

主体別指針（事業者向け）

1 基本的考え方

- 「何に取り組んでよいかわからない」という事業者向け、事業者が取るべき行動を、環境に配慮した事業活動が事業の継続発展につながることを理解できることを意図しながら示す指針を作成する。

2 作成のポイント

- 事業者が取るべき行動を、「①環境経営」「②エネルギー」「③資源循環」「④地域・自然環境保全」の観点で掲げる。
- 事業者の取組状況に応じた「次の行動」がわかるよう、行動の取り組みやすさに応じた示し方を行う。
- 環境に配慮した事業活動が事業の継続発展につながることを理解いただけるよう、それぞれの行動を、意思決定の後押しとなるリスクとチャンス（機会）とともに示す。

■指針（素案）

レベル	（具体的）行動	リスク／チャンス
① 経営でチャンスをつかむ（環境を経営に位置づけ、「選ばれる会社」になる）		
★	環境のことを、まず経営会議の議題にする	リスク… 規制強化や取引先の要望に後手を踏むと、取引や事業に響く チャンス… 早めに経営へ組み込めば、これからの課題やリスクに強くなる
★	環境の取組を、ホームページで発信する	リスク… 発信しないと、頑張っても気づいてもらえない チャンス… 取組を見せることで、消費者や取引先にアピールできる
★	社内で環境について学ぶ機会を創出する	リスク… 知る機会がないと、行動はなかなか社内に根づかない チャンス… 学ぶ場をつくれば、社員の意識と地域とのつながりが育つ
★★	自社の CO ₂ 削減目標を、ひとつ決める	リスク… 環境への関心の高まりに応えられないと、選ばれにくくなる チャンス… 目標を掲げることで姿勢が伝わり、他社と差がつく
★★★★	自社の環境の取組を、投資家・金融機関向けに整理する	リスク… 取組を伝えられないと、資金調達で不利になることも チャンス… きちんと開示すれば、ESG 投資など新しい資金の道が開ける
★★★★★	環境マネジメント認証（KES・ISO14001 等）にチャレンジする	リスク… 社内の体制が整っていないと、要望への対応が遅れがち チャンス… 認証をとれば、体制づくりと対外的な信頼が同時に進む

② エネルギーでコストを下げる（省エネ・再エネで、光熱費と価格変動リスクを減らす）		
★	まずは電気・ガス等の使用量を、把握する	リスク… 使用量を知らないと、エネルギー高騰時に打つ手が遅れる チャンス… 数字が見えれば、ロスとコストの両方に気づける
★★	電力を再生可能エネルギーのプランに切り替える	リスク… 将来、取引先からの排出削減の求めに対応が遅れることも チャンス… 切り替えるだけで、排出削減と姿勢のアピールが同時に叶う
★★★	照明のLED化など、身近な省エネ機器から替える	リスク… 古い設備のままだと、エネルギー高騰の影響を大きく受ける チャンス… 省エネ機器に替えれば、電気代と使用量をまとめて減らせる
★★★★	屋根や敷地に、太陽光発電を設置する	リスク… 再エネ設備がないと、電気代の変動に振り回されやすい チャンス… 自家発電でエネルギーを自給し、高騰リスクにそなえられる
★★★★★	社用車の買い替え時に、電気自動車も選択肢に	リスク… ガソリン車のままだと、燃料高騰時にコストがかさむ チャンス… EVなら燃料費を抑えられる（再エネ充電ならさらに走行時の排出ゼロ）
③ ものづくり・調達で価値を生む（資源と取引先とのつながりから、新しい価値を引き出す）		
★	事務用品や資材は、環境配慮製品（エコマーク等）を選ぶ	リスク… 調達に環境配慮がないと、選ばれる場面で見劣りする チャンス… 環境にやさしい製品を選ぶことで、自社の製品価値も高まる
★	ごみの分別を徹底し、種類と量を管理する	リスク… ごみの軽視は無駄の見逃しだけでなく、事業者責任の軽視にも映りかねない チャンス… コスト削減の第一歩であり、社員教育にも活用でき、イメージアップにもつながる
★★	取引先と連携して、環境配慮に取り組む	リスク… 自社だけの取り組みでは、全体の評価につながりにくい チャンス… 取引先と一緒に進めれば、グループ全体の価値が上がる
★★★	製造のロスを一つ見つけて、減らす	リスク… 生産ロスは、そのままコスト増としてのしかかる チャンス… ロスを見直せば、適正な生産でコストを抑えられる
★★★★	自社のサービス・製品を環境の観点から見直す	リスク… サーキュラーエコノミーなどこれからのビジネスの芽を逃す チャンス… 新たな付加価値をつけることでビジネスチャンスにつながる
★★★★★	自社の廃棄物を「資源」として活かさないか、考える	リスク… 見直さなければ、新しい事業のチャンスを逃してしまう恐れも チャンス… 廃棄物を資源として活かせば、新たな価値や事業が生まれる
★★★★★★	取引先全体で環境価値を高める	リスク… グループ全体での取り組みが十分でないことで自社のサービス等への収益低下の恐れも チャンス… サプライチェーン全体で取り組むことで、グループ全体の企業価値を向上させる

④ 地域・自然とともに信頼を築く（地域や生きものとの関わりを、会社の信用に変える）		
★	公害関係の法令を守り、地域の環境に配慮する	リスク… 法令を守れないと、地域の信頼や事業そのものを失いかねない チャンス… きちんと守ることで、地域の環境と会社の信用を守れる
★★	地域の里山保全や生きものを守る活動に、参加する	リスク… 地域や自然との関わりが薄いと、共感や信頼を得にくい チャンス… 保全活動への参加で、地域からの信頼と CSR 価値が高まる
★★★	敷地の緑を活かして、自然共生サイトの認定をめざす	リスク… 自然への取組がないと、これからの評価軸で遅れることも チャンス… 認定をめざせば、自社の緑地が自然の資産として評価される

【レベルの目安】

★ 比較的難易度が低い行動変容 / ★★ ある程度社内の工数や知識で対応できるもの / ★★★ 一定の工数・費用・専門知識を要するもの / ★★★★★ 設備投資が必要なもの / ★★★★★★ 大規模投資や高難易度なもの

【事業者向けの呼び掛け（イメージ）】

環境への取組は、これからのビジネスチャンスです。使うエネルギーを見直せばコストが下がり、環境への姿勢は取引先や消費者から選ばれる理由になります。さらに、新しい資金の調達や事業の芽にもつながっていく環境配慮は、会社の競争力を高める攻めの一手です。大きな設備投資から始める必要はありません。各項目の★は取り組みやすさの目安です。★の少ない身近な一歩にも、コスト削減や新しい信頼につながる機会が眠っています。まずは自社に合いそうなものを、一つ選んでみませんか。