

我が国における 脱炭素経営・需要の現在地

ボストン コンサルティング グループ 森原 誠

令和7年（2025年）5月12日

アジェンダ

BCG

1 弊社のご紹介



2 脱炭素経営の現在地



3 脱炭素需要の現在地



森原 誠
Moriyara Makoto

マネージング・ディレクター
& パートナー

01

気候変動・サステナビリティグループ &
公共セクターグループのコアメンバー

02

特に、気候変動対策、ルール形成、経済安全保障、
スタートアップ、地方創生に関わる政策立案を支援

03

総務省、BCG、青山社中を経て、BCGへ再入社

04

東京大学法学部卒
カリフォルニア大学LA校（UCLA）修士

05

群馬県参与（政策アドバイザー）を兼務

気候変動・サステナビリティグループは、さまざまなステークホルダーに対して取組をサポート



政府



- 各国政府の気候変動戦略・政策の立案
- 気候変動対策に関する多国間での取組み支援
- 気候変動ファイナンス&デリバリープロジェクト



公共団体・国際機関



- 10ヶ国以上に対する脱炭素化ロードマップの策定・評価
- 鉄鋼、海運等15以上のセクターの脱炭素化ロードマップの策定
- BDI、WEF、OGCI、COP26等、その他主要機関と気候変動に関するパートナーシップ



企業



- さまざまな業種で1,500以上の気候変動に関するプロジェクト実績

国内の政府・関連機関に対しても、供給・需要の両面から、脱炭素政策の立案をご支援

公共セクターグループにおけるご支援テーマ（例）



- 地域循環共生圏の具体化・実現戦略
- 地域脱炭素ロードマップの実行枠組設計
- グリーンファイナンスの活用拡大
- 脱炭素に関する国際ルール形成
- 企業のSBT達成に向けた削減計画策定
- 地域における中小企業脱炭素の支援体制
- 企業によるカーボンフットプリント活用
- ライフスタイル変化に向けた国民運動の推進

⋮



- 地方のGX産業集積・移行プラン
- GX-ETSの運用体制構築



- GX先行投資のポートフォリオ検討
- GI基金の運用設計 / 投資先技術検討
- グローバルサウスへの脱炭素インフラ輸出戦略
- カーボンフットプリントを活かした企業競争力強化
- 地域における中小企業脱炭素の普及促進
- GX・再エネ人材の要件定義 / 育成策検討
- ペロブスカイト太陽電池の需要推計
- 洋上風力に係る官民連携の在り方

⋮

- グリーン製品に対する消費者需要

⋮

アジェンダ

BCG

1 弊社のご紹介



2 脱炭素経営の現在地



3 脱炭素需要の現在地

弊社「カーボンニュートラル・インデックス」のご紹介



BCG BOSTON
CONSULTING
GROUP

**BCGカーボンニュートラル・
インデックス レポート 2024**

～BCGのフレームワークを活用した
日本のカーボンニュートラル経営推進～

ボストン コンサルティング グループ

2024年12月

Copyright © 2024 by Boston Consulting Group. All rights reserved.

調査期間

- 2024年9月～11月

診断対象企業

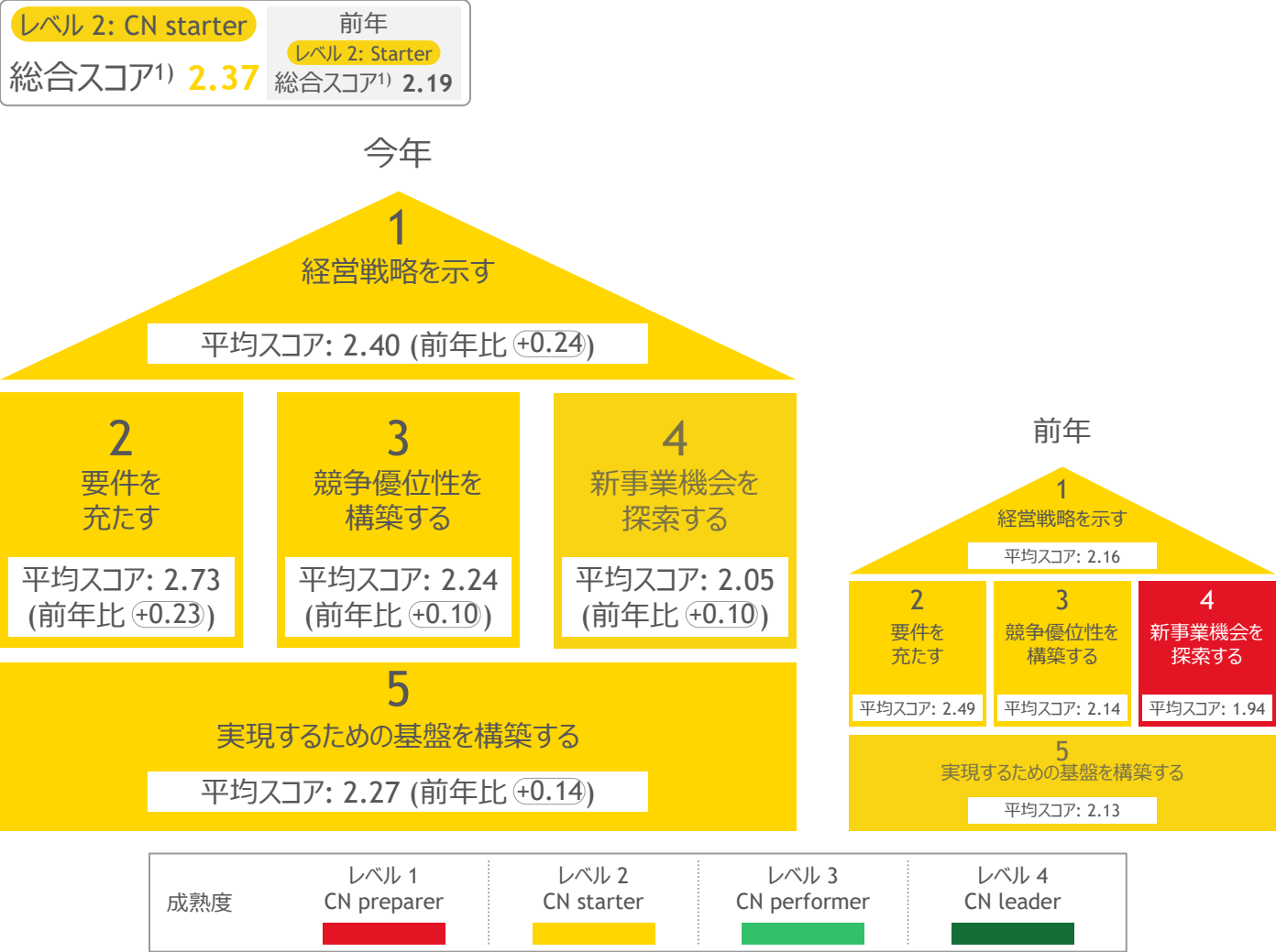
- 東証プライム上場企業を
中心に、国内大手企業
209社を診断

グローバルの先進事例を「レベル4」と位置付け、取組の熟度を判定

脱炭素（CN）経営の成熟レベル



前年と比較し、CNの取り組みは進展したのか。どの観点で進み、どの観点で進まなかったのか



排出量を測り、削減の目標を設け、
削減のプランニングをする

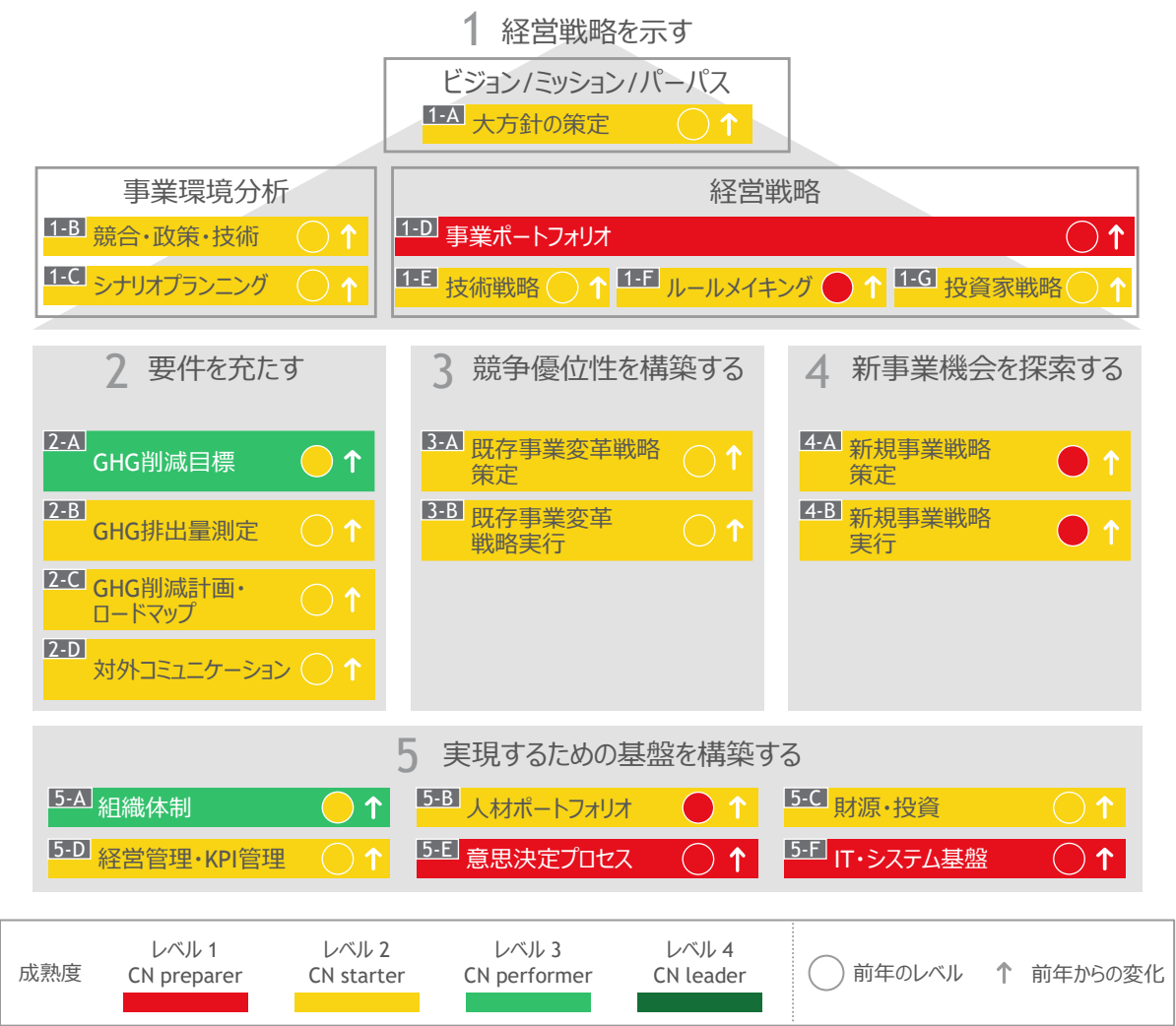
「要件を充たす」営みは、比較的成熟

一方で、ビジネスの強化・拡大に繋げる
「競争優位性を構築する」・

「新規事業機会を探索する」営みは、
相対的に熟度が低い

注: 端数処理の関係で差分が計算値と一致しないことがある。 1. 21の評価項目の平均値
出所: ボストン コンサルティング グループ「カーボンニュートラル経営の成熟レベル診断」(2024年9月～11月実施)

前年と比較して、どの項目での取り組みが進展したのか



目標や組織体制など、
脱炭素経営の「守り」「型」は整ってきた

製品や事業の在り方を大きくシフトし、
大胆な投資に踏み切る、
「攻め」「実」への転換にハードルが存在

企業には、“作れる”を超えた“買ってもらえる”段階へ、新・脱炭素経営が求められている
脱炭素経営の進化



"作れる"
企業



"買ってもらえる"
企業

アジェンダ

BCG

1 弊社のご紹介



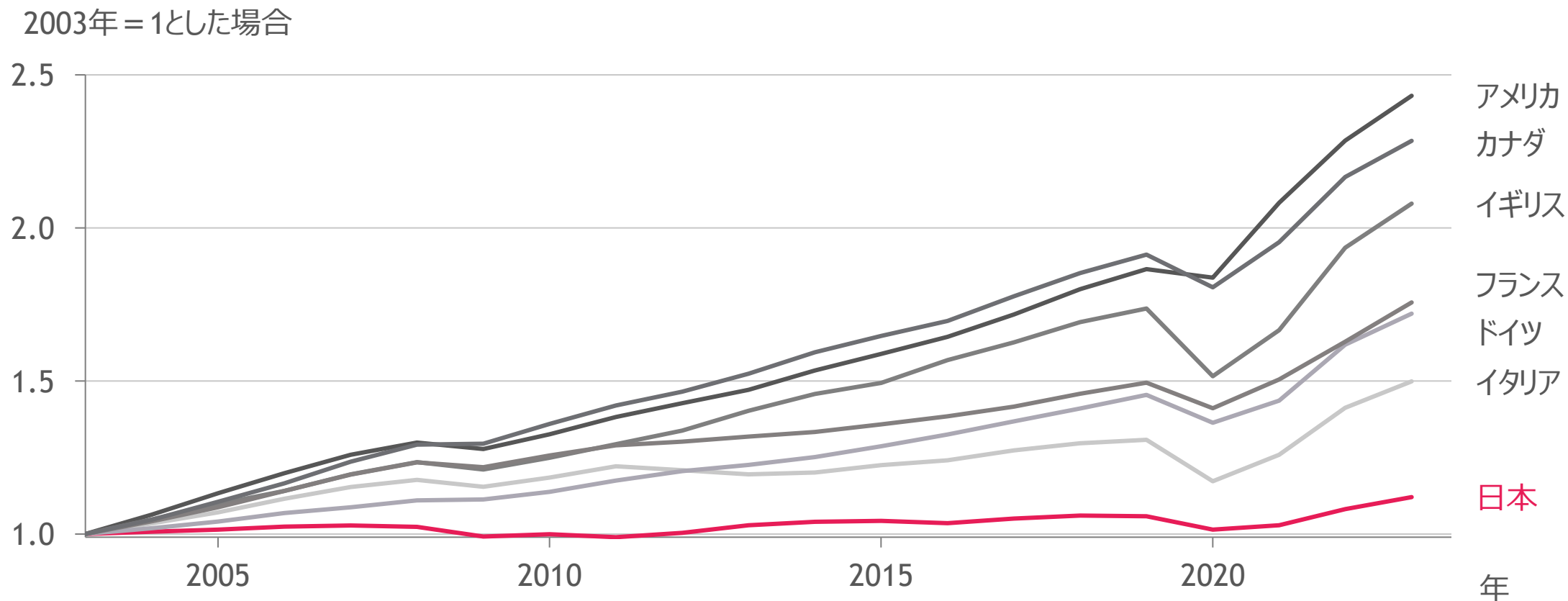
2 脱炭素経営の現在地



3 脱炭素需要の現在地

諸外国と異なり、日本国内の消費は、長年にわたって横ばいが続いている

家計の最終消費支出の推移



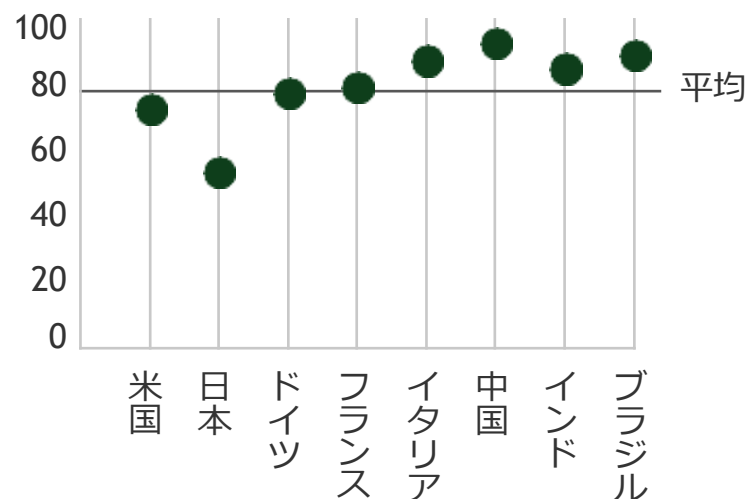
Note: 2003年を1とした場合の各年のHousehold consumption expenditureの伸び率

Source: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/>

日本の消費者は、気候変動対策への使命感を感じつつ、日々の選択には繋がられていない

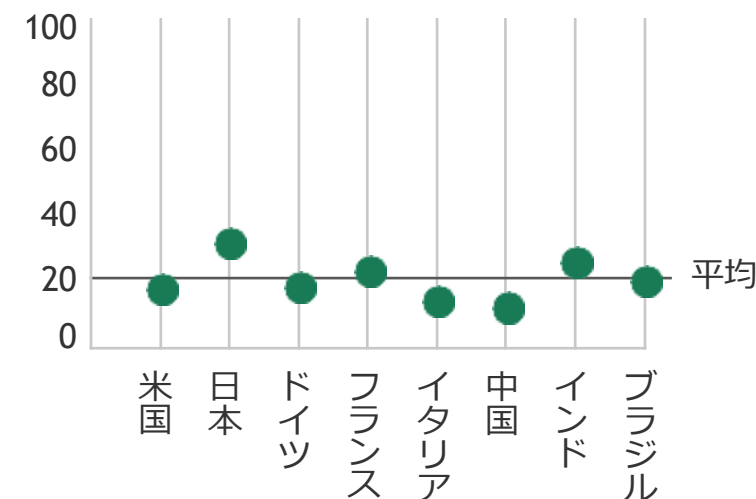
サステナビリティに対する関心¹

日々の選択においてサステナビリティについて考慮していると回答した消費者の割合(%)



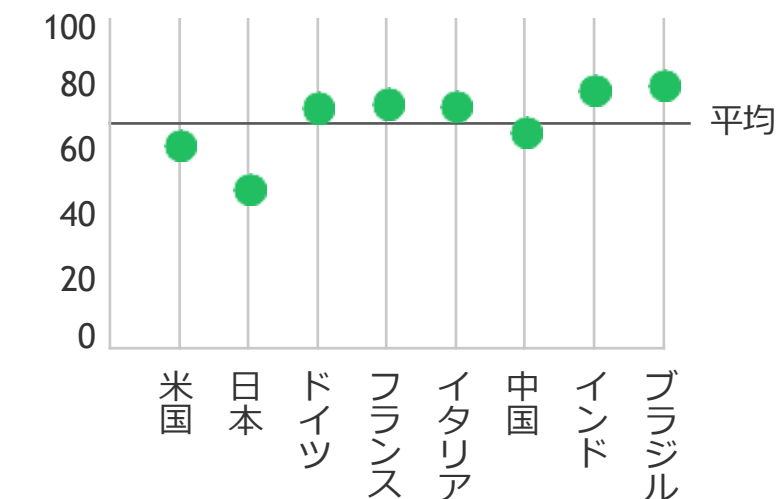
気候変動のために個人が果たすべき役割²

気候変動に対して個人が果たすべき役割があると回答した消費者の割合(%)



企業がサステナビリティについて語る目的 (自社イメージ・売り上げ向上のため)³

企業がサステナビリティについて語る目的は、自社のイメージや売上の向上だけだと感じている消費者の割合(%)

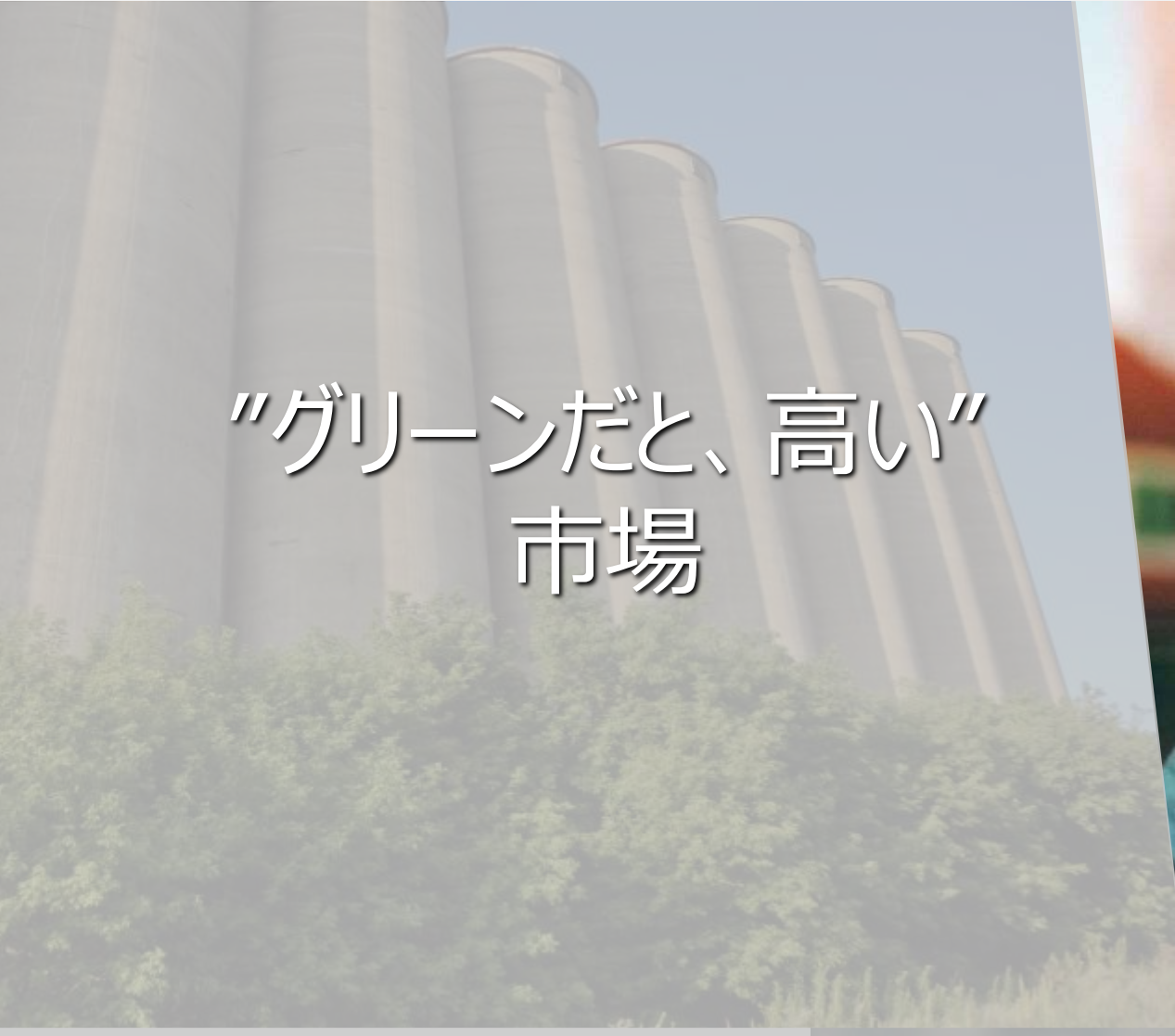


出所: BCG気候変動・サステナビリティ消費者調査 (2022年6月)

注: n =11,971 各国の代表サンプルのみ(米国、日本、ドイツ、フランス、イタリア、中国、インド、ブラジル)

1. 質問: 日々の選択の際に、サステナビリティについて考慮している可能性はどの程度ありますか？
2. 質問: 気候変動の原因となっているプレーヤーは次のうちどれでしょうか？
3. 質問: サステナビリティに関して、以下の考えにどの程度同意/反対しますか？

新・脱炭素経営の実現には、時限的にでも、「グリーンでも、高くない」消費体験が必要？
環境価値の内部経済化



“グリーンだと、高い”
市場



“グリーンでも、高くない”
市場



bcg.com