

実施計画書

- 事業名 ゼロエミ・アクション 2050 連携プラットフォーム事業
○実施者名 サステナブルライフスタイル TOKYO 実行委員会 委員長 小宮山宏

1 事業概要と3カ年の事業展開スケジュール概要

1) 目的・位置付け

東京都が2019年末に取りまとめた「ゼロエミッション東京戦略」は、2050年にCO2排出実質ゼロに向けた取組・ロードマップが策定された。その戦略では、「多様な主体と連携したムーブメントと社会システムの変革」として、消費者と企業と共にゼロエミ・アクションに取り組む行動の推進を目指すことを掲げている。これに対し、企業側も近年は個社での取組を超えて、NGOのイニシアティブ（RE100・SBT等）に参画するなど、多様な主体により脱炭素を推進することの重要性が益々認識されつつある。一方の消費者側も、新型コロナを契機に、自然・環境共生への意識が高まっているものの、自身のライフスタイルを見直す上で、日々の消費や選択に関する正しい環境知識や情報不足、ゼロエミッションな製品・サービスの選択肢が少ないと言った課題がある。そこで本事業では、江戸から受け継がれる日本人の知恵と、21世紀の先端技術・金融の力を生かし、人と自然、人と人、人と地域がつながり、人々の健康や福祉がより充実した、脱炭素でサステナブルなライフスタイルを広げるための、東京発の全国に開かれた“ゼロエミ・アクション 2050 連携プラットフォーム”を構築し、多様な主体と連携した「ゼロエミッション」の推進と同時に、SDGsの達成にも貢献する「サステナブル・リカバリー」を東京都と共同で進めることを目的とする。

2) 事業概要

① ゼロエミ・アクション情報発信（消費者向け）

消費者と企業が共にCO2削減に取り組むために、まずは「自らの生活・活動で排出しているCO2の量を知ること」がスタートになる。製品・サービスには、食品カロリー表示のように、広くカーボンフットプリントが表示され、消費者にとって、自身のフットプリントを意識した生活、ローカーボンな選択がしやすくなるための情報発信を目指す。また家庭での日々の活動によるエネルギー消費量の削減等についてもわかりやすく伝える。その上で行動変容を促し、取組と継続の動機を高めるために、「生活を意識的にローカーボンに転換する」取

組が、どのくらいのCO2削減に貢献するか、どのようなSDGs実現に貢献できる可能性があるのか、分かりやすく、広範に伝える。さらにゼロエミッションに貢献する製品・サービスに関する情報を企業が発信し、それら製品・サービスに対し、SNS等を通じて消費者からの支持を見える化し、企業と消費者が双方にゼロエミッション推進を応援できる場を創出する。具体的には、本プラットフォーム用の専用ウェブサイトを立ち上げ「ゼロエミ 2050 (仮)」以下の構成で情報発信を行う。情報発信に際しては、様々な層や世代が保有する知識や意識の違いを考慮し、より多くの市民に伝えられるよう工夫を図る。

② ゼロエミ・アイデアマッチング

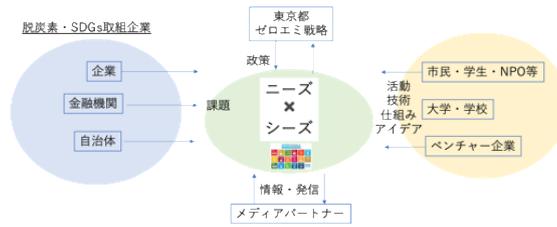
消費者・企業による「ゼロエミ・アクション」推進を通じて、同時に、社会全体でSDGsの達成と「サステナブル・リカバリー」への取組を広げるための、課題(ニーズ)と提案(シーズ)の出会いの場を提供し、多様な主体の連携を創出する。

「ゼロエミ・アクション」や「サステナブル・リカバリー」に関連する、新商品やサービス開発、再生可能エネルギーの導入、CO2削減やSDGs実現等に課題を持つ企業や自治体等が、求める技術やアイデアに関する「課題」を発信し、それらに対する「提案」を市民、教育団体やNGO、ベンチャー企業等から募る。集まった「課題」と「提案」は、静的に情報が掲載されているだけでは上手くマッチングすることが難しいため、月別、テーマ別のウェビナーやピッチコンテスト等を開催し、臨場感のあるアイデア交流の場づくりを工夫する。また広く出会いの場として機能することで、すでに類似のマッチング等を行う団体との競合ではなく連携を図っていく。さらにサステナビリティに注力するメディアパートナーやファッション、ライフスタイル面で活躍する、サステナビリティのインフルエンサー等とも連携し、テーマに応じて、一連のマッチングプロセスや成果をオンラインで発信する。

(ユーザー機能)

- ・ゼロエミアクションに賛同する企業名をウェブサイトに掲載(無料)
 - ・ニーズを持つ企業等が求めるアイデアの情報をウェブサイトに掲載(有料)
 - ・シーズを持つ個人・団体等がウェブサイトから提案を登録。事務局にて確認の後、基準(実行委員会にて策定)を満たす情報を公開。(マッチング以降の展開はプラットフォーム機能の対象外)。
 - ・メディアパートナーやインフルエンサーと連携し、応募された中から優れた提案やマッチングまでの経過を、ウェビナーやオンラインイベントとして配信し、ライブ感を醸成。
- (例:月別・テーマ別ウェビナー、ピッチコンテスト、クラウドファンド型投げ銭ライブ等)

【図 ゼロエミ・アイデアマッチング】



【図 サステナビリティやSDGs特集をしているメディア例】



エルジャポン



FRAU



日経 ESG

【図 インフルエンサーによるオンライン配信例】



(株) Freewill (オンラインセミナー)



勝手に電力2.0 (ユーチューバー)



Ellegirl (オンライン)

3 経費見込み

(1) 令和2年度

事業項目の概要	所要経費の概算見積額 (単位：千円)
1. ウェブサイト構築・運営	<u>3,000 千円</u> ・外注費 (サーバー、クラウド、ドメイン費用) 1250,000 円 (設計、デザイン、制作) 1,749,000 円
2. 事務局業務	<u>798 千円</u> ・補助人件費 実行委員会運営補助 (21,000 円*8 人日) 営業補助 (21,000 円*20 人日) 経理・会計補助 (21,000 円*10 人日) <u>1,155 千円</u> ・外注費 普及啓発コンテンツ制作一式 (210,000 円) プラットフォーム開発・運営一式 (630,000 円) 広報・PR 一式 (315,000 円)
合 計	<u>4,953 千円</u>

(2) 令和3年度以降の取組概要と事業実施に係る活動資金調達の方

- 1) 本事業に係る令和3年度以降の主な取組としては、次の6つ。
 - (ア) 「ゼロエミ 2050」 web サイトへのアクセスユーザーの獲得
 - (イ) 「ゼロエミ 2050」 への賛同企業・パートナー団体 (自治体含む) の獲得
 - (ウ) 「ゼロエミ 2050」 web サイトを通じたゼロエミ・アクションに貢献する製品・サービス・活動の情報発信
 - (エ) 市民、団体 (NPO、ベンチャー、学校法人等) からゼロエミ__アクションに貢献するアイデアやプラン、技術を公募しスクリーニング。オンラインイベント等。
 - (オ) (エ) に興味のある企業をマッチング
 - (カ) (オ) のゼロエミミッション取組支援
 - (キ) メディアパートナーと連携した情報発信

この内、資金調達手段としては、(ウ)、(キ) の広告収入、(イ) の協賛金、(カ) のコンサルティング、その他クラウドファンด์を通じた支援金等の収入を予定している。

- (イ) ゼロエミ・パートナー (課題登録企業からの協賛金)
 - ・「ゼロエミ 2050」 上での課題登録 3 件*100 万円=300 万円
 - (市民等からの提案応募数に応じて課題登録企業が増える見込み)
- (ウ) ゼロエミ・リーダー (製品・サービス PR 企業からの広告費)

- ・「ゼロエミ 2050」上の記事広告 5件*50万円=250万円
- ・「ゼロエミ 2050」上の企業による情報登録 20件*5万円=100万円
- (カ) カーボンフットプリント支援等
 - ・パートナー企業（候補含む）の希望に応じ、CFP算定、カーボンオフセット支援等 10件*50万円=500万円

4 本事業の実施体制

1) 実施主体

サステナブルライフスタイル TOKYO 実行委員会

- ・ 実行委員
 - (委員長) 小宮山宏 ((株) 三菱総合研究所理事長、プラチナ構想ネットワーク会長)
 - (副委員長) 鈴木 敦子 ((株) 環境ビジネスエージェンシー代表取締役)
 - (副委員長) 小林光 (東京大学総合文化研究科客員教授)
 - (委員) 吉高まり (三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (株) 経営企画部副部長)
 - (委員) 梅原由美子 (Value Frontier (株) 代表取締役)
- ・ 運営事務局 Value Frontier (株) 実務、広報、営業、経理事務等

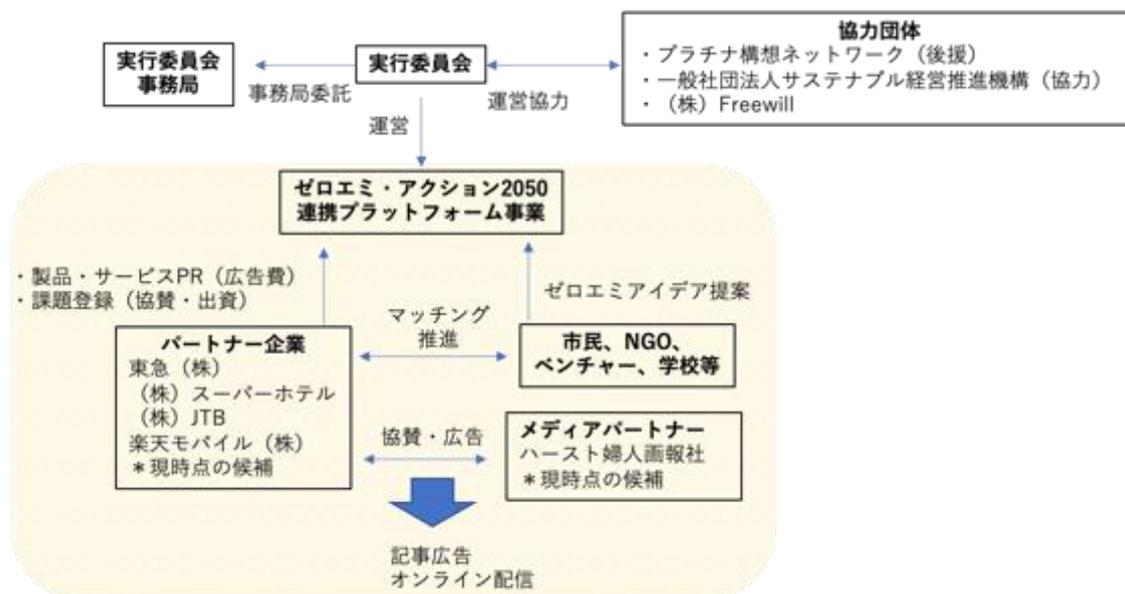
2) 協力団体

- ・ プラチナ構想ネットワーク (後援)
 - ・ 一般社団法人サステナブル経営推進機構等 (協力)
 - ・ (株) Freewill (協力)
- * 本事業につき各団体の担当者と共に事業を推進していく。また本事業の採択確定後、その他の協力団体も、順次追加予定。

3) 「ゼロエミ 2050」参加団体

- ・ 賛同団体 (賛同のみ)
 - ・ パートナー団体
 - (1) ゼロエミ・リーダー (製品・サービス等の発信)
 - (2) ゼロエミ・パートナー (マッチング課題の発信)
 - (3) メディアパートナー (情報発信、参加企業向け広告)
- * 本事業実施確定後、候補企業、他の新規企業への参加呼びかけを実施予定。

【体制図】



(履行の確実性)

本事業の実施主体である実行委員会は、脱炭素・サステナビリティの専門家で構成しており、委員全員が2005年～15年まで企業や金融機関、省庁との連携により、エコビジネスの芽を発掘し育てる「エコジャパンカップ」を開催し、多様な企業・団体・個人の「ニーズ」と「シーズ」のマッチングを行った実績を持ち、本プラットフォーム運営のノウハウを有している。同時に事務局を含め、主催側メンバーは脱炭素、SDGs、ESG経営・金融の専門家でもあり、産業界、NGO、自治体、メディア等への影響力と幅広いネットワークを有している。本企画の構想は2年以上かけて議論を重ねたもので、協力団体や企業等の要望を踏まえた内容となっている。

協力団体として、プラチナ構想ネットワーク、一般社団法人サステナブル経営推進機構（以下、SuMPO）が参加を予定している。本実行委員会委員長の小宮山宏が会長を務める、プラチナ構想ネットワークは、全国の自治体首長、企業経営者が会員のサステナブルな社会を目指す会であり、本事業の周知、参加団体への働きかけに協力を得る。SuMPOは製品・サービスのライフサイクル環境負荷の評価・ラベル表示の「エコリーフレベルプログラム」の運営主体であり、10年以上にわたり多様な企業の製品・サービスのカーボンフットプリント算定・表示の支援を行ってきた。本事業ではカーボンフットプリント情報発信、ラベル表示企業への働きかけ、参加団体へのカーボンフットプリント表示支援などで協力を得る。

現時点で、本事業に関心を示している企業は、東急（株）、（株）スーパーホテル、（株）森永乳業、（株）JTB、楽天モバイル（株）、ハースト婦人画報社（エルジャポン）等である。本事業の実施が確定した段階で、これら候補の他、ローカーボン製品・サービス提供、活動に取り組む多業種な企業やメディアへの参加呼びかけを行う。またこれまでカーボンフッ

トプリントのラベル表示に取り組んでいる事業者も参加候補として働きかけていく（(株)日本ハム、日本生活協同連合会、(株)シチズン等）。本事業の趣旨に賛同のみする企業は無料登録とし、公式ロゴを使えるようにすることで、企業の幅広い獲得と周知を行う予定である。

現時点で想定される主な課題は、令和3年度目の事業費である。プラットフォームとしての実績がない段階で、マッチングへのパートナー企業協賛や広告収入を立てることはハードルが高い。この点は、本プラットフォームでの製品・サービスPRやマッチングに関心のある企業への、カーボンフットプリント評価や関連するゼロエミッションコンサルティングにて、事業運営費の一部を賄う計画である。またコロナによる景気後退の影響で、令和3年度以降の協賛も引き続き厳しい状況が予想されるため、早い段階で広告収入を得られるよう、オンラインイベントやメディアとの連携広告提案等も併せて進めていく計画である。併せて、協力団体の(株)Freewillが運営する、ソーシャルクラウドファンド「Spin」を通じた支援金の獲得も実施していく。

(期待される効果)

- ・消費者が自らのライフスタイルに関わるカーボンフットプリントと、1.5°C目標で求められるレベルを理解することで、「気候危機」に対して、社会全体で求められる行動変容への意識が高める
- ・ローカーボンな行動や選択の効果の見える化を体験することで（CO2削減、SDGs等）、自らのライフスタイル変容が持つインパクトを理解でき、より継続的・積極的なアクションの浸透が期待できる
- ・企業は自社のゼロエミ・アクション製品・サービス、活動の発信を通じて、消費者に対し、個社でのプロモーションを超えたPR効果が期待できる
- ・環境・社会課題に取り組む市民や学校、NGO、ベンチャー企業等による多様な提案が集まることで、脱炭素を通じた、サステナブル・リカバリーへの企業や自治体の取組の強化が期待できる
- ・東京発の「ゼロエミアイデアマッチング」は、あらゆる参加主体を東京都に限定せず、将来的には他の自治体との連携も進める計画であり、全国への波及効果が期待できる

5 東京都に期待する役割

東京都に期待する役割は、参加企業の動機付けのために、初年度より都民、都内企業、自治体等への積極的な広報面での協力をお願いしたい。特に本事業に関する取材やインタビュー等への同席、リリース記念イベント、マッチングイベント等への登壇、ゼロエミッション東京戦略の解説等、メディアへの積極的な働きかけへのご協力を期待したい。また東京都が実施するゼロエミッション関連のモデル事業企業等への参加呼びかけをお願いしたい。