

REPORT I

環境問題への意識を高める日本企業

- ニッセイ景況アンケート 2003年2月調査結果 -

経済調査部門 小本 恵照
komoto@nli-research.co.jp

1. はじめに

大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会経済システムの見直しが叫ばれる中で、地球温暖化、生態系破壊、ゴミ処理問題など様々な環境問題に対する人々の関心が高まるとともに、環境に対する取り組みが企業に与える影響も強まっている。このため、従来の社会貢献の一環としての環境保全活動のみならず、経営方針に環境保全を織り込み、環境保全を経営戦略の重要な一要素と位置付けるといふ、環境問題に対してより積極的な取り組みを示す企業も増加している。

こうした状況を踏まえ、日本生命とニッセイ基礎研究所では、今年2月に「ニッセイ景況アンケート調査」(全国2,608社から回答)を実施し、企業の環境問題に対する取り組み内容や課題などを調べてみた。

調査結果をみると、「企業の社会的責任」や「企業イメージの向上」を理由に環境問題に取り組んでいる企業が引き続き多数を占め、取り組みの内容としては「オフィスでの省資源・省エネ」「産業廃棄物の削減・リサイクル」が中心となっている。CO₂(二酸化炭素)の排出については、排出量を既に把握している企業は約15%に止まり、排出量を把握する上では、「コ

ストアップ」「情報・ノウハウ不足」が主たる課題となっていることが明らかとなった。また、取引先からの環境問題に対する取り組み要請を受けた企業や、環境問題に対する取り組み状況の違いによって取引先の選別が進むと考える企業が、2年前の調査に比べて増加していることも明らかとなった。

2. 「企業の社会的責任」として環境問題に取り組む企業が圧倒的に多い

環境問題に取り組む理由については、「企業の社会的責任」を挙げる企業が68.5%と圧倒的に多く、かつ2年前の調査(61.0%)と比べても回答割合が増えている(図表-1)。環境問題への取り組みが企業としての責務であるという考え方が一段と浸透した結果と判断される。また、環境問題に対する世間の関心が高まる中で、「企業イメージの向上」(40.8%)という回答も多く、2年前との比較では7.2ポイントの増加となっている。

業種別にみると、素材型製造業に「商品競争力の強化」(23.3%)、「環境問題に伴う事業リスクの回避」(24.1%)といった、事業に関連のある具体的な理由を挙げる企業が多くみられる。企業規模別では、大企業に「企業の社会的責任」

図表 - 1 環境問題に取り組む理由

(構成比：%)

	企業イメージの向上	商品競争力の強化	取引先からの要請	企業の社会的責任	長期的にはコストに見合う	環境問題に伴う事業リスクの回避	競合企業が実施しているため	その他
全産業(今回)	40.8	16.8	15.5	68.5	10.9	19.3	1.8	2.2
全産業(前回:2001/2)	33.6	16.8	12.9	61.0	8.2	16.4	1.5	15.5
業種別	素材型製造業	32.7	23.3	15.3	65.1	12.8	24.1	0.9
	加工型製造業	41.1	18.9	20.8	69.0	10.3	21.5	1.3
	非製造業	43.5	12.7	11.6	69.0	10.6	16.6	3.4
規模別	大企業	46.8	15.6	14.6	78.5	4.4	24.4	0.5
	中堅企業	43.7	17.6	14.6	70.2	10.1	19.5	1.7
	中小企業	38.3	16.6	16.0	66.0	12.4	18.3	2.7
業況別	良い+やや良い	40.2	16.1	17.0	70.2	9.5	23.6	2.0
	ふつう	42.2	14.7	13.3	69.4	11.8	17.3	2.0
	悪い+やや悪い	40.4	18.2	15.9	67.4	11.0	18.4	2.4

(注) 複数回答のため合計は100とならない。

(2つまでの複数回答)

(78.5%)「企業イメージの向上」(46.8%)「環境問題に伴う事業リスクの回避」(24.4%)という回答が多いが、中小企業では「長期的にはコストに見合う」(12.4%)という回答が相対的に多く、中小企業のコスト意識の強さが窺われる。

環境問題に対する取り組みのうち、すでに実施しているものは、「オフィスでの省資源・省エネ」(39.0%)「産業廃棄物の削減・リサイクル」(36.9%)「ISO14001の認証取得」(26.2%)などが中心である(図表-2)。業種別・規模別では、製造業や大企業に積極的な取り組みを示す企業が多い。

現在検討中の取り組み内容については、

3. 「オフィスでの省資源・省エネ」「産業廃棄物の削減・リサイクル」が取組の中心

図表 - 2 環境問題に対する取り組み内容

(構成比：%)

	ISO14001の認証取得	環境配慮型設計	環境配慮型素材・部品調達	製造工程での省資源・省エネ	オフィスでの省資源・省エネ	産業廃棄物の削減・リサイクル	環境に配慮した物流の効率化	環境会計の導入	土壌汚染対策	環境情報の対外的公開	その他
すでに実施済	全産業	26.2	9.5	16.2	25.1	39.0	36.9	6.1	1.0	2.4	1.3
	製造業	40.0	13.4	20.9	45.5	34.2	44.3	4.0	1.5	2.6	1.2
	非製造業	14.3	6.5	11.9	7.5	43.1	30.9	8.0	0.7	2.0	1.1
	大企業	53.5	17.1	21.9	28.9	48.7	39.0	5.7	4.8	2.2	3.9
	中堅企業	36.4	12.1	17.8	28.4	39.2	41.7	6.6	1.4	1.8	0.9
	中小企業	17.7	7.4	14.6	23.2	37.6	34.5	5.9	0.4	2.7	1.1
現在検討中	全産業	16.1	7.9	12.5	8.2	8.0	12.5	10.1	6.3	3.3	5.8
	製造業	20.5	12.6	18.4	14.5	9.3	16.6	11.6	8.9	4.5	6.5
	非製造業	12.5	3.8	7.8	3.1	7.1	9.3	8.7	4.0	2.1	4.7
	大企業	11.0	10.1	16.2	6.6	4.8	10.1	12.3	18.0	6.6	12.7
	中堅企業	14.4	8.1	13.4	8.4	8.4	13.3	10.9	9.1	3.7	7.5
	中小企業	17.7	7.4	11.6	8.3	8.3	12.6	9.5	3.4	2.6	4.1

(注) 複数回答のため合計は100とならない。

(3つまでの複数回答)

図表 - 3 CO₂排出量の把握状況

(構成比：%)

		全事業段階で把握している	主要な事業段階で把握している	把握すべく検討中である	把握の必要性は認識しているが検討していない	把握が必要とは考えていない
全産業		5.4	9.2	10.9	48.8	21.8
業種別	素材型製造業	8.8	13.3	12.6	46.5	15.8
	加工型製造業	9.6	11.9	15.3	45.5	14.8
	非製造業	2.3	6.3	7.9	51.2	27.8
規模別	大企業	13.6	17.5	14.0	38.2	12.7
	中堅企業	7.3	8.7	12.2	48.2	19.0
	中小企業	3.5	8.4	9.8	50.6	24.3
業況別	良い+やや良い	8.7	10.5	12.9	46.8	16.5
	ふつう	5.7	11.1	11.2	46.0	21.3
	悪い+やや悪い	4.1	7.9	9.9	50.8	24.2

(注) 無回答が若干あるため合計は100とならない。

「ISO14001の認証取得」(16.1%)、「環境配慮型
の設計」(12.5%)、「産業廃棄物の削減・リサイ
クル」(12.5%)の順となっているが、回答はか
なりばらついている。その中で注目されるのは、
大企業で、「環境会計の導入」(18.0%)、「環境
情報の対外的公開」(12.7%)といった項目を挙
げる企業が相対的に多いことであり、環境問題
への取り組みを積極的に対外発信していこうと
する姿勢が強いと言える。

4. 関心高いも、CO₂排出量を把握して いる企業は約15%に止まる

CO₂排出量の把握について、すでに何らかの
把握を行っている企業は、「全事業段階で把握
している」が5.4%、「主要な事業段階で把握し
ている」が9.2%となっており、両者を合計して
も全体の14.6%に止まる(図表-3)。CO₂排出
量の把握はそれほど進んでいるとは言えない。
しかし、「把握すべく検討中である」企業が
10.9%、「把握の必要性は認識しているが検討し
ていない」企業が48.8%に上っており、CO₂排
出量の把握に対する関心は高いと判断される。

業種別にみると、製造業では2割を超える企
業が何らかの把握を行っているなど取り組みが

進んでいるが、非製造業では8.6%に止まり、
「把握が必要とは考えていない」という企業が
27.8%を占めるなど、CO₂排出量の把握に対す
る取り組みが遅れており、関心も低い。規模別
にみると、大企業では、「全事業段階で把握し
ている」が13.6%、「主要な事業段階で把握して
いる」が17.5%と、3割を超える企業がCO₂排出
量の把握を行い、「把握すべく検討中」の企業
も14.0%存在するが、中小企業では、それぞれ
3.5%、8.4%、9.8%に止まっており、企業規模
が大きいほど積極的な取り組みが行われてい
る。また、業況別にみると、業況の良好な企業
ほど、CO₂排出量の把握に積極的な姿勢がみら
れる。

5. CO₂排出量を把握する上での課題は 「コストアップ」

CO₂排出量の把握に取り組む上での課題とし
ては、「コストアップ」を挙げる企業が半数近
く(42.6%)に上っており、CO₂排出量の把握
のコストが無視できないことがわかる(図表-
4)。また、「情報・ノウハウ不足」(36.2%)
「人材不足」(18.8%)「技術不足」(17.4%)と
いう回答も少なくなく、CO₂排出量の把握に関

図表 - 4 CO₂排出量の把握に取り組む上での課題

(構成比：%)

		コストアップ	人材不足	技術不足	資金不足	情報・ノウハウ不足	緊急性に乏しいテーマ	行政の関与不足	その他
全産業		42.6	18.8	17.4	5.3	36.2	13.2	9.0	5.7
業種別	素材型製造業	49.3	18.8	20.3	1.4	31.9	13.0	4.3	5.1
	加工型製造業	35.2	21.1	17.3	4.9	38.7	14.8	9.5	5.6
	非製造業	49.3	16.9	13.7	8.2	34.7	10.0	11.9	5.9
規模別	大企業	43.7	16.5	16.5	1.9	35.9	10.7	11.7	9.7
	中堅企業	40.9	17.3	15.9	4.8	40.4	11.5	10.6	4.3
	中小企業	43.2	20.1	18.6	6.5	33.9	15.0	7.3	5.4
取組状況	全事業段階	50.0	12.0	10.6	7.7	16.9	7.7	13.4	8.5
	主要な事業段階	43.2	17.8	17.8	2.1	33.6	10.8	11.2	5.4
	検討中	38.5	23.0	20.5	6.7	48.1	18.0	4.9	4.6

(注) 複数回答のため合計は100とならない。

(2つまでの複数回答)

する政府の啓蒙活動やインフラの整備の必要性も感じられる。

業種別では、素材型製造業に「技術不足」(20.3%)、非製造業に「資金不足」(8.2%)、「行政の関与不足」(11.9%)を挙げる企業が多くみられる。企業規模別では、中小企業に「緊急性の乏しいテーマ」(15.0%)を挙げる企業が多い。

CO₂排出量の取組状況別にみると、全事業段階でCO₂排出量を把握している企業では「コストアップ」が50.0%と半数を占めており、次点の「情報・ノウハウ不足」は16.9%に止まる。これに対し、CO₂排出量の把握を検討中の企業では「情報・ノウハウ不足」が48.1%、「人材不

足」が23.0%、「技術不足」が20.5%となっており、CO₂排出量の把握というアクションを起こすには、情報・ノウハウや人材・技術といった障害をクリアしなければならないことが明らかとなっている。

6. 取引先からの取組み要請は2年前に比べ若干増加

取引先から環境問題に対する取組み要請を受けたことがある企業は38.3%であり、2年前の調査と比べ、2.1ポイント増加した(図表-5)。しかし、一方で、要請を受けたことがない企業は59.2%と前回と同水準であり、取引先

図表 - 5 取引先からの環境問題に対する取組みの要請

(構成比：%)

		要請を受けたことがある		要請を受けたことがない	
		今回調査	前回調査(2001/2)	今回調査	前回調査(2001/2)
全産業		38.3	36.2	59.2	59.2
業種別	素材型製造業	41.7	40.8	56.5	56.1
	加工型製造業	52.2	45.6	45.1	52.0
	非製造業	29.5	29.1	68.0	64.5
規模別	大企業	43.4	42.1	52.6	53.3
	中堅企業	41.8	39.2	55.5	56.4
	中小企業	36.0	34.4	61.9	60.9
業況別	良い+やや良い	44.2	39.9	52.6	55.9
	ふつう	36.1	37.0	60.6	57.8
	悪い+やや悪い	37.2	33.4	61.1	62.3

(注) 無回答が若干あるため合計は100とならない。

図表 - 6 環境問題への取組状況より取引先の選別が進むか

(構成比：%)

	今回調査					前回調査 (2001/2)					
	全くそう思う	どちらかというと思う	どちらとも言えない	どちらかというと思うは思わない	そうは思わない	全くそう思う	大体そう思う	どちらとも言えない	必ずしもそう思わない	全く違う	
全産業	16.5	40.6	27.8	7.4	5.9	12.7	37.2	33.2	12.1	1.0	
業種別	素材型製造業	14.3	44.0	29.6	6.5	4.5	14.3	43.2	29.1	10.2	0.7
	加工型製造業	22.5	45.3	23.1	4.5	2.7	16.5	42.7	30.2	8.6	0.3
	非製造業	13.1	37.6	29.8	9.3	8.3	9.7	32.0	36.1	15.1	1.5
規模別	大企業	18.9	44.7	22.8	5.3	6.6	15.3	36.0	34.9	9.6	1.5
	中堅企業	17.9	42.6	26.7	6.5	4.7	13.4	40.3	32.4	9.3	0.8
	中小企業	15.5	39.1	29.0	8.2	6.3	12.1	36.1	33.4	13.5	1.0
取引先の要請	受けた	29.9	52.4	14.4	1.8	1.4	23.2	50.2	21.4	4.8	0.1
	受けていない	8.2	33.6	37.5	11.4	9.0	7.0	31.3	42.1	17.2	1.5

(注) 無回答が若干あるため合計は100とならない。

が環境問題に対する取り組みを要請する動きはそれほど強まっているわけではない。

業種別にみると、加工型製造業では要請を受けた企業が52.2%と半数を超えているが、非製造業では29.5%に止まっており、業種間の格差は大きい。企業規模別にみると、企業規模が大きいほど要請を受けた企業が多くみられる。また、業況別にみると、業況の良い企業で要請を受けた企業が多く、環境に配慮した製品や部品の供給が可能な企業ほど取引が拡大し、良好な業況につながっている可能性がある。

7. 環境問題への取組状況により選別が進むとみる企業が7.2ポイント増加

環境問題に対する取組状況により取引先の選別が進むかという問に対し、「全くそう思う」(16.5%)、「どちらかというと思う」(40.6%)となっており、2年前の調査(各々12.7%、37.2%)に比べ、環境問題の取組状況により選別が進むとみる企業が7.2ポイント増加している(図表 - 6)。環境問題が企業の経営戦略にとって重要性を増していることが窺われる。

業種別にみると、環境問題への取り組みが進

んでいる加工型製造業では、「全くそう思う」(22.5%)、「どちらかというと思う」(45.3%)となっており、環境問題への取り組みを重視している企業が多い。企業規模別にみると、企業規模が大きいほど取引先の選別が進むとみる企業が多くなっている。また、取引先から環境問題への取組要請を受けたかどうかで企業を分けると、取組要請を受けていない企業では、「全くそう思う」が8.2%、「どちらかというと思う」が33.6%に止まっているのに対し、取組要請を受けた企業では、「全くそう思う」(29.9%)、「どちらかというと思う」(52.4%)となっており、現実に取引先から取組要請を受けることが企業の意識を大きく変化させることが明瞭に示されている。

8. 3/4の企業が、環境に対する取組の評価が経営上重要な指標になると回答

環境格付や環境経営度調査といった環境に対する企業の取り組みの評価が、企業経営上の「重要な指標となる」という企業が19.5%、「ある程度重要な指標になる」という企業が55.6%に上っており、環境に対する取り組みの評価を

図表 - 7 環境に対する取り組みの評価は重要な経営指標になるか

(構成比：%)

		重要になる	ある程度重要になる	重要とならない	わからない
全産業		19.5	55.6	8.7	14.3
業種別	素材型製造業	19.1	60.8	6.8	12.3
	加工型製造業	25.2	57.4	6.0	9.6
	非製造業	16.4	53.1	10.6	17.5
規模別	大企業	26.3	58.3	5.7	7.5
	中堅企業	19.7	58.5	7.7	12.3
	中小企業	18.5	53.9	9.5	16.1
取引先の選別	進むと思われる	29.7	63.0	3.0	4.0
	どちらともいえない	7.3	57.6	8.4	26.2
	進むと思わない	3.7	25.9	35.1	35.1

(注) 無回答が若干あるため合計は100とならない。

重視する企業が全体の約3/4を占めている(図表 - 7)

業種別にみると、加工型製造業で「重要になる」(25.2%)という回答が多くみられ、この意識が環境問題への積極的な取り組みにつながっているとみられる。企業規模別では、企業規模が大きいほど「重要になる」という回答が多くみられる。また、環境問題への取り組みによる取引先選別に対する見方によって企業を分けると、取り組みの違いによって選別が進むと考えている企業では、「重要になる」(29.7%)「ある程度重要となる」(63.0%)と考えている企業が圧倒的に多く、取引先選別を重視している企業ほど、環境に対する取り組みの評価を重視する傾向がみられる。

〔ニッセイ景況アンケート・調査概要〕

調査時点：2003年2月

回答企業数：2,608社

回答企業の属性：

企業規模別状況

	社数(社)	構成比(%)
大企業	228	8.7
中堅企業	737	28.3
中小企業	1,636	62.7
無回答・その他	7	0.3
合計	2,608	100.0

(注) 企業規模の区分

大企業：従業員数1,000名超

中堅企業：同300名超～1,000名以下

中小企業：同300名以下

地域別状況

	社数	構成比
北海道	105	4.0
東北	179	6.9
関東	634	24.3
甲信越・北陸	169	6.5
東海	313	12.0
近畿	601	23.0
中国	296	11.3
四国	87	3.3
九州	137	5.3
無回答・その他	87	3.3
合計	2,608	100.0