

脱炭素経営支援に 向けた最初の一步

2024年7月29日

PwCコンサルティング合同会社 公共事業部 マネージャー

高篠 拓也



Agenda

1. 脱炭素経営の基礎知識
2. 中小企業における脱炭素経営
3. 脱炭素経営支援の進め方

本日は、

- ① なぜカーボンニュートラルが求められているのか
- ② なぜ中小企業に脱炭素経営が求められているのか
- ③ どのように中小企業の脱炭素経営を支援するか

についてご理解いただきたいと考えています



脱炭素経営の基礎知識

(なぜカーボンニュートラルが求められているのか)

カーボンニュートラルが求められる背景①

地球温暖化により世界の平均気温は上昇し、世界各地で異常気象などの気候変動問題が顕在化しています。影響を最小限にとどめるためにも、温室効果ガス(GHG)の排出削減に取り組むことが地球全体の喫緊の課題となっています。

カーボンニュートラルが求められる背景

- 昨今、地球温暖化により世界の平均気温は上昇し、世界各地で異常気象などの気候変動問題が顕在化しています。
- このまま気温が上昇すれば、影響はさらに深刻化するため、温室効果ガスの排出削減に取り組むことが地球全体の喫緊の課題となっています。
- 1992年に国連の下で、大気中の温室効果ガスの濃度を安定化させることを究極の目標とする「気候変動に関する国際連合枠組条約 (UNFCCC)」が採択されて以降、地球温暖化対策に世界全体で取り組んでいます。

国内外における気象災害



豪雨



猛暑



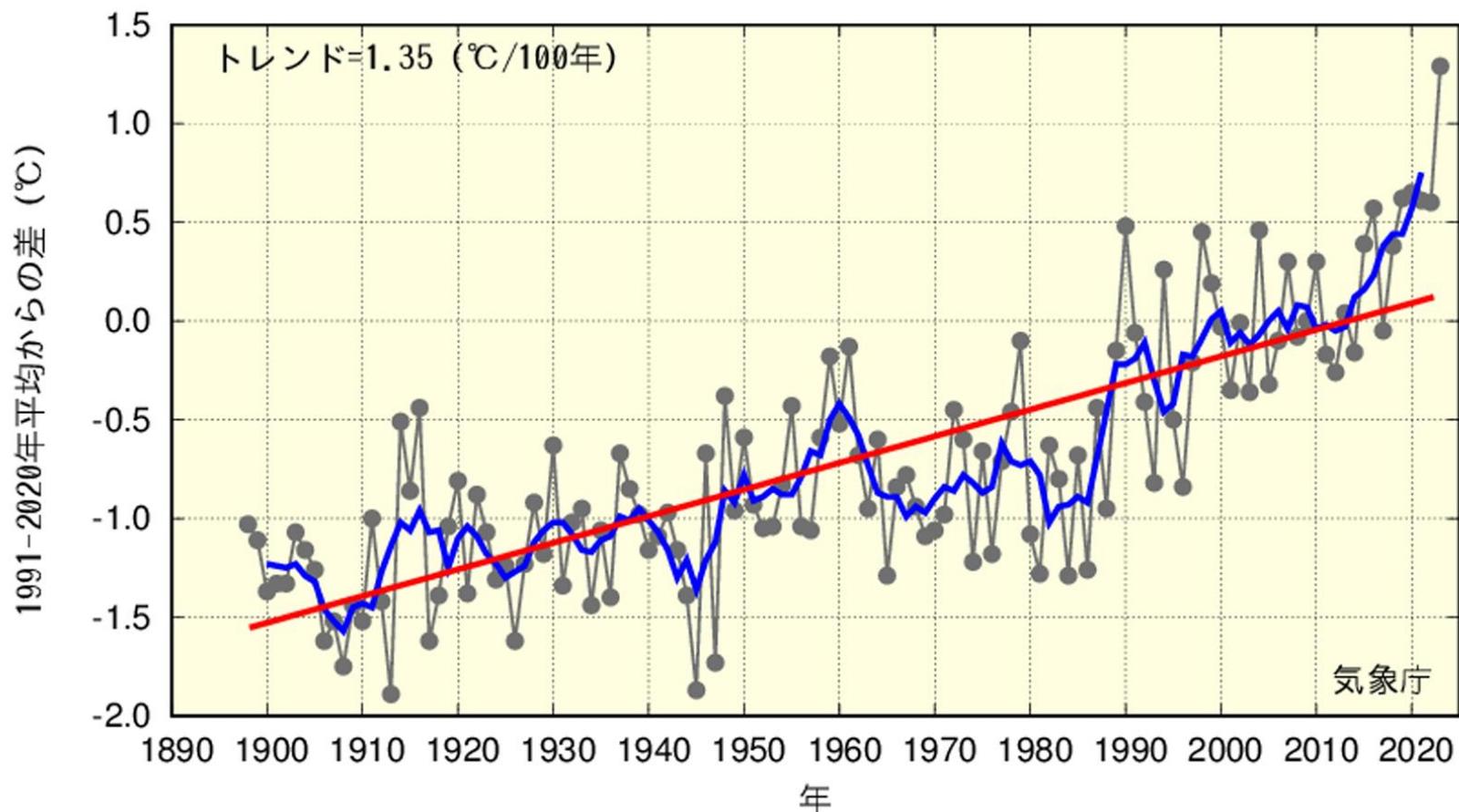
洪水

体感としてもご理解いただけたと思います

カーボンニュートラルが求められる背景②

世界の平均気温は2020年時点で、工業化以前(1850~1900年)と比べ、既に約1.1°C上昇したことが示されています。このままの温室効果ガスの排出状況が続けば、更なる気温上昇が予測されています。

日本の年平均気温偏差



出所: 気象庁 「気候変動監視レポート2023」

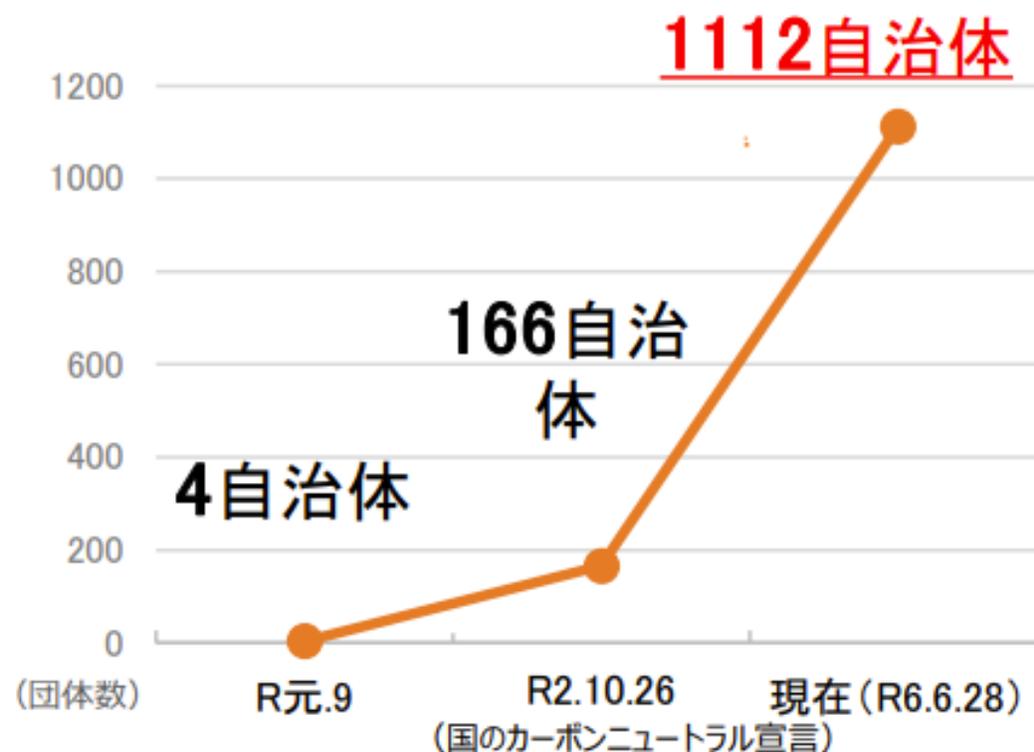
脱炭素をめぐる地方自治体の動向

国が削減目標を掲げたことを背景に、「2050年までに二酸化炭素排出実質ゼロ」を表明する自治体が増えており、国全体で削減を進める流れが強まっています。

表明都道府県



宣言自治体数の推移



2

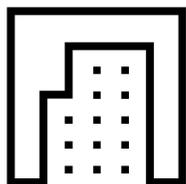
中小企業における脱炭素経営

(なぜ中小企業に脱炭素経営が求められているのか)

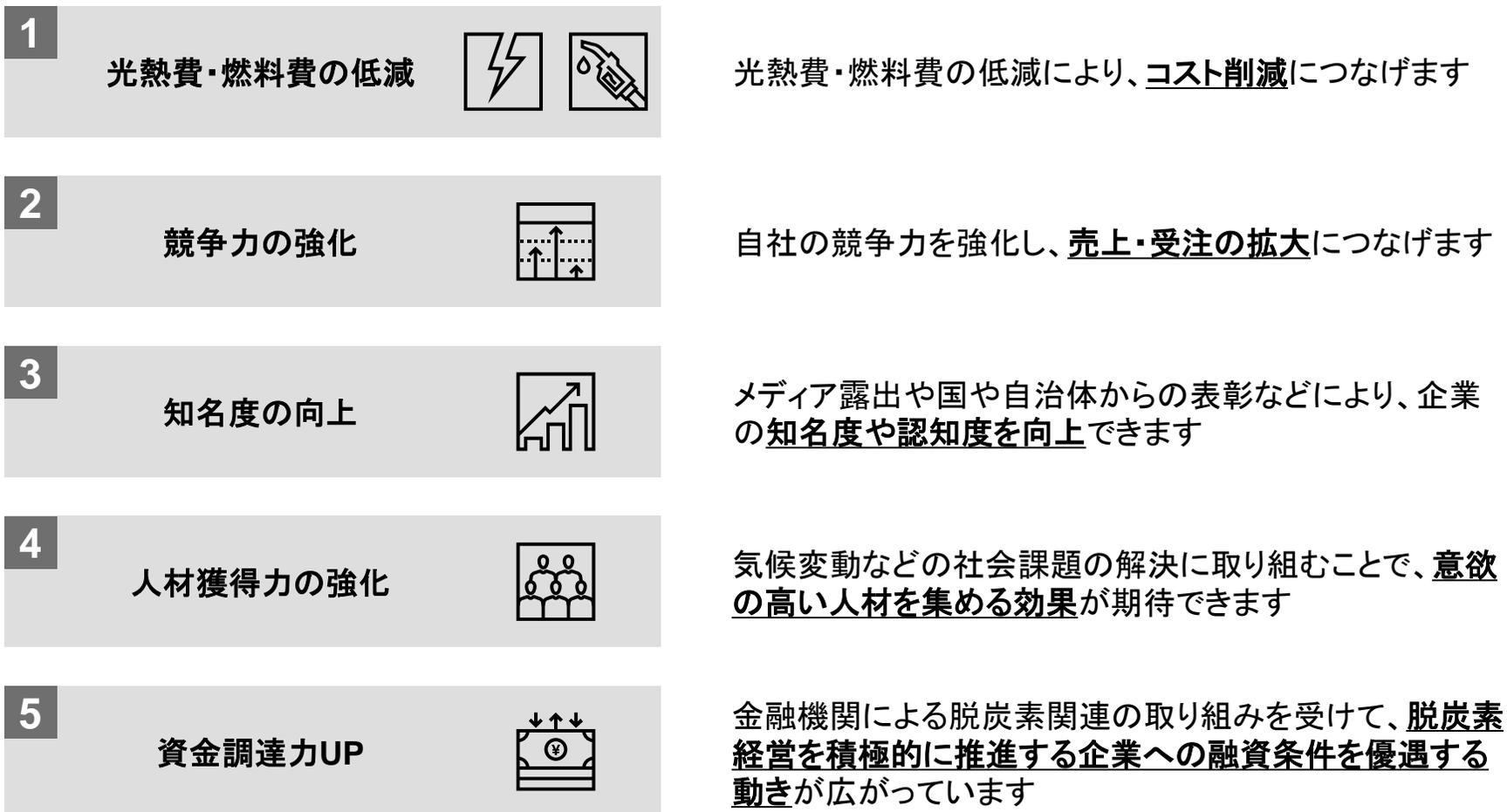
“なぜ”提案するのか_中小企業における脱炭素経営のメリット

中小企業が脱炭素に取り組むと、「光熱費・燃料費の低減」「競争力の強化」「知名度の向上」「人材獲得力の強化」「資金調達力UP」というビジネスメリットがあります。

取引先によって重視するメリットが異なるためアプローチを検討しましょう(後段で詳細紹介)



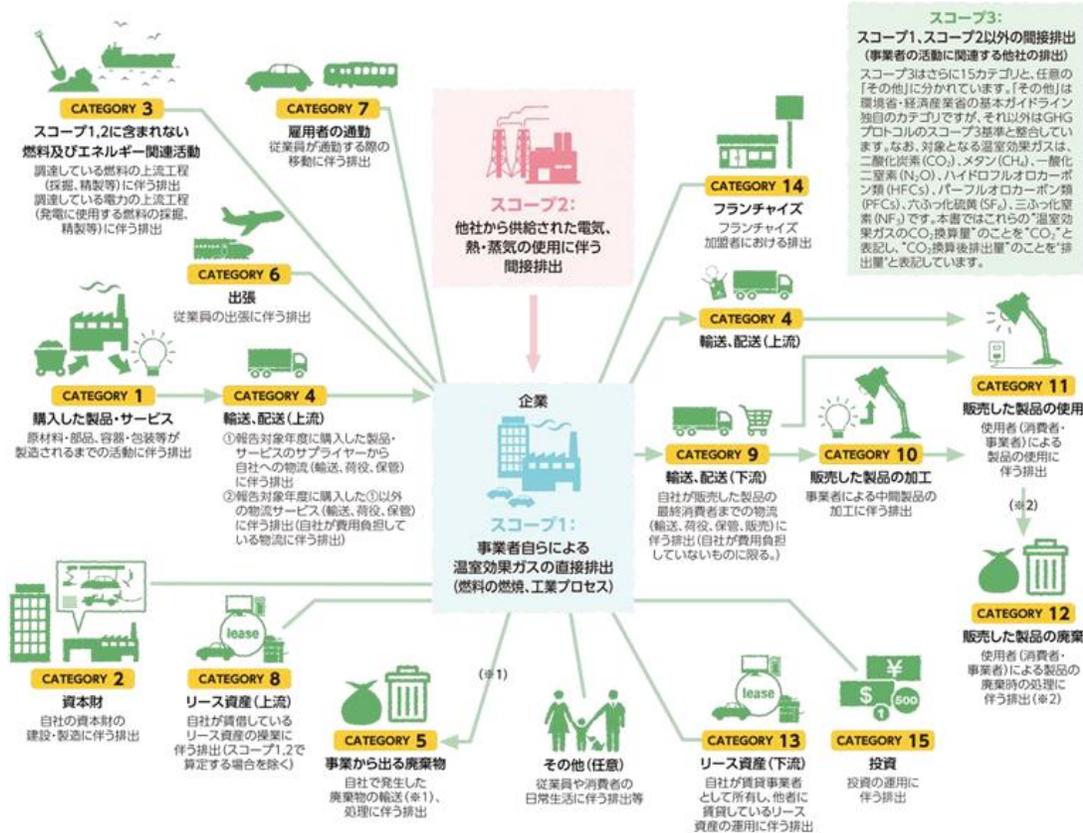
中小企業



参考) サプライチェーン排出量 (Scope 1, 2, 3) の考え方と、中小企業への関わり

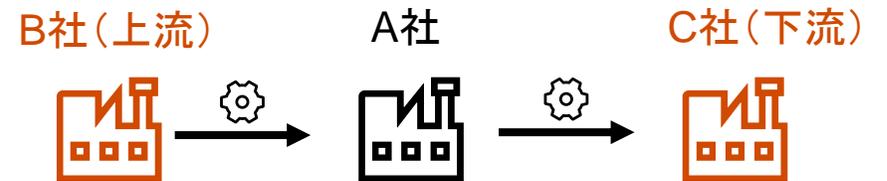
サプライチェーン排出量の考え方では、自社による排出 (Scope 1, 2) のみを対象としているわけではなく、調達・購入や使用、投資などの自社以外での排出 (Scope 3) も対象となります。従って、大企業を中心にサプライヤーの脱炭素化にも目を向け始めています。

サプライチェーン排出量算定の考え方



Scope 3 におけるサプライチェーン上の関係

✓ Scope 3 については、他社の活動に由来した排出量が自社の排出量として算定されることから、他社と連携した削減対策が重要となる。



A社のGHG排出量

Scope 1	A社由来
Scope 2	A社由来
Scope 3	B社、C社 由来

“なぜ”提案するのか_脱炭素経営をめぐる業界動向(群馬県内)

排出量の多い製造業に限らず、幅広い業界において脱炭素経営が浸透しています。また、県内においても、自社のみでなく取引先に対しても脱炭素経営の要請を実施する企業が現れています。支援機関としては、顧客・会員企業が属する業界において、どのような企業がこういった目標を設定しているのか日頃から把握しておくことが重要です。

取引先に目標設定を求める企業(群馬県内に事業所所在)

参考となるホームページ等

業種	目標		
	Scope	目標年	概要
A社 (電気機器業)	Scope3 カテゴリ1	2026年	購入した製品・サービスによる排出量の70%に相当するサプライヤーにSBT目標を設定させる
B社 (小売業)	Scope3 カテゴリ1	2021年	購入した製品・サービスによる排出量の80%に相当するサプライヤーに、SBT目標を設定させる

- GXリーグ
 - 業界ごとの各社の目標設定が閲覧可能
 - <https://dashboard.gx-league.go.jp/>
- 環境省脱炭素ポータル
 - 脱炭素関連の最新情報が閲覧可能
 - https://ondankataisaku.env.go.jp/carbon_neutral/
- 群馬県グリーンイノベーション推進課
 - 群馬県内のGX関連最新情報が閲覧可能
 - https://www.pref.gunma.jp/soshiki/7/#sp_headline_0
- IPCC報告書(気候変動に関する政府間パネル)
 - 地球温暖化の原因が人間活動の影響であることに「疑う余地がない」と結論
 - <https://www.data.jma.go.jp/cpdinfo/ipcc/ar6/index.html>

※2023年9月30日時点

企業経営者・支援機関職員ともに常に脱炭素をめぐる動向をチェックしておくことが重要です。

出所: Science Based Targetsホームページ Companies Take Action (<http://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action/>)

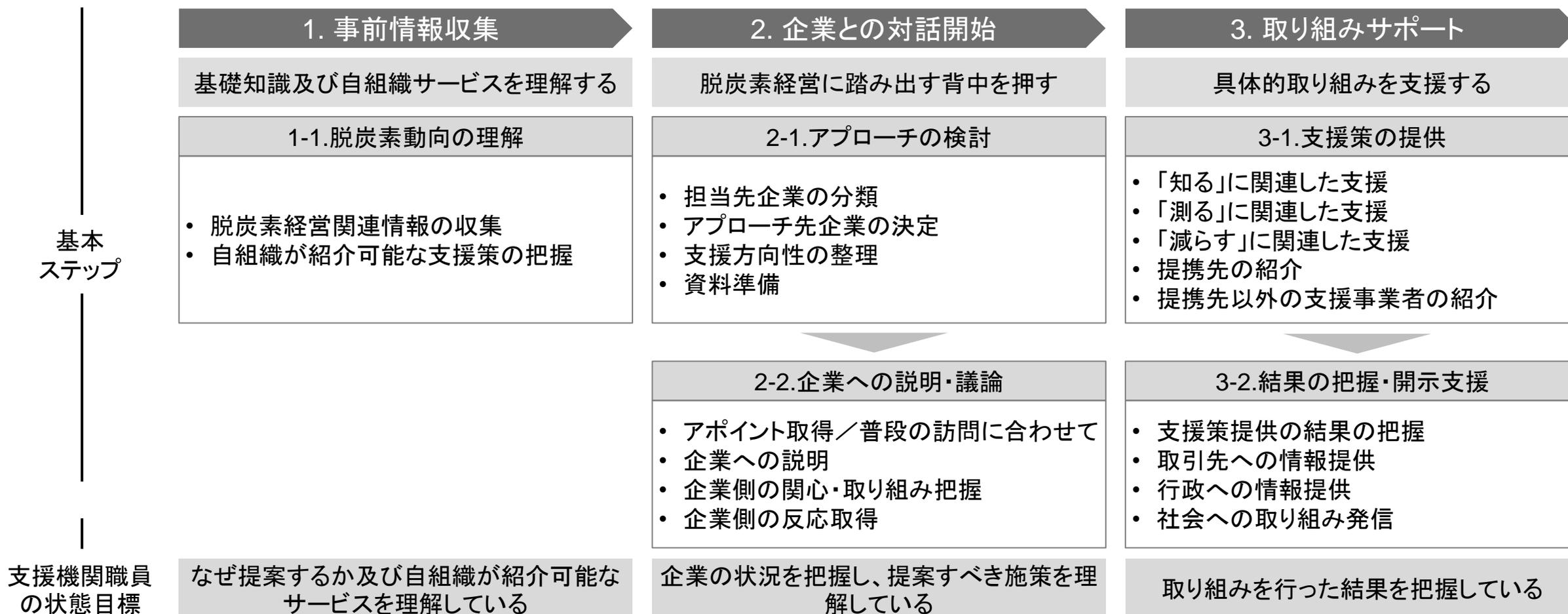
3

脱炭素経営支援の進め方

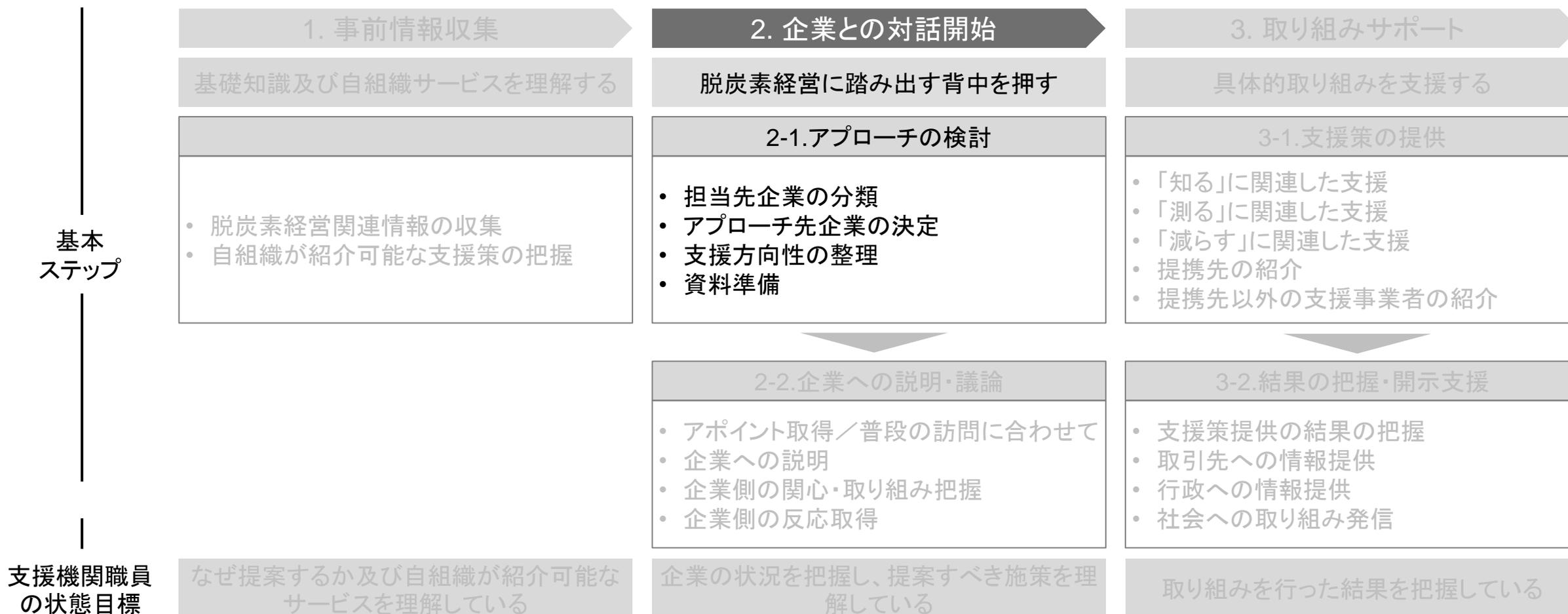
(どのように中小企業の脱炭素経営を支援するか)

脱炭素経営支援の基本ステップ

脱炭素経営支援にあたっては、1.事前情報収集、2.企業との対話開始、3.取り組みサポートの3つのフェーズで進めます。日常的に関わりのある企業において脱炭素経営に対するニーズが高まりきっていない場合、「2.企業との対話開始」のフェーズが特に重要となります。

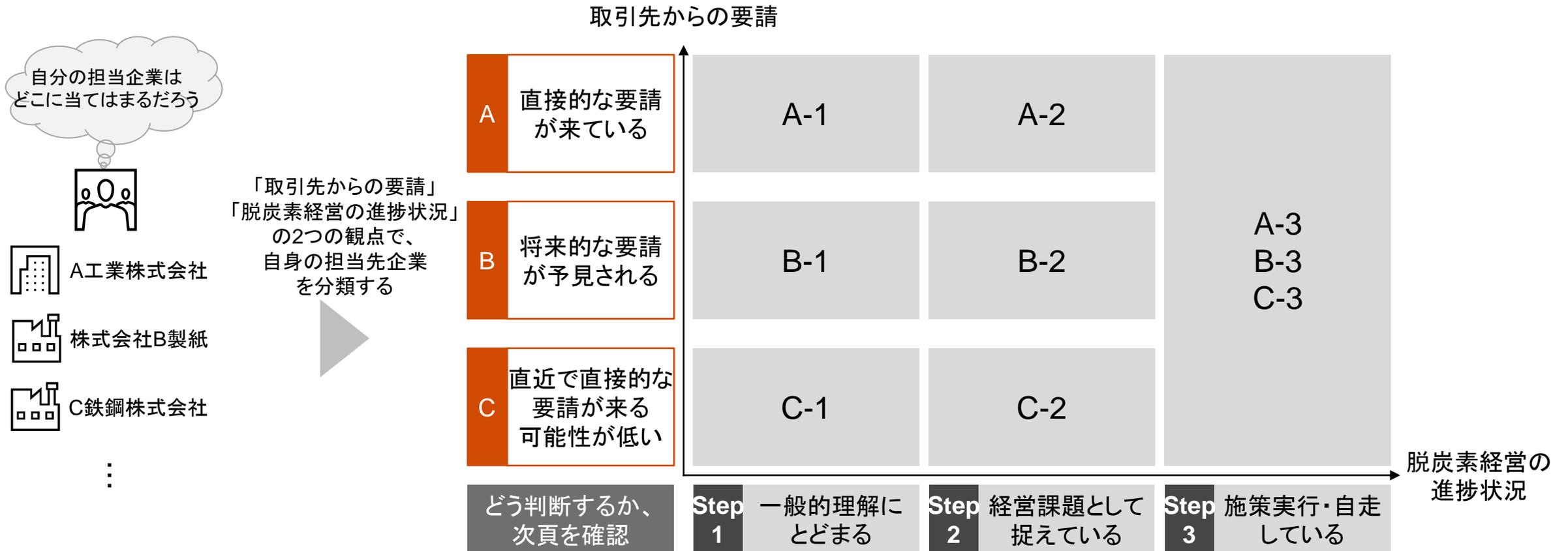


脱炭素経営支援の基本ステップ



“誰に”提案するのか_脱炭素経営観点からの中小企業の分類

脱炭素経営は企業ごとにアプローチ方法・やるべきことが異なります。アプローチをする前に、「取引先からの要請」「脱炭素経営の進捗状況」の2軸で考え、対象企業がどのセグメントに該当するか確認します。2つの観点の考え方は次頁を参照します。



“誰に”提案するのか_2つの観点の考え方

支援先企業を分類する際は、「取引先からの要請」「脱炭素経営の進捗状況」の2つの観点で見極めます。

取引先からの要請

分類		定義
A	直接的な要請が来ている	<ul style="list-style-type: none"> 取引先から脱炭素の要請を直接受けている
B	将来的な要請が予見される	<ul style="list-style-type: none"> 直接要請を受けてはいないものの、取引先や業界全体では脱炭素取り組みが始まっており、自社へいずれ要請されることが見込まれる
C	直近で直接的な要請が来る可能性が低い	<ul style="list-style-type: none"> 特に要請が無く、業界としてもまだ脱炭素取り組みが進んでおらず、現状では脱炭素要請を受ける見込みが薄い

→詳細な見極め方はP16へ

脱炭素経営の進捗状況

分類		定義
Step 1	一般的理解にとどまる	<ul style="list-style-type: none"> 社会的な脱炭素関連の動向を理解している
Step 2	経営課題として捉えている	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素経営について自社への紐づけができおり、経営課題として認識している 脱炭素経営の取り組み有無が、自社の経営に好/悪影響を及ぼすことを理解している/可視化を実施している
Step 3	施策実行・自走している	<ul style="list-style-type: none"> 可視化や、(脱炭素を意識した)削減策などを実施している エコアクション等を活用し、削減目標・計画を設定したうえで、仕組化して脱炭素経営を実施している

→詳細な見極め方はP30へ

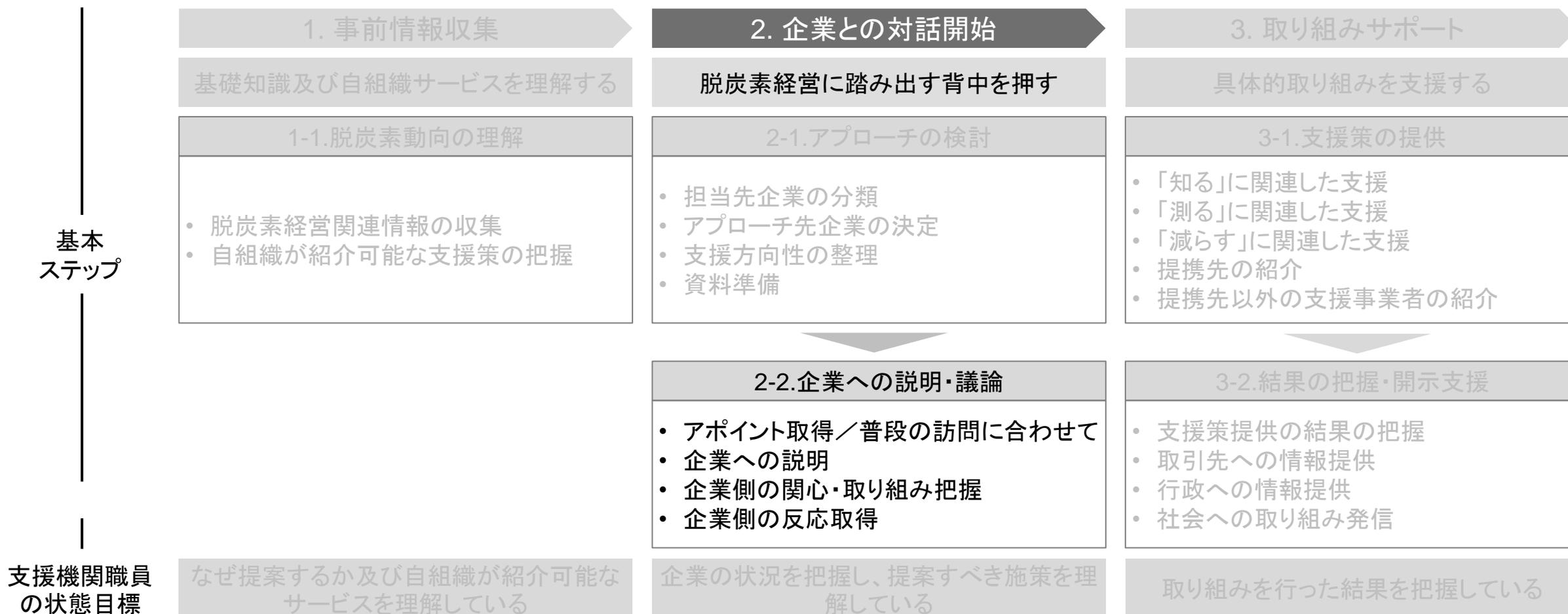
「取引先からの要請」による中小企業の分類

アプローチ前に、会話例(判断材料)を参考に、「取引先からの脱炭素経営要請」により企業を分類し、対話を進める準備を行うことが効果的だと考えられます。

取引先からの要請

分類	定義	会話例(判断材料)
A	直接的な要請を受けている	<ul style="list-style-type: none">取引先から脱炭素の要請を直接受けている
B	将来的な要請が予見される	<ul style="list-style-type: none">直接取引先から脱炭素の要請は受けてはいない一方で、取引先や自社の属する業界では脱炭素取り組みが始まっており、自社へいずれ要請されることが予見される
C	直近で直接的な要請を受ける可能性が低い	<ul style="list-style-type: none">直接取引先から脱炭素の要請は受けてはいない業界としてもまだ脱炭素取り組みが進んでおらず、現状では脱炭素要請を受ける見込みが薄い

脱炭素経営支援の基本ステップ



“どのように”提案するのか_会話の構成

脱炭素経営観点からの中小企業のカテゴリに基づき、企業との会話は2段階の構成で行います。まず会話の切り口として、脱炭素経営の取り組みを促す、またはさらに取り組んでもらうための会話を行います。次に、企業の進捗状況に応じて具体的な支援策を提案します。



“どのように”提案するのか_会話の切り口

対象企業の分類における、「取引先からの要請」軸に基づき、会話の切り口は主に3つに分類できます。

	分類	対応方針	詳細アプローチ案
A	直接的な要請が来ている	主に「守り」の脱炭素をエンゲージメント	<ol style="list-style-type: none">1. 他社の事例を紹介2. 「知る」の自社を取り巻く状況を整理する3. 脱炭素経営のステップを紹介(知る・測る・減らす)
B	将来的な要請が予見される	主に「守り」の脱炭素をエンゲージメント	<ol style="list-style-type: none">1. コスト増や取引先からの除外等、リスク面を中心に紹介2. 他社の事例を紹介3. 「知る」の自社を取り巻く状況を整理する4. 脱炭素経営のステップを紹介(知る・測る・減らす)
C	直近で直接的な要請が来る可能性が低い	主に「攻め」の脱炭素をエンゲージメント	<ol style="list-style-type: none">1. 新規顧客拡大等、メリット面を紹介2. 他社の事例を紹介3. 脱炭素経営に取り組む意味付けを考える4. 脱炭素経営のステップを紹介(知る・測る・減らす)

“どのように”提案するのか_会話例:A「直接的な要請が来ている」

A「直接的な要請が来ている」に該当する企業には、以下のように会話を行うことをお勧めします。

会話の切り口

取引先からの要請	A	直接的な要請が来ている
	B	将来的な要請が予見される
	C	直近で直接的な要請が来る可能性が低い

会話例



中小企業



支援機関

おはようございます。いつもありがとうございます。最近はどうですか？

実はこの前、取引先のXX社から脱炭素に取り組んでいるかという問い合わせが来ちゃって。全然分からず、やってませんとしか言えなかったよ。

そうなんです。実は脱炭素経営に取り組まないと、取引先から除外されるケースも出てきているみたいです。

そんなことが起きているのか。弊社も他人ごとではないな。でもうちでもやれることはあるのかな。

はい、例えば同規模のXXという企業では、融資や補助金を活用して、脱炭素経営に取り組んでいるみたいですよ。

おお、それはいい事例だね。取り組みたい気持ちはあるけど、どうしてもお金がかかるから、そういった制度を色々紹介いただけると助かるよ。

ありがとうございます。そうしたら、外部の力も活用できるいくつかの施策を紹介させてください。(参考:P30)

ぜひお願いしたい。

“どのように”提案するのか_会話例：B「将来的な要請が予見される」

B「将来的な要請が予見される」に該当する企業には、以下のように会話を行うことをお勧めします。

会話の切り口

取引先からの要請	A	直接的な要請が来ている
	B	将来的な要請が予見される
	C	直近で直接的な要請が来る可能性が低い

会話例



中小企業



支援機関

いつも来てくれてありがとう。相変わらず順調だよ

何よりです。ところで取引先から脱炭素について何か言われていますか。

いや、特に言われたことはないね。

実は最近、御社も属する鉄鋼業界では続々と取引先に脱炭素に取り組むように要請が来ているみたいなんです。

そうなんだ。でもうちみたいな小さな企業にはあまり関係ないんじゃないか。

実はScopeという考え方があり、～(中略)～御社も大企業のScope3に該当するので、いずれ要請が来てもおかしくないんですよ。

そうなのか。後から焦るよりは、今から早めに始めておいた方がよさそうだな。

そうしたら、無理なく始められるいくつかの施策を紹介させてください。(参考:P29)

“どのように”提案するのか_会話例：C「直近で直接的な要請が来る可能性が低い」

C「直近で直接的な要請が来る可能性が低い」に該当する企業には、以下のように会話を行うことをお勧めします。

会話の切り口

取引先からの要請	A	直接的な要請が来ている
	B	将来的な要請が予見される
	C	直近で直接的な要請が来る可能性が低い

会話例



中小企業



支援機関

おはようございます。いつもありがとうございます。最近はどうですか？

ぼちぼちかな。でも今後はこの業界の需要もだんだん減っていきそうだね。

そうなんです。販路拡大として、脱炭素商品として海外への販売を検討してみませんか。

たしかに、うちの業界は海外でも人気が高いみたいだし。でも脱炭素商品にしても意味があるのか。

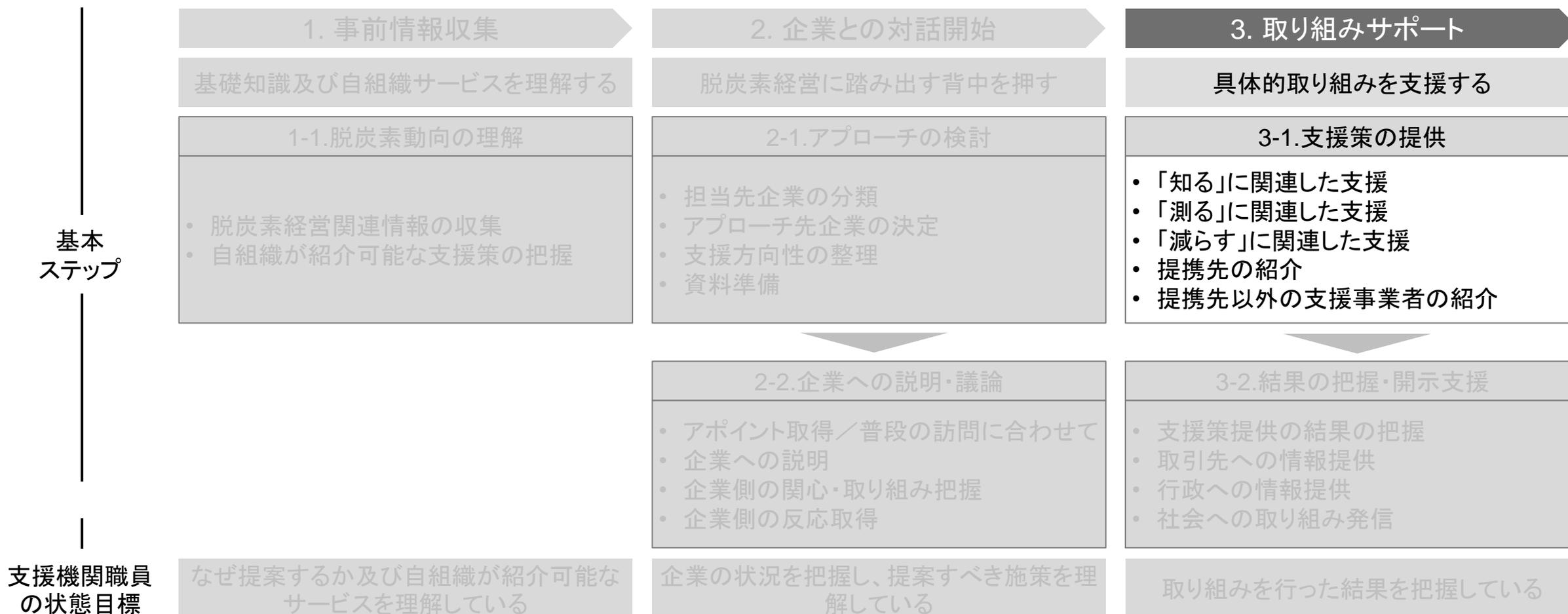
海外の顧客は商品が脱炭素であるかが重要になってきているみたいです。逆に、脱炭素商品にすることで、差別化できる可能性もあります。

おお。少し検討してみようかな。でも、脱炭素商品ってどう作るんだ。

いきなり企業丸ごとの脱炭素はハードルが高いので、まずは商品に限った脱炭素化が可能か、一緒に検討してみませんか。

色々教えてほしい。

脱炭素経営支援の基本ステップ



“どのように”提案するのか_支援策の提供方針

対象企業の分類における、「脱炭素経営の進捗状況」軸に基づき、施策の提供方針は主に3つに分類できます。

	分類	対応方針	詳細アプローチ案
Step 1	一般的理解にとどまる	知る・測るを中心に提案	<ul style="list-style-type: none">知る: 自社を取り巻く状況(取引先からの要請、業界動向等)を把握する測る: 簡易排出量算定を実施する測る: 可視化ツールを用いた排出量算定を実施する
Step 2	経営課題として捉えている	測る・減らすを中心に提案	<ul style="list-style-type: none">測る: 簡易排出量算定を実施する測る: 可視化ツールを用いた排出量算定を実施する減らす: 削減目標・削減計画を策定する減らす: 削減施策を実施する
Step 3	施策実行・自走している	減らす・開示を中心に提案	<ul style="list-style-type: none">減らす: 削減施策を実施する減らす: カーボンオフセットを活用する開示: 取引先への開示や表彰制度等への応募を実施する

“どのように”提案するのか_会話例:Step1「一般的理解にとどまる」

Step1「一般的理解にとどまる」に該当する企業には、以下のように会話を行うことをお勧めします。

会話の切り口

脱炭素経営の進捗状況	Step 1	一般的理解にとどまる
	Step 2	経営課題として捉えている
	Step 3	施策実行・自走している

会話例



中小企業

～脱炭素経営の基本ステップ説明後～



支援機関

細かいところはまだわからないけど、なんとなく流れは理解したよ。

ありがとうございます。先ほども少し伺いましたが、取引先から「来年度以降排出量データを求める可能性がある」と言われているんですよね。

そうそう。決定はしていないみたいだけどね。取引先も投資家からいろいろ言われているみたいでさ。

今後の動向のチェックはわたしもお手伝いします。可視化についてですが、電力や燃料の使用データはまとめられていますか。

経理に聞けばエクセルのファイルで出てくると思うよ。

承知しました。まずはそのファイルをもとに、簡単に算定を行ってみましょうか。(参考:補助資料P26)

わかった。まずは経理からデータをもらっておくよ。次回来てもらった際に算定方法をレクチャーしてもらえるかな。

次回一緒に計算させてください。さらに算定を簡素化したり、見やすくする有償の可視化ツールもあるのでそちらのパンフレットも持ってきますね！

“どのように”提案するのか_会話例:Step2「経営課題として捉えている」

Step2「経営課題として捉えている」に該当する企業には、以下のように会話を行うことをお勧めします。

会話の切り口

脱炭素経営の進捗状況	Step 1	一般的理解にとどまる
	Step 2	経営課題として捉えている
	Step 3	施策実行・自走している

会話例



中小企業



支援機関

～脱炭素経営の基本ステップ説明後～

御社は既にエクセルで排出量を算定されているんですね。

そうそう。去年から取引先に提出しないといけなくなってき。ただ、提出しているだけなんだけどね。ここからどうしていけばいいのかわからなくて。

排出量は把握されているので、次はどれくらい減らしていくか目標・計画を立てて、実際に減らしていくステップになりますね。

目標か。どう立てればいいのか全然わからないな。

基本は長期的な排出削減量と、それに向かって年単位での排出削減量を決めるのですが、個社ごとに状況が異なるので一概には言えないですよ。

うちの場合、燃料を使う古い機械が多いけど一回で買い替えるほどの資金は無いし。

削減計画策定の専門家をお繋ぎしましょうか。御社にあったアドバイスが頂けると思います。また、資金面も金融機関としてサポートしますよ。

ありがたい。一度話を聞いてみようかな。

“どのように”提案するのか_会話例:Step3「施策実行・自走している」

Step3「施策実行・自走している」に該当する企業には、以下のように会話を行うことをお勧めします。

会話の切り口

脱炭素経営の進捗状況	Step 1	一般的理解にとどまる
	Step 2	経営課題として捉えている
	Step 3	施策実行・自走している

会話例



中小企業



支援機関

エコアクションで削減計画を立てられているんですね。

そうそう。でも計画立てたはいいものの、なかなか計画通りに削減するのは難しいんだよね。

そうですね。御社は省エネ診断を利用されたことはありますか。

省エネ診断はないな。

一度、専門家の目から見た削減施策をお伺いするのも手かもしれません。

そうだな。一度受けてみようかな。

問い合わせ先をご共有させていただきますね。(参考:支援の全体像シート)

ありがとう。よろしく。

目次

1. はじめに

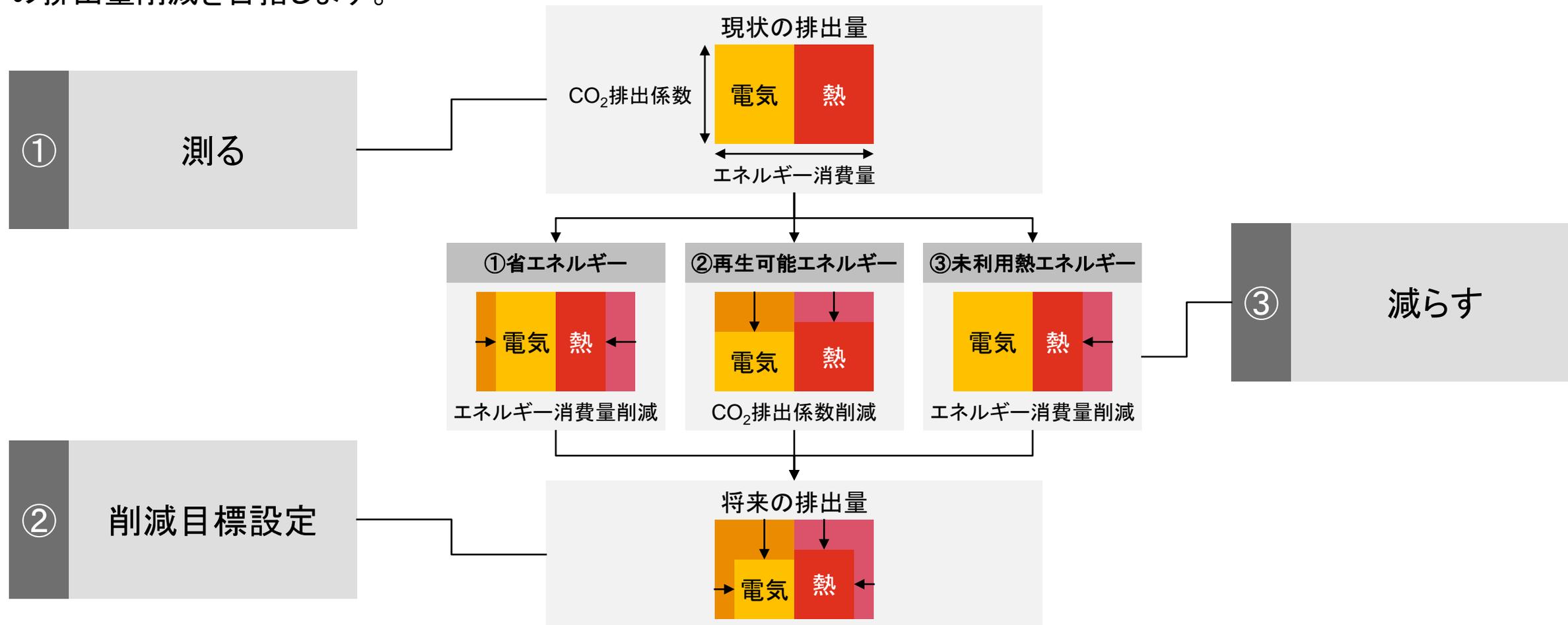
- 本ガイドブックの作成の背景・目的・活用のポイント ……P4
- 群馬県内の支援メニュー ……P5

2. 脱炭素経営支援の各ステップのポイント

- “なぜ”提案するのか
 - 中小企業における脱炭素経営のメリット ……P7
 - 参考) サプライチェーン排出量 (Scope1,2,3) の考え方と、中小企業への関わり ……P8
 - 脱炭素経営をめぐる業界動向 ……P9
 - 脱炭素経営をめぐる業界動向 (群馬県内) ……P10
- 脱炭素経営支援の基本ステップ ……P12
- “誰に”提案するのか
 - 脱炭素経営観点からの中小企業の分類 ……P14
 - 2つの観点の考え方 ……P15
- “どのように”提案するのか
 - 会話の構成 ……P18
 - 会話の切り口 ……P19
 - 会話例 ……P20
 - 支援策の提供方針 ……P21
 - 会話例 ……P25
- “何を”提案するのか
 - 減らすの考え方 ……P29
 - 支援の全体像・チェックシート ……P30
 - 事例 ……P33
 - 結果の把握・開示支援 ……P42

“何を”提案するのか_減らすの考え方

CO2排出量はエネルギー使用量と排出係数の掛け算(面積)で考えることができます。排出量削減の方向性は「省エネルギー」「再生可能エネルギー」「未利用熱エネルギー」の主に3つとなります。様々な手段を組み合わせることで、将来の排出量削減を目指します。



“何を”提案するのか_支援の全体像／ヒアリングシート①

脱炭素経営の基本ステップ(知る・測る・減らす)に沿った、実施事項(チェック項目)を使用し、企業がどの程度取り組みを進めているのか現状把握を行います。取り組み状況に応じて、参照先ページにて説明・ディスカッションを行います。また、実際に興味を持った実施事項については専門事業者を紹介します。

各実施項目において、2つ以上のチェックつくかどうかで属するStep*を判断(*:脱炭素経営の進捗状況(前述)を参照)

取り組み状況に応じて、実施事項を説明／専門事業者を紹介することも有効です

#	基本ステップ	実施事項(大項目)	実施項目(小項目)			参照先
			✓	Step	チェック項目	
1	知る	脱炭素が求められる背景の理解	<input type="checkbox"/>	1	世界的に脱炭素が求められることを把握する	群馬県が公表している資料に、詳細説明があるため、適宜参照することが重要です
2			<input type="checkbox"/>	1	日本でも、脱炭素が求められていることを把握する	
3		メリット・リスクの理解	<input type="checkbox"/>	1	メリット・リスクを理解する	
4		他社事例の理解	<input type="checkbox"/>	1	脱炭素経営に関するセミナーを受ける	
5		脱炭素経営取り組み方法の理解	<input type="checkbox"/>	1	脱炭素取り組みの基本ステップを理解する	
6			<input type="checkbox"/>	2	脱炭素経営に関する情報を書籍・サイトで調査する	
7		自社を取り巻く状況の把握	<input type="checkbox"/>	2	業界や取引先から、自社にどのような脱炭素の取り組みが求められているか理解する	
8			<input type="checkbox"/>	2	業界や取引先の脱炭素の取り組みを理解する	
9	測る	排出量の見える化	<input type="checkbox"/>	2	エネルギー使用量が把握できるように整理する	
10			<input type="checkbox"/>	2	CO2排出量が即時把握できるように整理する	
11	減らす	省エネ診断・専門家派遣の利用	<input type="checkbox"/>	2	省エネ診断・専門家派遣を利用する	
12		削減目標の策定	<input type="checkbox"/>	2	CO2排出量の削減目標を設定する	
13			<input type="checkbox"/>	2	CO2排出量の削減計画を立てる	
14			<input type="checkbox"/>	2	CO2排出量の削減計画を推進するための社内体制を構築する	
15			<input type="checkbox"/>	3	CO2排出量の削減計画通りに削減を実施する	
16	目標・計画の認証取得	<input type="checkbox"/>	3	SBT認証やエコアクション21を取得する		

“何を”提案するのか_支援の全体像／ヒアリングシート②

脱炭素経営の基本ステップ(知る・測る・減らす)に沿った、実施事項(チェック項目)を使用し、企業がどの程度取り組みを進めているのか現状把握を行います。取り組み状況に応じて、参照先ページにて説明・ディスカッションを行います。また、実際に興味を持った実施事項については専門事業者を紹介します。

取り組み状況に応じて、実施事項を説明／専門事業者を紹介することも有効です

#	基本ステップ	実施事項(大項目)	実施項目(小項目)			参照先	
			✓	Step	チェック項目		
17	減らす	省エネ (運用改善)	<input type="checkbox"/>	-	空調設備の配置・温度管理の見直しをする	群馬県が公表している資料に、詳細説明があるため、適宜参照することが重要です	
18			<input type="checkbox"/>	-	コンプレッサーの圧力の見直しをする		
19			<input type="checkbox"/>	-	ボイラーの熱漏れを確認する		
20		省エネ (設備更新)	<input type="checkbox"/>	-	脱炭素の観点で踏まえた機器・設備の更新計画を立てる		
21			<input type="checkbox"/>	-	LED照明への設備更新を行う		
22			<input type="checkbox"/>	-	空調設備の更新を行う		
23		燃料転換		<input type="checkbox"/>	-		都市ガスボイラーへの変更を行う(油→ガス)
24				<input type="checkbox"/>	-		水素・バイオマスへの変更を行う(脱化石燃料)
25				<input type="checkbox"/>	-		ヒートポンプへの変更を行う(電化)
26				<input type="checkbox"/>	-		EV車への変更を行う(電化)
27				再エネ	<input type="checkbox"/>		-
28		<input type="checkbox"/>	-		再エネメニューの購入を行う		
29			カーボンクレジットの購入	<input type="checkbox"/>	-		カーボンクレジットの購入を行う
30		その他(開示)	脱炭素ビジネスの実施	<input type="checkbox"/>	-		脱炭素・低炭素商品としての売り出しを検討する
31	<input type="checkbox"/>			-	新規取引先への営業活動を行う		
32	対外アピール		<input type="checkbox"/>	-	自社HP、人材採用サイトへの取り組み状況を掲載する		
33			<input type="checkbox"/>	-	その他認証団体、表彰制度へ参加する(RE100Action、県環境GS認定等)		

“何を”提案するのか_具体的支援の提供

群馬県が公表している「支援の全体像」資料を活用し、企業の取り組み状況に応じて、公的機関や各支援機関が紹介可能な支援策をご紹介いただくことも有効な手段だと考えられます。

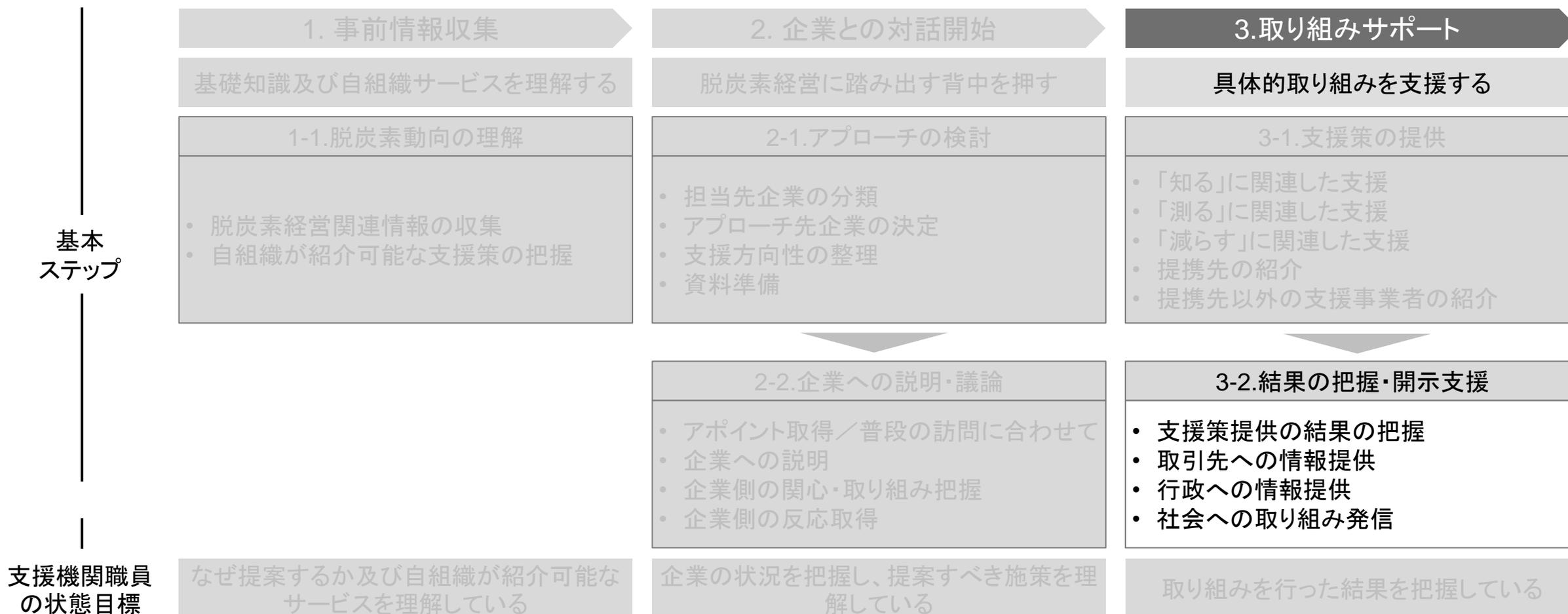
別資料「支援の全体像」

ステップ・実施事項				参考				支援策			
#	基本ステップ	実施事項(大項目)	実施項目(小項目)	(参考)費用対効果				参照先			
				費用	工数	効果	効果が出るまでの期間	群馬県		XX銀行	
		Step	チェック項目					XX補助金	XX融資	XX可視化ツール	XX融資
1	知る	脱炭素が求められる背景の理解	1 世界的に脱炭素が求められることを把握する	-	小	-	-				
2	知る	脱炭素が求められる背景の理解	1 日本でも、脱炭素が求められることを把握する	-	小	-	-				
3	知る	メリット・リスクの理解	1 メリット・リスクを理解する	-	小	-	-				
4	知る	他社事例の理解	1 脱炭素経営に関するセミナーを受ける	-	小	-	-				
5	知る	脱炭素経営取り組み方法の理解	1 脱炭素経営の基本ステップを理解する	-	小	-	-				
6	知る	脱炭素経営取り組み方法の理解	2 脱炭素経営に関する情報を書類・サイトで調べる	-	小	-	-				
7	知る	自社を取り巻く状況の把握	2 業界や取引先から、自社にどのような脱炭素の取組が求められているか理解する	-	中	-	-				
8	知る	自社を取り巻く状況の把握	2 業界や取引先の脱炭素の取組を理解する	-	中	-	-				
9	測る	排出量の見える化	2 エネルギー使用量が即時把握できるように整理する	小	中	-	-				
10	測る	排出量の見える化	2 CO2排出量が即時把握できるように整理する	-	中	-	-				
11	減らす	削減目標の設定	2 CO2排出量の削減目標を設定する	-	大	-	-				
12	減らす	削減計画の策定	2 CO2排出量の削減計画を立てる	-	大	-	-				
13	減らす	削減計画の策定	2 CO2排出量の削減計画を推進するための社内体制を構築する	-	大	-	-				
14	減らす	省エネ診断・専門家派遣の利用	2 省エネ診断・専門家派遣を利用する	小	中	-	-				
15	減らす	削減計画の策定	3 CO2排出量の削減計画通りに削減を実施する	中	大	-	-				
16	減らす	目標・計画の認証取得	3 SBT認証やエコアクション21を取得する	中	大	知名度向上	長期	○			
17	減らす	省エネ(運用改善)	- 空調設備の配管・温度管理の見直しをする	-	大	コスト削減	短期		*		
18	減らす	省エネ(運用改善)	- コンプレックスの圧力の見直しをする	-	中	コスト削減	短期				
19	減らす	省エネ(運用改善)	- ボイラーの熱漏れを確認する	-	大	コスト削減	短期				
20	減らす	省エネ(設備更新)	- 脱炭素の観点を見直した機器・設備の更新計画を立てる	-	大	コスト削減	短期				
21	減らす	省エネ(設備更新)	- LED照明への設備更新を行う	中	中	コスト削減	短期				
22	減らす	省エネ(設備更新)	- 空調設備の更新を行う	大	大	コスト削減	短期				
23	減らす	燃料転換	- 都市ガスボイラーへの変更を行う(油→ガス)	大	大	コスト削減	短期				
24	減らす	燃料転換	- 水素・バイオマスへの変更を行う(化石燃料)	大	大	コスト削減	短期				
25	減らす	燃料転換	- ヒートポンプへの変更を行う(電化)	大	大	コスト削減	短期				
26	減らす	燃料転換	- EV車への変更を行う(電化)	大	大	コスト削減	短期				
27	減らす	再エネ	- 太陽光発電設備導入を行う	大	中	排出量削減	短期				
28	減らす	再エネ	- 再エネメニューの購入を行う	小	中	排出量削減	短期				
29	減らす	カーボンプレジットの購入	- カーボンプレジットの購入を行う	中	小	-	-				
30	その他(開示)	脱炭素ビジネスの実施	- 脱炭素・低炭素商品としての売り出しを検討する	-	大	売上拡大	長期				
31	その他(開示)	脱炭素ビジネスの実施	- 新規取引先への営業活動を行う	-	大	売上拡大	長期				
32	その他(開示)	対外アピール	- 自社HP、人材採用サイトへの取組状況を掲載する	-	大	知名度向上	長期				
33	その他(開示)	対外アピール	- その他認証取得、表彰制度へ参加する(RE100Action、環境権GS認定等)	-	中	知名度向上	長期				

ステップ・実施事項に合わせて、公的機関・各支援機関が紹介できる支援策を一覧化しています。

企業の取り組み状況に応じて、必要な支援策をご紹介ください。

脱炭素経営支援の基本ステップ



“何を”提案するのか_結果の把握・開示支援

3. 支援策の提供後、フォローアップとして、4つの施策が考えられます。支援策提供の結果を把握した後、取引先や行政への情報提供、社会への取り組み発信を行うことで、脱炭素経営の取り組みの成果を効果的に活用することができます。

支援策提供の結果の把握

- 自社提供、外部事業者提供問わず、支援策提供の結果を把握し、得られた成果や課題について企業とすり合わせを行います。
- すり合わせを実施後、課題の解消状況や次のステップの実行策を提案することが重要です。

取引先への情報提供

- 可視化や目標設定、削減効果を取引先へ報告します。
- 取引先へ脱炭素経営を実施していることをアピールすることで、他サプライヤーと比べた際の優位性の構築が可能となります。
(参考:「主なメリット② — 競争力の強化」)

社会への取り組み発信

- 脱炭素経営に取り組んだ成果を、自社HPやメディアなどを通じて積極的に発信していくことで、自社のブランディングに繋がります。
(参考:補助資料P22「主なメリット④ — 人材獲得力強化」)

行政への情報提供

- 行政へ脱炭素経営の成果を報告することで、行政からの表彰や、自治体内の脱炭素経営の先進企業として認められる可能性があります。
(参考:「主なメリット③ — 知名度の向上」)

Thank you

www.pwc.com/jp

© 2024 PwC Consulting LLC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC Network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.