



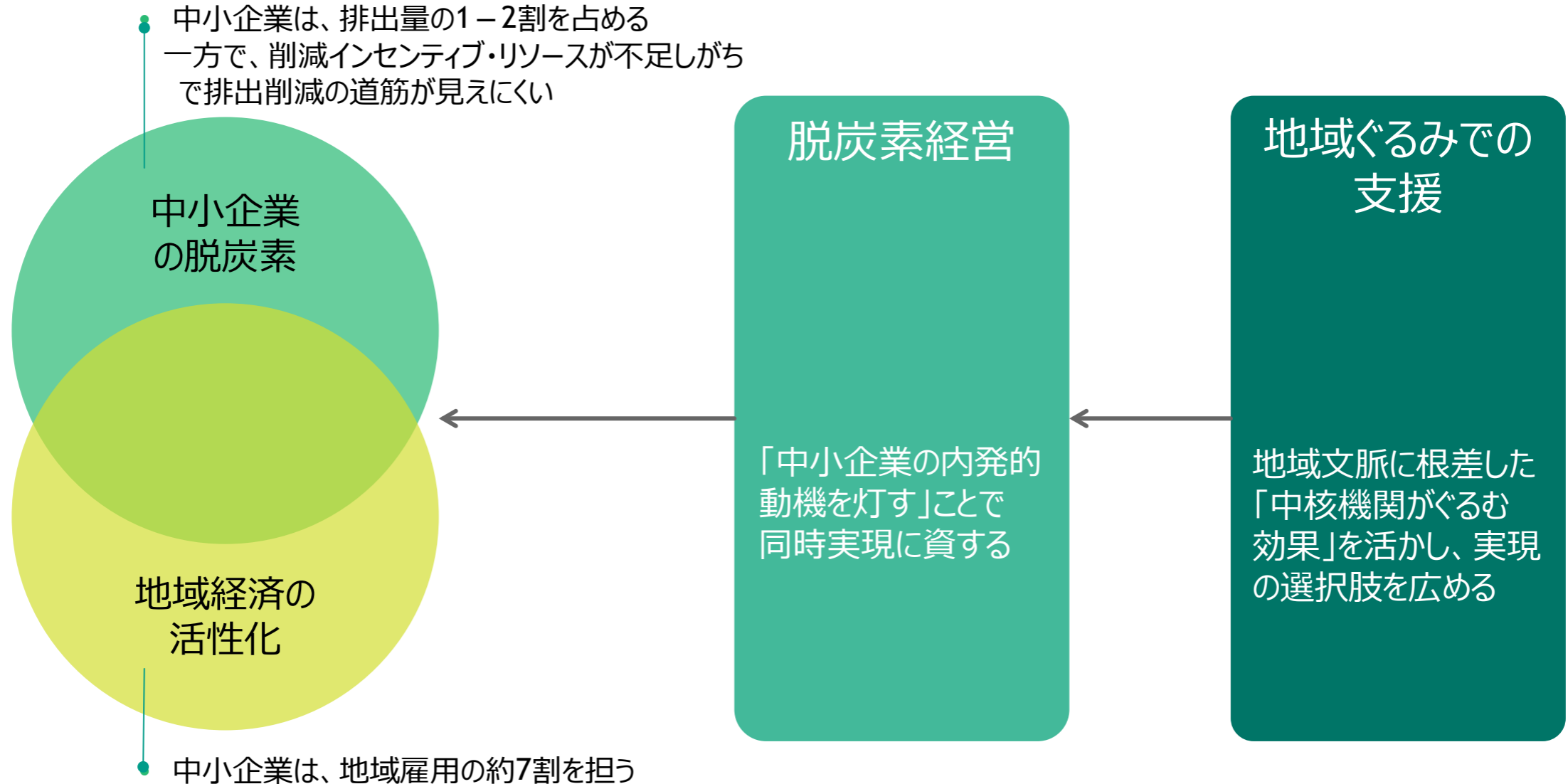
## 令和8年度 地域ぐるみでの脱炭素経営促進事業

2026年5月11日  
地球環境局地球温暖化対策課



# 地域ぐるみの脱炭素経営支援とは

- 「地域ぐるみ」での「脱炭素経営」支援は、中小企業脱炭素と地域経済の活性化を同時実現する原動力



# 地域ぐるみのモデル事業が目指す姿

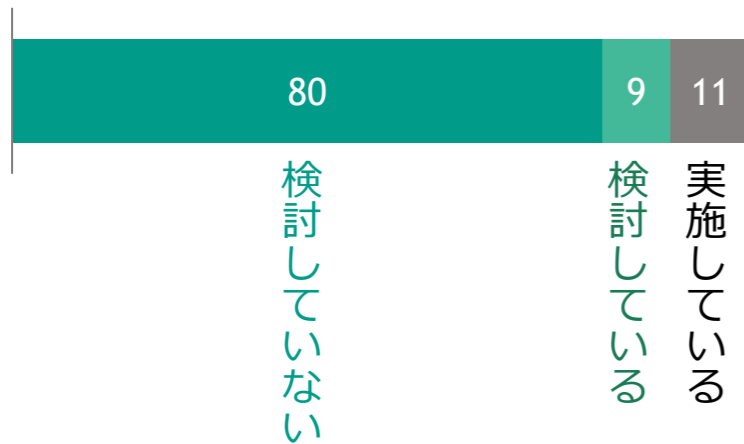
■ 地域ぐるみでは中小企業の脱炭素推進に向け、「脱炭素経営」支援による継続的な取組を目指す

## 日本の脱炭素目標と中小企業の現状

日本政府は2030年に2013年比46%の削減目標を掲げる

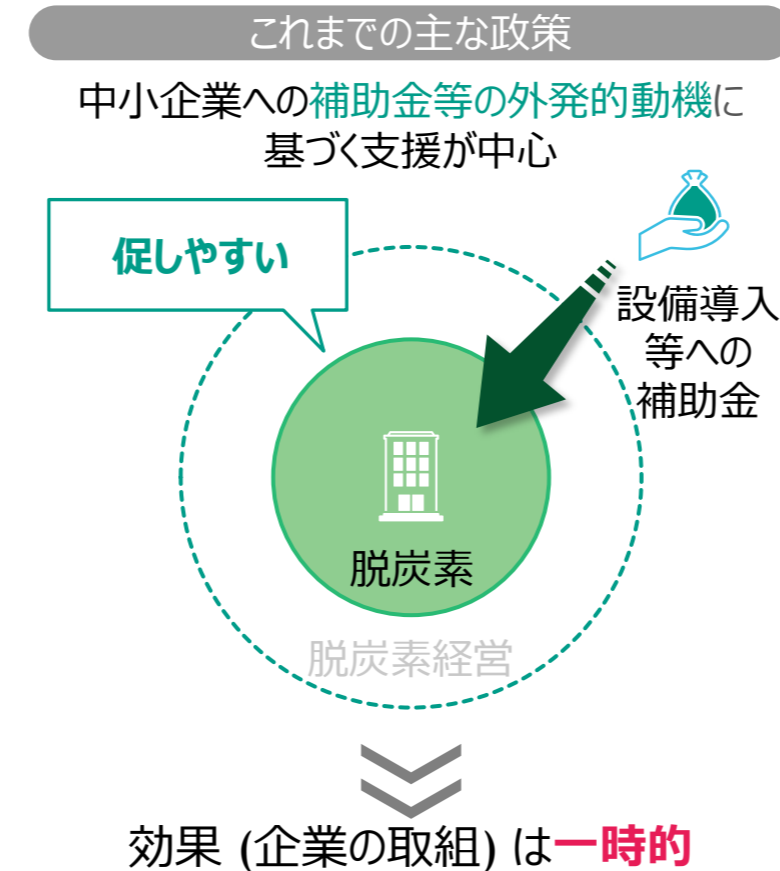
- 国内排出量のうち約1~2割弱を中小企業が占める(1.2~2.5億t)

一方で中小企業の脱炭素取組は進んでいるとは言い難い



〈中小企業のCN影響への方針検討状況<sup>1)</sup> (単位%、回答企業数4,723社)

## 中小企業の脱炭素促進の方向性



1. 令和4年7月 経済産業省「中小企業のカーボンニュートラル施策について」

# モデル事業の概要

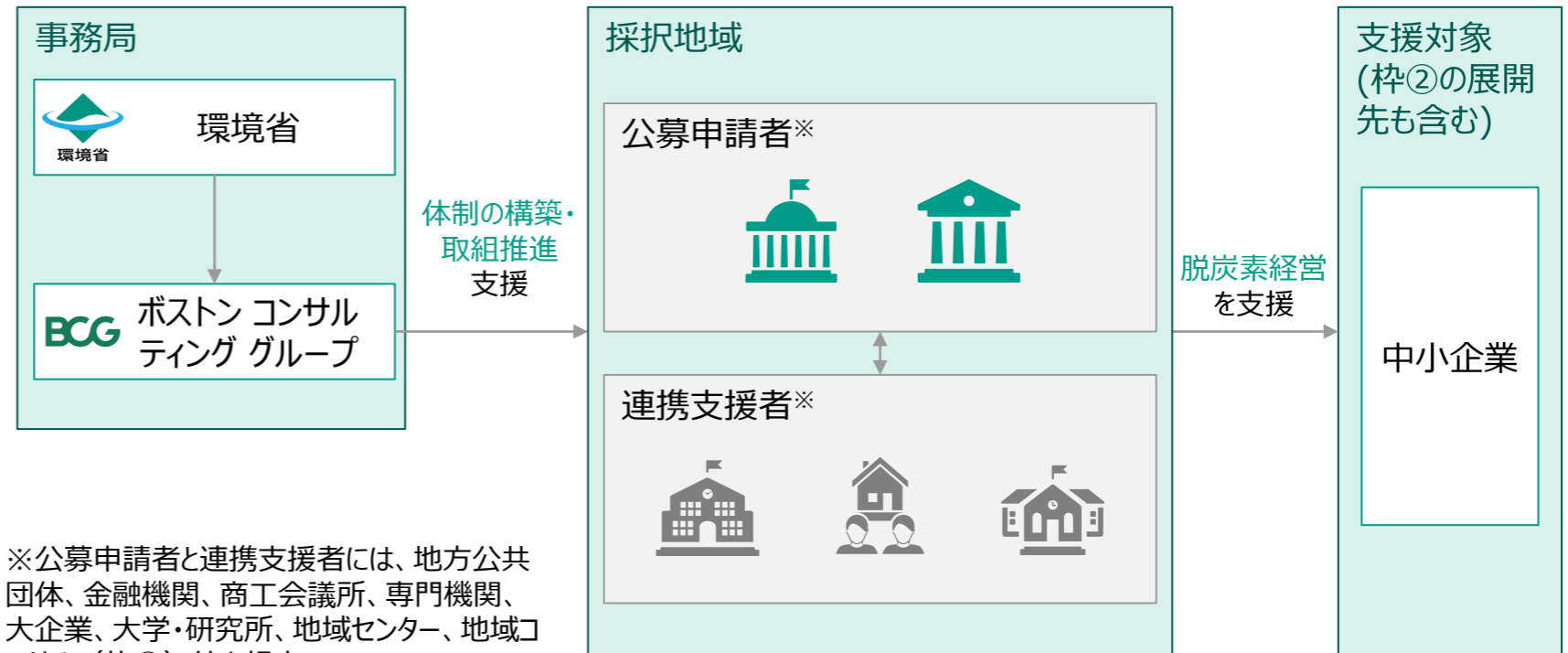
- 地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制を構築し中小企業における排出量削減の具体的な打ち手のモデルを創出する
- 本モデル事業の成果を体系的に整理し広く普及するためのガイドやツールを作成する

## 背景と目的

- 2050年カーボンニュートラルに向け、日本全体の温室効果ガス排出量の約2割を占める中小企業の脱炭素経営の促進が重要  
また、中小企業ひいては地域産業の雇用促進や事業の維持・発展のためにも脱炭素経営が重要
- 数が多く地域特性が強い中小企業に対する支援は、地域の商工会議所、地方金融機関等、中小企業のステークホルダーとなる機関による支援が重要  
一方で、単独で全てを行うのは困難であることから、機関が連携した地域ぐるみでの支援が有効と考える
- 本事業では、地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制を構築し、地域の中小企業における排出量削減の具体的な打ち手のモデルを創出することを目的とする

## 支援の対象とスキーム

- 地域内の中小企業の脱炭素経営促進に取り組む団体を公募の対象とし、7件程度の採択とする（公募状況により調整する可能性あり）
- 申請者は地方公共団体又は支援機関等とする（共同提案することを妨げない）



※公募申請者と連携支援者には、地方公共団体、金融機関、商工会議所、専門機関、大企業、大学・研究所、地域センター、地域コンサル（枠②）等を想定

# 令和8年度モデル事業の3つの公募枠

■ 令和8年度は地域ぐるみの裾野拡大と具体的な成果に紐づけるための取組の深化を目的に3つの公募枠を設ける

| 公募の対象    | 公募枠①：<br>国による直接支援  | 公募枠②：<br>A地域コンサル/B過年度地域経由支援  | 公募枠③：<br>地域ぐるみの特性を活かした削減インパクトや<br>価値創出に向けた取組  |
|----------|--|--|---|
|          | <p>国による直接支援のもと地域ぐるみでの脱炭素経営の促進を進める取組</p>  | <p>地域ぐるみでの脱炭素経営の促進を前提に、地域コンサルなどの支援機関への再委託、もしくは過年度採択地域から横展開を前提とした取組</p>   | <p>地域ぐるみの特性を活かした削減インパクトや価値創出に向けた取組を以下4テーマから選択</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 地場産品マーケティング</li> <li>• サステナツーリズム</li> <li>• 共同輸配送</li> <li>• 取引先大企業とのエンゲージメント協業</li> </ul>       |
| 目的       | <p>①本年度採択地域において、地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制を構築、取組を構想・実施すること</p> <p>②本年度採択地域において、具体的な取組の深化と成果（脱炭素、経営課題解決の両面）に確実に繋がられる見通しを立てること</p> |  |   |
| 支援対象     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 地域の支援機関</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A：地域コンサル</li> <li>• B：過年度採択地域の公募申請者等</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 地域の支援機関</li> </ul>   |
| 事務局の支援内容 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• モデル事業実施に係る全般の支援</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A:モデル事業実施に係る全般の支援               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 内、地域コンサル等を支援</li> </ul> </li> <li>• B：特定の取組推進に係る支援               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 内、過年度公募支援者を支援</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 主体的に取組を担う業務範囲を事務局と協議の上で決定               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 支援機関は、自ら実施する業務に加え、外部機関の活用や実証に必要な措置を検討・実施可能</li> </ul> </li> </ul> |

# モデル事業の支援内容

- 採択地域の取組状況やゴール感に基づき、年度内の事業の実施内容を採択地域-事務局間で調整を予定
- それら実施内容に対して、事務局としての支援内容をすり合わせ

実施内容（例）



(採択地域)

## 取り組む意義の明確化

- 地域の有志による、事業環境変化における地域産業の在り方及び基本アプローチの検討
- 地場産業の脱炭素シフトWGの組成

## 地域ぐるみでの取組の設計

- 中堅・中小企業の脱炭素経営取組上の障壁を調査
- 支援機関の脱炭素経営支援の課題を調査
- 調査結果に基づく支援機能・取組の検討

## 取組の実行・改善

- 取組の実行
- これまでの取組における中小企業の参画や支援機関の支援における課題の整理・対策の検討・実施

## 地域ぐるみ体制の構築

- 脱炭素経営推進の障壁の克服に必要な機能の特定
- 上記機能の地域における担い手の勧誘
- 協議会やコンソーシアム等の運営方法の整備

支援内容（例）



(事務局)

- 地域の産業構造を踏まえたリスク・チャンス等の示唆提示
- 産業の方向性の初期仮説提示
- 脱炭素対応している地域の先行事例共有

- アンケート、ヒアリングの実施、結果集計、分析
- 分析結果に基づく支援機能・取組の示唆出し
- 先行事例からの支援機能・取組の示唆出し

- 課題の分析
- 対策のオプション提示

- 推進体制における基本業務の役割分担整理
- 勧誘先への説明内容に関する助言
- 運営方法設計の支援 (例：論点言語化、議論等)

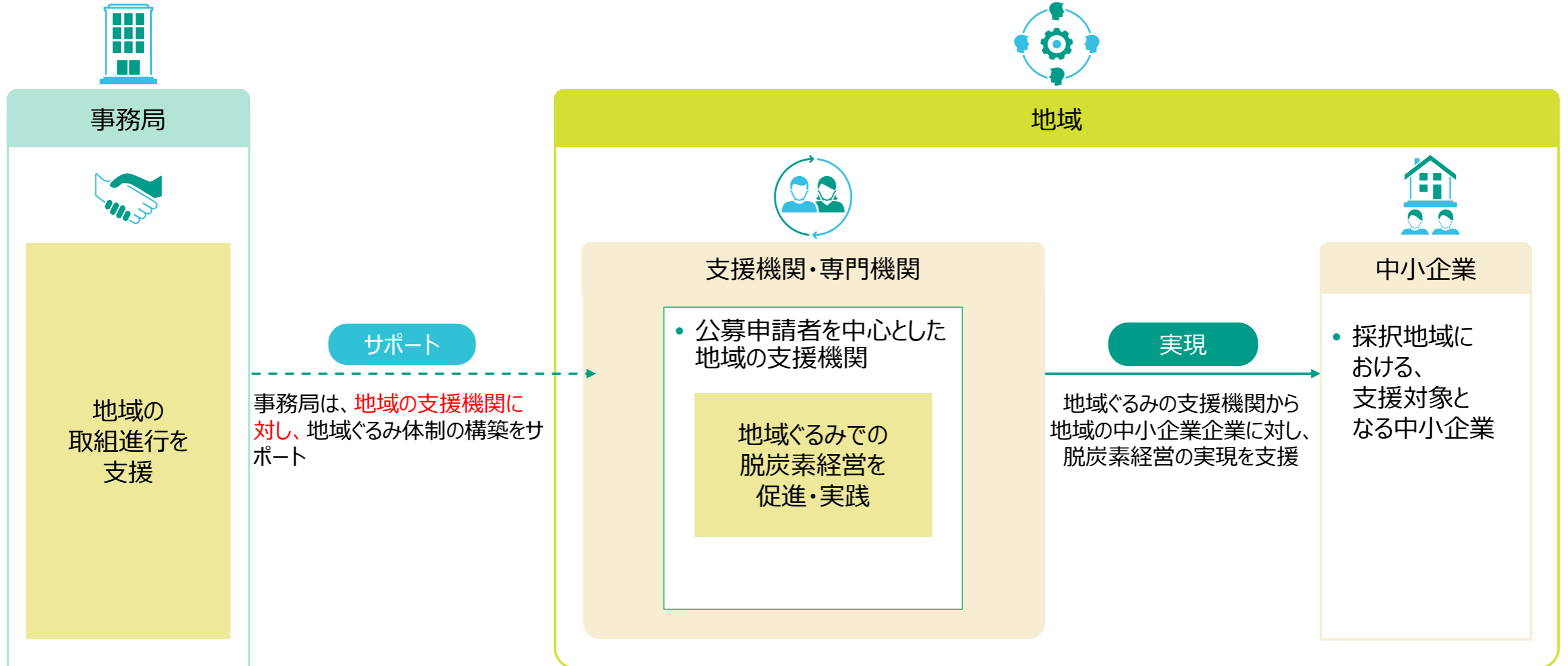
※ 公募枠②-aは上記に加え、PL・PM機能を担う支援機関との役割分担の設計・協議、取組推進に向けた助言を支援

※ 公募枠②-bは上記に加え、過年度採択地域の知見・経験の横展開先への共有、キャパシティビルディングを支援

※ 公募枠③は上記に加え、地域特性を活かした脱炭素と地域活性の同時実現を目指した地域施策の検証支援、支援機関との業務範囲の協議・設計、支援機関との業務範囲の協議・設計、実証に向けた外部機関活用・必要な措置の検討を支援

# 公募枠①（国による直接支援）：本年度の事業イメージ

- 昨年度の枠①同様、事務局から、採択地域に対しに直接支援



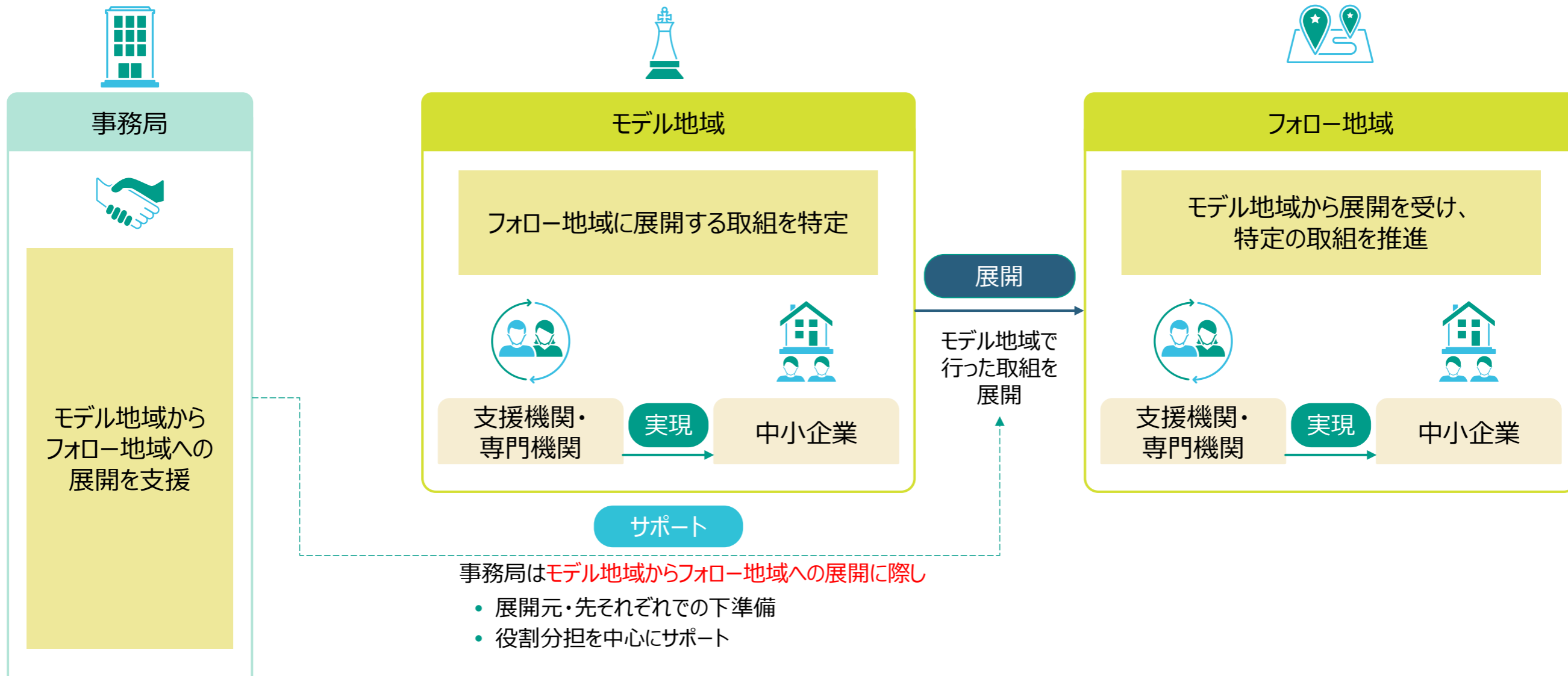
# 公募枠②-A (地域コンサル等によるリード): 本年度の事業イメージ

- 昨年度の枠②同様、地域コンサル等がリードし脱炭素経営を促進。事務局は地域コンサル等のプロマネを支援



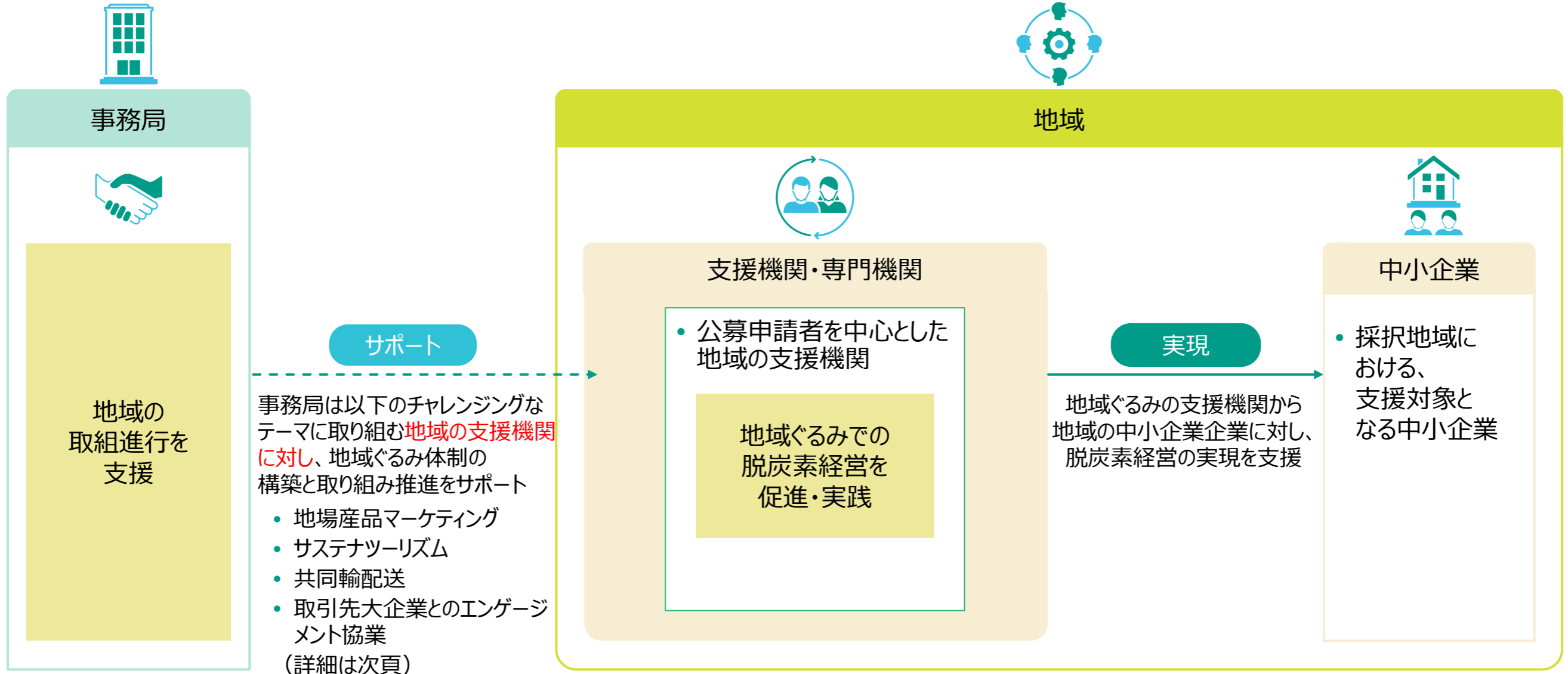
# 公募枠②-B (過年度からの横展開): 本年度の事業イメージ

■ 昨年度の枠③同様、過年度申請地域 (モデル地域) の特定の取組をフォロー地域でも実施する横展開を事務局が支援



# 公募枠③（削減インパクトや価値創出に向けた取組）：本年度の事業イメージ

- 事務局から、チャレンジングなテーマに取り組む採択地域に対し、先進的なモデル事例づくりを支援



# 公募枠③（削減インパクトや価値創出に向けた取組）：テーマごとの支援イメージ

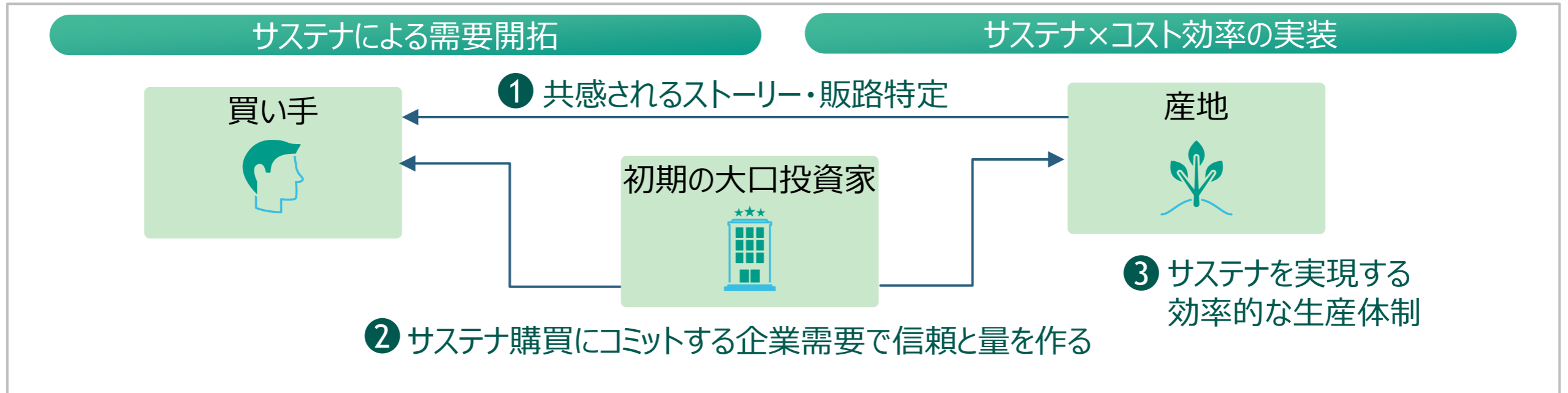


## ■ テーマに応じた目指す姿に向け、先進的なモデル事例づくりを具体で支援

|                    | 支援によって目指す姿   | 支援内容の例   |
|--------------------|--|--|
| 地場産品マーケティング        | <ul style="list-style-type: none"> <li>サステナを売上と原価の両方に効かせる産地モデル</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>サステナによる価値づくりの構想                             <ul style="list-style-type: none"> <li>現状の可視化（顧客ニーズの整理、既存コンセプトの確認）</li> <li>ストーリー・目指す姿の設定（共感されるストーリー・販路の特定）</li> </ul> </li> <li>サステナによる価値づくりの実装                             <ul style="list-style-type: none"> <li>実装準備（サステナ購買にコミットする企業需要で信頼と量を作るマーケティング、サステナを実現する効率的な生産体制など）</li> </ul> </li> </ul> |
| サステナツーリズム          | <ul style="list-style-type: none"> <li>「"選ばれる"と"続けられる"を両立する観光地経営</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>サステナによる価値づくりの構想                             <ul style="list-style-type: none"> <li>現状の可視化（旅行者ニーズの整理、観光資源の整理）</li> <li>ストーリー・目指す姿の設定（観光地経営の模索）</li> </ul> </li> <li>サステナによる価値づくりの実装                             <ul style="list-style-type: none"> <li>各施策の設計（宿泊・飲食・農漁業・サービス分野での体験設計）</li> <li>優先施策の実施</li> </ul> </li> </ul>                      |
| 共同輸配送              | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の事務局が主導し、条件整理と実運用を実行</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>共同輸配送の構想整理                             <ul style="list-style-type: none"> <li>実態把握（地域事務局が参加企業の物流実態を情報収集）</li> <li>共同化ルート・条件設定</li> </ul> </li> <li>共同輸配送の実装支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>共同輸配送の実現方法を整理</li> <li>実装・効果測定・改善</li> </ul> </li> </ul>   |
| 取引先大企業とのエンゲージメント協業 | <ul style="list-style-type: none"> <li>地銀、自治体の強みを生かすアンカー企業の補完</li> <li>原価低減＋脱炭素の実装を実現</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>サプライヤー企業の意欲醸成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>意欲醸成に繋がるサプライヤーへのメッセージを「アンカー企業」「地域金融機関」「自治体」の役割に応じて発信</li> </ul> </li> <li>サプライヤーの排出量算定・削減計画策定・削減実施の支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>排出量算定～削減実行のステップに応じた詰まり所解消の支援</li> </ul> </li> </ul>                                     |

# 公募枠③地場産品マーケティング：目指す姿の例

- 「サステナを売上と原価の両方に効かせる産地モデル」の推進を想定



## ① 共感されるストーリー・販路特定

- ・ サステナを "理念" ではなく "売り場要件" に翻訳する
- ・ どの市場・どの買い手に、何を理由に選ばれるかを明確化

## ② サステナ購買にコミットする企業需要で信頼と量を作る

- ・ 初期需要は "まとめ買いできる相手" "グリーン製品の購入"理由のある企業でつくる
- ・ 例えば、GXリーグ参加・GX率先実行宣言企業等

## ③ サステナを実現する効率的な生産体制

- ・ グリーン素材の面的な調達
- ・ 生産性と脱炭素を同時実現する工程改善（材料削減、労働効率化）

# 公募枠③サステナツーリズム：目指す姿の例

- 「"選ばれる" と "続けられる" を両立する観光地経営の推進を想定

観光産業



サステナビリティは  
体験の質を左右する  
因子

- ① 需要:  
意味・本物感があり、「ここに  
来た理由」を実感できる体験

サービス水準維持に  
必要な固定費削減は  
サステナビリティに接続

- ② 供給:  
効率的な運営で、品質を  
落とさず提供し続けられる



観光産業

地域

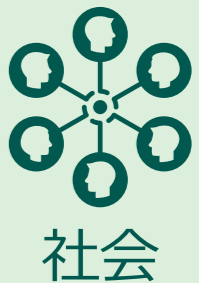


サステナビリティが  
地域の観光資産の  
維持に直結

- ③ 地域 (資源):  
自然・文化の価値を損なわず  
むしろ維持・回復に回る

サステナビリティが観光による  
便益と地域社会の  
負担の均衡を維持

- ④ 地域 (社会):  
住民の暮らしと両立し、  
「歓迎される」状態が続く



# 公募枠③共同輸配送：目指す姿の例

■ 地域の合意形成機能を構築、プラットフォームにつなぐモデルの推進を想定

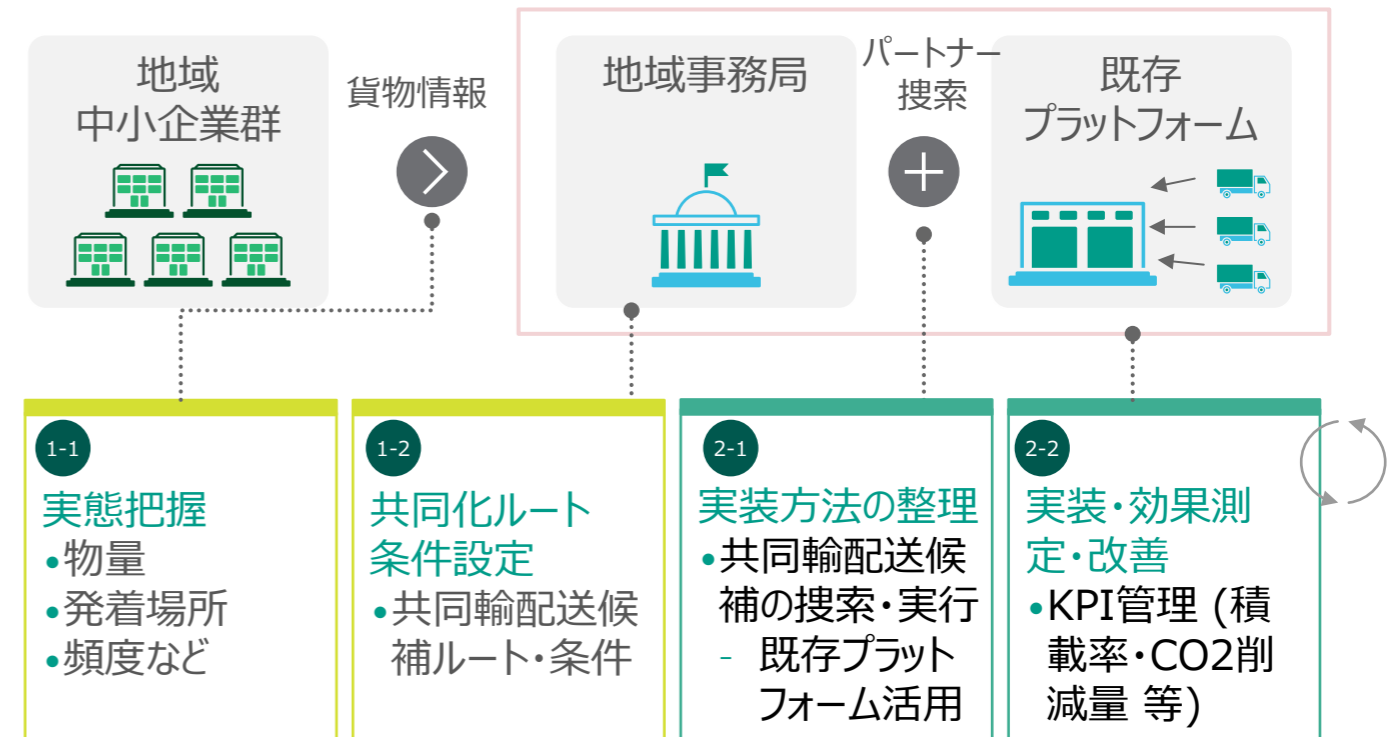
## 取組例

### 地域の事務局が主導し、条件整理と実運用を実行

- 共同化が可能な条件調整・合意取得(構想段階)
- 既存プラットフォームを活用した実装と継続改善(実装段階)



## イメージ



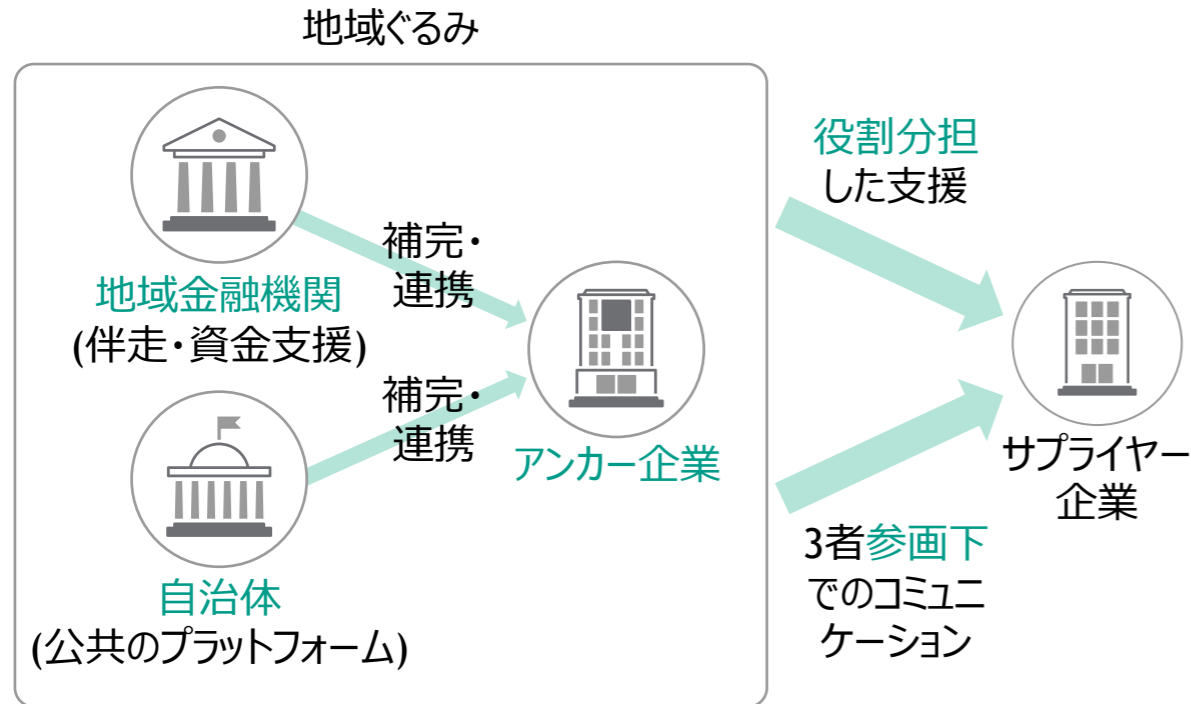
# 公募枠③取引先大企業とのエンゲージメント協業：目指す姿の例

## ■ エンゲージメントにおける「地域ぐるみ」でのサポートと「サプライヤーの脱炭素経営」の推進を想定

### エンゲージメントにおける「地域ぐるみ」でのサポート

#### 地銀・自治体の強みを生かすアンカー企業の補完

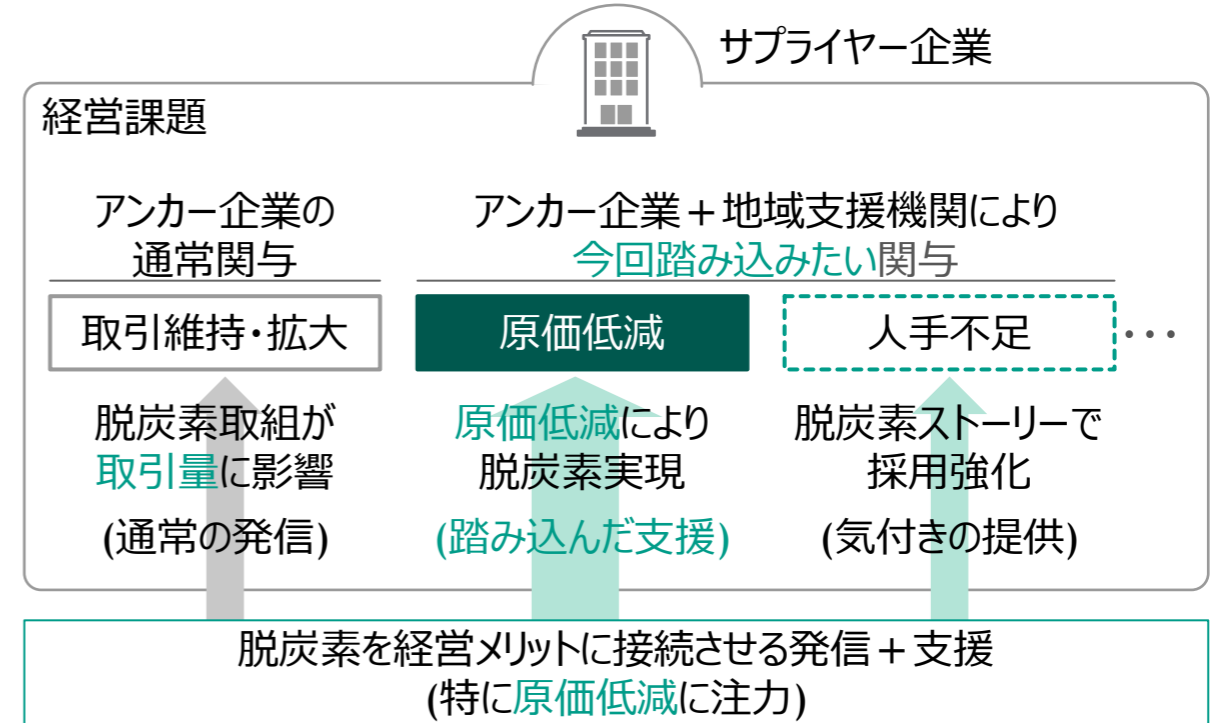
- 3者役割分担により、アンカー企業のリソース不足・サプライヤーの実行力不足解消
- 3者参画下での意思疎通により取適法懸念回避



### エンゲージメントにおける「サプライヤーの脱炭素経営」の促進

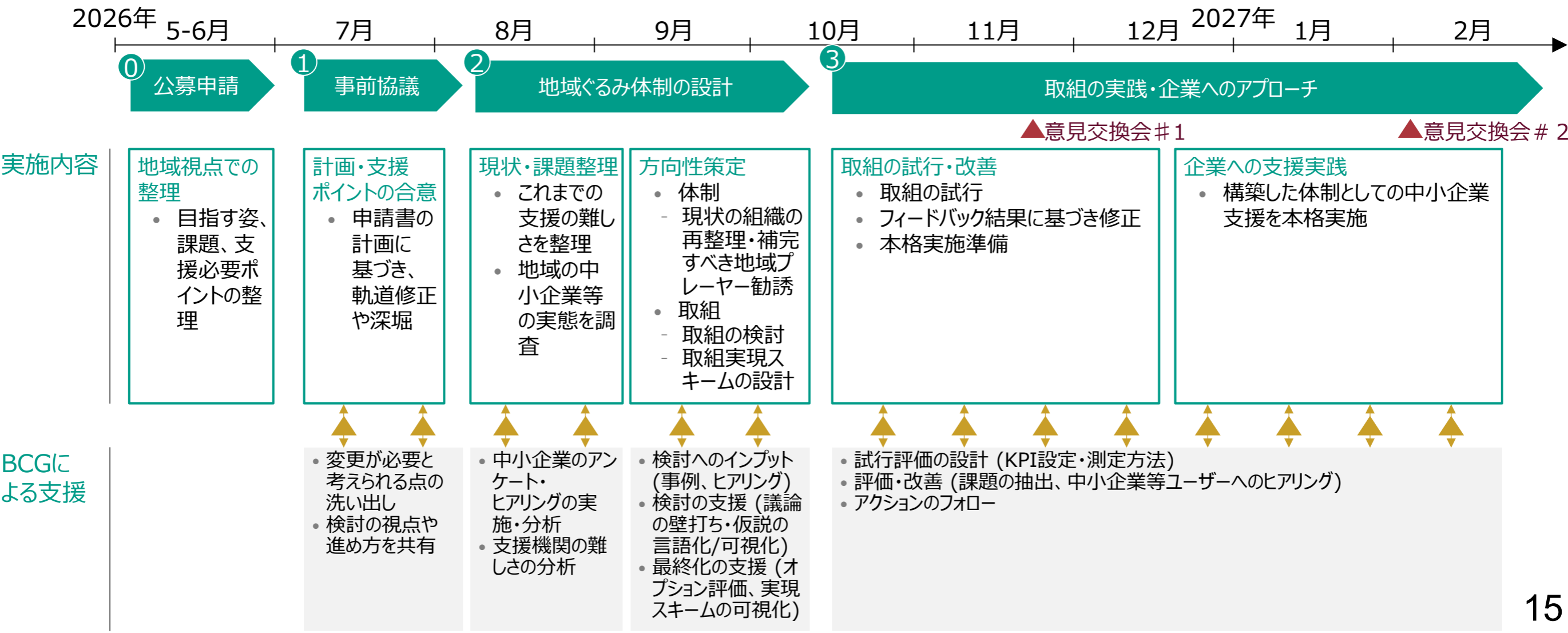
#### 原価低減 + 脱炭素の実装

- 通常では踏み込みにくい原価低減まで支援することで、コスト削減によるサプライヤー企業の経営力強化と排出削減を同時実現



# 支援の実施スケジュールのイメージ例

- 約8か月にわたり、採択地域の地域ぐるみの体制や取組の設計、企業へのアプローチを支援
- 意見交換会等で各地域の検討状況や成果を共有・報告



# 公募枠①（国による直接支援慮する内容）の選定で考慮する内容

- 公募枠①では、次の評価項目を考慮して各申請内容を総合的に評価し、取組内容や対象となるテーマ、地域バランス及び検証対象となる取組の方向性等を勘案しつつ、採択先を選定する

## 取組の意義

- モデル事業を通じて地域や中堅・中小企業の目指す姿が明確であること
- 各支援機関にとって、地域ぐるみでの取組を通じて活動する狙いが明確であること

## 現在の課題

- 地域や中堅・中小企業の目指す姿を設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 今年度のモデル事業のゴールを設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 取組を実施する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 実施体制の構築・連携においての現状課題が具体的に整理されていること

## A 取組の方向性

詳細P21-23参照

- 企業の脱炭素経営シフトに関する動機付けを促す取組になっていること
- 企業の脱炭素実践のハードルを乗り越える取組になっていること
- 支援体制を効果的にマネジメントする取組になっていること
- 地域ぐるみで中小企業の目詰まりを解消する取組になっていること

## 取組アプローチ

- 取組を進めるうえで、事務局に求める支援内容が具体化されていること

## B 実施体制

詳細P24参照

- 申請者および関係機関の役割分担が明確で、実行可能な体制になっていること
- 取組実現にむけた体制構築ができていること

# 公募枠②-Aの選定で考慮する内容

- 公募枠②-Aでは、公募枠①の観点に加え、地域コンサルとしての評価項目も考慮して各申請内容を総合的に評価し、取組内容や対象となるテーマ、地域バランス及び検証対象となる取組の方向性等を勘案しつつ、採択先を選定する

## 地域全体としての評価項目（公募枠①と共通）

### 取組の意義

- モデル事業を通じて地域や中堅・中小企業の目指す姿が明確であること
- 各支援機関にとって、地域ぐるみでの支援体制・取組を通じて活動する狙いが明確であること

### 現在の課題

- 地域や中堅・中小企業の目指す姿を設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 今年度のモデル事業のゴールを設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 取組を実施する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 実施体制の構築・連携における現状課題が具体的に整理されていること

### A 取組の方向性

- 企業の脱炭素経営シフトに関する動機付けを促す取組になっていること
- 企業の脱炭素実践のハードルを乗り越える取組になっていること
- 支援体制を効果的にマネジメントする取組になっていること

詳細P21-22参照

### 取組アプローチ

- 支援体制・取組を進めるうえで、事務局に求める支援内容が具体化されていること

### B 実施体制

- 申請者および関係機関の役割分担が明確で、実行可能な体制になっていること
- 取組実現に向けた体制構築ができていること

詳細P24参照

## 地域コンサルとしての評価軸

### プロマネ

- 地域コンサルとしての経験や強みがあること
- プロマネを果たすうえでの課題を明確に理解していること

### 域内機関の巻き込み

- 域内機関のオーガナイズ（連携）がすでに一定できていること

### 脱炭素経営の旗振り

- 地域においてどのような方向をめざしており、どのような支援が必要かが明確であること

※公募枠①との違いは黄色にて記載

# 公募枠②-Bの選定で考慮する内容

■ 公募枠②-Bでは、公募枠①の観点に加え、横展開元・先としての視点も考慮して各申請内容を総合的に評価し、取組内容や対象となるテーマ、地域バランス及び検証対象となる取組の方向性等を勘案しつつ、採択先を選定する

## 地域全体としての評価項目（公募枠①と共通）

**取組の意義**

- モデル事業を通じて地域や中堅・中小企業の目指す姿が明確であること
- 各支援機関にとって、地域ぐるみでの支援体制・取組を通じて活動する狙いが明確であること

**現在の課題**

- 地域や中堅・中小企業の目指す姿を設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 今年度のモデル事業のゴールを設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 取組を実施する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 実施体制の構築・連携における現状課題が具体的に整理されていること

**A 取組の方向性**

- 企業の脱炭素経営シフトに関する動機付けを促す取組になっていること
- 企業の脱炭素実践のハードルを乗り越える取組になっていること
- 支援体制を効果的にマネジメントする取組になっていること

詳細P21-22参照

**取組アプローチ**

- 支援体制・取組を進めるうえで、事務局に求める支援内容が具体化されていること

**B 実施体制**

- 申請者および関係機関の役割分担が明確で、実行可能な体制になっていること
- 取組実現に向けた体制構築ができていること

詳細P24参照

## 横展開元・先としての評価軸

**横展開元**

- 展開をする特定の取組が明確であること
- 代表申請者にとって、上記を展開する意義が明確であること

**横展開先**

- 展開先の候補は決まっている/合意できていること
- 展開先で、本取組へのリソースが割けること

※公募枠①との違いは黄色にて記載

# 公募枠③「マーケティング／ツーリズム／共同輸配送」の選定で考慮する内容

■ 公募枠③のうち、マーケティング／ツーリズム／共同輸配送のテーマでは、次の評価項目を考慮して各申請内容を総合的に評価し、取組内容やテーマ、地域バランス及び検証対象となる取組の方向性等を勘案しつつ、採択先を選定する

## 取組の意義

- モデル事業を通じて地域や中堅・中小企業の目指す姿が明確であること
- **地域**にとって、地域ぐるみでの支援体制・取組を通じて活動する狙いが明確であること

## 現在の課題

- 地域や中堅・中小企業の目指す姿を設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 今年度のモデル事業のゴールを設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 取組を実施する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 実施体制の構築・連携においての現状課題が具体的に整理されていること

A

## 取組の方向性

- 企業の脱炭素経営シフトに関する動機付けを促す取組になっていること
- 企業の脱炭素実践のハードルを乗り越える取組になっていること
- 支援体制を効果的にマネジメントする取組になっていること
- **上記3点を踏まえビジネスとして成立し得る（価値創出・採算への見立てを有する、等）取組になっていること**※以下テーマ別に例示
  - **地域産品マーケティング**：サステナによる需要開拓とコスト効率化実装が可能であること
  - **サステナツーリズム**：サステナによる体験の質、効率的な運営、地域資源・社会の維持が可能であること
  - **共同輸配送**：地域の合意形成機能・プラットフォームを通して条件整理・実運用が可能であること

詳細P21-22参照

## 取組アプローチ

- 支援体制・取組を進めるうえで、事務局に求める支援内容が具体化されていること

B

## 実施体制

- 申請者および関係機関の役割分担が明確で、実行可能な体制になっていること
- 取組実現にむけた体制構築ができていること
- **中小企業を多く巻き込むことが可能であること**
  - **地域のリーダーの求心力とコミットメントはあること**
  - **一定規模の母数の中小企業を既に巻き込んでいること**

詳細P24参照

※公募枠①との違いは黄色にて記載

# 公募枠③「取引先大企業とのエンゲージメント協業」の選定で考慮する内容

■ 公募枠③のうち、取引先大企業とのエンゲージメント協業のテーマでは、次の評価項目を考慮して各申請内容を総合的に評価し、取組内容やテーマ、地域バランス及び検証対象となる取組の方向性等を勘案しつつ、採択先を選定する

## 取組の意義

- モデル事業を通じて地域や中堅・中小企業の目指す姿が明確であること
- 対象となるアンカー企業・自治体・金融機関にとって地域ぐるみでの支援体制・取組を通じて活動する狙いが明確であること

## 現在の課題

- 地域や中堅・中小企業の目指す姿を設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 今年度のモデル事業のゴールを設定・共有する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 取組を実施する上での現状課題が具体的に整理されていること
- 実施体制の構築・連携における現状課題が具体的に整理されていること

## A 取組の方向性

- 脱炭素の取組をサプライヤー企業の成長に繋げる観点があること
  - 企業の脱炭素経営シフトに関する動機付けを促す取組になっていること  
(特に、脱炭素を通じてサプライヤー企業の経営課題解決(原価低減、人材採用等)に繋げる取り組みになっていること)
  - 企業の脱炭素実践のハードルを乗り越える取組になっていること
  - 支援体制を効果的にマネジメントする取組になっていること

詳細P21-22参照

## 取組アプローチ

- 支援体制・取組を進めるうえで、事務局に求める支援内容が具体化されていること

## B 実施体制

- 申請者および関係機関の役割分担が明確で、実行可能な体制になっていること
- 取組実現にむけた体制構築ができていること
- 3者(アンカー企業・自治体・地域金融機関)で合理的な役割分担がされていること

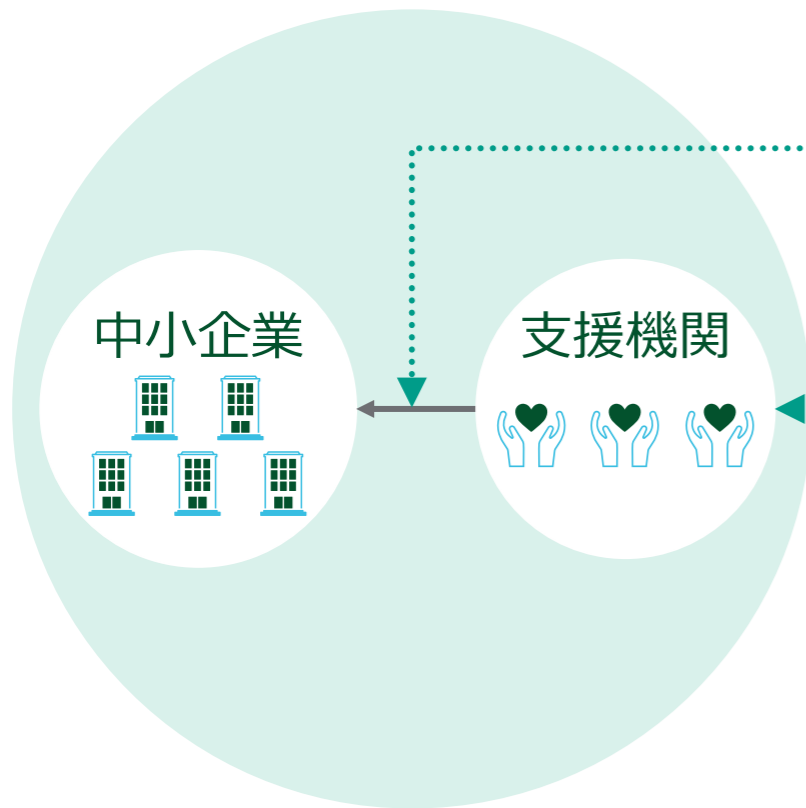
詳細P24参照

※公募枠①との違いは黄色にて記載

# 地域ぐるみで脱炭素経営支援を進めるために重視する3つの方向性と取組

- 地域ぐるみで脱炭素経営を促進するためには、「企業の動機付け」「ハードル低減」「支援体制のマネジメント」の3つを実現する必要があり、対応する a ~ h の取組設計を想定

詳細は【地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック】P36以降を参照



## 中小企業を動かす (初動のモメンタム創出)



- ① 中小企業の脱炭素経営シフトに関する動機付けを促す取組
  - a 先進層への動機付け促進
  - b 先進層から域内企業全体への普及
- ② 中小企業の脱炭素実践のハードルを乗り越える取組
  - c 支援策アクセスの容易性
  - d 投資採算性の担保
  - e 脱炭素の手触り感の確保

## 支援体制を活性化する (持続に向けた基盤の整備)



- ③ 支援体制を効果的にマネジメントする取組
  - f 求心力のある目標やビジョン提示
  - g リーダー・プロマネ機能の確保
  - h 支援の活動基盤の確保

地域ぐるみでの支援体制

# 地域ぐるみでの脱炭素経営支援の落とし穴と、あるべき取組の例



## ■ 地域ぐるみでの脱炭素経営を実現するため、各方向性・取組において以下を念頭に置いた提案を想定

| 方向性                      | 取組の例              | 取組におけるよくある"落とし穴"  | "落とし穴"を回避する、あるべき取組の例  |  |
|--------------------------|-------------------|---|---|--|
| 1 企業の脱炭素経営シフトに関する動機付けを促す | a 先進層への動機付け促進     | <ul style="list-style-type: none"> <li>経営課題の解決意欲の高い企業に対して脱炭素を手段とした打ち手を提案</li> <li>上記に際してGHG排出量算定を通じて脱炭素及び経営課題解決のインパクトを「見える化」</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>脱炭素の重要性を取組意義として入口に置いてしまい、企業にとっての経営メリットが感じられにくい</li> <li>経営面の意義を伝えようとするものの、一般的な世の中のリスク・チャンス動向等、粗い説明に留まる</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>脱炭素に直接関係ないものも含めて企業の経営課題のヒアリングから着手したうえで、有効な課題解決の打ち手の1つとして、例えば脱炭素の取組を人材採用や生産性改善に活かす</li> </ul>                    |
|                          | b 域内企業全体への普及      | <ul style="list-style-type: none"> <li>脱炭素経営に係るセミナーや地域における先進事例紹介を実施し、「自分事化」を促進</li> <li>支援機関による「経営課題解決を通じた脱炭素」の支援アプローチを形式知化</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>セミナーの内容や支援アプローチが脱炭素の重要性や、いかに簡単に取り組めるかに重きを置いてしまい、企業にとっての意義や取り組む契機としての経営メリットが腹落ちしない</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>域内企業の誘引にあたって、主眼を「経営課題解決」や「価値転換」とし、先進事例紹介に際しても、経営課題を抱えていた企業が、脱炭素の取組を通じてどのように解決の道筋が導き出されたかのプロセスまで一連で共有</li> </ul> |
|                          | c 支援策アクセスの容易性     | <ul style="list-style-type: none"> <li>必要な情報や支援策を一元的に集約したワンストップ窓口を設置</li> <li>意識が醸成された企業が自ら主体的に支援機関と接触できるための支援マップを作成</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>支援メニューが支援機関側のプロダクト一覧になってしまい、企業側の課題・ニーズを踏まえたものになっていない</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ワンストップ窓口や支援マップの事務局に、企業の課題に寄り添いつつ域内外の脱炭素に係る支援メニューに送客可能なコーディネーターを配置(定期的に企業のニーズを地域内支援機関にフィードバック)</li> </ul>        |
| 2 企業の脱炭素実践のハードルを乗り越える    | d 投資採算性の担保        | <ul style="list-style-type: none"> <li>省エネ診断サービスによる投資対効果可視化</li> <li>共同購買、プログラム型のクレジット創出・売却、条件達成による融資優遇や補助金の高上げ等による投資対効果の改善</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>金融機関によるファイナンススキーム等の「仕組みづくり」が先行してしまうと、利用企業側の具体詳細のニーズに合致せず、利用企業が限定的にとどまる</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>サービスの提供や、融資・補助その他金銭インセンティブの付与に当たり、脱炭素の取組単体のみならず経営課題解決の方向性や取組についても考慮</li> </ul>                                  |
|                          | e 脱炭素の手触り感の確保     | <ul style="list-style-type: none"> <li>ワークショップや算定ツール体験、カードゲーム等により脱炭素自体の意義やGHG排出量の算定・削減策の検討等に係る心理的障壁を軽減</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>イベント等で脱炭素に係る意欲醸成に過度にフォーカスしてしまうと、抽象度が高いままの理解に終わり、排出削減に向けて具体的にどのようなアクションをとるべきかの思考に到達できない</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>経営課題解決に脱炭素のエッセンスを組み込むという全体のストーリーを前提としたうえで、脱炭素に対する理解度や親近感を高める位置づけでイベント等を開催</li> </ul>                            |
|                          | f 求心力のある目標やビジョン提示 | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の企業の共通的な経営課題を踏まえた取組意義、検討課題を明文化</li> <li>自治体がビジョンや戦略等に反映するほか、首長による発信等を通じてプレゼンスを発揮</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の脱炭素に係るKPIやKGIの設定に重きが置かれていたり、抽象的な地域のあるべき姿だけが記載されており、企業や支援機関の具体的な行動指針とならない</li> <li>支援機関や企業にとって一定の労力をかけても実現したい、と感じるものになっていない(例：防災、地産地消等)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域のあるべき将来ゴールとあわせて、地域の企業が脱炭素経営に取り組む意義及び現状の課題、並びに、課題を解決して意義を実現するための具体的な取組や体制、を読み手がストーリーとして理解できる形で表現</li> </ul>    |
| 3 支援体制を効果的にマネジメントする      | g リーダー・プロマネ人材の確保  | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業の経営課題目線(産業/商工)と脱炭素目線(環境)両方を理解できる人物や組織を選抜または外部登用</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>体制が属人的になってしまい、取組の初年度に中心的役割を担った人物が、組織内の人事異動や退職等により離任した際に、地域としての取組がリセットされてしまう</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>脱炭素経営支援に当たり実行すべき各取組におけるリーダー・プロマネ(・フォロワー)それぞれの機関が果たすべき役割やタスクリストを予め明確化</li> </ul>                                 |
|                          | h 支援の活動基盤         | <ul style="list-style-type: none"> <li>メンバー間の双方向かつリアルタイムなコミュニケーションプラットフォームの整備</li> <li>運営費用確保のための会費・出資や地域新電力等の事業展開</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>各機関同士の近況共有にとどまり、定例会議が形骸化</li> <li>定例会議には参加するが、会議と会議の間の期間は活動しない支援機関が多く存在</li> <li>行政の毎年度の運営補助等に依存し、継続性に疑義</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>オンラインツールを導入し、脱炭素経営の支援上の課題のタイムリーな議論や成果の共有に活用</li> <li>活動費用のうち、各機関が自主財源で取り組むべきものと、地域ぐるみで応分負担すべきものを明確化</li> </ul>  |

# 地域が目指すべき取組の例（公募枠①）

■ 例えば、公募枠①では以下のような取組を実施する地域を重視

## 各地域が目指すべき支援像

|  | 中小企業が目詰まり  | 取組の方向性 | 取組をリードする主体の想定                       |
|--|--|--------|-------------------------------------|
|  <p>経営判断フェーズ</p> <p>⋮</p>  <p>施策実行フェーズ</p> | <b>① 経済合理性</b><br>ローカル市場で購買ニーズを顕在化・創出させる <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地場における脱炭素市場の形成・拡大、等</li> </ul>                                 |        | 地方自治体等                              |
|  | <b>② 経営支援能力</b><br>支援ケイパの実践能力へ転換する <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 火付けツール等を最大限活用し、経営支援能力のある人材と繰り返し実践等</li> </ul>                        |        | 商工会の経営指導員、金融機関の経営支援部門等の経営支援人材       |
|  | <b>③ 削減の方向性</b><br>意欲ある診断事業者のコミットを高める <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 省エネ診断事業者等が企業ごとの削減への目詰まりパターンを分析・対応するような機能づくり、等</li> </ul>          |        | 年間コミット可能な省エネ診断事業者                   |
|  | <b>④ 計画の実効性</b><br>企業の経営実務上の実行計画とリンクさせる <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 収支計画/設備投資計画/資金調達計画等とリンクし、打ち手に応じて数値洗替</li> </ul>                 |        | 金融機関の融資担当、中小企業診断士等、財務・経営計画に精通した支援人材 |
|  | <b>⑤ 資金力</b><br>SPV組成により、設備投資の資金ニーズを集約化する <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域/SC単位で共同出資・組成したSPVが再エネ設備等を調達・保有し、各企業にリース/PPA等で提供</li> </ul> |        | 金融機関等                               |

# 取組実現に向けた体制構築のポイント

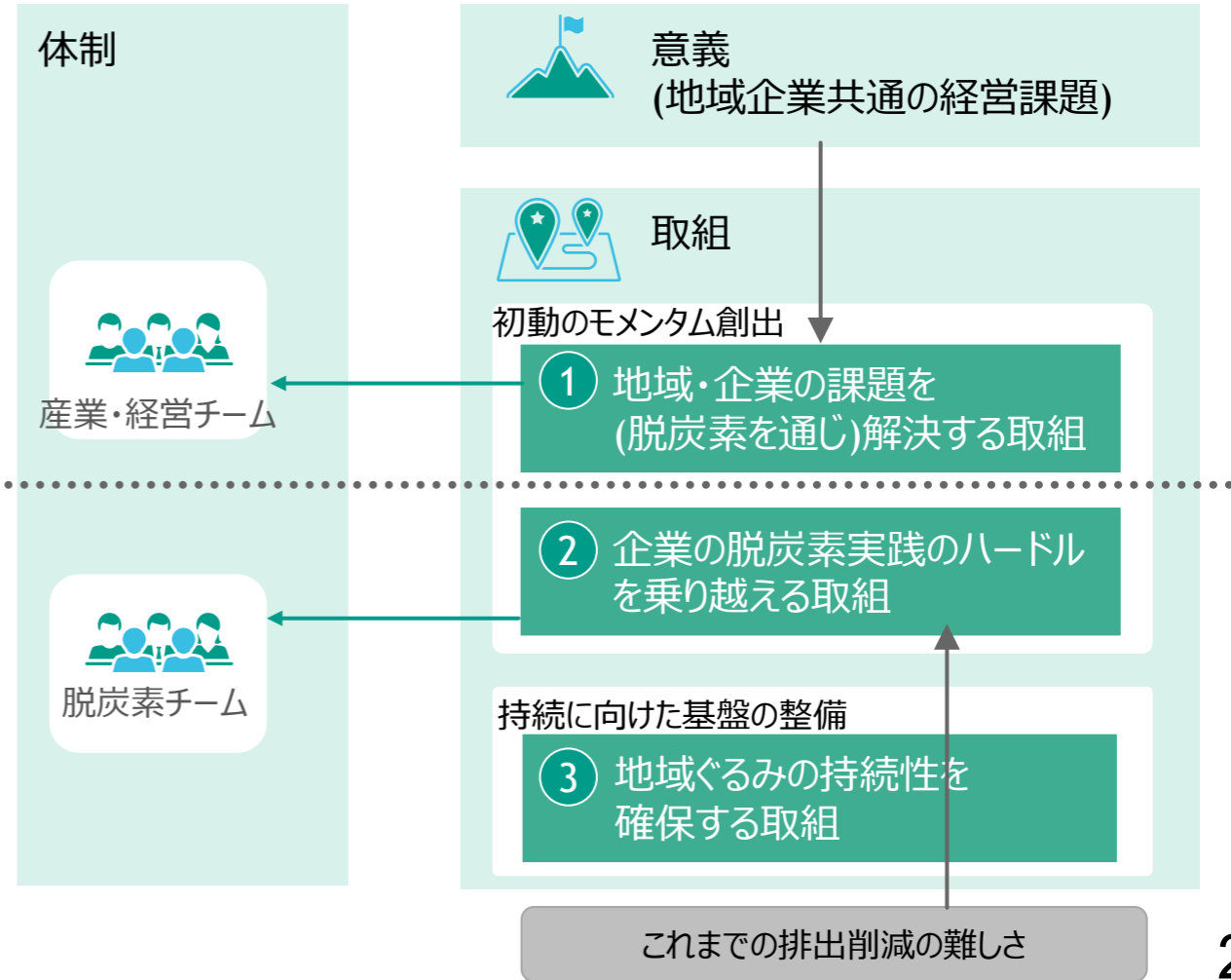
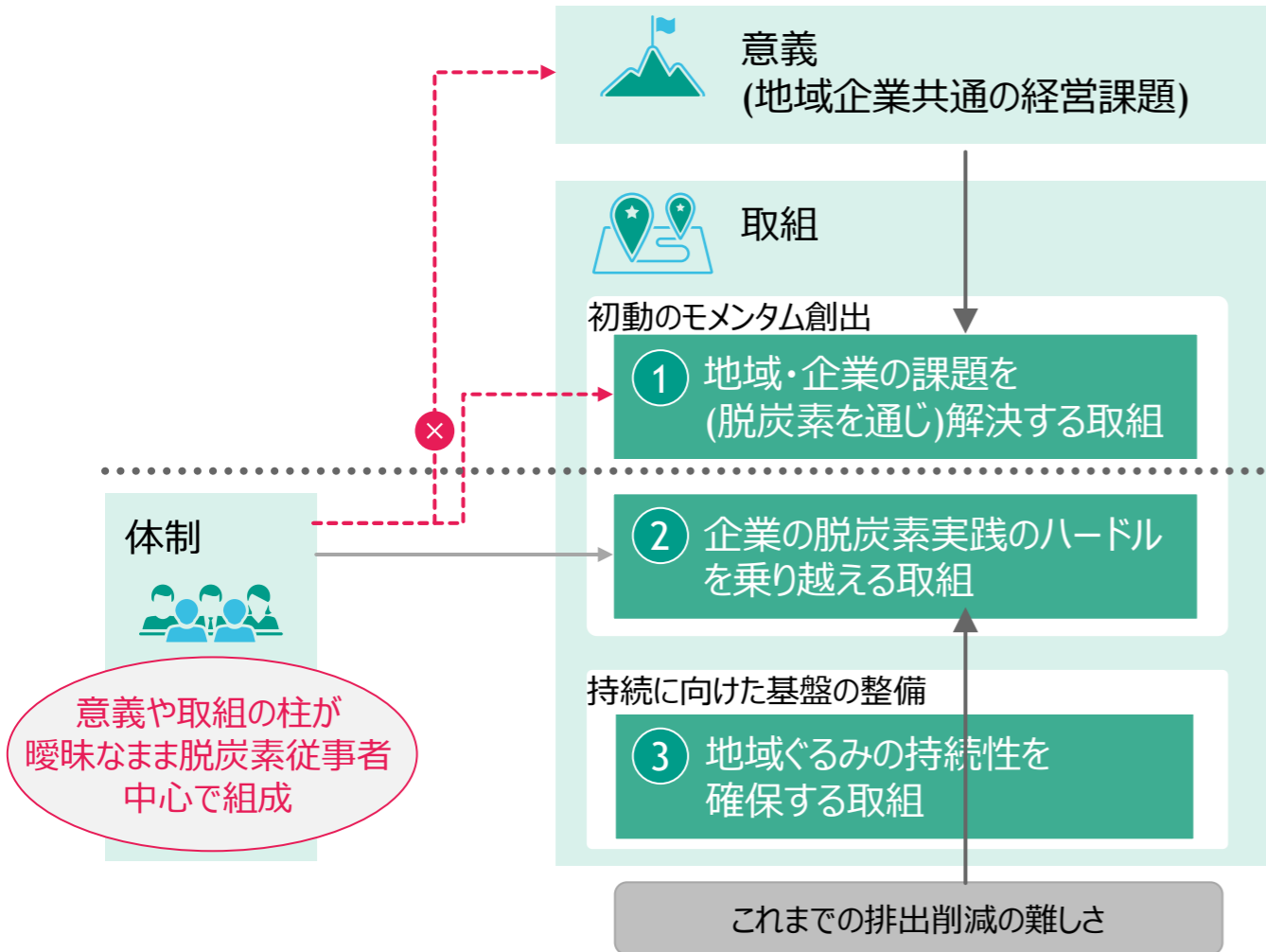
体制構築を優先するのではなく、実現したい取組を起点に担い手を集め体制を整えるモデルの推進を想定

## 避けるべき体制

公募申請時に「体制が決まっている」「脱炭素従事者中心」であるため、モチベーションの面、ノウハウの面で**取組自由度が実質制限**

## 地域ぐるみとしてあるべき体制

意義やそれを実現する柱となる取組を定め、それを**実現するためにモチベーション・能力のある組織を招請**・体制を整備



- 事務局と採択地域との打ち合わせはどのような頻度で行われるのか？
  - 各地域の進め方やタイムラインに応じ、隔週以上の頻度で設定予定です。なお、必要に応じて、公募申請者－事務局での個別打ち合わせなどを実施することもあります。
  
- 意見交換会はどのようなものか？いつ、どこで開催されるのか？
  - 意見交換会は、全地域の方にお集まりいただき、取組の方向性や進捗の報告、また、課題やその乗り換え方の議論を行っていただく場です
  - 令和8年度の実施タイミング・場所は決まり次第すぐにお知らせいたします。なお、最終報告会は、対面開催（東京都内）予定です
  - ご参考までに、令和7年度は以下のとおり開催しました：
    - 中間報告会：11月末、オンライン開催
    - 最終報告会：1月末、東京の会場+オンラインのハイブリッド開催（代表申請者は原則対面参加）
  
- 事業に参加することで、金銭的な補助はどの程度得られるのか？
  - 本事業は、補助金事業ではなく、地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制の構築と、地域の中小企業における排出量削減の具体的な打ち手のモデルの創出を支援するものです。

# 参考) 令和7年度モデル事業の成果とりまとめ

- 令和7年度モデル事業の成果をとりまとめ、「**地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック**」と「**火付けツール**」等を作成。

グリーン・バリューチェーンプラットフォーム

[https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply\\_chain/gvc/index.html](https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/index.html)

各種ガイドのページにて「地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック」や「脱炭素経営火付けツール」等を公開



## 【地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック】

[https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply\\_chain/gvc/files/guide/gurumi\\_honpen.pdf](https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/guide/gurumi_honpen.pdf)

地域の支援機関が中堅・中小企業の脱炭素経営を後押しするための考え方と実践の工夫を整理



## 【地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック】

[https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply\\_chain/gvc/files/guide/gurumi\\_saitakuji\\_rei.pdf](https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/guide/gurumi_saitakuji_rei.pdf)

モデル事業で実施した実際の地域の取組を整理した事例集



## 【脱炭素経営火付けツール】

[https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply\\_chain/gvc/files/guide/gurumi\\_hitsuketool.pdf](https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/guide/gurumi_hitsuketool.pdf)

中小企業の経営支援を行う支援団体等の担当者が、脱炭素を経営課題解決の一つとして気づきを促す、初期対話向けの支援ツール

