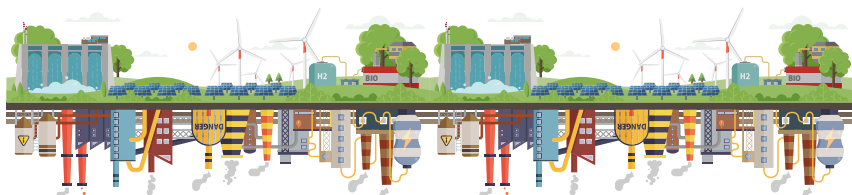


# 経営インサイト

管理部門担当者様にとって注目のテーマに気付きをお届けする



## 2022年8月 管理部門注目のイベント

- 1日 水の日 国土交通省
- 10日 道の日 国土交通省
- 11日 山の日 環境省
- 15日 終戦の日
- 26日 全国一斉「子どもの人権110番」強化週間(～9月1日) 法務省
- 30日 防災週間(～9月5日)

中堅・中小企業に求められる

## カーボンニュートラルへの取組み

人間の経済活動や生活に伴って大気中に排出されるCO<sub>2</sub>を対象に、CO<sub>2</sub>の排出と吸収が差し引き0になった状態、つまり、排出が実質0になる状態のことを、「カーボンニュートラル」と呼びます。

カーボンニュートラルの目的は、地球温暖化を抑えることで、「持続可能な経済社会を実現する」ことです。近年、日本でも台風や豪雨に見舞われる機会が増えました。こうした気候の変化も、地球温暖化の影響を受けていると考えられています。こうした影響をできるだけ抑えるため、地球温暖化を防止する必要があります。

カーボンニュートラルが日本で広がった

### カーボンニュートラルとは何か

世界規模で対応が求められているカーボンニュートラル。2015年のパリ協定では、「世界的な平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保つとともに、1.5℃に抑える努力を追求すること」という世界共通の長期目標が提示されました。

カーボンニュートラルへの対策が求められているのは国や自治体だけでなく、企業も同じです。今回は、渡邊中小企業診断士事務所 代表 渡邊一弘氏に、中堅企業や中小企業がカーボンニュートラルに取り組む重要性についてお話を伺いました。

きっかけは、2020年10月の国会における菅前内閣総理大臣の所信表明演説でした。ここで首相は8つの方針を表明しましたが、カーボンニュートラルは3番目の「グリーン社会の実現」に出てきました。

他の方針の語尾が「〜つくります。」「〜取組みます。」なのに対し、「脱炭素社会の実現」では、「宣言いたします。」「総力を挙げて取り組みます。」「政策を抜本的に転換します。」と非常に強い表現となりました。このことから、脱炭素化へ向けての政府の本気度が分かります。

具体的な目標として、政府は「2030年度に2013年度比温室効果ガス46%削減、更に50%の高みに向けて挑戦」という中間目標を掲げています。

渡邊中小企業診断士事務所 代表  
認定経営革新等支援機関/中小企業診断士  
カードゲーム「2030SDGs」  
公認ファシリテーター

### 渡邊 一弘 (わたなべ かずひろ)

社会が必要とされ続ける企業を増やすことを目指し、経営革新計画、SDGs経営計画、事業承継計画などの、企業の未来を創るための計画策定支援に、経営者に寄り添う伴走型で取り組んでいる。SDGsを体感で学ぶカードゲーム「2030SDGs」は企業研修の他、小中学校でも多くの実績がある。  
一般社団法人神奈川県中小企業診断協会 理事  
・事業承継士



## なぜ企業にも強く対策が求められているのか

このように、国をあげてカーボンニュートラルが推し進められています。なぜ企業にも対策が求められているのでしょうか？理由は2つあります。

### ●CO<sub>2</sub>排出量の8割以上が企業活動からであるため

1つは、日本における部門別CO<sub>2</sub>の排出量のうち、約8割が発電所などのエネルギー転換部門、工場などの産業部門、輸送や運搬などの運輸部門、すなわち企業活動によるものだからです。

私たちが家庭で排出しているCO<sub>2</sub>は、全体のわずか5%にすぎません。もちろん一人一人がカーボンニュートラルに取り組むことは大切なことですが、企業活動に伴うCO<sub>2</sub>の排出量を減らさないことには、カーボンニュートラルは達成できないのです。

### ●企業の成長機会につながるため

カーボンニュートラルに取組まないことは、もはやリスクといっても過言ではありません。消費者や取引先企業などのステークホルダーのカーボンニュートラルに対する要請に応えられなければ、これまでの商品やサービスを提供できなくなる、もしくは選んでもらえなくなる可能性が高まるのです。

消費者はさまざまな理由付けで商品の購買を決めますが、例えば「少し高いけど、添加物が入っていないお菓子を買おう」という動機と同じように、「少し高いけどCO<sub>2</sub>の排出量が少ないからこっちはしよう」という消費行動をとる時代がやってくる可能性は高いといえます。

BtoB（企業間取引）においても同様です。大企業では、サプライチェーン全体でカーボンニュートラルを達成しようという動きが出てきています。

これまで、企業が取引先などを選ぶときには、QCD【Quality（品質）、Cost（コスト）、Delivery（納期）】が重視されてきました。しかし今後は、そこに製品の製造過程におけるCO<sub>2</sub>排出量が少ないかどうか、企業活動全体としてカーボンニュートラルに配慮しているかどうかという視点が加わることが予想されます。

実際に、Appleは2030年までにサプライチェーン全体でカーボンニュートラルを達成することを目標にしています。カーボンニュートラルはもはや環境用語ではなく、経済用語といっても過言ではないのです。

### 中堅企業、中小企業も対策を求められている

大企業がサプライチェーン全体でカーボンニュートラルを推し進めた場合、その影

響は当然中堅企業や中小企業にも及ぶことになります。

例えば、取引先からある日突然「カーボンニュートラルの対策をとりまわめて、報告書を作成してほしい」「具体的な施策を打ち出し、年間計画を立ててほしい」といった要請が管理部門に下りてくる可能性があります。

そのときになって初めてカーボンニュートラルについて調べていたのでは、対応が間に合いません。早めに基本的な内容については理解を深め、できることから対策を講じることが求められます。

このように、取引先から何らかの対策を求められる動きも生まれていますが、加えて無視できないのが、投資家などのステークホルダーの存在です。

中小企業の多くは非上場企業であり、直接的には投資家と関わることはありません。また、大企業と取引をしていない企業も多いでしょうから、「うちには関係ない」と考えがちですが、その発想は危険です。

前述のとおり、大企業は直接取引のサプライヤーである中堅・中小企業にカーボンニュートラルへの取組みと目標設定を求められます。更には、その中堅・中小企業が、大企業から見た孫請け企業にもカーボンニュートラルへの取組みを要求することになり、この連鎖が次々と発生することになるのです。

そのため、「うちは関係ない」と安住していると、突然の取引停止などのリスクが高まってしま

うのです。

逆に、要求される前から、積極的にカーボンニュートラルに取組み、

それを取引先にもPRすること

で企業イメージを向上

させるだけではなく、取引においても競争優

位性を獲得できることとなります。

このように、中堅・中小企業が積極的にカーボンニュートラルに取組むか否かは、

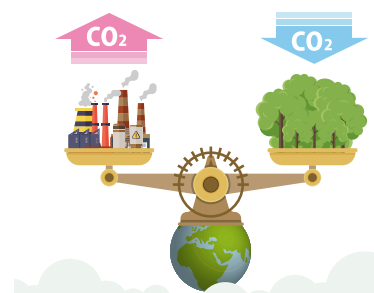
企業の将来を左右しかねない重要な経営戦略なのです。

### カーボンニュートラル、何から始めればいいのか？

現状として、積極的にカーボンニュートラルに取組んでいる中堅企業や中小企業はまだ少ないようです。では、これからカーボンニュートラルに取組むにあたって、まず何から始めればよいのでしょうか？

#### ①まずは現状を把握する

まずは、自らがどのくらいのCO<sub>2</sub>を排出しているのかについて、現状把握から始めるとよいでしょう。日本商工会議所が公開している「CO<sub>2</sub>チェックシート」を使



えば、毎月の電力やA重油、ガソリンなどの使用量を入力するだけでCO<sub>2</sub>排出量を算出することができます。

また、各都道府県で実施している省エネルギー診断を活用するのもよい方法です。エネルギー管理士や技術士などの省エネルギーの専門家が事業所に訪問するため、電気やガスなどの使用状況や設備の運転管理状況などをプロの目で診断してもらうことができます。

## ②レベルを分けて計画を立てる

現状を把握したら、長期的に設備投資が必要な取組み、エネルギー転換が必要な取組みや、短期的にお金をかけずにできる取組み、設備投資が不要な取組みのように、レベルを分けて計画を立てるとよいでしょう。

考え方として、「減らす」「変える」「帳消し」の3つの要素に分けるといいでしょう。「減らす」でエネルギー使用量を減らし、「変える」で再生可能エネルギーに変えます。「帳消し」は、それでも排出してしまうCO<sub>2</sub>を他の事業者の適切な森林管理などによるCO<sub>2</sub>吸収量を「クレジット」として購入することで、自社のCO<sub>2</sub>排出を差引きゼロにすることができます。

※参考 [J-クレジット→次ページ参照](#)

## 数字で成果が見えてくると、社内の意識も変わる

カーボンニュートラルへの取組みは、社

会の課題を解決する大きな意義のあることですが、やはり営利活動を行う企業としては、取組むことで具体的にどのようなメリットが生じるのかという視点が欠かせません。

ある運送会社では、コスト削減の一環として、所有しているトラックの運行記録をデジタル化することにしました。デジタルタコメーターを導入して記録を始めたのですが、そうするとドライバー一人一人の運転のクセが分かり、不要なアイドリングや急発進などの無駄な動きを客観的なデータに基づいて指導することができるようになりました。

その結果、全体でのガソリンの使用量が減り、コスト削減につながりました。もちろんCO<sub>2</sub>の排出量の削減にもつながっています。

このように取組みの結果が数値化されることで、経営者を始め社員の意識も高まり、よりカーボンニュートラルに対して積極的に取組もうという意識が生まれるのです。

## カーボンニュートラルとSDGs

カーボンニュートラルは、SDGsとも関連が高いといえます。SDGsの17の目標のうち、直接カーボンニュートラルと関わりがあるのが、ゴール7の「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」とゴール13の「気候変動に具体的な対策を」です。

ただ、SDGsのゴールは相互に関連しあっています。そのため、カーボンニュートラルを達成することにより、他のゴールの達成にも貢献することができます。

## 専門家のサポートを受ける

現状把握や施策の立案を社内だけで行うのは難易度が高いものです。また、社内の啓蒙が必要な場合もあるでしょう。自社だけで進めることが難しい場合は、専門家のサポートを受けるという方法もあります。

カーボンニュートラルは経営戦略に直結する取組みであり、企業活動全体で取組む必要があります。前述の省エネルギー診断はピンポイントの専門家サポートですが、経営戦略の策定や事業計画の策定を行う際には、より広い見地で検討することが必要です。そのためには、経営支援の専門家である、中小企業診断士のサポートを受けるとうよいと思います。

最近では小中高등학교でカードゲーム「2030SDGs」をさせていたたく機会があるのですが、先日、小学6年生を対象にゲームを実施し、感想を書いてもらったところ、こんな感想がありました。

「経済を発展させるのはいいことだけど、やりすぎると環境を破壊してしまうので、バランスが大切だと思った。何をやるにもお金と時間が必要ということが分かった。」  
カードゲーム「2030SDGs」を使っ

てゲームをするだけで、このような気付きを得られた小学生もいます。視座を一段高めるためにも社内研修などで、ぜひカードゲーム「2030SDGs」を活用してみていただきたいと思います。

## まとめ

企業の省エネルギー対策やコスト削減のための施策がカーボンニュートラルに寄与しているケースは少なくありません。そういった意味では、実はほとんどの企業が何らかの形でカーボンニュートラルに関係する施策を実践しているともいえます。

しかし、単なるコスト削減や省エネルギー対策としての施策では、そこで終わってしまいます。カーボンニュートラルの目標である「持続可能な経済社会の実現」という大局観と、同時に数値として目に見える結果を出すという視点も持ちながら、カーボンニュートラルについて更に一歩進んだ取組みを進めていきましょう。

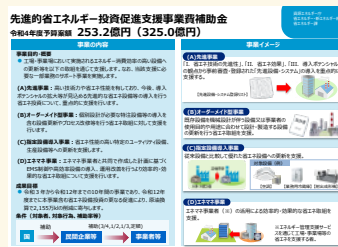


## 資源エネルギー庁

# 「先進的省エネルギー投資促進支援事業費補助金」

▶<https://sii.or.jp/cutback04/>

民間団体などが行う、事業者が計画したエネルギー使用合理化の取組みのうち、省エネルギー性能の高い機器、及び設備の導入に要する経費の一部を補助する事業です。事業区分によっては、補助金限度額が15億円と大型の補助金となります。2022年度の公募は終了していますが、2023年度以降も同様の公募があることが期待されます。



## 中小企業庁

# 「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」

▶<https://portal.monodukuri-hojo.jp/>

10次締切分から、温室効果ガスの排出削減に資する革新的な製品・サービス開発、または炭素生産性向上を伴う生産プロセス・サービス提供方法の改善による生産性向上に必要な設備・システム投資などを支援する「グリーン枠」が新設され、補助金額や補助率が優遇されています。



## 中小企業庁

# 「事業再構築補助金」

▶<https://jigyousaikouchiku.go.jp/>

第6回から、研究開発・技術開発または人材育成を行いながら、グリーン成長戦略「実行計画」の14分野の課題の解決に資する取組みを行う中小企業などの事業再構築を支援する「グリーン成長枠」が新設され、補助金額が優遇されています。



## J-クレジット制度

▶<https://japancredit.go.jp/>

J-クレジット制度とは、省エネルギー設備の導入や再生可能エネルギーの利用によるCO<sub>2</sub>などの排出削減量や、適切な森林管理によるCO<sub>2</sub>などの吸収量を「クレジット」として国が認証する制度です。このクレジットの創出者（つくるひと）と購入者（つかうひと）の取引は、仲介事業者を通じた相対取引もあれば、J-クレジット制度事務局が実施する入札販売もあります。

クレジット創出者のメリットとしては、クレジット売却益を省エネルギー設備投資費用の回収に活用できたり、地球温暖化対策への取組みを対外的にPRすることができたりします。クレジット購入者のメリットは、製品・サービスに係るCO<sub>2</sub>排出量をオフセットすることで、他社製品・サービスとの差別化やブランディングに利用することができます。



# カーボンニュートラルへの投資に役立つ 補助金とJ-クレジット制度

本紙に掲載の記事は2022年7月1日時点での情報を基に作成しております。

発行：株式会社 星和ビジネスリンク

本社：〒108-0014 東京都港区芝 4-1-23 三田NNビル4階  
TEL: (03) 5439-2370 (大代表) FAX: (03) 5439-2371

※本誌からの無断転載、コピーを禁止します。(非売品)

●お届けいたしましたのは



NISSAY

(生 22 - 3807, 法人開拓戦略室)