

サステナブルな未来に向けた製造業

IFS の製造業担当インダストリー・ディレクター、Maggie Slowik によるエグゼクティブ・サマリー

今、世界中でサステナビリティ（持続可能性）が語られているように見受けられます。しかし、これは決して新しい話題ではありません。サステナビリティは何年も前から課題として挙げられており、マーケティングを目的として、興味深く刺激的な多くのコンテンツが提供されてきましたが、今日見られるような戦略的な重要性はありませんでした。

2020年に新型コロナウイルスが蔓延したことで、企業がサステナビリティについて新たな危機感を覚えるようになりました。あらゆる業界で、一夜にして事業のやり方を変えなければならなくなったのです。特にメーカーでは、需給動向の激変に見舞われるとともに、安全な勤務環境を確保するために職場のレイアウトを見直すという課題に直面しました。このパンデミックにより、急激な変化がいつでも起こり得ること、そして、同時にこの蔓延が環境に良い影響を与える可能性（例えば、旅行者の減少が CO₂排出量の急減につながるなど）さえあることが実証されました。その意味で、**2020年**が転換点となりサステナビリティが多くのメーカーにとって優先順位の最上位に押し上がる結果になりました。

さらに、メーカーに迅速な対応を迫るさまざまな外部要因があります。まず、顧客や最終消費者は、製品がサステナブルな方法で生産されているという確信を得たいがために、ますます情報を求めるようになっていきます。そのような情報が得られるのであればプレミアム価格を払っても良いとするケースもあります。

しかし、何よりも、規制による圧力とグローバルな指標がサステナビリティの課題を後押しする状況になっています。例としては、産業革命前と比較して世界の気温上昇を**1.5%** に抑えるというパリ協定の目標、2050年までに欧州大陸でネットゼロ（温室効果ガスの排出が正味ゼロ）を達成するという欧州委員会の指令、国連の持続可能な開発目標（SDGs）、そしてさらに最近では、COP26において国際サステナビリティ基準審議会（ISSB）が新たに設立され、気候およびその他の環境・社会・ガバナンス（ESG）関連事項の開示基準のグローバル・ベースラインを策定することになったことが挙げられます。

また、銀行、市場、保険会社、および気候変動に対する意識の高い積極的な機関投資家が提供するグリーンファイナンスは、サステナビリティを推進する上で今後ますます重要な役割を果たすものと思われます。今後は、政府だけに圧力がかかるのではなく、民間部門にもより厳しい目が向けられることになるでしょう。

製造業は最も汚染度の高い産業として知られており、今後は、サステナビリティに向けてさらに前進し、その行動を実証することが期待されます。これは、ステークホルダーの期待に正面から向き合いビジネスリスクに対処するだけでなく、新たな機会を積極的に受け入れることを意味します。



今日における現実とは

2021年末、IFS はテクノロジーアナリスト会社 Omdia 社と共同で調査・研究を行い、北米と欧州のメーカー117社を対象に、サステナビリティとサーキュラーエコノミー（循環型経済、CE）に関する見解、目標、および取り組みについて聞き取り調査を実施しました。

その結果判明した最も驚くべきもののひとつに、企業がいまだにサステナビリティに対して近視眼的に取り組んでいることがあります。そのデータによると、一番の動機はビジネスリスク（18%）、規制遵守（15%）、および財務的インセンティブ（15%）であり、企業の消極的な考え方や準備不足が浮き彫りになっています。また、サステナビリティが、顧客の信頼や企業の評判にプラスの影響を与えるなど、コンプライアンスを超えた付加価値を提供できることは認識しているものの、このことが行動を起こす最も重要な理由であるとは考えられていません。

では、なぜ企業は尻込みしているのでしょうか。現在、サステナビリティ活動への投資を妨げている最大の要因は、旧態依然としたインフラ、責任が一元化されていないこと、そして初期コストです。

データとテクノロジーが果たす役割

高まる期待と法的な拘束力のある目標がある今、メーカーはデジタル化の導入に直面したときと同じように、懐疑的な考え方を克服する必要があります。そのためには、データ主導のアプローチが必要です。

ではなぜ、このアプローチが必要なのでしょう？ ネットゼロへの取り組みが揺るぎなく、かつ正当なものであることを証明するために、メーカーはより正確で詳細、かつタイムリーなデータへのアクセスを必要とします。その際には、組織レベルの排出量だけでなく、製造工程、原材料や製品の輸送、製品の使用、および製品寿命に達した製品の廃棄に関連したきめ細かな排出量に注目することが必要です。

このような詳細なデータを報告できることが、今後は事業活動にとって不可欠になります。そのため、バリューチェーン全体でデータを捉え、カタログ化し、共有することを可能にする最新のテクノロジーが重要となっています。

一部のメーカーは、すでにテクノロジーへの投資を活用してサステナビリティの取り組みを進めており、その中でも ERP が中心的な役割を果たしています。一方で、IoT（モノのインターネット）、高度なアナリティクス、人工知能（AI）、およびデジタルツインやグリーンツインなどのデジタル技術を活用して、サステナビリティの達成目標を前倒しするメーカーも増えてきています。現代のテクノロジーの進歩の速さを考えると、私たちはまだ、そのほんの一部しか利用できていません。

サーキュラーエコノミー（循環型経済）によって、サステナビリティ戦略を支える独自の機会が生まれます。循環型経済の概念やモデルについては、いまだ業界全体で混乱と誤解が生じていますが、メーカーが従来の製品やビジネスモデルを見直し、再設計する大きな機会を生み出すものです。ただし、循環型経済とは、一般的に考えられているような環境性能の向上だけを意味するものではありません。より広範なエコシステムと関わりながら、エネルギー、労働力、材料から価値を維持する事業活動に注力することで、メーカーは循環型経済によってまったく新しい市場に進出し、新たな収益源を生み出すことができるようになるのです。

結論

ひとつだけ確かなことは、サステナビリティに関しては、もう後戻りはできないということです。今後進むべき道はただ一つ、それはサステナビリティを世の中のためになる力として捉えることです。なぜなら、環境と人々へのプラスの影響という点だけでなく、メーカーに業務上および競争上の優位性をもたらすからです。デジタルトランスフォーメーションは、サステナビリティを実現する単なる手段ではなく、両者は密接に関連しています。

その意味で、メーカーにとってサステナビリティは「新しいデジタル」となり、変革的な価値を実現するための足がかりになると私は考えています。