管轄の監査**を受け、承認(**FAMA** ; Factory and Machine Authorization)を得る。製造完了後、承認の必要が無くなった場合、FAMAの承認を取り下げる必要がある。



- ・一部を除いては全世界共通のルールで、メーカーの大小にかかわらず適応。
- ・承認は製造「拠点」毎に必要、「拠点」は住所単位で定義される。

具体的な監査項目

基本的には従業員の安全性の確保と人権の遵守するための項目が設定されている。

(具体例)

- ・児童労働や債務労働の有無
- ・出入り口や搬入口の規格
- ・監査拒否の有無
- ・非常扉の施錠/5S
- ・従業員の就業申請と
タイムカードの記載の整合性
- ・従業員寮の非常階段の設置状況
- ・避難訓練の全員参加
- ・消火器の設置「方法」

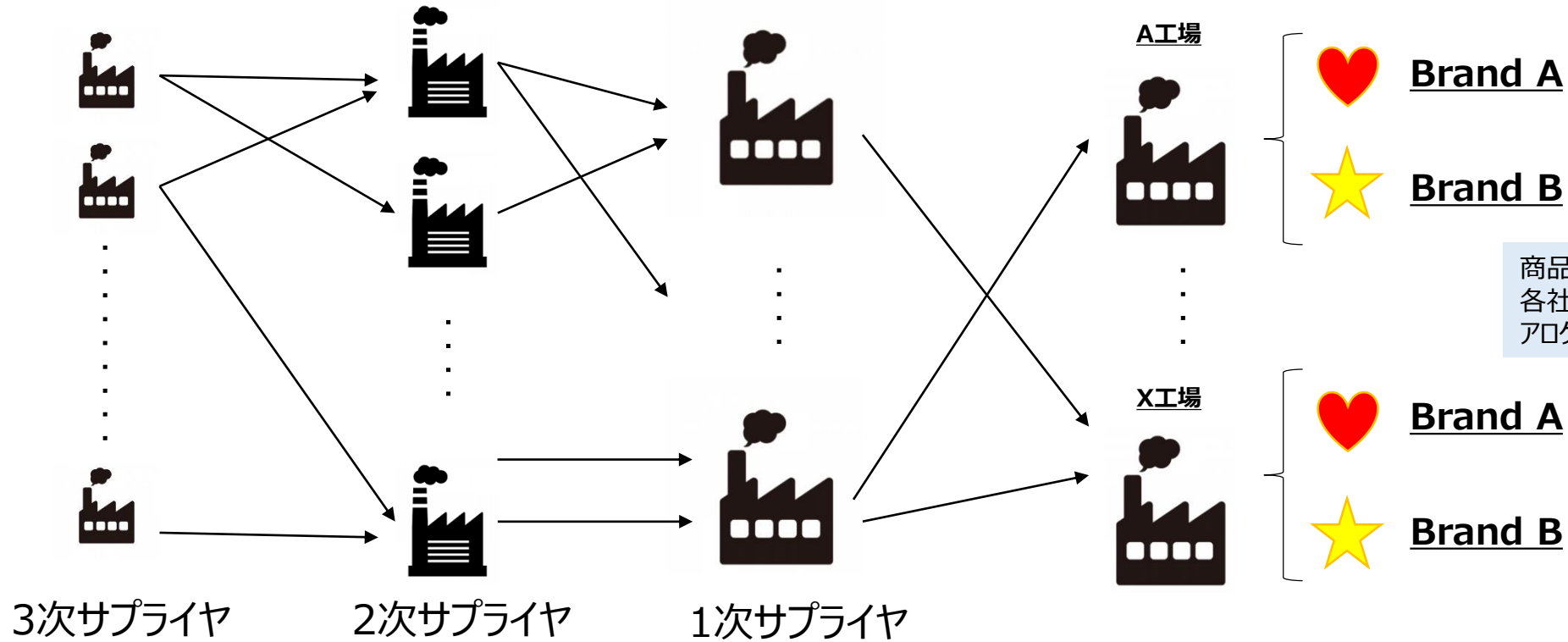
初回承認後も定期監査(抜打ち)があり、違反項目は是正項目として再監査時に改善確認を実施。
再びNGであれば失効。

購買部の役割

グローバルで数あるサプライチェーンの整理と各工場/アイテムとの紐つけを管理/維持。

必要に応じて、新たな拠点の承認や、既存拠点の承認の廃止を実施。

新製品,企画品などに対して、サプライヤの能力;QCDと承認状況を鑑みて、社内要請に対応。



商品ブランド/アイテム/部材毎で管理、各社の能力を加味して判断しなければ、アロケーションの変更などもリスクが伴う。

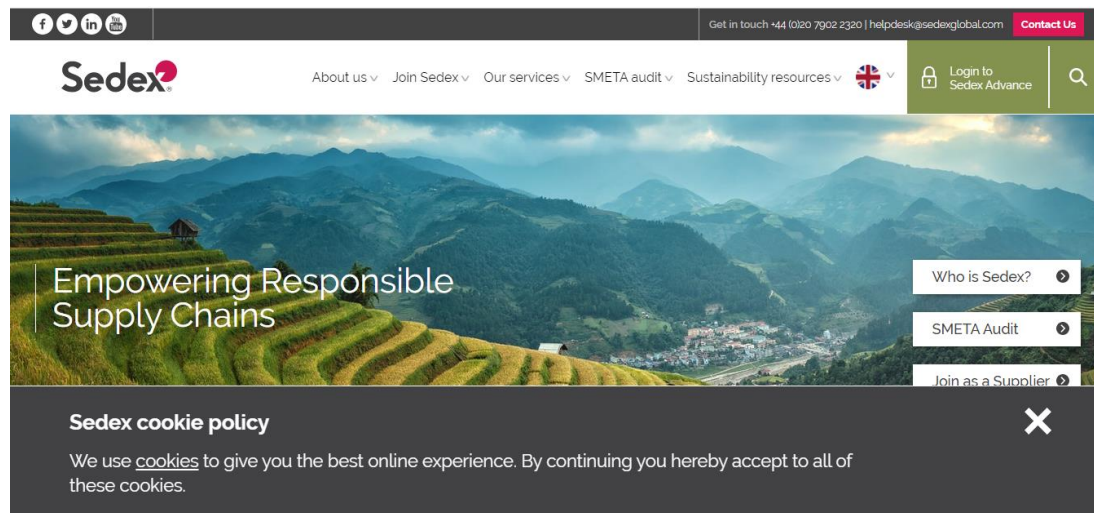
打開策;情報共有プラットフォームの活用

個別の承認対応と並行して、情報共有プラットフォームの活用を推進中

Sedex; Supplier Ethical Data Exchange

イギリスのNPO、独自の行動規範を持たず、会員間での情報共有のためのデータベースを運用する。

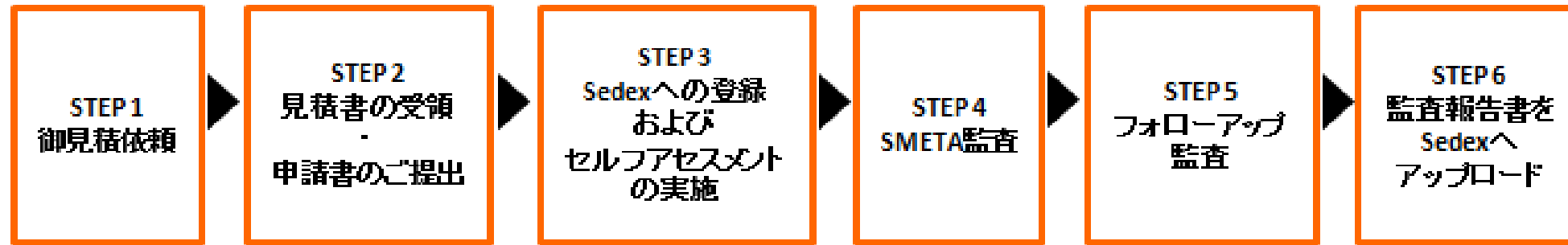
SMETA ; Sedex Members Ethical Trade Auditと呼ばれる監査基準を持ち、FAMA等の他の機関の監査と互換性を持つ。



<https://www.sedexglobal.com/>

打開策;情報共有プラットフォームの活用

監査のプロセス



監査領域



基本の2領域(労働/安全)+2領域(環境/倫理)の4領域の観点で監査が実施される。会員はサプライチェーン上の位置づけにより、A, AB, B会員に区別される。会員から監査アップロードまでいくつかの段階があり、どの段階まで実施するかは、企業次第。

E(環境)に関するリスク/チャンス

環境負荷低減資材の調達

- ・日用品/食品/飲食メーカー、特に使い捨て製品を扱う企業も取組を加速
 - ・原料/素材メーカーも環境負荷低減資材の開発/取引への注力を公表
- ⇒技術的に汎用化されていなくとも、社会的関心の高まりや、規制による使用制限へのリスクヘッジとして、手広く、調達にむけた準備を備えておく必要がある。



*<http://www.i-lohas.jp/>



*<https://diamond.jp/articles/-/174706>



*<https://www.kao.com/jp/environment/>

環境負荷低減資材の調達

消費財メーカーの主要部材(樹脂材料)調達担当として、注目していた/すべき資材。

- ・ バイオプラスチック
- ・ 生分解プラスチック
- ・ 非バージン石化プラスチック

など



*<http://www.jbpaweb.net/>

消費材(衛生材)での導入状況について

環境対応資材は従来品と比較して、**加工性/価格に劣る**ものの、自社/他社共に使用実績はある。(主に海外)
消費者とのコミュニケーションとしては、**環境負荷低減よりも、安全性や自己実現ニーズを訴求してい“た”印象**






*オーガニック/植物由来=安全/安心、環境問題への関与/従来機能以外の観点に価値を見出す自分といった点が消費者にとっての付加価値は確かに存在していそう。。。
環境対応資材の存在意義と異なる側面でのニーズも存在している(B to C ビジネスの面白さ・・・?)



📖オーガニック資材使用品の事例
各種機関の承認ロゴをパッケージに記載して安全性訴求

環境負荷低減資材の規格について

各社、対象製品には公共の規格の認証マーク、ないし自社基準のブランドロゴを記載

				
<p>バイオプラスチック協会が規格を作成。 25wt%以上のバイオマス由来成分を含む。</p>	<p>JORA(農林水産省系)が規格を作成。 10wt%以上のバイオマス由来成分を含む。</p>	<p>世界的な認証機関SGSとULが共同で提供したバイオマス認証 70wt%の含有が必要</p>	<p>資生堂earth care projectの自社基準 容器の20wt%以上が植物由来樹脂</p>	<p>花王の自社基準 基準製品に対してCO2減、環境主張認定基準を1つ以上満たす</p>

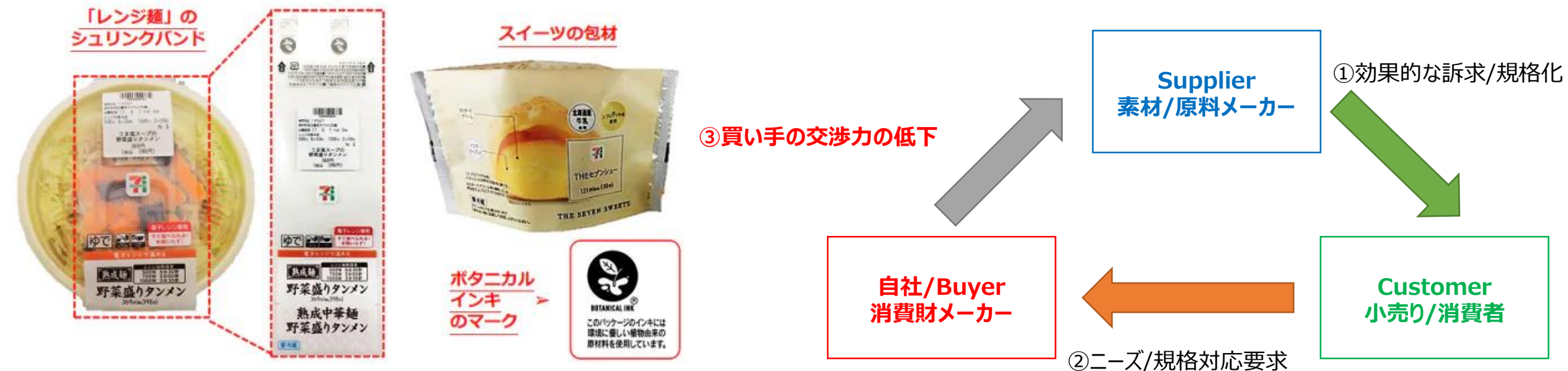
⇒独自/自社基準は乱立しており、基準取得自体の難易度は高くない印象。
企業規模/ブランドイメージ次第では自社での規格化の方が優位性をもてるか。。。

消費財のみならず、資材/原料メーカーの自社基準にも、気になるものがちらほら。。。



👉 環境配慮型インク“ボタニカルインキ”の自社基準マーク
innki固形分中に10wt%以上含有
ボタニカルインキを使用している製品には本認証マークを記載可能。

B to B メーカーの自社基準について



*セブンイレブン事例

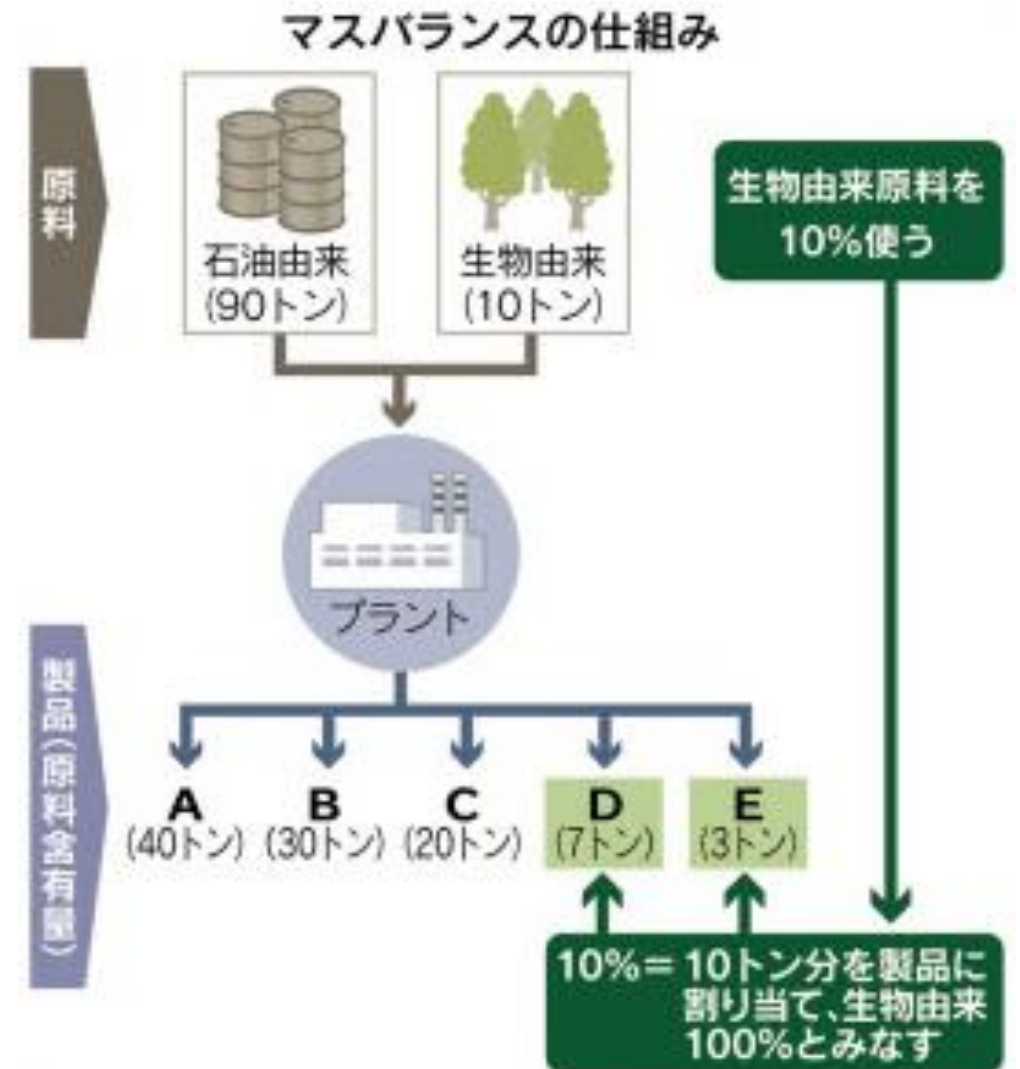
サプライヤーが顧客や消費者の市場に対して効果的な訴求(技術的ないしマーケティング)をした場合、結果として自社のサプライヤに対しての交渉力が低下するリスクを的確に認識しておく必要がある。

マスバランス法

原料として使用した物質を製品中の原料含有量に任意で割り振る。

再生可能原料の使用量等、生産管理の徹底が重要な為、**第3社機関の承認が必要**。

一方で、最終製品に至るまでに、中小/零細も含めた投入/生産量の管理が必要なため、**費用や手間の面で難易度は高い**。



ややもすると。。。

SDGsウォッシュ

1980年代に“whitewash;粉飾”から生まれた造語。以下の意味合いを持つ。

- ①実態が無いのに
環境に配慮している様に見せかける
- ②実態以上に環境に
配慮しているように見せかける
- ③不都合な事実を伝えず、
良い情報のみを伝達している




1度指摘されると、アウトプットへの信頼が毀損されると同時に、ESG投資先としての起業の魅力を著しく失う。

ややもすると。。。。

SDGsウォッシュに関する多義性

- ①国や地域、人々の意識によって判断基準は異なる
- ②時代や社会の風潮により判断基準は変化する
- ③企業規模や業界により判断基準は変化する
- ④マイナスインプクトも踏まえてSDGsゴール全体を鑑みて判断する

SDGsウォッシュの回避のためのポイント

- 
- ①根拠が無い、情報源が無い不明な表現を避ける
 - ②事実よりも誇張した表現を避ける
 - ③言葉の定義が難しい曖昧な表現を避ける
 - ④事実と関係性の低いビジュアルを用いない

理想的な外部環境(ニワトリ)を待つのではなく、既存のしくみ/構造を理解して、てこを効かせる、突破口を見つけるなど、現場が工夫して小さくでも始めること(タマゴ)が大切。

一方で、時々、本質的な目標(SDGs)に近づけているのか、振り返りながら、軌道修正していく必要がある。

以上、ありがとうございました。