

選ばれる企業になるための脱炭素戦略  
～CFPを企業価値向上につなげるには～

# INDEX

- 1 会社概要
- 2 CFP算定/LCA評価の重要性
- 3 企業の実践事例

1

# 会社概要

# 会社概要

社名	アスエネ株式会社
設立	2019年10月
代表者	西和田 浩平
株主	経営陣、Incubate Fund、環境エネルギー投資、STRIVE、パビリオンキャピタル SBI Investment、SMBC、Salesforce Ventures、SPARX GMO VenturePartners、Sony Innovation Fund、大和ハウスGF、ダイキン工業 Glin Impact Capital、RICOH、村田製作所、Nippon Express CVC、KDDI GPF 日本生命、JERA、JICN、米国Metaprop、Axiom Asia、global brain、日揮 Sony Financial Ventures他
資金調達額	115億円（投資+融資）
事業	1) CO2見える化クラウドサービス「ASUENE / ASUENE LCA」 2) ESG評価クラウドサービス「ASUENE SUPPLY CHAIN」 3) カーボンクレジット・排出権取引所「Carbon EX」 4) GX・ESG人材特化型の転職プラットフォーム「ASUENE CAREER」 5) 非財務データの第三者保証事業を提供する「ASUENE VERITAS」
グループ企業	ASUENE APAC、ASUENE USA、ASUENE Thailand、ASUENE Europe ASUENE VERITAS、Anyflow、Carbon EX（SBI Holdings JV） NZero、Iconic Air
認定/加盟	経団連、JCLP正会員、JEITA、日本自動車部品工業会、WBCSD他
本社	東京都港区虎ノ門1-10-5 KDX虎ノ門一丁目ビル WeWork 4階



# アスエネにおける算定事例

アスエネは、ap bank fes'25、大阪万博など大規模イベント等でのLCA CO2排出量算定、CFP算定、カーボンクレジット調達などの実績が多数あります

## 大阪万博 CFP算定Project



大阪万博向けのLCA・CFP算定プロジェクトを受託。アスエネにより算定支援を行い、第三者検証取得までのプロジェクトを実行

## 東京ドーム開催 国内初カーボンニュートラル公演



東京ドーム開催の「国内初カーボンニュートラル公演」の先進取り組みをap bankと企画実施

## パリ五輪 アシックス Carbon Credit選定・購入



選手団に提供したウェアなどにCO2排出量を表示

アシックスのパリ五輪のOfficialウェアなどの製品のCFPのCO2排出量を基に、国際イベントに合致したブルーカーボンの除去系クレジットの購入およびクレジット調達Policyの策定コンサルを実施

参照：[アスエネ連携の日経新聞記事「パリ「環境五輪」開幕アシックスはCO2削減+クレジット」](#)

# 導入実績

グループ導入企業社数は50,000社\*1を突破、日本でNo.1\*2の実績。US・APACでも拡大中

## 製造業(自動車関連)



## 製造業(精密機器・機械)



## 製造業(重工業・鉄鋼・金属)



## 製造業(食品)



## 製造業(化学・繊維・印刷・紙パルプ)



## 製造業(製薬・他)



## 建設・不動産



## 運輸・物流



## 卸・商社



## 小売・生活関連サービス



## 金融・保険



## IT・他



\*1: 導入企業社数は弊社と契約中のグループ企業を含む導入企業社数となります。\*2: 東京商工リサーチ調べ/2025年7月調査時点

2

CFP算定/LCA評価の重要性

# 多様なステークホルダーからのCO2開示要求

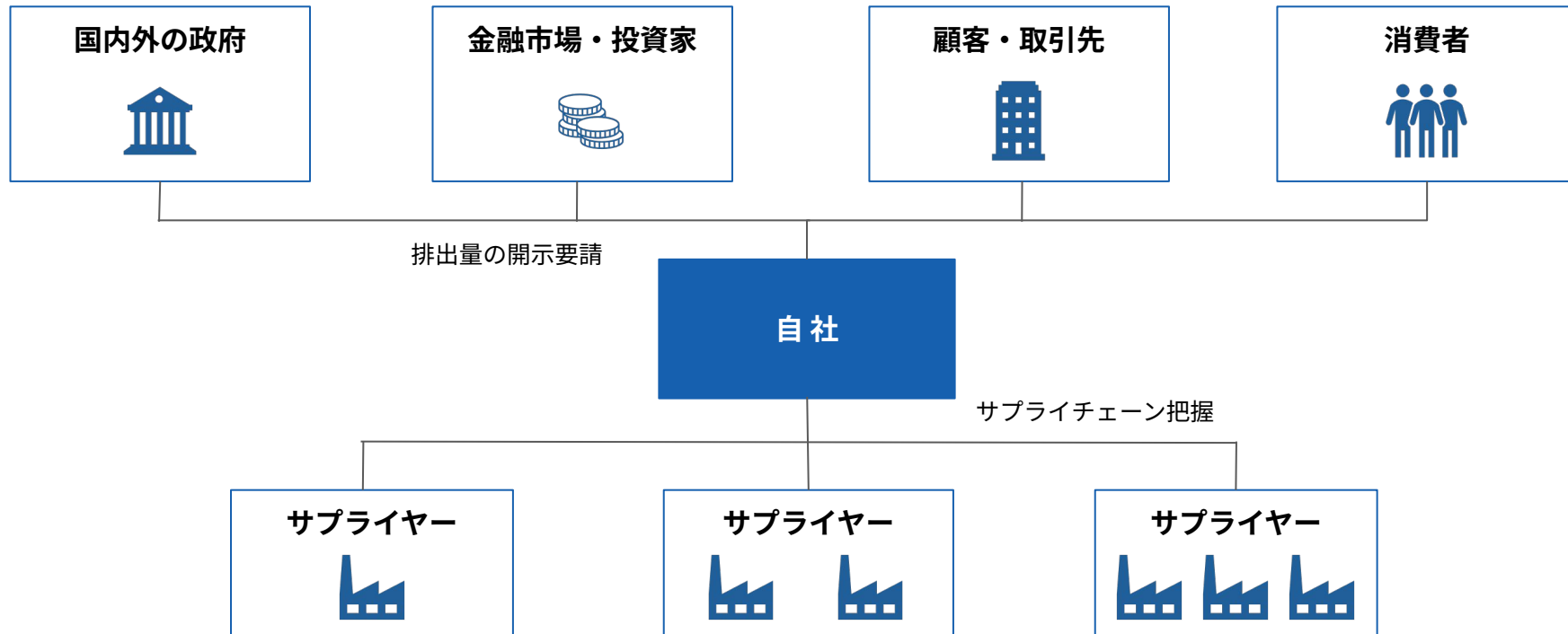
CO2の排出量開示はあらゆるステークホルダーから求められるアジェンダとなっている

CFPを活用した公共調達、  
CFPを活用した規制

Scope3排出量の把握、  
開示要求

グリーン調達、  
サプライヤーエンゲージメント

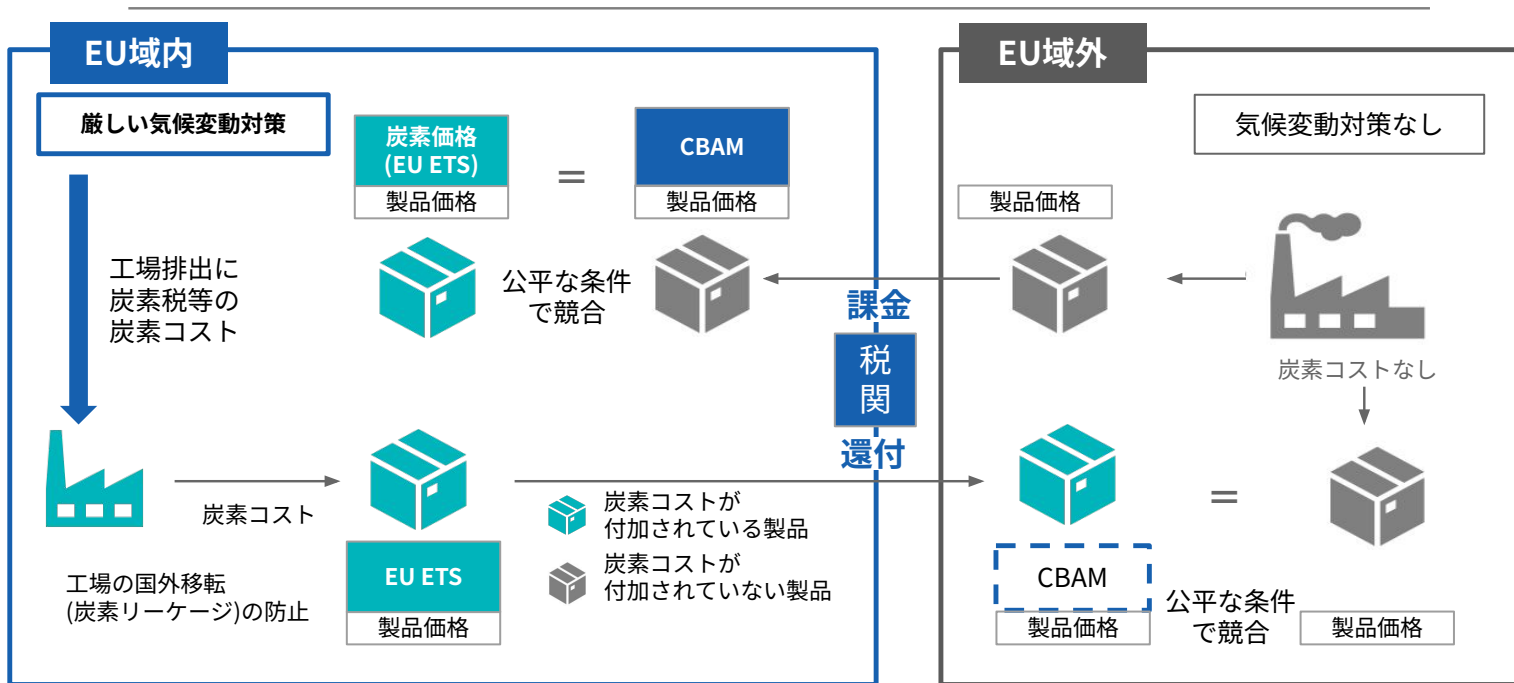
脱炭素ブランディングやマー  
ケティング



# 法規制の強化 - 炭素国境調整措置(CBAM) -

EU域外から輸入されるセメント、電力、肥料、鉄鋼、アルミニウム、化学品等に炭素課金を行う制度。対象企業はCFPを報告する義務を負う。自国からの輸出に対して炭素コスト分の還付を行う場合もある

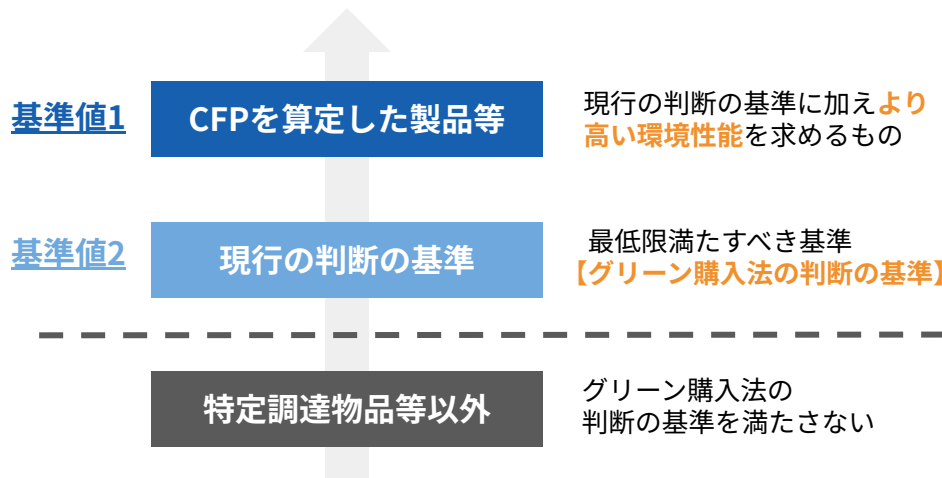
## CBAMの概要図



# 法規制の強化 - グリーン購入法 -

グリーン購入法では、日本の公的組織が物品を調達する際に**CFPを含む定量的環境情報が開示された製品の購入を推奨している**

## グリーン購入法のCFPに係る判断基準



## タイルカーペットを用いた具体例

【判断の基準】
基準値1は①及び②の要件を、基準値2は②の要件を満たすこと
①製品の原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクルにおける温室効果ガス排出量を地球温暖化係数に基づき二酸化炭素相当量に換算して算定した定量的環境情報が開示されていること。
②未利用繊維、故繊維から得られる繊維、再生プラスチック及びその他の再生材料の合計重量が製品全体重量比で25%以上使用されていること。
【配慮事項】
①ライフサイクル全般にわたりカーボン・オフセットされた製品であること。
②製品使用後に回収及び再使用又は再生利用のためのシステムがあること。
③製品の包装又は梱包は、可能な限り簡易であって、再生利用の容易さ及び廃棄時の負荷低減に配慮されていること。

# 製品ブランディングに係る情報提供

低炭素商品で売上約40%向上を達成！消費者の行動変容を促す実証実験



- 「みんなて減CO2プロジェクト」にて、スギ薬局と万代の店舗で、低炭素商品を販売する実証実験を実施
- 実証前後比較で、約40%の売上が向上が確認され、低炭素商品は消費者の行動変容を起こせることが実証された

# 企業競争力の向上 - 企業ブランディング -

企業は自社製品のブランディングとして、自社製品の製品製造に係る排出量の表示や環境評価ラベルを使用し、低炭素製品としてアピールする企業が増えている

## 低炭素製品の排出量の表示



- 低CFPのスニーカーを開発
- ソール、商品名にCFP値をいれている

The Adizero x Allbirds 2.94 kg CO2e、新登場。

adidasと知恵を出し合い、地球環境にもやさしい超軽量/パフォーマンスシューズを開発しました。



- 創業当時から製品の環境負荷軽減に取り組む
- 全製品のCFPを開示



## 環境評価ラベル

### Foundation Earth

- CFP、水資源、水質汚染、生物多様性の4つの観点から、環境への影響を測定し、最終的にA+~Gまでのランクをラベリング

<Foundation Earth参加企業>



3

## 企業の実績事例

# 社員のモチベーション向上と採用強化を実現した老舗製紙業の挑戦

老舗製紙メーカーの山陽製紙株式会社が、持続可能な100年企業を目指して「アスエネ」を導入。CO2排出量および製品別のCFPを算定・を実施。社内の環境意識の向上やモチベーション喚起、さらには採用ブランディングの強化など、組織活性化の面でも大きな成果を上げた



## 概要

### 課題

- ・ CO2排出量の見える化やLCA算定に関する専門知識の不足
- ・ スコープ3やCFP算定にも対応できるシステム・支援体制が必要
- ・ 社員の脱炭素意識の醸成と全社的な取り組みへの拡大

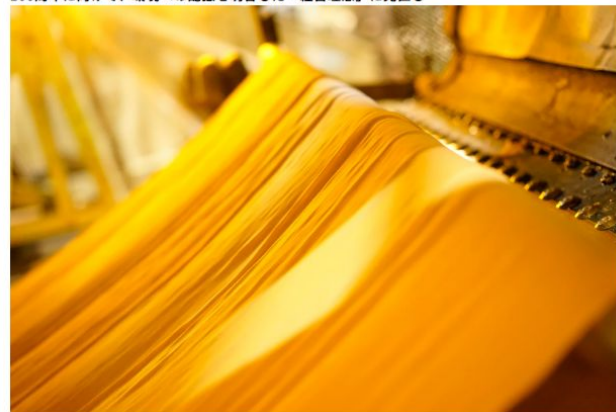
### ソリューション

- ・ CO2排出量の見える化SaaS + SXコンサルの導入
- ・ LCA算定支援

### インパクト

- ・ サプライチェーンを含むCO2排出量の見える化
- ・ 社員自らがデータ収集・分析に参加し、当事者意識を醸成
- ・ 新規事業の創出と新しい取引先の拡大

100周年に向けて、環境への配慮を明言した「経営理念」に見直し



# アルミニウム業界におけるCFP算定の先進事例と実績

本多金属工業様におけるLCA・CFP算定を弊社がご支援。環境規制への対応を「ビジネスチャンス」と捉え、サプライチェーン全体の見える化を実現した成功モデルを実現。CFP算定コンサルティング支援とASUENE LCAを活用

## 概要

### 課題

- ・取引先からCO2排出量やCFPの開示要請が増え、対応しなければサプライヤー選定のリスクがあった
- ・CFPの開示に対応できる、精緻な算定をしたい
- ・製造工程が複雑で原材料が非常に多く、リソースも限られているため自社算定が困難

### ソリューション

- ・CFP算定支援コンサルティング
- ・LCA算定SaaS

### インパクト

- ・CFP算定のノウハウは他の製品にも転用でき、ナレッジの蓄積につながった
- ・CFP算定コンサルティングで廃棄物の扱いの過程や方向性を示してもらえた
- ・SuMPOの排出係数を活用することで正確に算定を実現することができた



# 環境価値へのシフトで提案力をプロへと進化させたリユース業の挑戦

手企業の脱炭素ニーズに応え、「アスエネLCA」で中古家具のCO2削減ロジックを構築。新品との差を「数値」で証明可能に。従来の安さやデザインだけでなく、「環境価値」という新たな強みで営業提案力を劇的に向上させた

## 概要

### 課題

- 大手を中心とした取引先からリユース品のCO2排出量・削減量開示への要望増加
- 多種多様な中古家具一つひとつに対する、明確なCO2削減効果の算出ロジックの不在
- 「安さ」以外の価値訴求による、リユース品に対する社会的地位と優先順位の向上

### ソリューション

- CFP算定支援コンサルティング
- LCA算定SaaS

### インパクト

- 算定ロジックを見出し、商品ごとのCO2削減量の見える化に成功
- 新品とリユース品の環境負荷の差を数値で示せるようになり、営業提案力が向上
- 価格やデザインに加え「環境貢献度」という新たな選択肢を顧客へ提供可能になった



# 欧州進出を見据えたブランド化と生産者ファーストな仕組みづくりの挑戦

環境変化による海洋資源の減少という危機感から、中村栄商事株式会社が「アスエネLCA」を導入。伝統的な天日干し塩が持つ環境貢献度を定量的に可視化することで、商品の付加価値を最大化

## 概要

### ☑ 課題

- ・環境変化で海の資源の減少が顕在化し、将来的に事業を継続できなくなるリスクがある
- ・LCA算定で商品に付加価値を付けて、海外展開を視野にブランド化したい
- ・算定を通じて価格の適正化を図り、漁師のモチベーション向上と生産を後押ししたい

### ☑ ソリューション

- ・LCA算定SaaS

### ☑ インパクト

- ・LCA算定は「低炭素」などラベル価値が高まっている欧州への進出時にプラスに働く
- ・天日干しの環境貢献度を見える化することで、商品の付加価値を訴求できる
- ・環境配慮型の生産手法を広めて、生産者ファーストな仕組みづくりの足がかりに



天日干し昆布の環境優位性をLCAで定量的に示し、商品に付加価値をつけたい



ASUENE