



2025年10月16日

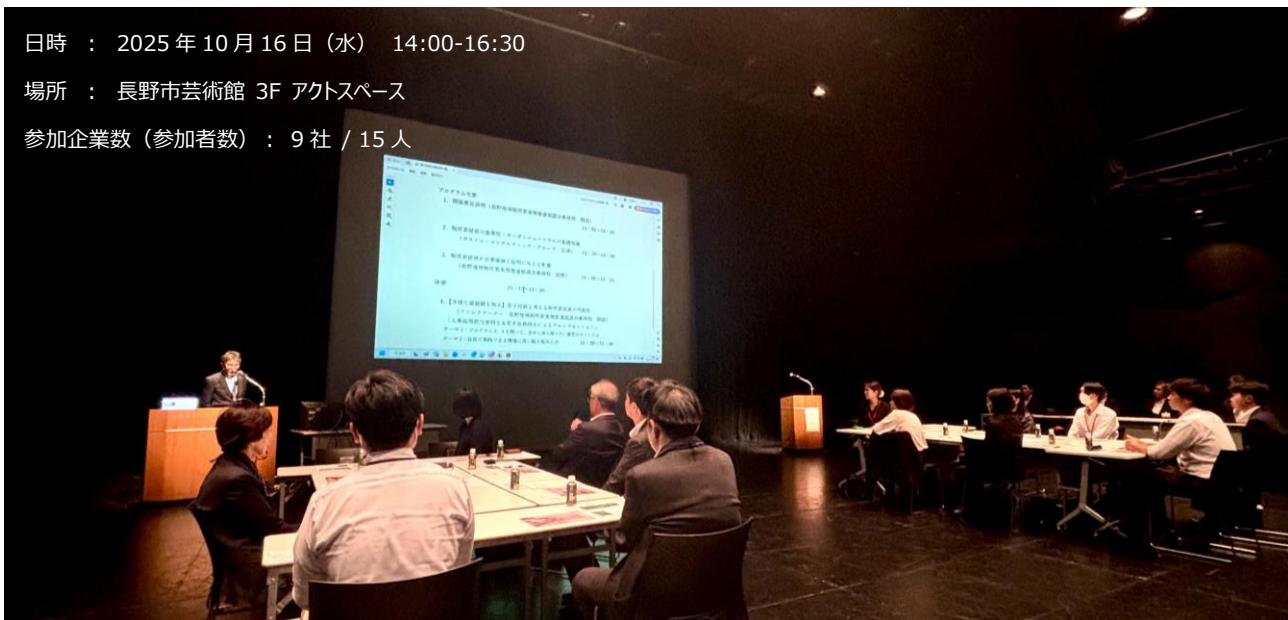
長野地域脱炭素実現推進協議会

2025年度 人事採用責任者向け脱炭素経営セミナー 第3回
「脱炭素経営の基礎セミナー – 若手社員と考える脱炭素経営の可能性 –」開催レポート

日時： 2025年10月16日（水） 14:00-16:30

場所： 長野市芸術館 3F アクトスペース

参加企業数（参加者数）： 9社 / 15人



【第3回】脱炭素経営の基礎セミナー プログラム

- (1) 開催趣旨説明：長野地域脱炭素実現推進協議会事務局 岡田 義彦
- (2) 脱炭素経営の重要性・カーボンニュートラルの基礎知識：ボストン・コンサルティング・グループ 石津 朝弘
- (3) 脱炭素経営が企業価値と採用に与える影響：長野地域脱炭素実現推進協議会事務局 田原 伸洋
- (4) 【多様な価値観を知る】若手社員と考える脱炭素経営の可能性

： ファシリテーター・長野地域脱炭素実現推進協議会事務局 岡田 義彦

「人事採用担当者同士&若手社員同士によるグループセッション」

- テーマ1：プログラム（2）（3）を聞いて自社にてフィードバック・共有したい重要なポイントについて
- テーマ2：自社で実践できる脱炭素推進に貢献できる取り組みについて

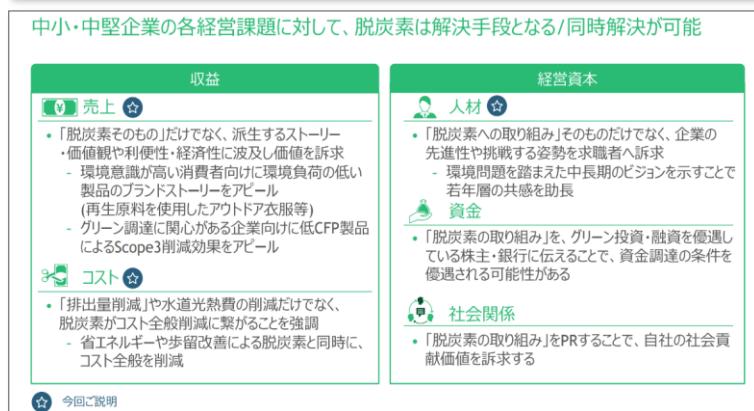
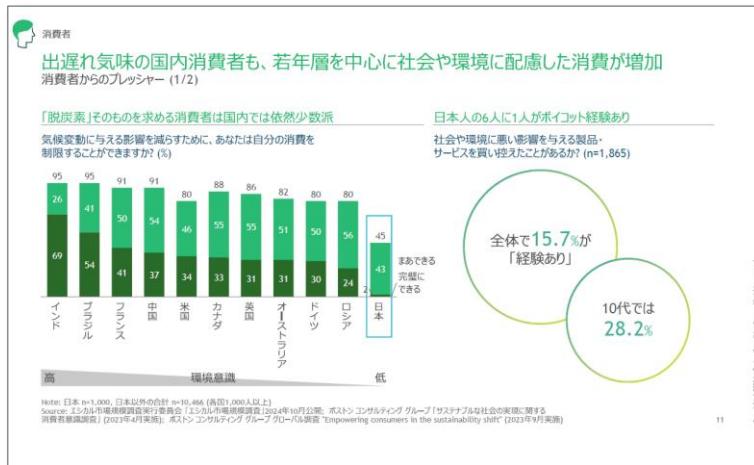
カーボンニュートラルの基礎・脱炭素経営の重要性 …石津 朝弘 (Boston Consulting Group)

脱炭素取組を「社会課題」ではなく、「自社の課題」「顧客の課題」としても考える

カーボンニュートラルの重要性は年々高まり、今や企業においては経営戦略として考える重要な課題となっています。また、今後は以下の制度導入により、企業経営への影響がさらに大きくなることが予想されます。

- ・ 2026 年度 : GX-ETS (排出権取引制度) の稼働
- ・ 2027 年 3 月 : SSBJ 基準による国内サステナビリティ情報開示ルールの開始
- ・ 2028 年度 : 化石燃料賦課金の導入

* 出典 : BCG 作成 2025 年度 人事採用責任者向け脱炭素経営セミナー 第 3 回配布資料より引用

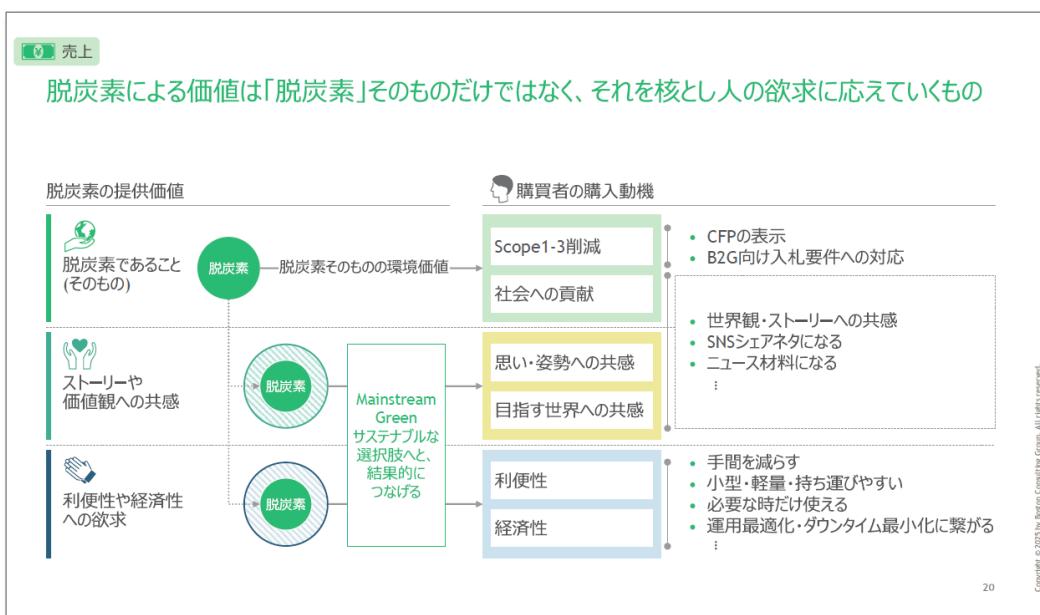


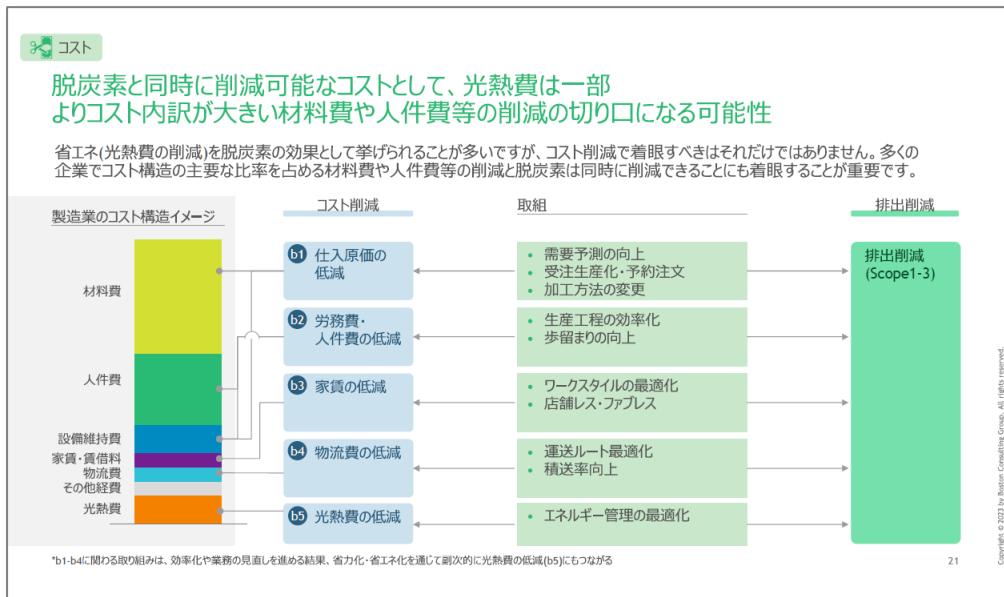
そして、消費者の意識も変化しており、「6人に1人が環境負荷の高い商品をボイコットする」という調査結果もあり、融資においても脱炭素基準での選別が始まっています。企業はこの環境変化に対応した経営が求められています。すでに SBT 認定など、目に見える形で脱炭素経営をアピールする企業も増加しています。一方で、商品に込めた環境価値やストーリー性に共感を生み、売上を伸ばしている企業や、自社の脱炭素実現を掲げて廃棄量を減らし、大幅なコスト削減を実現した企業もあります。

脱炭素は社会課題としてだけでなく、「自社の課題」「顧客の課題」を解決する視点からも取り組むことが重要です。なお、中小企業においては、対応すべき課題が小規模かつ多様であるため投資が見合いにくいという難しさがあります。1 社だけでは取組しにくいことでも、企業間の連携による以下のような体制整備が有効です。

- ・ 共同してスケールメリットを生む
- ・ 各社の得意分野の共有
- ・ 脱炭素関連の融資や公的機関への対応の共同化

こうした連携により、効率的かつ実行可能な脱炭素への取組が進められます。



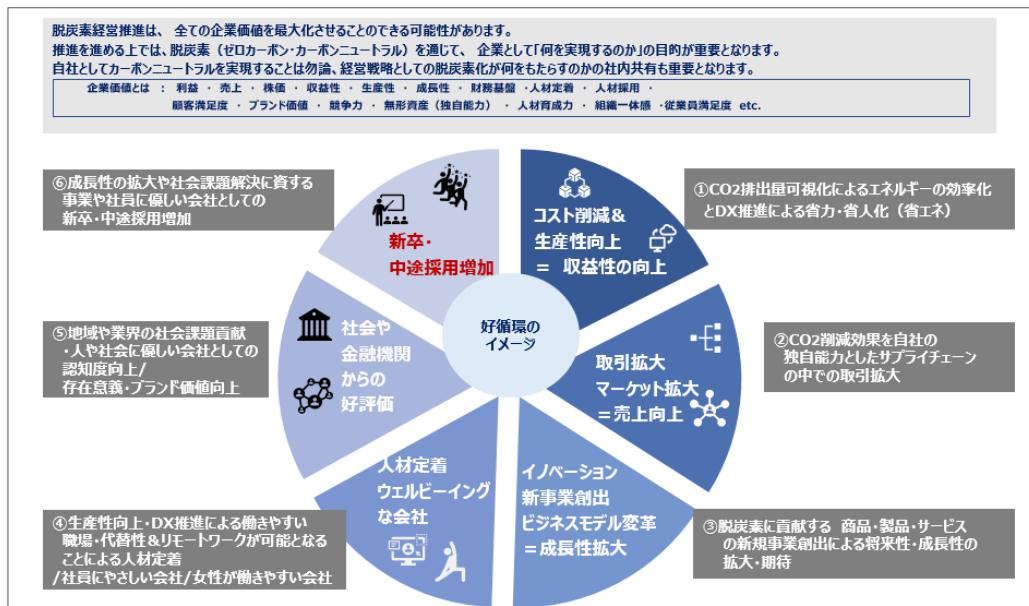


*出典：BCG 作成 2025年度 人事採用責任者向け脱炭素経営セミナー 第3回配布資料より引用

脱炭素経営が企業価値と採用に与える影響 …協議会事務局 田原 伸洋（東京海上日動火災保険株式会社）

脱炭素経営を「将来の企業の成長の伸びしろ」として捉えて企業価値を向上！

なぜ企業が脱炭素推進に取り組むのか ー企業価値を最大化する脱炭素経営ー



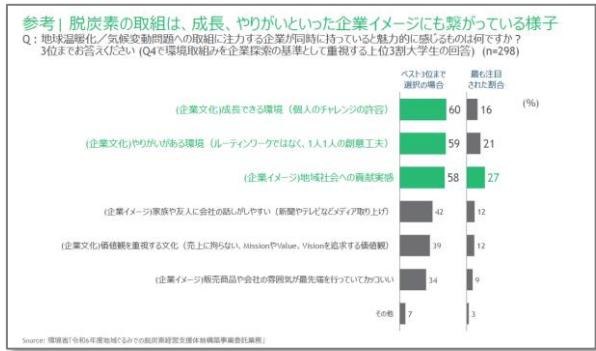
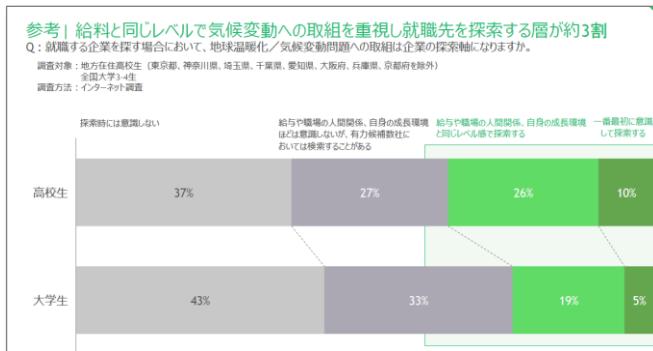
*出典：2025年7月1日開催 長野地域脱炭素実現推進協議会 総会資料より引用（東京海上日動火災保険 長野支店・長野地域脱炭素実現推進協議会作成）

脱炭素経営は、CO₂ 排出量削減の取組を通じて企業価値向上に繋げていくことが可能です。具体的には、採用力強化・人手不足の解消・販売マーケットの拡大・イノベーション創出・ウェルビーイングな会社創り等に繋がる「経営課題解決の機会」となります。

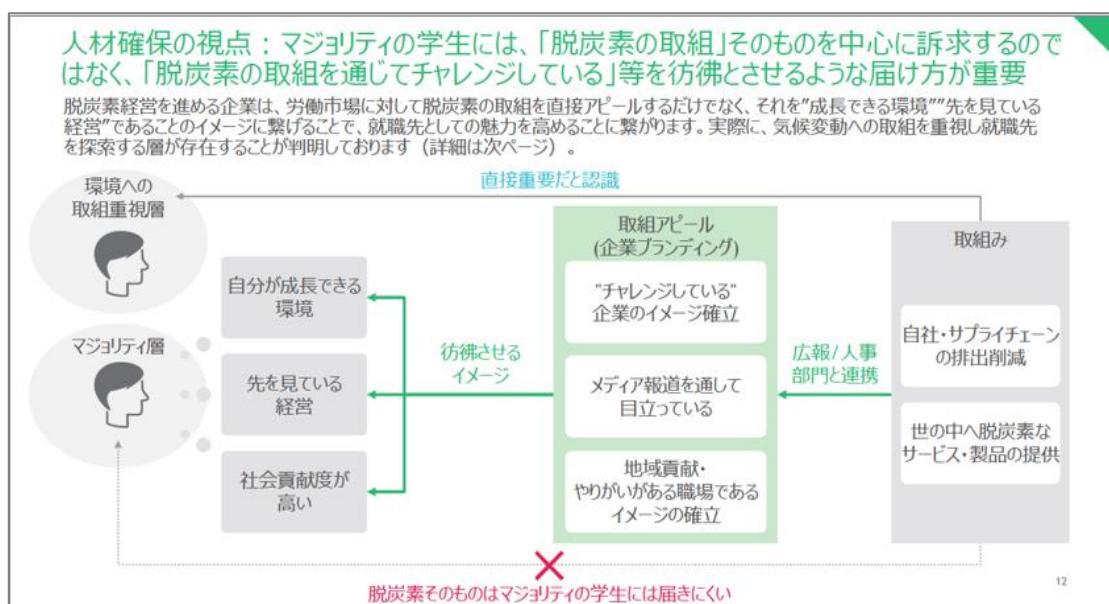
高校生・大学生を対象に実施したアンケートでは「採用面」において数多くのヒントがありました。

環境省 地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック～地域で脱炭素経営を推進する意義～に掲載

- 約3割が「給料と同程度に、気候変動への取組を重視して就職先を選ぶ」
- 脱炭素を取り組んでいる企業を「先を見ている企業」と捉え、「成長」「やりがい」「地域貢献」を実感できる企業を魅力的に感じる



ただし、学生が魅力を感じるのは「脱炭素の取組そのもの」ではなく、その取組を通じて感じることのできる「成長できる環境」や「地域貢献」「人に優しい会社」である点であることが重要です。



出典：地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック～地域で脱炭素経営を推進する意義～

2025年5月 環境省地球環境局地球温暖化対策課 脱炭素ビジネス推進室 作成 P.12 P.13 P.14

また、脱炭素取組企業としての魅力を伝えるには、数値と取組の発信が不可欠です。

今回は実際に「数値と取り組みの発信」を続けることで脱炭素経営を通じて企業価値の向上を実現している下記2つの事例をご紹介しました。

- 徹底したDXによりビジネスモデルを転換し、脱炭素への貢献を「見える化」して売上を伸ばした事例
- サステナビリティを切り口に組織を活性化し、脱炭素の成果を数値で示し、自社の理念からGX（グリーントランクスフォーメーション）製品価値までのストーリーを発信して採用増につなげた事例

データに基づく発信と納得感のあるストーリーが、企業価値の向上と採用力強化に効果的です。

■ 脱炭素経営を推進する企業と推進しない企業の未来の可能性の比較

脱炭素を「推進しない」企業の未来の可能性

- 新卒採用、中途採用が増えず、将来を担う人材が不足
- DXが進まず、省力化・省人化に繋がらないことから削減できるコストを削減できず、収益性が向上しない。人手不足が解消しない。
- 「働きやすい」環境をつくることができない
- 既存の仕事やマーケットから広げることができず「チャレンジできる」環境を創りにくい
- 社会や企業の評価軸となっている「CO₂排出量」を削減できないことで、お客様・取引先・マーケットを失う可能性が発生する

脱炭素を「推進する」企業の未来の可能性

- 自社の事業による地域貢献・社会課題解決価値が伝わることで新卒採用、中途採用に好影響が出る可能性が大きくなる
- DXが進むことで、省力化・省人化が実現。コストが削減され、収益性が向上する。人手不足解消にも寄与。AIではなく、自社の企業の「人しかできないこと」が判明し、それ自体が価値を生む。
- 「テレワーク」などの働き方、エネルギー・コントロールされた建物・施設が増え、防災力もあり、人に優しい環境で仕事ができる
- 「新たな価値」を考える機会が増え、チャレンジできる環境を創り出すことで、お客様・マーケットが拡大する可能性が大きくなる
- 社会や企業の評価軸となっている「CO₂排出量」に対する削減結果・削減効果を可視化し、価値を伝えることでよりお客様・取引先・マーケットに選ばれる会社になっていく

11

本スライドは、脱炭素経営による影響を分かりやすくしたもので、信頼できると考えられる各種公開資料・データに基づいて作成されていますが、東京海上日動火災保険株式会社およびプロジェクト推進企業は正確性、完全性を保証するものではありません。



本スライドは、脱炭素経営による影響を分かりやすく記したもので、信頼できると考えられる各種公開資料・データに基づいて作成されていますが、東京海上日動火災保険株式会社およびプロジェクト推進企業は正確性、完全性を保証するものではありません。

【多様な価値観を知る】若手社員と考える脱炭素経営の可能性

脱炭素＝採用力・企業価値向上の手段！

トレンドではなく、“やらなければならない”重要なテーマのひとつ

対象：企業の人事採用責任者・担当者／若手社員

目的：講義内容（プログラム2・3）を踏まえ、役割別に「自社にてフィードバック・共有したい重要なポイント」と「自社で実践できる脱炭素推進に貢献できる取り組み」についてディスカッションすることで新たな気づきを得る

参加企業（敬称略）：守谷商会、ライフライン長野、ながのアド・ビューロ、ビー・クス、マナテック、管興社、ホクト、長野商工会議所、長野市

人事採用責任者・若手社員同士での意見交換

1. テーマ1：自社にてフィードバック・共有したい重要なポイントについて

（1）「人事採用責任者」と「若手社員」の思考・行動の違い

①人事採用責任者の特徴

- 採用戦略への直結意識**
脱炭素を「企業価値」や「採用力」に結びつける視点が強い。学生の環境意識を採用活動に活かすことを重視し、発信不足への危機感を抱いている。
- コミュニケーション重視**
「広告」「説明会」「資料」など、外部への情報発信手段を改善する必要性を強調。脱炭素を単なる技術テーマではなく、働きやすさやウェルビーイングと結びつけて語ることで共感を得ようとしている。

・ 戰略的課題認識

自社の規模や業種に応じた“無理のない取り組み”を模索しつつ、採用減少という現実に直面。脱炭素を「やらなければならない」必須テーマとして捉え、危機感を伴った行動変容を志向している。

②若手社員の特徴

・ 学びと気づき中心

脱炭素を EV など限定的に捉えていたが、セミナーを通じて自社商材や原材料との関連に気づき、理解を深める姿勢が見られる。

・ 専門知識への戸惑いと理解努力

SBT や CFP などの専門用語に難しさを感じつつも、図解などの分かりやすいツールを通じて理解を促進。知識習得プロセスに重点を置いている。

・ 共感と提案志向

学生の環境意識の高さに驚きつつ共感を示し、自社ウェブサイトへの情報発信強化を提案。自らも社内外に働きかけたいという行動意欲が芽生えている。

③人事採用責任者と若手社員の思考・行動の違いの整理

観点	人事採用責任者	若手社員
関心の焦点	採用戦略・企業価値	学び・理解・共感
行動の方向性	外部発信強化・採用施策への落とし込み	自社理解深化・改善提案
動機	危機感・負のインパクト回避（やらなければいけない）	気づきと成長志向（もっと知りたい・伝えたい）
課題認識	採用減少・発信不足	専門知識の難解さ・情報不足

* 若手社員は人事採用部門所属の社員の方ではありません。

“発信の必要性”に対する温度差：危機感ベース vs. 共感ベース

採用責任者は、脱炭素情報発信を「採用戦略」と捉え、“発信しないと企業価値が下がる”“古い会社と思われる恐れ”など、負のインパクト回避が動機の中心となっておりました。一方で若手社員は、学生意識への共感をベースに、“学生の環境意識が高いことへの驚き”“自社サイト改善に活かしたい”といった、前向きな改善意識が主導。危機ではなく前向きなチャンス・機会として捉えている傾向がありました。

④総合的示唆

人事採用責任者は「脱炭素を採用競争力に直結させる」戦略的視点を持ち、危機感から即応的な行動を模索。一方、若手社員は「脱炭素を自社理解と成長機会」として捉え、知識習得と共感を基盤に改善提案へと繋げています。両者の違いは、トップ層が外部発信と採用戦略に直結させる視点を持つのに対し、若手層は学びと共感を通じて内部からの改善を志向する点にあります。これを組み合わせることで、外部への魅力的な発信と内部の理解浸透が相乗効果を生み、GX 推進と採用力強化の両立が可能となると考えます。

<具体的なコメント>

・人事採用責任者

①発信の重要性と採用への影響

「脱炭素に関わる事業を展開しているのに、それを外に発信できていない。これでは採用にも企業価値にもつながらない。」「広告を作る立場として、もっと企業の取り組みを伝えていく必要があると痛感した。」

「建設業は特徴をアピールするのが苦手な業界。だからこそ、脱炭素という切り口を使って、学生に分かりやすく伝える工夫が必要だと思った。」

②若者の価値観との接点を意識する必要性

「学生は環境への関心が非常に高い。採用説明会でも、うちの事業がどう環境に貢献しているかをしっかり伝えるべきだと感じた。」

「CO₂ 削減という話だけでなく、“働きやすさ”や“ウェルビーイング”といった観点で脱炭素を語ることで、より共感を得られるのではないか。」

「高校生の方が大学生よりも脱炭素に関心が強いという話には驚いた。今後の採用戦略においても注目すべき層だと思う。」

③自社にどう落とし込むかの課題感

「会社の規模や業種によって、取り組み方は当然違う。うちの会社に合ったレベルで、無理なく取り組むことが大事。」

「マーケットを広げることが目的ではなく、採用に繋がるなら、できることから始めるべきだと感じた。」

④危機感と気づき

「採用人数が年々減っている。脱炭素を切り口にしないと、学生に響かない時代になっている。」

「紙の資料が多くて、若者に“古い会社”と思われてしまうのではと反省した。」

「脱炭素はトレンドではなく、今や“やらなければならない”テーマだと実感した。」

・若手社員

①自社の取り組みに対する新たな気づき

「脱炭素って EV くらいのイメージしかなかったけど、セミナーを受けて考えが変わった。うちの会社でも、脱炭素に繋がる商材や原材料を扱っていることに気づいた。」

②専門的な話への戸惑いと理解の工夫

「BCG の話は正直難しかった。SBT とか CFP とか、アルファベットの専門用語が多くて、分からぬ部分もあった。」

「好循環の図はすごく分かりやすかった。人材採用がセミナーテーマになっている理由も、あの図で納得できた。」

③学生の意識の変化に驚きと共感

「学生の意識変革がすごいと感じた。環境への関心が高まっているのは本当だと思う。」

「自社のウェブサイトにも、脱炭素の取り組みをもっと盛り込んでいくべきだと感じた。今後はそういうアドバイスもしていきたい。」

2. テーマ 2：自社で実践できる脱炭素推進に貢献できる取り組みについて

(1) 「人事採用責任者」と「若手社員」の思考・行動の違い

①人事採用責任者の特徴

・ 戰略的・制度的視点

ペーパーレス化を「採用力・企業価値向上」に直結させる手段として捉え、単なる業務効率化ではなくブランディングの一環と位置づけている。

・ 組織風土変革への課題認識

技術導入よりも社員の固定観念や抵抗感を変えることが最大の難題と認識。意識改革を重視。

・ リーダーシップの必要性

経営層の旗振りを不可欠としつつ、トップダウンだけでは反発を招くため、現場の声を拾うバランスを模索。

・ 採用市場への危機感

若者に「古い会社」と見られるリスクを強く意識し、脱炭素を“やらなければならない”テーマとして捉える。

2. 若手社員の特徴

・ 現場起点の実践志向

ペーパーレス化を「最も現実的な第一歩」と捉え、仲間と協力して提案する姿勢を示す。実務負担軽減や効率化に直結する課題意識が強い。

・ PR・外部発信への関心

DX 活用やリサイクル事例など、自社の取り組みを外部に積極的に発信すべきと考え、企業イメージ向上に寄与しようとする。

・ 具体的アイデアの提示

アクセントトレーニングによるマイカー通勤の工夫による削減、ESG 投資、地元企業との連携など、脱炭素に繋がる多様な施策を提案。実務レベルでの改善策を幅広く模索する姿勢が見られる。

3. 人事採用責任者と若手社員の思考・行動の違いの整理

観点	人事採用責任者	若手社員
焦点	採用力・企業価値向上、組織風土変革	業務効率化、現場改善、外部 PR
アプローチ	トップダウン + 意識改革	ボトムアップ + 仲間との協働
課題認識	社員抵抗・組織風土の固定観念	実務負担・提案の難しさ
行動志向	戦略的発信・採用ブランディング	具体的な施策提案・現場改善

4. 総合的示唆

人事採用責任者は「脱炭素 = 採用競争力強化」として戦略的に捉え、組織文化や経営層のリーダーシップを重視する傾向があります。一方、若手社員は「脱炭素 = 業務改善と現場からの発信」として具体的なアイデアを提示し、仲間との協働を通じて実践を志向しています。両者の違いは、**トップ層が外部発信と文化変革を重視するのに対し、若手層は現場改善と具体的な施策を重視する点**にある。これを統合することで、戦略的ブランディングと現場起点の実践が相乗効果を生み、GX 推進は採用力強化と業務効率化の両面で成果を上げる可能性が高いと考えております。

<具体的なコメント>

・人事採用責任者

①ペーパーレス化は最も身近な第一歩

「紙の削減は、すぐにでも取り組めるテーマ。まずは会議資料から始めたい。」

「出張報告書を紙とデジタル両方で提出しているが、これは明らかに二度手間。完全デジタル化を進めたい。」「Web 広告を紙に出力して確認するのは本末転倒。実際の端末で確認する習慣を根付かせたい。」

②社員の意識改革と文化の見直し

「“紙じゃないと頭に入らない”という固定観念が根強い。これを変えるのが最大の課題。」

「社員の抵抗が強くて、なかなか踏み切れない。技術よりも“考え方”を変える方が難しい。」

③経営層のリーダーシップと社内浸透

「経営層が旗を振らないと進まない。DX はトップの強い発信で進んだ。脱炭素も同じように進めたい。」

「ただし、先代会長が先進的すぎて若手が反発したこともある。トップダウンだけでなく、現場の声を拾うことも大切。」

「健康経営優良法人として認定されているが、プロジェクトチームの認知度が低い。もっと全社的な取り組みにしたい。」

④若手社員の声・デジタル世代の視点

「若手社員から“二度手間の業務をなくしたい”“端末がないとペーパーレスは進まない”といった声が出ている。現場のリアルな課題を突いている。モバイルで通信ができる PC は今の時代、必要なだと感じている。」

「若手の視点は、変革のきっかけになる。もっと積極的に拾っていくべき。」

⑤デジタル化と人間的コミュニケーションの両立

「効率化が進みすぎると、人間関係が希薄になる懸念もある。デジタルとアナログのバランスを意識したい。」

⑥脱炭素＝採用力・企業価値向上の手段

「環境対応そのものよりも、“学生に響く”“若者に選ばれる会社になる”という観点で、脱炭素は非常に重要。」

「採用ブランディングの一環として、もっと活用していきたい。」

・若手社員グループの意見

①ペーパーレス化は現実的な第一歩

「まずはペーパーレスが一番着手しやすいと思う。複数のメンバーも同じ意見だった。」

「社内で提案するには、一人だと厳しいけど、誰かと一緒にできるかもしれない。」

②業務改善と PR の視点

「うちでは建設業だけど、一部門では DX や ICT を活用している。もっと外に向けて PR してもいいと思う。」

「キノコの栽培後の素材をリサイクルしている取り組みもある。こういうことはもっと発信していくべきだと感じている。」

③脱炭素に繋がる具体的なアイデア

「マイカー通勤を減らすことや、ESG 投資、地元企業との連携（サーキュラーエコノミー）など、脱炭素に繋がる手段は色々あると思う。」

3. まとめ

・ 脱炭素は採用力・企業価値向上の鍵

環境への取り組みは、若者に選ばれる企業になるための重要な要素です。

・ 発信力の強化が必要

自社の環境活動を積極的に外部へ伝えることで、採用や企業イメージに好影響を与えます。

・ ペーパーレス化はすぐに始められる実践策

紙の削減は現場でも実行可能で、環境対応の第一歩として有効です。

・ 若手社員の声を活かすことが変革の鍵

現場の課題や改善案を持つ若手の視点は、社内改革の起点となります。

・ トップのリーダーシップと現場の連携が必要

経営層の旗振りと現場の声をつなぐことで、全社的な取り組みが進みます。



長野地域脱炭素実現推進協議会
2025年度 人事採用責任者向け脱炭素経営セミナー

第3回

「脱炭素経営の基礎知識」セミナー

なぜ今「脱炭素経営」か？

2050年カーボンニュートラル実現に向けて、GX（グリーン・トランジット・オーメーション）は企業経営の大きなテーマとなっています。環境対応はコスト削減やブランド価値向上、人材採用にも直結。いま、中堅・中小企業にとっても成長戦略の一歩目一番地です。

（環境対応が企業の成長戦略に）
人事採用責任者・担当者の皆さんご存知の方も多いと思いますが、再確認の意味も含めて、若手社員の方と一緒に横のつながりで新たな脱炭素コミュニティの構築をしてみませんか。

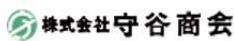
◆開催概要
日時：10月16日（木）14:00～16:00
場所：長野市芸術館 アクトスペース
◆対象：経営幹部・人事採用責任者・担当者、若手社員
◆参加条件：第3回（10/16）、第4回（11/13）、第5回（12/11）各回に参加できる企業 ※3回とも時間は14:00～16:00です
◆参加費：無料
◆申込締切：10月10日（金）

◆プログラム
・脱炭素経営とGXの重要性
・カーボンニュートラルの基礎
・脱炭素が企業価値と採用に与える影響
・若手社員と考える脱炭素経営の可能性

◆得られる効果
・「脱炭素」推進人材の育成
・人事採用担当者コミュニケーション

以上

長野地域脱炭素推進 BOARD 事務局



東京海上日動

