

自社の強みを GX・脱炭素ビジネスにつなげる

～Scope1～3から見つける「課題」と「ビジネスのタネ」～



本日のゴール

脱炭素を「理解する」だけで終わらせず、自社の次の一歩につなげます。

30分後に持ち帰ってほしいもの

1

Scope1～3で自社の
状況を理解すること

数値化の前に、まず「どこで」
「どのように」排出が発生して
いるのかを棚卸し

2

守りと攻めの
両面で考えること

コスト・リスクだけでなく
機会を見る

3

GXビジネスのタネを
1つ見つけること

明日からできる行動に
落としこむ

今日の主語は「国」でも「大企業」でもなく、皆さんの会社です。

なぜ今、中小企業がGXなのか？

「コスト・規制」から「競争力・販路・採用」へ。

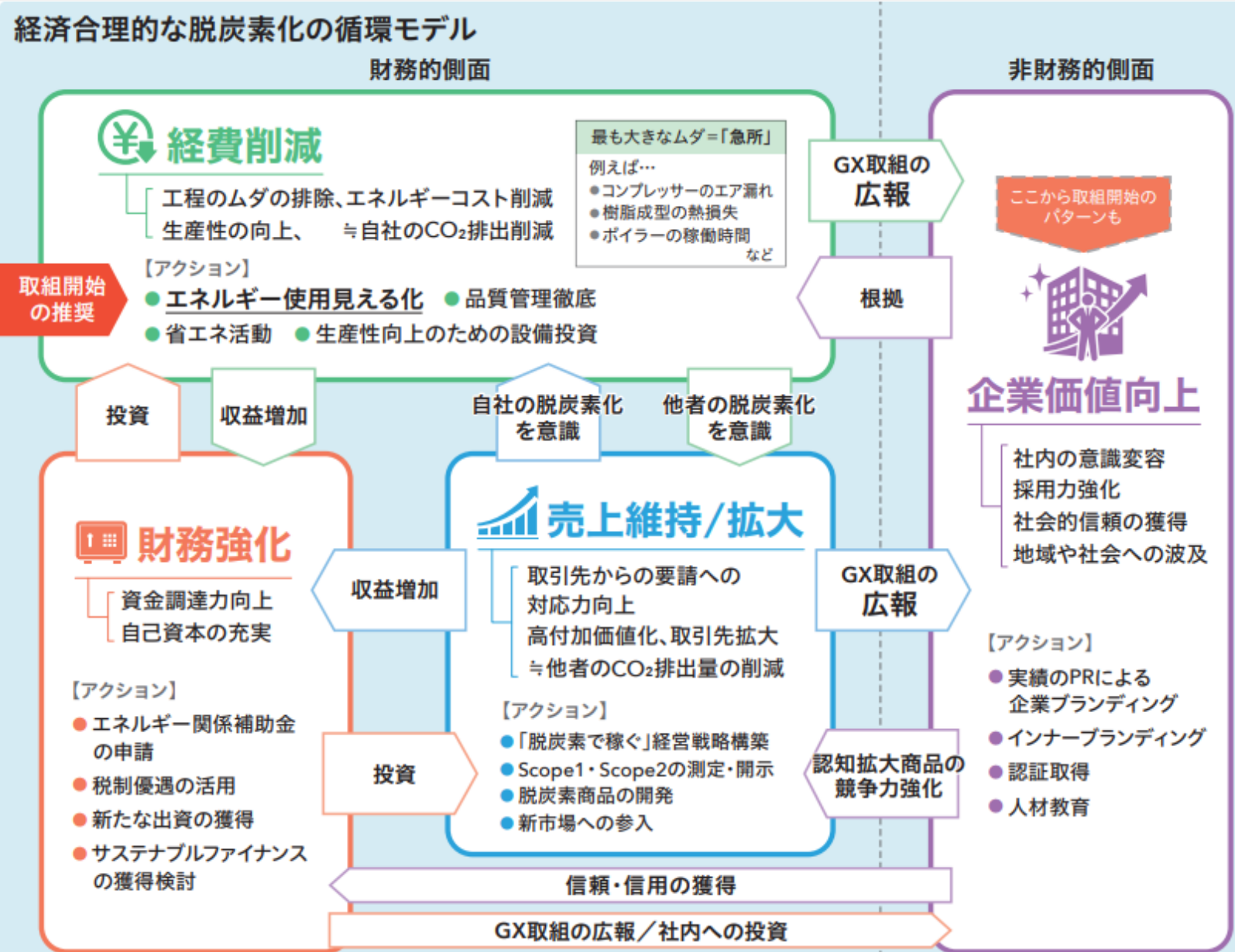
対応しないと…(リスク)

	取引先からの要請強化 CO2排出量の開示や削減が 取引条件になる	✕
	採用・人材確保が難しくなる 若い世代は「環境への取り組み」を 重視する傾向が強い	✕
	コスト増・競争力の低下 エネルギー価格の上昇や、規制強化で 収益を圧迫するリスクに	✕

対応すると…(メリット、チャンス)

	取引機会の拡大 大手企業や海外市場のサプライチェーンに 選ばれやすくなる	✓
	採用力・企業価値の向上 「環境に取り組む企業」として 人材や投資家から選ばれる	✓
	コスト削減・売上拡大 省エネや新サービス創出により、 利益と成長につながる	✓

脱炭素は「やらされるもの」ではなく、攻めの経営戦略をつくる「きっかけ」です。



脱炭素ビジネスの基本形

難しく考えず、まずは3つの切り口で考えます。

1 減らす (削減)



エネルギーや資源のムダを省き、CO₂排出量を減らす

具体例

- 省エネ設備・高効率機器の導入
- 運用改善によるエネルギー削減
- 物流・輸送の効率化
- 廃棄物の削減・リサイクル促進

ビジネス例



省エネコンサルサービス 高効率機器の販売・リース 廃棄物削減・リサイクル事業

2 見える化する (可視化)



CO₂排出量やエネルギー利用を把握・分析し、改善につなげる

具体例

- CO₂排出量の算定・可視化ツール提供
- エネルギー管理システム(EMS)の提供
- サプライチェーン排出量の可視化支援
- データ分析による改善提案

ビジネス例



CO₂可視化クラウドサービス エネルギー管理システム提供 排出量算定・コンサルティング

3 代替する (置き換え)



化石燃料や高排出のものを、低炭素・脱炭素のものに置き換える

具体例

- 再生可能エネルギーへの切替支援
- 代替素材・再生材の開発・提供
- 電動化(EV・蓄電池など)の推進
- カーボンフリー燃料の活用

ビジネス例



再生可能電力の供給・仲介 再生材・バイオ材の製品開発・販売 EV・蓄電池の導入支援

ポイント：新しいことを無理に始めるのではなく、3つの切り口を組み合わせることによって、今ある強みが「**新しい価値**」となり、GXビジネスにつながる。

Scope1～3をチャンスに置き換える

数値の算定より先に、活動の「どこ」を見るかで考えます。



特にScope3は、「取引先・顧客の困りごと」を見つける入口になります。

ワークシートの全体像

この1枚で「現状整理 → 着眼点発見 → 事業アイデア」まで進めます。

脱炭素ビジネス発見ワークシート

自社の基本情報

企業名：	業種：	従業員数：
主な商品・サービス：	主な顧客（取引先）：	自社の強み・特徴（技術・人材・設備・ネットワークなど）：

STEP1 Scope1～3で自社/他社の現状を理解しよう

Scope1 自社の直接排出

自社の直接排出
自社が直接燃焼料を使用して排出する温室効果ガス
(例：ガソリン、軽油、都市ガス、ボイラーなど)

Scope2 購入したエネルギーの排出

自社が購入したエネルギーの排出
自社の活動に伴う間接的な排出
(例：電力、地域熱供給、蒸気など)

Scope3 その他の間接排出

自社の活動に関連する他社の排出
(仕入先・輸送・使用・廃棄など)
(例：原材料、物流、出張、製品の使用、処分など)

Scope1 自社の直接排出	Scope2 購入したエネルギー	Scope3 その他の間接排出
自社で使用している燃料・設備など ・ ・	自社で購入しているエネルギー ・ ・	仕入れ・調達 (上流) ・ ・
現状の課題・気になるところ ・ ・	現状の課題・気になるところ ・ ・	自社の活動 ・ ・
改善・削減できそうなこと (アイデアでも ok) ・ ・	改善・削減できそうなこと (アイデアでも ok) ・ ・	販売・受入・廃棄 (下流) ・ ・

STEP2 GXビジネスの着眼点を見つけよう

Q1. 自社の強みや資源は何ですか？ (技術、ノウハウ、設備、ネットワークなど)

・
 ・
 ・

Q2. その強みを「GXの3つの視点」で例えると？

自社の強み / 資源	①減らす (削減)	②見える化する (可視化)	③代替する (置き換え)
(例) 独自の配車システム	無駄な配車減 → CO2 減少	—	既存の配車システムと代替

Q3. どのような商品・サービス・ビジネスにつながりそうですか？ Scope1～3のどこに貢献できそうですか？ (アイデアを書き出す)

・
 ・
 ・

今日の気づき・メモ

・
 ・
 ・

STEP1

Scope1～3で自社の現状を理解

STEP2

GXビジネスの着眼点、アイデアを見つける

最後

今日の気づき・メモを残し、社内ワークにつなげる

STEP1：どこでエネルギーを使っているか、取組んでいるかを書く

正確なCO2算定ではなく、まずは事業活動の棚卸しです。

Scope1

直接排出

書くものの例

社用車・配送車
ボイラー・厨房ガス
製造ラインの燃料

(取組み)EV車の利用、高効率
ボイラーの使用

Scope2

購入エネルギー

書くものの例

照明・空調
機械・サーバー
テナントで使う電力

(取組み)太陽光発電、照明の
LED化

Scope3

その他の間接排出

書くものの例

仕入・原材料
外部物流・出張
顧客使用・廃棄

STEP1の進め方：最初は「ざっくり」でよい

参加者が詰まらないように、算定ではなく会話から始めます。

社内での進行のコツ

- ・「数字は後でOK」と伝える
- ・経理・総務・現場の情報を
持ち寄る
- ・Scope3は仕入先・顧客の顔
を思い浮かべる
- ・迷ったものは空欄ではなく
メモにする

例：製造業の場合

Scope1

工場ボイラー・フォークリフト・営業車

Scope2

工場照明・空調・製造機械の電力

Scope3

原材料・外注加工・物流・顧客使用時の電力

最初の目的は「正解を出す」ではなく、議論の材料を
見える化することです。

STEP2-① 攻めの視点で「強み」をGXに変換する

自社の強みは、顧客のScope1～3削減に貢献できる可能性があります。

問い

自社の強み(既に取り組んでいること含む)で、顧客の排出量を減らせないか？

自社の強み

軽い・長持ち・効率的
近い・早い・省人化

顧客の困りごと

電気代・燃料代
物流・廃棄・手間

GX価値

CO2削減
コスト削減
企業価値向上

ビジネス化

提案書
新サービス
共同実証

「環境に良い」だけでなく、「顧客にとって得か」をセットで考えることが重要です。

STEP2補足 他社の守りの視点で「課題」を整理する

脱炭素は、まずリスクとコストの整理から始まります。

問い

他社の課題を言語化すると？

着眼点ヒント

取引先からデータ開示を求められそうか
燃料費・電気代が利益を圧迫していないか
設備更新・省エネの余地がないか
廃棄・物流・出張に無駄はないか

言語化例

電気使用量は把握しているが、部門別には見えていない
主要顧客の脱炭素方針を確認していない
燃料費高騰の影響を価格に反映できていない

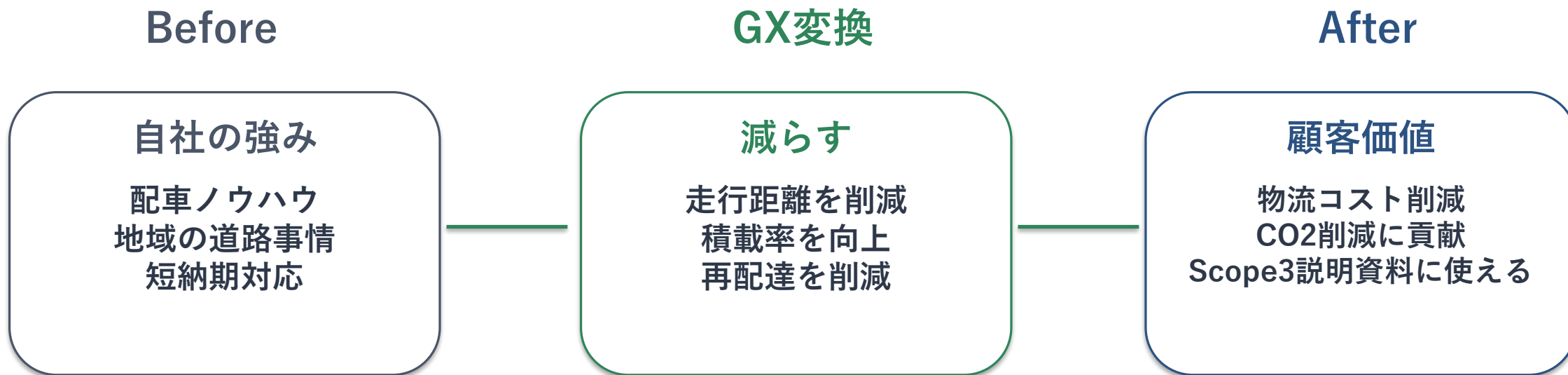
STEP2-② GXビジネス発想マトリクス

自社の強みを、3つの視点に当てはめてアイデアを広げます。

自社の強み/資源	①減らす 削減	②見える化する 可視化	③代替する 置き換え
独自の配車ノウハウ	無駄な配送を減らす	走行距離とCO2を可視化	既存配送から共同配送へ
長寿命な製品	交換頻度を減らす	使用年数を示す	使い捨て品を代替
設備改善の経験	電力使用量を減らす	削減効果をレポート	省エネ運用に置換
地域ネットワーク	近距離調達を促す	調達先を整理	海外品を地域品へ

事例で考える：配送会社の場合

Scope3の視点で見ると、既存ノウハウが顧客価値に変わります。



ポイント：自社の効率化ノウハウを「顧客のScope3削減支援」として提案する。

セミナー後、社内でどう使うか

ワークシートは、社内対話のきっかけとして使います。

1

集める

電気代・燃料代
車両・設備・物流情報

2

話す

経営者・現場・営業で
困りごとを出す

3

選ぶ

GXビジネスのタネを
1つに絞る

最初の会議は60分で十分。「完璧な答え」より「次に調べること」を決めましょう。

まとめ：GXは「自社の強みの再発見」から始まる

今日から始める一歩を決めて、社内の対話につなげましょう。

Scope1~3で見る

自社のどこでエネルギーを使っているか、取り組んでいるかを整理する

守りと攻めで考える

課題だけでなく、顧客への提供価値を見る

脱炭素は「義務」ではなく、経営を磨くきっかけです。
自社の強みを、GX・脱炭素ビジネスにつなげていきましょう。

ワークシート記入時の注意

後日、自社で取り組む際のポイントです。

やること

まずは空欄を恐れずに書く
数字よりも、活動・設備・取引先を洗い出す
現場と営業の視点を両方入れる
顧客の困りごとに変換する

やらなくてよいこと

最初からCO2を正確に算定しようとする
専門用語だけで議論する
補助金ありきで考える
環境価値だけで売ろうとする