

ESG対応、まず何を重視して取り組むのか意思決定が重要 元花王ESG担当のboost technologies柴田CSu0に聞く

CO₂排出量算定・可視化プラットフォームを展開するboost technologies。2023年1月から、花王でESG活動推進部部長を務めた柴田学氏をCSu0(Chief Sustainability Officer/サステナ責任者)に迎えた。CDPのスコアリングにおいて、日本唯一の3年連続「トリプルA」評価を取得した前職での経験や、なぜプラットフォームを使う側から提供する側に回ったのか。その考えを聞いた。

—前職ではどういった業務をされていたか

柴田 環境やビジネス人権について、工場の環境といった企業レベルから、製品のプラスチック使用量などプロダクトレベルまでを幅広く見ていた。

—なぜCO₂排出量算定ツール業界に入ったのか

柴田 花王ではバリューチェーンで年間1,000万トンのCO₂を排出しており、この削減に取り組んでいた。ただ、花王のように排出削減に動く企業もあった一方で、産業界には取り組みが遅れている、もしくは取り組んでいない企業もあった。産業界全体の意識を変えなければならぬと以前から感じていた。

—競合他社もありますが、なぜboostに入社したのか

柴田 CO₂排出量削減には、以前からエネルギー管理や再生可能エネルギーが重要になると感じていた。boostは祖業がエネルギーマネジメントツール「ENERGY X」(現:boost Energy)であり、魅力を感じた。

—前職では算定ツールを使う立場でしたが、自社のツールをどう評価するか

柴田 前職でも可視化できるツールは使っていたが10年前のもので、ユーザーフレンドリーではなかった。

ユーザーから見るとサプライヤーからのデータ収集が容易にできることが求められる。例えば花王ではスコープ3カテゴリ1が自社の排出量の3倍あり、この削減が重要だった。

—boost Sustainability Cloudのリリースにより、EのみならずS、Gに進出する

柴田 企業は基本的にESG全ての領域を1つの委員会で管理している。一括で管理することが合理的であり、ニーズも高い。

—ユーザー側から開発側に移って感じることは

柴田 当初の認識の通り、企業の取り組み状況はさまざま。プライム市場上場企業はTCFD水準の開示が必須だが、まだ対応できていない企業も多い。削減に向けては、本業、やりたいことは何か、逆に何を諦めるのかを考えることが大事。データを精緻に集めるとキリが無い世界なので、どこまでやるか考えて行動しなければならない。

—水セキュリティなど、対応すべき事柄が次々に増えていく

柴田 自社のリソースが限られる中で、何が重要と考えて、それを充てるか、最初に整理することが望ましい。中でも排出量を集計する、数字を集める作業はツールに頼った方が良くと思う。手作業だと判断基準の統一も難しい。

—Sustainability Leadership Communityを設立した

柴田 自社の状況に限らず、担当者はESGの運用にどういった行動を取るか悩んでいて、他社がどう動いているか絶えず気にしている。これは前職から感じていた。このコミュニティで様々



柴田学氏

な意見交換をしてもらえれば。

—BtoC企業の花王の経験から、脱炭素の消費者の関心をどう考えるか

柴田 現状ではコストアップ要因と捉えられている。消費者にエブリデーロープライスという価値観が強くなり、また「なぜ脱炭素しなければならないか」が認識されておらず、低排出であること、エシカル消費が製品選択理由になっていない。

—再生可能エネルギーについての現状認識や、自社の排出削減支援体制は

柴田 RE100などの観点に加え、火力発電を中心とした電力会社からの買電は価格が比較的安定しているという認識だったが、もはや変わってしまった。2050年ネットゼロの世界を考えれば、化石燃料利用はゼロに近づき、再エネは今後も拡大しつづけるだろう。

削減策は、まず省エネ、そこから創エネという順番。大手は省エネを尽くした状態とされるが、まだ削減余地はある。パートナー企業と共同で支援していく。