



私たち一人ひとりの行動が、  
未来につながる。

SDGs 未来都市 神奈川県

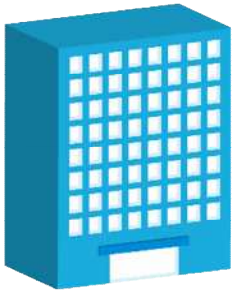
# SDGs 経営に向けた中小企業伴走型支援の 取組内容について

令和3年3月  
神奈川県政策局SDGs推進課

## 目的

- **SDGs経営の実現**に向けた、最初の一步をつくる支援
- **SDGs事業計画等**を通じ、**金融機関等との対話**を促進

県内  
中小企業



県内  
金融機関



Kanagawa Prefectural Government

事業計画策定

事業実施

事業検証

SDGs  
経営

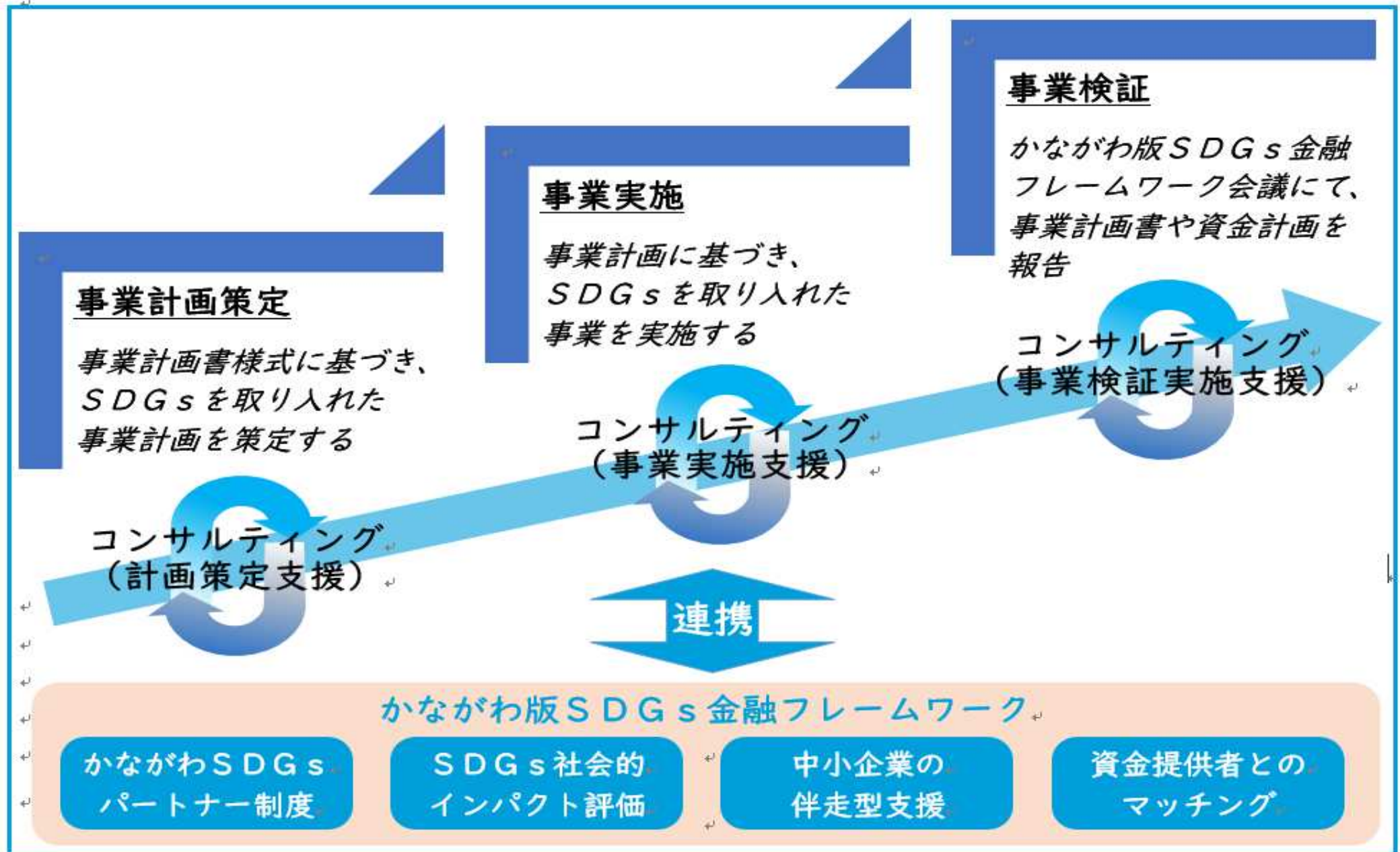
情報共有

業務改善

SDGs事業計画等を通じて、中長期的な  
インパクトを踏まえたマネジメントの実現を支援

融資・  
取引先  
支援

# 中小企業伴走型支援のステップ



# 1. SDGs 事業計画策定支援のフロー

## 現状分析

意見交換等により、**SDGs事業と経営戦略等との関連性**や、**SDGs事業実施に当たっての課題**等を整理

## 方針決定

現状分析の結果に基づき、実現可能性等を踏まえて、**事業計画の作成方針**を決定

## 事業計画策定

作成方針に基づき、**事業計画**を策定

### 【計画項目例】

1. SDGsとの紐づけ（中長期的な影響等）
2. 経済的価値創出との関係（ブランディング等）
3. スケジュール 等

# 2. 事業計画書のイメージについて

令和2年12月

SDGsを取り入れた事業計画書

株式会社

## 1. 企業・事業概要

### ① 企業概要と理念

当社は地域に根差した食品スーパーである。大手のFCとは異なり、地域とのつながりを重視し、40年以上経営している。企業理念である「地域に根差し多くの人へ「食」を提供することで幸せを創造するは、地域社会と共に歩んでいくこと、地域住民の健康を支え、地域の持続的な発展に貢献すると考えるSDGsの考え方に合致している。

### ② SDGs事業の概要

本事業を取り組む背景として、以下の3点である。

1. 当社は長年地域の住民や農家と一緒に歩んできたが、最近は馴染みの顧客が減少し、客単価も落ちてきている。かつては、地域の住民と会話することで正確なニーズを掴んで商品を用意していたが、地域の住環境が変化することで、顧客ニーズが不透明となり、かつての顧客との強固な関係が途切れてしまった。
2. 上記顧客との関係性が強固でなくなったことで、供給者である農家とも疎遠になってしまった。また昨今、農家が高齢化していることで、安定的な野菜等を供給できなくなってきた。
3. 食品残渣(廃棄物)は年間数万吨排出され、需要を予測しても一定の食品残渣は出てしまい、廃棄コストだけでも多額なので、それをいかに活用するか従業員から声が上がっている。

このような背景を踏まえて、本事業は食品廃棄物の削減を行うとともに廃棄物の利活用を進める。廃棄物の利活用の1つ目が、廃棄物を肥料にすることである。この肥料を農家に安価で提供し、その農家は有機野菜を栽培し、その野菜を当社で買い取り、顧客ニーズに沿った野菜を販売する地域循環のコミュニティを創出する。また、このモデルにより既存の農家以外に新規就農者の参入も促し、育成も実施する。

2つ目が廃棄物を電力エネルギーに変えることである。電力エネルギーに変えることで廃棄コスト以上のリターンが見込め、環境にも配慮した経営を行う。

## 2. SDGsとの結びけ

### ① 具体的な取組

本事業の取組をSDGsのゴールに紐づけると下記になる。

取組①	結果	事業成果	中長期的な影響①	SDGs
地域コミュニティの創出と農家の育成	地域の有機野菜を消費者に届ける。	消費者の安心・安全の要請に応じたトレーサビリティの確立。	安心・安全な食品をいつでも購入できることで集客や顧客満足度の向上につながる。	ゴール2,
取組②	結果	事業成果	中長期的な影響②	SDGs
食品残渣(廃棄物)を農産物の肥料として農家に活用してもらう。	農業者の有機野菜栽培への負担を軽減する。	有機野菜のパフォーマンスを増やす。	農業生産における環境負荷を軽減する(化学肥料に頼らない)。	ゴール3,
取組③	結果	事業成果	中長期的な影響③	SDGs
食品廃棄物のからクリーンで持続可能なエネルギーを生み出す。	持続可能なエネルギーにより電力消費量の削減(自社利用100%)。	再生可能エネルギー比率向上に貢献。	企業価値向上及びステークホルダーの満足度向上。	ゴール7,

### ② 社会的なリターン

特に社会的なリターンについては、取組②では、化学肥料を伴わない農産物を栽培することで土壌汚染防止につながり、生態バランスの保全につながる。取組③では自社内での再生可能なクリーンなエネルギーを活用することで、温室効果ガスの排出を抑制し、温暖化防止への貢献につながる。2025年には自社エネルギー活用を100%に引き上げ、推定で100kgの二酸化炭素を削減することができる。

## 3. 経済的価値創出との関係

本事業の経済的なリターンは、3つの取組による、企業ブランディングの向上と経費削減の2点である。顧客へのアプローチについては、有機野菜を安定して顧客へ提供することで顧客ニーズとマッチした商品を展開することが可能になり、企業ブランドが向上する。顧客の多くは店舗付近の地域住民だったが、大手スーパーとは異なった商品を展開することで差別化を図り、店舗の商圏外からも顧客が流入すると考えられる。経費削減となる勘定科目は、電力費及び廃棄物処理費である。再生可能エネルギーの自社活用を100%とした場合、年間電力費を100万円削減することができる。削減した原資は新たな事業の投資や、賞与等により従業員に還元することで、積極的に従業員の参加を促していきたい。

## 4. 事業展開(スケジュール)

### ① 全体のスケジュール

各取組をスケジュールに当てはめると下表ようになる。最優先事項である取組②については2020年12月から実施する。取組②についての責任者は■■■、担当者は☆☆である。■■■は複数の店長経験者であり、食品残渣(廃棄物)量について把握しており、SDGsに関心を持っている。また、取組①については2021年4月から実施する。取組①についての責任者は○○であり、△△は3店舗の青果を担当しており、農家とのパイプもあることから担当者に選出した。

	2020年		2021年										
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	
取組①													
取組②													
取組③													

### ② 各取組の実行者一覧

項目	取組の概要	責任者・担当者	
		責任者	担当者
取組①	地域コミュニティの創出と農家の育成	○○	△△
取組②	食品残渣(廃棄物)を農産物の肥料として農家に活用してもらう	■■■	☆☆
取組③	食品廃棄物からクリーンで持続可能なエネルギーを生み出す	△△	□□

### 3. 支援実施スケジュールについて

- 事業計画策定支援にあたり、概ね**3回程度の面談を実施**。  
（3カ月、月1回程度）
- 原則事業計画書は支援事業者様に作成いただき、記載内容に対し助言等をお返しする方法で支援実施。

実施事項		実施段階				
		初回 打合せ	第2回 打合せ	計画書 確認1回目	第3回 打合せ	計画書 確認2回目
現状分析		会社概要確認等	→			
方針決定			SDGs事業検討等	→		
事業計画 策定	ロジックモデル作成			事業効果検討等	→	
	スケジュール作成				計画内容検討等	→ ブラッシュアップ

## 4. 確認資料について

- 計画策定支援に当たり、必要に応じて次の資料を確認。

番号	資料名	内容	備考
1	会社概要（沿革、拠点の概要、事業内容等がわかるもの）	直近のもの※1	－
2	経営計画	直近で作成したもの	あれば
3	SDGs事業の取組実績	過年度の取組実績	あれば
4	組織図	直近のもの※1	あれば

※1 ホームページで確認できれば不要。

※2 その他、必要に応じて追加資料があれば適宜支援事業者様と相談。



# 参考：現状分析ツール

順番	5W1H	項目	詳細
①	What	企業概要、取組内容	経営理念、行動指針、SDGsの取組内容を確認します
②	What、How	SWOT(クロス)分析	SWOT(クロス)分析により事業の戦略を確認します
③	Why	阻害要因分析	阻害要因分析シートに基づき“なぜ現状だとSDGsの目標を達成できないか等”の要因を分析します
④	Who,What,How	ビジネスモデルキャンバス	既存のビジネスモデルがSDGsの施策にどのような影響を及ぼすかを確認します
⑤	What	ロジックモデル	SDGsの施策がどのような中長期的な社会的・経済的影響をもたらすのかを確認します
⑥	What	施策の影響度分析	SDGsの施策が自社・社会にどのような影響をもたらすのかを確認します
⑦	Who、When	スケジュール	いつ、誰がアクションを実行するのか、または阻害要因を誰が解決するかを確認します

※計画の検討状況に合わせて、必要に応じて適宜使用