

エネルギー使用合理化シンポジウムin関西

「艶金の脱炭素経営」

株式会社艶金

代表取締役社長 墨 勇志

Tsuyakin®

会社概要

社名 株式会社艶金

住所 岐阜県大垣市

売上 1 5 億 9 千万 （2 0 2 0 年度実績）

業務内容 洋服生地の染色加工、及び生地販売、縫製品販売

本日の説明内容

1. 脱炭素経営（ゼロカーボン）を宣言（2019年）した経緯
2. SBT認定取得（2021年）
3. 脱炭素経営（ゼロカーボン）に取り組む意義

艶金の脱炭素経営



艶金の脱炭素経営

1. 脱炭素経営を宣言した経緯

染色業は、エネルギー多消費産業（二酸化炭素排出量多い）

染める生地を水を入れた染色釜に入れる。

染料を投入して水温上昇（ $60^{\circ}\text{C} \sim 130^{\circ}\text{C}$ ）させる。
数時間高温維持後、排水、すすぎを繰り返す。

大量の水、エネルギー、電気を使用することが特徴
水の使用量 1日約4,000トン
（2リットルペットボトル 200万本分）

栽培・紡績から縫製に至る洋服が出来上がる工程中で
染色加工時の二酸化炭素排出量が非常に多い。

艶金の脱炭素経営

1. 脱炭素経営を宣言した経緯

以前から二酸化炭素排出量の少ない染色会社であるという認識



バイオマスボイラーとは？

かつて建築材として使われていた木材を燃やし、熱エネルギーに交換しています。燃焼時にCO₂が発生しますが、木々が成長していく過程で大気中のCO₂を吸収し続けたため、排出されてもトータルの増やさない仕組みです。これをカーボンニュートラルと言います。

カーボンニュートラルの仕組み



艶金の脱炭素経営

1. 脱炭素経営を宣言した経緯 (環境省HP)

ファッション産業は、製造にかかるエネルギー使用量やライフサイクルの短さなどから環境負荷が非常に大きい産業と指摘されており、国際的な課題となっています。

アパレル業界の実態は大量生産大量消費大量廃棄

#SUSTAINABLEFASHION

1990年と比較し
衣服の購入量は横ばいですが、
供給量は約1.7倍に増えています。



大量生産から適量生産への転換が課題です。

#SUSTAINABLEFASHION

1年間1回も着られていない服が
一人あたり25枚もあります。



循環型ファッションの推進には
家庭にしまい込まれている
服の活用が課題です。

1. 脱炭素経営を宣言した経緯 (経済産業省HP)

繊維産業のサステナビリティに関する検討会

サステナビリティに係る現状と今後の取組（環境配慮）

- 大量生産・大量消費を前提とした経済から、循環型経済への移行が必要。
- 新たな資源投入量を抑制し、消費活動後の製品を回収・リサイクル等することや、気候変動への対応が重要となる。

現状

- 製品企画から消費活動後まで、多くの取組が必要だが、現在、統一的な概念や評価指標はない。
- 資源循環を進めるためには、回収システムの構築が必要。衣料品の回収に関しては自治体によって対応が異なるとの指摘がある。
- 環境に配慮した商品が増加するために、より一層、消費者の参画が必要となる。



今後の取組

①環境配慮設計ガイドラインの策定

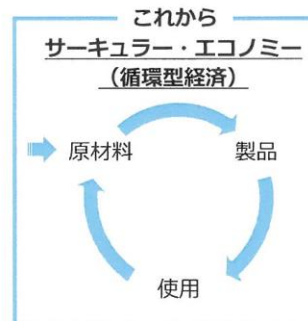
- 副産物削減、省エネルギー・省資源、製品の長寿命化、消費活動後の資源循環といった観点を入れた製品設計を進めるためのガイドラインの策定。

②回収システムの構築

- 店頭回収などを通じてリユース・リサイクルが促進されるよう、回収した古繊維の取扱いに関する環境整備の実施。

③消費者の意識改革

- インフルエンサーなどの協力も得た消費者への情報発信・周知活動の展開。



艶金の脱炭素経営

1. 脱炭素経営を宣言（2019年）した経緯

環境省「中小企業版の二酸化炭素排出量の算定、中長期二酸化炭素排出削減目標設定支援」の参加企業に採択された。 2018年

株式会社艶金の気候変動への取組

Tsuyakin

染色整理は非常に多くの水、エネルギー、化学薬品を使用することから、地球環境への影響を最小限にすることを最優先責務として環境活動に取り組んできました。この度気候変動に係る新たな取組として、環境省「中小企業版2℃目標・RE100設定支援」の参加企業に採択され、①事業活動の温室効果ガス排出量（スコープ1,2）の把握と、②中小企業版2℃目標（SBTと同水準の中長期削減目標）の設定を行いました。

①事業活動に伴う温室効果ガス排出量（スコープ1,2）の把握

国際的な算定基準である「GHGプロトコル」に準拠して、事業活動の温室効果ガス排出量（スコープ1,2）の把握を行いました。



艶金の脱炭素経営

1. 脱炭素経営を宣言（2019年）した経緯

環境省「中小企業版の二酸化炭素排出量の算定、中長期二酸化炭素排出削減目標設定支援」の参加企業に採択された。 2018年

環境省より

二酸化炭素排出量の少ない染色加工会社であることを棒グラフで示しながらアピールして、会社の付加価値を高めるために利用すべきとのアドバイス



2. SBT 認定取得

2019年は、脱炭素経営に関して社内外共に反応なし

2020年店頭休業によるアパレル会社ダメージ

世界に向けて日本としての脱炭素宣言

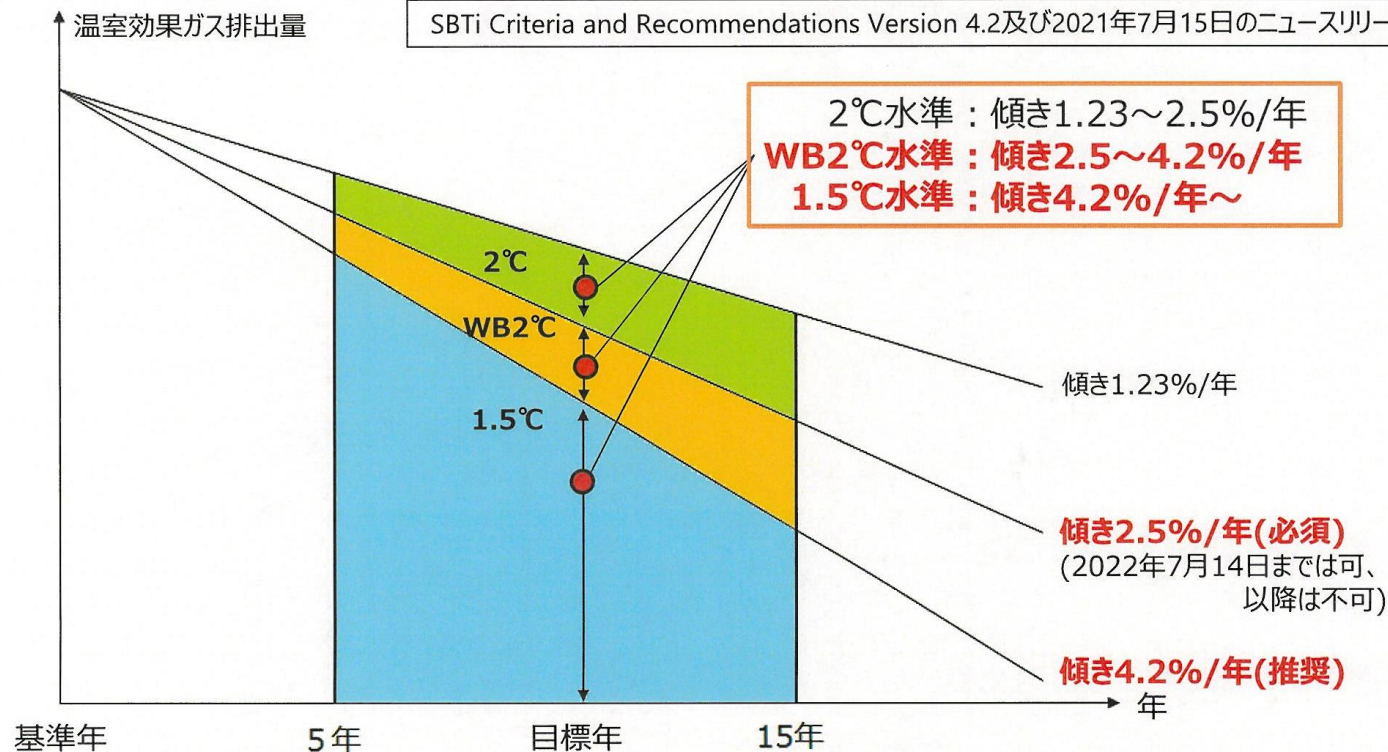
SBT（企業が設定する温室効果ガス削減目標に対する認定）への挑戦開始（2021年）

2. SBT 認定取得

SBT (Science Based Targets) とは？



- パリ協定（世界の気温上昇を産業革命前より2℃を十分に下回る水準（Well Below 2℃：WB2℃）に抑え、また1.5℃に抑えることを目指すもの）が求める水準と整合した、5年～15年先を目標年として企業が設定する、**温室効果ガス排出削減目標**のこと。



2. SBT認定取得

SBTの運営機関



- CDP・UNGC・WRI・WWFの4つの機関が共同で運営
- We Mean Business (WMB) の取組の一つとして実施

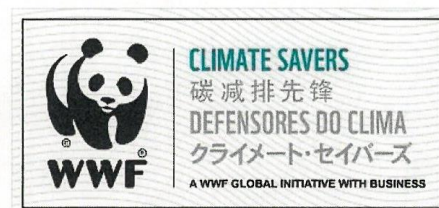


SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION



WORLD
RESOURCES
INSTITUTE



2. SBT 認定取得

SBT認定取得済の日本企業

2021年12月23日現在



- 認定取得済の企業は世界で1,083社（うち日本企業147社）
- 世界的には食料品が、日本では電気機器、建設業が多い

すでに認定を受けている日本企業147社の一覧

※業種内五十音順

※下線付の企業は環境省SBT策定個別支援実施企業（2017～2020年度）

建設業：安藤・間／熊谷組／ジェネックス／清水建設／住友林業／積水ハウス／大東建託／大成建設／大和ハウス工業／高砂熱学工業／東急建設／戸田建設／前田建設工業／LIXILグループ

食料品：アサヒグループホールディングス／味の素／キリンホールディングス／サントリー食品インターナショナル／サントリーホールディングス／日清食品ホールディングス／日本たばこ産業／不二製油グループ／明治ホールディングス

繊維製品：帝人

化学：花王／コーセー／資生堂／住友化学／積水化学工業／高砂香料工業／ユニ・チャーム／ライオン

医薬品：アステラス製薬／エーザイ／大塚製薬／小野薬品工業／参天製薬／塩野義製薬／大鵬薬品工業／第一三共／武田薬品工業／中外製薬

金属製品：YKK AP

ガラス・土石製品：TOTO／日本板硝子

非鉄金属：住友電気工業／YKK

機械：小松製作所／DMG森精機／ナブテスコ／日立建機

電気機器：アンリツ／アズビル／ウシオ電機／カシオ計算機／京セラ／コニカミルタ／シャープ／SCREENホールディングス／セイコーエプソン／ソニー／東芝／日新電機／日本電気／浜松ホトニクス／パナソニック／日立製作所／富士通／富士フイルムホールディングス／ブラザー工業／三菱電機／明電舎／ヤマハ／リコー

輸送用機器：日産自動車

精密機器：島津製作所／テルモ／ニコン

その他製品：アシックス／コマンシー

印刷：大日本印刷／凸版印刷

海運業：川崎汽船／日本郵船

空運業：国際航空

情報・通信業：SCSK／エヌ・ティ・ティ・データ／NTTドコモ／ソフトバンク／TIS／日本電信電話／野村総合研究所

小売：アスクル／イオン／J.フロントリテイリング／ファーストリテイリング／ファミリーマート／丸井グループ

不動産業：東急不動産ホールディングス／東京建物／野村不動産ホールディングス／三井不動産／三菱地所

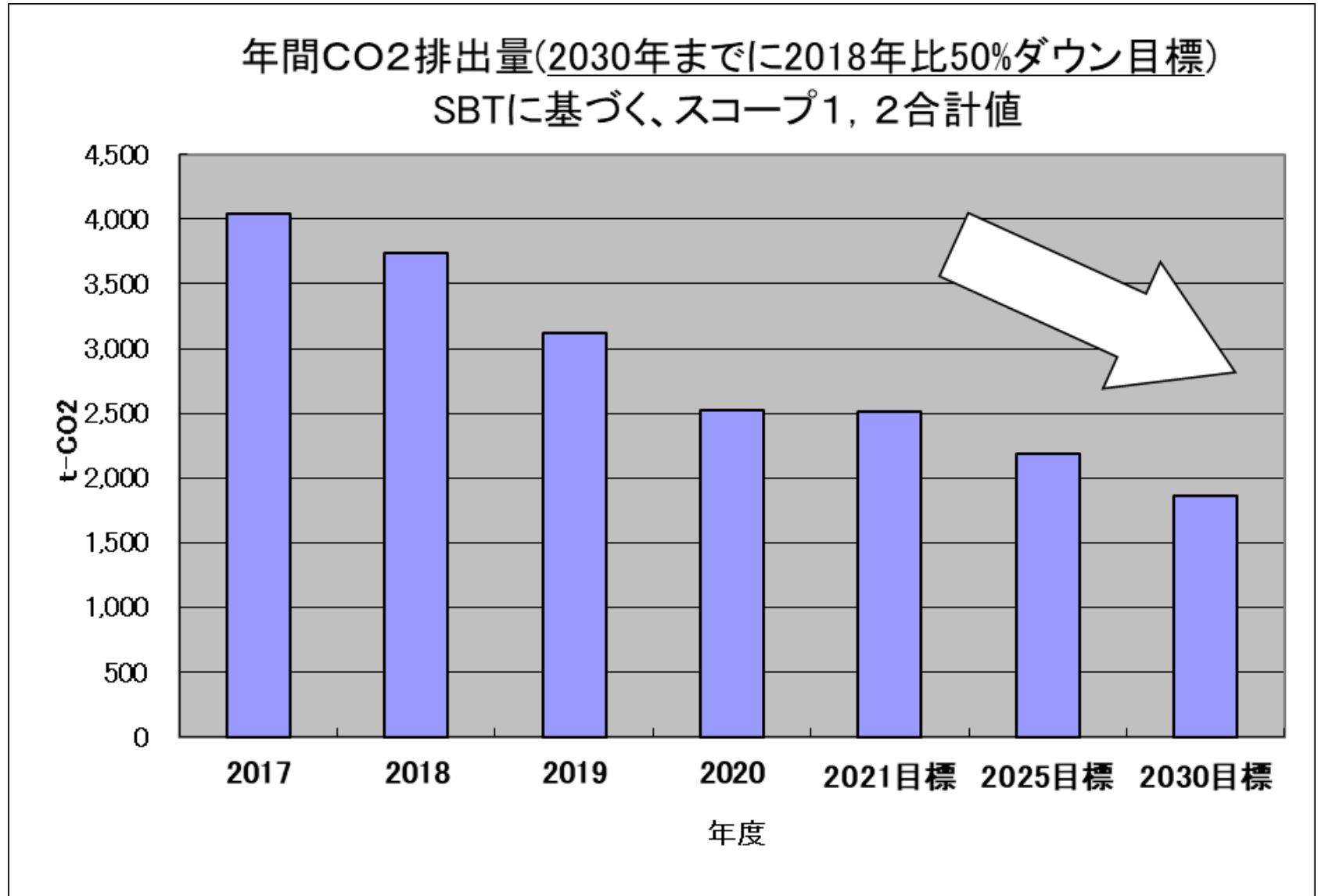
サービス業：セコム／電通／ベネッセコーポレーション

中小企業：E-konzai／ウェイトボックス／エコプラン／エコワークス／エレピスタ／OSW／大川印刷／カーボンフリーコンサルティング／会宝産業／加山興業／河田フェザー／協発工業／グットイット／榊原工業／榊原精器／三喜工作所／三周全工業／親和建設／大同トレーディング／大富運輸／タニハタ／艶金／デジタルグリッド／東洋硬化／Drop／日本ウエストン／ネイチャーズウェイ／ハーチ／浜田／Value Frontier／富士凸版印刷／まち未来製作所／水上印刷／都田建設／八洲建設／ユタコロジー／ライズ／RIKO Industrial Co., Ltd.／りさいくるinn京都／リマテックホールディングス／レックス

※なお、金融の業種に該当する企業は、SBT事務局において業種別の認定基準を検討中であるため、認定が行われていない。「中小企業」の項目には、中小企業版SBTにて認定を取得した企業名を記載している。

[出所] Science Based Targetsホームページ Companies Take Action(<http://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action/>)より作成。業種分類は事務局が日本標準産業分類等に当てはめ作成。

2. SBT 認定取得



2. SBT 認定取得

艶金は、今年度新たに設定した二酸化炭素排出削減目標が、「SBTイニシアチブ」より科学的な根拠がある水準と認められ、日本染色会社として初めて（自社調査）2021 年 8 月に中小企業版にて承認されました。

【2030年に向けた二酸化炭素排出削減目標】

- ・スコープ1, 2の排出量を、2030年に2018年比で50%削減
- ・スコープ3の排出量の把握と削減に取り組むことを約束

2. SBT 認定取得



企業・自治体等が使用電力を100%再生可能
エネルギーに転換する意思と行動を示す枠組

電力の再生可能エネルギー
転換率目標

2022年	10%
2030年	50%
2035年	100%

3. 脱炭素経営に取り組む意義

SBTが削減対象とする排出量



- **サプライチェーン排出量**（事業者自らの排出だけでなく、事業活動に関係するあらゆる排出を合計した排出量）の削減が、SBTでは求められる
- サプライチェーン排出量 = **Scope1排出量** + **Scope2排出量** + **Scope3排出量**



○の数字はScope 3のカテゴリ

Scope1：事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)

Scope2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

Scope3：Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)

3. 脱炭素経営に取り組む意義

脱炭素経営は、企業存続のキーワードになるかもしれないよ。

その理由は

様々な商品を生産販売し、最後に消費者が廃棄するまでのすべての流れの中で・・・

二酸化炭素排出量は、部品製造・加工している会社（下請け）が比率的に大きい場合が多い。

（製品メーカーにとってのスコープ3原材料に相当）

最終製品メーカーは、企画と部品仕入後組み立てるのみが多く企業としての排出量は比率的に多くない。

3. 脱炭素経営に取り組む意義

脱炭素経営は、企業存続のキーワードになるかもしれないよ。

最終メーカーが二酸化炭素排出量削減に取り組むためには、部品仕入先に二酸化炭素排出量削減を呼びかける必要がある。

最終商品メーカーが二酸化炭素排出量削減に本気で取り組めば取り組むほど、二酸化炭素排出量の多い部品・中間材を製造・加工している企業がキーとなる。

艶金の脱炭素経営

3. 脱炭素経営に取り組む意義

温室効果ガス排出量

世界で広く利用されている温室効果ガス（GHG）排出量の算定ガイドライン「GHGプロトコル」に準じ、ファーストリテイリンググループの温室効果ガス排出量を算定しています。

■ 自社（店舗、オフィスなど）

単位：t-CO₂e、範囲：ファーストリテイリング

スコープ	項目		2019年度 (2019年9月～ 2020年8月)	2020年度 (2020年9月～ 2021年8月)
スコープ1 (自社直接排出)	ガス		12,295	13,026
スコープ2 (自社間接排出)	電気	ロケーションベース*1	308,691	298,205
		マーケットベース*2	298,566	279,281

*1 ロケーションベースとは、その地域の電力網の平均の温室効果ガス排出係数を使用して算出を行う方式で、電力会社から購入する電源の種類によらず、使用した電力量に応じて同率の温室効果ガスが排出されると想定した計算の仕方です。

*2 マーケットベースとは、電力会社ごとの温室効果ガス排出係数を算定に使用することで、当社が購入している電源の種類を考慮した上で温室効果ガス排出量を計算する方式です。マーケットベースでは、温室効果ガス排出量のより少ない電力会社から当社が電力を調達することにより、温室効果ガス排出量の低減が可能となります。また、供給元の電力会社に関わる情報がビル運営会社から得られない場合、その地域のみなし小売電気事業者の排出原単位を適用しています。一部、ロケーションベースの排出量を合算しています。

■ 自社以外（サプライチェーンほか）

単位：t-CO₂e、範囲：ファーストリテイリング

スコープ3におけるカテゴリ	2019年度 (2018年9月～2019年8月)	2020年度 (2019年9月～2020年8月)
1 購入した製品・サービス	4,694,117	4,373,497
うち、商品の原材料生産・素材生産・縫製に関わる排出量(ユニクロ・ジーユー、2030年度目標対象範囲)	4,165,738	3,944,349
2 資本財(対象外)	-	-
3 燃料・エネルギー関連の活動 (スコープ1またはスコープ2に含まれないもの)	210,621	193,297
4 上流の輸送・流通	355,654	379,042
5 事業において発生した廃棄物	52,918	55,792
6 出張	6,655	7,139
7 従業員の通勤	24,586	26,372
8 上流のリース資産(スコープ1・2で計上)	-	-
9 下流の輸送・流通	74,197	67,482
10 販売した製品の加工(対象外)	-	-
11 販売した製品の使用(対象外)	-	-
12 販売した製品の使用後処理	44,460	28,280
13 下流のリース資産(対象外)	-	-
14 フランチャイズ	10,086	5,655
15 投資(対象外)	-	-

3. 脱炭素経営に取り組む意義

気候変動への対応

最終更新日: 2021.11.08

ファーストリテイリングは、パリ協定における2050年までの温室効果ガス排出量削減目標を尊重し、自社の店舗、サプライチェーン、商品使用における温室効果ガス排出量削減への努力を続けています。

気候変動への対応方針

気候変動と生物多様性への影響を軽減するため、商品の生産から廃棄までを含む、事業活動全般における温室効果ガス排出量の把握と削減に取り組めます。取り組みの推進にあたっては、気候変動枠組条約に基づいて策定された長期目標（パリ協定）における2050年までの温室効果ガス排出量削減目標を尊重し、具体的な目標を掲げ、目標達成に向けた活動を推進します。

目標

■ 長期目標

・温室効果ガス排出量の長期削減目標

2030年度までに、店舗や主要オフィスなどの自社に関わる排出量を90%、商品の原材料生産・素材生産・縫製に関わる排出量*を20%削減します（2019年度比、絶対量）。また、自社の使用電力における再生可能エネルギーの割合を、2030年度までに100%とします。この目標は、国際機関SBTイニシアティブより、パリ協定の目標に基づいた温室効果ガス排出量の削減目標であるSBT（Science-Based Targets）として認定されました。

*ユニクロとジーユー対象

さらに、2050年の温室効果ガスの排出量実質ゼロに向けて、取り組みを強化していきます。

・「ファッション業界気候行動憲章（Fashion Industry Charter for Climate Action）」に署名

ファーストリテイリングは2020年1月、国連気候変動枠組条約（UNFCCC）事務局が推進する「ファッション業界気候行動憲章（Fashion Industry Charter for Climate Action）」に署名しました。同意章は、パリ協定の目標を支持し、ファッション業界全体で連携して推進すべき取り組みを定めたものです。ファーストリテイリングは、同意章への署名を通じて、持続可能な素材の調達や、生産工程の環境負荷低減、消費者との対話と意識向上に向けた働きかけなどの取り組みをさらに強化し、業界全体での温室効果ガス排出量削減に向けた連携を加速していきます。

■ お客様

・機能性のある服による温室効果ガスの削減

お客様に機能性のある服を提供することで、温室効果ガス排出量の削減を推進します。例えば、ユニクロが世界中で販売しているヒートテックは機能性インナーとして多くのお客様に使われており、ヒートテックの暖かさによって、暖房のエネルギー使用量の削減が期待されます。

また、商品や素材の循環利用（リユース・リサイクル）を推進し、資源の効率的な使用による温室効果ガスの削減に貢献します。例えば、ユニクロでは、お客様のもとで不要になった服を回収し、服に新しい価値を与えて次へと生かすお客様参加型の取り組み「RE.UNIQLO」などの商品のリユース・リサイクルを通じて、資源の有効利用を推進しています。

艷金の脱炭素経営

3. 脱炭素経営に取り組む意義

温室効果ガス排出量の削減に向けて

脱炭素社会の実現に向けた取り組みを進め、サプライチェーンにおける温室効果ガスの排出量削減をより確実なものにするため、当社グループは、2021 年 7 月、「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン(ver.2.3)※出典：環境省・経済産業省」に従い、ワコール事業(国内)のサプライチェーン全体における温室効果ガス排出量(Scope3)を初めて算定しました。また、気候変動への取り組みに関する情報開示を推進するため、国際的な非営利団体である CDP の気候変動質問書にも 2021 年 7 月末に初めて回答しました。

ワコール事業(国内)における温室効果ガス排出量については、サプライチェーンにおける排出量(Scope3)が全体排出量の大部分を占めており、中でも「購入した製品・サービス」の排出量が約 90%を占めていることを確認しました。温室効果ガス排出量の削減目標と削減プロセスについては、2022 年 3 月期中に議論を進め、新中期経営計画とともに開示する計画です。

また、Scope3 の削減に向けては、サプライヤーとの協働が重要となります。中長期的な視点からサプライチェーン全体での気候変動に対応するための行動計画やプロセスについて検討するとともに、サプライヤーへの温室効果ガス削減の働きかけを進めていきます。

Scope/カテゴリ	バウンダリ	CO2排出量[CO2e-t]	構成比
Scope1	日本国内の事業所・工場・流通センター (PJ・トリーカ対象外)	1,833	1%
Scope2	日本国内の事業所・工場・流通センター (PJ・トリーカ対象外)	4,719	1%
Scope3	ワコール (国内) 事業のみ (PJ、その他は調査対象外)	337,730	98%
	カテゴリ1 購入した製品・サービス	307,195	91%
	カテゴリ2 資本財	13,507	4%
	カテゴリ3 Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	1,279	0%
	カテゴリ4 輸送、配送 (上流)	4,523	1%
	カテゴリ5 事業から出る廃棄物	289	0%
	カテゴリ6 出張	3,681	1%
	カテゴリ7 雇用者の通勤	1,027	0%
	カテゴリ8 リース資産 (上流)	1,542	0%
	カテゴリ9 輸送、配送 (下流)	2,357	1%
	カテゴリ10 販売した製品の加工	算定対象外	
	カテゴリ11 販売した製品の使用	算定対象外	
	カテゴリ12 販売した製品の廃棄	2,331	1%
	カテゴリ13 リース資産 (下流)	算定対象外	
	カテゴリ14 フランチャイズ	算定対象外	
	カテゴリ15 投資	算定対象外	

344,281

3. 脱炭素経営に取り組む意義

気候危機は私たちのビジネスの課題——アウトドア業界の関係者らが産業の未来について議論する「アウトドア・イノベーション・サミット2021」(OIS、21年12月2、3日にオンラインで開催)で、パタゴニア日本支社環境社会部ブランド・レスポンスビリティ・マネージャーの篠健司さんが、同社の進める環境施策などについて報告した。質疑応答含め、発言内容を3回に分けて紹介する。

■根本的に変える

アパレル産業は毎年、大気中に12億トンの温室効果ガスを排出しているといわれる。全産業が出すうちの約10%にあたるという推計だ。02年に世界の衣料品生産が1兆だったのに対し、15年にはおよそ倍となる1兆8000億と加速度的に膨れ上がった。一方、20年のCO₂(二酸化炭素)の世界平均濃度は史上最高水準の413・2ppm。石油由来の繊維を主要素材とするアパレル産

気候危機はビジネスの課題^①

アウトドア・イノベーション・サミット2021～パタゴニアの篠健司氏報告



報告する篠さん

業と気候危機は関連性があつて、パタゴニアもその産業にいる。私たちはCOP26(国連気候変動枠組み条約第26回締約国会議)に際し、ホームページに載せているメッセージを変え、「気候危機は私たちのビジネスの課題」とした。気候危

症状ではなく原因に費用を

機は人類の存続を脅かすものであり、パタゴニアのビジネスの全ての部分が関係している。そのため、私たちは製品を製造する方法を根本的に変えて、CO₂の排出を劇的に削減する必要がある。

私たちのCO₂排出の95%は素材の製造とサプライチェーンに起因していることが分かった。この部分を変えないと、パタゴニアは持続可能な企業とは言えない。そこで大きな目標として、サプライチェーンを含む事業全体で、カーボンニュートラル(温室効果ガス排出実質ゼロ)を達成することが必要になる。ただし、カーボンオフセットを購入してカーボンニュートラルを実現するだけでは不十分だ。やはり実際の排出量自体を減らさないと、気候危機は解決できない。地球温暖化の「症状」に浪費するのではなく、「原因」に対してできることにお金を使いたい。

艶金の脱炭素経営

脱炭素経営は、企業存続のキーワードになるかもしれないよ。

当社の場合

最終商品メーカー アパレル会社

染色加工は、わた、糸、織編、染色、縫製の
中で二酸化炭素排出量の多い工程

中小企業がいち早く脱炭素経営の準備を進めれば、
納品する部品・中間財のコスト・納期対応力以外
に競争力を持つ、絶好のチャンスのはず。

中小企業にも求められる脱炭素経営ではなく、
中小企業こそ求められる！

艶金の脱炭素経営

そしてアパレル業界の激変のなかで
脱炭素、もったいない、作り手へのリスペクト
大きく価値観が移行！

ところが、繊維業界のS B T認識度は他産業より低い。そこに逆にチャンスがありそう！

生活用品（衣食住）は、工業製品でない。

お店で金を払えば買える規格品ではなく、本来は
自給自足で手に入れてきた。
当然、気候などの自然環境に大きく影響を受ける。

艶金の脱炭素経営

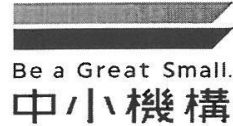
脱炭素経営への取組を考えれば考えるほど・・・

コスト優先・グローバル化一辺倒の大量生産
大量消費。大量廃棄でも利益が出るビジネス
モデルから、地域に根差した小規模経済圏の
復活につながらないか？新たな文化と雇用が
生まれる！（地域で生産を目で見られる）

脱炭素経営は、地域が変わる大チャンス
脱炭素経営は、斜陽産業ほど大チャンス
衣服の国内自給率は2%なんです！

当社も地域で発信・発言する会社を目指します。

艶金の脱炭素経営



News Release

2021 年 10 月 15 日
独立行政法人
中小企業基盤整備機構

全国の中小企業・小規模事業者向けに、中小機構が 「カーボンニュートラル」オンライン相談窓口を新規に開設 ～「脱炭素社会」の実現に向けた企業のSDGsの取り組みをサポート～

独立行政法人中小企業基盤整備機構(略称: 中小機構 所在地: 東京都港区 理事長: 豊永厚志)は、政府が掲げる「2050 年カーボンニュートラル」、「脱炭素社会」の実現に向けた取り組みを支援すべく、中小企業・小規模事業者向けのオンライン相談窓口を新規に開設いたします。

■カーボンニュートラルとは

二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの「排出量」を削減するとともに、森林などによる「吸収量」を差し引くことで、温室効果ガスを実質的にゼロにする取り組みです。近年、グローバルに展開している企業を中心に、脱炭素経営に向けた取り組みが急速に広がっています。カーボンニュートラルは SDGs (Sustainable Development Goals) と密接に関係しており、カーボンニュートラルに取り組むことは、SDGs の達成に繋がります。

■実現に向けた中小機構の支援体制

中小機構では 2021 年 3 月に「中小企業 SDGs 応援宣言」を公表(図-1 参照)し、中小企業・小規模事業者への SDGs 推進に向けた取り組みを支援しています。今回、新規に開設したカーボンニュートラルの相談窓口においては、当機構に在籍する複数の専門家が、オンライン会議システムを通じて全国の中小企業・小規模事業者からの相談に無料で対応いたします。

また同時に、中小企業・小規模事業者が自らの取り組みを確認する「カーボンニュートラル実現に向けたチェックシート」を中小企業ビジネス支援サイト「J-Net21」の SDGs 特設ページで公開します。本サイトでは、中小企業の SDGs 活用に関する最新の支援情報や事例なども随時発信しています。詳細はウェブサイトをご覧ください。

https://j-net21.smrj.go.jp/special/chusho_sdgs/index.html

ありがとうございました！



夕陽ではありません。朝陽です。