

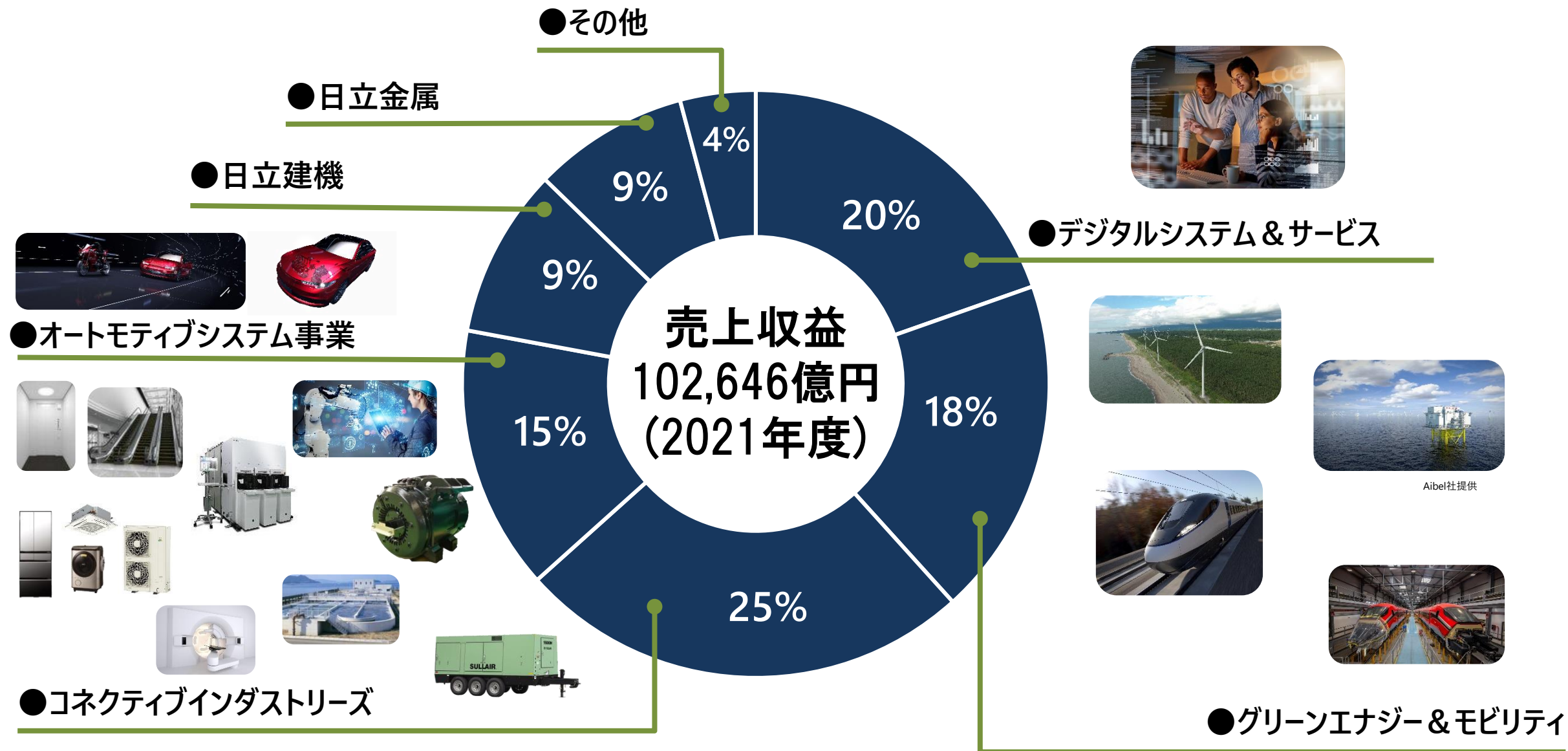


日立製作所のグリーンへの取組み

株式会社 日立製作所

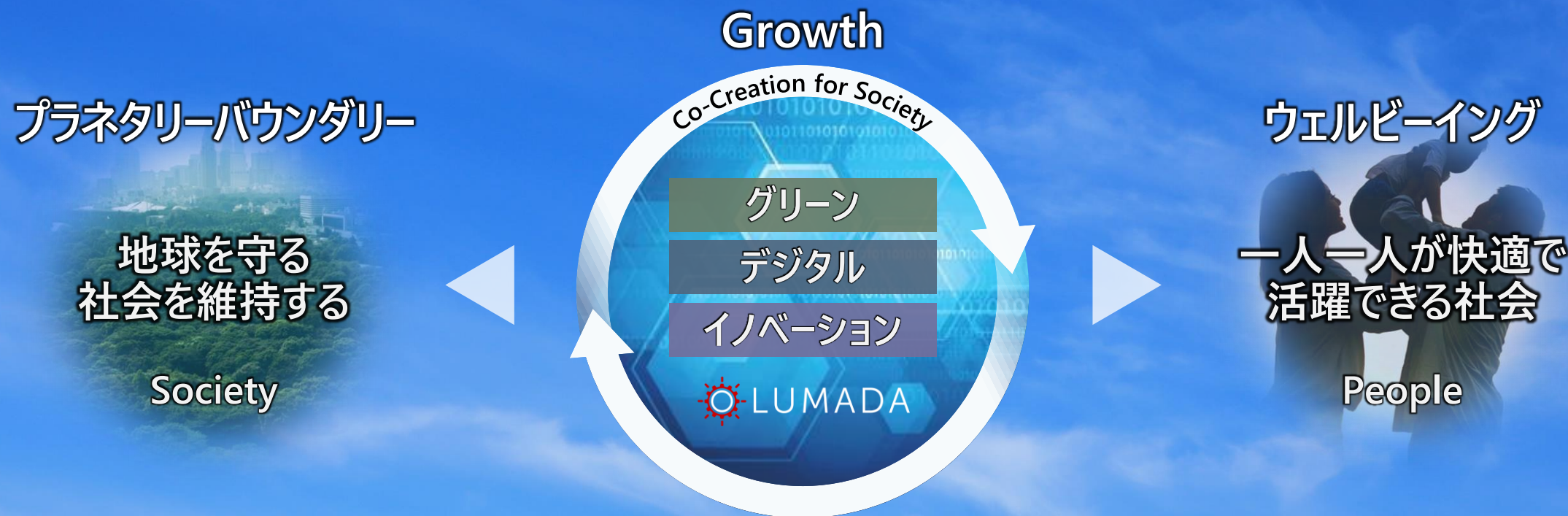
環境戦略ディレクター 岸本道弘

1-1 日立グループの事業



数値は2022年度以降に適用される新セグメント区分に基づいています。

データとテクノロジーでサステナブルな社会を実現して人々の幸せを支える



売上成長

5%-7%

FY2021-FY2024 CAGR

Adjusted EBITA Margin

12%

ROIC 10%

EPS^{*1}成長

10%-14%

FY2021-FY2024 CAGR

コアFCF^{*2}(3年累計)

1.4兆円

うち約1/2を株主に還元

*1 自己株式取得を含む *2 コアFCF = 営業CF - 設備投資

GX for CORE

社内生産活動のCO₂排出の実質ゼロ
コミットメント、スコープ1 & 2を2030年度、
スコープ3を2050年度までに達成

- 省エネと再生可能エネルギー関連プロジェクトに投資
- バリューチェーンマネジメント、製品再設計、顧客エンゲージメントを通じてスコープ3のCO₂排出削減を加速

グリーン戦略

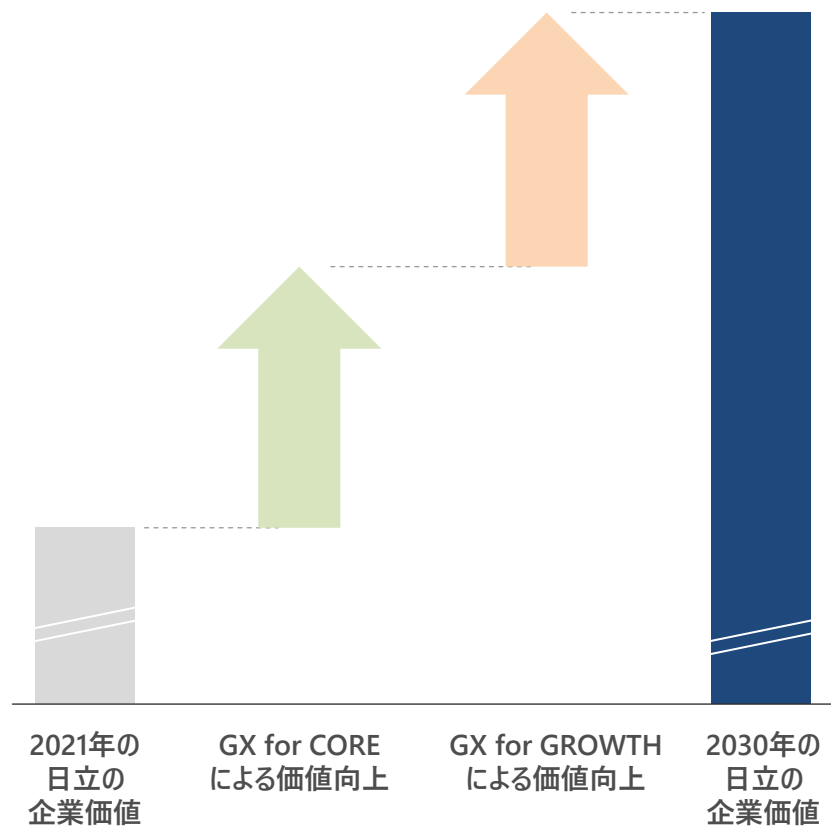
GX for GROWTH

改良製品の提供により、
お客さまのCO₂排出削減に貢献

- 環境負荷の低いグリーン製品にシフト
(製品使用中の低炭素排出に貢献)
- E2Eソリューション提供
(カーボンマネジメントプラットフォーム、XaaS)
- 既存製品ポートフォリオ拡張のために
新たなグリーン技術へ投資

1-4 グリーン戦略の遂行によりもたらされる新たな価値

グリーン戦略は、日立の企業価値の向上に寄与



1A 効率性の向上

- より持続可能な製品、製造プロセスの設計を行うことでもたらされるもの：
 - 再エネ設備の導入
 - 原材料の削減
 - 燃料消費の削減（自動車の電動化、製造プロセス）
 - 製造プロセスの効率性向上

1B 規制リスクマネジメント

- 排出削減により将来的な炭素税の回避：
 - スcope1&2における残余価値の削減
 - お客さまや調達パートナーと目標を共有（スcope3）

1C 資本コストの低減

- サステナビリティの追求による資本コストの低減（グリーンボンドの発行、等）

2A グリーン事業の構築

- グリーン製品による新たな収益がもたらすメリット（新製品のas a Service型でのビジネスモデル、等）

2B グリーンプレミアム¹

- 日立のグリーンなブランドイメージにより、すべての製品ポートフォリオにグリーンプレミアムがもたらされるメリット

2C インオーガニック成長

- グリーン技術の新規開発、インオーガニック成長によるプレミアム（スタートアップへの投資、等）

価値の定量化に向けて各事業部門との議論を継続

1. 大量の温室効果ガスの排出をもたらさないクリーンな技術を選択することによる新たな収益



Hitachi Social Innovation is
POWERING GOOD