

中小製造業のための脱炭素経営実践ガイド

2050年カーボンニュートラル目標に向けて、中小企業にも脱炭素経営が求められる時代になりました。本プレゼンテーションでは、中小製造業が実践できる脱炭素経営の基本から具体的なステップまでを包括的に解説します。



脱炭素経営とは何か

脱炭素経営とは、企業経営に気候変動対策（CO₂排出削減）の視点を組み込むことを指します。従来はCSR活動の一環とみなされがちでしたが、近年では気候変動への対応が経営上の重要課題となっています。

温室効果ガス排出削減を単なるコスト負担として捉えるのではなく、**リスク低減**や**事業機会の創出**につなげる戦略的な経営手法といえます。

リスク管理

取引継続と競争力維持

コスト削減

省エネによる経費削減

ブランド力

環境配慮企業としての評価向上

なぜ今、中小企業に脱炭素経営が必要なのか

01

国際的な枠組みと政府目標

パリ協定のもと、日本政府は2050年カーボンニュートラルを宣言。2030年までに温室効果ガスを2013年度比46%削減する中期目標を掲げています。

02

サプライチェーン全体への波及

ESG投資の拡大により、大企業は取引先である中小企業にも再エネ調達や排出削減目標の設定を要請するケースが増加しています。

03

リスクと機会の両面

対応の遅れは取引継続や競争力維持のリスクに。一方、脱炭素技術やサービスを展開する企業は新たな市場開拓の機会を得られます。



中小製造業が直面する3つの壁

コスト面への不安

省エネ設備や再エネ導入には初期投資が必要で、投資回収に時間がかかるのではという懸念があります。環境対応はコスト負担が大きく、資金的に難しいと感じる経営者は少なくありません。

情報不足・ノウハウ不足

「何から始めればよいかわからない」という声が多く聞かれます。環境やエネルギーの専門部署を持たない中小企業では、温室効果ガスの算定方法や効果的な削減策に関する知識が社内に乏しい状況です。

人的リソースの制約

脱炭素の検討や施策導入は日常業務に加えて行う必要があり、専門人材や時間が十分でない企業ほど対応が後手に回りがちです。

- ❑ 「うちには関係ない」は誤解です。脱炭素社会への移行は既に始まっており、中小企業も取引や規制の面でその波及を受けつつあります。自社だけが取り残されると、取引先から選ばれなくなるリスクがあります。

再エネ導入を軸 とした4つの実 践ステップ

C2 Infogratric

Infogratric is a leading provider of digital marketing solutions, helping businesses reach their target audience through various channels. Our expertise spans across social media, search engines, and email marketing, ensuring maximum visibility and engagement for our clients.



Renewable Energy

Etorp'ate

Etorp'ate is a leading provider of digital marketing solutions, helping businesses reach their target audience through various channels. Our expertise spans across social media, search engines, and email marketing, ensuring maximum visibility and engagement for our clients.



Step'oun

Step'oun is a leading provider of digital marketing solutions, helping businesses reach their target audience through various channels. Our expertise spans across social media, search engines, and email marketing, ensuring maximum visibility and engagement for our clients.

Crapnadrie

Crapnadrie is a leading provider of digital marketing solutions, helping businesses reach their target audience through various channels. Our expertise spans across social media, search engines, and email marketing, ensuring maximum visibility and engagement for our clients.

Criteafvavcty

Criteafvavcty is a leading provider of digital marketing solutions, helping businesses reach their target audience through various channels. Our expertise spans across social media, search engines, and email marketing, ensuring maximum visibility and engagement for our clients.



+



Eltyenatooat

Eltyenatooat is a leading provider of digital marketing solutions, helping businesses reach their target audience through various channels. Our expertise spans across social media, search engines, and email marketing, ensuring maximum visibility and engagement for our clients.



Bucerifaratic

Bucerifaratic is a leading provider of digital marketing solutions, helping businesses reach their target audience through various channels. Our expertise spans across social media, search engines, and email marketing, ensuring maximum visibility and engagement for our clients.

10

Our mission is to provide the best possible experience for our customers, ensuring they are satisfied with our products and services. We are committed to excellence in everything we do.

ステップ1・2:見える化と排出量算定

ステップ1:エネルギー使用量の見える化

まずは自社がどれだけエネルギーを使っているかを把握します。工場や事務所での電力使用量を電力計や請求書から確認し、可能であれば設備ごとの消費電力量を計測します。

- 機械設備の電力使用量
- 空調・照明の消費電力
- ムダや削減余地の発見

ステップ2:CO₂排出量の算定

エネルギー使用量のデータをもとに、自社の温室効果ガス排出量を算出します。**Scope1**(自社が直接出す排出)と**Scope2**(購入した電力など間接排出)を中心に把握します。

環境省や経産省が提供する算定ツールやガイドラインを活用すると、中小企業でも比較的容易に算出可能です。



ステップ3・4:再エネ導入と実行



自社設置の検討

自社の屋根や遊休地に太陽光発電設備を設置して電力を自給



省エネとの組み合わせ

高効率機器への更新など、省エネ＋再エネの組み合わせで削減



多様な調達手段

PPA契約や再エネ100%電力メニューへの切替で実質再エネ化

PPA(Power Purchase Agreement)の活用

オンサイトPPA

第三者事業者が自社屋根に太陽光パネルを設置・所有し、企業はそこから発電される電気を長期契約で購入。初期投資ゼロで太陽光を導入可能です。

オフサイトPPA

遠隔地の大規模再エネ発電所と直接契約を結び、自社向けに再エネ電力を調達。長期契約が前提ですが、初期費用負担なしで再エネ比率を高められます。

活用できる支援施策と制度



補助金制度

経済産業省・環境省などが公募する省エネ設備導入補助金や再エネ導入補助金。各都道府県・政令市も独自の助成制度を用意しています。



税制優遇措置

カーボンニュートラルに向けた投資促進税制により、対象設備の取得費用について法人税の税額控除や特別償却を受けられます。



地域連携の可能性

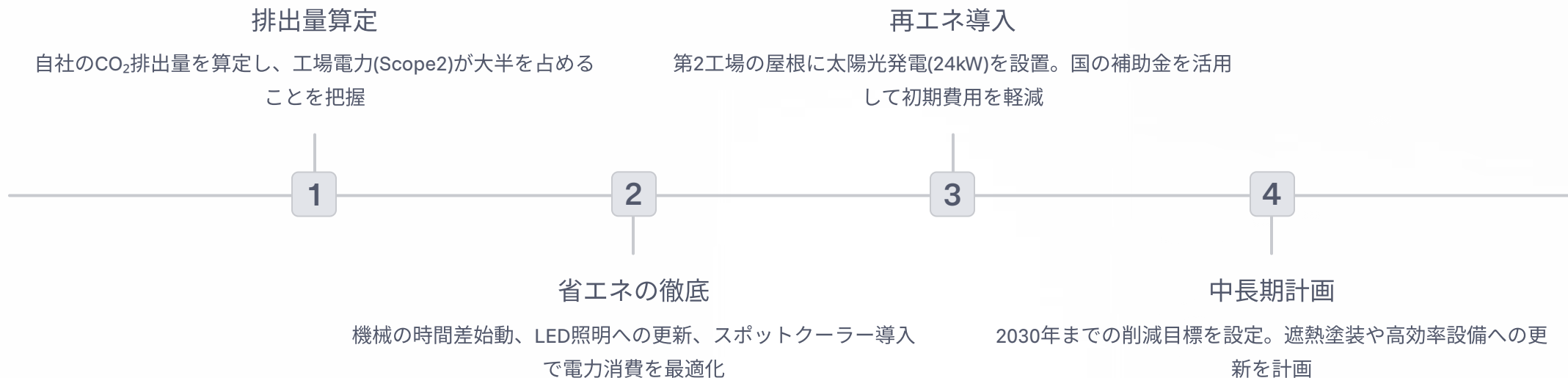
近隣企業との共同設置、地域プロジェクトへの参加、環境配慮型融資など、地域のリソースを活用した支援策も充実しています。

□ 補助金＋税制＋融資を上手に組み合わせることで、自己負担を相当程度抑えた形で脱炭素投資が可能になります。



中小製造業の成功事例

金属加工メーカー(従業員約20名)の取り組み



成功のポイント: 中小企業でも創意工夫と支援制度の活用によって脱炭素経営を実践し成果を上げることが可能です。省エネの積み重ねでコスト削減と排出削減を両立しつつ、思い切った再エネ設備投資にも踏み出すことで、将来の競争力強化につなげています。



自社に合った脱炭素経営の第一歩を踏み出そう

■ 段階的なアプローチが重要

まずはエネルギー使用量の見える化とCO₂排出量の算定から始め、自社の排出構造を正しく把握することが第一歩です。その上で、省エネと再エネ導入を組み合わせた実効性のある計画を立てましょう。

■ 支援策の積極活用

補助金、税制優遇、地域連携など、利用可能な支援策は数多くあります。これらを組み合わせることで、自己負担を大幅に抑えた形での脱炭素投資が可能になります。

■ 外部専門家との連携

社内にノウハウがない場合は、脱炭素経営アドバイザーや地域の支援機関など、外部の専門的支援を積極的に活用することが成功への近道です。

■ 経営メリットの追求

脱炭素経営は単なる環境対応ではありません。省エネによるコスト削減、取引先からの信頼獲得、企業ブランド力の向上など、経営上の具体的なメリットにつながります。

小さな一歩でも構いません。自社の状況に合った形で、今日から脱炭素経営への取り組みを始めてみませんか。