

第1章 カーボンニュートラルの基礎知識

1-1. カーボンニュートラルとは？

人類の発展に伴って排出量が増え続けているCO₂（二酸化炭素）には、地表熱が地球外へ逃げるのを抑える「温室効果」という働きがあります。これが地球温暖化を引き起こし、海面上昇や気候変動の要因となることから、CO₂削減は21世紀における世界規模の課題となっています。

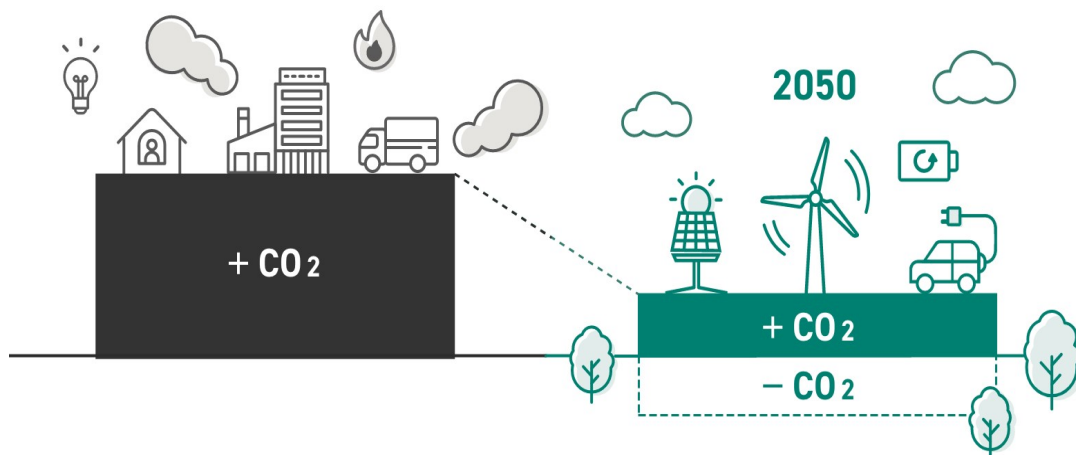
2015年開催の国連気候変動枠組み条約締約国会議（COP21）で採択されたパリ協定では、「世界的な平均気温上昇を産業革命以前に比較して2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力を追求する」という合意がなされました。また、実効力を高めるために、各国が長期目標を設定、適応計画を策定すること、削減目標を5年ごとに提出してレビューを受けることなどが決定しました。さらに、2021年開催のCOP26ではパリ協定を上回る1.5℃目標が合意され、2030年に向けた中間削減目標を明確に打ち出すことを各国に求めました。

日本では、2020年に菅義偉首相（当時）が「2050年カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」と宣言。2021年4月、米国で開催された気候変動サミットにおいて、「2030年までに温室効果ガスを46%削減する（2013年比）」と日本の脱炭素目標を表明しました。

「脱炭素社会」とは、“地球温暖化の原因となるCO₂の排出量ゼロを達成した社会”のことであり、これを実現するためには、石油や石炭などの化石燃料を使う生活から脱却する必要があります。しかし、いきなり化石燃料ゼロの社会の想定は現実的ではありません。

一方、「カーボンニュートラル」とは、CO₂の他にメタンやフロンガスなど温室効果ガス全体の排出量と森林の吸収量を均衡させることにより、実質的に排出量をゼロにする取り組みのことです（図1）。省エネ対策や自然エネルギーの利用などによりCO₂の排出を極力抑えるとともに、森林の管理・育成も重要課題となります。

図1:カーボンニュートラル=温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること



出典:環境省脱炭素ポータル

1-2. 中小企業がカーボンニュートラル(CN)に取り組むメリット

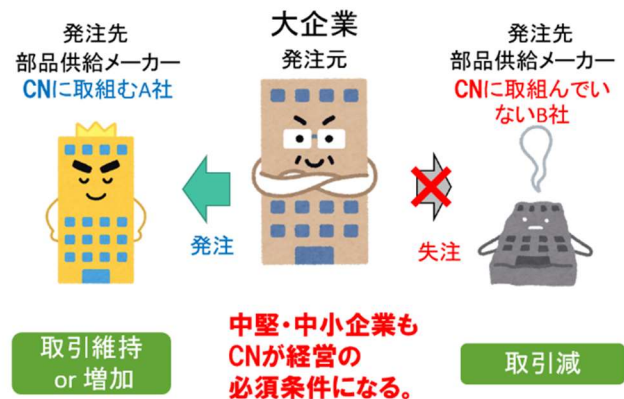
中小企業の温室効果ガス排出量は1.2億t~2.5億tと推計され、日本全体の排出量のうち1割~2割弱を占めると推定されます(令和4年7月 経済産業省 環境経済室)。中小企業がCNに取り組むことは2050年CN達成の要と言えますが、具体的な方策を検討している企業はごく一部です。これには、多くの中小企業が抱える財務基盤の問題、情報・知識や人材資源の制約など様々な要因が考えられますが、そもそも中小企業が取り組むメリットがよく伝わっていないことも一因と言われています。中小企業がCNに取り組むメリットは大きく分けて4つあります。

(1) 資金調達が有利になる

持続可能な社会を作るための取り組みをしている会社に投資しようというのが「ESG投資」で、近年、多くの金融機関がCN対策を進める企業へ金利など融資条件を優遇する取組みが増えています。また、国(環境省、経産省、国土交通省)や自治体(都道府県・市区町村)は、さまざまな補助事業を実施し、中小企業のCN推進を支援しています。経営にCN戦略を取り入れることで、補助金の活用や資金調達しやすい環境が整ってきています。

(2) 取引先との強固な関係の構築・企業の競争力向上

大企業単独はもとより、サプライチェーン全体でCNを目指すグローバル大企業が増えており、取引を行う中小企業もCN経営に取り組む必要性が高まっています。よって、CN対策に着手することで既存の取引先との強固な関係を構築できるとともに、製品や企業の競争力向上が見込まれるので新規の取引先開拓にもつながります。



(3) ランニングコストの削減

CNの目標を設定して、設備への効果的な投資や非効率なプロセス改善を行えば、省エネ・排出量削減、さらにエネルギーコストを低減できます。再生可能エネルギー発電設備の自家消費や省エネ対策を進めればエネルギー価格に左右されにくくなるメリットもあります。

(4) 地域社会へのアピール

省エネなどへ取り組み、排出量削減を達成した先駆的企業はメディアや国・自治体に紹介されることがあり、知名度・認知度の向上が期待できます。社会全体において環境問題に対する意識が高まっていることから、地域社会、消費者にCN経営を推進している持続可能な企業であることをアピールでき、企業のイメージアップにつながります。