

報告書 |

次世代を担う学生たちとのダイアログ

目次

- (1) 概要
- (2) 参加企業/登壇者
- (3) ダイアログ プログラム
 - ①プログラム全体概要
 - ②開会挨拶
 - ③各参加企業の紹介・対話内容
 - 豊田通商/三井住友銀行/日立製作所/住友商事
 - ④閉会挨拶
- (4) 開催を終えて
 - ①まとめ：ダイアログに関して
 - ②参加者の属性
 - ③学生事前アンケート・関心内容
 - ④学生事後アンケート

2025年10月
一般社団法人SWiTCH

報告書 | 次世代を担う学生たちとのダイアログ

(1) 概要

GX（グリーントランスフォーメーション）は、脱炭素社会の実現と経済成長・産業競争力の強化の両立を目指す、日本にとって極めて重要なコンセプトです。気候変動への対応が急務となっている中、企業の努力だけでは成し遂げられるものではありません。製品やサービスの提供を通じた取り組みに加え、消費者を含む社会全体の行動変容が不可欠です。特に、2050年のカーボンニュートラル実現に向けては、次世代を担う若者の視点や価値観を取り入れることは、GXを持続可能かつ実効性のあるものとするために重要な鍵になると考えます。

本報告書は、GXの未来を共創することを目指す第一歩として、脱炭素成長型経済構造移行推進機構（以下「GX推進機構」）へ出資を行っている企業と学生によるダイアログを取り纏めたものです。GX推進機構と、その出資企業4社（豊田通商、三井住友銀行、日立製作所、住友商事）、そして大学生・大学院生などの次世代を担う学生とのダイアログとして直接的な対話を、2日間にわたり実施しました。

1日目は各企業からのGXに関する取り組み紹介と課題共有を受け、学生と企業が小グループに分かれて課題理解と論点整理を行いました。2日目に向けて、学生は友人へのヒアリングを通じて生活者としての生の声を収集。その結果を踏まえ、各企業との再度のディスカッションと提案発表に臨みました。最終的に、学生からは「脱炭素だから面白い・映える」といった価値転換の発想や、購買時にGHG削減効果をわかりやすく示す可視化の仕組みなど、消費者・生活者へ効果的に訴求することの重要性が指摘され、そのための様々なアイディアが提案されました。企業にとっては、若者の率直な意見や新しい発想に触れる貴重な機会となり、学生にとってはGXを自分ごととして考える体験につながりました。

開催日時 | 2025年7月28日(月) 15:00~17:00 / 2025年8月6日(水) 15:00~17:00

開催形態 | 対面開催

参加者合計 | 30名

会場 | GX推進機構 GXライブラリー、千代田区有楽町1-13-2 第一生命日比谷ファースト

主催 | 脱炭素成長型経済構造移行推進機構（以下、GX推進機構）

運営委託 | 一般社団法人SWiTCH

(2) 参加企業/登壇者

● 参加企業

豊田通商株式会社

株式会社日立製作所

株式会社三井住友銀行

住友商事株式会社

● 登壇者



高田 英樹 氏

GX推進機構

理事（財務・サステナビリティ推進担当）

● ファシリテーター



佐座 慎苗 氏

一般社団法人SWiTCH

代表理事

(1) ダイアログ プログラム

① プログラム全体概要

1日目

- 15:00 開会・GX推進機構について
・GX推進機構 高田理事による開会挨拶
- 15:20 グループワーク
・自己紹介／アイスブレイク
・企業自己紹介プレゼンテーション
・各グループで学生に向けて課題共有
・学生からの質問を中心にディスカッション
・次回「対話セッション」に向けた論点整理
- 16:50 まとめ
・次回に向けた説明（ヒアリング・対話セッション）
・あいさつ
閉会

2日目

- 15:00 イントロダクション
・1日目の振り返りと当日の流れの説明
- 15:10 グループワーク
・グループ内での学生からの検討・分析結果の報告
・報告内容を踏まえた更なるディスカッション
- 15:45 各グループでの検討結果を全体に発表
・ヒアリングの仮説と結果をもとに発表と全体での話し合い
- 16:50 まとめ
・振り返り：GX推進機構、各企業からフィードバック
・GX推進機構 高田理事による閉会の挨拶
・事後アンケート記入
閉会

1日目は、各企業からGXに関する取り組みと直面する課題が学生に提示されました。学生は企業担当者との対話を通じて、GXの現状や課題について理解を深めました。その後、学生は自らの友人や同世代の若者にヒアリングを実施し、生活者としての率直な意見や価値観を収集しました。これにより、GXに対する社会的な認識や期待を把握することができました。2日目には、ヒアリング結果を踏まえて企業との再ディスカッションを行い、学生から企業の課題解決に向けた具体的な提案が発表されました。提案には、「脱炭素だからこそ面白い・映える」といった価値転換の視点や、購買時にGHG削減効果をわかりやすく示す可視化の仕組みのなど、消費者・生活者に効果的に訴求することの重要性が指摘され、そのための様々なアイディアが提案されました。企業にとっては学生からの率直な意見や発想に触れる貴重な機会となり、学生にとってはGXを自らの問題として考えるきっかけになりました。

② 開会挨拶



高田 英樹 | GX推進機構理事（財務・サステナビリティ推進担当）

これから時代をつくっていくのは、まさに学生世代の皆さんです。GXは技術革新や制度改革にとどまらず、一人ひとりの意識と行動の変化によって進展します。そのためには、企業が若い世代と率直に対話し、多様な視点を取り入れることが不可欠です。本日のワークショップはそのための貴重な場であり、学生の皆さんには臆せず意見を発信してほしいと思います。そして企業の皆さんには、若い世代ならではの柔軟な発想を前向きに受け止めていただきたい。本日の議論が、すべての参加者にとって学びと気づきにつながることを心より願っています。

報告書 | 次世代を担う学生たちとのダイアログ

③各参加企業の紹介・対話内容



豊田通商

企業紹介

「未来の子供たちにより良い地球を届ける」をミッションに掲げ、全社を挙げて脱炭素に取り組んでいる。特に「リーディングCEプロバイダー」として、循環型社会のトップランナーを目指している。事業を通じた脱炭素への貢献（Must Do）、当社の独自性を発揮できる領域での新たな挑戦（Opportunity）、ステークホルダーとの協働（Stakeholder Engagement）という3つのタスクを軸に、強みを持つ事業を中心としてGXに向けた投資を進めている。

対話と提案

1日目の議論では、豊田通商から「マーケットのGXに関する認知度を高めたいが、社内での意識醸成も同時に進めていく必要がある」と課題が示された。これに対し学生からは「社会課題系の投稿はSNSでは疲れると感じられ、あまり見られない」や「自分に還元される仕組みがあれば行動に移しやすい」との声があった。

学生が知人に実施したヒアリングでは、「GX行動は常時行うものではなく、ニュースや“最近暑い”といった外部要因をきっかけに取り組む」や「認知は電気自動車や再生可能エネルギーなど耳にする機会の多い分野に限られており、カーボンフットプリントやスコープ3といった概念はほとんど知られていない」との声が上がった。情報源については、理系学生は講義や研究を通じて、その他の学生は主にSNSから得ているという傾向が見られた。

こうした意見を踏まえ、2日目の提案では学生から「脱炭素行動に応じてポイントが貯まるアプリ」や「学生アドバイザーリスト」を導入する案が出された。また、参加型で、成果が可視化され、かつ行動が還元される仕組みが重要だと提案された。



三井住友銀行

企業紹介

「幸せな成長」の実現を掲げ、経済的価値と社会的価値の両立を目指している。気候変動をはじめとする環境問題を重要なマテリアリティのひとつと位置づけ、「実体経済の脱炭素化推進」「新エネルギー・新技術へのリスクテイク」「トランジションファイナンス」など、多様なソリューションをステークホルダーと協働して展開。また、気候関連リスクの管理体制を整備し、ポリシー・ポートフォリオ管理・個別案件管理を通じてGXを推進している。

対話と提案

三井住友銀行から「GXの重要性は理解されつつあるが、生活者にとって具体的に何をすればよいかが分かりにくい」との発言があった。学生からは「統合報告書は専門的で、自分の生活と結びつけて考えるのが難しい」との意見が出た。

学生が知人に実施したヒアリングでは、「GXという言葉の定義や意義が説明者によって異なり曖昧である」との声が多くててきた。また「関心を持って行動に移すには、生活に与える具体的な影響やリスクを明確にすること、活動の効果や意味を可視化することが必要だ」という意見もあった。情報源としてはSNSやニュースが多いものの、専門的な情報は届きにくく誤解も生じやすいとの指摘も見られた。

こうした議論を受け、学生からは「GX適性を診断して個人に合った行動を提示するキャリアAI」や「短尺動画やアプリを用いた生活者向けの学習・参加の仕組み」が提案され、企業の発信は費用対効果やブランド価値といったビジネス的観点と、利便性やメリットといった生活者視点を両立させるべきだと提案された。



報告書 | 次世代を担う学生たちとのダイアログ

③各参加企業の紹介・対話内容



日立製作所

企業紹介

ステークホルダーとの協創を通じた社会イノベーション事業を通じて、環境課題の解決と生活の質（QOL）向上の両立をめざしている。1990年代からサーキュラーエコノミー実現に向けて、資源リサイクルの準備・実証を進め、2000年初頭より資源リサイクル事業の立ち上げや、カーボンニュートラル（CN）に向けた取り組みを推進している。現在は、デジタル活用（DX）により、循環経済の更なる付加価値の創出（サーキュラートランسفォーメーション）に向け挑戦をしている。

対話と提案

日立製作所から「海外ではQRコードを通じて素材の出自を表示する仕組みが導入されている」と事例が紹介され、海外の消費者は商品から直接、その背景情報をアクセスできると説明があった。それに対して学生からは「日本でその仕組みは見たことがない。企業のサステナビリティの取り組みは統合報告書などでしか得られないと思う。報告書は一般消費者向けではなく、読んでも理解が難しい」との声があった。

学生が知人に実施したヒアリングでは「GXへの関心は価格や生活への影響（実感）に影響されやすい」や「企業の誠実さや姿勢そのものが行動を後押しする」との声があった。

これらを踏まえ、学生からは「商品にGXスコアラベルを表示する」「製造や流通の過程をQRコードで可視化する」「社員や関係者のリアルな声を伝える」といった提案がされ、単なる情報提供ではなく「納得感のある選択肢」として提示する姿勢が求められるとの意見が出された。



住友商事

企業紹介

トレードと事業投資の両輪で多様な事業を展開しており、特にサプライチェーンの上流から下流まで幅広く関わっている。その中でGX投資の回収を見込めるような価値を生み出せるかが課題。特にライフスタイルグループでは、川中事業である食品のトレードからスーパーやドラッグストアなどの消費者に近い事業までを開拓しており、GX対応を実施する場合に発生するコスト変動について、原料の購入先や消費者の方々にどのように伝え、理解を得ていくのかが課題となっている。

対話と提案

企業の取り組み紹介の後、学生からは「GXという言葉は日常生活ではありません聞き慣れないが、取り組みそのものは面白い」との意見があった。これに対し住友商事からは「取組みに興味を持っていただけることは大変ありがたい。一方でGX対応により発生するコストをただ価格に転嫁するだけでは、現状購入先や消費者の方々に受け入れていただくことに難しさがあり、どのような環境価値が生み出されたのかや環境対応以外の付加価値も含めて、事業者側から如何に伝えしていくのかが課題だと感じている」と応じた。

学生のヒアリング結果からは「行動したいが、どこから始めればよいか分からない」という声が多く、また「環境配慮型の商品であることが一目で分かる仕組みが必要だ」という意見も得られた。それらを受けて学生からは「GXアンバサダー制度」や「大学との共創によるGX文化祭・サステナ部活動」といった取り組みが提案された。さらに「SNSでの自動タグ付与やチャレンジ企画」といった仕掛けを通じて「推したくなるGX行動」を設計すべきとの意見があり、単なるコスト転嫁ではなく「脱炭素だから高い」から「脱炭素だから面白い・映える」へと価値を転換していく必要性を提案された。



報告書 | 次世代を担う学生たちとのダイアログ

④閉会挨拶



二日間を通じて、学生の皆さんから非常に活発で前向きな意見をいただきました。企業が直面するGXの課題に対して、若い世代ならではの新鮮な発想が寄せられたことを、大変心強く感じています。

GXを進めていく上では、企業と若者が率直に意見を交わし、互いの理解を深めることができることが欠かせません。今回の対話は、その重要性をあらためて示すものであり、私自身も多くの気づきを得ることができました。

GX推進機構としても、今後もこのような対話の場を継続的に設け、社会全体のGXを加速させていきたいと考えています。本日の成果が、参加者一人ひとりの学びと成長につながるとともに、日本社会の変革に向かって確かな一歩となることを願っています。

(4) 開催を終えて

①まとめ：ダイアログ

本ダイアログを通じて、参加した出資企業からは学生の率直な声に触れることで、社内の議論だけでは得られない新たな気づきを得ることができたとコメントがありました。GX推進に関する課題について社内で検討を重ねてきましたが、今回あらためて「社外、特に次世代の視点に耳を傾けることの重要性」を強く実感したという声が多く聞かれました。

一方、議論を通じて、学生のGXに対する認知度が必ずしも高くないことも明らかになりました。用語や制度に関する理解は限定的であったものの、企業の取り組みそのものには強い関心を示しており、この「認知度の低さと関心の高さのギャップ」を埋めることが、今後のコミュニケーション設計における重要な課題であると整理されました。

学生からの見解が企業にとって自社の取り組みを社会にどう伝えるかを見直す契機となり、学生にとってもGXを「自分ごと」として考えるきっかけとなりました。本ダイアログを一過性のイベントに終わらせるのではなく、企業活動や施策に実際に反映させ、さらに継続的な産学連携の場を提供していくことが、社会全体のGX推進を加速させるうえで不可欠と言えるのではないかと考えます。



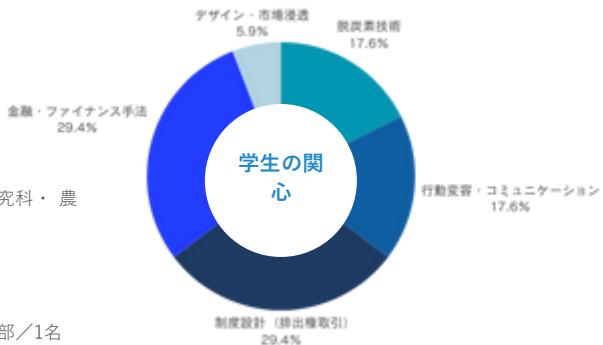
②参加者の属性

参加企業

- ・豊田通商
- ・三井住友銀行
- ・日立製作所
- ・住友商事

参加学生

- ・東京大学大学院 新領域創成科学研究科・工学系研究科・農学生命科学研究科／3名
- ・東京大学 農学部／1名
- ・慶應義塾大学 環境情報学部／1名
- ・国際基督教大学 教養学部／1名
- ・立命館アジア太平洋大学 サステナビリティ観光学部／1名
- ・帝京大学 経済学部／1名



③学生事前アンケート・関心内容

GXに取り組む企業との対話で、深く聞きたいことはなんですか？（抜粋）

- ・企業がサステナビリティに取り組む際の課題、今後課題になる点。各企業における中長期的な数値目標および具体的なアクションプラン。不足している部分は何と認識しているのか、自分たちはどの程度情報を開示していると思っているのか。
- ・適応ファイナンスの今後の伸びしろ、GXに関する排出量取引や金融面の制度設計に対して企業がどのようなスタンスで関わっていると考えているのか。
- ・現行制度の課題、何が再エネへの移行を妨げているのか。政府の方針が企業の行動に与える影響。
- ・サプライチェーン等における人権尊重やスコープ3での温室効果ガス排出量の把握について。企業がカーボンクレジットやGX制度の中でどのように経営を進め、サプライチェーン全体でどう対応しているのか。
- ・GXが大企業主導ではなく、地域や生活者にどう根付いていくのか。教育・観光・公共空間など日常生活と結びつく分野でのGXの取り組みや地域との共創の在り方。

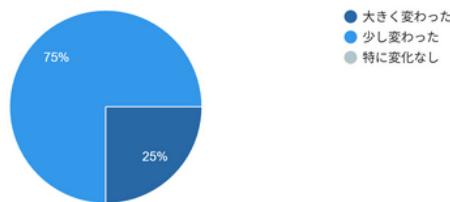
企業との対話で期待していることはなんですか？（抜粋）

- ・環境課題の文脈においてユースに対して思うこと、企業としてのサステナビリティとの向き合い方など、本音を聞きたい。
- ・迅速な気候変動対策・自然エネルギーへの移行が求められる中、逆風も多くなっている印象を受けています。そんな中、大企業や金融機関・投資家として中長期的にどのような責務が果たせるか、気候変動の影響を長期にわたり受ける将来世代とどのように関わっていくかを探る対話セッションになることを期待しています。
- ・カーボンクレジットやGHG排出に関する企業側のリアルな実務や抱える課題、推進スピードなどを知りたい。社会人になる前に、企業の方が普段どのようにGXについて考え取り組んでいるのか学ぶ機会にしたい。
- ・GXの大きなビジョンだけでなく、個人や学生として今できるアクションのヒントやきっかけを持ち帰りたいです。企業と市民がどう連携できるかについての可能性に触れられると嬉しいです。

報告書 | 次世代を担う学生たちとのダイアログ

④学生事後アンケート

a.あなたのGXについての価値観や考え方方に変化がありましたか？



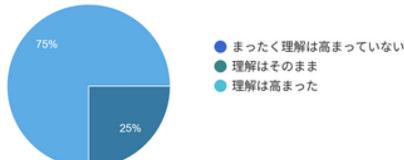
b.上記のaの理由や印象的だった企業の発言・視点があればご記入ください（抜粋）

- 企業のGX推進の壁として、動脈産業と静脈産業の境目/繋ぎ目に消費者がいて、企業側は自社製品を消費者側まで追跡して回収することができず、回収率が上がらないという点が挙げられていた。私はこれまで消費者教育は企業側の取り組みを促進させた後に徹底すればよいと考えていたが、この話を伺って、消費者教育も並行して急ピッチで進めなければならないと考えを改めた。
- GXは大企業でも一部の部署の方のみ関心を寄せている分野なのかと思っていたが、役職付きの方々の人事評価や俸給にも関わっていると知り、とても驚いた。GX推進が経営指針やキャリア昇級のKPIに組み込まれ、GX貢献が賞与に反映されることを知り、参加企業への印象が大きく変わった。
- ディスカッションを通じて、GXの取り組みは単に環境配慮という枠を超えて、サプライチェーン全体や企業間の関係性を見直す契機になっていると感じました。特に、大企業であっても社内全員にGXの意識を浸透させることは容易ではなく、部署間の温度差や知識格差が存在する現実を知り、その課題解決に向けた具体的な仕組み作りの重要性を認識しました。

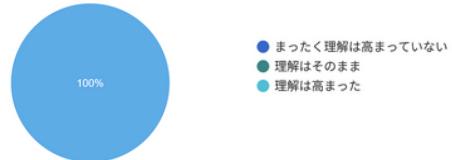
c.消費者に対してGX製品・サービスを訴求する上で、何が重要だと考えましたか（抜粋）

- 金銭的な問題を超えたマーケティングの工夫や楽しさを持たせ、Green Washに気をつけること。
- そもそも質が既存のものと比べて劣らないこと、現状のライフスタイルの中に自然に組み込まれていること。
- 企業のGX活動を理解するためにストーリーの重要性を改めて感じた。QRは読み取らないとの意見もあるが、QRはあくまで一つの手段であり、複数の方法を駆使して投資家だけでなく消費者の視点を取り込む必要がある。
- 伝わりやすいメッセージと詳細な情報の両方を提供することが重要。
- 自分ごととして捉えらるうために「なぜこの取り組みがあなたの暮らしに影響するのか」を具体的な物語として提示すること、購入時に割引やポイントなどのメリットを与えること、レジ精算時にCO₂削減オプションを提示するなど生活シーンに自然に統合することによって、環境貢献を可視化すること。

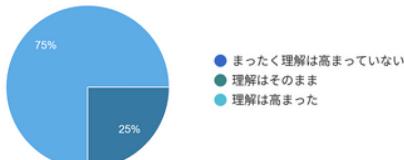
d.2日間を通じて、GX推進機構の活動に対するご自身の理解や考え方方がどのように変化したかを評価してください。



e.2日間を通じて、対話した企業の取り組みに対するご自身の理解や考え方方がどのように変化したかを評価してください。



f.2日間を通じて、対話した企業の製品・サービスが脱炭素社会の実現に寄与する可能性への期待感が、どのように変化したかをご自身の考え方や理解度に基づき評価してください。



報告書 | 次世代を担う学生たちとのダイアログ

④学生事後アンケート

g. 参加企業に対する印象や、共感・違和感を持った点があれば教えてください。 (抜粋)

- 企業の皆さんが学生の意見にも耳を傾け、メモを取ってくださるなど真剣に接していたことが印象的で、話しやすい雰囲気の中で等身大で意見や質問をすることができた。また企業の方々が誇りを持ってGXに取り組んでいる姿に感動した。
- 皆様、自社の利益を重視しながらも真摯にGX活動に取り組んでおり、ビジネスモデル革新についても述べられ、とても前向きに進んでいると受け取った。一方で、単発のイベントで終わらず社内にどこまで持ち帰ってもらえるのかという疑問もあった。
- サステナビリティの主流化・加速化に本気で取り組む姿には共感したが、社内にはGXに関心を持っていない人もいると聞き、その難しさを感じた。特に消費者に推したい脱炭素商品の具体例が1日目には示されなかっただけに少し違和感を覚えた。
- コストの問題などを企業も挙げていた点には共感したが、長期的視点が必要な気候変動の課題に対し、短期的なコストばかりに焦点が当たるのには違和感を持った。また他社との協働の視点が十分出ていなかった点も気になり、今後は協力による解決が重要だと感じた。
- どの企業も「GX推進に対する本気度」と「現場感覚を伴った取り組み姿勢」が強く印象に残った。中でも豊田通商は全社的に取り組んでおり、一人ひとりに勉強会を繰り返し実施するなど、自分ごと化を進めていた点が印象的であった。

h. 今後、企業や行政がGXを推進していく上で、若者世代の声をどう活かせると思いますか？今後どのような交流機会が設けられたら参加したいと思いますか？ (抜粋)

- このようなイベントをより多く開催すべきだと思う。難しいワードだと少し距離を感じてしまうGXや企業の実際の取り組みを人同士で話し合うことが重要である。ぜひまた参加したい。
- 現在の消費者の意見を企業や行政に伝えられることに加えて、若者世代の声を聞くことは今後の消費動向（どのようなGX製品・サービスの需要が高いのか）を掴む上でプラスの効果をもたらせると考える。
- 実際にGXに取り組んでいる社員と直接話せる機会があったら、就活にとどまらず、今後の人生設計に役立つと思う。
- 今回のような交流で出たアイディアが企業内でどのように検討されるかを学生が追うことができれば若者の声を活かせるか測れると思います。企業が持ち帰った意見を上層部がどのように捉えて、どの点が導入する上の課題となるかのフィードバック等があれば交流で出た意見がさらに深まると思います。
- 商品の設計途中でのヒアリングなどの交流機会があれば、若者の目線を取り入れたGX商品が登場するのではないかと感じました。

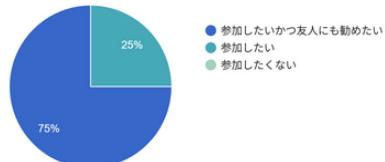
i. GXに関心がない、理解度が低い学生達に、GXへの関心を持ってもらうには、何が必要・有効だと思いますか？ (情報提供等)

- 高校生までのうちに学校でGXについて学んだ経験がある、というのは大学以降でGXについて知るハードルを大きく下げる事になると考える。
- GXという言葉を広げるのではなく、その中身と学生との誠実な対話が必要・有効だと思う。
- ニュースなどでの言及機会を増やすこと。
- 採用への応用
- 上記でも記入しましたが、消費者を意識した情報提供、大学との共同プログラム等を拡大することが有効だと思いました。
- まずは、関心を持ってもらうためのデザインやプランディングがきっかけになるのではないかと感じた。
- 体験型・参加型の学びの場 インセンティブの活用

k. 企業の皆さんとお話しして今後の進路（就職、進学・留学など）へ参考になりましたか？



l. 今後、同様のダイアログがあった場合にはまた参加したいと思いますか？



報告書 | 次世代を担う学生たちとのダイアログ

