

『全体バランス』における勘所

ここまで紹介した「ヒト」・「モノ」・「カネ」の切り口に留まらず、経営全般を俯瞰して支援先企業の状況把握にあたることも、ハブ役として関係機関への橋渡し役を担うことが重要です。



支援の勘所	支援にあたってのポイント
①外圧の有無の把握	取引先からの要請や業界団体における行動方針、情報開示フレームワークへの対応状況を確認します。アンケートや要請の内容に留まらず、取引先から要請が届いた背景・ねらい(真意)を把握する視点を提示します。
②戦略の優先順位設定	短期的に取り組めること(現実的な対応)と、長期的に考えるべき構想・ありたい姿を描けているか、支援者として目線を向けます。
③「脱炭素ありき」からの脱却	「脱炭素は特別な活動」という印象を取り除き、支援先企業にとって身近な「省エネ」の延長として脱炭素を捉えてもらい、できることから始める姿勢を示しましょう。

勘所を踏まえた推進・支援のポイント

01.外圧の有無の把握

- 外圧への対応は取引・売上維持や業界の要求事項への対応遅れによる市場参入障壁になり得るケースもあるため、外圧の内容に対しどこまで対応するかは全体最適を模索するうえでの判断材料となります。

外圧の例

- ・自動車関連産業でメーカーから部品メーカーへ前年比3%の排出削減を要請
- ・欧州バッテリー規定に基づく、排出量情報開示や削減、資源循環への対応
- ・国土交通省を中心に進む建物建設時の排出量開示に向けて建材関係団体への排出量情報開示要請

~コラム~外圧の真意とは?

- 取引先からの要請は相手先の現状を踏まえて本当に要請したい内容ではなく、無理のない内容を提示しているケースも多くあります。
例:Scope1/2排出量の「把握」ではなく、真意としては製品製造「ライン毎」のエネルギー使用量の把握や「削減」への期待が裏側にあります。
(取引先のScope3:カテゴリ1への排出削減期待)
- 直接要請されている事項への対応はもちろんですが、取引先が真に期待していることを読み取り、他社に先んじて対応することが競争優位性の確保につながります。

02.施策の優先順位設定

- 多くの中小企業が省エネ・脱炭素の切り口として、まず「経費削減」を重視した取組を行っています。経費削減の視点から取組を推進することは、これから省エネ・脱炭素を進める企業の負担感や抵抗感も少ないと考えられます。
- 反面、外圧が顕在化している場合は、その対応が優先されるため「売上維持/拡大」の目線からの支援が重要となります。
- 環境配慮商材やサービスを提案する企業(例:リサイクル性の高い製品や使用時エネルギー使用量が少ない製品等を保有する企業)は、企業価値向上(ブランディング)の視点からアプローチをすることが効果的なケースもあります。
- 支援先企業の意向とともに、外部環境の変化・動向を踏まえた上で、その企業における省エネ・脱炭素の方向性や支援策の提示を行うことが重要です。

03.「脱炭素ありき」からの脱却

- 「脱炭素」という理念ありきで負担感を伴う取組ではなく、省エネによる経費削減など、すでに着手している取組を捉え直し、CO₂排出量の見える化を促すことは、省エネ・脱炭素の初期段階の施策として十分な支援となります。
- このように経営課題の解決手段として省エネ・脱炭素を捉える視点の提示(下図参照)や、支援先企業の経営課題に応じて、伴走者として適切な関係機関へと橋渡しを担うことが重要です。

(参考) 経済合理的な脱炭素化の循環モデル

下図は経済合理的な脱炭素化に向けた取組と企業経営の関係性を示したものです。
(作成:九州経済産業局/公益財団法人九州経済調査協会)

