

金融機関における TCFD 開示に基づくエンゲージメント実践ガイドンス

令和 5 年度地域金融機関向け TCFD 開示に基づく
エンゲージメント実践プログラム

2024 年 3 月

環境省 大臣官房 環境経済課 環境金融推進室



環境省

目次

はじめに	1
背景	1
本ガイダンスの前提	1
標準的なエンゲージメントの流れ	2
本ガイダンスの構成	3
1. TCFD 開示に基づくエンゲージメントの位置づけ・必要性の理解	4
Step 1.1 脱炭素に向けた地域金融機関の役割	4
Step 1.2 エンゲージメント戦略とは	6
Step 1.3 エンゲージメント戦略と TCFD 開示・GFANZ フレームワークとの関係	7
2. 取引先との対話に向けた準備	8
Step 2.1 エンゲージメント対応の司令塔となる部署を決定	9
Step 2.2 エンゲージメント対象とする取引先を選定	10
Step 2.3 取引先との対話に向け担い手を明確化	11
Step 2.4 ドアノックツールを検討	15
3. 取引先へのドアノック	17
Step 3.1 エンゲージメント推進担当部署が営業店へドアノック方法を説明	18
Step 3.2 営業店が取引先へドアノックを実践	20
Step 3.3 ドアノック後の対応に向けた準備	22
4. 個別取引先に対するエンゲージメント戦略の策定	32
Step 4.1 気候変動関連課題を特定	34
Step 4.2 GHG 排出量削減を検討	36
Step 4.3 GHG 排出量削減をサポート	39
Step 4.4 エンゲージメント先の関心を喚起	41
5. 金融機関としてのエンゲージメント戦略の策定	42
Step 5.1 経営戦略と接合した検討を開始	43
Step 5.2 金融機関としてのエンゲージメント戦略と KPI を設定	46
Step 5.3 金融機関としてのエンゲージメント戦略を実行(PDCA)	55
おわりに	56
添付資料	
● エンゲージメント実践事例(第四北越銀行、広島銀行、北國銀行)	
● ドアノックツール(ひな型)	
● 汎用提案書	

はじめに

背景

我が国では、2022年の東証プライム市場上場企業におけるTCFD提言に基づく開示(以下「TCFD開示」という)の義務化の他、2023年にはIFRSサステナビリティ開示基準の公表を受けて、SSBJ(サステナビリティ基準委員会)が国内での開示基準の策定を開始している。同基準では温室効果ガス(GHG)排出量のScope3の開示を含め、2025年以降に一定の開示義務化に向けた議論が進んでいることもあり、気候変動関連の情報開示の重要性はますます高まっている。この点、地域金融機関はTCFD開示の枠組みを、自らの投融資先に気候変動が与える影響の把握やリスク管理に関する情報開示に留まらず、投融資先の脱炭素化に向けたエンゲージメントや、移行戦略を含めた金融機関の戦略の策定に活用していくことが期待される。加えて、事業法人側、特に地域金融機関の主たる融資先である中小企業では、ノウハウの不足等の課題もあって、現時点で自ら脱炭素に向けた取組を進める動きはごく一部に留まっており、金融機関側からのエンゲージメントによってアプローチする重要性が高まっている。

こうした背景を踏まえて、地域社会全体の脱炭素移行を促進することを目的として、地域金融機関が自らのTCFD開示を通して特定したリスクや機会を最大限活用しながら、取引先の脱炭素に向けたエンゲージメント、同エンゲージメント結果を踏まえた地域金融機関における経営戦略の見直し等を行うモデル的なプロジェクト創出を支援する「令和5年度地域金融機関向けTCFD開示に基づくエンゲージメント実践プログラム」(以下「エンゲージメント実践プログラム」という。)を実施した。エンゲージメント実践プログラムでは、公募を経て2023年7月に支援対象機関3行(第四北越銀行、広島銀行、北國銀行)を選定、各行との個別の支援面談の他、合同プログラムとしての情報共有会・中間報告会、各行の営業担当者等を対象としたTCFD研修を行った。支援対象機関には、エンゲージメント先事業者に向けた具体的な支援策・提案書の作成、エンゲージメントの実施とそれを踏まえた支援策・提案書の見直し、エンゲージメント戦略の策定に取り組んでいただいた。

本ガイダンスは、上記プログラムの結果を踏まえて作成されたものである。

本ガイダンスの前提

本ガイダンスは、エンゲージメント実践プログラムの実施内容に基づき、これからエンゲージメントに取り組む地域金融機関に有益と考えられるヒントや留意事項を提示するものである。ただし、エンゲージメントの実施方針や具体的な手段は、各金融機関の状況(地域の産業構造・ポートフォリオ構成、経営方針・事業戦略、営業体制・リソース、TCFD開示の内容等)に大きく依存するため、全ての金融機関に共通の方法論は存在しない。そのため、本ガイダンスでは、標準的と考えられる検討内容及び取組手段等を本文で簡易に記載しつつ、プログラム参加行等における事例をコラムで示すことにより、個別金融機関における検討に資することを目的としている。

標準的なエンゲージメントの流れ

本ガイダンスでは、標準的なエンゲージメントの流れを以下の通り想定し、解説する。

- 1 TCFD 開示に基づくエンゲージメントの位置づけ・必要性の理解
- 2 取引先との対話に向けた準備
- 3 取引先へのドアノック
- 4 個別取引先に対するエンゲージメント戦略の策定
- 5 金融機関としてのエンゲージメント戦略の策定

上記の流れは一方向的に完結するものではなく、取引先との対話と金融機関内部での検討を重ねる中で、一部の手順間又は全体を通して反復的・循環的に繰り返すものである。取引先との対話は継続的であることが望ましく、対話から得られた情報を金融機関の経営戦略・気候変動対応方針や営業点の体制整備等にフィードバックすることが、効率的なエンゲージメント推進に繋がりと考えられる。

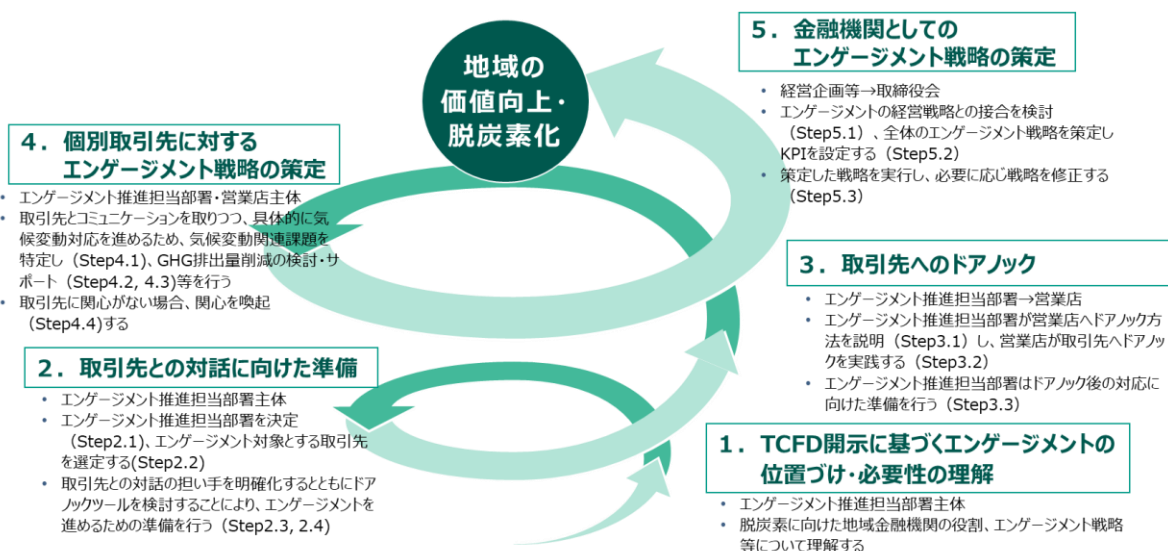


図 0-1 標準的なエンゲージメントの流れ(イメージ)

本ガイダンスの構成

本ガイダンスの構成は以下の通り。

- **本編**
前ページに示した標準的なエンゲージメントの流れにおける構成タスクについて解説する。
- **事例集**
エンゲージメント実践プログラムの採択行(第四北越銀行、広島銀行、北國銀行)について、プログラム期間中の実施内容を所感とともに提示する。
- **ドアノックツール(ひな型)**
これからエンゲージメントに本格的に取り組む地域金融機関が取引先へのドアノックを行う際の効率化を企図したもの。
- **汎用提案書**
ドアノック後、関心を示した取引先と議論を深める際の活用を企図したもの。

※ドアノックツール(ひな型)及び汎用提案書については、環境省 HP で編集可能な PPT 形式で公表しており、各金融機関でカスタマイズの上使用可能。詳細は、それぞれ Step 2.4、Step 3.3 を参照。

表 0-1 本ガイダンスの構成

目次	概要	
本編	1. TCFD開示に基づくエンゲージメントの位置づけ・必要性の理解	・ 脱炭素に向けた地域金融機関の役割、エンゲージメント戦略等について理解する
	2. 取引先との対話に向けた準備	・ エンゲージメント推進担当部署を決定、エンゲージメント対象とする取引先を選定する。取引先との対話の体制、担い手を明確化するとともにドアノックツールを検討することにより、エンゲージメントを進めるための準備を行う
	3. 取引先へのドアノック	・ エンゲージメント推進担当部署が営業店へドアノック方法を説明し、営業店が取引先へドアノックを実践する。エンゲージメント推進担当部署はドアノック後の対応に向けた準備を行う
	4. 個別取引先に対するエンゲージメント戦略の策定	・ 取引先とコミュニケーションを取りつつ、具体的に気候変動対応を進めるため、気候変動関連課題を特定し、GHG排出量削減の検討・サポート等を行う ・ 取引先に関心がない場合、関心を喚起する
	5. 金融機関としてのエンゲージメント戦略の策定	・ エンゲージメントの経営戦略との接合を検討、全体のエンゲージメント戦略を策定しKPIを設定する ・ 策定した戦略を実行し、必要に応じ戦略を修正する
添付資料	事例集	令和5年度地域金融機関向けTCFD開示に基づくエンゲージメント実践プログラムの支援対象機関(第四北越銀行、広島銀行、北國銀行)における取組内容を紹介
	ドアノックツール(ひな型)	取引先へのドアノックに用いることを想定したドアノックツール(ひな型)
	汎用提案書	取引先との対話に用いることを想定した汎用提案書

1. TCFD 開示に基づくエンゲージメントの位置づけ・必要性の理解

具体的な検討を始める前に、取引先や地域全体の脱炭素に向けた地域金融機関の役割や取り組みインセンティブ、TCFD 開示とエンゲージメントの関係を理解する必要がある。1 章では、TCFD 開示に基づくエンゲージメントの位置づけ・必要性について概説する。

Step 1.1 脱炭素に向けた地域金融機関の役割

現時点において、「エンゲージメント」の指す内容は必ずしも一意に定まっておらず、幅を持った表現となっているが、本ガイダンスでは便宜的に以下の通り定義している。なお、幅広いサステナビリティ課題が企業価値向上に繋がりが得るため「ESG 諸課題」としているが、本ガイダンスでは専ら脱炭素化にフォーカスしている。また、「建設的な対話」としている点は、依然として脱炭素化への対応に関して否定的な見解を持つ企業も存在する中、金融機関側が経済合理性の観点からの推進必要性も含めて啓発し、企業価値向上に向けた手段としての理解を推進する必要性を含意している。

エンゲージメントとは、金融機関と取引先が脱炭素をはじめとした ESG 諸課題への対応等に向けた建設的な対話を行い、金融機関が取引先の企業価値向上に資するような提案・提言を行うこと

地域金融機関は以下の理由からエンゲージメントを推進する必要があるものの、それぞれ課題を抱えている。

1点目は、開示内容の充実による投資家からの評価獲得である。GFANZ¹の影響力拡大や責任投資の考え方の浸透に伴い、投資家は投資先における脱炭素化の取組状況に関する情報、地域金融機関に則して言えば、取引先全体の GHG 排出量の把握状況や、その削減目標を含めたポートフォリオ全体の移行計画を開示することを求めはじめています。もっとも、現状では多くの地域金融機関において、プライム上場企業への開示義務化対応としてのいわゆる形式的な TCFD 開示に留まり、取引先の GHG 排出量削減に向けた具体的な取組目標やその進捗状況等に関する開示はさほど進んでいない。この点、地域金融機関はエンゲージメントを重ねる中で開示内容を充実させ、投資家からの要求目線に添えていくことが望ましいと考えられる。

2点目は、投融資ポートフォリオのリスク管理と取引先の機会創出・価値向上を通じた経営基盤強化である。既に多くの地域金融機関では TCFD に基づくシナリオ分析等を通じて、自らの投融資ポートフォリオに内在する気候変動に伴う信用リスクの定量化がなされているものの、その顕現化を抑制するためのプロアクティブな取組は緒に就いたばかりである。また、脱炭素化を含む ESG 課題と企業価値向上を兼ね備えた取引先の事業組成や、それを通じた地域経済＝地域金融機関にとっての経営基盤の強化に向けた取組に関しても、一部の事例に留まっている。これらの取組を推進する上では、エンゲージメントの考え方を起点とした取引先とのコミュニケーションが有効と考えられる。

¹ Glasgow Financial Alliance for Net Zero: ネットゼロへの移行を目的に設立された銀行、保険、アセットオーナー、運用機関等のイニシアティブの連合体。

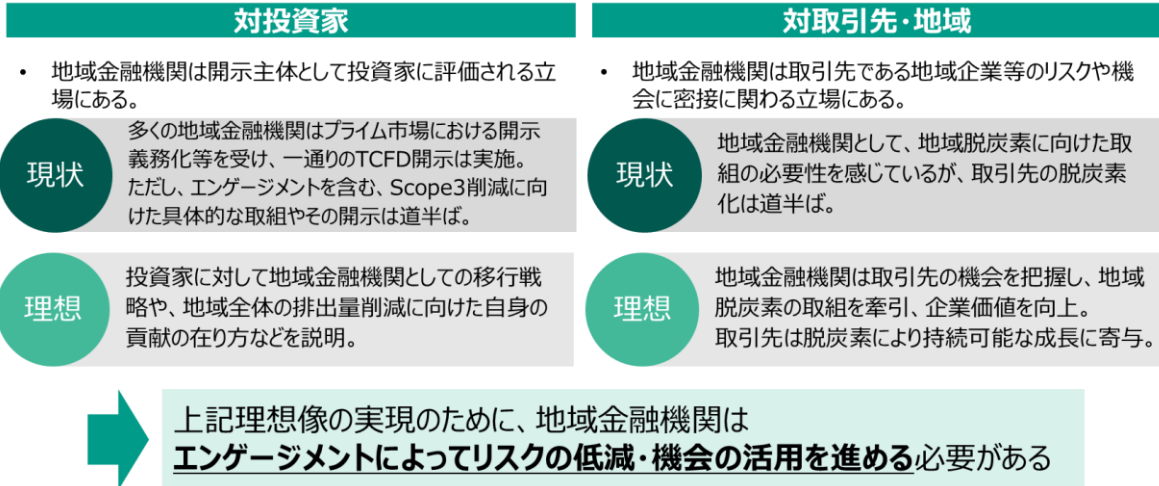


図 1-1 脱炭素に向けた地域金融機関の役割

Step 1.2 エンゲージメント戦略とは

エンゲージメントの実施にあたって立てるべき戦略を2種類に分けて整理する。

① 個別取引先に対するエンゲージメント戦略(ミクロ戦略)

→個別取引先の状況に応じた対話・支援内容の戦略

② 金融機関としてのエンゲージメント戦略(マクロ戦略)

→金融機関の移行計画に紐付く戦略及び取引先以外のステークホルダーに向けた戦略

①には個別取引先に対する情報提供や自行庫が提供できるソリューションの提案に加え、関心を示さなかった先への対応も想定している。②にはポートフォリオにおける脱炭素対応状況の管理や、その推進のための政府・自治体やサプライチェーン単位でのエンゲージメント等が含まれる。エンゲージメント全体を効率的に進めるためには、①と②は相互に情報をフィードバックしながら随時見直しを図る必要がある。

表 1-1 エンゲージメント戦略の種類

	項目	内容
個別取引先に対するエンゲージメント戦略(ミクロ戦略)	個別取引先に対する関連情報の整理	業界動向、自治体の動向、産業団体の動向などの情報提供(汎用提案書参照)
	関心あり先向け対応	開示対応支援、脱炭素コンサル(GHG 排出量の見える化、排出量削減に向けた投資策の検討等)、物理的リスク対応支援、金融商品のアレンジ等のソリューション(汎用提案書等参照)
	関心なし先向け対応	定期的な情報交換、省エネ診断(無料・低負荷)等(Step4.4 参照)
金融機関としてのエンゲージメント戦略(マクロ戦略)	ポートフォリオ管理	金融機関としての脱炭素の実現を目的とした脱炭素対応状況に関するポートフォリオマネジメント
	政府・自治体向けエンゲージメント	金融機関単独ではなく地域レベルで脱炭素化を推進するために必要となるステークホルダーに向けたエンゲージメント。具体的には、脱炭素に向けた地域プラットフォーム等への参画や、取引先のニーズに合わせた政府・自治体の補助金制度の把握、自治体と合同での企業啓発イベント等の開催、又は政府・自治体への要望等。
	サプライチェーン単位エンゲージメント	企業サプライチェーンや地域・工業地区レベルでの取組推進のためのエンゲージメント

Step 1.3 エンゲージメント戦略とTCFD開示・GFANZフレームワークとの関係

エンゲージメント戦略の策定にあたっては、TCFD開示やGFANZフレームワークの求める内容との整合性を重要視すると良い。これは、いずれのフレームワークにおいても、エンゲージメント戦略に含まれる具体的な取組手段や計画を踏まえ、金融機関としての目標設定をするよう求めているためである。

TCFD提言で推奨される開示事項として、戦略b)にて「組織に対する実際の財務的影響の開示並びに低炭素経済への移行に関する組織の計画(移行計画)」が求められている。戦略b)における移行計画とは、組織の全体的な事業戦略の一部であり、GHG排出量の削減など、低炭素経済への移行を支援する一連の目標と行動を定めたものを意味する。

GFANZは、金融機関のネットゼロ移行計画に関するフレームワークを公表しており、取引先への働きかけに関してエンゲージメント戦略を策定し、金融機関が能動的に動くことを促している。

戦略：		
a) 組織が特定した、短期・中期・長期の気候関連のリスクと機会を記述する。	銀行のための補足ガイダンス	炭素関連資産へのエクスポージャーを報告する目的のため、2017年報告書でTCFDが特定した非金融グループをすべて含むように、そのような資産について提案した定義を拡大。 ⁵
b) 気候関連のリスクと機会が組織の事業、戦略、財務計画に及ぼす影響を記述する。	すべてのセクターのためのガイダンス	組織に対する実際の財務的影響の開示ならびに低炭素経済への移行に関する組織の計画(移行計画)からの主要な情報について、より明確に開示するよう改訂。
c) 2°C以下のシナリオを含む異なる気候関連のシナリオを考慮して、組織戦略のレジリエンスを記述する。	すべてのセクターのためのガイダンス	組織に及ぼす潜在的な財務的影響の開示をより明確に開示するよう改訂。

図 1-2 TCFD 提言の戦略

出所)TCFD コンソーシアム「気候関連財務情報開示タスクフォースの提言の実施」、
https://tcfcd-consortium.jp/pdf/about/2021_TCFD_Implementing_Guidance_2110_jp.pdf
 (閲覧日:2023年9月26日)、赤枠は三菱総合研究所が追記

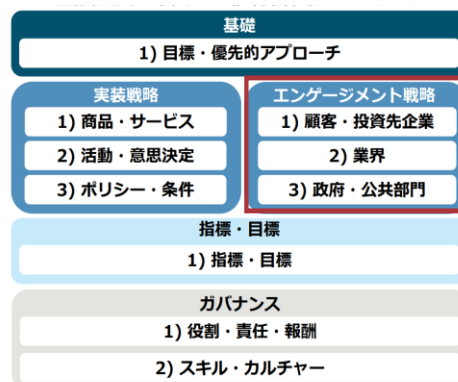


図 1-3 GFANZ の金融機関のネットゼロ移行計画に関するフレームワーク

出所)環境省「GFANZによるネットゼロへのトランジションファイナンスに関する提言案等の公表について」、
https://greenfinanceportal.env.go.jp/pdf/news_report_221005.pdf (閲覧日:2023年9月25日)、
 赤枠は三菱総合研究所が追記

2. 取引先との対話に向けた準備

Step 1.2 の①個別取引先に対するエンゲージメント戦略(マイクロ戦略)に向けた準備として、地域金融機関は企業と対話すべき内容や気候変動対応の流れを理解するとともに、エンゲージメント推進対応部署や取引先との対話の担い手の決定等により、エンゲージメントを進めるための社内体制を構築する必要がある。社内体制の構築後は、エンゲージメントの推進を担う部署が司令塔となり、エンゲージメント先の選定やドアノックに向けたツールの作成等、エンゲージメントを進めるための準備を行う。

本ガイダンス第2章では、取引先との対話に向けた準備について、以下の流れを想定して解説する。ただし、必ずしもこの順で実施する必要はなく、各金融機関の状況に応じて準備を進めることが望ましい。

Step2.1 エンゲージメント対応の司令塔となる部署を決定

Step2.2 エンゲージメント対象とする取引先を選定

Step2.3 取引先との対話に向け担い手を明確化

Step2.4 ドアノックツールの検討

Step2.1	Step2.2	Step2.3	Step2.4
エンゲージメント対応の司令塔となる部署を決定	エンゲージメント対象とする取引先を選定	取引先との対話に向けた体制を明確化	ドアノックツールを検討
組織全体でのエンゲージメントの総括的な役割を果たす部署・担当者を決定する。	シナリオ分析上の重要セクターや大口与信先のほか、自行庫との関係性など複合的観点から選定。	エンゲージメント先へドアノックを実施する体制、担い手を検討・整理する。	エンゲージメント先とのスムーズな対話を進めるためのドアノックツールを検討する。

図 2-1 Step2 取引先との対話に向けた準備の流れ

以下では、エンゲージメントに向けた準備の各ステップについて説明する。

Step 2.1 エンゲージメント対応の司令塔となる部署を決定

エンゲージメントに向けた準備の最初のステップとして、金融機関内でのエンゲージメント実施体制の整備が必要となる。標準的なケースでは、本部法人営業担当や法人コンサルティング担当といった、本部の営業戦略統括部署がエンゲージメントの司令塔となることが想定される。また、金融機関としてのエンゲージメント戦略(マクロ戦略)推進や、情報開示業務との連携の観点からは、経営企画部署やサステナビリティ対応部署にも一定のコミットメントを持たせた体制を構築することが望ましい。実際には個別金融機関の組織体制や職掌分担に応じて、上記に準じた体制を整備することで差し支えない。

コラム「エンゲージメント推進担当部署」(第四北越銀行・広島銀行・北國銀行)

エンゲージメントの推進担当部署は各行の体制方針により異なる。エンゲージメント実践プログラム参加行である第四北越銀行・広島銀行・北國銀行における司令塔となった部署とその役割は下記の通りであった。

- **第四北越銀行**: コンサルティング事業部が中心となってサステナビリティに係る取組を推進。営業店やTCFD開示を担当する総合企画部及びリスク統括部とも連携し、取引先へのエンゲージメントを実施する。
- **広島銀行**: 個別取引先に対するエンゲージメントについては、顧客向けにカーボンニュートラルの提案を担う営業企画部法人企画室が主導。金融機関としてのエンゲージメント戦略については、HD全体のサステナビリティ対応を統括するひろぎんホールディングスのサステナビリティ統括部が担当する。
- **北國銀行**: 個別取引先へのソリューションメニュー策定・実行を行うグループ会社の(株)CCイノベーションが中心となり、北國銀行のマーケティンググループ及び法人グループ営業店と連携し、エンゲージメントを実施する。

Step 2.2 エンゲージメント対象とする取引先を選定

エンゲージメント推進担当部署を決定した後は、自行庫が企業と対話すべき内容や気候変動対応の流れを理解し、エンゲージメント対象とする取引先(以下「エンゲージメント先」という)を選定するステップとなる。

最終的には全ての取引先に対してエンゲージメントを行うことが理想的であるが、目標を効率的に達成するためには、エンゲージメント先の選定における優先順位付けが重要となる。この点、標準的な手法としては、自行庫の TCFD 開示における分析対象セクターのリスク・機会の情報をもとに、同セクターに属する取引先における気候変動対応の状況を勘案しつつ、エンゲージメント先のリストを構成していく流れが考えられる。もっとも、現実的にはこうした選定方法が、必ずしも有効・効率的とは限らないケースが少なくない。例えば、企業が属するサプライチェーン内での取組方針によっては、自社の意思で移行計画を策定することが難しい等、地域金融機関単独でのエンゲージメントの域を超えた制約等が背景にある場合もある(こうしたケースへのアプローチのため、Step 1.2 の②マクロ戦略ではサプライチェーン単位でのエンゲージメントも項目に含めている)。

そこで、取組の初期段階においては、エンゲージメント先の選定基準として、自行庫にとっての関係性・重要性(取引規模が大きい等)や、気候変動に伴う取引先の経営リスク(GHG 排出量が多い、気象災害による想定ダメージが大きい等)、サステナビリティ対応への関心度(経営者が脱炭素化対応に関心を持っている等)などを勘案して選定することが、実務的には有効となり得る。このような場合において選定候補となり得る企業の例は以下の通り。

- 大口先やメイン先で自行庫の影響力が期待できる先
- プライム上場先(又はそれらの企業と直接取引している先)
- GHG 排出量が多い(ファイナンスド・エミッションへの寄与が大きい)先
- ファイナンスのニーズがある先
- 脱炭素・SDGs 宣言等を実施している先
- 気候変動対応への関心が高い先(アンケート等を通じて把握) 等

コラム「エンゲージメント先の選定基準」(北國銀行)

北國銀行(北國フィナンシャルホールディングス)では、2023年度、以下の方針にてエンゲージメント先の選定を実施した。

- ① 業種に関して、北國フィナンシャルホールディングスの TCFD 分析対象とした 3 セクターである金属鉱業セクター、陸運鉄道セクター、食品セクターから選定
- ② 3 セクターの与信上位各 10 社(計 30 社)をリストアップし、高リレーション先から優先的にエンゲージメント先を選定
- ③ サプライチェーンへの影響力の高い、当地有力企業等についてもエンゲージメント先として選定

Step 2.3 取引先との対話に向けた体制を明確化

エンゲージメント対象とする取引先を選定した後は、エンゲージメント先との対話を開始するために、実際に取引先に対してドアノックを実施する体制、担い手を検討・整理するステップとなる。

対話の実施体制に関しては、エンゲージメント推進担当部署と営業推進部署、営業店でのデマケーションや機能度を考慮して、自行庫の既存の渉外活動の実態に即した体制を取ることが望ましい。例えば、以下のような対話の実施体制が考えられる。

- 営業店が主導
- エンゲージメント推進担当部署が主導し、取引先との直接のやり取りは営業店で対応
- 取引先ごとにエンゲージメント推進担当部署、営業店又はその他で分担し、それぞれが主導

いずれの実施体制においても、営業店での意識醸成(担当者のインセンティブ創出)や、実際に取引先と対話を行う営業店担当者の能力開発※を行っておく必要がある。取引先と自立的に対話を繋げていくためには、取引先に事業上の気候変動対応の必要性や、ビジネス面での価値を感じてもらうことが必要不可欠であり、そのためには体系的な知識が必要となる。また、意識醸成の方法としては、エンゲージメントによるファイナンスやソリューション提供に繋がった好事例の共有や、営業店の業績評価への組入れ、業績以外の表彰制度の活用等が考えられる。

※Step2.4 で示すドアノックツールを活用することで担当者の対話を補助することは可能であるが、ツールを用いた説明に際しても一定程度の知識習得をしておくことが望ましい。

コラム「エンゲージメント体制の構築」(広島銀行)

広島銀行では、下記体制図のもとエンゲージメントを実施している。

営業企画部法人企画室がエンゲージメント推進担当部署として、エンゲージメント支援手法の検討を行い、実際のエンゲージメント先への渉外活動は営業店が主導し、取引先へのヒアリングやニーズ聴取、案件組成等を実施する。

更に、ソリューション営業部(法人ソリューション室自動車関連担当)は営業店と連携し、エンゲージメント先に訪問する際に一部帯同してサポートするとともに、ヒアリング結果を営業企画部法人企画室(エンゲージメント推進担当部署)と共有する体制となっている。

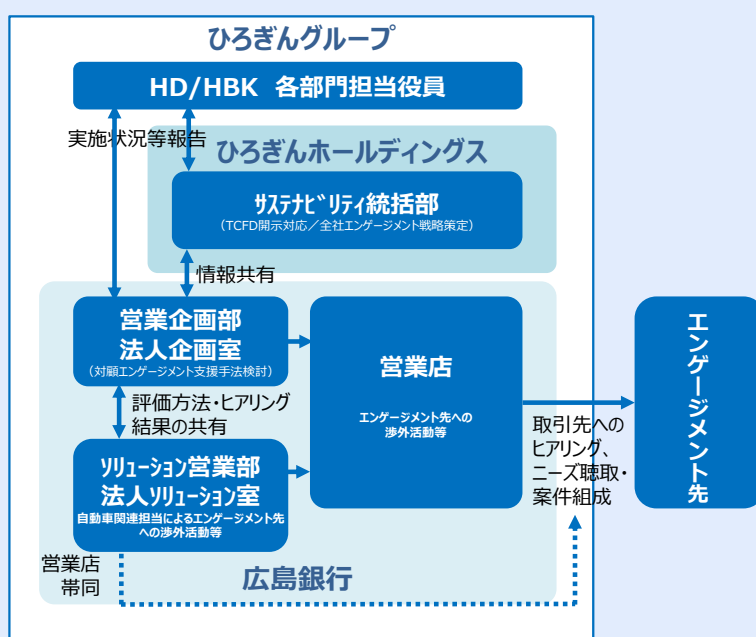


図 2-2 広島銀行のエンゲージメント体制図

出所)広島銀行作成資料「広島銀行のエンゲージメント体制図」

コラム「カーボンニュートラルの”自分ごと”化への取組」(広島銀行)

広島銀行では、営業店担当者(エンゲージメント従事者)のカーボンニュートラルに関する理解促進のため、トップメッセージの配信、セミナーや e ラーニング形式での社内勉強会の開催などを通じて、社内啓発活動を進展させている。また、2022 年 4 月に社内に新設した経済産業調査部によるカーボンニュートラル全般や自動車・船舶等の業種別のレポート配信等を通じて、取引先企業への啓発・対話に向けた営業店担当者の知識・情報レベルの底上げを図っている。

更に、SDGs の取組に関する支店及び個人の表彰を実施しており、営業店担当者のモチベーション向上を図るとともに、カーボンニュートラル等に関する営業活動での好事例を取り上げることで横展開を行っている。

コラム「気づき」の横展開(第四北越銀行)

第四北越銀行では、エンゲージメントを通じた活動シナリオ・顧客向け提案内容のモデルケース作成を目的として、4支店にてエンゲージメントを実施した。

エンゲージメント先は、「会社規模」×「脱炭素への取組度」の観点から選定することで、様々なフェーズにある取引先に対するアプローチ方法の検討を行った。エンゲージメント実施によるフェーズごとの「気づき」を整理することで、会社規模と脱炭素への取組度に応じたアプローチを営業店へ展開することを目指している。

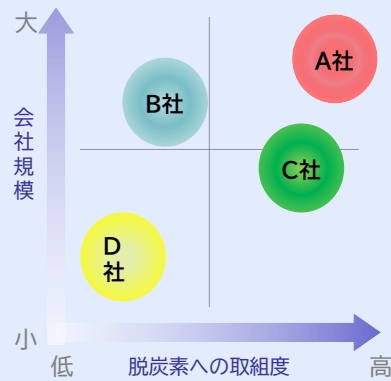


図 2-3 「会社規模」×「脱炭素への取組度」によるエンゲージメント先の選定

「気づき」の横展開

脱炭素取組度	会社規模	気づき
高	大	脱炭素経営の重要性を理解しており、既に取り組みを始めていることから、サステナビリティに関する潮流等の一般的な説明は不要。社内のリソースも確保(専担あり)されており、IR効果等を踏まえたオーダーメイドでの提案が必要
高	中小～中堅	既に脱炭素への取り組みを開始しているものの、新たな取り組みに向けた情報収集やサプライチェーンからの要請への対応(Scope3開示、TCFD対応等)について、不足しているリソースを補完するべくサポートしていくことが必要
低	大	世界的な潮流や株式市場における要請を踏まえ、サステナビリティ関連開示の重要性をご理解いただくとともに、サステナビリティに向けた取り組み及びその開示に向けたサポートが必要である
低	中小～中堅	日本政府や県内自治体におけるサステナビリティに関する動向のほか、自社のサプライチェーン上にある業界大手企業の取り組み等を明示し、「企業がサステナビリティに取り組む意義」について理解を促す必要がある

図 2-4 フェーズごとの「気づき」

出所)第四北越銀行「令和5年度地域金融機関向けTCFD開示に基づくエンゲージメント実践プログラム最終報告会資料」

Step 2.4 ドアノックツールを検討

取引先とのエンゲージメントの第一歩として、まずは脱炭素化に向けた取組状況・支援ニーズを把握するべく、金融機関から取引先に対話を切り出す(以下「ドアノック」という)必要がある。もっとも、現状では多くの営業店担当者にとって、ドアノックの前提となる知識やノウハウが不足しており、ハードルは相応に高いと考えられる。そこで、本ガイドンスではドアノックにおいて説明すべき内容をコンパクトにまとめたドアノックツールのひな型を提供する。企業におけるリスク・機会を踏まえた気候変動対応の重要性、具体的な気候変動対策に向けた実施事項の紹介等をパッケージ化しているが、個別の金融機関の使い方に応じてカスタマイズして展開することがより望ましい。

ドアノックツールのひな型の活用方法等

本ガイドンスの添付資料にてドアノックツール(ひな型)を掲載するとともに、PPT 形式(編集可能版)でも公表している。ツールを用いた説明や活用・カスタマイズのポイントは以下の通り。

金融機関が使用することを考え、信頼感のある紺色をベースカラーに設定。

上段では、気候変動の基礎情報として気候変動に係るリスクと機会について説明。中段では、気候変動に係るリスクは対応次第で機会になり得ることのメッセージを押し出している(赤字にて強調)。

下段では、気候変動の追加情報として、社会的動向について簡単に図示。図の上部にて、脱炭素への対応が求められるのは、大企業だけではないとのメッセージを打ち出し、中堅・中小企業の脱炭素対応の必要性を説いている。

図 2-5 ドアノックツール(ひな型) 表面イメージ

ではどんな取組をすればいいの？

基本的には、以下3つのステップ

- ① 気候変動やカーボンニュートラルについて知ること
- ② 二酸化炭素(CO₂)排出量を測定し、排出削減ターゲットを特定すること
- ③ CO₂排出量削減計画を策定し、実行すること

① 知る	② 測る	③ 減らす
<ul style="list-style-type: none"> • 気候変動とは？ • カーボンニュートラルとは？ • 脱炭素経営とは？ 	<ul style="list-style-type: none"> • CO₂排出量を測定しよう • 削減ターゲットを特定しよう 	<ul style="list-style-type: none"> • 削減計画を策定しよう • 削減計画に沿って、削減対策を実行しよう



当行では上記の取組に合わせ、以下の支援内容をご用意しております！

ステップ	サービス内容	費用
① 知る	専門行員の派遣 ・1ページ目の記載内容より更に詳細な情報が必要であれば、追加資料とともに専門行員・コンサルタントを派遣し、ご説明いたします。	無料
② 測る	測定サービス提供会社のご紹介 ・当行では、CO ₂ 排出量の測定支援を行っているA社及びB社と提携しています。 ・CO ₂ 排出量の測定を希望するお取引先企業様にご紹介が可能です。	別途所定の手数料を頂きます。詳しくは担当者にお問合せください。
③ 減らす	CO₂削減計画策定のご支援 ・本部専門部署にて、CO ₂ 排出量削減計画策定のご支援を行っています。 ・その他、脱炭素経営の方針策定支援を行う脱炭素コンサルティングも提供しています。	別途所定の手数料を頂きます。詳しくは担当者にお問合せください。
その他	サステナブルファイナンス ・屋根置き太陽光など、脱炭素に向けた設備投資に対して様々なサステナブルファイナンスを準備しています。	別途所定の手数料を頂きます(各種相談に手数料はかかりません)。

詳しくは、営業担当者もしくは店舗窓口までお気軽にお問合せください。

環境銀行

<https://www.kannkyo-ginko.jp/>

上段では、気候変動の流れを受けて、取引先は実際に何をすればいいのかを3ステップに分けて図示している(「知る」・「測る」・「減らす」の3ステップ)。

中段～下段にかけて金融機関が提供できる脱炭素ソリューションをリストアップしている。参考として、一般的な金融機関の脱炭素ソリューションを記載しているが、この部分に関しては、各金融機関で、ソリューション整備状況・方針に応じて、適宜内容を変更していくことを想定している。

図 2-6 ドアノックツール(ひな型) 裏面イメージ

3. 取引先へのドアノック

ポートフォリオの脱炭素化は金融機関のみで取り組むことは難しいため、まず取引先の気候変動に対する関心を把握することが必要である。そのため、対話の担い手、及び使用するドアノックツールの検討後、取引先へのドアノックを実践する。取引先が気候変動に関心を持っている場合は、エンゲージメント推進担当部署の担当者も帯同し、外部からの要請や現状の取組等について、深堀を行う。関心を持っていない場合は、サステナビリティ全般にテーマを広げて対話を行うだけでなく、脱炭素への取組方針が変わる可能性のある事業承継のタイミングで再度アプローチする、設備更新時に脱炭素設備導入の検討を促す等の対話を行うタイミングにおける方策の検討も考えられる。ドアノック後の対応の詳細は4章を参照。

本ガイダンスでは、取引先へのドアノックについて、以下の流れでの取組を想定して解説する。ただし、必ずしもこの順で実施する必要はなく、各金融機関の状況に応じて実施することが望ましい。

Step3.1 エンゲージメント推進担当部署が営業店へドアノック方法を説明

Step3.2 営業店が取引先へドアノックを実践

Step3.3 ドアノック後の対応に向けた準備

Step3.1	Step3.2	Step3.3
エンゲージメント推進担当部署が営業店へドアノック方法を説明	営業店が取引先へドアノックを実践	ドアノック後の対応に向けた準備
エンゲージメント推進担当部署は営業店にドアノックツールを配布し、 <u>概要やエンゲージメントの趣旨を説明</u> する。	営業店が取引先へ訪問する際、 <u>ドアノックツールを持参し脱炭素への関心度合い等をヒアリング</u> する。	ドアノック後の個別先対応に向け、より踏み込んだ内容の提案書を作成する。 ※「汎用提案書」の活用を推奨。

図 3-1 Step3 取引先へのドアノックの流れ

Step 3.1 エンゲージメント推進担当部署が営業店へドアノック方法を説明

エンゲージメント推進担当部署は営業店が滞りなくドアノックを行えるよう、ドアノックツールを配布し、ドアノックツールの概要やエンゲージメントの趣旨を説明する。手法としては、時間やリソースの制約が想定されるため、全営業店に向けた通達による説明が考えられる。一方で、より実効的なエンゲージメントを行うために、例えば営業店やエリア等の単位での説明会を設け、営業店担当者向けのオンライン勉強会やロールプレイング研修を行うことが望ましい。更に言えばエンゲージメント推進担当部署の職員による取引先への訪問に営業店担当者が同席し、エンゲージメントの実際の現場を見てもらうとより効果的である。また、説明の流れを示した資料やトーク・スクリプトを用意することで、これから気候変動に関する専門知識を習得する段階の営業店担当者もスムーズに説明ができる。

コラム「営業店担当者への勉強会の実施」(北國銀行)

北國銀行(北國フィナンシャルホールディングス)では、主に取引先へのソリューションメニュー策定・実行を行うグループ会社の(株)CC イノベーション(エンゲージメント推進担当部署)が営業店担当者へ勉強会を行った。最初の勉強会は、北國銀行のシナリオ分析優先セクター(金属鉱業、食品、陸運鉄道/航空物流サービス)の与信額上位企業との取引がある主要営業部店で実施した。

勉強会後に営業店担当者がエンゲージメント先へ訪問し、単独で説明できることが理想ではあるが、日頃は主に融資や運用商品、事業承継等のコンサルティングを提案している営業店担当者が気候変動・脱炭素に関して、スムーズな説明を行うことができるまでには相応の時間がかかるとの認識のもと、初回訪問時はCC イノベーションの社員が必ず帯同するようにした。

コラム「営業店担当者の研修・育成」(りそな銀行)

りそな銀行では、本部の法人部門とりそなホールディングスのサステナビリティ推進室が営業店の法人担当者に対する啓発・教育を行っているが、現場の担当者に対して、できるだけ対話やエンゲージメントの具体的エピソードや実例を示すことが重要であるとの示唆を得ている。特に取引先に響く話し方や話の展開方法に触れることでコツを掴む担当者は多く、担当者に実際の対話やエンゲージメントの様子を見せることが、人材育成(エンゲージメントの社内体制構築)に非常に有効である。

エンゲージメント開始当初の取組方例

エンゲージメントは先述の通り、一部の手順間又は全体を通して反復的・循環的に繰り返すものである。エンゲージメントの開始にあたっては、最初から全ての営業店において取り組むのではなく、エンゲージメント推進担当部署が一部の主要な営業店や取引先にて試行的にドアノックを実施し、まずは先行事例を作ることも有用である。トライアルによって得た経験や気づきをもとに、エンゲージメントの対応方針、アプローチ方法やドアノックツール等をブラッシュアップした上で、他の営業店に展開することで、効率的かつ効果的なエンゲージメントの実施が可能となる。ドアノックのトライアルから全社的な展開としては以下の流れが考えられる。

- ① エンゲージメント推進担当部署によるトライアル
 - ・ エンゲージメント推進担当部署でドアノックを実施し、取引先の反応を理解する。
 - ・ 取引先の反応をもとに、ドアノックツールの内容・構成や、営業店担当者への説明方法を検討する。
- ② 主要な営業店によるトライアル
 - ・ 気候変動対応の優先度が高い取引先を持つ主要な営業店を試行店として選定する。また、上記の営業店における取引先の中でも気候変動対応への理解がある先をドアノック先として選定する。
 - ・ 選定した取引先に対し、ドアノックを実施する。
- ③ 全営業店におけるドアノックの実施(Step3.2に相当)
 - ・ 全営業店において、エンゲージメント推進担当部署もサポートしながらドアノックを行う。
 - ・ その際、セクターや投融資額その他、気候変動対応への関心度を測るアンケート回答等により、アプローチする優先順位を決定することも考えられる。
- ④ ドアノック後の対応方針(Step3.3、4章に相当)
 - ・ ドアノックの結果、エンゲージメント先が関心を示した場合は、個社別のエンゲージメント戦略を検討する(Step4.1~4.3を参照)。
 - ・ エンゲージメント先の関心が低かった場合は、関心を喚起するために継続的にコミュニケーションを取る(Step4.4を参照)。特に、自行庫における気候変動対応の優先度が高いエンゲージメント先の場合は、エンゲージメント推進担当部署の同行、サプライチェーン企業や自治体の巻き込み等の方策を検討する。
 - ・ また、取引先に気候変動対応の必要性を感じてもらうための施策を準備し、取引先の意識変化に対応できるような相談体制を構築しておくことも考えられる。

Step 3.2 営業店が取引先へドアノックを実践

取引先の関心度合いを測るため、営業店は取引先へ訪問する際、ドアノックツールを持参し、脱炭素への関心度合い、取組状況、事業承継のタイミング、設備更新の予定等をヒアリングする。ドアノックのフェーズでは、ヒアリングを通じて取引先の脱炭素への関心度合いを把握することに主眼を置き、ドアノック後も継続的に対話を実施できるよう、取引先の反応に合わせて対話内容を調整する。

エンゲージメント実践プログラムでは、取引先が関心を示しても、具体的な取組の実行には至らないことも多かった。ドアノックツールを用いて説明する際には、気候関連のリスクのみならず機会も併せて説明する他、取引先に脱炭素に向けた取組の価値を感じてもらい、取組への機運が高まるように説明すること、具体的な取組ステップを示すこと、が重要となる。

(1) 取引先の想定される反応

ドアノックにおいてはエンゲージメント先が、脱炭素経営を進める上で一般的なステップである「知る」、「測る」、「減らす」²のどの段階にいるかを確認するが、より広くサステナビリティ全体について関心を示した場合は、取引先における経営課題の重要性(マテリアリティ)の特定状況等についても確認する。

「知る」の段階にいる場合には、気候変動/サステナビリティの重要性・必要性を理解してもらう必要がある。気候変動/サステナビリティに対する理解度やスタンスは、企業の規模や取引先の状況等によって左右される傾向にある。例えば、以下のような企業ではサステナビリティの必要性を理解している場合が多い。

- 東京証券取引所のプライム市場に上場している企業であり TCFD 開示の対応が義務である企業
- プライム市場に上場していないが、企業規模が大きく、投資家から TCFD 開示等のサステナビリティ対応を求められている企業
- 企業規模は大きくはないが、サプライチェーンからの脱炭素・GHG 排出量の把握等の要請があり、対応の必要性を感じている企業(例えば、自動車関連産業等の多排出企業)

逆に、以下のような場合はサステナビリティに対してまだあまり意識が向いていない場合が多い。

- 非上場企業であり、投資家からのプレッシャーを受けていない
- サプライチェーンからのサステナビリティ対応の要請をまだ受けていない

² 環境省「中小規模事業者様向けの『脱炭素経営のすゝめ』」、
https://ondankataisaku.env.go.jp/carbon_neutral/topics/20230905-topic-49.html#steps
(閲覧日:2024年3月25日)

(2) アンケート等を活用した取引先へのドアノック

アンケート等を利用して多数の取引先の気候変動対応状況等を確認し、エンゲージメント推進担当部署が取引先の気候変動対応状況を一括で確認する方法も考えられる。営業店の担当者による取引先のドアノックのための時間・労力を削減することができる他、統一された項目で状況を確認できるため管理しやすくなり、取引先全体、若しくは一部業種における気候変動対応状況の概観を把握するためには有効な手法と言える。一方で、アンケート回答内容・回答先の属性が一定の業界や規模の企業に偏ることもあるため、アンケートの回答率や回答企業の分布については留意する必要がある。

コラム「取引先の反応」(広島銀行、北國銀行)

広島銀行では、当行独自のドアノックツールを用いて、シナリオ分析優先セクターである自動車や海運・造船に属する取引先にエンゲージメントを行ったが、脱炭素への関心がない先との対話は難しく、当該取引先の取組の進捗も芳しくない状況であった。現実には脱炭素対応について、外圧・内発的動機とも働いていない企業が大半であり、対話の糸口を掴むことに苦労する状況であった。また、ツールを用いた脱炭素に関する一般的な説明では取引先の取組への機運を上げることは難しいため、省エネ設備等の導入による電気代の節約等、取引先の経営に直接好影響を及ぼすメリットを具体的に訴求していくこと、継続的にエンゲージメントを行っていくことが重要である。

北國銀行では、シナリオ分析優先セクターから抽出した取引先4社にエンゲージメントを実施しており、ほとんどが脱炭素経営へ興味を示した。しかし、自社のCO₂排出量の算定や省エネ・脱炭素設備の導入といった具体的な取組に対しては、「サプライチェーンからの要請もなく経営の優先度が低い」「脱炭素対応へのヒト・カネのリソースを割けない」といった理由から消極的であり、具体的な取組に至らないケースがほとんどであった。そのため、行政とも連携しながら、個別取引先へのエンゲージメントを続けつつ、サプライチェーン上流のリーダー企業や地域のリーディングカンパニーへ働きかけていく必要があると考えている。

コラム「カーボンニュートラルへの対応状況のアンケートを実施」(広島銀行)

広島銀行では、2023年5月～6月の期間において、投融資ポートフォリオの多くを占める製造業・卸売業・建設業を中心とした取引先へアンケートを実施し、「取引先から脱炭素や気候変動対応の要請がある(今後要請見込を含む)」と回答した企業は15%弱であった。

一方、取引先からの脱炭素等の要請がない企業が多数を占めたこと、また、アンケート未回答の取引先については、回答のあった企業よりもさらに脱炭素への関心が低い可能性が否定できないことから、金融機関と取引先との間の気候変動対応への温度差が浮き彫りとなった。

Step 3.3 ドアノック後の対応に向けた準備

ドアノックで関心のある取引先が見つかった際に更なる議論ができるよう、エンゲージメント推進担当部署では、予めドアノック後の対応に向けた準備をしておく必要がある。エンゲージメント実践プログラムにおいては、取引先へのドアノックを実施した後、関心を示した先に対してより踏み込んだ情報提供や金融機関が提供できるソリューションメニューを説明できるように汎用提案書を作成した。

汎用提案書

表 3-1 にエンゲージメント実践プログラムで作成した汎用提案書(以下、「本提案書」という)の構成を示す。本提案書の構成内容はあくまで中堅・中小企業向けの一例であり、提案書の内容は、各金融機関により異なることが想定される。また、効果的なエンゲージメントを進めるにあたっては、取引先によって内容を柔軟に変更していくことが望ましい。

まずは、取引先の気候変動に対する理解を深める観点から、気候変動に係るリスク・機会(①、②)や気候変動に関する社会的動向・要請(③)をまとめた。機会の説明では、脱炭素対応をしたことによって利益・メリットを得た具体的な先進事例を挙げるとより効果的である。

次に、中小企業における脱炭素対応の具体的な進め方(④)について説明した。基本的には「知る」、「測る」、「減らす」、の3段階のステップで進めていくが、脱炭素への対応状況や外部環境は取引先によって異なることから、上述の3段階のステップに当てはまらない企業があることも想定される。

取引先の取り得るアクションを明確にした後は、各ステップに対して金融機関がどのような支援を行うことができるのか(⑤)を示した。支援内容としては、脱炭素コンサルティングやサステナブルファイナンス、脱炭素関連支援企業の紹介等を記載した。基本的な流れは以上となるが、最後に参考情報(⑥)として脱炭素補助金等の関連情報を記載した。

表 3-1 汎用提案書の構成

項目	内容
① 気候変動に係るリスク	気候変動により想定される取引先のリスク(移行リスク・物理的リスク)
② 気候変動に係る機会	気候変動により想定される事業者の機会(再エネ自家発電導入による光熱費・燃料費の節約、安定的な電力へのアクセス、脱炭素関連補助金の活用、好条件での資金調達等)
③ 気候変動に関する社会的動向・要請	国内及び国際的な気候変動関連動向・社会的要請
④ 中堅・中小企業の対応策	中堅・中小企業がやるべきこと(具体的にどのような対策ができるのか、どのようなステップで対応を進めるべきか、等)
⑤ 当行(金融機関)から提供できる支援例	金融機関から提供可能な支援例(排出量可視化支援、アドバイザリ、脱炭素コンサルティング、ファイナンス)について、各金融機関で詳細内容を記載
⑥ その他参考情報	経済産業省・環境省が公表している「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」を参考とした取引先に有用な補助金等の情報

本提案書は取引先に気候変動対応の必要性・緊急性を感じてもらうため、そしてより取引先が理解しやすいようにするため、写真やイラスト、図表等を用いて、視覚的に訴えることを心がけた。本提案書については、編集可能な PPT 版をドアノックツール(ひな型)とともに公表しているが、全体構成の各項目について、作成にあたってのポイント、取引先へ説明する際の要点を紹介する。

なお、本提案書はあくまでも一例であり、提案書の構成や取引先への説明にはいくつかの方法が考えられる。例えば、上記の項目を網羅した提案書を作成した上で、訪問するエンゲージメント先や説明する時間によって持参する提案書の内容を変える(ドアノック後の最初のエンゲージメントの際には、気候変動に係るリスク及び機会の部分のみを持参し説明する等)ことも可能である。本提案書は、あくまでも取引先との対話のきっかけを作るツールとして作成したに過ぎず、取引先に継続的に関与しつつ地域の脱炭素を推進し、中長期的に良好な関係が構築できるような取組を展開していくことが肝要である。

コラム「エンゲージメント先に応じた汎用提案書」(第四北越銀行)

第四北越銀行が作成した汎用提案書は、取引先の事業性評価の深化に資するよう、フェーズやニーズに応じた構成となっている(下図参照)。あまり教科書的な内容や定型的な内容のページは設けず、エンゲージメント先の状況に合わせて、オーダーメイドで作りこむ形式となっている。

【第四北越銀行の提案書の位置づけ】

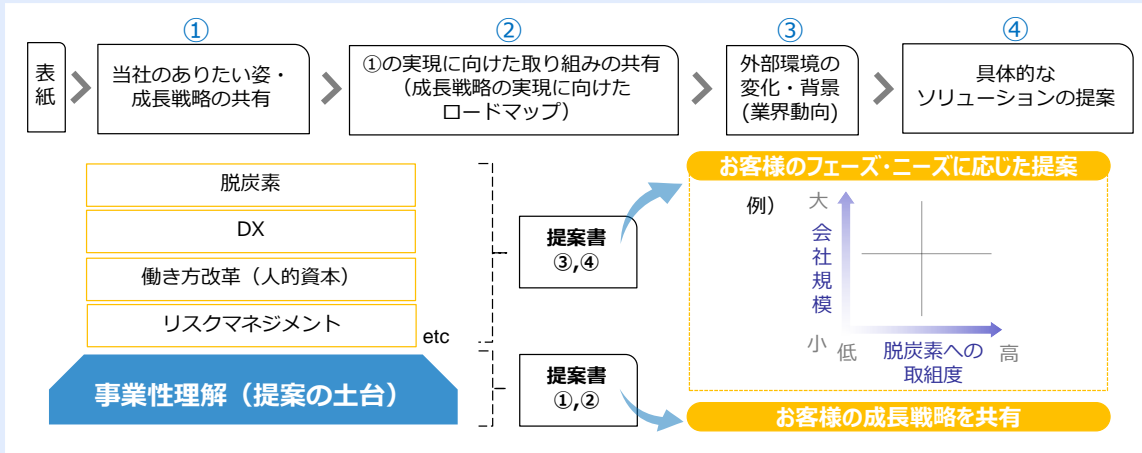


図 3-2 第四北越銀行の提案書の位置づけ

出所)第四北越銀行「令和 5 年度地域金融機関向け TCFD 開示に基づくエンゲージメント実践プログラム最終報告会資料」

①及び②では日々のリレーションの中でヒアリングした内容をベースに作り上げ、次回以降の訪問時に③の外部環境・業界動向の話を踏まえて、具体的なソリューションを提案する流れを想定している。

① 気候変動に係るリスク

1章. 気候変動に係るリスク

気候変動は人々の生活に大きな影響を及ぼしている

● 山火事(左図)、洪水/氾濫(右図)等、気候変動に起因する様々な自然災害が生じ、人々の生活に深刻な被害をもたらしている。

写真 1-1-1 米国カリフォルニア州の山火事



資料：AFP→時事
出所)環境省「令和4年度版環境白書」写真1-1-1
<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r04/html/hj22010101.html> (掲載日:2024年3月29日)

写真 1-1-3 令和3年8月の大雨の被害の様子



資料：朝日新聞社/朝日通信フォト
出所)環境省「令和4年度版環境白書」
<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r04/html/hj22010101.html> (掲載日:2024年3月29日)

1章. 気候変動に係るリスク

①移行リスクとは具体的に何を指すか？

● 移行リスクは以下の4つに分類される。

- a. 法規制リスク
 - 炭素税等の導入による税負担の増加
 - 再生エネへの転換によるエネルギー価格の高騰
 - 気候変動による自然災害増加による保険料の高騰、等
- b. 技術(テクノロジー)リスク
 - 低炭素社会の移行に備えたテクノロジーの急速な進歩に乗り遅れ、先進的商品を嗜好する顧客の喪失
- c. 市場リスク
 - 低炭素社会への移行に伴う、商品・サービスに対する需給の変化
- d. 評判(レピュテーション)リスク
 - 低炭素社会への移行に適切でなく、顧客・社会からの評価・評判が低下するリスク

世界の再保険料は上昇傾向



世界の自然災害の再保険料 (2016年=100)

出所)日本経済新聞「気候変動リスクとは 東証プライム市場まで開示義務」(2021年10月)
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUB184Q50Y1A011C2000000/> (掲載日:2023年9月25日)

図 3-3 汎用提案書(気候変動に係るリスク部分の記載イメージ)

気候変動に係るリスク部分においては、視覚的にインパクトのある写真(山火事・豪雨・洪水等)や身近な事例(近年の大型台風)を活用することで、取引先に気候変動への強い危機感を持ってもらうことができる。また、日常のニュースで見かける話題を入れ込むことで対話のきっかけとなり、活発な議論に繋がる可能性がある。なお、気候関連リスクの中で、物理的リスクについては、日常の中で目にする・耳にする機会も多いことから詳しい説明は不要と考えられるが、移行リスクについては、世間的認知度はそこまで高くはないと思われる他、次の「気候変動に係る機会」の説明にも繋がる部分になるため、エンゲージメント相手の理解度を確認しながら、丁寧な説明が必要である。

② 気候変動に係る機会

2章、気候変動に係る機会

リスクは機会に転換可能！

- リスク(特に移行リスク)は適切に対応することで、機会に転換させることができる。
- 特に短中期のリスク(下図赤枠部分)は迅速に対応することで、サプライチェーン除外リスクや急性リスクの回避ができる他、燃料コストの削減や知名度向上(競争力の強化や資金調達の優位性確保に繋がる)のメリットを得ることができる。

移行リスク	リスク	機会
法規制	炭素税の導入やエネルギー価格の高騰	生産プロセス改善等によりエネルギー使用量削減→燃料コスト等を低減。
テクノロジー	テクノロジーの急速な進歩に乗り遅れ先進的顧客を嗜好する顧客の喪失	先進的テクノロジーを採用することにより、先進的顧客を嗜好する新規顧客の獲得
市場	低炭素社会への移行に伴う、商品・サービスに対する需給の変化	低炭素商品の開発により、移行後の社会においての市場シェア
評判	顧客・社会からの評価・評判が低下するリスク	省エネや脱炭素にとて、自社の知名度向上
物理的リスク		
急性	異常気象(台風の大規模化・凶悪化等)や洪水の深刻化・増加	異常気象や平均気温の増加により、生産設備や顧客の被害を低減。
慢性	降雨や気象パターンの変化や平均気温、海面の上昇	

2章、気候変動に係る機会

【事例】エネルギーコストの削減

- 建物のエネルギー消費量全体に占める照明のエネルギー消費の割合は意外と多く、建物のエコ照明化で大幅な省エネが可能。

<照明を最新のLED照明に変えた場合>

	変更前	変更後	省エネ率
オフィス・会議室	FLR40形2灯用固定型器具	蓄光LED40形2灯用固定型器具	約58%
		LED一体形器具	約67%
		LED一体形器具・あかりき・人感センサ	約79%
店舗・施設	タイクロハロゲン (DR) 75形スポットライト	LEDスポットライト100形タイクロハロゲン (DR) 75形相当	約84%

出所) 全経団連協会「脱炭素経営に向けた取り組み」https://www.zaininkyo.or.jp/fileadmin/user_upload/news/news350130.pdf (掲載日:2023年9月25日)

図 3-4 汎用提案書(気候変動に係る機会部分の記載イメージ)

気候変動に係る機会の説明は、取引先が脱炭素への取組を検討・実行に移す上で重要なポイントとなる。気候変動に係るリスクを強く伝えてしまうと、取引先によっては気候変動への対応に対してネガティブな印象のみを持ってしまう懸念がある。エネルギーコストの削減や競争力の強化、売上の拡大等の事業活動に直結するような気候変動に係る機会を確実に伝えることに加えて、対応の方法によっては、気候変動に係るリスクは機会に転換可能である、というメッセージを打ち出すことも有効である。例えば、炭素税の導入やエネルギー価格の高騰という移行リスクへの対応として、生産プロセス改善、太陽光パネル等の自家発電設備の導入等により、エネルギー使用量削減・燃料コスト低減を叶えることができ、気候変動への対応が企業経営に対してプラスに働く可能性があり、それらを丁寧に伝える必要がある。

その他、実際に脱炭素対応を進めることによりメリットを得た、中堅・中小企業の先進事例も示すことでより説得力が増すと考えられる。例えば、建物の照明を LED 照明に変えたことでエネルギー消費量を低減させた事例や、脱炭素への取組を進めることで「先進的な企業」というイメージを獲得し、評判の向上・売上拡大・人材獲得力の強化に繋がった事例の提示は有効である。各種先進事例は、環境省等の政府の公表資料に掲載されていることも多いため、それらを活用することでより訴求力のある汎用提案書になる。

③ 気候変動に関する社会的動向・要請

3章. 気候変動に関する社会的動向・要請

国際的にカーボンニュートラルに向けた脱炭素対応が加速

- 2015年にパリ協定が採択されたことを契機として、気候変動問題を巡る国際的な議論や対応が本格化している。
- 国内では、2020年10月の菅首相(当時)の所信表明演説を受けて、2050年のカーボンニュートラルに向けた動きが加速しており、国民や企業の意識の変化だけでなく、低炭素又は脱炭素が付加価値となる他、革新的な脱炭素技術への注目が集まっている。

国際的な主な政策動向	国内の主な政策動向
<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年12月のパリにおけるCOP21にて、GHG排出削減等のための国際的な枠組みであるパリ協定が採択。 ● 全ての参加国・地域においてGHG排出量の削減や抑制に向けた目標を定めることが規定された。 ● 2020年以降、パリ協定の運用が開始。 ● 2021年4月末時点で125か国・1地域が2050年までのカーボンニュートラルを表明。 ● 2021年11月にCOP26がグラスゴーで開催され、グラスゴー気候合意が採択。 ● 2030年に向けた野心的な気候変動対応策を締結国に求めることに合意。 ● 2023年11月に開催されたCOP28においても、気温上昇を1.5℃に抑える国際的な目標は維持されている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2020年10月に菅内閣総理大臣(当時)が2050年までにカーボンニュートラルを実現することを表明。 ● 2021年4月に日本政府として2030年までの中間目標を設定。 ● 2030年までに25%削減を目指す。 ● 2021年10月に2030年度の削減目標の改訂を閣議

3章. 気候変動に関する社会的動向・要請

脱炭素対応が求められるのは大企業だけではない

- 脱炭素に向けた世界的な潮流を受けて、コーポレートガバナンス・コードの改訂で東証プライム市場上場企業に気候変動に係る情報開示が義務化されたため、今後の大企業には自社だけでなく取引先のGHG排出量削減にも取り組むことが求められる。
- したがって、「当社は気候変動に対応する必要がない」と考える中堅・中小企業であっても、取引先から脱炭素への対応を要請される、あるいはサプライチェーンから外されるということが予想されている。

政府
市場

気候関連情報開示の要請

サプライチェーン

大企業

脱炭素要請

中堅・中小企業

中堅・中小企業も脱炭素対応が求められる

図 3-5 汎用提案書(気候変動に関する社会的動向・要請部分の記載イメージ)

この部分で伝える主なメッセージは、気候変動及び脱炭素対応は大企業に限らず、中堅・中小企業にも求められるという点である。気候変動への対応・取組が国際的に広がるもととなったパリ協定や日本政府のGHG排出削減目標(2030年までに2013年度比46%削減)を説明することも重要だが、脱炭素の潮流から中堅・中小企業も逃れられないことを説明することが肝要である。コーポレートガバナンス・コードの改訂でプライム上場企業には気候変動に係る情報開示が義務化され、グローバル企業は脱炭素に向けた取組が進められているが、グローバル企業との取引のある企業や同じサプライチェーンに属する企業も脱炭素対応が求められる。今後も気候変動に関して、中堅・中小企業にも関わる新たな動きが出てくることが予想されるため、本項目は定期的に更新するとなおよい。

サプライチェーンにおける脱炭素対応の観点では、サプライチェーンから除外されるリスクとなり得る一方で、脱炭素への取組を先進的に進めることで、企業価値・評判を高め、今まで取引のなかった企業との契約に繋がり、売上増加に繋がることもあり、取引先にとって大きなビジネスチャンスになり得る。世界的な脱炭素の潮流は、対応次第でリスクだけでなく機会になり得ることも併せて説明することで取引先の関心を引き寄せられると史料する。

また、本提案書では、一般的な気候変動の社会動向や脱炭素要請をまとめているが、エンゲージメント先の業種を踏まえ、当該業界のグローバル企業や頂点企業の気候変動に関する開示内容やサプライチェーン排出量の削減目標、実際の脱炭素要請を示すと、脱炭素の流れが身近なところまで来ていると感じられ、脱炭素対応が求められるのは大企業だけではないというメッセージの説得力

を高めることができる。加えて、各地域金融機関が地盤とする地域・自治体の脱炭素動向を記載することも有効である。訴求力を高めるためには、取引先のステークホルダーの動向を整理し、取引先の脱炭素を促すために適切な情報を検討し、説明するのが望ましい。

コラム「業界大手の動向」(北國銀行)

北國銀行(北國フィナンシャルホールディングス)では、汎用提案書にエンゲージメント先企業が属する業界大手企業の脱炭素要請動向を記載。気候変動に係るリスクや機会の項目については、あまり議論が盛り上がらなかった一方で、業界大手の動向を説明すると取引先も興味を示し、活発な議論をすることができた。脱炭素に対して、そこまで関心の高くない取引先も自身が属している業界動向には敏感であることが多いため、業界大手企業や同業他社の事例紹介は非常に有効であった。

コラム「自治体の動向」(第四北越銀行)

第四北越銀行では、汎用提案書に新潟県内の自治体の脱炭素動向を記載。県議会において、「2050年までにGHG排出量実質ゼロを目指す」ことが表明されたことや排出実質ゼロを表明している全国の1,013自治体の中の新潟県内自治体情報(新潟市、十日町市、長岡市等)を記載している。

コラム「自動車産業の動向」(広島銀行)

広島銀行にとって、自動車産業は地域の基盤産業であり、脱炭素の潮流が始まる以前から専門部署を設け、深く関与してきた業界である。また、同業界は多排出産業であり、気候変動による影響も大きいことから、エンゲージメントにおいても優先的に対応していく業界と捉えている。その中で、当行汎用提案書には、日系グローバル企業のサプライヤーへの要請事例に加えて、自動車業界の地域のリーディングカンパニーであるマツダの脱炭素動向を記載することで、営業店担当者がマツダのサプライヤーと円滑にエンゲージメント可能な内容となっている。

④ 中堅・中小企業が取るべき対応策

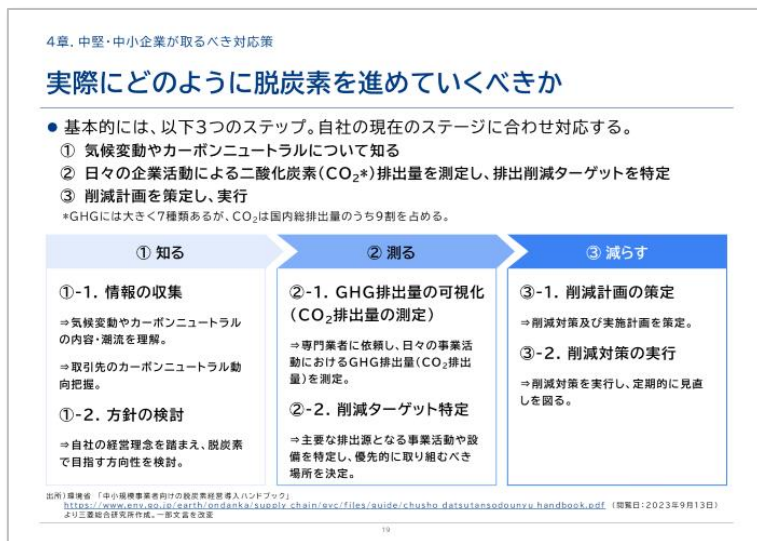


図 3-6 汎用提案書(中堅・中小企業の対応策部分の記載イメージ)

本提案書では、気候変動の関連情報を説明した後、中堅・中小企業における脱炭素対応の進め方について説明している。脱炭素対応の基本は「知る」、「測る」、「減らす」の3ステップであり、各ステップで取り組むべき事項を簡単に記載した。特に2つ目のステップの「測る」フェーズは、その後の脱炭素の取組の実効性を高めるために重要であり、エンゲージメント先にてサプライチェーン企業から脱炭素要請がある際には、まず対応を求められる事項であることから、丁寧にその意義を説明することが肝要である。

コラム「カーボンニュートラルへの対応ステップ」、「CO₂排出量の算定式」(広島銀行)

広島銀行の汎用提案書では、中堅・中小企業のカーボンニュートラルへの対応ステップとして、「現状把握」、「方針策定」、「実践」の3ステップに分けている。「現状把握」ステップでは、CO₂排出量の測定やリスクと機会の把握、「方針策定」ステップでは、環境経営方針やCO₂削減計画の策定、「実践」ステップでは、CO₂排出削減計画の実行や社内外への訴求に対応するとしている。中堅・中小企業の対応ステップのイメージは、各地域金融機関によって異なっても問題ないが、取引先がアクションを起こせるように明示することが必要である。

また、広島銀行の汎用提案書では、CO₂排出量の算定式を記載している(下図参照)。CO₂排出量の算定と聞いてどのように計算できるのか検討のつかない取引先も少なくないと思われる。簡易的な排出量算定式を記載することで、取引先の排出量算定に対しての心理的ハードルも多少下がる可能性がある。

【CO₂排出量算定式】

CO₂排出量は以下の式で求められます。なお、使用するエネルギーによって排出係数は異なります。

$$\text{CO}_2\text{排出量} = \text{エネルギー使用量} \times \text{排出係数}$$

エネルギー使用量: 電気、ガス、ガソリン等の使用量
排出係数: 一定のエネルギー使用量あたりのCO₂排出量
(例) ガソリン1リットル → 2.32kg・CO₂

図 3-7 CO₂排出量算定式

出所)広島銀行作成資料「カーボンニュートラル対応にかかるご提案」

⑤ 当行(金融機関)から提供できる支援例

5章. 当行が提供できる支援例 ※参考例

ステージ②もしくは③の企業様は当行へ相談を！

※基本的には、以下3つのステップで、当行はGHG排出量の可視化及び脱炭素目標の策定支援を行う企業との提携あり

① 自社の企業活動によるGHG排出量の把握
② 削減計画を策定し、実行
③ 削減計画の進捗確認

① 知る ② 測る ③ 減らす

①-1. 情報の収集
→ 気候変動やカーボンニュートラルの内容・潮流を理解。
→ 取引先のカーボンニュートラル内閣層。

①-2. 方針の検討
→ 自社の経営理念を踏まえ、脱炭素を目指す方向性を検討。

5章. 当行が提供できる支援例 ※参考例

a. GHG排出量可視化のご支援

- 当行では、GHG排出量の可視化支援を行っているA社及びB社と提携している。
- GHG排出量の可視化を希望する企業様にご紹介が可能。

提携会社	サービス内容	費用
A社	〇〇〇〇	〇〇〇〇
B社	〇〇〇〇	〇〇〇〇

5章. 当行が提供できる支援例 ※参考例

b. 脱炭素目標設定のご支援

- GHG排出量を可視化した企業様は、次に削減ターゲットの特定を行い、その後削減計画の策定が必要となる。
- 当行では、削減計画を踏まえた脱炭素目標設定のご支援を〇〇部で行っている。
- その他、当行はサステナビリティ経営支援を専門で行っている、〇〇株式会社と提携しており、より詳細なサステナビリティ経営戦略を検討したい企業様にはご紹介が可能。

提携会社	サービス内容	費用
A社	〇〇〇〇	〇〇〇〇
B社	〇〇〇〇	〇〇〇〇

5章. 当行が提供できる支援例 ※参考例

c. サステナブルファイナンスのご提供

- 排出量削減計画/脱炭素目標の策定が完了した企業様、もしくは脱炭素に向けた設備投資を検討されている企業様には、当行より複数のサステナビリティ関連ファイナンスを提供可能。

ファイナンススキーム	スキームの詳細	融資条件等
スキームA (SLL)	〇〇〇〇	・金利:年〇.〇% ・融資額:上限〇〇億円 ・返済期間:最長〇〇年
スキームB(グリーンローン)	〇〇〇〇	・金利:年〇.〇% ・融資額:上限〇〇億円 ・返済期間:最長〇〇年

図 3-8 汎用提案書{当行(金融機関)から提供できる支援例部分の記載イメージ}

脱炭素ソリューションを説明する部分については、④の中堅・中小企業の対応ステップと組み合わせで説明し、取引先が提供ソリューションの位置づけに関してより理解できるよう工夫した。本提案書では、対応ステップの図をそのまま転用した形で脱炭素ニーズを投げかけ、提供ソリューションについて言及しているが、各金融機関で資料を作成する際は自行庫におけるソリューション整備状況や押し出したいメッセージに合わせて作りこむことが肝要である。

下方の3ページに、例としてGHG排出量可視化支援、脱炭素目標設定支援、サステナブルファイナンス、の3つのソリューションの内容を記載する表を設けたが、全てのソリューションを一つの表にまとめることもできる。提案書の中で記載する情報の粒度についても、各金融機関の状況・方針に合わせて、工夫するとよい。

コラム「脱炭素ソリューション」(広島銀行)

広島銀行の汎用提案書では、サステナブルファイナンスといった金融支援の他、カーボンニュートラル対応支援コンサルティングやサステナビリティ経営導入支援サービス、省エネルギー診断等の非金融ソリューション内容も掲載している。

⑥ 参考情報

6章. 参考情報

【参考】カーボンニュートラル向け関連補助金

対象	要件	補助額(補助率・補助限度額)	
IT導入補助金(通常枠)	排出量の見える化・使用エネルギー量の管理を行う排出量算定ツールやエネルギーマネジメンツシステムの導入などの、生産性向上に資する取組	・中小企業・小規模事業者等であること ・3年間の事業計画を策定し、1年後及び事業計画期間において労働生産性を年平均成長率3%以上向上させること	○補助上限額 150万円、450万円 ※申請内容により変動 ○補助率 1/2
SHIFT事業(工場・事業場における脱炭素化に向けた取組推進事業)	工場・事業場における先導的な脱炭素化に向けた取組(削減目標設定・削減計画策定、設備更新・電化・燃料転換・運用改善の組合せ)	①CO ₂ 削減計画策定支援 CO ₂ 削減目標・計画策定(支援) ②低CO ₂ 製造費更新支援 【A. 標準事業】 一定割合以上のCO ₂ を削減する計画に基づく設備更新(補助) 【B. 大規模電化・燃料転換事業】 大規模な電化・燃料転換を伴う設備更新(補助) 【C. 中小企業事業】 CO ₂ 削減量比例型の設備更新(補助) ③企業関連優先モデル支援 バリューチェーンを構成する複数サプライヤーを対象とした設備更新(補助)	①補助率:3/4、補助上限額:100万円(DX型計画は補助上限200万円) ② A:補助率:1/3、補助上限:1億円 B:補助率:1/3、補助上限:5億円 C:補助額:年間CO ₂ 削減量×法定耐用年数×7,700円/t-CO ₂ 、補助上限:0.5億円(又は補助対象経費の1/2) ③補助率:1/3、1/2、補助上限:5億円
ものづくり補助金(製品・サービス高付加価値化・成長分野進出型(DX・GX))	今後成長が見込まれる分野(DX・GX)に資する革新的な製品・サービス開発の取組に必要な設備・システム投資等	次の要件を全て満たす3～5年の事業計画を策定していること ①付加価値額:年平均成長率3%以上増加。 ②給与支給総額:年平均成長率1.5%以上増加。 ③事業場内最低賃金:地域別最低賃金+30円以上。 ④売上高:3～5年の事業計画期間内に、新製品・サービスの売上高の合計額が、企業全体の売上高の10%以上となる事業計画を策定すること。 ⑤GX:グリーン成長戦略(実行計画)14分野に掲げられた課題の解決に資する革新的な製品・サービスの開発であること	○補助限度額【業種・従業員別】 ※下記Webサイト参照。 https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SMF/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf

出所)経済産業省・環境省「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」
https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SMF/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf (掲載日:2024年3月25日)より
三菱総合研究所作成

図 3-9 汎用提案書(参考情報部分の記載イメージ)

本提案書では、取引先にとって他に役立つ情報として補助金の情報も記載した。各金融機関の状況・方針に合わせて追加項目があれば記載するとよい。

コラム「ディスカッション用情報の充実」(北國銀行)

北國銀行(北國フィナンシャルホールディングス)の汎用提案書では、ディスカッション用として、後半に当行のシナリオ分析の結果に基づく、優先セクター3業種の1.5℃及び4.0℃気温が上昇した時の世界観を説明するページを設けている。加えて、同優先セクターにおいて、具体的に想定されるリスクと機会について個別にまとめており、複数の面談に渡って議論できる詳細な内容が盛り込まれている。

4. 個別取引先に対するエンゲージメント戦略の策定

ドアノックを踏まえた対応、すなわち個別取引先に対するエンゲージメント戦略(マイクロ戦略)の策定の段階では、地域金融機関は個別取引先と対話し、気候変動対応を進めることができるよう具体的な支援を検討し、個別取引先の関心やニーズ、特徴を踏まえた対話・支援内容の戦略を策定する。ここでは、個別取引先に対する情報提供や自行庫が提供できるソリューションの提案に加え、関心を示さなかった先への対応も想定している。

効果的なエンゲージメントの進め方や、目指すべき気候変動対応への取組は、取引先の状況・関心等により異なってくる。例えば、ドアノックにおいて、気候変動対応に関心があることを確認できたエンゲージメント先に対しては、当該エンゲージメント先が「知る」・「測る」・「減らす」のどの段階にいるかを把握することから始めるとよい。エンゲージメント先が「知る」の段階にいるのであれば、まずは脱炭素の必要性や潮流・サプライチェーンの状況などの背景情報を伝えるところからエンゲージメントを始める必要がある。「測る」の段階にいるのであれば、「GHG 排出量の把握」の支援を行い、それを踏まえて「減らす」に繋げていく必要がある。「減らす」に力点を置くのであれば、「GHG 排出量の削減」を実現するために必要な支援を行うことが考えられる。一方、ドアノックの時点で、気候変動対応を含むサステナビリティ関連課題に関心が見られない場合は、まずはこれらの課題に関心を喚起する必要がある。気候変動対応に関心がないが他のサステナビリティ課題には関心がある場合や、気候変動対応に関心があっても他のサステナビリティ課題をより重視している場合には、SDGs 対応等のサステナビリティ全体の視点や、経営戦略の一要素として提示することも有用である。

ここでは、個別取引先に対するエンゲージメント戦略の策定について、以下の流れでの取組を想定して解説する。ただし、必ずしもこの順で実施する必要はなく、各金融機関とエンゲージメント先の状況に応じて検討を進めることが望ましい。

- ドアノックにおいて、気候変動対応・サステナビリティへの関心があることを確認できた場合
 - Step4.1 気候変動関連課題を特定
 - ※サステナビリティ全般として取り組む場合、サステナビリティ関連課題を特定
 - Step4.2 GHG 排出削減を検討
 - ※サステナビリティ全般として取り組む場合、サステナビリティ関連課題対応を検討
 - Step4.3 GHG 排出削減をサポート
 - ※サステナビリティ全般として取り組む場合、サステナビリティ関連課題対応をサポート
- ドアノックにおいて、気候変動対応・サステナビリティへの関心が見られない場合
 - Step4.4 エンゲージメント先の関心を喚起

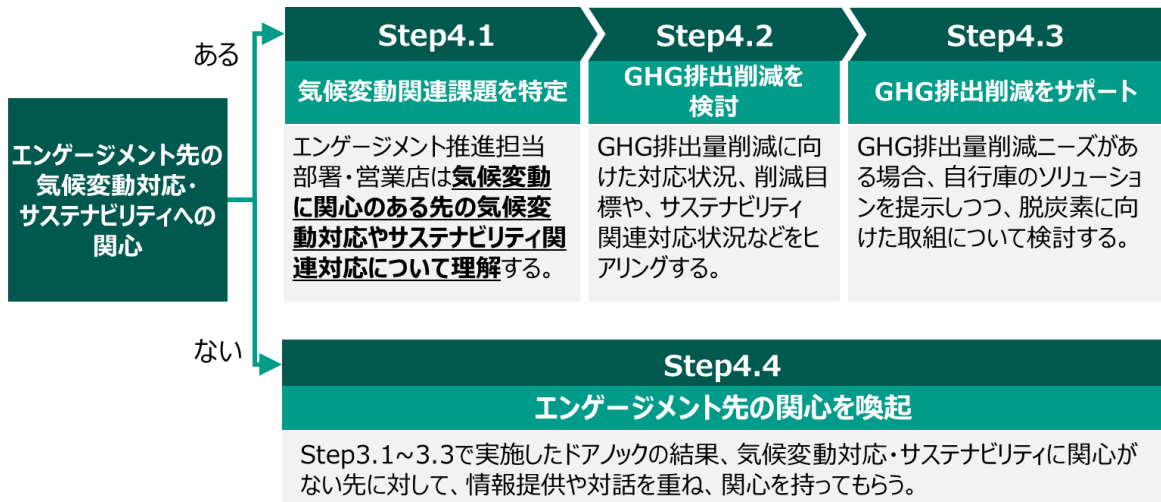


図 4-1 Step4 個別取引先のエンゲージメント戦略の策定の流れ

Step 4.1 気候変動関連課題を特定

エンゲージメント先が気候変動対応やサステナビリティ関連課題に関心を持っていることを確認できた場合、次のステップとして、具体的な対応方策を検討するため、エンゲージメント先がそれらに対してどのような課題を抱えており、どのような段階にいるのかを把握することが重要である。

また、エンゲージメント先が自社の脱炭素/サステナビリティに関する課題を特定できていない場合は、ディスカッションを通じて、課題の特定を支援する必要がある。

気候変動関連課題の特定にあたっては、以下の観点が考えられる。

- 気候変動対応・サステナビリティの潮流や、エンゲージメント先を取り巻く動向について、十分に理解しているか。
 - 気候変動関連課題は、業界やサプライチェーンの状況、ビジネスモデル、そして個別の取引先の状況によって異なるため、エンゲージメント先が自社を取り巻く状況を把握することで、優先的に取り組むべき課題が見えてくる。まずは、エンゲージメント先が自社を取り巻く外部環境を適切に把握しているかを確認し、認識に不足があれば、金融機関から外部環境を説明し、認識を共有できるとよい。
- 取引先や投資家から脱炭素に関する要請があるか(投資家からの要請は、特に上場企業の場合に想定される)。
 - 取引先や投資家から、脱炭素に関する要請を受けている場合には、その要請に対応することが、優先的に取り組むべき気候変動課題となる。
- 適切な情報開示ができていないか(特に上場企業の場合)
 - 取引先や投資家から、GHG 排出量等の情報開示を求められている場合には、取引先や投資家のニーズに対応した適切な情報開示を行う必要がある。
- GHG 排出量(Scope1~3)の把握ができていないか。把握ができていない場合、最も排出量が多い事業/段階/事業所はどこか。
 - GHG 排出量の多い事業活動や発生源がわかると、具体的な気候変動関連課題を把握することができる。
 - GHG 排出量(Scope1~3)を把握できていない場合には、まずは GHG 排出量の把握が取り組むべき課題となる。

脱炭素対応では、「知る・測る・減らす」の順で取組を行うことが推奨されている。そのため、「測る」がまだできていない場合には、まずは GHG 排出量の算定を実施し、削減に向けた取組の優先順位を検討するのがよい。「測る」のハードルを下げるため、取引先に向けたサービスとして、無料での GHG 排出量算定ツールの提供や GHG 排出量算定サービスとのマッチング等の提供を行う事例もある。

コラム「サステナビリティへのスタンスの違い」(第四北越銀行)

エンゲージメント先により、サステナビリティへのスタンスは様々である。実際、第四北越銀行においてエンゲージメント実践プログラム内でエンゲージメントを行った4社のスタンスは下記の通りであった。

- エンゲージメント先 A 社(上場会社/製造業)
「サステナビリティ基本方針」を掲げており、TCFD 提言にも賛同、開示済み。
GHG 排出量削減目標を設定・統合報告書等にて開示。具体的削減対策を検討中。
- エンゲージメント先 B 社(上場会社/小売業)
上場会社ではあるが、IR 等において投資家から脱炭素関連の質問等が来ていないことから、サステナビリティに関する取組やその開示に対して消極的。短期的には、有価証券報告書で求められる最低限の開示に向けて取り組んでいく意向。
- エンゲージメント先 C 社(非上場/製造業)
グローバルな市場で事業を展開していることから、サステナビリティに関する意識が高く、実務担当レベルまで浸透している。
- エンゲージメント先 D 社(非上場/製造業)
取引先のプライム上場企業から、排出量算定有無についての問い合わせがあり、サステナビリティに関する取組を進めていく必要があるとの認識がある。

コラム「個別提案書及び無料排出量算定ツールの整備」(広島銀行)

広島銀行では、汎用提案書に加えて、業界動向をまとめた個別提案書や無料の CO2 排出量算定ツールを整備。汎用提案書では一般的な内容の理解に留まっており、個社の状況に応じた脱炭素の取組を促すには限界があったことから、実際の排出量算定や業種別に特化した情報を提供することを企図して作成。算定ツールについては、計測項目を絞っているものの、無料で算出することには取引先も好反応であった。

Step 4.2 GHG 排出量削減を検討

エンゲージメント先の課題を特定した後、その課題の解決に向けてエンゲージメント先がどのような対応をすべきで、その対応を行うためにどのような支援を必要としているか、現状に基づき検討する。なお、地域金融機関としてエンゲージメント先に提供する具体的なソリューション(ファイナンスやコンサルティング)については、Step 4.3 で検討を行う。

(1) エンゲージメント先の取組状況を把握

まずは、現在の取組状況や削減目標などをヒアリングにより確認し、課題解決に向けて、追加的に考えられる取組を整理する。

状況把握にあたっては、エンゲージメント先が次に取り組むべきアクションやそのために必要な支援を明確にするために、以下のような観点で現状を確認するとよい。

- GHG 排出量削減のためにどのような取組を行っているか。
- 取引先や投資家からの脱炭素に関する要請に対応できているか、対応するためのハードルは何か。
- 情報開示のハードルは何か。

(2) エンゲージメント先が今後取り組むべき事項を整理

エンゲージメント先の気候変動関連課題(サステナビリティ課題)への対応のため、エンゲージメント先が今後取り組むべき事項を整理する。それらを Step4.3 に記載のファイナンスやコンサルティングに繋げることができると理想的である。

エンゲージメント先が今後取り組むべき事項としては、以下のようなものが考えられる。

- GHG 排出量のより詳細な把握
 - Scope1、Scope2 のレベルで大まかに GHG 排出量を把握しているが、より詳細な GHG 排出の内訳を把握していない場合には、内訳を把握することで、今後取り組むべき事項を把握しやすくなる。
- GHG 排出量削減方策の検討
 - GHG 排出の内訳が把握できたら、GHG 排出の多い項目について、削減方策を検討する。
- GHG 排出削減方策の実現に向けた検討
 - GHG 排出量削減のための方策が定まっても、実現にあたっての課題を抱えている場合には、その課題を解決するための方法を検討する。
- 開示内容の高度化
 - 開示はしているものの社内での十分な検討ができていない場合や、リスクと機会の重要度の評価ができていない場合などは、開示内容の見直しを行う。

以上のような事項への対応のため、地域金融機関から以下のような支援をすることが考えられる。

- 業界トップ企業のサステナビリティ取組に関する情報提供
 - 業界トップ企業の取組は、エンゲージメント先が興味を持っている場合が多く、参考としやすい。
- 取引先(の業界)の気候変動のリスク・機会等に関する基礎的な情報提供
 - エンゲージメント先が気候変動のリスク・機会等を十分に把握していない場合には、他社事例等を参考に、気候変動のリスク・機会等に関する基礎的な情報提供を行うことが考えられる。
- エンゲージメント先の担当者の上司・経営層への取組の必要性の説明
 - エンゲージメント先の担当者が GHG 排出削減の必要性を感じていても、上司や経営層の理解を得られずに、取組が進まない場合もある。そのような場合には、第三者である金融機関から、上司・経営層に取組の必要性を説明することも有効と考えられる。
- 開示内容に対する助言
 - 開示においてより充実させるべき点について助言することで、開示内容の高度化に向けた検討を支援することができる。
- エンゲージメント先が利用可能な国・自治体による補助金の紹介
 - エンゲージメント先が、費用面において GHG 排出削減に向けた課題を抱えている場合には、利用可能な補助金の紹介が有効と考えられる。

開示内容に対する助言にあたっては、エンゲージメント先の開示内容の高度化及びリスク低減(+そのためのファイナンス提供)を目的として、エンゲージメント先の TCFD 開示を確認できるとよい。TCFD 開示を確認する観点の一例を以下に示す。

表 4-1 TCFD 開示を確認する観点

	主な観点	自行車のアクション
全体	一貫したストーリーになっているか。	ストーリーに違和感がある点は改善して、開示内容のレベルアップを促す。
ガバナンス	経営層がガバナンスに関与しているのか。	経営層がガバナンスに関与していないのであれば、経営層との対話によって関与を促す。
戦略	リスクと機会は明確になっているか。重要なリスク・機会として想定されているもので、抜けているものはないか。	リスクと機会が明確でない場合や、重要なリスク・機会が抜けている場合には、対話を通してリスクと機会を明確化する。
	(リスクと機会は明確になっている場合)リスクと機会へのレジリエンス・対応策は明確になっているか。	レジリエンスが低く、対応策が明確でない場合には、対応策の検討を支援する。
リスク管理	気候変動に関するリスク管理が、全社的なプロセスで行われているか。	気候変動に関するリスク管理が、全社的なプロセスで行われていない場合には、全社のリスク管理プロセスへの気候変動リスク管理の統合を促す。
指標と目標	指標と目標は設定されているか。	設定されていないのであれば設定を促す。
	設定された目標の達成に向けて、どのような取組を実施する予定か。	取組が明確でなければ、目標達成までの方策の検討を支援する。 取組が明確であれば、必要に応じてファイナンスを検討する。

コラム:気候変動の基礎情報に関する参考サイト

気候変動に関する基礎的な情報提供を行うにあたり、参考となる 3 つのサイトを紹介します。

A-PLAT(気候変動適応情報プラットフォーム) インフォグラフィック(事業者編)

A-PLAT では、建設や不動産、製造業等の 10 業種について、気候変動が産業に与える影響を初心者向けにまとめている。加えて、対策に係る効果や費用も記載されており、ファイナンスへ繋げるためにも有用。

<https://adaptation-platform.nies.go.jp/private-sector/infographic/index.html>

環境省 気候変動の影響 動画配信

「デコ活(脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動)」では、各産業や地域別の気候変動の影響等、様々な動画を掲載しており、取引先に動画を見てもらうことで、より意識が高まったという声もある。

<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/>

気象庁 日本の気候変動 2020 都道府県版

気象庁では、都道府県別に、気候変動の影響を記載したリーフレットを掲載。物理的リスクを検討する際に有用。

<https://www.data.jma.go.jp/cpdinfo/ccj/index.html>

Step 4.3 GHG 排出量削減をサポート

Step4.2 までで把握したエンゲージメント先の課題・GHG 排出量削減に向けた方向性を踏まえ、エンゲージメント先にとってニーズがありそうな、GHG 排出量削減やサステナビリティ関連課題の対応のためのファイナンスやコンサルティング等のソリューションを提案する。気候変動対応やサステナビリティに関心のあるエンゲージメント先に対しては、定期的に対話を実施し、その都度必要なソリューションをヒアリングすることも有効である。

地域金融機関がエンゲージメント先に提供可能なファイナンスやコンサルティングの全体像は下図のように考えられる。

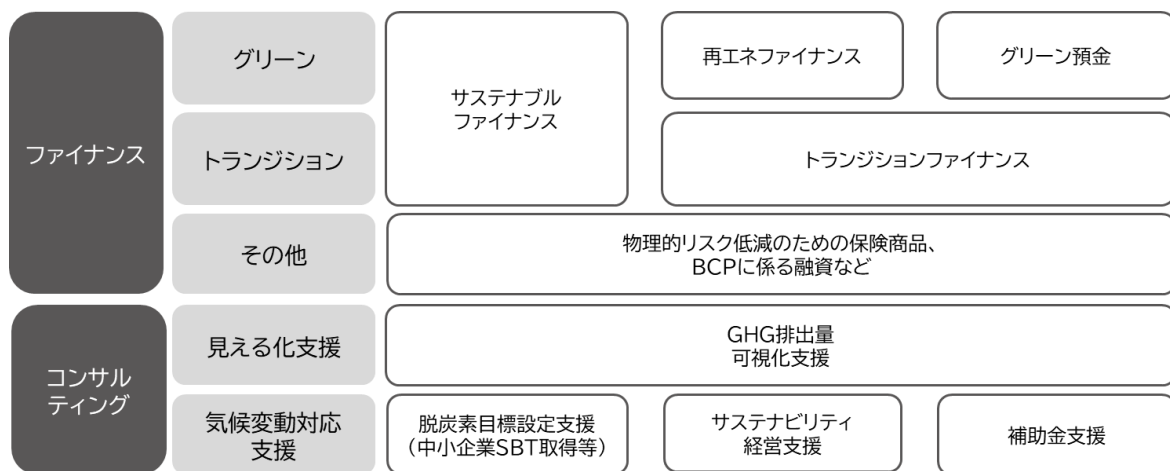


図 4-2 エンゲージメント先に提供可能なファイナンスやコンサルティングの全体像

ファイナンスとしては、サステナビリティ・リンク・ローン(SLL)、グリーンローン、トランジション・ファイナンス、これらに含まれないより広義のサステナブルファイナンス(ポジティブ・インパクト・ファイナンス(PIF)等)などの多様な金融商品により、再エネ導入や脱炭素に向けた設備投資等に対する資金への提供が考えられる。エンゲージメント先のニーズを踏まえつつ、自行庫が提供できるソリューションを提示する。

ファイナンス支援では、エンゲージメント先がサステナブルファイナンスでの資金調達のメリットを感じられず、その利用に踏み出せないこともある。サステナブルファイナンスを進める際には、グリーンニアム(グリーンボンド等で同じ発行条件の普通債と比較して価格が高く利回りが低くなること。投資家が普通債よりもグリーンボンドの将来価値を高く見積もることで低い利回りが許容されることから生じる)による資本コストの引下げや IR 効果等、利用するメリットをわかりやすく説明する必要がある。

コンサルティング(アドバイザー)としては、GHG 排出量可視化支援、脱炭素目標設定支援、サステナビリティ経営支援等が考えられる。

コラム:ソリューションの例(広島銀行)

ひろぎんグループでは、以下のようなソリューションを提供している。

- 設備導入等カーボンニュートラル実現に向けた対応にかかる資金調達支援(サステナビリティ・リンク・ローン等)
- リースによる脱炭素設備、発電設備、蓄電・エネルギー転換設備等の導入
- ESG データの集計・分析システムの導入やエネルギー基準を満たしたデータセンターの活用
- 社内教育強化に向けた高度人材等の紹介

Step 4.4 エンゲージメント先の関心を喚起

Step3.1～Step3.3 での取引先へのドアノックの結果、気候変動対応やサステナビリティに関心がない先については、まずは関心を持ってもらえるように、情報提供や対話を進める必要がある。

気候変動対応やサステナビリティの必要性を理解し、関心を持ってもらうためには、エンゲージメント先が関心を持っている事項に気候変動やサステナビリティの観点を結び付け、説明することが有効である。

エンゲージメント先にサステナビリティ対応の価値を感じてもらうためのアプローチとしては以下のようなものが考えられる。

- エンゲージメント先にとっての直接的なメリットを提示する。
 - 例:『脱炭素』のための『CO₂ 排出量把握・削減』を進めようとするのではなく、エネルギー価格高騰への打ち手(コスト対策)という切り口からの『エネルギー使用量の把握と削減』をメリットとして提示する。
 - エンゲージメント先の関心が高い情報を提供する
 - 例:中堅・中小企業の経営者も関心が高い、業界トップの企業の動向(今後業界がどうなっていくか)に関する情報を提供する。
 - 例:環境対応をブランド価値化し、他社との差別化戦略として取り組んでいる(成功している)企業の事例を紹介する。
 - ◇ 大川印刷では、「環境印刷で刷ろうぜ」を掲げて再生可能エネルギーの導入等のサステナビリティへの取組を実践しており、多くの表彰等を受けている。
- (参考)大川印刷ホームページ:<https://www.ohkawa-inc.co.jp/>

また、エンゲージメント先に、気候変動対応やサステナビリティへの取組の必要性を感じてもらうために、地域金融機関と地域のリーダー企業や行政が連携し、エンゲージメント先に対して様々な方向からエンゲージメントを行うことも有効と考えられる。

コラム「面的エンゲージメントによる関心の喚起」(北國銀行)

取引先へのドアノックの結果、多くの取引先にとって、気候変動は差し迫った優先課題ではないため、取組の必要性を感じていないことを実感。

取引先に取組の必要性を感じてもらうためには、地域リーダー企業や行政等との協業により、地域内での面的な取組へと広げていくことや、対個社及び対リーダー企業・行政へと、双方向から働きかけを行う「ハイブリッド型アプローチ」を進めていくことが必要と考えた。

5. 金融機関としてのエンゲージメント戦略の策定

個別取引先に対するエンゲージメントがある程度進んできた段階で、その内容や状況を踏まえて経営戦略・気候変動対応方針等と接合させた、金融機関としてのエンゲージメント戦略(マクロ戦略)を策定する。金融機関としてのエンゲージメント戦略は、エンゲージメント対象や取引先へのサポートメニューをどのように設定するかは事業戦略と関係することから全社の経営戦略と、エンゲージメントはファイナンス・エミッション削減に向けた重要な手段であることから気候変動対応方針と関係が深く、それぞれとの接合を意識した戦略を検討する必要がある。その際、金融機関のポートフォリオとしての脱炭素情報の管理や、その推進に向けた自治体・サプライチェーン単位でのエンゲージメント等も視野に入れて検討することも一案である。

なお、本章では GFANZ の公表資料等をもとに金融機関のエンゲージメント戦略として検討すべき観点を記載するが、メガバンク等を含む多くの金融機関において金融機関としてのエンゲージメント戦略はまだ検討中で開示もされていない状況であり、本章で記載している内容について、取組当初の段階で全て対応する必要はなく、まずは検討する際の観点として理解することが望ましい。

また、金融機関としてのエンゲージメント戦略は経営戦略との接合から、セクター別の対応まで幅広く含まれている。エンゲージメントの意義を経営戦略に即して検討しつつ、ポートフォリオにおいて重要なセクターを特定し、そのセクターに特化した戦略を検討することは、ファイナンス・エミッション削減に向けた一歩となる。

本ガイダンスでは、金融機関としてのエンゲージメント戦略の策定について、以下の流れで取り組むことを想定して解説する。ただし、上述の通りここに示すのはあくまでも検討の観点であり、各金融機関の状況に応じて必要なものをピックアップすることが望ましい。また、エンゲージメント自体の推進と異なる部署(経営企画等)が主導することも考えられるため、まずはどのような体制で検討していくか整理してから着手することが望ましい。

Step5.1 経営戦略と接合した検討を開始

Step5.2 金融機関としてのエンゲージメント戦略と KPI を設定

Step5.3 金融機関としてのエンゲージメント戦略を実行(PDCA)

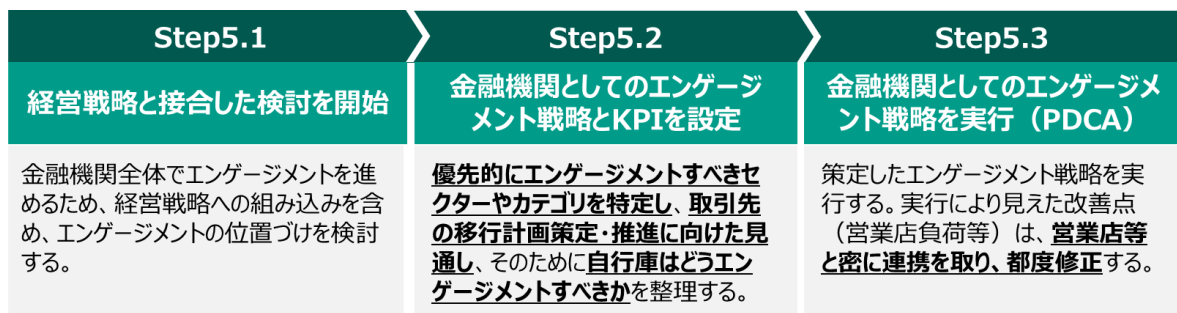


図 5-1 Step5 金融機関としてのエンゲージメント戦略の策定の流れ

Step 5.1 経営戦略と接合した検討を開始

まず、金融機関としてのエンゲージメント戦略を検討する際には、経営戦略におけるエンゲージメントの位置づけを検討する必要がある。Step5.1 では経営戦略への組み込みの方向性を検討する。

(1) エンゲージメントを実施する意義の整理

エンゲージメントの位置づけを検討するにあたり、まずは自行庫がエンゲージメントを進めることで、自行庫にとってどのようなメリットがあるのか整理する必要がある。そのメリットが、どう経営戦略へ接合するのか整理が必要である。以下に考え方の一例を示す。

エンゲージメントを実施する意義(例)

- 取引先とのリレーションの向上
 - 取引先のエンゲージメントを通じた脱炭素支援を進めることで、取引先とのリレーションが深まる
 - リレーションが深まった結果、例えば新たな設備投資が検討された際に、資金調達について他の金融機関に先んじて相談が来る
- 取引先の企業価値向上
 - 銀行が支援した設備投資によって取引先の事業が拡大し、取引先の企業価値向上に資する
- 与信残高の拡大
 - サステナブルファイナンスの実行に伴って与信残高が増加する

上記のような整理をし、エンゲージメントが金融機関の経営上有意義であると理解した上で、経営戦略上の位置づけの検討を始める。

(2) エンゲージメントと経営戦略の位置づけの整理

(1)エンゲージメントを実施する意義を整理した上で、経営戦略や価値創造プロセスとの接合を検討する。特に価値創造プロセスとの接合では、取引先や地域社会に対する提供価値として、具体的に脱炭素に向けたエンゲージメントがどう貢献するかを、営業部門なども含めて検討すると実態に即した戦略となる。

エンゲージメントと経営戦略の位置づけの整理と併せて、自行庫の気候変動対応方針やサステナビリティ方針との接合を検討する。自行庫の気候変動対応方針はエンゲージメント推進担当部署と別の部署が対応している場合もあるので、必要に応じて連携しつつ整理する。

コラム:

経営戦略上のエンゲージメントの位置づけ(第一生命ホールディングス)

第一生命では、価値創造プロセスのアウトカムに地球環境、地域・社会を挙げている。具体的には、「投融資先やステークホルダーとの協働を通じて、脱炭素社会への移行を加速」の方針のもとに、Scope1・2、ファイナンスド・エミッションの削減、気候変動投融資額、自治体との連携掲げている。

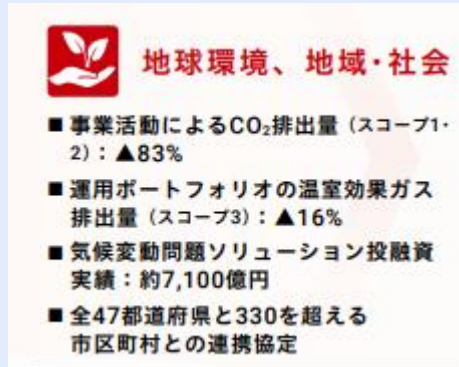


図 5-2 価値創造プロセスのアウトカム(地球環境、地域・社会のみ抽出)

出所)第一生命ホールディングス「統合報告書 INTEGRATED REPORT 》2023」、https://www.dai-ichi-life-hd.com/investor/library/annual_report/2023/pdf/index_001.pdf(閲覧日:2024年3月14日)

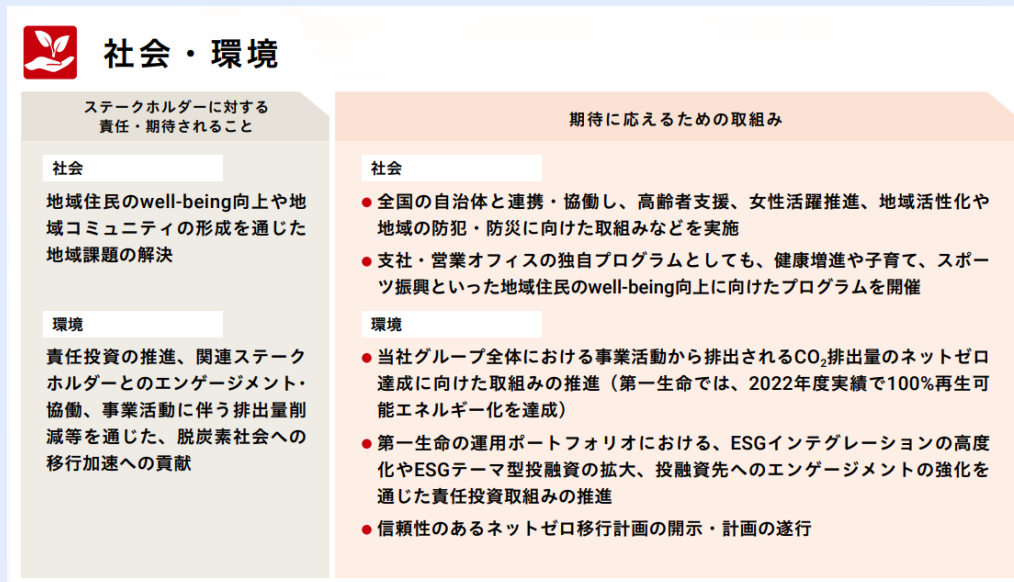


図 5-3 ステークホルダーからの期待と取組(社会・環境のみ抽出)

出所)第一生命ホールディングス「統合報告書 INTEGRATED REPORT 》2023」、https://www.dai-ichi-life-hd.com/investor/library/annual_report/2023/pdf/index_001.pdf(閲覧日:2024年3月14日)

コラム:

経営戦略上のエンゲージメントの位置づけ(三菱 UFJ フィナンシャル・グループ)

三菱 UFJ フィナンシャル・グループは、価値創造プロセスを実行することで、「ステークホルダーへの価値」を提供すると整理している。

具体的には、「環境変化を捉え、当社の強み活かした事業活動により、お客様の課題解決を金融面・非金融面の双方からサポートする」ことをお客さま・パートナー向けの取組方針とし、その取組の一つとして「外部パートナーと連携の上、お客さまの脱炭素化に向けたエンゲージメント 国内外1,500社」を掲げている。

こうしたステークホルダーへの価値に向けた取組を行うことで、財務資本、人的資本、知的資本、社会関係資本、自然資本のアウトカムを得る流れと整理している。




お客さま・パートナー		取り組み
取組方針		● 各事業本部の取組  P93-106
環境変化を捉え、当社の強みを活かした事業活動により、お客さまの課題解決を金融面・非金融面の双方からサポートする		● 外部パートナーと連携の上、お客さまの脱炭素化に向けたエンゲージメント 国内外1,500社  P71
		● お客さまから寄せられたご意見 約18万件 ^{*1} 、うちサービス改善事例 214件 <small>*1 銀行、信託、MUMSS、ニコス、アコム</small>

図 5-4 ステークホルダーへの提供価値と影響(お客さま・パートナーのみ抽出)

出所)三菱 UFJ フィナンシャル・グループ「MUFG Report2023」、
https://www.mufg.jp/dam/ir/report/disclosure/pdf/ir2023_all_ja.pdf(閲覧日::2024年3月14日)

Step 5.2 金融機関としてのエンゲージメント戦略と KPI を設定

金融機関としてのエンゲージメント戦略(マクロ戦略)を策定するための具体的な検討事項として、優先的にエンゲージメントすべきセクターやカテゴリを特定し、取引先の将来像を検討し、そのために自行庫はどうエンゲージメントすべきかを整理する。具体的な内容については、表 1-1 を参照。また、PDCA サイクルを回すための KPI の設定も行う。

ここでは、開示のための対応ではなく、取引先の脱炭素を実行的に進めるための戦略として下記の(1)~(5)の取組を想定する。

(1) 優先的にエンゲージメントすべきセクターやカテゴリの特定

優先的にエンゲージメントすべきセクターやカテゴリ特定の考え方は、Step 2.2 を参照。

Step 2.2 は個別の観点に基づきエンゲージメント先を選定したが、本ステップでは改めて、ポートフォリオの脱炭素化を目指す観点から、優先的にエンゲージメントすべきセクターやカテゴリを選定することを想定する。

(2) 優先的にエンゲージメントすべきセクターやカテゴリの気候変動対応状況の把握

まずはエンゲージメント先のセクターの現状を把握するために、ファイナンスド・エミッションの計測・推計に加え、営業店等がエンゲージメントを通じて得た結果をセクターやカテゴリ全体で整理する。取引先の対応状況の収集では、通常のエンゲージメントに加えてアンケート調査を実施する等も有効である。

また、エンゲージメント先にとっては、気候変動は多数ある経営課題の一つという位置づけになることも一般的であるため、気候変動のみにこだわらず、サステナビリティ全体について状況を把握することも重要である。

こうした情報収集を経て、エンゲージメント先がどういった企業を目指すのかといった点を、経理・財務的な面に留まらず、サステナビリティや会社経営全体という観点から複合的に捉えられると、Step1.~4. で記載する個別取引先に対するエンゲージメント戦略(ミクロ戦略)においても、各々の企業の目指す姿に応じた提案が可能となる。

アンケート項目例

- 再生エネルギー・グリーン電力・省エネ機器の導入状況
- エンゲージメント先が排出する GHG 排出量の把握・削減に向けた取組状況
- 環境基本方針や、環境関連の認証取得状況

(3) 必要な KPI の整理

(2)で分析した実績を踏まえ、将来的に各セクターにおいて脱炭素化を実現していくための道筋を整理するための KPI を設定する。KPI は GFANZ をはじめ複数の機関が指標を提示している。本ガイドンスでは、GFANZ が提示している指標の中で、比較的利用しやすい Maturity Scale を例に紹介する。また、エンゲージメントの実施に焦点を当てた指標も整理する。

コラム:GFANZ で公表しているポートフォリオ管理指標

GFANZ では金融機関のポートフォリオを脱炭素に向けて管理する資料をいくつか公開している。バイナリーターゲット(取引先が SBTi の認証を受けている必要がある)や ITR(分析結果は主に上場企業)などは、取引先が中小企業となる地域金融機関では難易度が高い。

一方、Maturity Scale Alignment は、たとえ取引先が中小企業であったとしても、企業ごとに半定性的に判断すればよいため、実現可能性が高い。

表 5-1 GFANZ で公表しているポートフォリオ管理指標

手法	概要	利用例
バイナリーターゲット計測	<ul style="list-style-type: none"> ネットゼロを宣言した取引先の比率を用いてどの程度ネットゼロに向けた削減が進むかを判断 	<ul style="list-style-type: none"> SBTi ポートフォリオカバー率
ベンチマーク乖離モデル	<ul style="list-style-type: none"> 炭素強度などの指標に関してベンチマークを設定して、ベンチマーク対比で進捗を管理 業種によって脱炭素の難易度が異なることから、ベンチマークの推移をシナリオごとに適切に設定するには専門機関による検討が必要 	<ul style="list-style-type: none"> SBTi 部門別脱炭素アプローチ TRI
温度スコア	<ul style="list-style-type: none"> ポートフォリオがどの程度目標と整合しているかを「温度スコア」という指標で管理 例えば ITR では、世界の温度上昇を 2℃以下に抑えるために必要となる炭素収支を決めた上で、残された炭素排出許容量を各産業に炭素予算(Carbon Budget)として分配し、それを超えると予算超過とみなす 	<ul style="list-style-type: none"> ITR (Implied Temperature Rise) MSCI Temperature Scoring Methodology
Maturity Scale	<ul style="list-style-type: none"> 複数の定性・定量的な評価項目を設定し、ポートフォリオの各企業について、各評価項目の適合度を確認 IIGCC の例では、目標を設定しているかなどの 10 のクライテリアを設定し、すべてのクライテリアを満たす企業を Net zero、一部のクライテリア(クライテリア 1-6)のみ満たす企業を aligned とするなど、取引先企業の努力を段階的に評価する手法を提示 	<ul style="list-style-type: none"> IIGCC (Institutional Investors Group on Climate Change)

出所)GFANZ 資料より三菱総合研究所作成

1) エンゲージメント先の気候変動対応進捗を確認する指標例

エンゲージメント先の気候変動対応進捗状況を、全体で整理する指標の一つに「Maturity Scale」がある。Maturity Scale は、脱炭素の進捗状況を、定性的・定量的な評価基準に基づくスケールを使用して、スコアやラベル等を割り当てる。スコアの指標例として「aligned」「aligning」「aligning に取り組んでいる」「取り組んでいない」などで管理する。脱炭素へ移行予定の先を増やすことで、①自行庫の脱炭素へ取組が加速、こういった先とのリレーションを構築することで、②事業転換時の融資に繋がる。

参考:「aligned」と「aligning」

- 「aligned」: パリ目標を既に達成している先
- 「aligning」: 達成するにあたり十分な移行戦略を立て実施している先

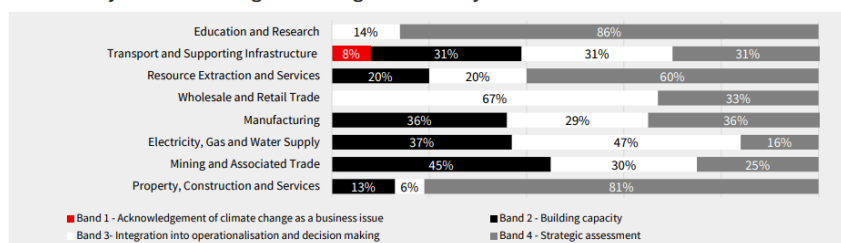
これらを経年でモニタリングすることで、エンゲージメント先の気候変動対応状況を管理できる。

コラム: エンゲージメント先の気候変動対応進捗を確認する指標での開示事例 (National Australia Bank)

National Australia Bank では、GHG 排出量の多いセクターについて、取引先企業の脱炭素状況を分類・開示している。成熟度は以下の通り。

- Band0: 気候変動がビジネスリスクだと認知していない
- **Band1**: 気候変動がビジネスリスクだと認知している
- **Band2**: 対応中
- Band3: 統合的な施策と意思決定をしている
- **Band4**: 戦略的に評価している

Figure 2: Transition maturity of 100 of our largest emitting customers by sector⁽¹⁾



(1) The Diagnostic assists in the classification of transition maturity in the following bands: 0 - Unaware of (or not acknowledging) climate change as a business issue, 1 - Acknowledgement of climate change as a business issue, 2 - Building capacity, 3 - Integration into operational decision making, 4 - Strategic assessment. Note, no clients were assessed at the '0' level of maturity. Percentage breakdown per sector may not sum to 100 due to rounding.

図 5-5 GHG 排出量の多いセクター内の規模が大きい先 TOP100の気候変動進捗状況

出所) National Australia Bank「Climate Report 2023」

<https://www.nab.com.au/content/dam/nab/documents/reports/corporate/2023-climate-report.pdf> (閲覧日: 2023年11月17日)

2) エンゲージメントの実施に焦点を当てた指標例

エンゲージメントの実施に焦点を当てた指標として、エンゲージメント件数が挙げられる。また、エンゲージメント件数だけでなく、どのような職位の人にエンゲージメントしたか、といった指標を利用している例もある。

コラム: エンゲージメントの実施に焦点を当てた指標例(北國銀行)

北國銀行は、優先セクターのエンゲージメント件数目標を設定。数年後までを見越して、今年度は3セクター、来年度は6セクター、再来年度は10セクターを視野に入れてエンゲージメントに着手している。今年度は各セクターの与信上位10社をリストアップしエンゲージメントを実施している。

コラム: エンゲージメントの実施に焦点を当てた指標例(UBS)

UBSはセクター別、地域別のエンゲージメント割合は、国内の金融機関でも開示しているケースが多いが、これらに加えて「どのような職位の人にエンゲージメントしたか」も開示。

職位が高い人へエンゲージメントを実施することにより、企業全体への訴求力がより高まることから、開示していると思料。

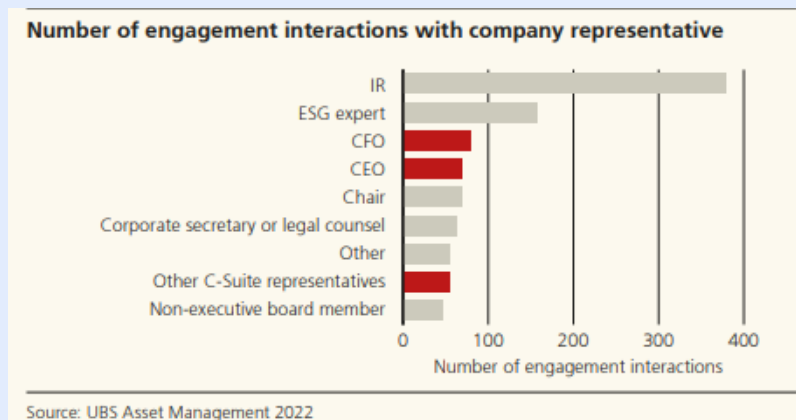


図 5-7 エンゲージメント件数・エンゲージメント職位での開示

出所)UBS Asset Management「Stewardship Annual Report 2022」,
<https://www.ubs.com/global/en/assetmanagement/capabilities/sustainable-investing/stewardship-engagement.html>(閲覧日:2024年3月15日)

(4) 全社としてのエンゲージメント支援

マクロ戦略として(1)優先セクターの特定、(2)対応状況の把握、(3)必要な KPI の整理を行うのと先行・並行して、2~4章で記載したミクロ戦略を実行することになる。ミクロ戦略でのエンゲージメントが進むと、営業店側から様々な支援要請が来るようになるため、エンゲージメントを効率的に進めるために全社としてどういった支援を行うべきかを検討する。

実際にエンゲージメントを進めていくようになると、ドアノックの段階、議論が進んだ段階など多様な段階にいる取引先向けの個別対応の要素が高まる。支援の一つとして、こうした先に対する情報提供を本部側で担うことも有効である(Step 4.4 の材料となる)。営業店が取引先とのリレーションを向上し、気候変動に関心を持った際に声をかけてもらえる関係を目指すために、他社事例や最新の動向に関する情報などをホームページ上で発信する事例もある。

コラム:ホームページ上での情報発信(NatWest)

NatWest では、取引先向けに様々な情報を発信している。気候変動関連では、コストカットによる訴求に加え Business Builder(新事業開発支援)や Business Insight(サステナビリティがどうビジネスに影響するか)に関する情報提供が強化されている。

これはコストカットに関連した営業が一巡したことによるものと考えられるが、新事業開発支援の一軸としてサステナビリティを捉えたり、既存事業への影響の一軸としてサステナビリティを捉えたりするような、サステナビリティの経営戦略への組み込みの支援が中心となりつつある。

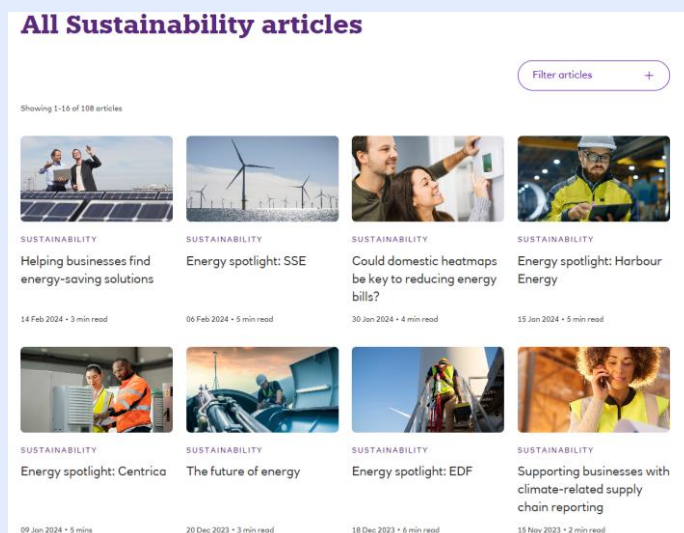


図 5-8 サステナビリティ関連記事(NatWest)

出所)NatWest「sustainability」
<https://www.natwest.com/business/insights/sustainability.html>(閲覧日:2024年3月26日)

(5) (1)～(4)を整理し、**個社・金融機関としてのエンゲージメント戦略を含めた全体の金融機関としてのエンゲージメント戦略を策定する**

Step1～4までの内容も踏まえて、エンゲージメント戦略に関連する内容を表 5-2 にまとめた。必ずしも全ての Step を実施するのではなく、自行内で既に取り組んでいる内容も勘案して、一部の Step のみについて整理・検討することも考えられる。

表 5-2 金融機関としてのエンゲージメント戦略のイメージ

	項目	内容例	参照先
金融機関としてのエンゲージメント戦略 (マクロ戦略)	エンゲージメント戦略の意義・目的	取引先とのリレーション向上、取引先の企業価値向上、与信残高の拡大、等	Step 5.1
	エンゲージメント対象	GHG 排出量の多い先、シナリオ分析での優先セクター、等	Step 2.2 Step 5.1(1)
	エンゲージメント対象の気候変動対応状況の把握	ファイナンスド・エミッションの計測・推計、営業店等がエンゲージメントを通じて得た結果のセクターやカテゴリ全体の整理、等	Step 5.2(2)
	エンゲージメントを管理する指標	Maturity Scale、エンゲージメント件数、等	Step 5.20
	実行体制	エンゲージメントの担い手整理	Step 2.3
	全社組織としてのエンゲージメント支援	サステナビリティ関連話題の提供、業界動向の提供等	Step 5.2(4)
個別取引先に対するエンゲージメント戦略 (ミクロ戦略)	ドアノック	ヒアリングを通じた取引先の脱炭素への関心度合いの把握	Step 3.2
	ドアノック後の対応に向けた準備	関心を示した先により踏み込んだ情報提供、金融機関が提供できるソリューションメニューの整備。また、その説明のための汎用提案書の作成、等	Step 3.3
	個社別戦略	気候変動関連課題の特定	Step 4.1
		GHG 排出量削減方法の検討	Step 4.2
GHG 排出量削減のサポート		Step 4.3	
エンゲージメント先の関心の喚起(継続的な対話)		Step 4.4	

参考:面的なエンゲージメント

エンゲージメントの手法として、個別取引先に対する検討だけでなく、サプライチェーンの上流企業や自治体と協業し、面的にエンゲージメントを進める方法もある(Step 4.4 のコラムも参照)。

サプライチェーン上流とエンゲージメントを進めることで、サプライチェーン上の脱炭素をサポートすることや、自治体と協業し脱炭素や事業転換が必要な先の補助金を構築すること等も考えられる。

コラム:面的なエンゲージメント実施例(中国銀行)

中国銀行は、岡山コンソーシアムの他、水島コンビナート発展推進協議会に参画(県がリード)。本会議は中小企業への情報提供や、支援体制の確立、取組方針の策定などを実施。

中国銀行は、本会議に参加することで、大手企業の脱炭素対応の動向を確認しつつ、それに基づいて中小企業に情報提供や支援を実施することが可能。

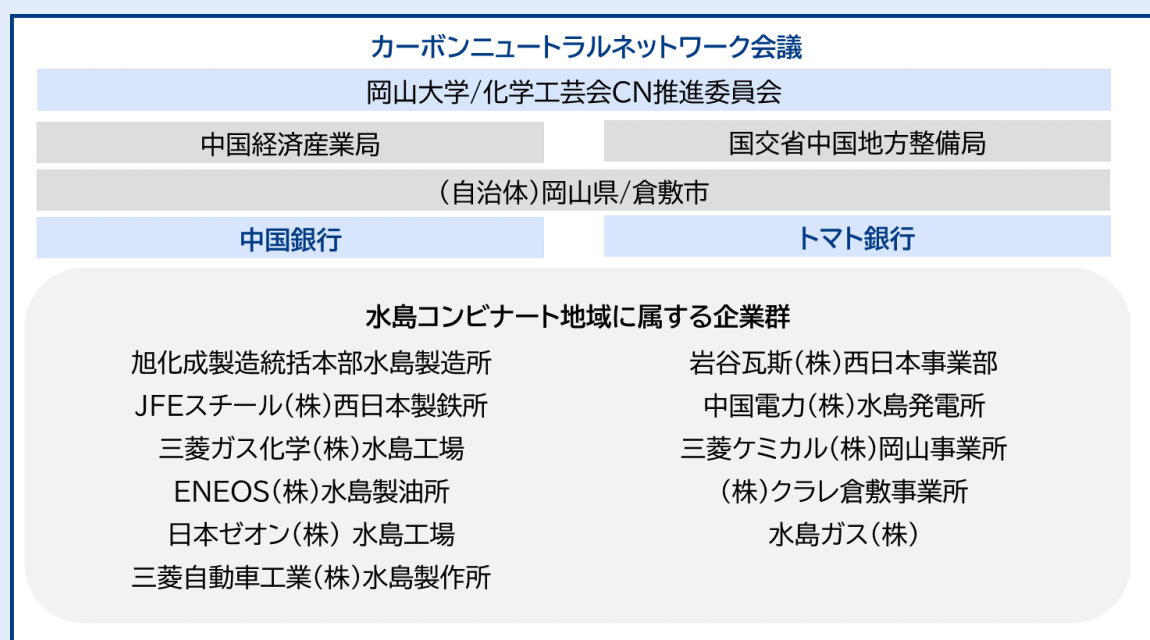


図 5-9 カーボンニュートラルネットワーク 構成図

出所)岡山県、第1回水島コンビナート発展推進協議会カーボンニュートラルネットワーク会議を開催しました、「参加団体」より三菱総合研究所作成、https://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/818067_7748922_misc.pdf (閲覧日:2024年3月27日)

水島コンビナート発展推進協議会では、コンビナートの脱炭素化を実現するためにエネルギー、マテリアル、省エネ省資源、CC(U)S等複数の技術メニューに対して導入予定を検討。これ以外にも、カーボンニュートラルレポート(CNP)専門部会等様々な活動を実施。

また、対応の方向性(①グリーン燃料及び原料の共通活用、②CO₂の分離回収および再利用・処理の共通化、③CNに資する製品の製造と供給)の促進のため、法整備や助成金の要請を行うなど、公的機関(県)が入っているもののロビー活動も行っている。(次ページに続く)

	技術メニュー（主な手段）	技術開発・実証実験			導入拡大・事業化に向けた取組の推進			
		2030年		2040年		2050年		
脱炭素エネルギー	水素混焼・専焼	ガスタービン用発電燃料（発電所及び自家発としての利用）						
	アンモニア混焼・専焼	NOx対策した石炭混焼/専焼設備発電、ナフサクラッカーでの活用						
	CO2回収（CCU）	メタネーション	水素とCO2からメタンを合成					
		合成燃料の活用	水素とCO2から液体燃料を製造					
	バイオマスの活用	植物や廃棄物等からバイオ燃料を製造						
	再生可能エネルギー	バイオマス発電、太陽光発電、風力発電（陸上、洋上）						
脱炭素循環マテリアル	製鉄プロセスにおける水素活用		Super COURSE50(還元剤のココスの一部を水素で代替) カーボンリサイクル高炉（ココスの一部をメタネーション由来のリサイクルメタンで代替） 100%水素直接還元プロセスの組合せ					
	CO2回収利用（CCUS）	MTO/ETO	メタノールやエタノールからオレフィン（エチレンなど）を生成					
		機能性化学品	CO2からポリカーボネート、ポリウレタン原料、DMC、メタノールなど生成					
		コンクリート	炭酸塩化を活用したCO2吸収コンクリート					
	プラスチックのケミカルリサイクル		廃棄プラスチックのケミカルリサイクル（油化/ガス化）、ゴムのリサイクル（サルファー等）					
	バイオマス	バイオナフサ	下流側の化成品合成					
		機能性化学品	バイオマスプラスチックを利用したバイオポリマー					
合成プロセスにおける低消費電力化		合成製品生成に必要な消費エネルギーの低消費電力化						
脱炭素に資する製品・素材の生産供給		電動車、高張力鋼板・高機能電磁鋼板、洋上風力発電設備用鋼板						
省資源エネルギー	オフガス利用		石油精製、ガス化学、製鉄等の工程で生じる副生水素活用(純度向上)、オフガスマタンの原料化 工業炉や高炉などでのオフガスの水素利活用					
	蒸気/排熱の利活用		一般廃棄物、産業廃棄物など（ガス化・油化できない）から得られる蒸気や廃熱の利活用					
	コンビナート内各設備の排熱利活用		合成製品生成に必要なエネルギーとして他設備の排熱活用					
	プロセス改革		大型電炉での高級鋼製造でCO2削減、石化の分離技術の省エネルギー化					
	CCUS		EGS(地熱増産システム)へのCO2活用、火力発電所(回収しきれないCO2)のCCUS活用(含EOR)					
CCS		CO2の埋設						

図 5-10 取組のロードマップ

出所)水島コンビナート発展推進協議会、カーボンニュートラルネットワーク会議「水島コンビナートの2050年カーボンニュートラル実現に向けた取組方針」、https://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/844719.8008638_misc.pdf
(閲覧日:2024年3月15日)

Step 5.3 金融機関としてのエンゲージメント戦略を実行(PDCA)

策定したエンゲージメント戦略を実行する。営業店の負荷等、実行により見えた改善点は組織内で連携を密に取って都度修正する。

効率的な運用体制

効率的な運用のため、取引先を脱炭素の優先度で分類し、対応者を変える(優先度が高ければエンゲージメント推進担当部署が、低ければ営業店が対応等)こと等が考えられる。効率的な運用を行うための一例を以下に示す。

効率的な運用体制例

取引先を脱炭素対応状況に応じて分類し、以下のような運用体制とする

- ① 本部が直接リレーションを取る先(優先度高)
- ② 営業店を中心に、本部が帯同し対応する先(優先度中)
- ③ 営業店の一部が対応(優先度低)



図 5-11 効率的な運用体制イメージ

出所)三菱総合研究所作成

おわりに

本ガイドンスでは、地域金融機関におけるエンゲージメントの実践について、ヒントや留意事項を提示した。「はじめに」に記載の通り、エンゲージメントの実施方法について共通の方法論は存在しない。

そのため、本ガイドンスでの記載内容はあくまでも標準的と考えられる検討内容及び取組手段の一例であることを念頭に各金融機関で工夫しながらエンゲージメントを進めていただきたい。本ガイドンスが、地域金融機関における取組を行う上での一助となれば幸いである。

添付資料

- 添付資料1. エンゲージメント実践事例(第四北越銀行、広島銀行、北國銀行)
- 添付資料2. ドアノックツール(ひな型)
- 添付資料3. 汎用提案書



環境省

事例集

金融機関におけるTCFD開示に基づくエンゲージメント実践ガイダンス 添付資料

事例掲載行（五十音順）

- 第四北越銀行
- 広島銀行
- 北國銀行

事例集の構成



項目	概要
①基本情報	基本情報、所在する地域の特徴及びTCFD開示における「戦略」の概要等、事例掲載行の背景情報を掲載
②取引先との対話に向けた準備	プログラムにおけるエンゲージメント実施スケジュール、エンゲージメント先の選定理由及びエンゲージメント実施方針等、取引先との対話に向けた準備としての方針を掲載。ガイダンス2章に該当
③取引先へのドアノック	ドアノックツール・汎用提案書の作成経緯、作成のポイント及び作成上の課題・留意点等、取引先へのドアノックに向けたツールの検討内容を掲載。ガイダンス3章に該当
④個別取引先に対するエンゲージメント戦略の策定	プログラムにおけるエンゲージメント実施内容、顧客反応及びエンゲージメント実施上の課題・教訓等、個別取引先に対してエンゲージメントを実施した内容と結果を掲載。ガイダンス4章に該当
⑤金融機関としてのエンゲージメント戦略の策定	金融機関としてのエンゲージメント戦略の検討状況及び検討上の課題・留意点を掲載。ガイダンス5章に該当
⑥今後の展望	今後の課題及び次年度以降のエンゲージメントの進め方等、エンゲージメントに関する今後の展望を掲載

※該当なし又は非公開の項目については、事例集への掲載は行っていない。

第四北越銀行

第四北越銀行

① 基本情報



■ 基本情報 (R5.9.30 現在)

本店所在地	新潟県新潟市中央区東堀前通七番町1071番地1
資本金	327億円
預金	8兆5,419億円 (譲渡性預金含む)
貸出金	5兆3,767億円
従業員数	2,981名 (銀行単体)
店舗数	204店舗 ※2023年12月11日現在

■ 所在する地域の特徴

- 事業基盤である新潟県は、本州の日本海側に位置し、地理や気候条件により、古くから農業が盛んなほか、米などの豊富な農水産資源を活用した米菓や水産加工品などの食料品製造業が広く認知されている。
- 充実した交通インフラや、金物の町として知られる三条市と燕市の県央エリア、世界遺産登録が期待される佐渡エリアのほか、花火大会、温泉地といった観光資源を有するなど、高いポテンシャルを持った地域である。

■ TCFD開示における戦略の概要

物理的リスク※

- 分析対象
第四北越銀行の全融資先（大企業・公金を除く）
- シナリオ
4℃シナリオに基づき100年に一度の大規模水害発生を前提に洪水被害を想定
- 分析手法
洪水により融資先の事業が停滞した際の売上減少額を推計し、信用コストを試算
- 分析結果（影響額）
96億円程度の信用コスト増加額を見込む

移行リスク

- 分析対象
電力セクター、食品セクター、不動産管理・開発セクター
- シナリオ
IEAの「持続可能な開発シナリオ（SDS）」と「ネットゼロ排出シナリオ（NZE）」
- 分析手法
対象セクターにおけるサンプル企業のBS/PLの将来予測（2021年～2050年）を実施し、同セクターに属する全企業に対して事業継続性を評価、移行に伴う費用を踏まえた債務者区分のシミュレーションを実施し、信用コストの増加額を試算
- 分析結果（影響額）
合計27億円程度の信用コスト増加額を見込む



■プログラムの参加目的

- 2024年3月期の有価証券報告書及び統合報告書など、TCFD提言に基づく「戦略」の情報開示において、本プログラムで実践したエンゲージメントを通じてリスクを機会に繋げた事例として開示する。
- エンゲージメントを通じた活動シナリオ・顧客向け提案内容のモデルケース作成を行う。

■エンゲージメント実施スケジュール

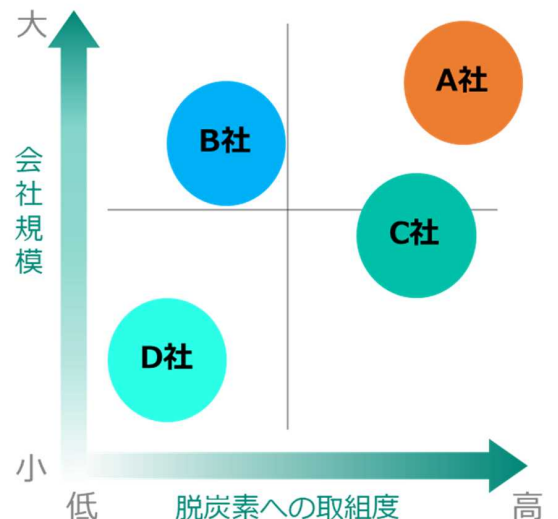
	実施項目	2023年					2024年					
		8	9	10	11	12	1	2	3	4		
個別	候補先の事業概要及び関心度整理 エンゲージメント仮説の設定	→										
	個別戦略検討・面談											
	A社									継続的に対話予定		
	B社											
	C社											
	D社											
汎用提案書作成												

面談結果を反映

■エンゲージメント先の選定理由・方針

- 本プログラムでは、「会社規模」と「脱炭素への取組度」の観点から、下記の4社を選定してエンゲージメントを実施。
- 本プログラムで得た知見をモデルケースとして他の取引先へ横展開することを想定し、会社規模や脱炭素への取組度に偏りがないように選定。

取引先	上場・非上場	業種	脱炭素への取組状況
A社	上場企業	製造業	GHG排出削減目標を掲げるなど、脱炭素への取組が進んでいる
B社	上場企業	小売業	上場企業ではあるが、脱炭素関連の取組・開示が進んでいるとは言えない状況
C社	非上場企業	製造業	取引先からの要請に備え、GHG排出量の算定及び削減計画を策定済みだが、具体的な取組については、検討段階
D社	非上場企業	製造業	プライム上場の取引先を有するも、脱炭素への意識が低い状況



会社規模は資本金を、脱炭素への取組度は取組内容や開示状況、経営陣の脱炭素への意識等を勘案してプロットしている

■ 個別取引先に対するエンゲージメント戦略

- 選定したエンゲージメント先に対して、個社毎にエンゲージメント戦略を策定し、それに基づいたエンゲージメントを実施。
- なお、本プログラムで対象とするエンゲージメント先は、既に一定程度のリレーションが構築された取引先であるため、今後のサステナブル対応やその支援の深掘りに焦点を当てた。

取引先	エンゲージメント戦略（当初）	面談相手	エンゲージメントの実施内容
A社	当社のマテリアリティ及び現状の取組内容を踏まえ、サステナブルファイナンスの活用を通じた対外PRや、海外展開支援に向けた情報提供を行う	経理部	<ul style="list-style-type: none"> IR効果等を踏まえ、既往のファイナンスを活用したポジティブ・インパクト・ファイナンスについて情報提供 当社の成長戦略に基づき、海外で開催予定の交流会案内
		経営企画部	<ul style="list-style-type: none"> 成長戦略やサステナビリティ戦略等について課題認識を共有するとともに、その課題解決に向けて当行アライアンス先を活用したソリューション情報を提供
B社	情報提供や役員向け勉強会、統合報告書作成に向けたコンサルティングを実施し、ガバナンス体制の整備や統合報告書の作成をサポート	社長室 開示担当	<ul style="list-style-type: none"> 有価証券報告書におけるサステナビリティ関連情報の開示に向けたニーズを確認し、同業他社の開示状況等や、シナリオ分析ツールの活用に向けた情報提供を実施 シナリオ分析ツールを活用し、拠点のリスク評価を共有
C社	気候変動の経営・事業への影響を把握し、取引先からの要請に備えてサプライチェーン排出量の算定、開示対応支援を行う	経営企画室	<ul style="list-style-type: none"> サステナビリティへの対応状況や、ポジティブインパクトファイナンスの活用に向けて、業界のインパクトやKPI等について意見交換
		経理グループ	<ul style="list-style-type: none"> 国が実施する大型補助金に関する情報提供 ポジティブインパクトファイナンスの活用について情報提供
		人事グループ	<ul style="list-style-type: none"> 当行グループ内のシンクタンク同席のもと、補助金に関する情報提供やディスカッションを実施し、人事制度の見直しについて意見交換
D社	SGDs宣言の策定支援やGHG排出量の算定支援、サステナブルファイナンスの提案を通して、脱炭素への取組状況を把握し、脱炭素経営に向けた支援を実施する	会長・社長 工場長	<ul style="list-style-type: none"> サステナビリティに関する課題認識を共有するとともに、GHG排出量の算定に向けて情報提供 従業員向け「SDGs研修会」を実施し、SDGs宣言の策定に向けた支援を開始

■ 個別取引先のエンゲージメントに対する顧客反応

- 必ずしも当初に策定した戦略通りにエンゲージメントは進捗しないものの、「企業規模」と「脱炭素への取組度」によってボトルネックとなる課題が異なることが明らかになった。

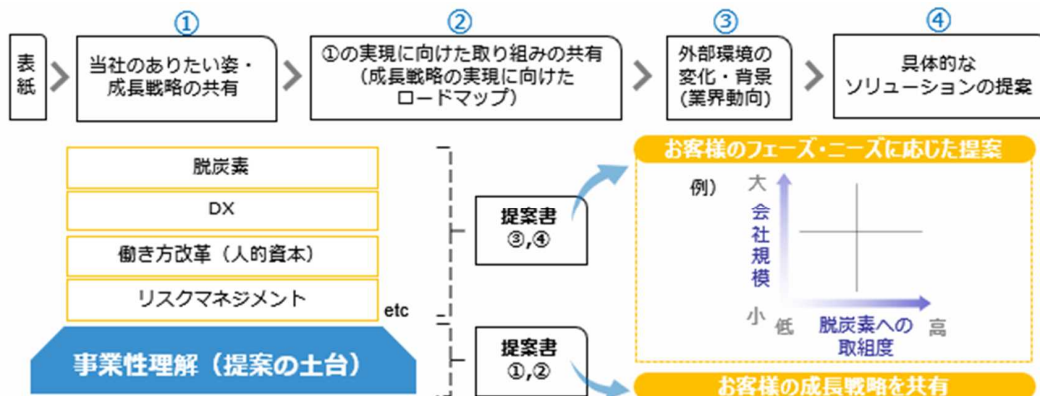
取引先	エンゲージメントに対する顧客反応	顧客反応に対する考察やエンゲージメント戦略の変化
A社	<ul style="list-style-type: none"> ポジティブインパクトファイナンスに関しては、費用対効果も勘案して決定していく必要があるとの認識 サステナブルファイナンスを活用することによるIR効果等について検証していく必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 既に脱炭素への取組を進めている企業に対するサステナブルファイナンスの提案にあたっては、そのIR効果やKPI等についてオーダーメイドでの提案が必要 当社のマテリアリティ及び成長戦略を踏まえ、当面は海外戦略に寄与する情報提供を実施し、次年度以降ではサステナブルファイナンスやGHG排出量削減に向けた対応のほか、人材育成についても情報提供を継続
B社	<ul style="list-style-type: none"> 投資家からの脱炭素に関する対応の要請はない サステナビリティに関する開示に対して積極的ではない印象 	<ul style="list-style-type: none"> 世界的な潮流や市場からの要請を踏まえたサステナブル対応の重要性を理解頂く必要がある 当面は有価証券報告書で求められる最低限の開示に取り組むため、それらの開示やシナリオ分析、炭素税・カーボンプレジット等の動向に関する情報を提供し、今後はサステナブルファイナンスの取組や統合報告書の作成支援等を目指す
C社	<ul style="list-style-type: none"> 本業においてグローバルにシェアを獲得していることからサステナビリティ意識が高く、実務担当者のレベルまで浸透している 一方で、取引先や業界への統一した対応が課題との認識 	<ul style="list-style-type: none"> 今後のエンゲージメント戦略については、左記の通り、サステナブルへの取組に積極的であり、特段の変化は無く、当初の想定通りに進捗 ただし、アライアンス先や当行グループ内のシンクタンクを活用するなど、自社内で不足しているリソースを補完するサポートが必要
D社	<ul style="list-style-type: none"> 取引先のプライム上場先から排出量算定有無等についての問い合わせがあり、サステナビリティに関する取組を進めていく必要があるとの認識 	<ul style="list-style-type: none"> GHG排出量算定には前向きであり、当初の想定通りに進捗 サプライチェーンからの脱炭素要請等、サステナビリティに取り組む意義について理解を促す必要

■エンゲージメント実施上の課題と教訓

<p>エンゲージメント実施上の課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素への取組度合いに応じて取引先に響く内容が違ふ 中小企業は、脱炭素化への対応はコストがかかるものと捉え、必ずしも脱炭素を最重要課題に設定していない 脱炭素化への対応の必要性を認識していても、取引先におけるリソース不足により取組が思うように進まない 上場企業のような会社規模の大きな取引先でも、投資家からの要請がない等でサステナビリティに関する取組に対して消極的なケースもみられる
<p>エンゲージメントの教訓 (アプローチ方法における留意点、エンゲージメントの効果上げる方法)</p>	<p>The matrix plots 'Company Size' (大/小) on the y-axis and 'Decarbonization Commitment' (低/高) on the x-axis. <ul style="list-style-type: none"> Top-Left (B): For companies with high commitment but small size, IR questions are common, and proactive engagement is needed. Example: 'Decarbonization = Cost, Decarbonization < Social Issue Solution'. Top-Right (A): For companies with high commitment and large size, understanding decarbonization importance is key. Example: 'Specific proposals for materiality/KPI'. Bottom-Left (D): For companies with low commitment and small size, setting decarbonization as a top priority is crucial. Example: 'Decarbonization = Cost, Decarbonization < Social Issue Solution'. Bottom-Right (C): For companies with low commitment and large size, starting engagement and providing support for resource gaps is key. Example: 'Information collection and supply chain requests'. </p>

■汎用提案書の構成

- 個別取引先へのエンゲージメントを踏まえ、脱炭素に限定せず、サステナビリティ全体をテーマとする汎用提案書を作成。
- 取引先の経営戦略（成長戦略・サステナビリティ戦略）とニーズに応じたコンテンツとすることで、「サステナビリティに取り組む意義」について理解を促す。



	各章の目的と想定する利用状況
① 当社のありたい姿・成長戦略の共有	<ul style="list-style-type: none"> 事業性評価（理解）の深化に向けたディスカッションに使用
② 上記の実現に向けた取組の共有（成長戦略の実現に向けたロードマップ）	<ul style="list-style-type: none"> お客様の成長戦略やサステナビリティ戦略、いわゆる「ありたい姿」を共有するとともに、その実現に向けて取り組むべき事項について方向性を示す
③ 外部環境の変化・背景（業界動向）	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素への取組感度が低位と思われる中小・中堅企業やサプライチェーンに上場先を持つ企業向けに使用 「企業がサステナビリティに取り組む意義」について理解を促す
④ 具体的なソリューションの提案	<ul style="list-style-type: none"> 提案書①～③を踏まえて、個別サービス（排出量算定・サステナブルファイナンス等）を提案する際に使用 既に個別サービスのニーズがある場合には、「提案書④」を単独で使用

③取引先へのドアノック

■ 汎用提案書のサンプル（一部抜粋）

- 面談相手や面談時間に応じて、部分的に抜粋して利用したり、柔軟に構成を変更したりすることを想定。

提案書①②

提案書③

提案書④

御社のありたい姿のご共有

<経営理念・経営ビジョン・成長戦略>

※抜粋

<目指す姿>

【記載ポイント（経営理念・目指す姿・重要課題）】
資料作成に当たっては、以下の方法等で該当項目の内容を確認し記載。

<重要課題>

・お客さまへのヒアリング
・お客さまの会社案内やホームページを確認（公開情報等も確認）等

成長戦略の実現に向けたロードマップ

<目指す姿・重要課題>

前頁に記載した「目指す姿」及び「重要課題」を記載

戦略テーマ	短期	中期	長期
【記載ポイント】			

【記載ポイント】
お客さまの中期長期の経営戦略に基づいて記載（脱炭素、DX等）

【記載ポイント】
お客さまとの対話を踏まえ、各戦略テーマに対する具体的な取り組みを記載

自治体の動向

新潟県は、県内において、地球温暖化を原因の一つとする気候変動の影響が顕在化しており、今後ますます深刻化するおそれがあるとして、2020年9月、県議会において、「2050年までに温室効果ガス排出量実質ゼロを目指す」とを表明

排出量実質ゼロの表明は、県内の基礎自治体にも広がってきている

2050年 二酸化炭素排出実質ゼロを目指す自治体

新潟県	新潟市	新潟市 新潟市	新潟市 新潟市
新潟市 新潟市	新潟市 新潟市	新潟市 新潟市	新潟市 新潟市

企業がサステナビリティに取り組む意義・背景

サステナビリティ経営に取り組むことで、様々なステークホルダーとの関わりにおいてポジティブに影響します。

サステナビリティ経営に取り組む意義

地域社会・自治体	法人取引先	個人取引先
SDGs/脱炭素への取り組みが入札時に評価される 地域からの評価が高まる	起債票をはじめとするサステナビリティへの取り組みを重視した取引先の選定	エンカルの消費の浸透 知名度の向上

ポジティブ・インパクト・ファイナンス

【ポジティブ・インパクト・ファイナンスの特徴】

【ポジティブ・インパクト・ファイナンスとは】
●ポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）とは、事業活動が環境・社会・経済に及ぼす「ポジティブな影響（社会的価値）」を積極的に分析・評価して融資することにより、ポジティブな影響の増大及びネガティブな影響の低減を促進するファイナンス手法のこと
※インパクト…組織の事業活動によって引き起こされる環境・社会・経済に対する変化のこと

【ポジティブ・インパクト・ファイナンス取得に向けた基本的な流れ】

①インパクトの特定 → ②インパクトの事業詳細 → ③インパクトの事前評価結果の確認 → ④融資実行 → ⑤融資終了後におけるインパクトの継続的検証

【ポジティブ・インパクト・ファイナンスのスキーム】

外部機関（環境・社会・経済に及ぼすインパクトを包括的に分析・評価）
環境・社会・経済に及ぼすインパクトを包括的に分析・評価
環境・社会・経済に及ぼすインパクトを包括的に分析・評価
環境・社会・経済に及ぼすインパクトを包括的に分析・評価

貴社におけるKPI（重要業績評価指標）の案

●貴社においてポジティブ・インパクト・ファイナンスを検討される場合、以下のようKPIが考えられます（実際の取組内容によっては、評価指標の見直しが必要となる場合があります）

	マテリアリティ	KPI
環境面		【記載ポイント】
社会面		お客さまの経営戦略や事業内容等に応じて想定されるKPIを記載する
経済面		

●KPIは「環境」「社会」「経済」の各項目から1つ以上設定していただく必要があります

10

⑥今後の展望

■ お客さまの将来の「ありたい姿」の実現に向けた支援

- お客さまの成長戦略・サステナビリティ戦略に資する支援（＝事業価値向上支援）に向けて、自行のこれまでの取組や、本プログラムでの活動内容を踏まえ、次年度は下図のとおり取り組む。
- 取組にあたっては、従来から実施している通り、脱炭素等のサステナビリティの観点をお客さまの成長戦略・サステナビリティ戦略を把握するとともに、将来の「ありたい姿」の実現に向けたサポートを実施する。
- また、純資産規模別に推進方法・行内担当者を分け、より会社規模にあった進め方を検討しつつ推進するとともに、営業現場において、これらのアプローチを通じた個別案件の推進による実践ならびに研修等の実施により人材育成を図っていく。

事業価値向上支援のイメージ

お客さまの成長戦略は、「販路拡大、設備投資、M&A」の3項目を切り口とし、サステナビリティ戦略は、「脱炭素、DX、人的資本（働き方改革）、リスクマネジメント」の4項目を切り口として把握するとともに、適切なソリューションを提供する

成長戦略の切り口
販路拡大、設備投資、M&A

サステナビリティ戦略の切り口
脱炭素、DX、人的資本、リスクマネジメント

事業戦略
ビジョンに向かうための事業の方向性・作戦のこと

経営資源
ヒト、モノ、カネ、情報

ありたい姿
ギャップ＝顧客ニーズ

課題解決
FGグループ協定、アライアンス先

純資産規模別アプローチ

カテゴリーⅠ 純資産30億円以上
カテゴリーⅡ・Ⅲ 純資産5～30億円未満
カテゴリーⅣ 純資産2～5億円
カテゴリーⅤ 純資産2億円未満かつ与信1億円以上
上記以外の企業

主な取組内容（2024年度）

上場企業	<p>中期経営計画や統合報告書（マテリアリティ）等に基づくオーダーメイドでの提案</p> <p>● M 売上拡大に向けた海外進出やM&A（買）支援</p> <p>● 大型設備計画に対するファイナンスの組成</p> <p>● 脱炭素経営支援</p> <p>● TCFD、CDP、統合報告書等の開示対応に対する支援</p> <p>● 地震等の災害対策支援（BCP計画の策定） etc</p>
中堅企業	<p>地域経済の底上げ及び雇用創出等を目的とした国策である中堅企業向けの大規模支援策の活用</p> <p>● 大型設備等に対する補助金活用の推進と資金ニーズの取込み</p> <p>● サプライチェーンからの要請に基づく脱炭素経営支援</p> <p>● 生産性向上に向けたDX投資のサポート</p> <p>● 人材の確保に向けた「健康経営優良法人」の取得サポートや人事評価制度の見直し、研修等の提供 etc</p>
中小企業	<p>“ありたい姿”の実現に向けた幅広い本業支援や大・中堅企業との連携による成長支援</p> <p>● 企業規模拡大に向けた大・中堅企業とのM&A（売）</p> <p>● 販路拡大に向けたBtoBマッチング支援</p> <p>● 大・中堅企業との取引開始・拡大に向けた脱炭素の取り組みサポート</p> <p>● DXによる生産性向上支援 etc</p>
取引の有る企業と上場企業と	<p>サステナビリティに関する取り組みを進めることで、サプライチェーンから排除されないようサポートする</p> <p>● サプライチェーンからの要請に対する対応サポート</p> <p>● 脱炭素に関する社内体制構築や、排出量算定支援 etc</p>

11

広島銀行

広島銀行

①基本情報



■ 基本情報 (R5.3.31現在)

本店所在地	広島市中区紙屋町1丁目3-8
資本金	545億73百万円
預金	8兆9,449億円
貸出金	7兆2,753億円
従業員数	3,246名
店舗数	国内本支店151 出張所9 海外事務所4

■ 所在する地域の特徴

- 地元4県(広島・岡山・山口・愛媛)は「自動車」、「海運・造船」に代表されるようにものづくりが盛んな地域(※地域特性上、温室効果ガス排出量が多い。)

■ TCFD開示における戦略の概要

物理的リスク	<ul style="list-style-type: none">➢ 分析対象 国内の事業性貸出先➢ シナリオ IPCC(気候変動に関する政府間パネル)のRCP8.5(4°Cシナリオ)及びRCP2.6(2°Cシナリオ)を含む複数のシナリオ➢ 分析手法 与信先の担保物件や事業所等の所在地・構造等に応じた影響度を推計➢ 分析結果(影響額) 2050年までに発生し得る与信費用増加額：最大55億円
移行リスク	<ul style="list-style-type: none">➢ 分析対象 電力ユーティリティセクター➢ シナリオ IEA(国際エネルギー機関)の2°C(未満)シナリオ及び4°Cシナリオ➢ 分析手法 移行シナリオに基づき、対象セクターについて将来の業績変化を予想し、格付や信用コストへの影響を推計➢ 分析結果(影響額) 2050年までに発生し得る与信費用増加額：累計65億円
機会	<ul style="list-style-type: none">・ 再エネ需要増加(電力・ユーティリティセクター)・ EVシフトの進展(自動車・部品セクター)・ モーダルシフト(海運セクター)



■プログラムの参加目的

- 昨年度より、ファイナンス・エミッション（FE）の算定を実施し、「現状把握」の次のステップとして「取引先のCO2削減に向けたエンゲージメントの実施」が必要と認識。
- 取引先の対応を促す有効なエンゲージメント方法(提案ツールや提案方法等のブラッシュアップ)の検討が必要と考え、本プログラムに参加。

■エンゲージメント実施方針

	2023年					2024年		
	8	9	10	11	12	1	2	3
個別	<ul style="list-style-type: none"> 提案先の現状の課題共有 今後の進め方の整理 		→					
	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント実施 次回対応事項の検討 			→				
	<ul style="list-style-type: none"> 当社内でのロードマップ作成 検討状況を確認 →適宜共有のうえ、必要に応じて助言等実施 				→	→	→	→
	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント結果の振り返り 							→
(今後の実施見通し)	● 自社検討状況に応じた支援内容を継続的に提案継続予定							
セクター別	<ul style="list-style-type: none"> 主要業種の課題共有 今後の進め方の整理 		→					
	<ul style="list-style-type: none"> 既存提案ツール修正の方向性検討 			→				
	<ul style="list-style-type: none"> 既存提案ツールの修正 無料算定ツール作成 				→	→		
	<ul style="list-style-type: none"> 修正提案ツールに基づく個社提案 (自動車3社及び製造、運送等4社) 						→	
	<ul style="list-style-type: none"> 提案結果の共有 							→
	<ul style="list-style-type: none"> 提案結果を踏まえた提案ツール修正 							→
(今後の実施見通し)	● 修正したツールをもって、FE上位業種を中心にエンゲージメントを実施							
全社	<ul style="list-style-type: none"> 弊社戦略に係る意見交換 		→					
	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント戦略の骨子(案)の検討 			→				
	<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント戦略の検討、具体化に向けた骨子(案)の策定 				→			
(今後の実施見通し)	● 融資ポートフォリオの移行計画の初期的なロードマップを策定・開示予定 ● 2024年度からの次期中計期間内においてアクションプランを段階的に具体化する方針							

■エンゲージメント先の選定理由・方針

- ◆ 業種（セクター）
 - FEの上位業種を選定
 - SDGsへの取組に関心がある先(関連サービス利用先やHP等で公表している先)を選定
- ◆ 個社
 - 本プログラム参加決定と同時期にロードマップ策定の相談を受けていたため選定（A社）

■エンゲージメント実施方針

		特徴・トピックス	脱炭素への取組意識/サプライチェーンからの脱炭素要請
個別	A社 (旅客運送業)	<ul style="list-style-type: none"> ● 地場大手の旅客運送業者 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2026年のTCFD開示に向けて、検討を始めた段階であり、ロードマップの策定に関心がある状況
	自動車部品製造業	<ul style="list-style-type: none"> ● プレス部品（Tier1） ● 樹脂部品（Tier2） ● Tier1向け試作品製造の計3社を対象 	<ul style="list-style-type: none"> ● 上場企業や大手企業と取引がある先もあり、脱炭素への取組意識は一定程度あるものの、脱炭素関連の取組・開示が進んでいるとは言えない状況
セクター別	その他 (衣類製造業、運輸業、土木業等)	<ul style="list-style-type: none"> ● FE上位業種を中心に、売上規模数億円～十数億円までを幅広く選定 	

■ ドアノックツールの作成

	作成経緯	作成のポイント	作成上の課題・留意点
汎用型ドアノックツール	<ul style="list-style-type: none"> カーボンニュートラルにかかる「背景」や「必要性」を理解する入門書的な位置づけとして作成 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な対応や当行での支援メニューを紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 一般的な内容の理解に留まっており、個社の取組を促すには至っていない
CO2排出量簡易算出ツール	<ul style="list-style-type: none"> 既存ツールでは訴求しきれていない、カーボンニュートラルへの取組の必要性について、「実際の排出量の算出」や「業種別に特化した情報を提供」することで、その取組を促すことを企図して作成 	<ul style="list-style-type: none"> 「燃料」と「電気」の使用量を入力 事業所別、合算分それぞれ算出 	<ul style="list-style-type: none"> 計測項目を絞っているものの無料で算出することは取引先から好反応
特定先への提案書		<ul style="list-style-type: none"> サプライヤーへの要請状況や業種別のCO2排出実績を掲載 	<ul style="list-style-type: none"> 内容が大手企業の情報中心となり、中小企業の情報が少ない

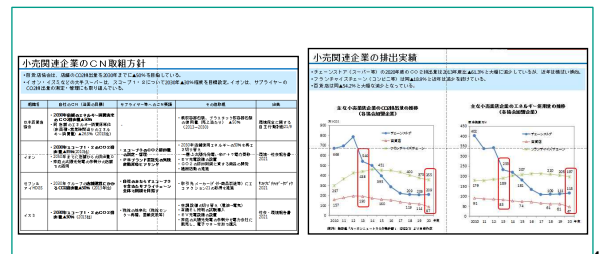
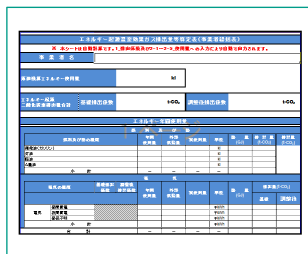
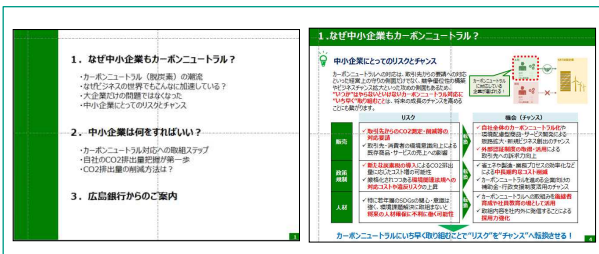
■ ドアノックツール（一部抜粋）

- 汎用ドアノックツール：中小企業におけるカーボンニュートラルの対応の必要性や取組方法の説明をするとともに、広島銀行における支援メニューも紹介
- CO2排出量簡易算出ツール：「燃料」と「電気」の使用量を入力することにより、事業所別、合算分のそれぞれのGHG排出量の簡易算出が可能
- 特定先への提案書：サプライヤーの要請状況や業種別のCO2排出実績を掲載

汎用ドアノックツール

CO2排出量簡易算出ツール

特定先への提案書



16

■ エンゲージメント実施内容・結果

- 個社別のエンゲージメントでは、エンゲージメント支援のノウハウ・知見の蓄積を目的として、ロードマップ策定に向けた提案を実施。全社における脱炭素への取組意義の理解促進が必要不可欠であり、ESGの取組と事業活動との連関を整理することで、経営計画への導入等、統合的な内外への発信が重要である。
- セクター別のエンゲージメントでは、取引先全体の脱炭素対応のステップアップを促すことを目的として、エンゲージメントツール・方法の検討を行った。現状支援ニーズがない場合であっても、要請があった場合に対応できるよう、継続的に対話を行うことが求められる。さらに、CO2排出量簡易算出ツール等を用いて取引先が具体的な削減に向けた取組をイメージしやすい提案を行うことが重要である。

	アプローチ方法 (面談者)	エンゲージメント実施内容	エンゲージメントによる顧客反応	顧客反応に対する考察	
個社別	A社 旅客運送業	経営企画室との面談 主幹1名、課長1名、担当1名 計3名	当社疑問点に対する回答を通じた対話及び下記取組の導入と、導入に向けた支援策として、 ①コンサル紹介②広島銀行の支援サービスを提案 ・ TCFD開示に向けたロードマップの策定 ・ 脱炭素への取組意義の社内浸透施策の検討 ・ 脱炭素を含む包括的なサステナビリティ経営計画策定	<ul style="list-style-type: none"> CO2排出量削減になぜ取り組むのかについて、経営陣以下従業員全員が理解することが重要との認識 脱炭素だけでなく、ESGの全般での中長期的な取組目的を経営計画に導入する必要性を認識 エンゲージメントの結果、経営陣の理解促進のため、経営陣向けの勉強会開催が決定 	<ul style="list-style-type: none"> 全社的に、脱炭素への取組意義が低いという認識を持っている ESGの取組と事業活動がどう結び付くかを整理し、統合的な内外への発信が重要との認識を持っている
セクター別	自動車部品製造業	3社との面談	「カーボンニュートラル対応にかかるご提案」及び「業界動向を踏まえた提案資料」を用い、対応状況とニーズを聴取	<ul style="list-style-type: none"> 取引先からの要請に応じ都度対応予定（現状支援ニーズなし） 自社で補助金を活用し取組を進めている 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの中小企業では「要請を受けから検討する」というスタンスに変化がないため、先行者利益を期待することができる
	その他 (衣類製造業、運輸業、土木業等)	4社との面談	「カーボンニュートラル対応にかかるご提案」及び「CO2排出量簡易算出ツール」を用い、対応状況とニーズを聴取	<ul style="list-style-type: none"> 上場・大手と取引がある先で対応未着手先は、CO2排出量簡易算出ツール・脱炭素コンサルに関心があつた 	<ul style="list-style-type: none"> CO2排出量簡易算出ツールの案内がコンサル提案につながった先もあり、定量情報を提供するなど、自社が具体的な削減に向けた取組をイメージしやすい提案が重要

17

■ エンゲージメント実施上の課題・教訓

	個社別（旅客運送業）	取引先全体
エンゲージメント実施上の課題	<ul style="list-style-type: none"> 検討初期段階においては、進捗が遅いため、面談時の提供情報の準備が課題 営業店担当者に継続的にエンゲージメントを実施してもらうため、長期的な成果に対する動機付けが求められる すぐに成果につながらない先に対して、営業店でどこまで対応するのか、担当者ごとのレベル感、熱意、費用対効果が課題 圧倒的な信頼関係の構築にもつながったものの、全先へ同様の対応はリソースが不足 	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素対応について、外圧・内発的動機とも働かない企業が大半であり、対話の糸口が掴めない ソリューションも一定程度の費用がかかるものが多く、脱炭素対応＝コスト増という認識が強い エンゲージメントすべき先が明確でない 営業店担当者の知見や、本部支援ノウハウの蓄積が必要
エンゲージメントの教訓（アプローチ方法における留意点、エンゲージメントの効果を上げる方法）	<ul style="list-style-type: none"> 議論の進展は遅いものの、対話を通じて当社の理解が促進され、脱炭素対応に向けた働きかけが可能となる 定期的なエンゲージメントには、脱炭素知識と他社事例、業界事例の情報収集が必要 レイヤー別の支援方法も明確化していくことが必要 営業店担当者の情報収集について、本部との役割分担を行うことが重要 	<ul style="list-style-type: none"> 中長期的には、“重点的にエンゲージメントすべき先（FE上位業種等を中心）”と、各層の担い手を明確にし、継続的なエンゲージメントを実践することで、個社別のニーズに応じたソリューション提供を行っていくことが必要 エンゲージメントの継続・深化には、ツール整備では足りず、営業店担当者の啓発・知識向上のための取組が必要

■ 金融機関としてのエンゲージメント戦略の検討状況

- エンゲージメント戦略を中心に、融資ポートフォリオのネットゼロに向けた今後の取組について検討を実施。

	これまで	今後（に向けた検討内容例）
Ambition	<p>野心</p> <ul style="list-style-type: none"> 「社会的要請への対応」が中心（＝外圧起点） 「当行グループ」と「お取引先」のCNの2軸 	<ul style="list-style-type: none"> 「社会的インパクトの創出」と「企業価値向上に向けた戦略的対応」を志向（＝内発的動機起点） 「地域」のCNを加えた3軸
Action	<p>実行戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> CO2見える化はビジネスマッチング対応 サステナ関連ソリューションを順次拡充 <p>エンゲージメント戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント対象先は、基本的に、営業店主体にて選定（＝ニーズ顕在化先が中心） 	<ul style="list-style-type: none"> CO2見える化(簡易版)の内製化検討 CN関連ソリューションの更なる拡充検討 <p>エンゲージメント対象先は、基本的に、本部主体にて選定（＝ニーズ顕在化先＋FE上位先等）</p> <ul style="list-style-type: none"> 特に、自動車・海運セクターは重点注力
Accountability	<p>指標と目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 2030年度までのスコープ1・2のCN達成 2050年度までのスコープ1～3のCN達成 2021年度から2030年度までの環境ファイナンス1兆円の累計実行 <p>ガバナンス（ケイパビリティビルディングを含む）</p> <ul style="list-style-type: none"> TCFD対応やCN関連目標の進捗等に係る取締役会・専門委員会でのモニタリング 社内研修・セミナーや情報発信の拡充 営業店支援担当の配置 	<ul style="list-style-type: none"> 地域のCNに関するKPIの設定検討 エンゲージメントに関するKPIの設定検討 CNエンゲージメント実践人育成に関するKPI設定検討 <p>FEに係る実効的なモニタリング態勢（PDCAサイクル）構築検討</p> <ul style="list-style-type: none"> 環境省「脱炭素アドバイザー」資格制度への取組み検討 <p>お取引先企業の経営者への腹落ち頂くには、営業店担当者がまず腹落ちしないと前に進まない</p>

■ 検討上の課題・留意点

- エンゲージメント実践状況の実効的なモニタリングの観点からは、ファイナンス・エミッションに加えて、融資ポートフォリオのネットゼロへの移行状況を表す指標設定が望ましいと考えられる。
 - 他方で、融資ポートフォリオの太宗を中小企業が占めることから、金融版SBTやGFANZ等で示される指標(融資ポートフォリオ企業のSBT取得状況、ネットゼロへの整合度合い等)の導入は、現状では困難。
- まずは成果指標ではなく、行動指標として、エンゲージメントや人材育成等の指標設定を検討中。

	具体的な指標	概要・具体例	
実体経済の脱炭素化を促進する取組に関する指標 削減貢献量等排出量の変化を表すものから、企業のトランジションを考慮する指標等が挙げられる。	特定の技術の活用を通じた削減貢献量	金融機関における活用方法として、資金調達者の特定の製品・サービスを通じて創出される削減貢献量を金融機関の削減貢献量として開示する方法が考えられる。	
	削減貢献量等排出量の変化を表すものから、企業のトランジションを考慮する指標等が挙げられる。	ネットゼロ目標やPII協定等と整合するポートフォリオの総額・割合	評価時点における金融機関の脱炭素社会への移行に向けた整合度を示す。金融機関が所望したい内容に沿って、何と整合したポートフォリオの割合を開示するかを選択することができる。
	気温上昇スコア	現在の投資ポートフォリオに含まれる企業の投資・コミットメント・削減目標がどの程度気温目標と整合しているかを評価する指標。	
	適格なトランジション戦略を持つ企業・プロジェクトに対するファイナンスの総額・割合	特に脱炭素社会の実現に向けて、多排出な製品・サービスを置き換え、トランジションや社会の脱炭素化を促進するような企業を支援する取組の指標として位置付けられる。	
	トランジション・ファイナンスによるGHG将来削減効果(資金使途特定型)	将来にわたって期待される企業におけるGHG削減量のうち、トランジション・ファイナンスによる削減効果を算定・開示することでトランジション・ファイナンスの貢献量を示す指標。	
金融機関の脱炭素化支援関連施策に係る実行力に関する指標 金融機関が策定した計画の進捗や実行度合を表す指標。戦略の実行から、エンゲージメントに関するもの、ガバナンスに関するものが挙げられる。	特定の低・脱炭素関連製品・サービスに関連する投資案件数や物理的指標	金融機関の保有資産(主に有価証券を想定。ただし融資も対象になり得る)に係る将来のGHG削減効果を標準的手法に基づき数値化する取組。2023年10月時点、開発途上におき、最終化に向けて議論を注視していく必要がある。	
	GFANZにおいて検討が進められている期待削減量(Decarbonization Contribution)	主要な方針としては以下のものが想定される。 - 化石燃料に関する方針 - 森林破壊に関する方針	
	ポートフォリオにおける金融機関の主要な方針	金融機関のネットゼロトランジション計画がどの程度実行されているかを表す指標。	
	ネットゼロトランジション計画と整合する金融商品の割合・数	気候関連のエンゲージメント対象とした企業の割合や数、投資総額をポートフォリオやテーマ、投資先企業の種類によって開示することが想定される。 - 企業だけでなく、関連するアカデミア・当局等との連携もエンゲージメントに含まれる。	
	気候関連のエンゲージメントを実施した企業の割合・数やその結果	想定される従業員・経営層の人数や割合に関する指標は主に以下が挙げられる。 - 気候関連の研修を完了した従業員・経営層 - 気候変動等の専門人材 - 報酬制度が目標達成と連動している経営層 - 気候関連での体制整備のための人的投資額	

エンゲージメントの**成果指標**としては、融資ポートフォリオ企業のトランジション(ネットゼロへの移行)に関する意識・行動変化等を考慮する指標が例示されている

エンゲージメントの**行動指標**としては、エンゲージメントの件数や人材育成等に関する指標が例示されている

北國銀行

①基本情報

■ 基本情報 (R5.3.31現在)

本店所在地	石川県金沢市広岡2丁目12番6号
資本金	26,673百万円
預金	4兆3,841億円
貸出金	2兆5,456億円
従業員数	1,533名
店舗数	104店舗 (うち、店舗内店舗:20店舗) ⇒ 拠点数は84店舗
備考	北國銀行は、北國フィナンシャルホールディングス (以下「北國FHD」) の中核地銀であり、北陸3県を中心に営業を展開する。持株会社傘下にはコンサルティング会社 (CCイノベーション) などの事業会社を擁する。

Quality Company, Good Company.



■ 所在する地域の特徴

- 石川県の産業は製造業が主体。全国と比較すると、宿泊・飲食サービスが特化している。

■ TCFD開示における戦略の概要

物理的リスク	<p>➢ 分析対象</p> 石川県内の事業性・与信先の建物 (本社及び担保物件) 石川県内の当社保有物件
	<p>➢ シナリオ</p> IPCCの2℃シナリオ及び4℃シナリオ
移行リスク	<p>➢ 分析手法</p> 営業停止による業績悪化に伴う引当金の増加額 洪水発生時の建物毀損額を調査
	<p>➢ 分析結果</p> <2050年までの与信費用増加額> 2℃: 約24億円 4℃: 約47億円 <当社建物の影響額> 2℃: 約1億円 4℃: 約2億円
物理的リスク	<p>➢ 分析対象</p> 与信額及び移行リスクの影響度合いを考慮し、「金属鉱業」「食品」「陸運鉄道/航空物流サービス」の3セクターの与信額上位10社で実施
	<p>➢ シナリオ</p> IPCCの2℃シナリオ
	<p>➢ 分析手法</p> 移行リスクを評価し、各社財務への影響を調査
移行リスク	<p>➢ 分析結果 (影響額)</p> <2050年までの与信費用増加額> 2℃: 約32億円 4℃: - (移行対応なし)

②取引先との対話に向けた準備

ガイドンス2章

■ プログラムの参加目的

- 地域脱炭素化に向け、個別企業との対話や働きかけ (エンゲージメント) を始動させる必要性を認識し、エンゲージメント戦略策定とグループ体制構築、具体的なアクション実施の契機として、本プログラムに参加。
- エンゲージメント先との対話を通じて課題を共有し、中長期的な協働関係を構築することを目指すほか、汎用型ドアンソックツールをブラッシュアップし、今後のソリューション提案につなげていく。

■ エンゲージメント実施スケジュール

実施項目	2023年					2024年			
	8	9	10	11	12	1	2	3	4
候補先の事業概要及び関心度整理 エンゲージメント仮説の設定	→								
セクター内優先3社との個社訪問			-----			2回目~継続協議		-----	
「簡易ドアンソックツール」作成とブラッシュアップ			-----					内容改善継続	
地域内有力企業への訪問					-----				
個社別提案書の作成、ブラッシュアップ								-----	
セクター別				-----					対象見直し訪問継続
セクター別								-----	
セクター別									来年度以降の策定を目指す
全社									来年度以降の策定を目指す
全社									来年度以降の策定を目指す

■ エンゲージメント先の選定理由・方針

◆ 業種（セクター）

- ・ 北國FHDのTCFD分析対象とした3セクター（金属・鉱業、陸運鉄道、食品）を選定

◆ 個社

- ・ 3セクターの与信上位各10社（計30社）をリストアップ
- ・ リストアップした企業のうち、高リレーション先（行内の3段階基準）を優先的なエンゲージメント先として選定（A・B・C社）
- ・ 上記3社のほか、サプライチェーンへの影響力の高い、地域有力企業等もエンゲージメント先として選定（D・E・F社）

■ エンゲージメント実施方針

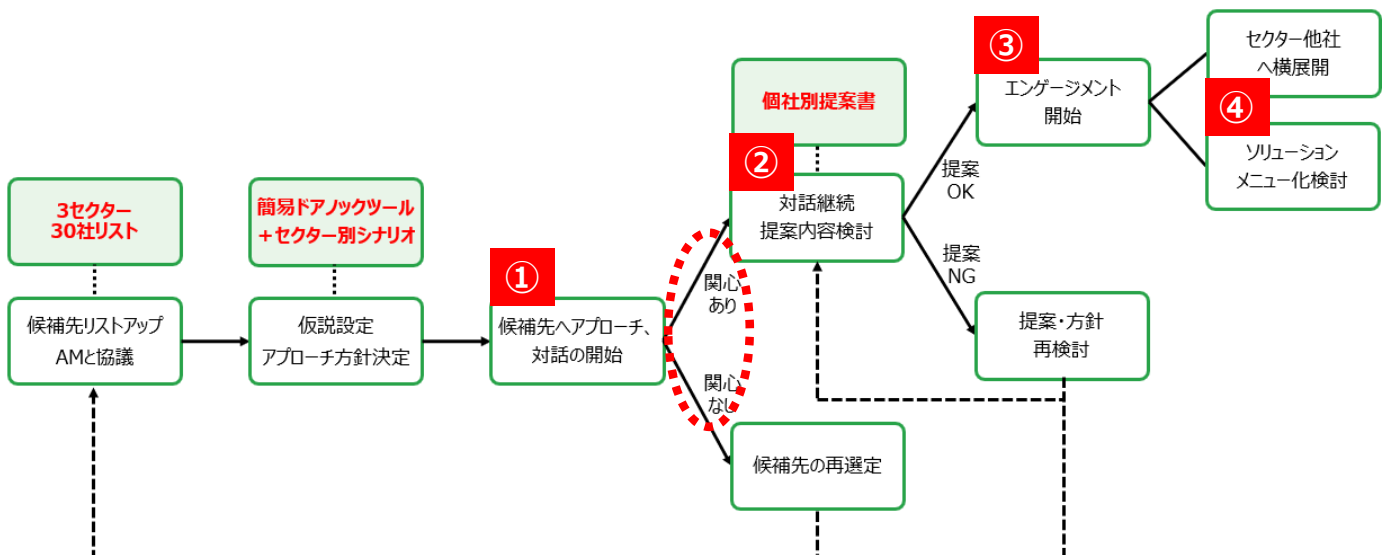
	業種	特徴・トピックス	サプライチェーンからの脱炭素要請
A社	食品（製造業）	・大手スーパーや調味料メーカーとの直接取引あり ・海外からの飼料の輸入あり	× （特段なし）
B社	金属・鉱業（製造業）	・国内外大手企業との直接取引あり	△ （形式的なアンケートはあり）
C社	食品（製造業）	・大手スーパーや加工業者との直接取引あり ・海外からの原材料輸入あり ・SDGs宣言は実施済	△ （取組状況アンケートはあり）
D社	陸運鉄道（運送業）	・日用雑貨品等を配送 ・全国に配送拠点を展開	× （特段なし）
E社	繊維（製造業）	・海外メーカーとの取引あり	○ （海外企業からの要請あり）
F社	機械（製造業）	・大手自動車メーカーとの取引あり	× （特になし）

24

■ エンゲージメントの進め方

個社のエンゲージメントにあたっては、下図の流れでアプローチを行うこととした。アプローチのポイントは以下のとおり。

1. ドアノックツールを用いて、まずは関心を惹起し、対話するところから着手
2. 「関心あり」の企業に対しては、個社別の提案書を用いて対話を継続（→「関心なし」の場合は候補先を再選定）
3. 提案内容に承諾を得た場合、本格的にエンゲージメントを開始（→承諾を得ることができなかった場合は、提案・方針を再検討）
4. 対応事例をセクター他社へ横展開し、取組企業を拡大。ソリューションメニュー化も併せて検討



25

■ ドアノックツールの作成

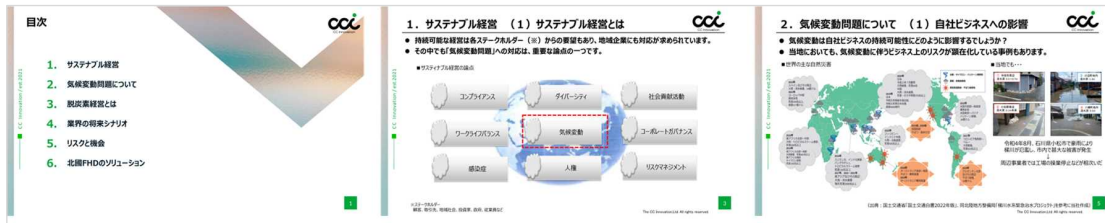
- エンゲージメントにあたって取引先と対話を効果的に行うためのツールとして汎用型のドアノックツールを作成した。作成にあたっての経緯・ポイント・課題・留意点は下記の通り。

作成経緯	作成のポイント	作成上の課題・留意点
<ul style="list-style-type: none"> ● 当地企業の現状を鑑み、仮説として「多くの企業において、脱炭素化は経営課題としての優先順位が低い（聞いたことはあるが、理解不十分）のではないかと考えた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● これまで具体的なアプローチ手段に乏しかったことから、まずはツールを用いて全体像について関心を持ってもらい、継続的な対話を通じて「他人事ではない」と認知してもらおうことを目指した。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 脱炭素化に対する対応状況や経営上の優先度は企業ごとに千差万別（興味関心も異なる）であることを前提に、できる限り分かりやすく、網羅的にポイントを押さえる内容となるよう留意した。

■ ドアノックツール（一部抜粋）

- サステナブル経営という広い概念から始め、その中の重要テーマである気候変動にフォーカスを当てる流れとしている。さらに、取引先に当事者意識を持ってもらうために、自社事業への影響や脱炭素要請事例、業界の将来シナリオを記載している。

<汎用型ドアノックツールイメージ>



■ 個別取引先のエンゲージメント戦略

- 顧客の関心度や取組状況に応じて、3段階で気候変動対応レベルを設定（下表参照）。レベル別にドアノックツールを用いた対話を実施した。

NO	項目	内容・目的 (目指す姿)	ドアノックツール（気候変動対応レベル別）		
			1.0 関心度：低	2.0 関心度：中	3.0 関心度：高
			理解	共感	実践
0	サステナブル経営 気候変動問題について 脱炭素経営とは	サステナブル経営の一論点として気候変動対応が自社ビジネスにどう影響するかを議論。脱炭素経営を自分事として捉えてもらう。	○	○	○
1	弊社の考える業界の将来シナリオ ・世界観（1.5℃、4℃） ・事業へのインパクト ・重要なリスク、機会	北國FHDが考える「セクター別の将来シナリオ（1.5℃、4℃）」を基に、考える事業リスクや機会を整理する。	◎	○	○
2	リスクと機会 ・リスク対応に向けてやるべきこと ・機会獲得に向けてやるべきこと	自社が気候変動に伴うリスクと機会にいかに対応すべきかを議論する。	↓	◎	○
3	北國FHDのソリューション ・3ステップアプローチ (知る⇒測る⇒実践する)	北國FHDの考えるソリューションの方向性をディスカッションし、現状の取組や将来に向けてどんな対応が必要かを整理する。	↓	↓	◎
			提案ステータスへ		

■ エンゲージメント実施内容・結果

- 優先3セクターの上位10社の中から選定したA社・B社・C社には、北國FHDにて独自で定めている気候変動対応レベルに基づいて、気候変動に係るリスクや機会に関して対話を行うべくエンゲージメントを実施。
- 一定程度の環境意識やTCFDへの理解はある一方で、経営や事業上の優先度は低いことから、脱炭素対応には消極的であることが分かった。今後の継続協議については、応諾を得られているため、引き続き対話を行っていく方針。

	エンゲージメントの目的	エンゲージメントによる顧客反応	顧客反応に対する考察
A社 食品（製造業） 気候変動対応レベル：1.0	<ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動対応の自社ビジネスへの影響について議論を行い脱炭素対応を自分事として捉えてもらう。 ● セクター別の将来シナリオを基に、事業リスクや機会を整理する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境意識は高く、脱炭素対応には理解あり。 ● 取引先からの脱炭素要請はなく、CO₂排出量の測定なども現時点で必要性を感じていない。 ● 環境問題、SDG s への意識は高いため、今後の課題共有に向け継続議論は了解を得た。 	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーンからの要請がないため、経営上の優先度が低い。
B社 金属・鉱業（製造業） 気候変動対応レベル：2.0	<ul style="list-style-type: none"> ● 北國銀行が考えるセクター別のシナリオのみならず、自社として気候変動に伴うリスクと機会にいかに対応すべきかを理論する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● TCFDには理解があるものの、他に優先課題（品質向上）があるため優先度は低い。 ● 自社で排出量算定などは行っていないが、いつでも対応できるよう準備はできている。 ● 継続協議については了解を得る。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 脱炭素と商品競争力がリンクしていないため人的リソースを割けないとの見解。
C社 食品（製造業） 気候変動対応レベル：1.0	<ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動対応の自社ビジネスへの影響の議論により脱炭素対応を自分事として捉えてもらう。 ● 北國FHDが考える「セクター別の将来シナリオ」を基に、考えうる事業リスクや機会を整理する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ビジネス上の利益と脱炭素対応がリンクしない。最終消費者へのアピール材料にならない。 ● エンゲージメントの主旨には理解。継続協議は了解。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 脱炭素対応でコストアップした分の価格転嫁ができないとの見解から取組には否定的。 ● 地域の中核企業として取組の必要性は感じており、社内からのボトムアップが望ましい。

28

■ エンゲージメント実施内容・結果

- サプライチェーンへの影響力の高い地域有力企業として選定したD社・E社・F社については、各社一定程度脱炭素対応は進めていることから、一歩進んだ内容で北國FHDが考えるソリューションの方向性を議論すべく、エンゲージメントを実施。
- 各社とも脱炭素への意識は高く、今後の取組の高度化についても積極的であった一方で、自社単独で行える脱炭素には限界を感じている面もあった。今後はソリューション提供のほか、行政やサプライヤー企業を巻き込み、北國FHDとして幅広く対応する必要性を感じた。

	エンゲージメントの目的	エンゲージメントによる顧客反応	顧客反応に対する考察
D社 陸運鉄道（運送業） 気候変動対応レベル：3.0	<ul style="list-style-type: none"> ● 北國FHDが考えるソリューションの方向性（知る⇒測る⇒実践するの3ステップアプローチ）をディスカッションし、現状の取組や将来に向けた対応を整理する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● TCFDへの理解があり、財務への影響の定量化は今後取り組む。 ● 協力企業へのエンゲージメントにも取り組む意欲あり。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 脱炭素は独力で取り組む意欲が高い。 ● 当社で支援できるソリューションがないか継続議論。
E社 繊維（製造業） 気候変動対応レベル：3.0		<ul style="list-style-type: none"> ● 海外取引先からの環境対応や脱炭素要請も来ており、自社課題の一つと認識。社内PJチームを組成済。 ● 脱炭素は他社では解決できる課題ではなく、地域全体が一体となった取組が必要との認識。 ● 環境対応設備投資も必要と認識しているが、国や県などの方向性が見えない中で、経営判断をしかねている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーンから実際に要請も来ており、経営上の優先度は高い。 ● 県や市などを巻き込んだ地域脱炭素化に向け、継続議論の予定。
F社 機械（製造業） 気候変動対応レベル：3.0		<ul style="list-style-type: none"> ● 自社として、過去より省エネ、エネルギーの見える化等に意識的に取り組む。 ● サプライヤーに対する脱炭素対応に関する現状把握のアンケート、方針説明会を実施。 ● 今後サプライヤーを交え、勉強会の開催も検討。 ● 自社だけでは取組に限界があるので、行政なども巻き込んだ対応が必要ではないか、との認識あり。 	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライヤーを巻き込んだ脱炭素化が必要との強い認識あり。 ● 同社並びにサプライヤーに対する脱炭素化支援に向け、継続協議方針。

29

■エンゲージメント実施上の課題・教訓

エンゲージメント実施上の課題

- ・ 自社にとって「脱炭素対応」が喫緊の課題ではないと考える企業が多い
- ・ 顧客の優先課題（売上・利益増加や製品品質の向上など）と脱炭素対応とのリンクをいかに説得力あるストーリーして提示できるかが課題
- ・ アドバイザリーとしての必要な知見やリソースの不足
- ・ ファイナンスに留まらず、協働パートナーの立場から提案すべき解決策が不足している

エンゲージメントの教訓
（アプローチ方法における留意点、エンゲージメントの効果上げる方法）

- ・ 業界内でも個社によって取組状況や意識には温度差があり、同一セクターへの横展開は一樣には進まない
- ・ 業界団体やリーダー企業、行政を巻き込んだ面的な取組が意識醸成には重要
- ・ 本社専担部署から営業店担当者に取組を広げる必要がある
- ・ 本社専担者の人員も限られる中、営業店担当者の意識啓発や営業ツール・スクリプトの準備を効果的に行う必要がある

30

■金融機関としてのエンゲージメント戦略の検討に関して

- 今後、3年後までを目途とした「エンゲージメント戦略（全体・セクター別・個社別）」をさらに明確にする。
- 気候変動問題に対し、地域を巻き込んだ取組へと昇華させ、グループ全体の知見をいかに高め具体的なソリューション提供ができるかが課題。

【全社エンゲージメント戦略の検討状況】

①全体戦略：アプローチ対象セクター数を順次拡大

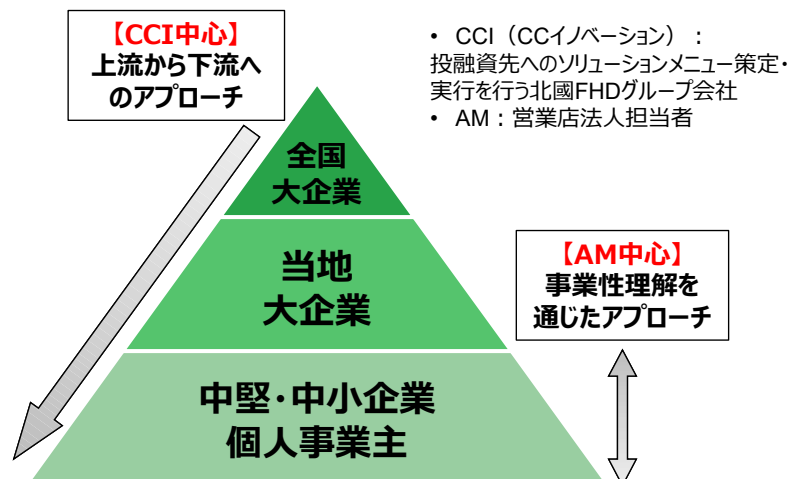
- ・ 2023年度：3セクター（金属鉱業、運輸、食品）
- ・ 2024年度：3⇒6セクター（+機械、繊維、建設）
- ・ 2025年度：6⇒10セクター（今後検討）

②セクター・個社別戦略：ハイブリッド型アプローチ

- ・ サプライチェーン上流に対するアプローチ
地域における影響度の高いリーダー企業への働きかけ
- ・ サプライチェーン下流に対するアプローチ
各セクター与信上位10社かつ高リレーション企業との個別対話や事業性理解を通じた個社への啓発

【検討上の課題・留意点】

- ・ 当地大企業、市町などを巻き込んだ体制構築
- ・ 気候変動問題に対する継続的な知見の獲得
- ・ 具体的なソリューションメニューの構築
- ・ 営業店法人担当者（AM）との継続的な連携



31

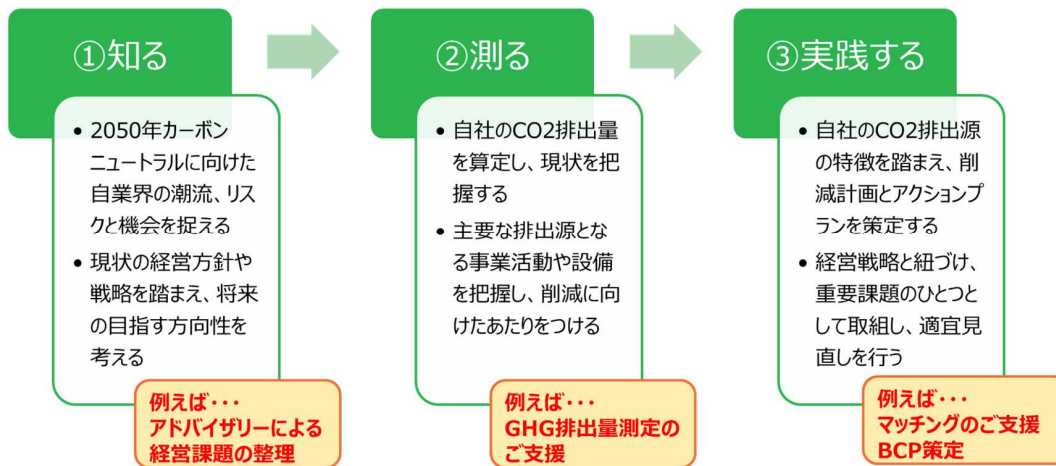
⑥ 今後の展望

■ 今後の課題

- エンゲージメントには相応の時間を要するため、ファーストステップとしてのTCFD分析対象の優先3セクターの上位各10社（計30社）へのエンゲージメントを迅速に進める必要がある。
- 取引先からの要望に応えるべく、幅広い脱炭素ソリューションメニューを揃える必要がある。
- 本社専担部署から営業店担当者にエンゲージメントの取組を広げるべく、営業店担当者の育成・研修を進めていく必要がある。

■ 次年度以降のエンゲージメントの進め方

- エンゲージメントの出口戦略としてファイナンスに限らず、幅広いソリューションメニューを整備する。
- 勉強会等を通じて、営業店担当者の育成を進める他、効果的な営業ツールやドアノックツールのスクリプト等を整備する。
- アプローチ先のレベルに応じた課題解決策を整備し、脱炭素化に向けた顧客啓発と地域全体での取組につなげていく方針である。



脱炭素経営を実践し

気候変動に対応しよう

気候変動のリスク

■ 移行リスク

低炭素社会への移行は、政策・法規制等の変化を伴うため、企業の財務や評判に様々な影響を与える可能性があります。

例：炭素税の導入、再エネ転換によるエネルギー価格の高騰、社会からの評価・評判の低下など

■ 物理的リスク

気候変動に起因する自然災害等により様々なリスクが想定されます。

例：異常気象、洪水の深刻化、山火事の多発など

気候変動の機会

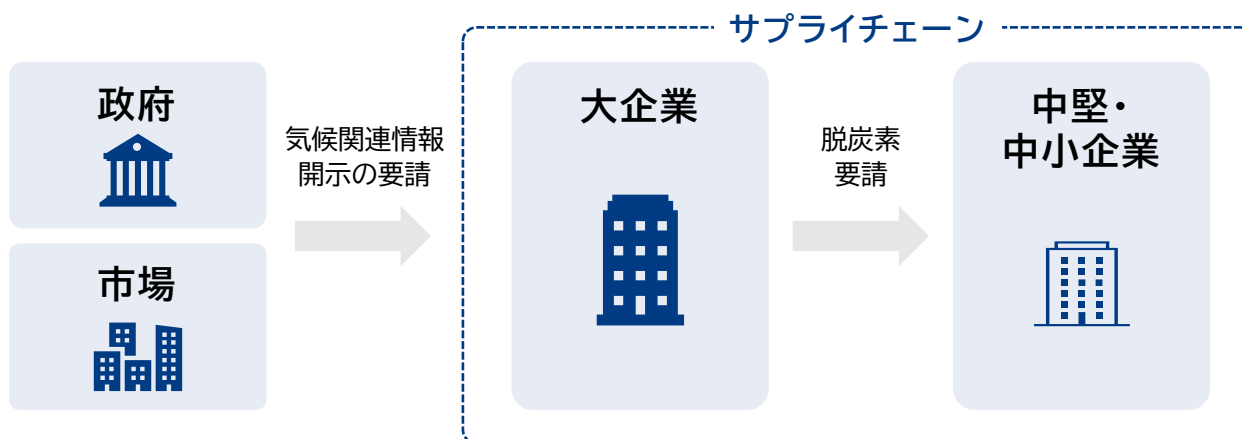
気候変動への対応は、機会(チャンス)にもなり得ます

- 省エネ設備等を導入することで、電気代等のエネルギーコストが削減できます
- 排出削減を求める企業に対する訴求力が向上し、競争力強化や売上拡大に繋がります
- 省エネ等の取組が先進的事例としてメディアに取り上げられ、知名度向上に繋がります
- 脱炭素の取組を訴求することで金融機関からの資金調達を好条件で進められる可能性があります



**気候変動は対応次第でリスクから
チャンスに転換させることができる！**

脱炭素経営が必要なのは大企業だけではない！



大企業は脱炭素の潮流を受け、自社だけでなく取引先のCO₂削減にも取り組んでいます。つまり、気候変動に対応する必要がないと考える中堅・中小企業であっても大企業との取引があれば脱炭素への対応が求められるのです。

ではどんな取組をすればいいの？

基本的には、以下3つのステップ

- ① 気候変動やカーボンニュートラルについて知ること
- ② 二酸化炭素(CO₂)排出量を測定し、排出削減ターゲットを特定すること
- ③ CO₂排出量削減計画を策定し、実行すること

① 知る



- 気候変動とは？
- カーボンニュートラルとは？
- 脱炭素経営とは？

② 測る



- CO₂排出量を測定しよう
- 削減ターゲットを特定しよう

③ 減らす



- 削減計画を策定しよう
- 削減計画に沿って、削減対策を実行しよう



当行では上記の取組に合わせ、以下の支援内容をご用意しております！

ステップ	サービス内容	費用
① 知る	専門行員の派遣 <ul style="list-style-type: none">• 1ページ目の記載内容より更に詳細な情報が必要であれば、追加資料とともに専門行員・コンサルタントを派遣し、ご説明いたします。	無料
② 測る	測定サービス提供会社のご紹介 <ul style="list-style-type: none">• 当行では、CO₂排出量の測定支援を行っているA社及びB社と提携しています。• CO₂排出量の測定を希望するお取引先企業様にご紹介が可能です。	別途所定の手数料を頂きます。詳しくは担当者にお問合せください。
③ 減らす	CO₂削減計画策定のご支援 <ul style="list-style-type: none">• 本部専門部署にて、CO₂排出量削減計画策定のご支援を行っています。• その他、脱炭素経営の方針策定支援を行う脱炭素コンサルティングも提供しています。	別途所定の手数料を頂きます。詳しくは担当者にお問合せください。
その他	サステナブルファイナンス <ul style="list-style-type: none">• 屋根置き太陽光など、脱炭素に向けた設備投資に対して様々なサステナブルファイナンスを準備しています。	別途所定の手数料を頂きます(各種相談に手数料はかかりません)。

詳しくは、営業担当者もしくは店舗窓口までお気軽にお問合せください。

環境銀行

<https://www.kannkyo-ginko.jp/>

汎用提案書

1

目次

1章. 気候変動に係るリスク

気候変動は人々の生活に大きな影響を及ぼしている	3
気候変動はどのように起きるのか	4
気候変動がもたらすリスクは2つに大別される	5
①移行リスクとは具体的に何を指すか？	6
②物理的リスクとは具体的に何を指すか？	7
【参考】気候変動適応情報プラットフォーム(A-PLAT)	8

2章. 気候変動に係る機会

気候変動に係る機会とは？	9
気候変動に係るリスクと機会のタイムスケール	10
リスクは機会に転換可能！	11
【事例】	12-16

3章. 気候変動に関する社会的動向・要請

国際的にカーボンニュートラルに向けた脱炭素対応が加速	17
脱炭素対応が求められるのは大企業だけではない	18

4章. 中堅・中小企業が取べき対応策

実際にどのように脱炭素を進めていくべきか	19
----------------------	----

5章. 当行が提供できる支援例

ステージ②もしくは③の企業様は当行へ相談を！	20
a. CO2排出量測定のご支援	21
b. 削減計画策定のご支援	22
c. サステナブルファイナンスのご提供	23

6章. 参考情報

【参考】カーボンニュートラル向け関連補助金	24-28
-----------------------	-------

気候変動は人々の生活に大きな影響を及ぼしている

- 山火事(左図)、洪水/氾濫(右図)等、気候変動に起因する様々な自然災害が生じ、人々の生活に深刻な被害をもたらしている。

写真 1-1-1 米国カリフォルニア州の山火事



資料：AFP＝時事

出所)環境省「令和4年度版環境白書」写真1-1-1
<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r04/html/hj22010101.html> (閲覧日:2024年3月29日)

写真 1-1-3 令和3年8月の大雨の被害の様子



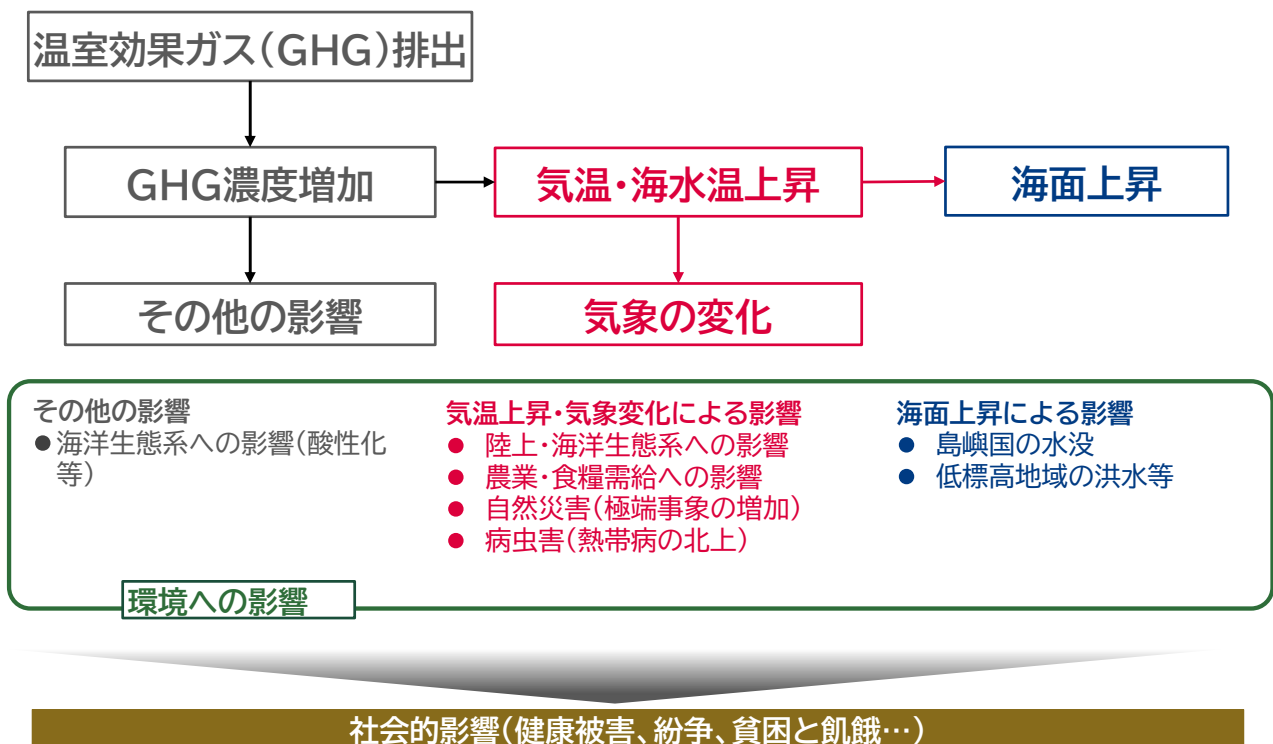
資料：朝日新聞社/時事通信フォト

出所)環境省「令和4年度版環境白書」写真1-1-3
<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r04/html/hj22010101.html> (閲覧日:2024年3月29日)

3

気候変動はどのように起きるのか

- 気候変動のメカニズムは複雑かつ不確実性があり、影響は長期的に発現する。



4

気候変動がもたらすリスクは2つに大別される

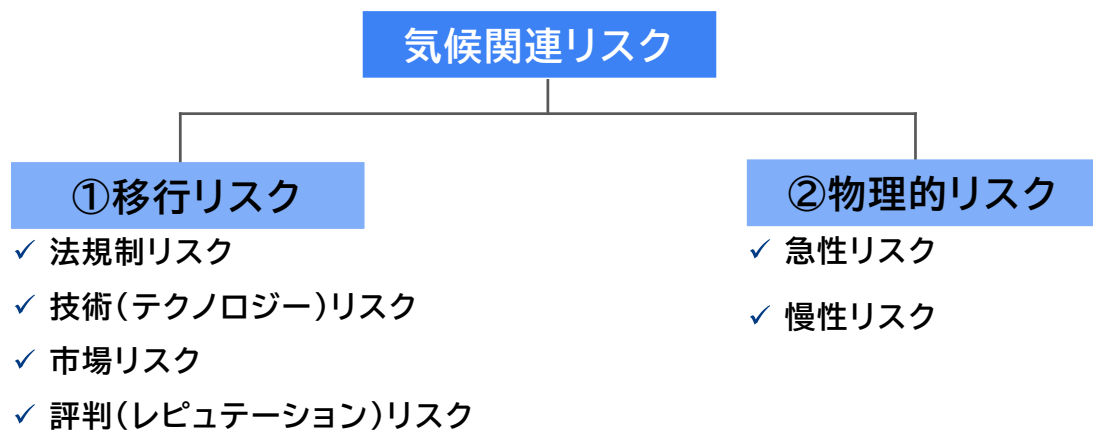
- 気候変動による社会・経済・企業へのリスク(気候関連リスク)は主に、①移行リスクと②物理的リスクの2つに大別。

① 移行リスク

…気候変動の緩和を目的とした低炭素社会への移行は、政策や法規制、技術、市場の変化を伴うため、企業の財務や評判に様々な影響を与える可能性があり、この変化により生じるリスクのこと。

② 物理的リスク

…気候変動に起因する自然災害等により顕在化するリスクのこと。



5

① 移行リスクとは具体的に何を指すか？

- 移行リスクは以下の4つに分類される。

✓ 法規制リスク

- 炭素税等の導入による税負担の増加
- 再エネへの転換によるエネルギー価格の高騰
- 気候変動による自然災害増加による保険料の高騰、等

✓ 技術(テクノロジー)リスク

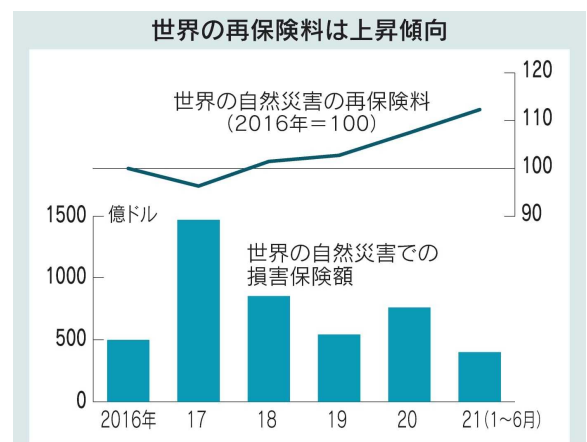
- 低炭素社会の移行に備えたテクノロジーの急速な進歩に乗り遅れ、先進的商品を嗜好する顧客の喪失

✓ 市場リスク

- 低炭素社会への移行に伴う、商品・サービスに対する需給の変化

✓ 評判(レピュテーション)リスク

- 低炭素社会への移行に適應できず、顧客・社会からの評価・評判が低下するリスク



出所)日本経済新聞「気候変動リスクとは 東証『プライム市場』で開示義務」(2021年10月)

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUB184Q50Y1A011C2000000/> (閲覧日:2023年9月25日)

②物理的リスクとは具体的に何を指すか？

● 物理的リスクは以下の2つに分類される。

✓ 急性リスク

- 異常気象(台風の大型化・凶暴化等)
- 洪水の深刻化・増加
- 乾燥による大規模な山火事、等

✓ 慢性リスク

- 降雨や気象パターンの変化
- 平均気温、海面の上昇、等



出典：IPCC AR5 WG2 政策決定者向け要約 Table1より抜粋
出所)岐阜県地球温暖化防止活動推進センター「気候変動 緩和策と適応策」<https://gifu-ondanka.org/topics/news/6400.html> (閲覧日:2023年9月25日)

【参考】気候変動適応情報プラットフォーム(A-PLAT)

- 通称A-PLATと呼ばれる気候変動適応情報プラットフォームでは、業種別で事業者への影響及び適応策を整理している(下図参照)。
- 全部で10業種の分類がある他、業種間共通のリスクや適応策も纏められており、貴社の事業上の具体的リスク・対応策を参照することが可能。

参考:業種別まとめ1枚目



気候変動の影響と適応策 (事業者編)

不動産業

主な影響の要因
 気温の上昇、極端な気象現象の発生頻度や強度の増加、特に洪水・内水氾濫を引き起こす集中豪雨や局地的大雨の発生頻度の増加

現在の状況と将来予測
 平均気温の上昇、極端な降水の発生頻度や強度の増加、それらに伴う河川の洪水や内水氾濫、土砂災害の発生頻度の増加がみられ、不動産資産に影響を及ぼしている。将来、気候変動が進行すれば、さらに影響の程度・発生頻度は増加すると考えられる。

適応策
 気象災害(豪雨、台風、洪水等)に対する防災・減災対策の実施や建物の強靭化を図り、顧客の安心・安全を確保する。気候変動による将来影響を考慮したリスク評価とその対策を事業計画に組み込むことが重要。気候レジリエンスや環境性能の高い不動産商品の開発等、適応ビジネスの発展が見込まれる。

原因	気温の上昇、海面上昇、極端な気象現象の発生頻度や強度の増加		
経営資源	主要事業	市場・顧客	適応ビジネス
影響	住宅、業務、商業、リゾート施設への影響	市場の変化	商品・サービス開発
適応策	<ul style="list-style-type: none"> BCPの策定・運用 立地選定、設計条件の見直し 不動産取引時の情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> 建物の調修、防災、減災対策コストの増加、事業停止リスクの増加、構築コストの増加、資産価値の減少 重要設備の上層階への配置 人工降雪機等の利用 	<ul style="list-style-type: none"> 安心安全な居住、健康、施設利用環境へのニーズの高まり 気候レジリエンスや環境性能の高い建物需要の高まり スマートシティの開発 リゾートの集客力強化に資するビジネス開発

気候変動に係る機会とは？

- 気候変動にはリスクのみならず、機会も存在する。脱炭素に向けた対応には様々なメリットがあり、企業にとっては成長の機会になり得る。

脱炭素のメリット	詳細
エネルギーコストの削減	設備投資や生産プロセス改善等によりエネルギー使用量が削減され、光熱費や燃料費を抑えることができる。
競争力の強化及び取引先や売上の拡大	サプライヤーに対し排出削減を求める企業は増加。そうした企業に対する自社の訴求力向上に繋がる。
知名度や認知度の向上	省エネや脱炭素に取り組み、排出削減を達成した企業は、メディアや行政機関等から先進的事例として紹介、表彰対象となったりすることを通じて、自社の知名度・認知度向上に繋がる。
資金調達における優位性	投資や融資の際に、気候変動対応への取組度が重要視されるようになっており、脱炭素経営を訴求することで金融機関からの資金調達が有利な条件で進められる(サステナビリティ・リンク・ローン、グリーンローン等)。
社員のモチベーション向上や人材獲得力の強化	気候変動に取り組む姿勢を示すことで、社員の信頼や共感を獲得し、社員のモチベーション向上に繋がる。また、気候変動問題への関心が高い人材から共感・評価を得られ、人材獲得力の強化に繋がる。

出所)経済産業省「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」

https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf (閲覧日:2023年9月25日)
より三菱総合研究所作成

9

気候変動に係るリスクと機会のタイムスケール

- 短期～中期で発現するリスクとして、物理的リスクでは異常気象・洪水の深刻化等の急性リスクが、移行リスクではサプライチェーンからの除外リスク(評判リスク)やエネルギー価格の高騰(法規制リスク)が該当する。一方で、物理的リスクの中の慢性リスク、移行リスクの上記以外のものは、概して中期～長期で発現すると考えられる。
- 機会については、「エネルギーコストの削減」、「競争力強化及び取引先や売上拡大」、「資金調達における優位性」、は短期～中期、その他は中期～長期に得られると考えられる。

	リスク	機会
短期～中期 ・短期:3年以内 ・中期:3年超～10年以内 ・長期:10年超	<ul style="list-style-type: none"> ● 移行リスク <ul style="list-style-type: none"> ➢ エネルギー価格の高騰 ➢ 評価・評判の低下によるサプライチェーンからの除外 ● 物理的リスク(急性リスク) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 設備投資によるエネルギーコスト削減 ● 競争力強化及び取引先や売上拡大 ● 資金調達における優位性の獲得
中期～長期	<ul style="list-style-type: none"> ● 移行リスク <ul style="list-style-type: none"> ➢ 炭素税の導入 ➢ 先進的商品を嗜好する顧客の喪失 ➢ 商品・サービスに対する需給変化,等 ● 物理的リスク(慢性リスク) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 知名度・認知度の向上 ● 社員のモチベーション向上や人材獲得力の強化

リスクは機会に転換可能！

- リスク(特に移行リスク)は適切に対応することで、機会に転換させることができる。
- 特に短中期のリスク(下図赤枠部分)は迅速に対応することで、サプライチェーン除外リスクや急性リスクの回避ができる他、燃料コストの削減や知名度向上(競争力の強化や資金調達の優位性確保に繋がる。)のメリットを得ることができる。

	リスク	機会
移行リスク		
法規制	炭素税の導入やエネルギー価格の高騰	生産プロセス改善等によりエネルギー使用量削減→燃料コスト等を低減。
テクノロジー	テクノロジーの急速な進歩に乗り遅れ先進的商品を嗜好する顧客の喪失	先進的テクノロジーを採用することにより、先進的商品を嗜好する新規顧客の獲得
市場	低炭素社会への移行に伴う、商品・サービスに対する需給の変化	低炭素商品の開発により、移行後の社会においての市場シェア拡大
評判	顧客・社会からの評価・評判が低下するリスク	省エネや脱炭素に取り組み排出削減をすることで、自社の知名度・認知度向上に繋がる
物理的リスク		
急性	異常気象(台風の大型化・凶暴化等)や洪水の深刻化・増加	異常気象や平均気温の上昇への対応を早期に行うことで物理的リスクによる影響・被害を低減。
慢性	降雨や気象パターンの変化や平均気温、海面の上昇	

11

【事例】エネルギーコストの削減

- 建物のエネルギー消費量全体に占める照明のエネルギー消費の割合は意外と多く、建物のエコ照明化で大幅な省エネが可能。

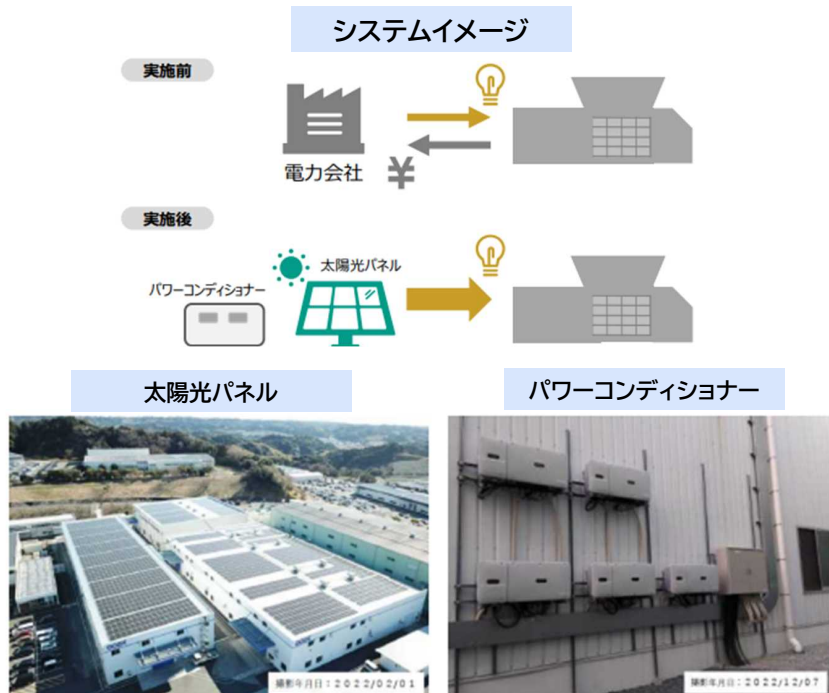
<照明を最新のLED照明に変えた場合>

	改修前	改修後	省エネ率
オフィス・会議室	FLR40形2灯用逆富士形器具	直管LED40形2灯用逆富士形器具	約58%
		LED一体形器具	約67%
		LED一体形器具+あかるさ・人感センサ	約79%
店舗・施設	ダイクロハロゲン (JDR) 75形スポットライト	LEDスポットライト100形 ダイクロハロゲン (JDR) 75形相当	約84%

【事例】エネルギーコスト(製造コスト)の削減

- 太陽光発電設備を新設したことにより、電力費を削減し、製造コストを削減。その他、停電時においても太陽光発電から100vの電源供給が可能となった。

事業者	フジオーゼックス株式会社
業種	製造業(輸送機器)
所在地	静岡県
補助金額	約3,674万円(補助率:100%)
主な導入設備	太陽光発電設備
稼働日	2022年2月
区分	新設



出所)環境省「2023年度エネルギー対策特別会計補助事業活用事例集」<https://www.env.go.jp/earth/earth/ondanka/enetoku/case/pdf/2023/enetoku-jirei-2023.pdf> (閲覧日:2024年3月26日)

13

【事例】競争力の強化及び知名度や認知度の向上

- 神奈川県横浜市に拠点を置く、(株)大川印刷は、他社に先駆けて脱炭素への取組を実施したことで、売上伸長・コスト削減を実現した他、「先進的な企業」というイメージを獲得。
- 対外的な評判の向上が経常利益率の改善に繋がった他、従業員の意識変革にも寄与。

競争力の強化及び知名度・認知度向上に繋がった事例

企業名	株式会社大川印刷	脱炭素経営の変遷	<ul style="list-style-type: none"> 2004年からソーシャルプリンティングカンパニー®(社会的印刷会社)という存在意義を掲げて、環境や社会性を意識した事業活動を実施。 そのため、脱炭素経営に向けた取組を実施。
拠点	神奈川県横浜市		
従業員数	40名	消費エネルギー削減に取り組んだ結果	<ol style="list-style-type: none"> 再エネに切り替えたことで「先進的な企業」というイメージを獲得し、売上が8%伸び、エネルギーコストも8%低減。 一番のメリットは非常時でも事業が継続できたこと。工場に電気を取り込む機器が壊れ、電話やPCも含め全く機能しなくなった際に、太陽光から直接供給できたため、お客様には迷惑をかけずに済んだ。 早くから脱炭素経営に取り組んだため、先進的な取組としてメディアに取り上げられ、取組や環境印刷に共感を持ったお客様から問い合わせや注文が増え、売上高経常利益率1.8%増加。 更に従業員の意識が変化し、従業員がセミナーの講師に挑戦したり、オンラインイベントを開催し、気候危機に対する情報発信をしたりとプライドを持って取り組んでくれるようになった。
事業内容	印刷事業		

出所)環境省「中小規模事業者のための脱炭素経営ハンドブック-温室効果ガス削減目標を達成するために- ver1.1」<https://www.env.go.jp/content/900440895.pdf> (閲覧日:2023年12月12日)

14

【事例】資金調達における優位性

- 脱炭素に関する新規事業の資金調達にあたって、各種補助金(資料後方の【参考】スライド参照)が活用可能である他、金融機関から有利な条件で資金調達を行うことが可能。
- 例えば、宮崎銀行と宮崎県信用保証協会は2023年10月6日、「みやぎんサステナ経営保証」の取扱いを開始し、プロパー融資と保証協会保証付融資の組合せで、融資金利と信用保証料をそれぞれ0.1%優遇としている。
- 金融機関が提供する主な脱炭素関連のファイナンスは下表の通り。

主な脱炭素関連ファイナンス

	メリット	条件等
サステナビリティ・リンク・ローン(SLL)	<ul style="list-style-type: none"> ● サステナビリティ戦略やリスクマネジメント等の社内の体制整備に繋がる。 ● サステナビリティターゲットに連動して金利が変動するため、サステナビリティ経営を高度化することで、比較的好条件での資金調達ができる。 ● 環境・社会面でサステナブルな経済活動の推進に積極的であることを対外的にアピールすることができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 設定した野心的なサステナビリティ・パフォーマンス・ターゲットに向けて行動し、その改善度合と融資条件が連動する。 ● グリーンローンと異なり、調達資金の融資対象が特定のプロジェクトに限定されない。 ● 融資後のレポーティングが必要。
グリーンローン	<ul style="list-style-type: none"> ● サステナビリティ戦略やリスクマネジメント等の社内の体制整備に繋がる。 ● 再エネ事業などから得られるキャッシュフローを利払いや償還の原資とすることで、比較的好条件での資金調達ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 資金用途はグリーンプロジェクトに限定される。 ● 調達資金は確実に追跡管理される。 ● 融資後のレポーティングが必要。

出所)ニッキン「宮崎銀と県信保協、サステナ経営後押し 金利と保証料を優遇」<https://www.nikkionline.com/article/137481> (閲覧日:2023年12月12日)
環境省「グリーンファイナンスポータル」<https://greenfinanceportal.env.go.jp/loan/overview/about.html> (閲覧日:2023年12月12日)

15

【事例】社員のモチベーション向上や人材獲得力の強化

- 脱炭素への取組は、気候変動問題への関心の高い人材から共感・評価され、「この会社で働きたい」と意欲を持った人材を集める効果が期待される。最近では、こういった社会課題解決への貢献を就職先の条件の1つに挙げる学生が増加傾向にある。
- 東京都新宿区に拠点を置く、(株)エコ・プランでは、社内勉強を起点にした脱炭素への取組によって、対外的評価の向上、社員モチベーションの向上、採用活動への好影響に結びつけた。

社員のモチベーション向上や人材獲得力の強化に繋がった事例

企業名	株式会社エコ・プラン	脱炭素経営の変遷	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019年に排出量の算定・目標設定を行い、その後3年でScope1及び2のうち20%の削減を達成。 ● 同社の脱炭素への取組は社内勉強により始まる。 ● 脱炭素の取組が社外への情報発信や金融機関からの評価に繋がり、同業他社からの問合せ増加や採用活動等に寄与。
拠点	東京都新宿区		人材獲得力への結びつき
従業員数	364名		
事業内容	業務用空調のメンテナンス・設置		

出所)環境省「中小規模事業者のための脱炭素経営ハンドブック-温室効果ガス削減目標を達成するために- ver1.1」<https://www.env.go.jp/content/900440895.pdf> (閲覧日:2023年12月12日)

16

国際的にカーボンニュートラルに向けた脱炭素対応が加速

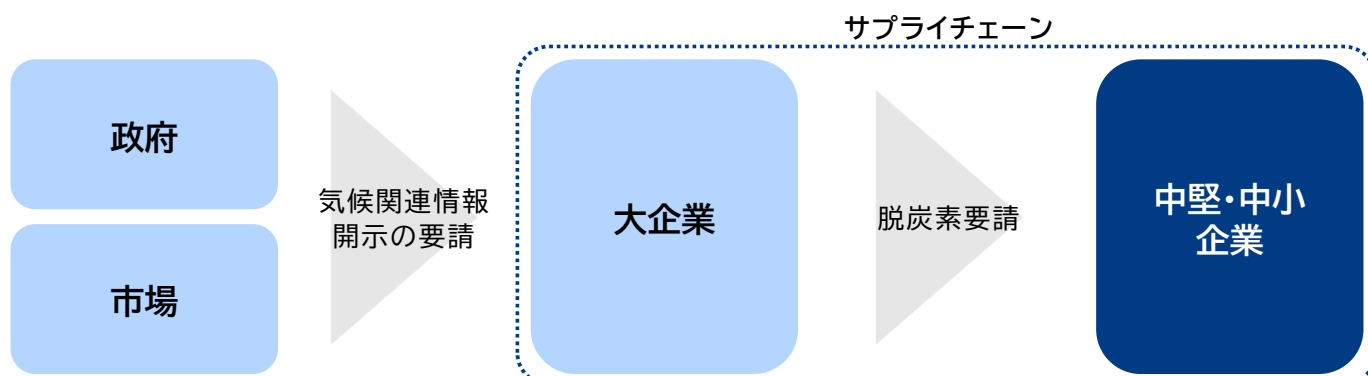
- 2015年にパリ協定が採択されたことを契機として、気候変動問題を巡る国際的な議論や対応が本格化している。
- 国内では、2020年10月の菅首相(当時)の所信表明演説を受けて、**2050年のカーボンニュートラルに向けた動きが加速**しており、国民や企業の意識の変化だけでなく、低炭素又は脱炭素が付加価値となる他、革新的な脱炭素技術への注目が集まっている。

国際的な主な政策動向	国内の主な政策動向
<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年12月のパリにおけるCOP21にて、GHG排出削減等のための国際的な枠組みであるパリ協定が採択。 ● 全ての参加国・地域においてGHG排出量の削減や抑制に向けた目標を定めることが規定された。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2020年10月に菅内閣総理大臣(当時)が2050年までにカーボンニュートラルを実現することを表明。
<ul style="list-style-type: none"> ● 2020年以降、パリ協定の運用が開始。 ● 2021年4月末時点で125か国・1地域が2050年までのカーボンニュートラルを表明。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2021年4月に日本政府として2030年までの中間目標を設定。 ● 2030年までに2013年度比46%のGHG排出量削減を目指す。
<ul style="list-style-type: none"> ● 2021年11月にCOP26がグラスゴーで開催され、グラスゴー気候合意が採択。 ● 2030年に向けた野心的な気候変動対応策を締結国に求めることに合意。 ● 2023年11月に開催されたCOP28においても、気温上昇を1.5℃に抑える国際的な目標は維持されている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2021年10月には地球温暖化対策推進法に基づき、2030年度の削減目標等を踏まえた地球温暖化対策計画の改訂を閣議決定。

17

脱炭素対応が求められるのは大企業だけではない

- 脱炭素に向けた世界的な潮流を受けて、コーポレートガバナンス・コードの改訂で東証プライム市場上場企業に気候変動に係る情報開示が義務化されたため、今後の大企業には自社だけでなく**取引先のGHG排出量削減にも取り組むことが求められる**。
- したがって、「当社は気候変動に対応する必要がない」と考える中堅・中小企業であっても、**取引先から脱炭素への対応を要請される、あるいはサプライチェーンから外されるといったことが予想されている**。

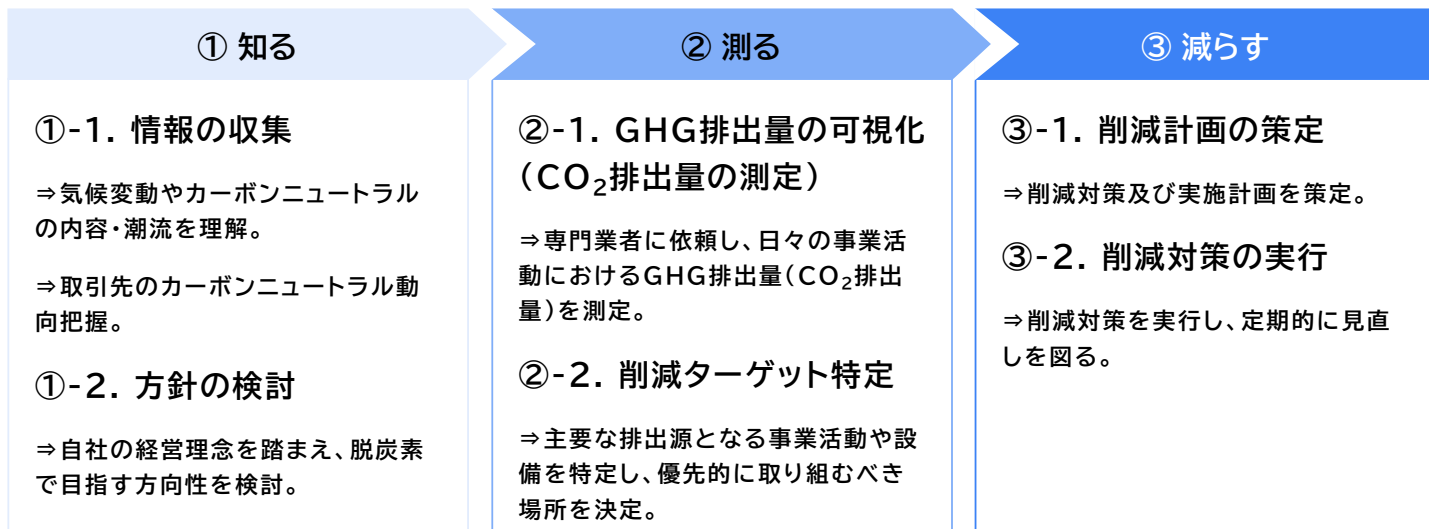


中堅・中小企業も脱炭素対応が求められる

実際にどのように脱炭素を進めていくべきか

- 基本的には、以下3つのステップ。自社の現在のステージに合わせ対応する。
 - ① 気候変動やカーボンニュートラルについて知る
 - ② 日々の企業活動による二酸化炭素(CO₂*)排出量を測定し、排出削減ターゲットを特定
 - ③ 削減計画を策定し、実行

*GHGには大きく7種類あるが、CO₂は国内総排出量のうち9割を占める。



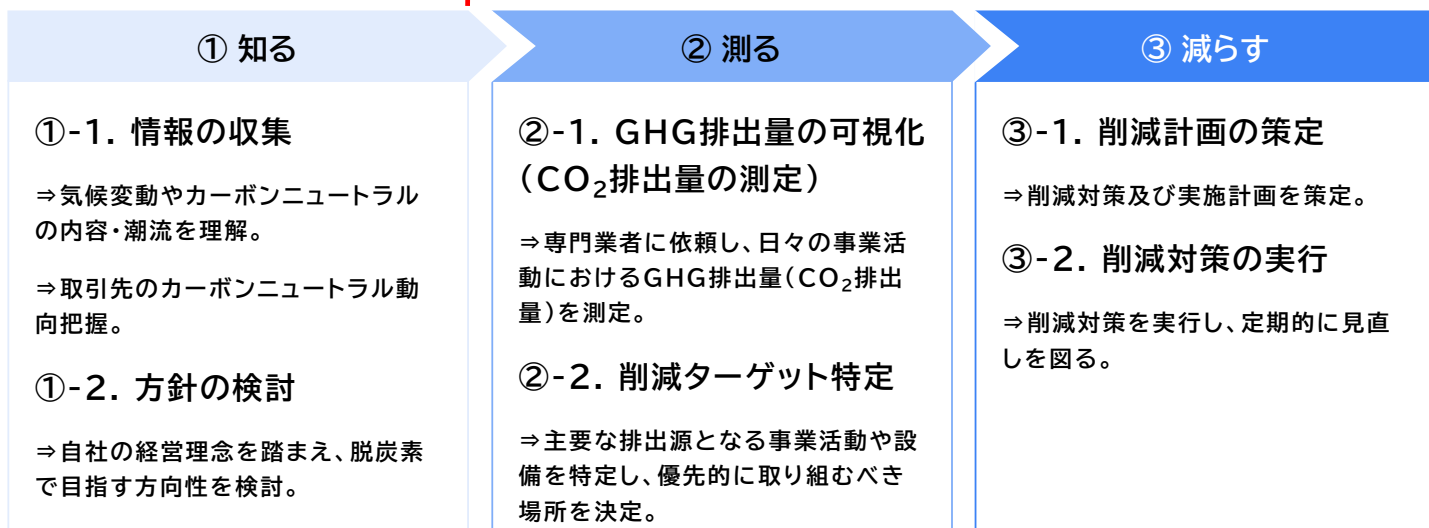
出所)環境省「中小規模事業者向けの脱炭素経営導入ハンドブック」
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/guide/chusho_datsutansodounyu_handbook.pdf (閲覧日:2023年9月13日)
 より三菱総合研究所作成。一部文言を改変

5章. 当行が提供できる支援例

※参考例

ステージ②もしくは③の企業様は当行へ相談を！

- 当行はGHG排出量の可視化及び脱炭素目標の策定支援を行う企業との提携あり
- 脱炭素投資への有利な条件(金利・返済期間等)でのファイナンス提供可能



出所)環境省「中小規模事業者向けの脱炭素経営導入ハンドブック」
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/guide/chusho_datsutansodounyu_handbook.pdf (閲覧日:2023年9月13日)
 より三菱総合研究所作成。一部文言を改変

a. GHG排出量可視化のご支援

- 当行では、GHG排出量の可視化支援を行っているA社及びB社と提携している。
- GHG排出量の可視化を希望する企業様にご紹介が可能。

提携会社	サービス内容	費用
A社	〇〇〇〇	・〇〇円
B社	〇〇〇〇	・〇〇円

21

b. 脱炭素目標設定のご支援

- GHG排出量を可視化した企業様は、次に削減ターゲットの特定を行い、その後削減計画の策定が必要となる。
- 当行では、削減計画を踏まえた脱炭素目標設定のご支援を〇〇部で行っている。
- その他、当行はサステナビリティ経営支援を専門で行っている、〇〇株式会社と提携しており、より詳細なサステナビリティ経営戦略を検討したい企業様にはご紹介が可能。

提携会社	サービス内容	費用
A社	〇〇〇〇	・〇〇円
B社	〇〇〇〇	・〇〇円

22

c. サステナブルファイナンスのご提供

- 排出量削減計画/脱炭素目標の策定が完了した企業様、もしくは脱炭素に向けた設備投資を検討されている企業様には、当行より複数のサステナビリティ関連ファイナンスを提供可能。

ファイナンス スキーム	スキームの詳細	融資条件等
スキームA (SLL)	〇〇〇〇	・金利:年〇.〇% ・融資額:上限〇〇億円 ・返済期間:最長〇〇年
スキームB(グ リーンローン)	〇〇〇〇	・金利:年〇.〇% ・融資額:上限〇〇億円 ・返済期間:最長〇〇年

23

6章. 参考情報

【参考】カーボンニュートラル向け関連補助金

対象	要件	補助額(補助率・補助限度額)
IT導入補助金 (通常枠)	・中小企業・小規模事業者等であること ・3年間の事業計画を策定し、1年後及び事業計画期間において労働生産性を年平均成長率3%以上向上させること	○補助上限額 150万円、450万円 ※申請内容により変動 ○補助率 1/2
SHIFT事業(工場・事業場における脱炭素化取組推進事業)	①CO ₂ 削減計画策定支援 CO ₂ 削減目標・計画策定(支援) ②省CO ₂ 型設備更新支援 【A.標準事業】 一定割合以上のCO ₂ を削減する計画に基づく設備更新(補助) 【B.大規模電化・燃料転換事業】 大規模な電化・燃料転換を伴う設備更新(補助) 【C.中小企業事業】 CO ₂ 削減量比例型の設備更新(補助) ③企業間連携先進モデル支援 バリューチェーンを構成する複数サプライヤーを対象とした設備更新(補助)	①補助率:3/4、補助上限額:100万円 (DX型計画は補助上限200万円) ② A:補助率:1/3、補助上限:1億円 B:補助率:1/3、補助上限:5億円 C:補助額:年間CO ₂ 削減量×法定耐用年数×7,700円/t-CO ₂ 、補助上限:0.5億円 (又は補助対象経費の1/2) ③補助率:1/3、1/2、補助上限:5億円
ものづくり補助金 (製品・サービス高付加価値化枠 (成長分野進出類型(DX・GX)))	次 の 要件 を 全 て 満 た す 3 ～ 5 年 の 事業 計 画 を 策 定 し て い る こ と ①付加価値額:年平均成長率3%以上増加。 ②給与支給総額:年平均成長率1.5%以上増加。 ③事業場内最低賃金:地域別最低賃金+30円以上。 ④売上高:3～5年の事業計画期間内に、新製品・サービスの売上高の合計額が、企業全体の売上高の10%以上となる事業計画を策定すること ⑤GX:グリーン成長戦略「実行計画」14分野に掲げられた課題の解決に資する革新的な製品・サービスの開発であること	○補助限度額【類型・従業員別】 ※下記Webサイト参照。 https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf

出所)経済産業省・環境省「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」

https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf (閲覧日:2024年3月25日)より三菱総合研究所作成

24

【参考】カーボンニュートラル向け関連補助金

対象	要件等	補助額(補助率・補助限度額)
省エネ補助金	I:工場・事業場型:要件を満たす先進設備・システム等への更新や、機械設計が伴う設備へ更新等する事業 II:電化・脱炭素燃転型:化石燃料から電気への転換や、より低炭素な燃料への転換等、電化や脱炭素目的の燃料転換を伴う設備へ更新等する事業 III:設備単位型:要件を満たす指定設備へ更新する事業 IV:エネルギー需要最適化型:エネマネ事業者と契約し、EMSを用いて省エネ化を図る事業	○補助金限度額(非化石転換) [補助率(中小企業等)] I:15億円(20億円)[1/2以内 (一定の要件を満たす場合には2/3以内)] II:3億円(電化の場合は5億円)[1/2以内] III:1億円[1/3以内] IV:1億円[1/2以内]
ZEB補助事業(建築物等のZEB化・省CO2化普及加速事業)	※下記Webサイト参照。 https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf	※下記Webサイト参照。 https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf
脱炭素ビルリノベーション事業(業務用建築物の脱炭素改修加速化事業)	既存建築物(業務用)の省CO2改修に際し、外皮の高断熱化及び高効率空調機等の導入	○補助額 改修内容に応じて定額 又は補助率1/2~1/3相当等 ○上限額検討中

出所)経済産業省・環境省「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」

https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf (閲覧日:2024年3月25日)より
三菱総合研究所作成

25

【参考】カーボンニュートラル向け関連補助金

対象	要件等	補助額(補助率・補助限度額)
CEV補助金	対象車の購入	○補助上限額 EV:85万円 軽EV:55万円 PHEV:55万円 FCV:255万円
省エネルギー設備投資利子補給金	(ア)エネルギー消費効率が高い省エネルギー設備を新設、又は増設する事業 (イ)省エネルギー設備等を新設、又は増設し、工場・事業場全体におけるエネルギー消費原単位が1%以上改善される事業 (ウ)データセンターのクラウドサービス活用やEMSの導入等による省エネルギー取組に関する事業	○利子補給率 貸付利率1.1%以上→1.0% 貸付利率1.1%未満→貸付利率から▲0.1% ○交付対象融資額の上限:100億円 ○交付対象期間:最長10年間
バリューチェーン脱炭素促進利子補給事業	・融資先事業者が自らの二酸化炭素排出量を算定・報告・公表すること ・脱炭素に資する省エネ・再エネ設備投資であること 等	○利子補給率 貸付利率1.3%以上→1.0% 貸付利率1.3%未満→貸付利率から▲0.3% ○交付対象融資額の上限:10億円 ○交付対象期間:最長3年間
脱炭素社会の構築に向けたESGリース促進事業	①対象となるリース先であること ※個人事業主、中小企業など ②対象となるリース契約であること ※中古品の脱炭素機器をリースする契約でないことなど ③対象となる脱炭素機器であること ※工作機械、空調用設備など	○基準補助率 総リース料の1~4% ※対象製品別に設定 ○上乗せ補助率 基準補助率に1~2%を上乗せ ※リース先、指定リース事業者のESGの取組状況を勘案し判定

出所)経済産業省・環境省「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」

https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf (閲覧日:2024年3月25日)より
三菱総合研究所作成

26

【参考】カーボンニュートラル向け関連補助金

対象	要件	補助額(補助率・補助限度額)
CN投資促進税制	大きな脱炭素化効果を持つ製品の生産設備や生産工程等の脱炭素化と付加価値向上を両立する設備の導入	①化合物パワー半導体等の脱炭素化効果が大きい製品の生産設備の導入 ②導入前後で事業所の炭素生産性を1%以上向上させる設備
J-クレジット	省エネ・再エネ設備の導入や森林管理等	省エネ・再エネ設備の導入や森林管理等による温室効果ガスの排出削減・吸収のプロジェクト
太陽光発電設備等導入補助金	需要家主導による新たな太陽光発電設備等の導入モデルの実現	・発電事業者が一定規模以上の太陽光発電設備等を新設 ・8年以上にわたる一定量以上の利用契約 ・FIT・FIPや自己託送を活用しな 等
自家消費型太陽光発電・蓄電池導入補助金(ストレージパリティの達成に向けた太陽光発電設備等の価格低減促進事業)	自家消費型の太陽光発電・蓄電池の導入	・太陽光発電設備導入場所と同一の敷地内(オンサイト)で自家消費する必要 ・蓄電池導入が必須 ・逆潮流しないものに限る 等

出所)経済産業省・環境省「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」

https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf (閲覧日:2024年3月25日)より
三菱総合研究所作成

27

【参考】カーボンニュートラル向け関連補助金

対象	要件	補助額(補助率・補助限度額)
日本公庫による環境・エネルギー対策資金(GX関連)	グリーントランスフォーメーション推進計画を実施するために必要な設備資金(更新・増強を含む。)及び運転資金(温室効果ガス排出量の継続把握、第三者検証費用等を含む。)	温室効果ガス排出量を算定し、グリーントランスフォーメーション(GX)に取り組む方であって、次の1又は2のいずれかの要件を満たすもの 1. グリーントランスフォーメーションに係る取組を開始した日の属する事業年度(設備投資を実施する場合にあつては設備の導入完了した日の属する事業年度)の翌事業年度から原則として5事業年度以内を目的に、炭素生産性の伸び率について年率平均1%以上が見込まれる取組を図る取組 2. 「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」における重要分野の課題解決に資する取組を図る取組

出所)経済産業省・環境省「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」

https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf (閲覧日:2024年3月25日)より
三菱総合研究所作成

28

