

特集

持続可能な社会の実現に向けて サステナブルな コスモエネルギーグループへ

社会は変わる。
コスモエネルギーグループも変わる。
でも、私たちにとって変わらないものもある。
社会を支えるエネルギーを供給し続けること。
その使命を果たし続けるために、私たちは変わります。

- P.26** サステナビリティ・トランスフォーメーションを実現するために
- P.27** 2050カーボンネットゼロへのロードマップ
- P.29** 風力発電で脱炭素社会を実現する
～建設を進める上野知ウィンドファーム～
- P.31** コスモのDX(デジタルトランスフォーメーション)
- P.33** コスモエネルギーグループのプラント戦略

サステナブル経営

サステナビリティ・トランスフォーメーションを 実現するために

当社グループは、グループ理念に「私たちは、地球と人間と社会の調和と共生を図り、無限に広がる未来に向けての持続的発展をめざします。」を掲げ、その実現のためにサステナブル経営に取り組んでいます。

2021年度より、財務と非財務の目標を一体とした意思決定をめざしてサステナビリティ戦略会議を設置し、サステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)を実践する体制を整えています。

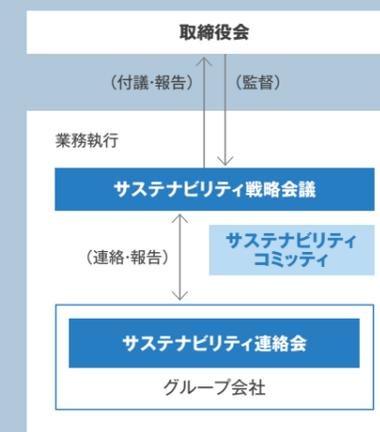
サステナビリティ戦略会議

当社は、グループ理念を具現化するために、サステナビリティおよび内部統制に関する活動を統括する組織体制として、サステナビリティ戦略会議およびサステナビリティコミッティを設置しました。サステナビリティ戦略会議は、社長執行役員を含む主要な執行役員、中核事業会社の社長・企画部門の部長に加え、オブザーバーとして社外取締役および監査等委員である取締役により構成され、安全、リスク管理、人権、環境等のサステナビリティ活動の方針の審

議、実績のモニタリング・評価を実施し、重要なものを取締役会に報告することにより一層の重点的かつ積極的な取り組みを進めております。2021年度はサステナビリティ戦略会議を8回開催し、20件の議題を討議、そのうち取締役会へ11件を審議、付議・報告しました。

また、中核事業会社および準中核事業会社に、それぞれの機能に応じた委員会を設置し、当社のサステナビリティ戦略会議と連携をとることによりグループ会社全体の統制を図っています。

サステナビリティ推進のガバナンス体制図



2022年3月期の活動

2021年5月13日	臨時	● 2050年カーボンネットゼロ宣言	2021年12月8日	臨時	● TCFD提言に沿った開示内容
2021年6月3日	第1回	● 2021年度サステナビリティ戦略会議の計画 ● 改訂CGコードの対応方針 ● グループ理念体系整備の計画概要 ● 非財務KPI(2020年度実績、2021年度目標)	2021年12月23日	第4回	● 2022年度非財務KPIガイドライン ● ESG格付け評価 ● コスモエネルギーグループのリスクマネジメント取組状況
2021年9月30日	第2回	● TCFDシナリオ分析結果および開示に向けた討議 ● 環境方針、人権方針の制定、人材活用方針、ディスクロージャーポリシーの改訂	2022年1月6日	第5回	● マテリアリティが貢献するSDGsのゴール ● サステナブル調達方針、コンプライアンス方針、社会貢献活動方針、情報セキュリティ基本方針、税務方針の制定
2021年10月8日	第3回	● 2021年度CO ₂ 排出見直し策定 ● 2021年度非財務KPIの進捗報告・討議 ● 改訂CGコードにおける対応のポイント	2022年2月22日	第6回	● 2022年度非財務KPIの目標設定 ● 2050年カーボンネットゼロへのロードマップ案 ● 健康経営方針の制定

気候変動

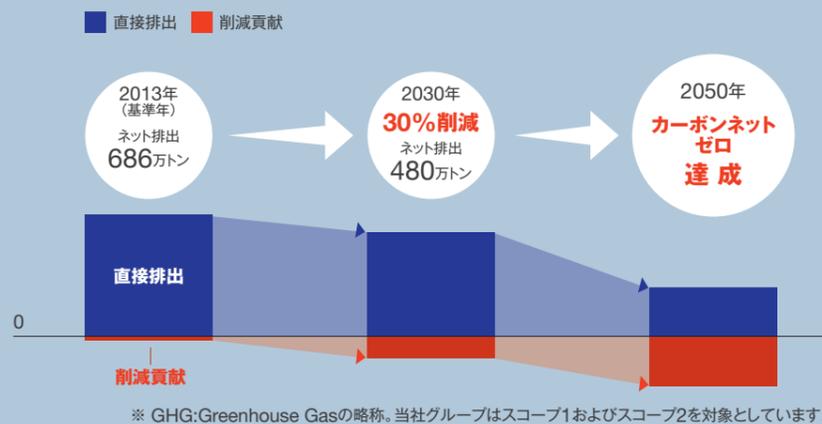
2050年カーボンネットゼロへのロードマップ

当社グループは、気候変動の視点をより一層取り入れた経営計画を策定し実行していくことが、地球や社会、そして我々の持続的な発展に不可欠であると認識しており、2021年5月に「2050年カーボンネットゼロ」を宣言しております。この度、その実現に向けた取り組みと工程をとりまとめたロードマップを、気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) におけるシナリオ分析や、外部環境・内部環境の分析等を基に策定しました。当社グループは、Oil & Newとカーボンニュートラル社会の形成を2つの大きな柱として、「2050年カーボンネットゼロ」への取り組みを進め、エネルギーの安定供給の責任を果たしつつ、石油分野以外の事業を拡大するとともに、2050年までにGHG排出をネットゼロにすることをめざします。

GHG排出目標と削減量

エネルギーの安定供給の責任を果たしつつ、脱炭素エネルギーへの転換やネガティブエミッション技術の活用等によって、自社操業に伴う排出量(スコープ1+スコープ2)の2030年30%削減(2013年度比)、2050年カーボンネットゼロをめざします。

GHG排出目標と削減量



カーボンネットゼロに向けた重点取組テーマ

脱炭素エネルギーへの転換やネガティブエミッション技術など、以下6つを

重点取組テーマとし、カーボンネットゼロに取り組んでまいります。

1 直接削減

- 低炭素燃料 (LNG、バイオ燃料等)、脱炭素燃料 (水素、アンモニア等) への燃料転換や再エネの導入、省エネ等によりスコープ1+スコープ2排出量を削減
- 当社グループが運営する直営全SSへ実質再エネの導入

2 ネガティブエミッション技術の活用

- 当社グループが利権を有する油田等でのCO₂-EORの可能性を検討、また主要な装置におけるCO₂回収とその活用 (CCS/CCUS) の可能性を検討

3 再生可能エネルギー事業の拡大

- 2030年に陸上、洋上風力で合計150万kW超の設備容量をめざす
- 当社グループが有する技術やネットワーク、アセットを活用した地熱・太陽光・バイオマス発電事業の検討



6 カーボンクレジットの活用

- 削減出来ない残余排出分を、ネガティブエミッション技術の活用や、再生可能エネルギー事業の展開等による削減貢献分やカーボンクレジット等でまかない、2030年30%削減(2013年度比)、2050年ネットゼロをめざす

5 次世代エネルギー/原料への取り組み

- SAFサプライチェーン構築に向けた事業開発を一層加速させ、2025年までにSAF燃料製造設備の稼働、供給開始をめざす
- カーボンリサイクル(合成燃料・化学品)製品の供給を検討
- 水素・アンモニアの供給を検討
- ケミカルリサイクルの検討

4 モビリティサービスの取り組み

- SSへのEV用急速充電器の設置、コスモMyカーリースでのEV供給、EVカーシェアの提供等の事業をさらに拡大
- 地域創生への貢献

ネットゼロに向けた基本的な考え方と工程

- エネルギーの安定供給の責任を果たしつつ、脱炭素エネルギーへの転換やネガティブエミッション技術の活用に向けた検討・導入を進めます。
- 風力を主とした再生可能エネルギー事業の拡大、次世代エネルギー/原料への取り組み、モビリティサービスの拡大、地域創生への取り組みを進めます。



足元の主なトピックス

- 2021年9月 再エネ・EV等のパッケージ商品「コスモ・ゼロカボソリューション」の販売開始
- 2022年1月 アブダビ首長国の再生可能エネルギー企業マスダール社と協業検討に関する覚書を締結
- 2022年3月 SAF(持続可能な航空燃料)の商用化および普及・拡大に取り組む有志団体「ACT FOR SKY」に加盟
- 2022年3月 岩谷産業社と水素事業での協業検討に関する基本合意書を締結
- 2022年6月 コスモエネルギーグループ直営SSなど計603施設で実質再生可能エネルギー電力への切り替えを完了
- 2022年7月 2030年SAFの供給目標を、年間30万KLと設定

協業検討覚書締結



コスモエネルギーホールディングス代表取締役社長 桐山 浩



マスダール社CEO Mohamed Jameel Al Ramahi氏

Alcohol to Jet (ATJ) 技術を活用した国産SAF製造事業の共同検討プロジェクトイメージ



再生可能エネルギー

風力発電で脱炭素社会を実現する ～建設を進める上勇知ウィンドファーム～



カーボンネットゼロの実現に向けて風力発電事業を推進

当社グループは、気候変動の視点をより一層取り入れた経営計画を策定し実行していくことが、地球や社会、そして我々の持続的な発展に不可欠であると認識しており、2021年5月に「2050年カーボンネットゼロ」を宣言し、2022年5月には、その実現に向けた取り組みと工程をとりまとめたロードマップを策定しました。このロードマップでは、風力発電を主とした再生可能エネルギー事業

の拡大を重点取組テーマの一つとしています。

風力発電は、資源の枯渇の心配がなく、発電時にCO₂を排出しない環境にやさしいクリーンなエネルギーです。また、CO₂削減に貢献するだけでなく、エネルギーの多くを輸入に頼っている日本のエネルギー自給率の向上にも貢献しています。

再生可能エネルギー事業では、中核

を担うコスモエコパワーにおいて、陸上風力サイト開発から発電所の設計・建設、操業・メンテナンスまで一貫して自社で実施できる体制を構築しています。2022年6月末時点で全国23地域、175基の風車を有し、地域や土地所有者の皆さま、各自治体のご理解ご協力を得ながら、これからも持続可能社会の実現に向けて、風力発電のさらなる拡大を推進します。

建設を進める上勇知ウィンドファーム

上勇知ウィンドファームは、2020年5月に着工し、2023年3月の運転開始をめざし、北海道稚内市に建設中の陸上風力サイトです。12基の風車を設置し、設備容量は49,400kWにも達する大規模な陸上風力サイトとなります。4,300kWの発電容量を持つ風車はブレードの最高点が145m、ローター部分の直径は120mに達します。工事期間3年を超える大型プロジェクトとなる上勇知ウィンドファームは、2022年度下

期の完成をめざし、工事の終盤を迎えています。

上勇知ウィンドファームの概要

発電所の名称	上勇知ウィンドファーム
所在地	北海道稚内市抜海村上勇知国有林内およびその周辺
着工	2020年5月
稼働開始(予定)	2022年度下期
設備容量	49,400kW (4,300kW×12基)



開発担当者より 自然環境に配慮しながら、送電網整備も含めた大型プロジェクトとなりました。



コスモエコパワー株式会社
事業開発部

開発1グループ長 小暮 武勇
開発1グループ 堀 亜佑美

私たちは北海道稚内市と良好な関係を20年以上築いており、受け入れ態勢が整った地域での開発となりました。しかし、渡り鳥や猛禽類等の飛翔ルートであるため、専門家の力を借りて自然環境に最大限の配慮をしながらプロジェクトを進めました。過去の開発との大きな違いは、送電線の整備まで行った点です。2013年に経済産業省が送電網を整備する事業者としてコスモエコパワーが出資する北海道北部風力送電株式会社が発採されました。2018年9月から送電線

の工事が開始されたことで、その完成予定に合わせて上勇知ウィンドファームの工事を着工しました。長期間にわたる大規模なプロジェクトであり、洋上風力発電向けの送電網整備、マイクログリッドやエネルギーセキュリティにつながるという観点では、今後のモデル・プロジェクトになり得る開発案件だと言えます。また、20年以上にわたる地元への感謝の気持ちを込めて、地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)を活用し、稚内市へ寄附を実施させていただきました。

工事担当者より 地元の方々のご協力を得て、上勇知ウィンドファームを造り上げています。

上勇知ウィンドファームでは、工程管理・品質管理、行政との調整、地域住民の方との調整といったすべてのプロジェクト業務を担当しています。風力発電事業は地域住民のご理解ご協力あつての事業ですので、地域住民と良好な関係を築き上げることを最も大切にしており、それこそが私たちの強みです。上勇知ウィンドファームがある稚内市では再生可能エネルギーの一つである風力発電を推進していることもあり、地域住民の

方の風力発電への理解がとても浸透しています。上勇知は風況が良く、資材を運ぶ埠頭や道路も整備されています。とはいえ、国内最大級(陸上)の風車となりますので、運搬や設置も難易度の高いプロジェクトとなります。上勇知ウィンドファームは、コスモエネルギーグループの中でも1、2の規模の陸上風力サイトであり、気候変動対策にも貢献することのできるこのプロジェクトを完成させ、家族にも自慢したいと考えています。



コスモエンジニアリング株式会社 風力発電本部
風力発電プロジェクト部 統括グループ
上勇知ウィンドファーム新設工事
所長 涌井 淳一

本気のDX

コスモのDX (デジタルトランスフォーメーション)

DXビジョン

当社グループを取り巻く事業環境は、昨今の環境規制強化や第四次産業革命を受けた脱化石燃料の動きが加速する一方で、再生可能エネルギーや電化、シェアリング経済が急速に拡大しています。とりわけ、現在進めている第6次連結中期経営計画の策定以降では、ビッグデータやIoT、AI等の活用の在り方がビジネスの成長を左右するほどにまで大きな潮流となっています。

このような環境変化の中、当社グループ

では石油関連事業で競争力を強化し収益を確保しながらも、成長ドライバーの再エネ（風力）発電事業等に再投資を行うOil & Newをスローガンに掲げ、事業ポートフォリオのシフトをスピーディに進めています。

また、第6次連結中期経営計画の基本方針に沿って、デジタル化を通じた顧客体験・価値向上を目的としたデジタル化による根本的なビジネスモデル変革を迅速に進めていくことをめざしています。

当社グループでは、「本気のDX」というキャッチフレーズで、DX：デジタルトランスフォーメーションを本格的にスタートさせています。特に脱石油が進み世の中が急速に変化していく中で、最終的に当社グループが生き残るためにはデジタル・データを前提とするビジネス変革が不可欠であり、グループ全体のデジタルリテラシーを向上させデータドリブン経営への移行を加速化していきます。

DX推進の組織体制

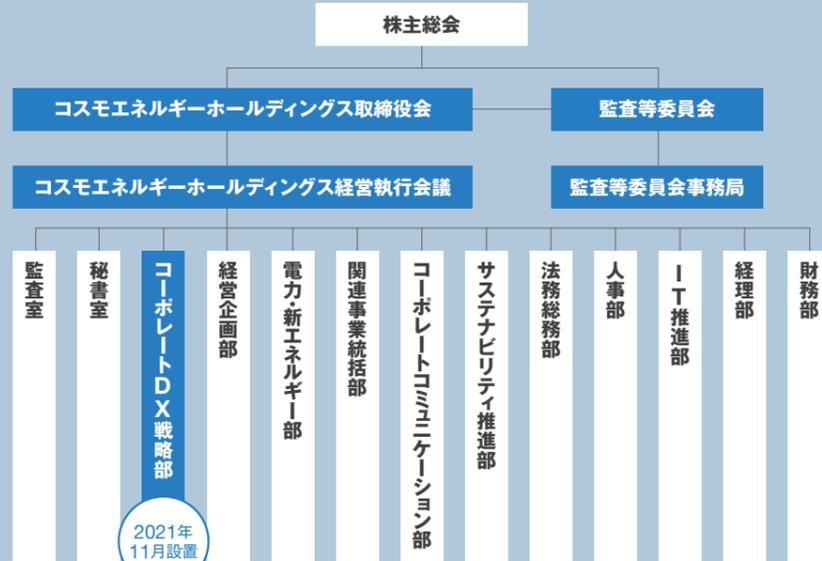
DX推進を強化するため、2021年11月にコーポレートDX戦略部を設置し、CDO (Chief Digital Officer) にルゾンカ典子氏を外部登用しました。新設したコーポレートDX戦略部は、当社グループ全体のDX戦略策定、グループ事業会社へのDX推進支援、またデータ分析活用基盤の整備、人材育成・採用、外部パートナーシップ構築等への支援を行います。

2021年度はCDOの下、コーポレートDX戦略部を中心に当社グループのDX戦略策定と体制構築を推進しました。施策領域は下記の3点です。2022年度においてもさらに体制を強化し活動していきます。

DX施策領域

- 1 CX(カスタマーエクスペリエンス、顧客体験価値)の向上
- 2 当社グループ全体のデジタルとデータサイエンスを主軸としたDX人材の育成
- 3 スピード感のあるイノベーションへの動機づけとサステナブルな組織づくり

DX組織体制図



CDO MESSAGE

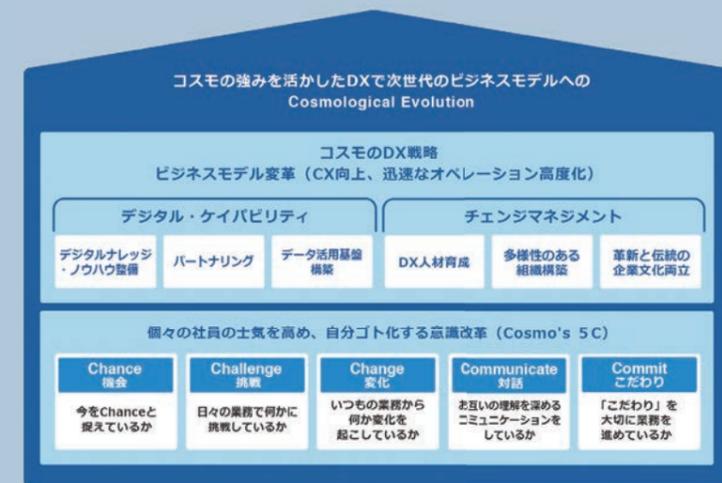
デジタルケイパビリティの向上と、チェンジマネジメントの企業文化を推進する



常務執行役員 CDO、コーポレートDX戦略部、コーポレートコミュニケーション部、IT推進部担当
ルゾンカ 典子

Cosmo's'5C

- Chance (機会)
- Challenge (挑戦)
- Change (変化)
- Communicate (対話)
- Commit (こだわり)



データドリブン経営を実現するため、ビジネスモデル変革を進めてまいります。

具体的にはCXの向上と迅速なオペレーション高度化を実現するためには、デジタルケイパビリティの向上と、チェンジマネジメントの企業文化を推進することが重要と考えています。

まず、デジタルケイパビリティを高めるためには、①デジタルナレッジを高め、②パートナーシップを推進し、③データ活用

基盤を強化する、という3点が必要です。

もう一方のチェンジマネジメントを進めるためには、DX人材の育成や、多様性のある組織構築、さらに革新と伝統の企業文化の両立も必要です。また、コスモのDXは全員参加型です。個々の社員のやる気と、自分ゴト化する意識改革を促すために、5つの指標である「Cosmo's 5C」を推進してまいります。

DX事例

ビジネスモデルの変革の実現に向けて、CXの向上と迅速なオペレーション高度化を推進しています。

コスモ・ゼロカボソリューション

コスモ・ゼロカボソリューションでは、グリーン電力をベースとしたモビリティプラットフォームという新たなCXを提供しています。また、エネルギー管理部分では、REXEV社との業務提携して、課題解決のスピードアップを図っています。

SSのデジタル化

SSのデジタル化 (Digital Station System、Carlife Square、Customer Relationship Management等)を通じて、データ活用に取り組んでいます。

DSS (店頭)、CLS (店外)、CRM (フォローアップ) それぞれでお客様との接点を強固にするために、それぞれのフェーズで顧客データを取得・連動することで強固な顧客基盤の確立を行っております。

DX認定 (2022年7月)

DX推進のための事業戦略や体制、ステークホルダーへの情報開示などが評価されています。

DX推進のための事業戦略や体制をはじめとする当社グループの取り組みが、DX推進指標にもとづく認定基準を満たすとともに、ステークホルダーへ適切に情報開示していることなどが評価され、経済産業省が定めるDX(デジタル・トランスフォーメーション)認定制度※にもとづく、

「DX認定事業者」に認定されました。当社グループでは、今後もデジタル化の潮流を的確に捉え、社員一人ひとりがプロとしてのこだわりを忘れず、当社グループの強みを活かしたDXを強力に推進し、安定したエネルギー供給や、風力発電を中心としたクリーンエネルギーの拡

大、カーライフ・モビリティ・くらしを支える価値の提供といった社会やお客様の期待に応えてまいります。



※DX認定制度とは、「情報処理の促進に関する法律」にもとづき、デジタルガバナンス・コードの基本的事項に対応している企業を国が認定する制度。

ブランディング

コスモエネルギーグループのブランド戦略

手ごたえを感じた2年目

2020年より本格的に開始したブランディング活動は、「先見性」、「信頼」、「安心の供給」、「CS主義」の4つのブランドコアバリューに対する意識の芽生えを経て、さまざまな業務を通じて具体化に至り、COSMOブランドが社内外で浸透していることが窺えます。

当社グループは環境変化の中で事業ポートフォリオの転換を進めており、ブ

ランド戦略も時代に合わせトランジションすることで、グループが一体となって「持続可能で豊かな社会の実現」に取り組む風土を醸成しております。

引き続き、石油事業だけでなく再生可能エネルギー事業も含めたグループ全体としての一体感・一貫性の確立に取り組んでいきます。



インナーブランディング活動

インナーブランディング活動は、時代や環境の変化に合わせた「コスモらしさ」を、全社員が企業活動全般にわたり一貫性を持ってブランドコアバリュー「先見性」「信頼」「安心の供給」「CS主義」を体現していくことを目的として取り組んでいます。

COSMOブランドAWARD 2021

インナーブランディング活動の一つとして当社グループ26社を対象に1年間の活動を、ブランド価値向上の観点から共有・賞賛する表彰イベント「COSMOブランドAWARD2021」を2022年3月に開催いたしました。ブランドコアバリューを体現する優秀な活動事例の紹介とともに受賞者のCOSMOブランドに対する熱い想いを共有し、企業風土の活性化を図っています。



コスモブランドEラーニング

コスモブランドについて理解を深め、日々の業務での実践につなげることを目的としてEラーニングを実施しています。自ら規定したブランド価値の再確認と日常業務での具体的な行動実践に役立てています。PDCAサイクルにより全社員が日々の業務や行動でブランドコアバリューを体現し、ブランドを強くすることが定着してきました。



アウトターブランディング活動

誰が、いつ、どの接点で関わっても「コスモらしさ」を感じていただけるように、当社は「一貫性」を大切にしながら広告や店舗、商品・サービス等におけるブランディング活動を推進しています。

また、2021年度に制作した広告では「Oil & New」のNewにあたる風力発電事業や、その電力をお客様に届ける電力小売事業、SSでの活用等をご紹介しますことで、「石油だけではない、時代にあったエネルギー供給」へのチャレンジについてお伝えしています。

今後もブランディング活動を通じてコスモブランドの価値最大化をめざしてまいります。



企業広告

テレビCMギャラリー



企業CM

新聞・雑誌広告ギャラリー



ブランドとは

ブランドは良い体験から生まれる、信頼や期待のストックです。

ブランドとは、美しいマークや楽しいキャッチフレーズだけで成立するものではありません。そのマークやメロディ、キャッチフレーズに接したとき、人々がどんな気持ちや期待感を抱き、どう行動したくなるか。そうした信頼や期待がブランドの本質であり、築き上げるべき価値だと考え、ブランディング活動を推進しています。

ブランドの効果

ブランドは仕事のしやすい社内環境をつくり、安定した利益をあげる強い企業体質を実現します。

市場においては、競合と差異化しにくいサービスや事業でも、価格競争だけではなく「コスモだから」という「信頼や期待」も選ばれる大きな要因となります。そして、ブランドへの愛着が深まると、別の機会や違うサービスでも同じブランドを繰り返し利用するお客様も増えていき、安定した利益につながっていきます。

また、ブランド価値が高まると、社員はブランドに誇りを持つことができ、一人ひとりの仕事のモチベーションや会社へのロイヤリティ、コンプライアンス意識が向上します。

コスモブランドフレーム

「コスモらしさ」の土台となる価値観。4つのブランドコアバリューを、コスモエネルギーグループ全社員が体現していくことで、ブランド価値を高めていきます。

