

令和3年度中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・
実証事業（グリーン分野調査）

調査報告書

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社

2022年3月

目次

1.本業務の背景と目的	03
2.本業務の概要	05
3. グリーン調達を取り巻く現状、動向	07
4.業務実施報告	20
(1). 海外のグリーン調達等企業のヒアリング調査	21
(2).欧米グリーン分野ビジネス支援企業のヒアリング調査	32
(3).国内グリーン分野ビジネス支援企業のヒアリング調査と分析	39
(4).調査・分析結果を踏まえた効果的な支援策の検討	55
(5).調査概要周知説明会の実施	60

1. 本業務の背景と目的

1. 本業務の背景と目的

本業務は、グリーン分野の海外動向を受け、中堅・中小企業の海外進出を支援するプラットフォーム* 支援事業の改善点を検討し、今後の事業実施の検討に資する情報収集を目的としたものである

背景

- ▶ 世界経済の復調が予想される中で、国内経済の活性化に向け、**中堅・中小企業の輸出増強**が求められている
- ▶ 海外の取引先による**グリーン選別が加速化**している
- ▶ **中小企業の海外販路開拓という観点でも、脱炭素化・グリーン化は無視できない論点**である
- ▶ 中堅・中小企業の海外展開促進に向け、海外取引におけるグリーン対応を促す**プラットフォーム*に対する支援策**の検討が必要となっている

目的

- プラットフォームとしての役割を担う本邦企業をマッピングするとともに、ヒアリングなどを通じて彼らの特徴を可視化し、プラットフォームを支援する「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」の改善点を検討し、**来年度以降の事業実施の検討に資する情報収集を行う**
- ▶ 海外の事例等を参考に、プラットフォームの役割を担う本邦企業候補を整理
 - ▶ ヒアリングなどを通じて該当本邦企業の特徴を可視化

*中堅・中小企業の環境分野における課題(環境経営、LCA、排出量の算定、環境を価値とした販売促進など)に対応し、海外展開による新規取引先の拡大や現地進出等の実現を支援する企業

2. 本業務の概要

2. 本業務の概要

海外市場の環境の変化に応じた中堅・中小企業の海外展開における機会と脅威を整理し、必要な対応方策等について調査、検討を行った

	業務内容	目的・実施事項
(1)	海外のグリーン調達等企業のヒアリング調査	目的： 日本の中堅・中小企業の海外展開に影響を及ぼすもの、海外企業の「脱炭素」を巡るニーズの明確化 内容： グリーン調達を行う海外企業やその調達元、関連する専門家等のヒアリングを実施
(2)	欧米グリーン分野ビジネス支援企業のヒアリング調査	目的： 環境変化への対策を取りつつ中堅・中小企業の海外展開に資するビジネスモデルの構築を行っている者の発掘、現状調査 内容： 企業リストアップ、デスクトップ調査、ヒアリングを実施
(3)	国内グリーン分野ビジネス支援企業のヒアリング調査と分析	目的： 国内の企業で、グリーン分野の様々な課題に対応するビジネスモデルの構築を行っているものの発掘及び整理 内容： 中堅・中小企業の輸出拡大に貢献するという観点から、企業・団体をリスト化した上で、ヒアリングを実施し、その結果を分析
(4)	調査・分析結果を踏まえた効果的な支援策の検討	目的： 政府としての効果的な支援策のあり方の検討 内容： 上記(1)～(3)の内容を踏まえ、中堅・中小企業のビジネスをサポートするようなビジネスモデルやサービスの可能性を調査し、次年度以降の海外展開の方向性を検討
(5)	調査概要周知説明会の実施	目的： 調査結果の周知 内容： 調査結果の概要版を作成の上、企業(200社程度)への説明会を実施

3.グリーン調達を取り巻く 現状、動向



(1) 国際機関の動向 (TCFDの設立)

気候変動ムーブメントが加速する中、G20の要請を受け、金融安定理事会（FSB）により、気候関連の情報開示及び金融機関の対応方法を検討するため、TCFD*が設立された

- ▶ TCFD*への対応は国際的なスタンダードになりつつあり、企業経営における中核的要素として4カテゴリ・11項目の開示を推奨している

TCFD 要求項目	ガバナンス	戦略	リスク管理	指標と目標
項目の 詳細	気候関連のリスクと機会に係る当該組織のガバナンスを開示する。	気候関連のリスクと機会がもたらす当該組織の事業、戦略、財務計画への現在及び潜在的な影響を開示する。	気候関連リスクについて、当該組織がどのように識別、評価、及び管理しているかについて開示する。	気候関連のリスクと機会を評価及び管理する際に用いる指標と目標について開示する。
推奨される 開示内容	a) 気候関連のリスクと機会についての、当該組織取締役会による監視体制を説明する。	a) 当該組織が識別した、短期・中期・長期の気候関連のリスクと機会を説明する。	a) 当該組織が気候関連リスクを識別及び評価するプロセスを説明する。	a) 当該組織が、自らの戦略とリスク管理プロセスに即して、気候関連のリスクと機会を評価するために用いる指標を開示する。
	b) 気候関連のリスクと機会を評価・管理する上での経営の役割を説明する。	b) 気候関連のリスクと機会が当該組織のビジネス、戦略及び財務計画（ファイナンスプランニング）に及ぼす影響を説明する。	b) 当該組織が気候関連リスクを管理するプロセスを説明する。	b) Scope 1、Scope 2及び、当該組織に当てはまる場合はScope 3の温室効果ガス（GHG）排出量と関連リスクについて説明する。
		c) 2度以下シナリオを含むさまざまな気候関連シナリオに基づく検討を踏まえ、組織の戦略のレジリエンスについて説明する。	c) 当該組織が気候関連リスクを識別・評価及び管理のプロセスが、当該組織の総合的リスク管理にどのように統合されているかについて説明する。	c) 当該組織が気候関連リスクと機会を管理するために用いる目標、及び目標に対する実績を開示する。

*TCFD：「気候関連財務情報開示タスクフォース（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）」

- ▶ 出所：TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）の提言（最終報告書）



(2) 各国の動向

世界各国で、脱炭素に向けたステークホルダーの取組が加速している状況にある

国/地域	各国政府の政策の動向	各国の先進的な企業の動向
日本	2050年カーボンニュートラルを目指すことを表明 - 企業の研究開発を後押しする2兆円の脱炭素基金の創設を表明 2030年代半ばまでに国内の新車市場におけるガソリン車販売を禁じ、全てEVなどの電動車に切り替える方針を表明 再エネ比率を30年までに22-24%に増加 - 脱炭素化実現に向けて新たな地球温暖化対策計画やエネルギー基本計画を策定	トヨタ自動車： 25年に550万台の電動車販売目標を掲げる。バッテリー性能の高い全固体電池を搭載したEVの開発で先行 - 日野自動車と北米で大型FCVトラックの共同開発を推進。小型商用車のMIRAIも発売 - 水素社会構築に向け、水素バリューチェーン推進協議会を岩谷産業、三井住友ファイナンスグループら88社と発足
米国	- パリ協定への復帰を表明 - バイデン新政権の任期中に脱炭素化に向けた道のりと実行体制を整えることを目標 50年までに温室効果ガス排出量実質ゼロの目標を表明 2021~2025年に2兆ドルの環境インフラ投資の目標を表明(50万カ所のEV用充電ステーション等) - 公約では輸送の低炭素化及び再エネの推進を明示(例：2030年までに洋上風力を2倍) - 長期戦略では2035年までにグリーン電力100%を表明	テスラ：ESG投資の高まりを背景に、EV事業が評価され時価総額を2020年比で約10倍に成長 クライメート・プレッジ：アマゾン、マイクロソフト、コカ・コーラ、Uber等計31社¹が30年までにCO₂排出ゼロの達成を誓約

1. 2021年9月15日現在

出所：各種報道、各国政府機関HP等より作成

世界各国で、脱炭素に向けたステークホルダーの取組が加速している状況にある

国/地域	各国政府の政策の動向	各国の先進的な企業の動向
アセアン	- 東南アジア全体的での脱炭素に向けた枠組みは見当たらず - ASEAN10か国中7か国¹が日本と二国間クレジット制度を締結。日本の脱炭素技術を導入し、排出削減分を日本の貢献度合いに応じて日本側にも配分	二国間クレジット制度を用いて、民間企業などのプロジェクト186件を環境省が採択。30年度までの累計で計約2000万トンのCO₂排出削減が見込まれている
豪州	30年までに排出量を05年比で26~28%削減を目指す(国内石炭産業保護のため、ゼロ目標は設定せず) 30年までに世界的な水素大国を目指す「国家水素戦略」を策定。15年以降、水素プロジェクトとサプライチェーンに1億4600万豪ドル以上を拠出。2019年11月の日豪首脳会談では、水素エネルギーの協力推進で一致	- Asian Renewable Energy Hub (AREH): 民間のエネルギー会社と投資会社の計4社による企業連合で、世界最大規模の再生エネルギー発電所の設立を計画。政府も安価な再生エネルギーの輸出拡大に向け支援 - 住友商事・日揮: グラッドストーンでの水素製造・販売プロジェクト設計で協力

1. 2022年3月16日現在

出所: 各種報道、各国政府機関HP等より作成

世界各国で、脱炭素に向けたステークホルダーの取組が加速している状況にある

国/地域	各国政府の政策の動向	各国の先進的な企業の動向
インド	2030年までに電力の4割を再生可能エネルギーで賄う目標を表明	再生可能エネルギー発電事業者大手は、先進国企業の出資・技術協力を受け入れ - ReNew社：JERA(日)が発行済株式の10%を取得 - インド新興財閥アダニ・グループ:国際石油資本大手のトタル(仏)がグループ傘下の再生可能エネルギー企業に20%出資
中国	60年までに温暖化ガス排出量を実質ゼロを達成し、GDP当たりのCO₂排出量を30年までに05年比で65%以上削減する目標を表明 35年までにガソリン車の販売をゼロとし、ハイブリッド車およびプラグインハイブリッド車とEVの比率を中国市場で半々とする計画を表明	NIO：全固体電池を搭載した、航続可能距離約1,000キロの「ET7」の2022年初旬の発売を発表。時価総額は2020年の1年で13倍に増加 上汽GM五菱：約3~4万元(日本円で40~60万円程度)のEVコンパクトカーを20年9月販売。2か月で2万台以上を販売
EU	2050年までにEUからの温室効果ガスの排出を実質ゼロにするものであり、EUを「気候中立な大陸 (Climate-neutral Continent)」にするという目標達成に向けたEUの環境政策である欧州グリーンディール (European Green Deal) を発表 - 今後10年のうちに官民で少なくとも1兆ユーロ規模の投資を行う計画、1990年対比で55%削減	- BMWがダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスで業界のトップに選出 - BMWはサプライ・チェーンの具体的なCO₂目標値を定めた最初の自動車メーカーであり、サプライ・チェーンから生産、使用終了までの全ライフ・サイクルにわたり、この目標が設定されている。全体として、各車両当たりのCO₂排出量は少なくとも3分の1低下

国境炭素税の検討に関しては、欧米主導で議論が進んでおり、制度の枠組みの詳細は現在議論・設計中である

背景

- 欧州連合が(EU)2021年11月に環境規制の緩い国からの輸入品に課税する「国境炭素税」の導入を発表。GHG排出量の多い鉄鋼、セメント、肥料、アルミニウム、電力の5品目を課税対象とし、域内の輸入業者へ2023年から報告を義務づけ、2026年から徴税も含め全面実施する
- 規制の緩い市場でCO₂の排出が増えるカーボンリーケージの改善にも繋がる

各国・各地域の動き

米国

- ジョー・バイデン米国大統領は温暖化防止を重視しており、そのなかでパリ協定を満たしていない国・企業にEUで導入が検討されている国境炭素税と同質の国境調整課金を賦課すると公表
- 制度の枠組みや詳細は議論中である

EU

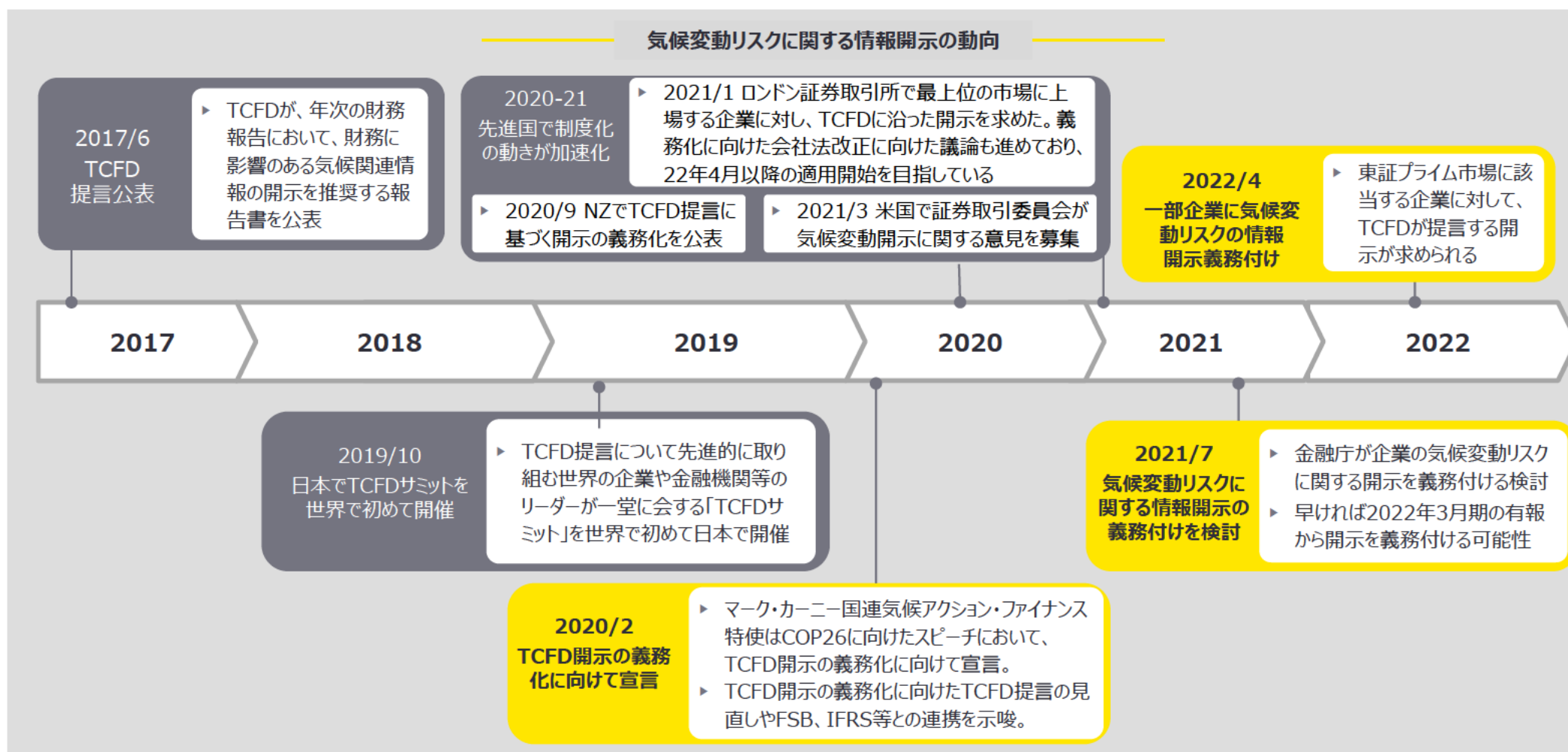
- EUでは早くから炭素税を導入し、地球温暖化防止を地域として目指してきたが、近年排出権の価格が上昇傾向にありEU企業の競争力に負の影響があるため、国境炭素税の導入を検討している
- 欧州連合が(EU)2021年11月に環境規制の緩い国からの輸入品に課税する「国境炭素税」の導入を発表。GHG排出量の多い鉄鋼、セメント、肥料、アルミニウム、電力の5品目を課税対象とし、域内の輸入業者へ2023年から報告を義務づけ、2026年から徴税も含め実施する予定



(3) 国内の動向

日本国内企業のガバナンス体制においては、2021年6月にガバナンスコードが改訂されたことから、プライム市場対象企業には、TCFDに基づく開示が求められるようになった

- ▶ 各国で気候変動リスクの情報開示の制度化が進められている。日本でも22年4月の東京証券取引所の市場再編で最上位となるプライム市場の上場企業はTCFD提言に沿った開示が求められるなど、気候変動リスクの情報開示への取り組みは企業にとって喫緊の課題となっている

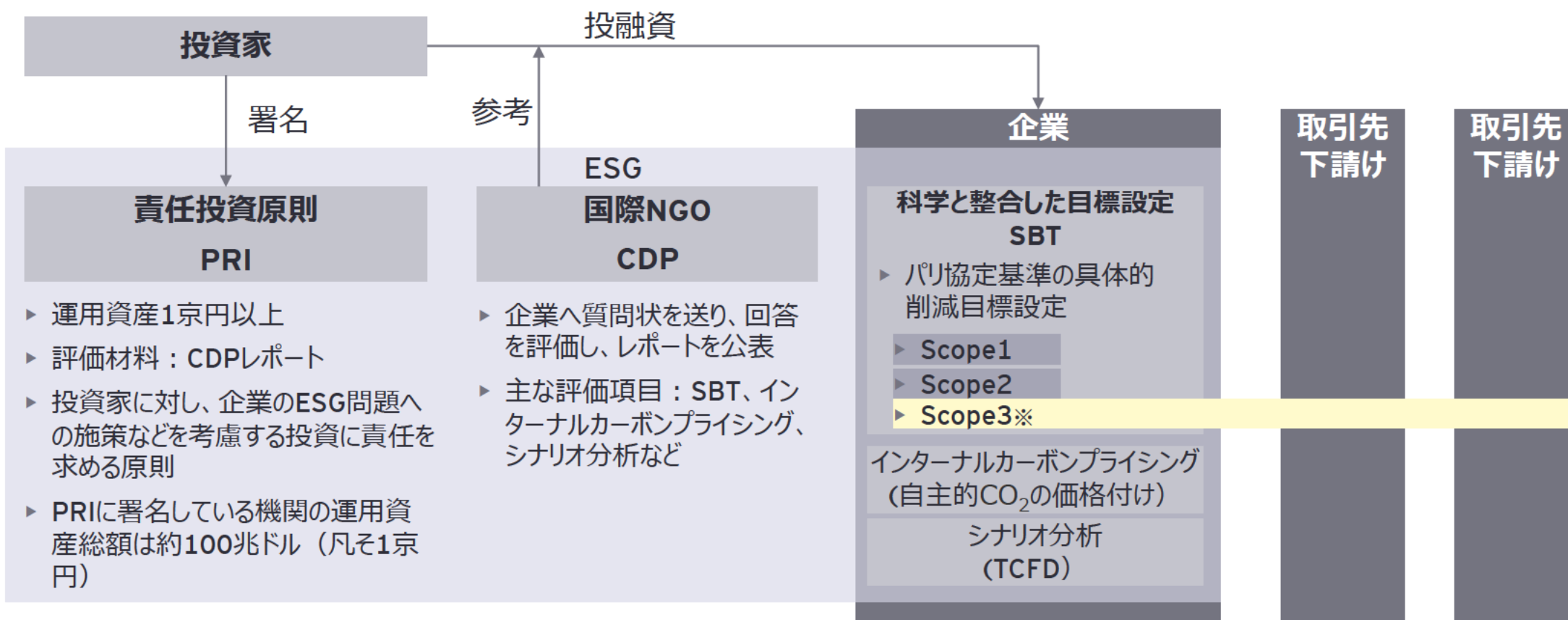




(4) 中堅・中小企業を取り巻く動向

投資家からの投融資を得るために、上流企業が取引先に対して脱炭素への取組を求めるようになると、中堅・中小企業も競争力強化のための脱炭素への取組が必要となる

投融資と企業に求められる取組



▶ ※SBT SCOPE3とは、サプライチェーン全体の温室効果ガス排出量のうち、事業者の活動に関連する他社の排出量を指す。大企業がSBTの認定を取得するためには、自社の温室効果ガス排出量の基準を設定することに加え、サプライチェーン全体の温室効果ガス排出量の40%以上をScope 3 が占めている場合、Scope 3 の削減目標も設定しなければならない。

上流企業がサプライチェーン排出量の目標を設定した場合、取引先企業も必然的に脱炭素への取組を求められることから、早期対応が取引の維持や拡大につながると考えられる

サプライチェーン排出量の考え方



Scope1 : 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)

Scope2 : 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

Scope3 : Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)

サプライチェーン排出量 = Scope1排出量 + Scope2排出量 + Scope3排出量

4.業務実施報告



(1) 海外のグリーン調達等企業のヒアリング調査

h.1海外一般企業に対しグリーン調達を行う企業の取り組みの現状や、取引先の環境に関する評価項目などをヒアリングし、欧米企業の現状、ニーズについて事例収集を行った

調査の目的：

日本の中堅・中小企業の海外展開に影響を及ぼすもの、海外企業の「脱炭素」などを巡るニーズの明確化

種別	対象	実施先	ヒアリング項目
h.1 海外 一般企業	グリーン調達を行う海外企業や その調達元、関連する専門家	▶ 半導体メーカー1社 ▶ 小売2社 ▶ アパレル1社	▶ グリーン調達実施企業の取組 ▶ 取引先の環境に関する評価項目 ▶ ビジネス影響、対外的な効果 ▶ 政府や外部機関への支援ニーズ など

取引条件として脱炭素への取組は義務化はされていないが、取引相手に脱炭素の取組評価を求めるケースがあり、日本企業も海外展開において対応が求められていく可能性がある

- ▶ グリーン分野対応が、将来的にサプライヤー選定基準となることやその重要性、ビジネスインパクトは各社認識済

事例	グリーン分野に対する関心度	取組
事例1 半導体 メーカー	▶ 努力目標ながら、 Scope1-3における対応を製造業界の責務として実感。	▶ 年次で 脱炭素に向けた取組報告 を要求し、その内容をサプライヤー評価項目の一つとして考慮。 ▶ BtoBにおける要求事項が明確で、 脱炭素対応意識高。
事例2 小売	▶ 顧客や投資家向けの訴求力の意味合い でグリーン分野の対応の取組を実施。	▶ 1社は「EcoVadis」を用い、環境、労働・人権、社会論理、持続可能性の総合的な 目標に対するパフォーマンスを評価。 ▶ もう1社もツールを用いるが、農地や土壌に関する環境保護数値の可視化であり、 脱炭素については検討中。
事例3 アパレル	▶ 英のアパレル業界では TCFD、RE100の概念に馴染みが薄い と発言。	▶ 「環境問題への取組実施による費用対効果が明らかでないため、大規模な投資を行うことは難しい」との課題感あり。

グリーン調達に
取り組む
海外大手企業
ヒアリングにて
得られた視点

(計4社)

海外では、可視化を目的としたサービスや評価ツールを活用し、サステナビリティ基準に関するステークホルダーとの情報共有を行うなど、グリーン分野の対応が進んでいる模様である

名称	概要	主なユーザー	主な特徴				
			ESG格付機関	分野横断型	業界特化型	外部連携・情報開示強	サプライチェーン管理に特化
EcoVadis	✓ サステナビリティ指標を用いてパフォーマンス管理	✓ 製造業・小売業など業種全般	✓	✓		✓	
CDP (運営元：Carbon Disclosure Project)	✓ 投資家、企業、国家、地域、都市が自らの環境影響を管理し、情報開示を促進	✓ 投資家・企業・国家・地方自治体	✓	✓		✓	
Source intelligence	✓ サプライチェーンのサステナビリティに関するデータを一元化し、報告・管理	✓ 製造業・小売業など業種全般		✓			✓
Assent Compliance	✓ サプライチェーンの持続可能性を管理・評価	✓ 製造業・小売業など業種全般		✓			✓
The Cool Farm Tool (運営元：Cool Farm Alliance)	✓ 農業による温室効果ガス、水、生物多様性への環境影響をグローバル規模管理	✓ 農業・小売業			✓	✓	
Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform	✓ 農業活動による社会、環境、ビジネス面での成果をグローバル規模で管理・共有	✓ 農業・小売業			✓	✓	

ほぼ全てのツールがTCFDの開示推奨項目であるガバナンス、戦略、リスク管理、GHG排出量算定を指標として取り入れている

	TCFD開示推奨項目(一部抜粋)				その他重要項目	
	ガバナンス	戦略	リスク管理	GHGs排出量 (Scope1, 2, 3)	グリーン取組に関する外部監査	外部との協働
EcoVadis	○	○	○	○	○	○
CDP	○	○	○	○	○	○
Source Intelligence	○ ISO14001などに準拠	○ ISO14001などに準拠	○ ISO14001などに準拠	○	○ ISO14001などに準拠	×
Assent Compliance	○ ISO14001などに準拠	○ ISO14001などに準拠	○ ISO14001などに準拠	(○) 2022年1月に新規投資を発表	○ ISO14001などに準拠	×
The cool Farm Tool	×	×	×	○	×	×
SAT Platform	○ ESG全般	○ ESG全般	○ ESG全般	×	×	×

グリーン調達を行う海外企業やその調達元、関連する専門家等へのヒアリング項目と各社の回答概要は以下のとおり

確認事項		半導体メーカー	小売	小売	アパレル
1.脱炭素に関する企業としてのスタンス	TCFD、SBT、RE100への取り組み状況	▶ TCFD提言への賛同を公表 ▶ SBT、RE100に取り組んでいない	▶ TCFD、SBT、RE100に取り組んでいる	▶ TCFDへの取組を検討中 ▶ SBT、RE100に取り組んでいる	▶ TCFD、SBT、RE100に取り組んでおらず、耳にしたことがない
	担当部署	▶ サステナビリティオフィスがSDGsの達成に中心的な役割	▶ グローバルにサステナビリティ部門が統括 ▶ 調達チーム、製造チームなど協力	▶ サステナビリティ部門が統括 ▶ 環境安全衛生部門、サプライチェーン部門、法務部門など協力	▶ 環境委員会（ファイナンス部門の役員や施設管理部門のマネージャー、Ethical Sourcing & Product Sustainability部門のマネージャーなどより設立）
	注視している国際動向、国内動向	▶ カーボンニュートラル ▶ SDGs	▶ ダボス会議の毎年参加	▶ RE100 ▶ TCFD	▶ フェアトレード（コットン） ▶ リサイクル
2.取引時の査定・確認	脱炭素、カーボンニュートラルに関する取引規定やガイドラインの内容	▶ 持続可能なポリシー ▶ Responsible Business Alliance行動規範への署名を義務づけ（サプライヤーはスコープ1、2 把握する義務あり）	▶ 責任のある調達方針 ▶ 持続可能な農業規則（脱炭素分野は方針のみ）	▶ サプライヤーへの責任基準 ▶ 責任のある調達方針（サプライヤーは温室効果ガスの排出量を把握する義務あり）	▶ 行動規範 ▶ 奴隷制度に関する声明（環境全般で、脱炭素分野はない）
	活用しているサービス等の有無、内容	▶ 自社のRBA行動規範への遵守状況を管理するシステム	▶ The Cool Farm Tool ▶ Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform	▶ EcoVadis ▶ CDP	▶ なし

グリーン調達を行う海外企業やその調達元、関連する専門家等へのヒアリング項目と各社の回答概要は以下のとおり

確認事項		半導体メーカー	小売	小売	アパレル
3.ビジネス影響、対外的な効果	グリーン取引がもたらすビジネスへの影響（メリット、デメリット両者）	▶ メリット：最低限の条件により、サプライヤーは同社との取引の可能性が高くなる ▶ デメリット：コスト	▶ メリット：サプライチェーンへの影響、消費者の意識の変化 ▶ デメリット：多くの投資が必要	▶ メリット：業界内で高いパフォーマンスを発揮、新製品の開発	▶ メリット：企業の競争力向上 ▶ デメリット：時間や労力が必要、顧客からのリアクション不明
	対外的な効果として期待するもの	▶ ブランドイメージの向上 ▶ 優秀な若手の惹きつけ	▶ 各ステークホルダーに対して持続可能な取組をコミットメントし、実現していく	▶ 世界中でより良い医薬品を入手できることへの期待	▶ 企業の競争力向上（再掲）
	対応の中で課題となるもの	▶ 顧客が求める基準とのギャップ ▶ 取組内容に優先順位 ▶ 顧客に取組内容を適切に報告	▶ どのようなコミットメントをするか、解決策はどのように見つけるかは未知の行程	▶ 中小企業に対するサステナビリティに係る教育支援 ▶ あらゆる部門の協力	▶ 費用対効果が明らかでない
4.政府や外部機関への支援ニーズ		▶ 中小企業に対する啓発、コンサルティングサービス、外部とのコミュニケーション手法の支援	▶ 資金、知識など多方面の協力・サポートが必要	▶ 中小企業に対するサステナビリティに係る教育支援（再掲）	▶ 政府：財政支援 ▶ 外部機関：グリーン調達の考え方

グリーン調達を行う海外企業やその調達元、関連する専門家等のへのヒアリング項目と各社の詳細な回答内容は以下のとおり

半導体メーカー

1.脱炭素に関する企業としてのスタンス	TCFD、SBT、RE100への取り組み状況	✓ TCFD提言への賛同を発表。SBT、RE100には取り組んでいない
	担当部署	✓ サステナビリティオフィスがSDGsの達成に中心的な役割を果たしている。製造や営業、調達などの各部門に対し、自社のイニシアティブをサプライチェーンやオペレーションで実現するよう促進し、各部門からの報告内容を集計する。
	注視している国際動向、国内動向	✓ 自社が定めたカーボンニュートラルの実現に向けた目標を達成するために、サプライチェーンやオペレーションで各種取組を実施している。
2.取引時の査定・確認	取引内容と脱炭素取組状況の確認プロセス	✓ サプライヤーに対して、脱炭素に向けた取組内容の報告を年毎で実施するよう要求しており、この報告内容をサプライヤーに対する評価項目の一つとして考慮に入れている。
	脱炭素、カーボンニュートラルに関する取引規定やガイドラインの内容	✓ サプライヤーとの取引条件として、自社が定めるRBA (Responsible Business Alliance)行動規範への署名を義務づけている。 ✓ RBA行動規範やサステナビリティポリシーに基づく二次的な基準を定めているが、詳細の内容は既存サプライヤーのみに共有しているため、公表できない。
	取引先選定における具体的な脱炭素に関する指標	✓ 価格水準、価格設定に関する合意、ロジスティクス・パフォーマンス、サステナビリティ（脱炭素に関するものが含まれている） ✓ サステナビリティの指標は他の指標と比べて優先順位は低い。
	取引時に企業側へ提出や開示を求める事項	✓ 製品のカーボンフットプリント削減状況に関する報告書やデータの提出を要求している。
3.ビジネス影響、対外的な効果	活用しているサービス等の有無、内容	✓ サプライヤーのRBA行動規範への遵守状況を管理するシステムを構築している。
	グリーン取引がもたらすビジネスへの影響（メリット、デメリット両者）	✓ メリット：自社が定める最低限のグリーン取引条件を満たすことによって、サプライヤーは同社と取引を行うことができる可能性が高くなる。多くの有名企業は、取引条件としてグリーン取引を定めている。 ✓ デメリット：グリーン取引条件を満たすためにはコストが掛かるため、サプライヤーにとっては価格競争力の面でデメリットが生じている可能性がある。
	対外的な効果として期待するもの	✓ 大手企業との取引実績により、サプライヤーのブランドイメージ向上が期待できる。 ✓ 若い世代の人々は環境問題への関心が高いため、優秀な若手を惹きつける要因となる。
	対応の中で課題となるもの	✓ 顧客が求める基準を満たす上でのギャップを埋めること ✓ 改善コストを考慮して取組内容に優先順位を立てること ✓ 顧客に取組内容を適切に報告すること
4.政府や外部機関への支援ニーズ	政府や外部機関へ求めるサービスや支援	✓ 中小企業に対するグリーン対応の計画策定に資する啓発活動、アイデア創出やプロジェクトマネジメントに関するコンサルティングサービス、外部とのコミュニケーション手法の支援

グリーン調達を行う海外企業やその調達元、関連する専門家等のへのヒアリング項目と各社の詳細な回答内容は以下のとおり

小売		
1.脱炭素に関する企業としてのスタンス	TCFD、SBT、RE100への取り組み状況	✓ TCFD、SBT、RE100に取り組んでいる。SBTについては、2030年までに製品のライフサイクルからの温室効果ガス排出量を、2010年基準で消費者使用量当たり50%削減を目標としている。
	担当部署	✓ グローバルにサステナビリティ部門が主に担当し、その他調達チームや、製造チーム等が協力してビジョン、規則を作成している。
	注視している国際動向、国内動向	✓ ダボス会議に毎年参加している。
2.取引時の査定・確認	取引内容と脱炭素取組状況の確認プロセス	✓ 持続可能な調達や二酸化炭素の排出などに係る約束をし、サプライチェーンとともに取り組む。
	脱炭素、カーボンニュートラルに関する取引規定やガイドラインの内容	✓ 人権や賃金等に関連する責任のある調達方針、持続可能な農業に関する規則はあるが、脱炭素に特化したガイドラインはない。 ✓ 二酸化炭素の排出を実際に把握するのが難しいため、まだ特定プロジェクトはない。今後検討する予定である。
	取引先選定における具体的な脱炭素に関する指標	✓ 調達の観点から、明確な指標や方針はまだない。
	取引時に企業側へ提出や開示を求める事項	✓ 責任のある調達方針に従い、サステナビリティや、人権、賃金等の基準を定められており、監査プロセスで確認している。
	活用しているサービス等の有無、内容	✓ 「The Cool Farm Tool」、「Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform」：主に農薬の種類、農薬の量、土壌の再生等の把握、基準に満たすかどうかの確認に使用している。
3.ビジネス影響、対外的な効果	グリーン取引がもたらすビジネスへの影響（メリット、デメリット両者）	✓ メリット：持続可能な製品は、サプライチェーンへ意義をもたらすだけでなく、消費者の意識に変化をもたらすことができ、より良い持続可能な生活になる。 ✓ デメリット：持続可能な製品には多くの投資が必要である。投資に満たしたリターンを得られるかどうかは常に大きい課題である。
	対外的な効果として期待するもの	✓ ビジネスパートナーや、株主、消費者等すべての関係者に対して持続可能なコミットメントを実施し、実現していく。
	対応の中で課題となるもの	✓ 持続可能なビジネス分野では、どのようなコミットメントをするか、解決策はどのように見つけるかは未知の道路であり、常に緊張感が高まっている。
4.政府や外部機関への支援ニーズ	政府や外部機関へ求めるサービスや支援	✓ 持続可能な道へ進むには、大規模の投資が必要で、自社のみでは実現できない。政府やビジネスパートナーや機関から、包括的な協力が重要である。 ✓ 例えば再生プラスチックへの取組には、プラスチックの回収業界から、プラスチックのリサイクル業界まで至るため、多方面からのサポートが必要となる。

グリーン調達を行う海外企業やその調達元、関連する専門家等のへのヒアリング項目と各社の詳細な回答内容は以下のとおり

小売

1.脱炭素に関する企業としてのスタンス	TCFD、SBT、RE100への取り組み状況	- TCFD：主に財務部門により推進される。調達に係る部分は調達グループの専門家も参加する。 - SBT：2030年までにスコープ3の温室効果ガス排出量を2016年を基準として20%削減する。
	担当部署	サステナビリティ部門が統括の役割を果たし、環境安全衛生部門、サプライチェーン部門、法務部門、コンプライアンス部門等多くの他機関も関与。
	注視している国際動向、国内動向	RE100は大きいコミットメントで、再生可能エネルギーの利用を推進し、既にいくつかのタスクを達成している。
2.取引時の査定・確認	取引内容と脱炭素取組状況の確認プロセス	サプライヤーにCDPの登録を推奨し、脱炭素化の取組や再生可能エネルギーの利用に対するコミットメントをモニタリングし、達成状況を確認する。
	脱炭素、カーボンニュートラルに関する取引規定やガイドラインの内容	- サプライヤーへの責任基準：サプライヤーに対する責任基準、行動規範 - 責任のある調達方針：規範への適合性を評価するプログラム、「CDP」を用いて、公的に持続可能性の目標を設定する
	取引先選定における具体的な脱炭素に関する指標	「EcoVadis」を用いて、環境、労働・人権、社会論理、持続可能性の総合的な目標に対するパフォーマンスを評価する。環境分野ではエネルギー消費及び温室効果ガスの排出、製品寿命、ごみ等の指標がある。持続可能な調達分野では、サプライヤーの環境実践等の指標がある。
	取引時に企業側へ提出や開示を求める事項	「EcoVadis」または「CDP」に登録する際に倫理、環境等必要な項目に係る書類を提示することが必要。
3.ビジネス影響、対外的な効果	活用しているサービス等の有無、内容	「EcoVadis」、「CDP」。料金についてはビジネスモデルにより支払者、支払い料金が異なる。
	グリーン取引がもたらすビジネスへの影響（メリット、デメリット両者）	メリット：サプライヤーは、行動を改善することにより「EcoVadis」でよいスコアを入手でき、業界内で高いパフォーマンスを発揮できる。
	対外的な効果として期待するもの	製品ライフサイクル、グリーン製品への取組で、顧客の期待を応じ、世界中でより良い医薬品を入手できるように期待する。
	対応の中で課題となるもの	- 中小企業が自ら温室効果ガスの排出量を評価できるように、教育支援が必要。 - あらゆる部門の協力。
4.政府や外部機関への支援ニーズ	政府や外部機関へ求めるサービスや支援	中小企業が自ら温室効果ガスの排出量を評価できるように、教育支援が必要。（再掲）

グリーン調達を行う海外企業やその調達元、関連する専門家等のへのヒアリング項目と各社の詳細な回答内容は以下のとおり

アパレル

1.脱炭素に関する企業としてのスタンス	TCFD、SBT、RE100への取り組み状況	✓ TCFD、SBT、RE100に取り組んでいない。イギリスのアパレル業界では、これらの概念について馴染みがない。
	担当部署	✓ ファイナンス部門の役員や施設管理部門のマネージャー、Ethical Sourcing & Product Sustainability部門のマネージャー、店舗やその他の部署の有志からなる環境委員会を設置している。 ✓ 同委員会では、月1回の頻度で課題をまとめたロングリストを作成し、取組を進めている。
	注視している国際動向、国内動向	✓ フェアトレードコットンを購入する枠組みに参画している。 ✓ 複数の慈善団体と連携を行いながら、衣服のリサイクルに取り組んでいる
2.取引時の査定・確認	取引内容と脱炭素取組状況の確認プロセス	✓ 存在していない。物流業者の選定にあたっては配送自体の品質やコストを考慮している。
	脱炭素、カーボンニュートラルに関する取引規定やガイドラインの内容	✓ 自社が定めた行動規範や現代奴隷法に基づき、社会倫理に則った調達を行っている。
	取引先選定における具体的な脱炭素に関する指標	✓ 存在していないが、今後は環境に関する指標を追加し、求められる水準にキャッチアップしていく。
	取引時に企業側へ提出や開示を求める事項	✓ 存在していない。
3.ビジネス影響、対外的な効果	活用しているサービス等の有無、内容	✓ 存在していない。
	グリーン取引がもたらすビジネスへの影響（メリット、デメリット両者）	✓ メリット：企業の競争力向上、自社に対する知名度や評判が上がると考える。 ✓ デメリット：時間や労力が必要である。顧客からのリアクションが読めない。
	対外的な効果として期待するもの	✓ 企業の競争力向上、自社に対する知名度や評判が上がると考える。（再掲）
	対応の中で課題となるもの	✓ 環境問題への取組を行うことによる費用対効果が明らかでないため、大規模な投資を行うことは難しい。
4.政府や外部機関への支援ニーズ	政府や外部機関へ求めるサービスや支援	✓ 政府：支援ニーズはさきわめて高いが、コロナ禍への対応のために政府は既に企業や労働者に対して多額の財政支出を行っていることを踏まえると、支援の実施を期待することは難しい。 ✓ 外部機関：自社も加盟している倫理取引イニシアチブ (ETI)において、製品や原材料のトレーサビリティ向上や透明性確保に向けた取組の観点として、グリーン調達の考え方を新たに追加しようとする試みが始まっている。業界や企業規模の大小に関わらず、慈善団体やNGOの取組に参画し、測定等を依頼していく必要がある。



(2) 欧米グリーン分野ビジネス支援企業の ヒアリング調査

h.2海外(欧米)において環境変化対策に関し、中堅・中小企業の海外展開に資するビジネスモデルを構築している企業を選定し、ビジネスモデルの特徴を把握すべくヒアリングを実施した

調査目的：

環境変化への対策を取りつつ中堅・中小企業の海外展開に資するビジネスモデルの構築を行っている者の発掘、現状把握

種別	対象	実施先	ヒアリング項目
h.2 海外 (欧米) グリーン支 援ビジネス	欧米で環境変化対策に関し、 中堅・中小企業の海外展開に 資するビジネスモデルを 構築している企業	▶ グリーン支援ビジネス 企業2社	▶ 対応サービス ▶ クライアントニーズ ▶ マネタイズの方法 ▶ ビジネス課題 など

海外(欧米)では、小規模ながら、企業のグリーン分野への取組に対する総合的な支援サービスを提供するビジネスモデルが構築されている

欧米グリーン分野ビジネス支援企業のヒアリングにて得られた視点 (計2社)	対応サービス	▶ 証明サービスやカーボンオフセット支援、コンサルテーション、ブランディング支援だけでなく、大企業と中小企業間のコミュニケーション支援についても対応
	クライアントニーズ	▶ 顧客や投資家に向けたグリーン取組、環境対応やブランディングを支援 ▶ 今後、より厳密な規制対応の必要性やビジネス機会拡大も見据えている
	マネタイズ	▶ マネタイズについて、まだ小規模（例：本ヒアリングでは確認された支援の費用は、数万ユーロから数十万ユーロの間となる（年間契約）） ▶ 現在はカーボンオフセット支援が主な収益の柱となっている
	その他	▶ 2社ともEUを中心に活動しており、輸出支援という観点におけるサービス意識はなし。輸出額への貢献度等の数値的なヒアリングは不可
ヒアリング結果から導き出されるビジネスモデルの特徴		▶ 小規模ながらも企業に対する 環境分野のコンサルティングや企業マッチング等の支援 を主軸とした 総合的なサービスを提供 しているが、EU中心の活動であるために 海外進出支援実績は少ない

海外(欧米)グリーン分野支援ビジネス団体・企業へのヒアリング項目と各社の回答の概要は以下のとおり

ヒアリング項目		A社	B社
1.支援概要	輸出額への貢献度	▶ 定量的に示すことは難しい	▶ 輸出額という単位では把握していない
	中堅・中小企業の対応件数	▶ (HP情報) 4,000社を超える	▶ 全部は15から20件程度、12件は中小企業 ▶ 日本企業へのファイナンスレポートに関する支援
	対応ソリューション・サービス数	▶ 企業/製品のカーボンフットプリント測定 ▶ カーボンフットプリント削減に向けたコンサルティングサービス ▶ カーボンオフセットを実現した製品に対する認証やブランディング ▶ カーボンオフセットの実現に向けた企業間コミュニケーション支援、取引支援	▶ 企業が気候変動に前向きであることの証明 ▶ 上記を証明するためのカーボンオフセット支援 ▶ 証明書に対する理解・活用方法の支援、第三者による独立保証の調整
2.実際の支援事例	中堅・中小企業支援事例	▶ ドイツに拠点を置くドラッグストアチェーンへの支援で、扱う全ての化粧品に対するカーボンフットプリントの測定、カーボンオフセットの実現に向けた支援、カーボンオフセットを実現した商品に対する認証やブランディングを実施した ▶ 日本大手メーカーにカーボンフットプリントの測定などの支援	▶ 独自の評価モデルを用いて気候変動への取組状況の証明を行っている ▶ 気候変動に影響を与えない商品の開発支援
	支援成功パターン	▶ 支援企業のブランドイメージの向上が見込まれる ▶ 他の製品やサービスの売上拡大を期待できる	▶ パートナーである化石燃料や日用品小売の大企業に対し積極的に情報開示を行えるようになった

海外(欧米)グリーン分野支援ビジネス団体・企業へのヒアリング項目と各社の回答の概要は以下のとおり

ヒアリング項目		A社	B社
3.課題・ボトルネック		—	▶ 自社の脱炭素に取り組んでいることに対する証明が必要となること ▶ 脱炭素に取り組むための資金調達が必要となること ▶ 自社の取組を投資家などの関係者に対するコミュニケーションが不足すること
4.ビジネスモデル	本事業の位置付け、狙い	▶ (HP情報) 企業とその顧客が気候変動対策を講じることができるように、ソリューションを提供している	▶ 企業はスコープ1, 2, 3のすべてを取り入れる必要が生じてくる
	マネタイズモデル	▶ カーボンオフセットの販売が収益の柱	▶ 支援の費用は、数万ユーロから数十万ユーロの間となる(年間契約) ▶ 収益は、2022年まではスポンサーや寄付に頼る

海外(欧米)グリーン分野支援ビジネス団体・企業へのヒアリング項目と各社の詳細な回答内容は以下のとおり

A社

1.支援概要	輸出額への貢献度	✓ 既存のビジネスに対する支援を実施しているため、支援そのものによる効果を定量的に示すことは難しい。
	支援件数	✓ (HP情報) 4,000社を超える。
	中堅・中小企業の対応件数	✓ {HP情報} 多数の中堅企業の支援実績がある。
	展開国数	✓ (HP情報) 欧米が中心に、東南アジア、北アフリカも支援している。カーボンオフセットプロジェクトは、全世界に分布している。
	対応ソリューション・サービス数	✓ 企業/製品のカーボンフットプリント測定 ✓ カーボンフットプリント削減に向けたコンサルティングサービス ✓ カーボンオフセットを実現した製品に対する認証やブランディング ✓ カーボンオフセットの実現に向けた企業間コミュニケーション支援、取引支援
2.実際の支援事例	中堅・中小企業支援事例の詳細	✓ ドイツに拠点を置くドラッグストアチェーンへの支援で、扱う全ての化粧品に対するカーボンフットプリントの測定、カーボンオフセットの実現に向けた支援、カーボンオフセットを実現した商品に対する認証やブランディングを実施した。 ✓ 日本大手メーカーの環境配慮材料の使用や新たなテクノロジーの活用等の様々な取組に対し、カーボンフットプリントの測定等の支援
	支援成功パターン	✓ ブランドイメージの向上が見込まれる。これにより、他の製品やサービスの売上拡大も期待できる。
3.課題・ボトルネック	中堅・中小企業がグリーン分野への対応で抱えている課題、良くあるボトルネック	✓ -
4.ビジネスモデル	(母体企業があれば) グループ全体における本事業の位置づけ、狙い	✓ (HP情報) 企業とその顧客が気候変動対策を講じることができるよう、ソリューションを提供している。
	マネタイズモデル	✓ カーボンオフセットの販売が収益の柱となっている。
	支援担当者の専門性や知見・経験	✓ (HP情報) 科学者、ビジネスエコノミクス、人文科学や環境の専門家、IT開発者等300人以上の従業員がいる。

海外(欧米)グリーン分野支援ビジネス団体・企業へのヒアリング項目と各社の詳細な回答内容は以下のとおり

B社

1.支援概要	輸出額への貢献度	✓ EU内に限ったサービスでないため、輸出額という単位では把握していない。
	支援件数	✓ 全部では15から20件程度で、現在は12件を支援している。 ✓ 日本企業へのファイナンスレポートに関する支援を実施した経験もある。
	中堅・中小企業の対応件数	✓ 12件
	展開国数	✓ スウェーデン、イギリス、スイス3か国で拠点を置いている。 ✓ 現在はスカンジナビアの企業の支援を実施している。
	対応ソリューション・サービス数	✓ 企業が気候変動に前向きであることの証明 ✓ 上記を証明するためのカーボンオフセット支援 ✓ 証明書に対する理解・活用方法の支援、第三者による独立保証の調整
2.実際の支援事例	中堅・中小企業支援事例の詳細	✓ スカンジナビアの中小企業に対して、独自の評価モデルを用いて気候変動への取組状況の証明を行っている。また、脱炭素や持続可能性を意識した商品の開発支援もしている。
	支援成功パターン	✓ 支援している12社の中小企業は、パートナーである化石燃料や日用品小売の大企業に対し積極的に情報開示を行えるようになった。
3.課題・ボトルネック	中堅・中小企業がグリーン分野への対応で抱えている課題、良くあるボトルネック	✓ ボトルネック ✓ 自社の脱炭素に取り組んでいることに対する証明が必要となること ✓ 脱炭素に取り組むための資金調達が必要となること ✓ 自社の取組を投資家などの関係者に対するコミュニケーションが不足すること ✓ 持続可能なビジネスモデルを進める動機付けに重要な視点：規制対応、消費者の訴求、財務面でのメリット享受
4.ビジネスモデル	(母体企業があれば) グループ全体における本事業の位置づけ、狙い	✓ 欧米で気候変動リスクの開示に係る規制が発表され、企業はスコープ1, 2, 3のすべてを取り入れる必要が生じてくる。
	マネタイズモデル	✓ 支援の費用は、数万ユーロから数十万ユーロの間となる(年間契約)。企業規模、サービス内容により異なる。 ✓ 収益は、2022年まではスポンサーや寄付に頼る想定。
	支援担当者の専門性や知見・経験	✓ ビジネスコーポレート、金融、サステナビリティの3分野の専門家がいます。社員総数は15人である。 ✓ 大手企業がスコープ3に取り組むこととなれば、対象のサプライチェーンを中小企業が多く占めているため、中小企業への積極的な支援が求められる。



(3) 国内グリーン分野ビジネス支援企業の ヒアリング調査と分析

(3) - 1.

国内グリーン分野ビジネス支援企業のヒアリング調査

グリーン分野の様々な課題に対応するビジネスモデルの構築を行っている国内企業・団体を選定し、中堅・中小企業のグリーン分野対応、海外展開支援検討に向けたヒアリングを実施した

目的：

国内の企業で、グリーン分野の様々な課題に対応するビジネスモデルの構築を行っているものの発掘及び整理

種別	対象	実施先	ヒアリング項目											
h.3	国内 グリーン 支援 ビジネス	グリーン分野の様々な課題に対応するビジネスモデルの構築を行っている国内企業	多角的なヒアリングを実施できるよう、グリーン取組支援を行う下記分類からそれぞれ企業・団体を選定した											
			<table><thead><tr><th>分類</th><th>分類ごとに注力するヒアリング内容</th></tr></thead><tbody><tr><td>1 プラットフォーム団体</td><td> ✓ 総合的な支援内容、ソリューション ✓ 海外展開におけるグリーン分野の課題感 ✓ 支援上の課題、ボトルネック </td><td rowspan="4"> ▶ 対応サービス ▶ クライアントニーズ ▶ マネタイズの考え方 ▶ ビジネス課題 など </td></tr><tr><td>2 環境コンサルティング企業</td><td> ✓ 具体的な中小企業への支援事例 ✓ 支援上の課題、ボトルネック </td></tr><tr><td>3 プラットフォーム型ビジネス企業</td><td> ✓ ビジネスモデルの検証 ✓ 現状のビジネス課題 </td></tr><tr><td>4 銀行</td><td> ✓ 融資の評価基準 ✓ SDGsビジネスの海外展開支援事例 </td></tr></tbody></table>	分類	分類ごとに注力するヒアリング内容	1 プラットフォーム団体	✓ 総合的な支援内容、ソリューション ✓ 海外展開におけるグリーン分野の課題感 ✓ 支援上の課題、ボトルネック	▶ 対応サービス ▶ クライアントニーズ ▶ マネタイズの考え方 ▶ ビジネス課題 など	2 環境コンサルティング企業	✓ 具体的な中小企業への支援事例 ✓ 支援上の課題、ボトルネック	3 プラットフォーム型ビジネス企業	✓ ビジネスモデルの検証 ✓ 現状のビジネス課題	4 銀行	✓ 融資の評価基準 ✓ SDGsビジネスの海外展開支援事例
			分類	分類ごとに注力するヒアリング内容										
			1 プラットフォーム団体	✓ 総合的な支援内容、ソリューション ✓ 海外展開におけるグリーン分野の課題感 ✓ 支援上の課題、ボトルネック	▶ 対応サービス ▶ クライアントニーズ ▶ マネタイズの考え方 ▶ ビジネス課題 など									
			2 環境コンサルティング企業	✓ 具体的な中小企業への支援事例 ✓ 支援上の課題、ボトルネック										
3 プラットフォーム型ビジネス企業	✓ ビジネスモデルの検証 ✓ 現状のビジネス課題													
4 銀行	✓ 融資の評価基準 ✓ SDGsビジネスの海外展開支援事例													

国内グリーン分野ビジネス支援企業においては、各業種のクライアントニーズを考慮した多様な支援を行っているが、海外展開への貢献については検討中の段階である

		プラットフォーム団体	環境コンサルティング企業	プラットフォーム型ビジネス企業	銀行
国内 グリーン分野 ビジネス支援企業 ヒアリングにて 得られた 視点 (計9社)	対応 サービス	▶ 海外進出企業に対する認証サービス、人材育成など総合的な支援	▶ 脱炭素経営・気候変動対策コンサルティング ▶ GHG排出量算定・削減策支援など	▶ 環境配慮商品を扱うECサイトの運営 ▶ 再生資源循環プラットフォーム	▶ 企業の二酸化炭素の排出量の策定支援 ▶ 海外進出ための調査、融資支援など
	クライアント ニーズ	▶ 中小企業向けは環境ラベル認証の提供がメイン ▶ 大企業向けはTCFD対応等のコンサルティングがメイン ▶ オフセットでカーボנקレジットの調達	▶ 環境分野の技術の海外展開に向け、国内外の企業とマッチングさせる支援 ▶ 製造業の会社が、海外メーカーと取引するための環境認証を支援 ▶ 中堅・中小企業は情報開示が求められる場合、二酸化炭素の算定や目標設定支援	▶ 環境関連の企業はスタートアップで、ベンチャーが多く、量産化していない商品はオフラインで対応サポート ▶ 中小企業はPFを通じて生産量を増やす一方、大手企業はDXにつなげられる	▶ クライアントが海外展開の際に銀行側の海外駐在員により法規制やマーケットの情報提供、企業紹介等の支援を実施
	マネタイズ	▶ 1つの製品プロジェクトで数百万円程度	▶ 支援の費用は数百万円程度	▶ 環境配慮商品の売買手数料 ▶ 登録ユーザー側から1人当たりの登録費を徴収	▶ (非公開)

ヒアリング結果から導き出されるビジネスモデルの特徴

- ▶ 企業に対するグリーン支援は、**環境分野のコンサルティング、企業マッチング、環境配慮商品のオンライン・オフラインの販売等の様々な異なるアプローチ**が存在しているが、輸出への貢献度は個社支援のレベルにとどまっている。

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (プラットフォーム団体1/2)

確認事項		プラットフォーム団体①	プラットフォーム団体②
1.支援概要	支援業種、業態	▶ 受付相談の内訳として、中堅企業からは「中間財、素材」を取り扱う企業が多く、全体の半数を占める	▶ 支援業種の偏りはなく幅広い
	中堅・中小企業の対応件数	▶ 中小企業は容器包装を行っている企業が多いイメージ	▶ 中堅・中小企業からの問合せはある。ただし、コストがかかることから支援の実現にはなかなか至らない。
	展開国数	▶ 海外展開を考えている企業から相談を受けているが、展開状況までは把握できていない	▶ ヨーロッパ、アメリカ、中国、東南アジア、インド等
	対応ソリューション・サービス数	▶ LCA算定代行、算定についての助言 ▶ 企業にグリーン分野のエキスパートを設置するための人材教育 ▶ 計算ツールの提供 ▶ 環境ラベル「エコリーフ」をはじめとする国際基準に沿った認証の提供	▶ 脱炭素経営・気候変動対策コンサルティング ▶ カーボン・オフセット支援 ▶ 再エネ電力導入支援 ▶ 排出権取引 ▶ 排出削減・クレジット創出支援
2.実際の支援事例	中堅・中小企業支援事例	▶ 中小企業向けの支援は環境ラベル認証の提供がメイン ▶ カリフォルニアで公共土木工事をする際にEPD(*1)を義務化する動きがある。中小企業も無視できないものとなり得る	▶ TCFD対応等のコンサルティングに加え、海外子会社を含めた再生可能エネルギーの導入をどう進めるかにおけるロードマッピング、脱炭素化におけるPPA(*2)支援を実施している ▶ 企業内で、目標に対するCO₂を削減しきれない場合において、オフセットという部分でカーボンクレジットの調達等を実施している
	支援において苦労した点、課題	▶ LCA（ライフサイクルアセスメント）の認定を受けたいが、何からどう手をつけたらいいのかわからないといった相談が多い	▶ -

(*1) Environmental Product Declarationsの略

(*2) Power Purchase Agreementの略

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (プラットフォーム団体2/2)

確認事項		プラットフォーム団体①	プラットフォーム団体②
3.課題・ボトルネック		▶ 技術革新で排出量が削減されていてもサプライヤーから生のデータを収集することは難しい ▶ 商社では町の小さな工場のネジまで網羅できない ▶ 脱炭素化について興味関心があり、新たなビジネスチャンスであると考えているが、人手が足りない、ノウハウがなく何から始めたらいいかわからない	▶ 各企業としての差別化およびビジネス強化に関する問い合わせが多い。
4.ビジネスモデル	本事業の位置付け、狙い	▶ 事業としては第三者による評価を重要視	▶ —
	マネタイズモデル	▶ LCA算定代行を1件数万円、技術相談として時間単価を設定 ▶ 1つの製品プロジェクトで数百万円 ▶ 会費を徴収しているが、組織維持の収入としては捉えていない	▶ —
5.政府支援ニーズ	現状ビジネスの課題	▶ 1企業に対して包括的にグリーン分野の支援を行う契約を検討中。これまでのミクロ的な支援からマクロの支援に広げていきたい	▶ 補助金があるからという理由で取り組んだ企業について、なかなか結果が出ず、辛抱しきれないケースが多い ▶ 補助金を使う場合、申請におけるハードルも存在し、手間がかかる。補助のスピード感と事業のスピード感をどう合わせるかは課題感として持っている
	政府へ求める支援	▶ プラットフォームの運営に当たっては企業のネットワークが財産となる。グリーン分野のような動きの速い分野に対応するために民間ベースでどんどん動いていくことが重要 ▶ 地域のサプライチェーンが一体となるため、政策で企業を後押しするような支援があるとよい	▶ 特段追加の費用無しで、JETRO等が運営するプラットフォームに登録し、コンサルティングを必要とする企業を紹介する仕組み ▶ 環境負荷の低い商品を販売するサイトを構築し、海外への紹介はJETRO等が担当する。支援内容をメニュージュ化し、プラットフォームにおけるスムーズなマッチングができる

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (環境コンサルティング企業1/2)

確認事項		環境コンサルティング企業①	環境コンサルティング企業②
1.支援概要	支援業種、業態	▶ 防災、食料、エネルギー、廃棄物、上下水、工業廃水、医療など気候変動に関わる業種全般	▶ 官公庁は1割以下で、多くは民間の日本のグローバル企業
	中堅・中小企業の対応件数	▶ JICAを通じての支援も含めれば、20件程度 ▶ 相談件数は、その3倍程度	▶ メインとなる顧客は日本の大手企業だが、中堅・中小企業の顧客もいる
	展開国数	▶ 東南アジア、中南米、アフリカ、モザンビークなど	▶ ー
	対応ソリューション・サービス数	▶ 環境経営コンサルティング ▶ 植林事業 ▶ 海外展開支援事業	▶ サプライチェーン排出量算定 ▶ 製品・サービスの排出量算定 ▶ 排出権の権利化支援 ▶ カーボン・オフセット ▶ SCOPE1,2,3算定支援システムの開発
2.実際の支援事例	中堅・中小企業支援事例	▶ 環境分野の技術の海外展開支援として、現地のニーズに合わせて、国内外の該当サービスや製品を持っている企業とマッチングさせる支援 ▶ 製品の海外輸出支援もある。国内で製造・販売している製造業の会社が、海外メーカーと取引するための環境認証を支援	▶ 何らか環境の取組が必要となったが知見のない中堅・中小企業からの相談が多い ▶ 取引先が大手企業であり、情報開示が求められる場合や直接欧州と取引がある場合等は、中堅・中小企業も対応の必要性を理解しており、まずは算定や目標設定を進めている ▶ ESGとして何をすべきかを企業の声を拾いながら、脱炭素化支援をサービスとしている
	支援において苦労した点、課題	▶ 途上国においては、環境アセスや市民運動の関係で、用地取得がよく問題となる。 ▶ 認証制度の数が多く、取組が結び付かないのが現状である。	▶ ー

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (環境コンサルティング企業2/2)

確認事項		環境コンサルティング企業①	環境コンサルティング企業②
3.課題・ボトルネック		▶ 海外展開にあたって、GHGプロトコルに従ったGHGの把握をしているかについて確認するが、スコープ3の排出量の把握が分からないとの相談が多い ▶ TCFDの分析が必要な会社においては、シナリオ分析が分からない ▶ 自社製品のLCAの評価方法が分からない	▶ 中小・中堅企業によるCO₂削減等の取組コストがかかる ▶ 企業がビジネスを海外展開する際の課題は、展開先の国によって異なる
4.ビジネスモデル	本事業の位置付け、狙い	▶ 地球環境と共存する社会、紛争のない社会に貢献することをビジョンと定め、その実現に必要な組織・制度・プロジェクトを形成・実施するために必要なサービスを提供する。	▶ ー
	マネタイズモデル	▶ 海外において工場を建てる場合、数億～数十億円の設備導入の支援がある ▶ 環境配慮型の炉、数億円で途上国において販売する支援をしている	▶ 支援の費用は数百万円程度
5.政府支援ニーズ	現状ビジネスの課題	▶ ビジネスの海外展開には調査費用がかかる	▶ ー
	政府へ求める支援	▶ 海外進出を支援するための調査費用を補助	▶ 中小・中堅企業によるCO ₂ 削減等の取組を進めるには政府の金銭的な補助が必要

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (プラットフォーム型ビジネス1/2)

確認事項		プラットフォーム型ビジネス①	プラットフォーム型ビジネス②	プラットフォーム型ビジネス③
1.支援概要	支援業種、業態	▶ 主に国内を中心に支援を行っているが、欧州での環境に対する規制強化を受けて、オフライン上で欧州に営業をかけている。	▶ 廃棄物が出る側：商業施設、アパレル関係 ▶ 再生資源となってから：大手消費財、印刷会社などがパートナーを組む方向	▶ 登録ユーザーは商社、ブランディング会社で、登録サプライヤーは生産工場
	中堅・中小企業の対応件数	▶ 登録企業は、中小企業が多い	▶ 中小企業はCSRよりコストを優先される傾向があるため、現段階では検討していない	▶ 8割程度が中小企業
	展開国数	▶ 主に欧州	▶ 実証では、国内での循環（地産地消）を優先する	▶ 生産、仕入れ、販売は国内がメイン ▶ 工場は10%程度が海外にある
	対応ソリューション・サービス数	▶ 環境配慮商品のECサイトを運営し、オンライン上でサービスを提供。個別のリクエストはオフラインで対応している場合も多い ▶ 商品：紙の使用及び分解性のある素材を使ったプラスチックの使用	▶ 資源循環プラットフォームの実証事業 ▶ IT機器のデータ消去、機器のリユース ▶ ケミカルリサイクル事業	▶ クラウド上のデジタル生産管理 ▶ 在庫ゼロの受注生産一体型ECパッケージ ▶ 商品のWEBカスタマイゼーション
2.実際の支援事例	中堅・中小企業支援事例	▶ ECサイトに参加している環境関連の企業はスタートアップで、ベンチャーが多い ▶ 開発段階の商品や量産化していない商品は、オフラインでやり取りしている	▶ 本プラットフォームの入り口の再生資源を廃棄したい企業と、出口の再生資源を調達したい企業との調整を担当している	▶ クラウドを使って大企業の二酸化炭素排出量を可視化する実証を今年に行い、その後にビジネス化していきたい
	支援において苦労した点、課題	▶ -	▶ 回収した再生資源の分別レベルに対して差別化する必要があり、第三者機関の認証が非常に重要	▶ -

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (プラットフォーム型ビジネス2/2)

確認事項		プラットフォーム型ビジネス①	プラットフォーム型ビジネス②	プラットフォーム型ビジネス③
3.課題・ボトルネック		▶ ベンチャー企業は、新しい技術を持っているケースが多いが、技術や知識流出の懸念、マーケティングやコミュニケーションの問題を懸念 ▶ 中小企業は企業規模が小さく、資金も少なく、国内で商品を量産化するのがまだ難しい状態	▶ 中小企業はCSRよりコストが優先される傾向にあるため、最初から本プラットフォームに参加することは難しいと思う	▶ 中小企業は取組のPRやリリースを行っているものの、実際の行動にたどり着く企業は少ない
4.ビジネスモデル	本事業の位置付け、狙い	▶ 近年海洋プラスチック問題が重視されてきており、紙の使用やプラスチックの分解、二酸化炭素排出量の削減に取り組みたい	▶ 天然資源が将来的に枯渇し、地球温暖化も進む中、天然資源を再利用できるように取り組みたい	▶ アパレル業界ではメール、電話、FAXを使って取引先とコミュニケーションをとることが多く、資料や情報の管理が不十分なケースが多くある
	マネタイズモデル	▶ トライアル中の段階であり、ビジネスとして収益への貢献は少ない	▶ 売買手数料を徴収するビジネスモデルを考えている。将来的にプレイヤーが増えれば、1社としての利用料を徴収する	▶ サプライヤー側からは登録費を徴収せず、登録ユーザー側から1人当たりの登録費を徴収
5.政府支援ニーズ	現状ビジネスの課題	▶ 海外進出の場合は、各国の法規制、文化を含めたマーケティング調査が必要となり、当社独自で実施するのが厳しい	▶ ー	▶ プラットフォームの認知を広めることが難しい
	政府へ求める支援	▶ 日本の法改正としてプラスチックなどに対する規制、補助金による支援 ▶ 環境にやさしい商品の判断基準の整備 ▶ 製品の輸出にあたって、契約などの手続き、マーケット情報を入手できる窓口があるとうい	▶ カーボンプライシングなどの脱炭素の制度を早く進めてほしい ▶ 海外展開していく際に、参画したい企業に対して、連携方法の支援や、法の緩和制度が望ましい	▶ プラットフォームの認知度を高めるために、宣伝・紹介をしてほしい

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (銀行1/2)

確認事項		銀行①	銀行②
1.支援概要	支援業種、業態	▶ 製造業がメインで、その中、家具、キッチン周辺資材などが多い	▶ ー
	中堅・中小企業の対応件数	▶ 主に中堅・中小企業を支援	▶ ー
	展開国数	▶ コロナ前はASEAN諸国を中心に支援	▶ ー
	対応ソリューション・サービス数	▶ 外国為替、外貨建て、外貨預金を増やすことがメインミッション ▶ 海外ビジネス支援センターで、海外進出支援をい、海外拠点を管理するチームがあり、各地域で拾ったお客さんのニーズを取りまとめ	▶ 海外展開の際の情報提供の支援 ▶ 二酸化炭素排出量の見える化の支援 ▶ 二酸化炭素排出量の削減支援
2.実際の支援事例	中堅・中小企業支援事例	▶ コンサルティング会社や人材会社の紹介を行い、工業団地のアテンドをしている ▶ 製品輸出の相談を受け、現地の駐在員は既存のネットワークを通じて、法規制やマーケットの情報提供、会社紹介をしている ▶ ASEANで省エネ技術、太陽光パネルを扱う企業の進出が増えている	▶ GHG排出量ネットゼロに向けて、お客様と対話を始めている ▶ 脱炭素関連事業として、分散型電源の仕組み、技術の海外展開をサポートしている。
	支援において苦労した点、課題	▶ ー	▶ 企業の二酸化炭素排出量の見える化の課題として、スコープ3をどこまで把握すべきか苦慮

国内グリーン分野ビジネス支援企業へのヒアリング項目と各社の回答は以下のとおり (銀行2/2)

確認事項		銀行①	銀行②
3.課題・ボトルネック		▶ 7、8年前から、タイ、ベトナムは経済の発展により人件費も高くなり、コストダウンできるような取組が必要 ▶ 省エネ技術、太陽光パネルを扱う企業の進出が増え、競争が激しくなっている ▶ 進出企業の中で、取引に向けて気候変動対策を重視するのは、再生可能エネルギーを扱っている電力関連企業のみとなる ▶ インフラの輸出支援の際に、環境配慮、脱炭素関連のインフラ製品が注目されるが、コストが高いため、価格競争上に有利ではない ▶ 中小企業にとって、海外展開の際には、海外に駐在できる人が見つからない	▶ 欧米企業の脱炭素の動きが進んでおり、中堅・中小企業にとって自社の二酸化炭素排出量の見える化を第一歩として対応せざるを得ない ▶ 例えばSDGsの観点のように、脱炭素やグリーン分野だけではない幅広い取組の方が、中堅・中小企業にとっては取り組みやすい
4.ビジネスモデル	本事業の位置付け、狙い	▶ 外国為替、外貨建て、外貨預金を増やすことがメインミッションで、その中で海外支援をしている	▶ GHG排出量ネットゼロに向けて、脱炭素に取り組む必要がある
	マネタイズモデル	▶ —	▶ —
5.政府支援ニーズ	現状ビジネスの課題	▶ コロナの中で海外展開の支援ビジネスが停滞している。	▶ —
	政府へ求める支援	▶ 環境配慮商品の海外進出はコストが高いため、資金の支援が必要 ▶ 中小企業は現地駐在員の派遣が難しいため、総合支援の窓口があるとよい ▶ 中小企業も対応できる現地のコンサルティング会社やサポート会社につながるができるネットワークがあるとよい	▶ 情報提供が最も大事。相談しやすい総合窓口が必要 ▶ 企業の要望にマッチングした専門家や企業サポートを提供する ▶ 金銭面での支援も重要 ▶ 中小企業に絞らず、大企業も含めて、コンソーシアムを立ち上げて、連合サポートするのがよい

(3) - 2.

調査結果に基づく企業ビジネスの整理と分析

調査結果から、中堅・中小企業のグリーン分野対応や海外展開に貢献する支援ビジネスモデルを構成し得る国内のグリーン分野ビジネス支援の軸としては、4つのサービスが考えられる

サービス	説明
輸出準備 (海外展開支援)	現地ネットワーク等により、国内企業の海外市場開拓、拠点設立等の海外進出を支援 例：海外現地情報提供支援、海外工場設立時の設備導入支援、海外における国内企業製品販売支援
企業マッチング	国内企業間の取引のマッチングや、協業先企業、支援企業とのマッチングを支援 現地ネットワークの活用等により、国内企業と海外の新規取引先とのマッチングや、海外での協業先、または支援企業とのマッチングを支援
販路開拓 (プラットフォームサービス含む)	国内企業が国内顧客に製品を販売できる市場を提供するECサイトを運営 国内企業が海外顧客に製品を販売できる市場を提供するECサイトを運営
環境コンサルティング	環境分野のコンサルティング、算定、認証等グリーン分野の対応に係る支援 例：環境経営コンサルティング、気候変動コンサルティング、GHG排出量削減支援、各種算定支援、TCFD対応支援 等

各社が提供可能なグリーン分野ビジネスの海外展開支援サービスを基に、プラットフォーマーとしての役割を担うことが期待される本邦企業をマッピングした結果は下記の通りである

課題

- 以下の整理から、強みを生かし、中堅・中小企業の個別ニーズに対応している企業は多いが、**単独で中堅・中小企業のグリーン分野対応や海外展開を包括的・総合的に支援し、輸出拡大に貢献できるビジネスモデルを構築している企業は少ない状況**

ビジネスモデル	該当する h.3 ヒアリング企業	提供できるサービスのマッピング			
		輸出準備 (海外展開支援)	企業マッチング	販路開拓 (プラットフォーム サービス含む)	環境 コンサルティング
独立系コンサルティング	環境コンサルティング企業	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社事業として展開中
	プラットフォーム型ビジネス企業				
金融機関 政府系機関	銀行	▶ 自社事業として展開中	▶ 自社事業として展開中	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）
	政府系機関				
プラットフォーム型支援	プラットフォーム団体	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社事業として展開中	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）

前頁の整理及び調査結果を踏まえると、グリーン分野ビジネス支援企業には対応サービスに依らない共通課題が存在するため、それらを解決する取組の検討が、政府支援事業の改善策として効果的と考える

- ▶ 中堅・中小企業のグリーン分野対応、海外展開の促進に向けた各者の課題は、以下のものがあると考えられる

グリーン分野ビジネス支援企業の課題

- ▶ 特定企業に対する**包括的・総合的なグリーン分野の支援ビジネスが確立されていない**。そのために**収益の確保が難しい**
- ▶ 海外進出における、各国の法規制、文化を含めたマーケティング調査の、**単独実施はコスト、人の面で難しい**

中堅・中小企業の課題

- ▶ 技術を持っている小規模な企業にとって、**技術や知識流出の懸念、マーケティング情報不足やコミュニケーションの問題**で、海外進出のハードルは高い
- ▶ グリーン分野、脱炭素への関心はあるが、取り組むための**資金、人手及びノウハウが足りない**

- ▶ グリーン分野ビジネス支援企業が政府に要望する下記の支援内容を踏まえながら、上記課題を解決する取組を検討する必要がある。

解決策としての支援要望

- ▶ 総合窓口を設け、ニーズに合わせて**企業間でマッチングできるネットワークを構築することが有効**と考えられる
- ▶ プラットフォーム型ビジネスのなかで、**脱炭素の観点が付加されていくことが望ましい**と考えられる
- ▶ 補助金の提供、グリーン分野に対する基準の整備で、**企業を後押しする支援があれば望ましい**と考えられる

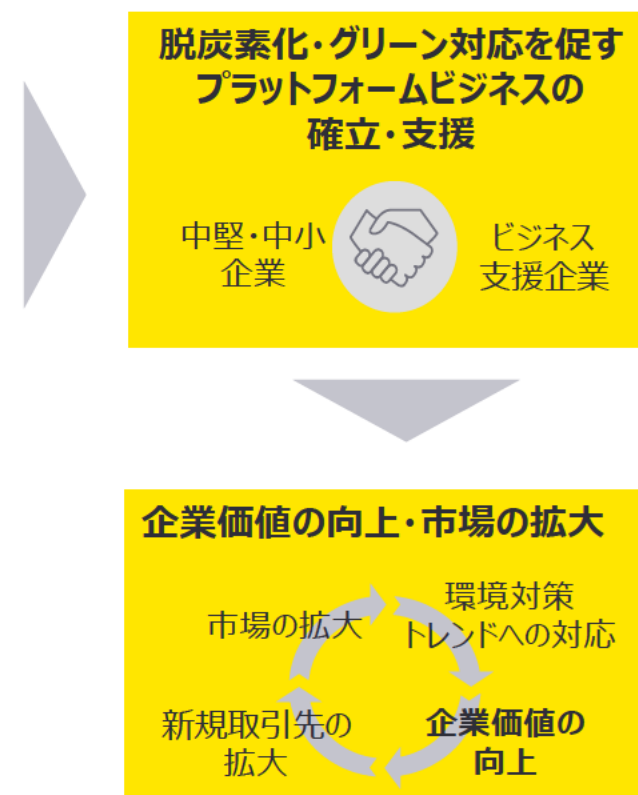


(4) 調査・分析結果を踏まえた効果的な支援策 の検討

調査・分析結果を踏まえると、中堅・中小企業及びそのビジネスを支援する企業双方の課題を解決できる取組として、プラットフォームビジネスの確立・支援が効果的であると考え

- ▶ プラットフォームビジネスの確立により、中堅・中小企業がグリーン分野のビジネス支援企業のサポートを効果的に利用できる環境が整備されると、グリーン分野のビジネス支援企業の事業機会が増え、**中堅・中小企業のグリーン分野対応と海外展開の促進、及び双方の課題解決につながる好循環が期待できる**

各企業の課題		具体的な解決策例
グリーン分野の ビジネス支援企業	グリーン分野/ 中堅・中小企業支援の 収益・市場が不安定	✓ 環境支援サービスの増加による市場拡大の促進 ✓ 総合的なサービスの実現 ✓ 環境付加価値の向上
	グリーン分野/海外展開の 支援コスト	✓ 海外ネットワーク紹介又は情報提供サービスの活用
中堅・中小企業	環境分野の対応コスト/海外 進出コスト	✓ 環境支援サービスの増加による取組コスト低下 ✓ ECサイト等既存プラットフォームの活用 ✓ 環境付加価値の向上
	グリーン分野/海外展開の ノウハウ・情報の不足	✓ 環境コンサルティング・海外展開支援サービスの活用 ✓ 企業とのマッチング
	人手の不足 コミュニケーションハードル	✓ 環境コンサルティング・海外展開支援サービスの活用



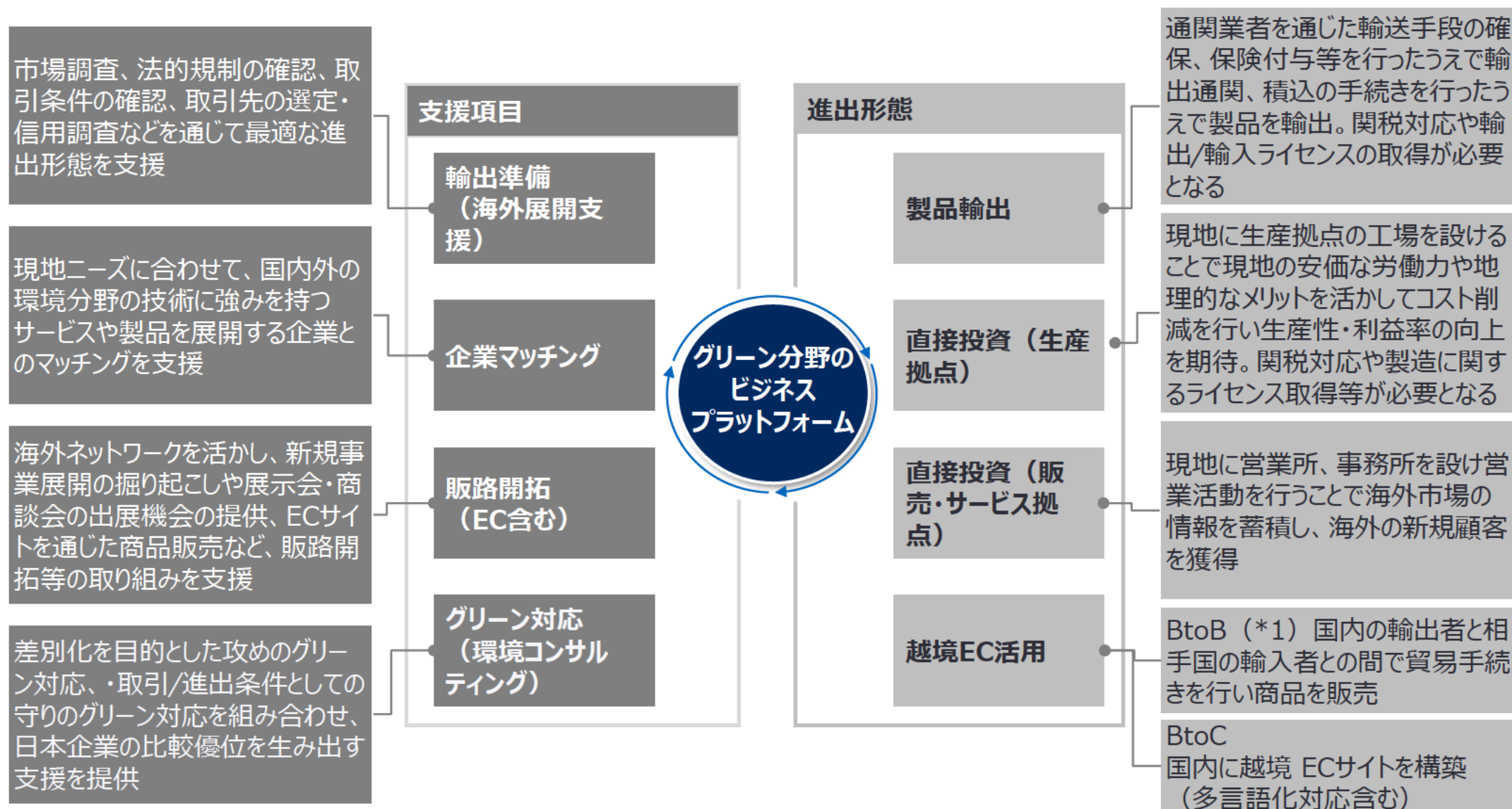
各社が提供可能なグリーン分野ビジネスの海外展開支援サービスを基に、プラットフォーマーとしての役割を担うことが期待される本邦企業をマッピングした結果は下記の通りである

課題

- 以下の整理から、強みを生かし、中堅・中小企業の個別ニーズに対応している企業は多いが、**単独で中堅・中小企業のグリーン分野対応や海外展開を包括的・総合的に支援し、輸出拡大に貢献できるビジネスモデルを構築している企業は少ない状況**

ビジネスモデル	該当する h.3 ヒアリング企業	提供できるサービスのマッピング			
		輸出準備 (海外展開支援)	企業マッチング	販路開拓 (プラットフォーム サービス含む)	環境 コンサルティング
独立系コンサルティング	環境コンサルティング企業	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社事業として展開中
	プラットフォーム型ビジネス企業				
金融機関 政府系機関	銀行	▶ 自社事業として展開中	▶ 自社事業として展開中	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）
	政府系機関				
プラットフォーム型支援	プラットフォーム団体	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）	▶ 自社事業として展開中	▶ 自社単独では困難（他社と協業して参入する場合あり）

海外進出支援とグリーン対応を促すグリーン分野のビジネスプラットフォームを確立することで、中堅・中小企業の新たな事業機会の増加につなげることが考えられる



*1 その他、相手国 EC モール等の活用（出店）もあり得る

今後の取り組みとして、プラットフォームが寄与すべき課題・ニーズや解決策を特定し、グリーン分野プラットフォームの役割を明確化させていく必要がある

今後の検討事項（グリーン分野のプラットフォームに期待される役割）

戦略策定： 中堅中小企業の海外 展開におけるグリーン対 応の展開戦略の明確化

現地国/取引先企業のグ
リーン分野の課題・ニーズ
の把握と、優先的な取組
み領域の明確化

- ▶ 日本国内の中堅中小企業の主要な進出候補国/取引先企業のグリーン分野のニーズやグリーン選別の動向を把握し、国内企業が優先的に取り組むべき領域を明確化し、優先度の高い領域からグリーン対応を促す

日本企業のグリーン分野
の取り組みの提供価値に
対する現地国/取引先の
理解促進

- ▶ 国際展開に向けた日本企業のグリーン分野のビジネスモデルの概念化・パッケージ化
- ▶ 現地政府、経済団体、貿易振興団体、商工会議所等へ働きかけを行い、戦略の浸透をはかる

戦略実行： 戦略実行体制構築・実 行支援の充実

具体的な課題解決を担う
国内の中堅中小企業の
開拓と進出形態の検討

- ▶ プラットフォームが国内の各種ステークホルダーを結びつけるハブ機能を果たし、国内の中堅中小企業を開拓
- ▶ 企業マッチング、ECサイトの活用により、多様なステークホルダーが参加し、現地進出を促進する基盤を構築

海外展開を行う上での制
度的課題の解消/日本企
業の比較優位の創出

- ▶ 中堅中小企業がグリーン分野を競争優位に活用できるよう、経済産業省と連携し、現地国政府、取引先企業によるグリーン分野の制度設計を支援（日本企業が比較優位を持つグリーン分野の規制化）



(5) 調査概要周知説明会の実施

調査概要周知説明会は、オンラインセミナーとして下記の通り実施し、調査結果を報告した

オンライン説明会実施概要

✓ 開催時期

- 2022年3月10日 12:00～13:00

✓ 開催方式

- オンライン

✓ 登壇者

- 経済産業省貿易経済協力局貿易振興課、EYストラテジーアンドコンサルティング株式会社

✓ 集客方法

- 経済産業省HP、EYHP

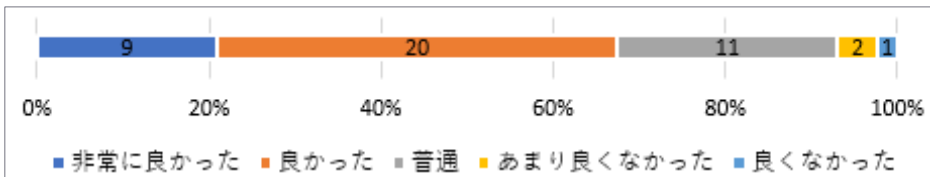
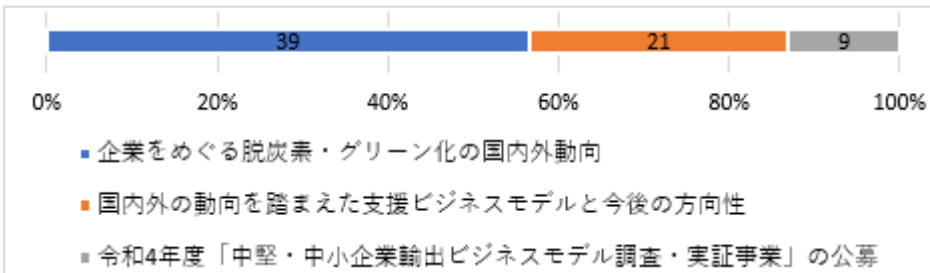
✓ 参加者人数

- ✓ 視聴者数：90ユーザー（登録者数165名）

✓ プログラム

1. 企業をめぐる脱炭素・グリーン化の国内外動向 （10分）
2. 国内外の動向を踏まえた支援ビジネスモデルと今後の方向性 （20分）
3. 令和4年度「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」の公募について （10分）
経済産業省 貿易経済協力局
4. 質疑応答 （20分）

オンラインセミナーの事後アンケート結果は以下の通りである

質問項目	回答内容 (回答数：43件)																		
セミナーに参加した理由	✓ 「脱炭素・グリーン化に関心があるため」と回答した参加者が最も多い ✓ 「海外輸出の展開に向け、海外顧客より脱炭素対策を求められている」、「中小企業の脱炭素の動向の把握したい」とのコメントもあった																		
セミナーへの評価	✓ 「非常に良かった」または「良かった」と答えた方が回答者の67%を占める <table><thead><tr><th>評価</th><th>回答数</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>非常に良かった</td><td>9</td><td>21%</td></tr><tr><td>良かった</td><td>20</td><td>47%</td></tr><tr><td>普通</td><td>11</td><td>26%</td></tr><tr><td>あまり良くなかった</td><td>2</td><td>5%</td></tr><tr><td>良くなかった</td><td>1</td><td>2%</td></tr></tbody></table>	評価	回答数	割合	非常に良かった	9	21%	良かった	20	47%	普通	11	26%	あまり良くなかった	2	5%	良くなかった	1	2%
評価	回答数	割合																	
非常に良かった	9	21%																	
良かった	20	47%																	
普通	11	26%																	
あまり良くなかった	2	5%																	
良くなかった	1	2%																	
関心があるトピック	✓ 「企業をめぐる脱炭素・グリーン化の国内外動向」が最も関心があるトピックとして挙げられている <table><thead><tr><th>トピック</th><th>回答数</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>企業をめぐる脱炭素・グリーン化の国内外動向</td><td>39</td><td>91%</td></tr><tr><td>国内外の動向を踏まえた支援ビジネスモデルと今後の方向性</td><td>21</td><td>49%</td></tr><tr><td>令和4年度「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」の公募</td><td>9</td><td>21%</td></tr></tbody></table>	トピック	回答数	割合	企業をめぐる脱炭素・グリーン化の国内外動向	39	91%	国内外の動向を踏まえた支援ビジネスモデルと今後の方向性	21	49%	令和4年度「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」の公募	9	21%						
トピック	回答数	割合																	
企業をめぐる脱炭素・グリーン化の国内外動向	39	91%																	
国内外の動向を踏まえた支援ビジネスモデルと今後の方向性	21	49%																	
令和4年度「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」の公募	9	21%																	
グリーン分野に対する取組について、お悩みの点や、困りごと	✓ 「サプライチェーン排出量の把握方法がわからない」、「製品をグリーン化の動きに合わせて改良するノウハウがない」が困りごととして多く挙げられている ✓ 「グリーン化の義務化の時期を知りたい」、「二酸化炭素排出量の削減コストが製品へ転嫁できるのか」とのコメントもあった																		
公募へご参加意図	✓ 「ぜひ応募したい」と答えた事業者は1社、「検討したい」と答えた事業者は7社																		

**中堅・中小企業の海外輸出にあたっての
脱炭素化・グリーン化の動向に関わる
オンラインセミナー**

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社

2022年3月10日

2. 国内外の動向を踏まえた 支援ビジネスモデルと今後の方向性

2.1 はじめに

2.1 はじめに 国内外の動向を踏まえた支援ビジネスモデルと今後の方向性検討の背景など

グリーン分野の海外動向を受け、中堅・中小企業の海外進出を支援する「プラットフォーム」の特徴を明確にし、企業への具体的な支援事業を検討するため国内外の動向調査等を実施しました

背景	目的	調査のアプローチ
▶ 世界経済の復調が予想される中で、国内経済の活性化に向け、中堅・中小企業の輸出増強が求められている ▶ 海外の取引先によるグリーン選別の加速化*¹が進んでいる ▶ 中堅・中小企業の海外展開促進に向け、海外取引におけるグリーン対応を促すプラットフォーム*²に対する支援策の検討が必要	国内外の動向を踏まえた「プラットフォーム」支援の検討 ▶ 海外の事例などを参考に、プラットフォームの役割を担う本邦企業候補を整理 ▶ 事例の特徴を可視化し、来年度以降の「中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業」実施の参考とする	1 国内外グリーン動向調査 ▶ グリーン調達元・専門家及びグリーン分野ビジネスモデル構築者へヒアリングを実施 ▶ 中堅・中小企業を取り巻く環境の調査 2 プラットフォームビジネスモデルの検討 ▶ 1の動向調査を踏まえ、中堅・中小企業グリーン分野ビジネスモデルを検討

*1例) 気候変動対策をとる国が、同対策の不十分な国からの輸入品に対し、国内製品との競争条件を均等化する目的で水際で炭素課金を行う国境炭素調整等

*2中堅・中小企業の環境分野における課題(環境経営、LCA、排出量の算定、環境を価値とした販売促進など)に対応し、海外展開による新規取引先の拡大や現地進出等の実現を支援する企業

2.1 はじめに 本プログラムのご紹介内容サマリー

本プログラムでは、調査結果をもとに、脱炭素へ向けた中堅・中小企業による取り組みの最新動向や、今後の方向性についてご紹介します

ご紹介内容サマリー

1. 中堅・中小企業が脱炭素に取り組む必要性

- ▶ 中堅・中小企業を取り巻く環境変化に伴う、上流企業及びサプライチェーンの動向

ポイント

- ▶ 上流企業はPRI署名投資家からの投融資を得るために、取引先に具体的な削減を求める必要が出てくる可能性がある
- ▶ グローバル企業がサプライチェーン排出量の目標を設定すると、そのサプライヤーも巻き込まれるため、中小企業もいち早く対応することが競争力強化に繋がる

2. 国内外企業動向とビジネスモデル

- ▶ グリーン調達元・専門家及びグリーン分野ビジネスモデル構築者へのヒアリングによる、企業動向の調査結果

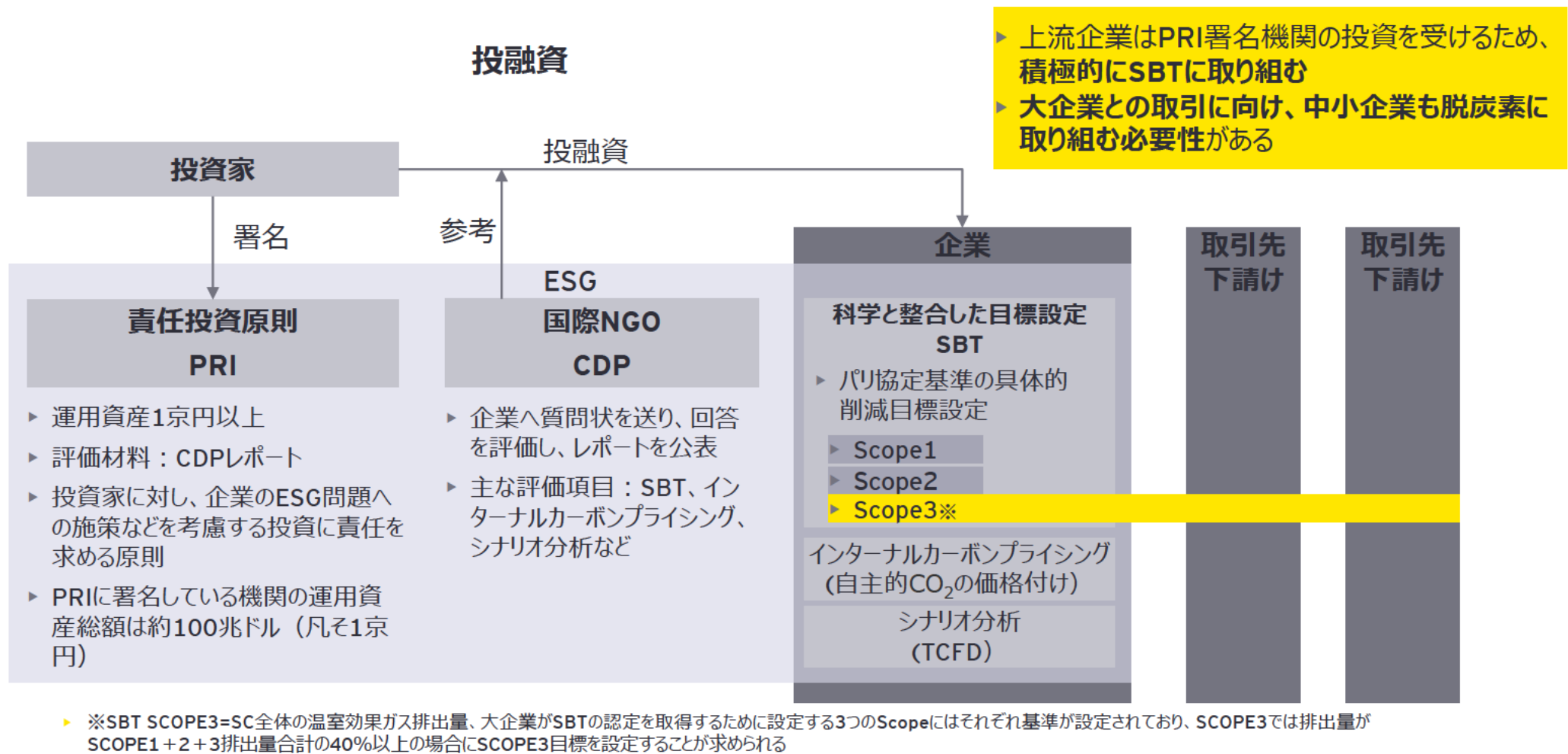
ポイント

- ▶ **グリーン分野への取組**は、労働や人権の問題ほど優先されていないが、**重要視する企業が増加している**
- ▶ 国内では、**多様な業種がグリーン支援ビジネス**を行っており、他社の協力や、企業を後押しする支援を求められることがある
- ▶ 国内外企業動向を踏まえ、企業の海外展開を支援する**プラットフォーマーのあり方**を検討し、取組パターンを提示する

2.2 中堅・中小企業が脱炭素に取り組む必要性

2.2 中堅・中小企業が脱炭素に取り組む必要性

投資家からの投融資を得るために、上流企業が取引先に対して脱炭素への取組を求めるようになると、その影響を受けて中堅・中小企業も競争力強化のための脱炭素への取組が必要となります



2.2 中堅・中小企業が脱炭素に取り組む必要性 取組の具体例

具体的には、上流企業がサプライチェーン排出量の目標を設定した場合、取引先企業も必然的に脱炭素への取組を求められることから、早期対応が取引の維持や拡大につながると考えられます

○の数字はScope 3 のカテゴリ



Scope1：事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)

Scope2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

Scope3：Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)

サプライチェーン排出量 = Scope1排出量 + Scope2排出量 + Scope3排出量

出所：環境省公表資料

2.3 国内外の企業動向

2.3 国内外の企業動向 ヒアリング調査の実施概要

最新のグリーン分野に関する企業動向を把握するため、海外のグリーン調達に取り組む企業(h.1)及び海外・国内のグリーン支援ビジネス企業(h.2/h.3)に対して、ヒアリング調査を実施しました

種別	対象	実施先	ヒアリング項目
h.1 海外 一般企業	グリーン調達を行う海外企業や その調達元、関連する専門家	▶ 電子製造業1社 ▶ 小売2社 ▶ アパレル1社	▶ グリーン調達実施企業の取組 ▶ 取引先の環境に関する評価項目 など
h.2 海外(欧米) グリーン支援 ビジネス	欧米で環境変化対策に関し、 中堅・中小企業の海外展開に 資するビジネスモデルを 構築している企業	▶ グリーン支援ビジネス企業2社	▶ 対応サービス ▶ クライアントニーズ ▶ マネタイズの考え方 ▶ ビジネス課題 など
h.3 国内 グリーン支援 ビジネス	グリーン分野の様々な課題に 対応するビジネスモデルの構築を 行っている国内企業	▶ プラットフォーム団体2社 ▶ 環境コンサルティング企業2社 ▶ プラットフォーム型ビジネス企業3社 ▶ 銀行2社	

2.3 国内外の企業動向 ヒアリング結果サマリー

海外企業のグリーン分野に対する関心の高まりを受け、中堅・中小企業の海外進出においては、実現に向けた課題を解決し、総合的な支援を提供できる仕組みの整備が求められます

国内外の動向

● 海外

- ▶ グリーン分野対応が、取引条件として一定基準を満たすことは義務化されていないものの、関心は高まっており、将来的な対応に向けた検討を進めている。（文献調査の結果とも一致している。）
- ▶ 中小企業のグリーン分野支援企業が受け取る報酬やプロジェクトの規模は小さい。

● 国内

- ▶ 多様な業種がグリーン支援ビジネスを行っており、支援を行う際に抱える課題は共通している
- ▶ 中堅・中小企業の海外進出を支援するには、多様な機能を持つプラットフォームの活用が考えられる

対応策・支援アイデア

- **大企業**：中小企業に対するグリーン対応の計画策定に資する活動、大企業とのコミュニケーション支援、多様なステークホルダーの巻き込み（NGO、慈善団体など含む）
- **中小企業**：製造業においてグリーン取引条件を設ける場合があり、ある程度自主的な取組が活発化している中小企業の方が、取引機会を掴め、海外進出に有利と考えられる
- **支援企業**：総合窓口を設け、ニーズに合わせて企業間でマッチングできるネットワークの構築が考えられる

2.3 国内外の企業動向 h.1 海外一般企業ヒアリングで得られた視点

海外における取引条件として脱炭素への取組の義務化はされていないが、取引相手に脱炭素の取組を求めて評価する等行っており、日本企業も海外での取引や展開において対応が求められていく可能性があります

グリーン調達に
取り組む
海外大手企業
ヒアリングにて
得られた視点

(計4社)

- ▶ 業種間で取組、レベル感は異なる
- ▶ グリーン分野対応が、将来的にサプライヤー選定基準となることやその重要性、ビジネスインパクトは各社認識済

事例	グリーン分野に対する関心度	取組
事例1 電子製造	▶ 努力目標ながら、 Scope1-3における対応 を製造業界の責務として実 感。	▶ 年次で 脱炭素に向けた取組報告 を要求し、その内容を サプライヤー評価項目の一つとして考慮。 ▶ BtoBにおける要求事項が明確で、 カーボン対応意識高 。
事例2 小売	▶ 顧客や投資家向けの訴求 力の意味合い でグリーン分 野の対応の取組を実施。	▶ 1社は「EcoVadis」を用い、環境、労働・人権、社会論 理、持続可能性の総合的な 目標に対するパフォーマンス を評価 。 ▶ もう1社もツールを用いるが、農地や土壌に関する環境保 護数値の可視化であり、 脱炭素については検討中 。
事例3 アパレル	▶ 英のアパレル業界では TCFD、RE100の概念に 馴染みが薄い と発言	▶ 「環境問題への取組実施による費用対効果が明らかでな いため、大規模な投資を行うことは難しい」との課題感あり。

2.3 国内外の企業動向 海外一般企業がグリーン分野対応に活用するプラットフォームまたはツール

海外においては、いずれもサステナビリティ基準に関するステークホルダーとの情報共有や可視化を目的としたサービスを、積極的に活用したグリーン分野の対応が進んでいると推察されます

名称	概要	主なユーザー	主な特徴				
			ESG格付機関	分野横断型	業界特化型	外部連携・情報開示強	サプライチェーン管理に特化
EcoVadis	✓ サステナビリティ指標を用いてパフォーマンス管理	✓ 製造業・小売業など業種全般	✓	✓		✓	
CDP (運営元：Carbon Disclosure Project)	✓ 投資家、企業、国家、地域、都市が自らの環境影響を管理し、情報開示を促進	✓ 投資家・企業・国家・地方自治体	✓	✓		✓	
Source intelligence	✓ サプライチェーンのサステナビリティに関するデータを一元化し、報告・管理	✓ 製造業・小売業など業種全般		✓			✓
Assent Compliance	✓ サプライチェーンの持続可能性を管理・評価	✓ 製造業・小売業など業種全般		✓			✓
The Cool Farm Tool (運営元：Cool Farm Alliance)	✓ 農業による温室効果ガス、水、生物多様性への環境影響をグローバル規模管理	✓ 農業・小売業			✓	✓	
Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform	✓ 農業活動による社会、環境、ビジネス面での成果をグローバル規模で管理・共有	✓ 農業・小売業			✓	✓	

2.3 国内外の企業動向 h.2 海外(欧米)グリーン支援ビジネスヒアリングで得られた視点

海外では、小規模ながら、企業のグリーン分野への取組に対する総合的な支援がビジネスモデルとして運用されており、今後日本でも同様のビジネスの活性化が必要となっていくと考えられます

- ▶ 大企業に向けたグリーン分野の総合的な支援を実施
- ▶ 一定の収益をあげるビジネスモデルのユースケースとして、日本のグリーン支援ビジネスモデル検討の参考となる

**海外(欧米)
グリーン支援
ビジネス企業
ヒアリングにて
得られた視点**

(計2社)

対応サービス

- ▶ 証明サービスやカーボンオフセット支援、コンサルテーション、ブランディング支援
- ▶ 大企業と中小企業間のコミュニケーション支援

**クライアント
ニーズ**

- ▶ 顧客や投資家に向けた**グリーン取組、環境対応やブランディング**を支援しているケースが多数
- ▶ 今後、より厳密な規制対応の必要性やビジネス機会拡大も視野

マネタイズ

- ▶ マネタイズについて、**まだ小規模**
(例：1社における支援の費用は、2万ユーロから20万ユーロの間（年間契約）)
- ▶ 現在は**カーボンオフセット支援が主な収益の柱**

その他

- ▶ 2社ともEUを中心に活動しており、**輸出支援という観点におけるサービス意識はなし**
- ▶ 輸出額への貢献度などの数値的なヒアリングは不可

2.3 国内外の企業動向 h.3 国内グリーン支援ビジネスヒアリングで得られた視点

今後、国内の中堅・中小企業がグリーン分野対応及び海外展開を進めるにあたっては、共通して存在する根本的な課題を解決する仕組みの整備が必要であると考えられます

		プラットフォーム団体	環境コンサルティング企業	プラットフォーム型ビジネス企業	銀行
国内 グリーン支援 ビジネス企業 ヒアリングにて 得られた 視点 (計9社)	対応 サービス	▶ 海外進出企業に対する 認証サービス、人材育成 など総合的な支援	▶ 脱炭素経営・気候変動 対策コンサルティング ▶ GHG排出量算定・削減 策支援など	▶ 環境配慮商品のECサイ トの運営 ▶ 再生資源循環プラット フォーム	▶ 企業の二酸化炭素の排 出量の策定支援 ▶ 海外進出ための調査、融 資支援など
	共通認識				
	中小企業の 課題	▶ 技術を持っている小規模な企業にとって、 技術や知識流出の懸念、マーケティング情報不足やコミュニケーションの問題 で、海外進出のハードルは高い			
	ビジネス 支援企業の 課題	▶ 特定企業に対する包括的なグリーン分野の支援ビジネスが確立されておらず、 収益の確保が難しい ▶ 海外進出における、各国の法規制、文化を含めたマーケティング調査の、 単独実施はコスト、人の面で難しい			
		▶ 総合窓口を設け、ニーズに合わせて 企業間でマッチングできるネットワークを構築することが有効 と考えられる			
		▶ プラットフォーム型ビジネスのなかで、 脱炭素の観点が付加されていくことが望ましい と考えられる			
		▶ 補助金の提供、グリーン分野に対する基準の整備で、 企業を後押しする支援があれば望ましい と考えられる			
支援要望 解決策					

2.4 支援ビジネスモデルと今後の方向性

2.4 支援ビジネスモデルと今後の方向性 課題解決の方向性としてのプラットフォームビジネス

中堅・中小企業及びそのビジネス支援企業双方の、グリーン分野への取組に関連する課題を解決し、市場の拡大を目指すためには、プラットフォームビジネスの確立・支援が有効と考えられます

課題		具体的な解決策例
中堅・中小企業	1.環境分野の対応コスト/海外進出コスト	▶ 環境支援サービスの増加による取組コスト低下 ▶ ECサイトなど既存プラットフォームの活用 ▶ 環境付加価値の向上
	2.グリーン分野/海外展開のノウハウ・情報の不足	▶ 環境コンサルティング・海外展開支援サービスの活用 ▶ 企業とのマッチング
	3.人手の不足 コミュニケーションハードル	▶ 環境コンサルティング・海外展開支援サービスの活用
グリーン分野の ビジネス支援企業	1.グリーン分野/ 中堅・中小企業支援の 収益・市場が不安定	▶ 環境支援サービスの増加による市場拡大の促進 ▶ 総合的なサービスの実現 ▶ 環境付加価値の向上
	2.グリーン分野/海外展開の支援コスト	▶ 海外ネットワーク紹介又は情報提供サービスの活用

