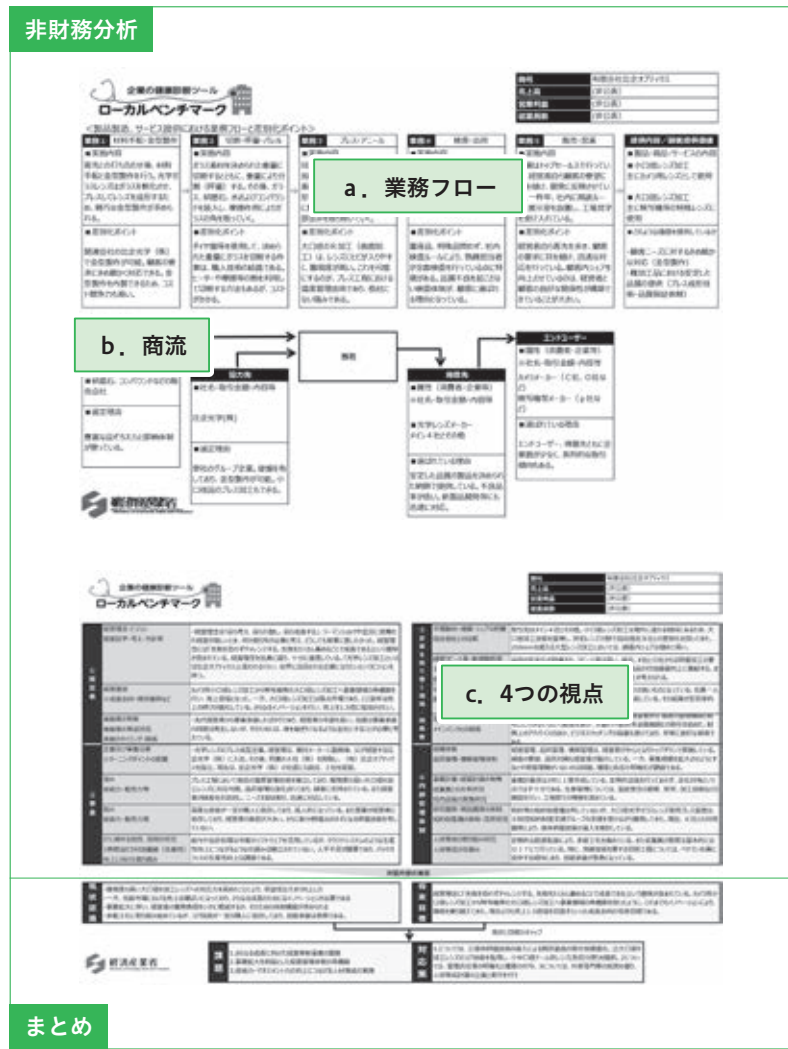


図表1 ローカルベンチマーク（ロカベン）シートの枠組み



(出所) 経済産業省「ローカルベンチマーク（ロカベン）シート」より一部抜粋

事業性評価を行うための手法の一つに、ローカルベンチマーク、通称「ロカベン」がある。

ロカベンとは、経済産業省が提供する企業の経営状態を「財務・非財務」の両面から

事業性評価にはロカベンを活用

経営者には、事業性評価のための対話を通じて、脱炭素化を新たな経営課題として認識してもらうことも必要だ。

自社のCO₂排出量を見える化し、現状を把握することでCO₂排出量削減ニーズを引き出せば、金融機関としての支援策を検討・提案することができるようになる。

優秀な人材を採用できる

こうした社会的な動きを受けて、金融機関の担当者にとって脱炭素化に取り組むことによる事業性評価の重要性が増している。

例えば、事業性評価を実施

する際に従来の事業性評価項目に加え、脱炭素化の視点を含めたバリエーションやサプライチェーン全体での取組方針、実施状況を把握し、課題を特定することなどが重要になりつつある。

まずは、本部と連携して取引先の業種を調べてみることから始めよう。製造業など特定の業種が多い場合は、当該業種に属する取引先の脱炭素化に取り組む際の問題点・解決方法等のノウハウを蓄積す

れば、同業種の取引先に横展開することができる。

結果的に、より多くの取引先に脱炭素化の好事例を紹介し、取組みを促すことにつながる。

中 小企業にとって、これまで脱炭素化は「自社とは関係が薄い」「関係はあるが、何から手をつければよいか分からない」という認識が一般的であった。

しかし、昨今は脱炭素化の取組みで先行する大企業が、自社のサプライチェーン内にある中小企業との取引条件に「脱炭素化への対応」を求められるようになったり、国や自治体による各種補助制度が整備されたりしており、注目度が高まっている。中小企業には

脱炭素化へ取り組むことのメリットとしては、第一に売上の拡大や収益性向上が期待できることである。具体的には、次の四つが挙げられる。

①脱炭素化に取り組むことで、先行して温室効果ガス削減を推進している大企業

②販売先・納入先の大企業からの温室効果ガス削減の要請に 대응することで、取引の維持拡大が期待できる

③エネルギー消費の効率化、再生エネルギーの活用等により、エネルギーコストの削減による競争力強化が図れる

④最近では「エシカル消費」という、環境、社会や人な

どに配慮して作られるものを購入する消費行動が広まっているため、訴求力が高まる

第二に、人材強化等の経営基盤の強化が図られることである。こちらは、二つの具体例を挙げたい。

①脱炭素化に取り組むことで社員の共感が得られ、満足度や貢献意欲が高まる

②若い世代では就職先選びの基準として、環境問題への取組みを重視する傾向が高まっており、意欲を持った

脱炭素化支援につながる事業性評価はこのように進めよう

岡田光史 中小企業診断士

ここでは、取引先の脱炭素化に向けて、事業性評価の切り口からどのように分析・提案していくかを解説する。

脱炭素経営により、サプライチェーン内外での評価を高めて持続可能な成長を促進することが求められる。

事業性評価項目に脱炭素化を含める

やその関連会社、脱炭素化の取組みを行っている海外市場の顧客との新規取引開始が期待できる

