

正栄食品工業グループにおける TCFD フレームワークに基づく開示

正栄食品工業グループは、気候変動は事業の持続可能な成長に影響を及ぼす重要課題であると認識しています。気候変動が事業に与えるリスクおよび機会を評価し、ガバナンス、戦略、リスク管理、指標と目標について、以下の通り、開示を行います。

ガバナンス

農産加工品及び乳加工品を主に扱う正栄食品工業グループにとって、気候変動に伴う干ばつや洪水、暴風雨などの異常気象及び温暖化は、原料産地に被害を及ぼし、原料調達に大きなリスクを発生させます。このリスクを回避すべく、正栄食品工業グループでは、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会を取締役会の下部組織として設置し、気候変動におけるリスクと機会について討議し、対応策の検討を行っております。また、外部の客観的・合理的な評価を頂くために、この委員会には独立社外取締役も委員として参画しています。委員会での検討結果については取締役に年に2回以上答申しており、取締役会では、気候変動による影響と環境アセスメントの結果を考慮し、総合的な視点に立ち意思決定を行っております。

戦略

正栄食品工業グループでは、世界各地より農産物・乳製品の加工原材料、商品を輸入調達しています。従って、気候変動により、干ばつや日照り、害虫の大量発生、受粉作業に不可欠なミツバチ等を利用する虫媒の不活動、凶作による供給不安、品質不良、価格の高騰、消費者の嗜好の変化、農産適地の変化等、多岐に影響が及ぶと考えられます。グループ全体でこれらの変化に注視し、随時、調達先の多様化を検討し、リスクの分散、移行リスクに関するマーケットの分析、その他新興産地の動向調査等を行い、顧客に商品の安定供給、代替商品の提案を図っております。

また、気候変動に伴う消費者のエンカル消費の選択の拡大、健康意識の向上等に対応し、新市場に向けた商品の調達・開発を行っております。

リスク管理

正栄食品工業グループは、企業に重大な影響を及ぼすリスクに的確に対処するべく、リスク管理委員会、サステナビリティ委員会等を設け、リスクマネジメントを推進しています。その中で、『気候変動』も重要な経営リスクと位置づけ、サステナビリティ委員会にて、物理的リスク、法規制、市場等の移行リスクについて、そのリスクレベル・影響度を総合的に評価し、その対応策を検討しています。その結果を取締役会に答申し、取締役会が監督し、適切に経営へ反映してリスク管理を推進しております。

指標と目標

1. CO₂排出量の削減

当社グループでは国内外の全事業所（支店・生産工場含む）においてCO₂排出量の測定を実施し、2030年目標を下記の通りに設定致しました。

CO₂排出量30%削減（2022年度比 スコープ1, 2対象）

2022年度正栄食品工業グループCO₂排出量実績

（2022年4月～2023年3月）

	スコープ1 (t)	スコープ2 (t)	合計 (t)
正栄食品工業および国内関係会社	22,038	16,859	38,897
海外関係会社	1,111	5,751	6,862
合計	23,149	22,610	45,759

再生可能エネルギー（太陽光発電システム等）によるCO₂排出削減量

1489 t

- スコープ1とは、自社での燃料の使用や工業プロセスによる直接排出の温室効果ガスの排出量です。
- スコープ2とは、自社で他社から供給された電気、熱、蒸気を使用した事による間接排出の温室効果ガスの排出量です。
- スコープ3については 現状CO₂排出量のデータの収集整備に努めており、主要サプライヤーに対しCO₂排出量削減を働きかけ、協働で削減に取り組んでまいります。

正栄食品工業グループでは、国内外の活動拠点にて長期的な視点での CO₂削減に取り組みを進めています。

- ① 国内外の活動拠点における CO₂排出量の把握
- ② 機械設備更新時における高効率（省エネ）設備への切換え
- ③ 生産方法の見直し、生産効率の向上によるエネルギー消費の効率化（原単位の向上）
- ④ 使用エネルギーを重油から、効率を考慮しながらより CO₂排出量が少ないガスへ切換え【エネルギー転換】
- ⑤ 太陽光発電（再生可能エネルギー）システムの導入（米国関係会社 ShoEi U.S.A で導入済）
- ⑥ グリーン電力の調達（購入）
- ⑦ 空調設備・機械設備の定期メンテナンス・清掃による機能の維持管理
- ⑧ 各事業拠点における照明の LED 化の推進
- ⑨ 人感センサー、照度センサーによる省エネ推進
- ⑩ 事務所における空調管理（夏場の 28℃、冬場の 20℃）の推進
- ⑪ ペーパーレス化の推進による森林保護
- ⑫ 国内配送のトラック輸送から鉄道コンテナ輸送へのモーダルシフト化による CO₂排出量の削減
- ⑬ 海上貨物の消費地荷揚げによる国内輸送の省略化による CO₂排出量の削減
- ⑭ 在庫商品（定温・冷蔵・冷凍）の適正化、回転率の向上等の管理による使用電力の省力化

TCFD 提言に基づくシナリオ分析概要

気候変動による中長期の事業リスクと機会の特定にあたり、IPCC（気候変動に関する政府間パネル）や IEA（国際エネルギー機関）などが発表する『世界の平均気温が 4℃以上上昇する』4℃シナリオ、『世界の平均気温がパリ協定で合意した 2℃未満の上昇に抑える』2℃シナリオのふたつのシナリオで、温室効果ガス排出抑制による影響と主取扱商品（農産物・乳製品）の調達と生産を中心に分析し、整理しました。

①シナリオ分析：リスク（シナリオ 2℃・4℃共通想定）

*4℃シナリオの世界観

気温上昇を抑えるための規制は 2℃シナリオより緩やかになる。（移行リスク）

気温上昇により環境や人間活動のネガティブインパクトがより顕著になる。（物理リスク）

移行リスク

大分類	小分類	事業への影響	重要度	対応策
政策 / 規制	炭素税、カーボンプレジット等 カーボンプライジングの導入	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 燃料費・電力料金の上昇による生産コストの増加 ◆ 物流コストの増加 	大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ エネルギー転換や省エネ設備への切替えなどサプライチェーン全体での CO2 排出量削減への取組み ◆ 物流の効率化及びモーダルシフト化（トラック運送から鉄道コンテナ運送への切替）
	GHG 排出規制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 削減目標の策定実行に関する操業コストが増加 ◆ 省エネ設備への投資コストの増加 	中	<ul style="list-style-type: none"> ◆ エネルギー効率向上への取組み ◆ 自家発電の利用促進及び再エネへの転換
評価	消費者行動の変化	<ul style="list-style-type: none"> ◆ サステナビリティ経営への取組不十分と判断された場合の企業への評判悪化による売上減少 ◆ 企業評判悪化による人材獲得や従業員の定着化への悪影響 	大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 環境に配慮した原料・資材活用（オーガニック、リサイクル材料ほか）への取組み ◆ 食品ロスや 3R への取組み推進 ◆ 人的資本経営の積極的な取組み推進
	投資家・金融機関・株主・取引先からの評判変化	資金調達コストの増加や取引対象から除外されるリスクの発生	大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 情報開示等経営の透明化推進 ◆ サステナビリティ経営への着実な取組み

物理リスク

大分類	小分類	事業への影響	重要度	対応策
慢性	気温上昇による農産物の主要栽培地の移行	既存購買網では原料調達が不十分になる可能性がある	大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 原料調達先の多角化・分散化を図る ◆ 健康で持続可能なサプライチェーンの構築
	気温上昇による病害虫の被害増加や昆虫減少による受粉困難に起因する生物多様性の減少	原料の品質低下や収穫量減少によるコスト増加及び調達困難の発生	大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 原料調達先の多角化・分散化を図る ◆ 既存商品の代替品の研究開発を進める
	水資源ストレスの高まり	栽培地・生産工場・サプライチェーンにおける渇水・干ばつ等による農産物の育成不足/収穫量激減により調達困難の発生或は調達コストの増加	大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 原料調達先の多角化・分散化を図る ◆ 水資源の有限性や水循環の仕組みなどの理解を深める ◆ 水資源を最大限に有効活用する
急性	気象災害（台風・高潮）の激甚化・頻度増加	工場の施設・設備やインフラへの被害による操業停止	大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 各生産工場や物流極点における BCP（事業継続計画）の策定及び実効性の確認により被災の低減化を図る

機会

分類	事業への影響	重要度	対応策
消費者行動の変化による機会	◆ 環境負荷を考慮した商品に購買行動が拡大 (エシカル消費)	大	◆ サステナビリティ価値の高い差別化商品の開発推進 (環境配慮型製造プロセスの構築など)
	◆ 温暖化による感染症や疫病の発生頻度の高まり・流行により健康への関心度が上昇	大	◆ 健康志向商品のラインアップの拡充 ◆ 健康素材の開拓/提案
	◆ 温暖化による食品嗜好の変化による従来市場の縮小/新市場の登場	中	◆ 適切な市場リサーチを通じた新商品設計及び開発の取り組み推進