



GX（グリーントランスフォーメーション）とは？

今回の日合商解説（vol.49）では、GX（グリーントランスフォーメーション）について解説を行っていきます。GXはカーボンニュートラル・脱炭素社会の実現に向けて行う取り組みのことです。

INDEX

- ① GX戦略が重要視されている
- ② 経済産業省「GX リーグ基本構想」
- ③ 自らの排出削減の取り組み
- ④ サプライチェーンでの炭素中立に向けた取り組み
- ⑤ 製品・サービスを通じた市場での取り組み
- ⑥ GXリーグ参画者以外の企業も追随

① GX戦略が重要視されている

2022年7月27日、脱炭素社会を実現する政策を推進する「GX（グリーントランスフォーメーション）実行会議」の初会合が首相官邸で開かれました。再生可能エネルギー普及・脱炭素化によって社会経済や産業構造の転換を加速させることが発表され、**今後10年間「官民で150兆円規模の投資」を進める工程表が2022年内にまとめられます。**

再エネや蓄電池、省エネの導入の支援策、原発の再稼働とその先の展開策など政治決断が求められる項目の整理が進みます。

脱炭素社会への中長期的な課題に加え、ロシアのウクライナ侵攻の影響で資源価格の高騰や、国内の電力需給逼迫、電力やガスの安定供給へ対策が重要視されています。

世界的目標であり世界中の企業がカーボンニュートラルに関して取り組んでおり、日本企業ももれなくGX戦略に取り組む必要性が高まっています。

逆にGXやカーボンニュートラルを軽視した事業戦略を行うと、産業競争力を低下させるだけでなく、グリーンサプライチェーンから除外される可能性が出てきてしまいます。

- GXを意識することは企業にとって非常に重要な位置づけ
- DXに次いで重要視されているGX戦略

住宅業界の最新情報を常に発信

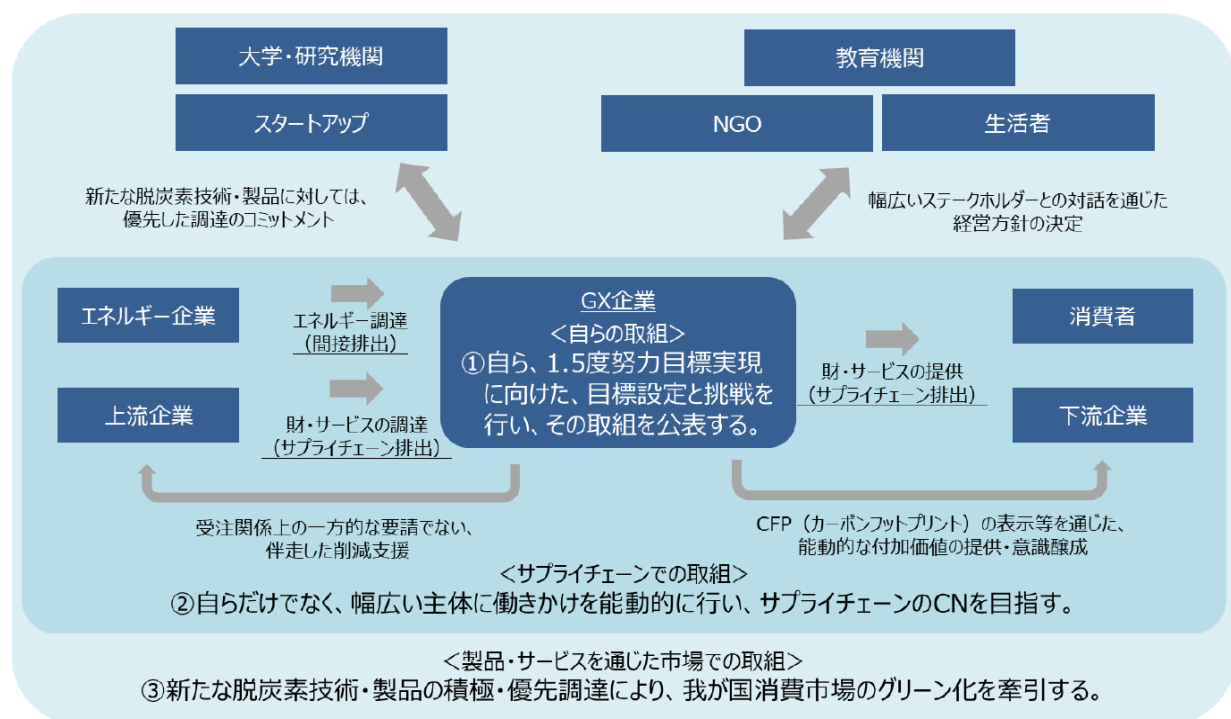
コンサルティング・WEB講演会
ホームページまでお問い合わせください

SHIMIZU HIDEO JIMUSHO

https://au-shimizu.co.jp/seminar_colum



② 経済産業省「GX リーグ基本構想」



2月1日に公表した「GXリーグ基本構想」に対し、440社の企業から賛同表明がありました。先導的にGXを推し進める企業は、今後自らの取組に対して目標と工程表、そしてビジネスにおけるスキームの整理を推進することとなります。自らだけでなく、そのサプライチェーンにかかる分野全体におけるGX普及も必要とされており、大企業・製造業が積極的に賛同している場合、流通事業や消費者事業にも必然的に影響が出てくることが予想されます。

③ 自らの排出削減の取り組み

GXリーグに賛同している企業は2050年のカーボンニュートラルに向けた2030年時点での排出削減量の目標を掲げ、それに向けたロードマップを設計することになっています。そしてその進捗状況を毎年公表し、実現に向けた努力を継続していく形です。万が一、削減目標に到達しない場合は、J-クレジット等の他企業の脱炭素活動をクレジット化したものを購入して補填する等の対応が必要になります。

この取り組みはGXリーグに参画している企業のみならず、社会全体的に広く取り組まれていく可能性が非常に高いので、自分たちの会社は関係ないと思わずに積極的に取り組んでいきましょう。現況では炭素税導入について議論が継続している段階なので、産業競争力の観点から炭素税導入が見込まれる時期になると、企業活動により一層のGX戦略が必要になってきます。

④ サプライチェーンでの炭素中立に向けた取り組み

GXリーグに参画している事業者はサプライチェーンに対して、カーボンニュートラルに向けた排出量削減における取り組みの支援を行っていくことが求められます。GXリーグに参画していない事業者もまたこの活動は必要になっていくことが予想されます。

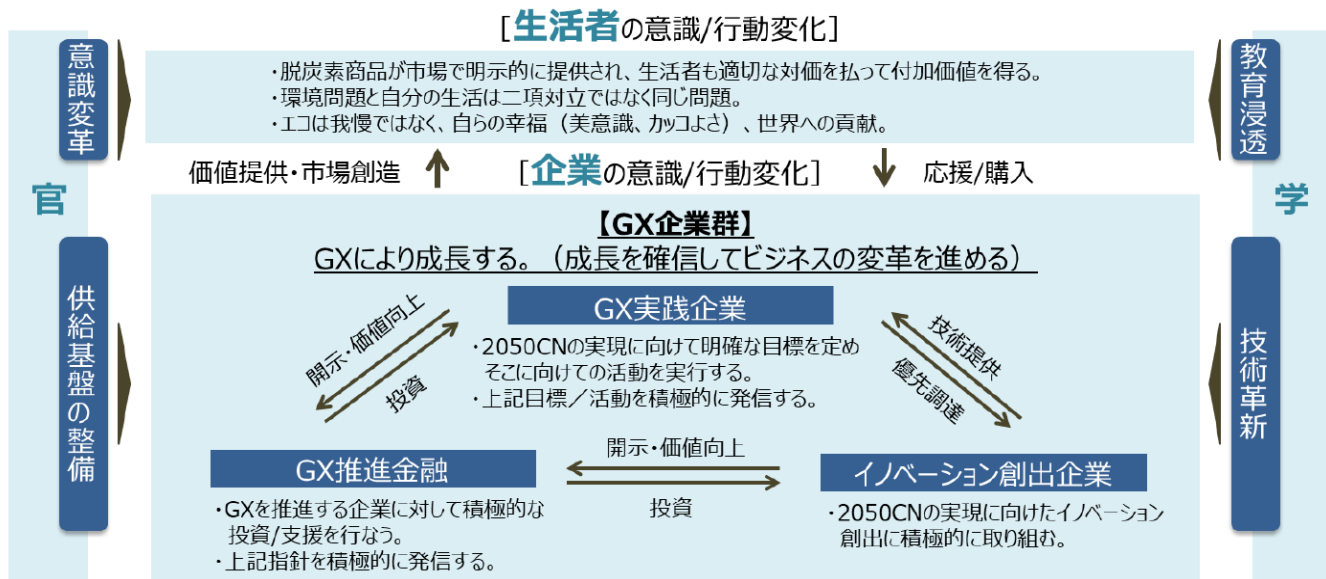
商品やサービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通して排出される温室効果ガスの排出量をCO2に換算して、商品やサービスに分かりやすく表示する仕組み「カーボンフットプリント（CFP）」の取り組みなどを通じて、価値の向上における啓蒙・意識醸成を行っていくことも求められていきます。

⑤ 製品・サービスを通じた市場での取り組み

カーボンニュートラルや環境保護の取り組みについて地域社会と対話・意見交換を実施し、そこで得た気づきを経営に生かしていくことが求められます。

会社自ら技術革新に取り組んで、新たな製品・サービスを創出し、温室効果ガス削減に向けた協働や、クレジット等によるカーボン・オフセット製品の市場投入を通して、グリーン市場の拡大を推進します。

⑥ GXリーグ参画者以外の企業も追随



経済社会全体の変革であるGXに期待が高まっています。

経済産業省が発表した「GXリーグ」では、意識と行動の変革を行っていくことが求められています。企業単独で何かを成し遂げるのではなく、**産官学の連携が重要**です。消費者の購買意欲にも影響を与えていくことが示唆されています。例えば「エコは我慢ではなく、自らの幸福（美意識、カッコよさ）、世界への貢献」に繋がるという考え方です。

2050年カーボンニュートラルに向けて、社会全体的な「意識改革・意識変容」がキーワードになっていきそうです。この活動は更に加速度的に進みが早くなることが予想されますので、先にGXに向けて動き出している企業の活動にも注視しつつ、自らの企業活動にも反映させていくことが必要かもしれません。