

●調査レポート

埼玉県内企業の「環境問題への取組状況」調査

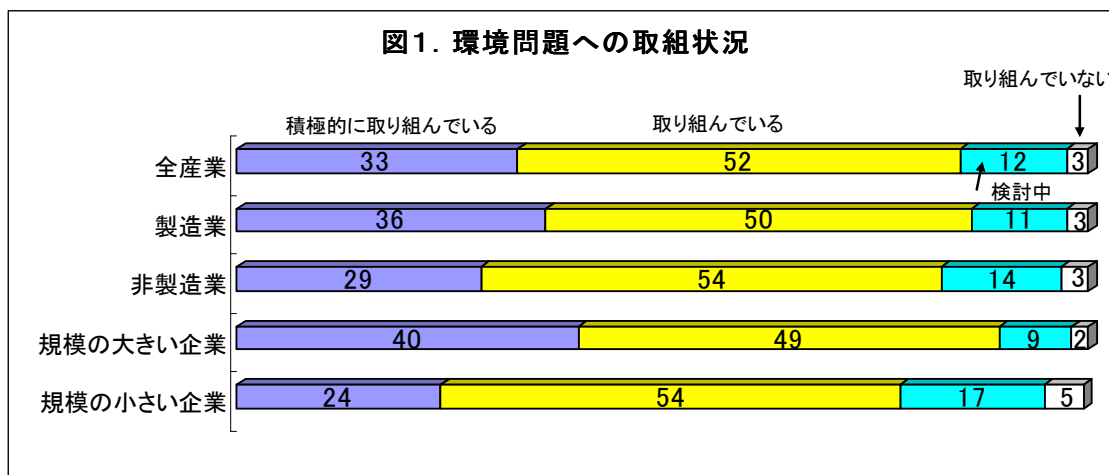
このレポートは、県内企業経営者を対象に実施した「環境問題への取組状況」についてのアンケート調査結果を取りまとめたものである。

調査概要

- (1) 調査時点：2008年8月上旬
- (2) 調査対象：埼玉県内企業1,011社
- (3) 回答状況：289社（回答率28.6%）製造業164社、非製造業125社
- (4) 調査方法：郵送によるアンケート調査

1. 環境問題への取組状況 ～全産業で9割弱が取り組む～

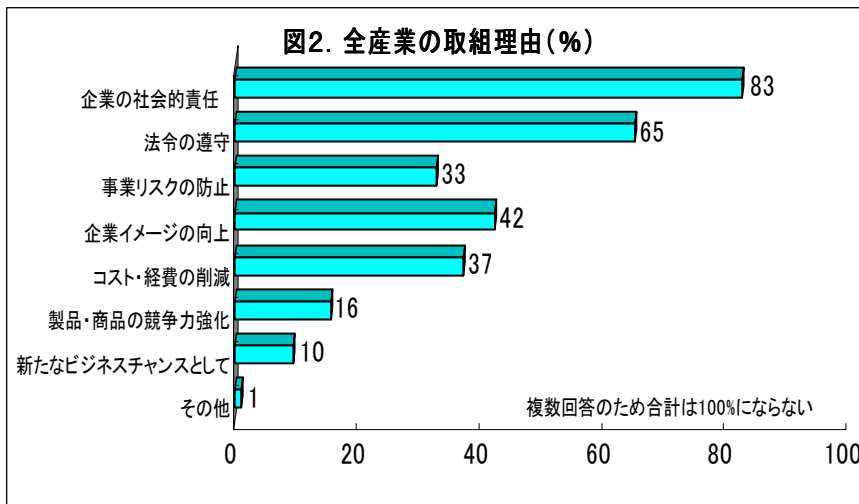
環境問題への取組について聞いたところ、全産業で「積極的に取り組んでいる」企業が33%で、「取り組んでいる」企業の52%を合わせると9割弱の企業が前向きに取り組んでいることが分かった（図1）。県内企業経営者の環境に対する意識は高く、環境に配慮した取り組みが自社の経営にとって重要な課題だと認識していることがうかがえる。



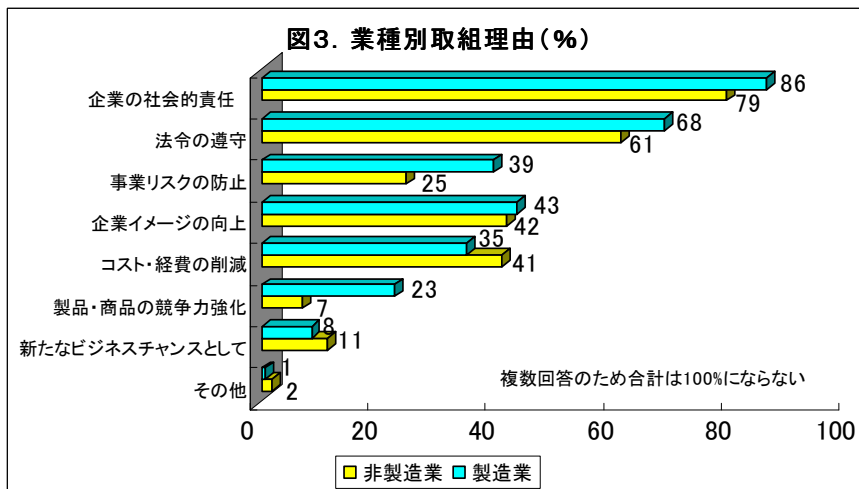
業種別にみると、製造業も非製造業も大きな差はないが、“積極派”となると3割弱の非製造業に対し、製造業は4割弱とわずかながら上回っている。これは、モノを造る上でどうしても環境への影響が避けられないという意識が根底にあり、製造業の多くで環境問題に対する意識が高まり、その差が表れた結果とみられる。企業規模別にみると、従業員100人以上（以下、規模の大きい企業）で積極的に取り組んでいる企業が40%に対し、従業員100人未満（以下、規模の小さい企業）では24%と少なかった。また、取り組みを「検討中」の企業は、非製造業の規模の小さい企業に多くみられ、「取り組んでいない」との回答も全産業で3%と、わずかながらあった。

2. 取組理由 ～業種、企業規模を問わず「企業の社会的責任」～

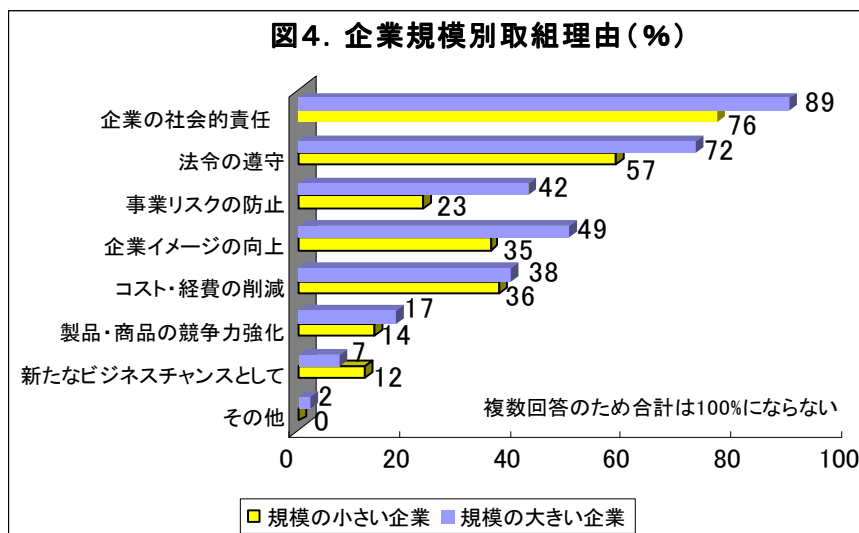
環境問題に取り組んでいる企業に、その理由を複数回答で聞いた結果では、全産業で83%の企業が「企業の社会的責任」と答えた（図2）。次いで「法令の遵守」65%、「企業イメージの向上」42%と続き、経営に直結する「コスト・経費の削減」や「製品・商品の競争力強化」と



競争力強化」といった理由は少数派と言える。こうした意識は、環境問題が企業業績に関わりなく、取り組まなければならないという次元を超えた問題であると受け止められているようだ。



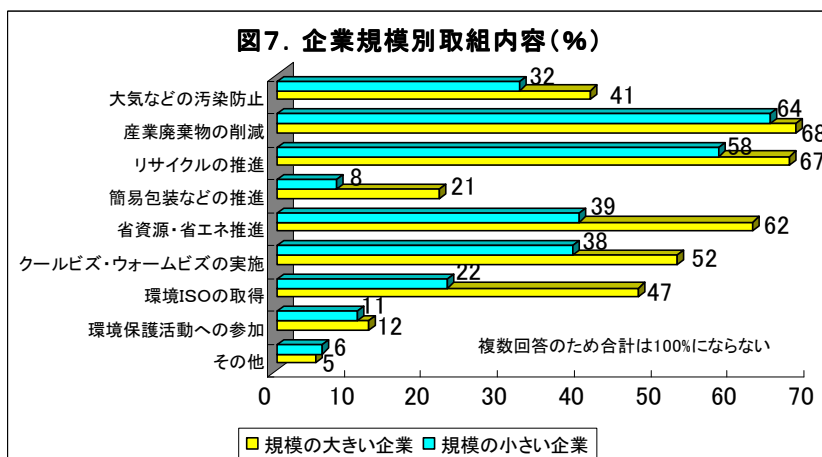
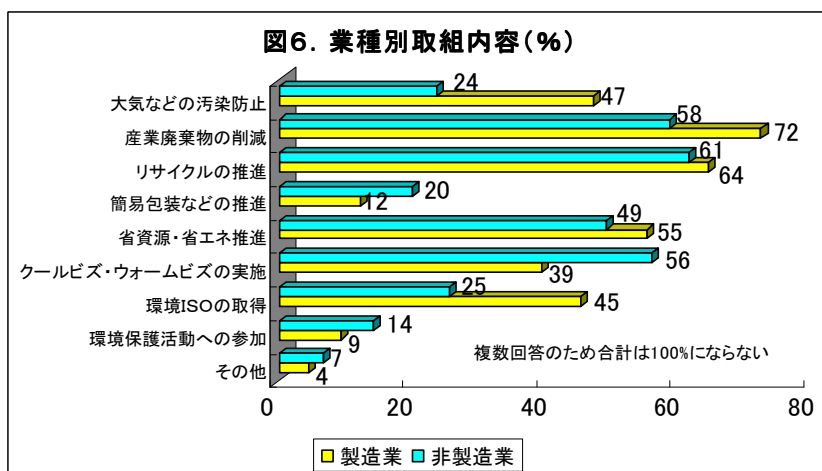
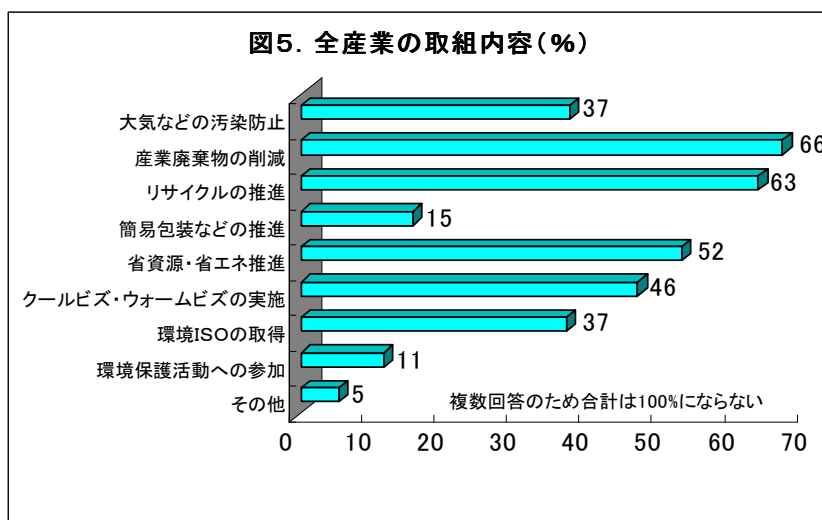
環境問題への取組理由が「企業の社会的責任」や「法令の遵守」という意識は、業種や企業規模の大小に限らず共通したもので、大きな差はみられなかった。ただ、非製造業では「コスト・経費の削減」を理由とする企業が41%あり、規模の大きい企業ほど「企業イメージの向上」(49%)



につながると受け止めている（図3.4）。

3. 取組内容 ～全産業で「産業廃棄物の削減」がトップ～

取組内容について複数回答で聞いた結果によると、全産業では「産業廃棄物の削減」が66%とトップで、次いで「リサイクルの推進」63%、「省資源・省エネ推進」52%などとなっている（図5）。企業が取り組む環境問題としては、まず身近で出来る事からという意識

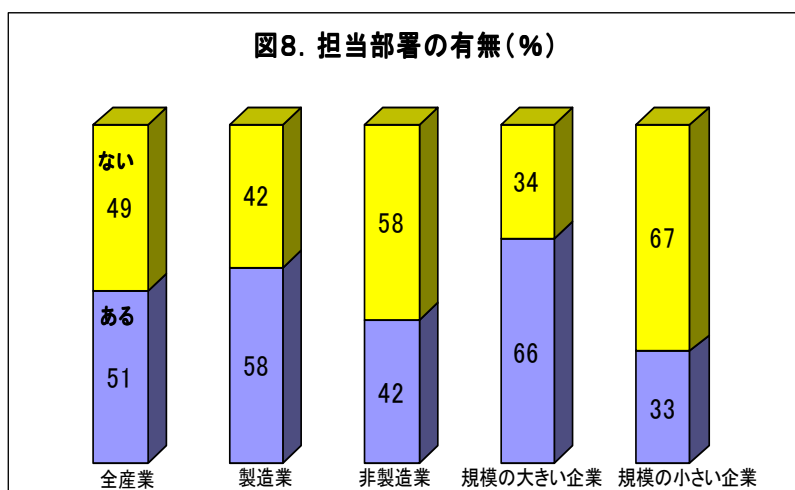


で、これらが上位に占めていた。業種別でみると、製造業では全産業と同じ順位の取組内容だったが、非製造業では3番目に多かった「省資源・省エネ推進」に代わって「クールビズ・ウォームビズの実施」が56%となっている（図6）。また、企業規模別でも順位は異なるものの3つの取組内容が上位を占めていた（図7）。環境問題の取り組みとして、その企業の評価に直接影響する「環境ISO」の取得については、資金と時間が掛かるなどのためか、規模の大きい企業の製造業で回答率が高かった反面、規模の小さい企業の非製造業では低かった。ただ、環境ISOの取得とは別にグリーン

経営の認証を取得している企業が少なからずあり、グリーン調達基準に基づいて部品などを購入、あるいは環境保全や保護活動に参加しているなど、選択肢にはない独自の取り組みを行っている企業もあった。

4. 担当部署の有無 ～製造業で規模の大きい企業ほど部署あり～

環境問題に取り組んでいると回答した企業から、担当部署があるかないかを聞いた結果、全産業ではほぼ二分した（図8）。しかし、業種別になると製造業で「ある」との回答が約

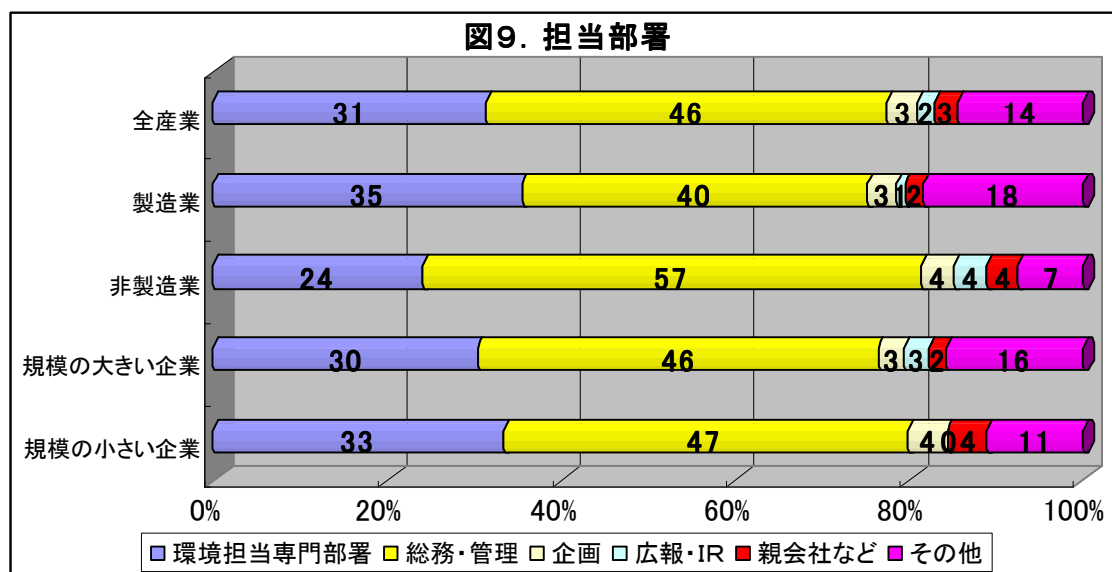


6割だったのに対し、非製造業では約4割に減っている。さらに、企業規模別になると、規模の大きい企業ほど担当部署を設置しているが、規模の小さい企業になると部署があるのは3割程度と少なく、規模の大小で大きな差があった。担当部署の

有無は、業種や企業規模によって格差があり、資金や人員に余裕のある企業ほど担当部署を設置している傾向にある。

5. 担当部署について ～業種、企業規模を問わず「総務・管理」部門が多い～

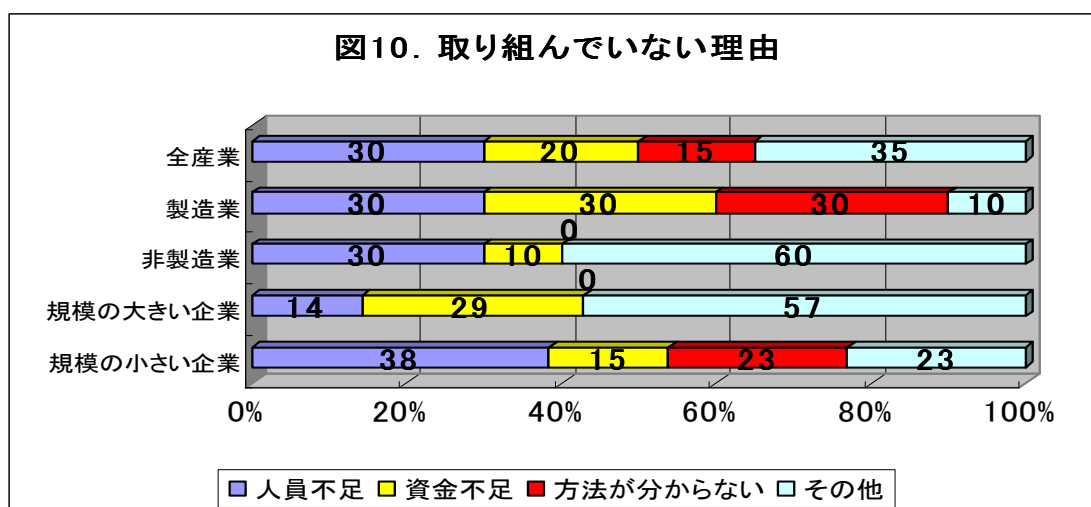
担当部署があると回答した企業に、社内のどの部門に置いているかを聞いたところ、業種や企業規模に関係なく「総務・管理」部門が担当しているとの回答が多かった。全産業



で 46%と半数近くにのぼり、業種別では製造業 40%、非製造業 57%となっている。企業規模別では規模の大きい企業で 46%、規模の小さい企業で 47%と、ほとんど差はなかった。回答が多くて意外だったのが「環境問題担当の専門部署」の選択肢で、全産業で 31%だったほか製造業では 35%、非製造業でも 24%の企業が専担者を置いている（図 9）。なお、「その他」の回答は、技術部門や生産部門、委員会設置といった選択肢以外のセクションで対応していた。

6. 取り組んでいない企業の理由 ～「人員不足」と「資金不足」が要因～

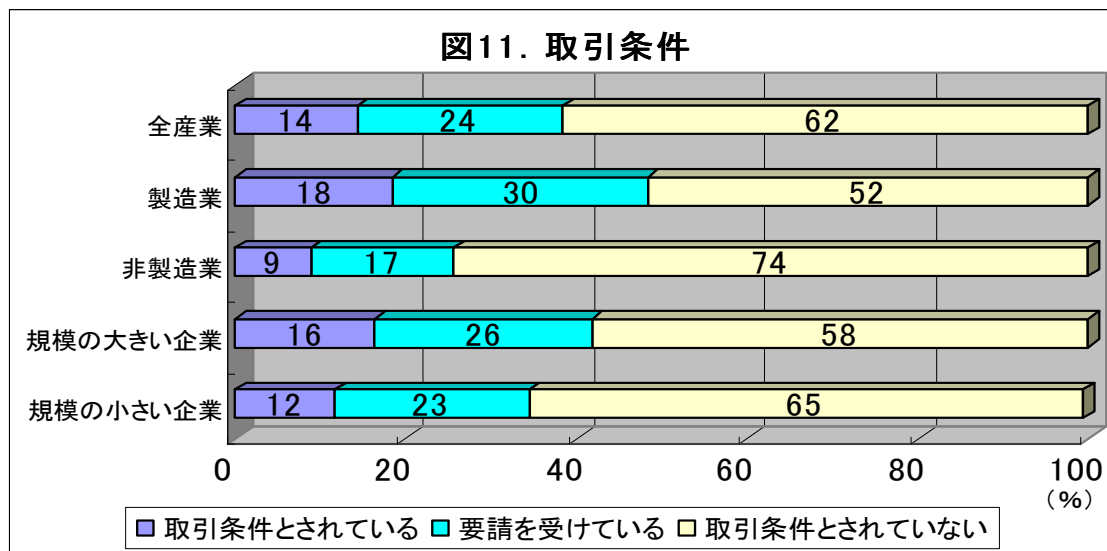
一方で、わずか 3%の環境問題に取り組んでいない企業を対象にその理由を聞いたところ、全産業では 3 割の企業が「人員不足」を挙げ、2 割の企業が「資金不足」と答えた。業種別にみると、製造業では「人員不足」「資金不足」に加え、取組内容や「方法が分からない」の 3 つの理由に分かれ、非製造業は「資金不足」よりも「その他」の回答に集中している。また、企業規模別では規模の小さい企業では回答が分散しているのに対し、規模の大きい企業では理由不明ながら「その他」の回答が 57%に上った。一方で、企業規模の小さい企業で非製造業に「その他」の回答が多かったのは、「人的、資金的、知識的に余裕がない」とのコメントに代表されるように、環境問題の重要性を認識しつつ取り組みたくとも、なかなか現実には取り組めないでいる企業独自の理由があるようだ（図 10）。



7. 取り組みと取引条件との関係 ～全産業で約 4 割の企業が関係ありと回答～

環境問題への取り組みが相手先取引企業からの取引条件になっているかを聞いた結果、全産業で「取引条件とされている」と、条件とされていないが取り組みを「要請されている」との回答を合わせると 38%で、約 4 割の企業が環境問題への取り組みが取引条件に関係していると答えている。これを業種別でみると、製造業で 5 割近くの企業が取引条件に関わると答えたのに対し、非製造業では 3 割弱にとどまり業種の違いによって差がみられた。しかし、企業規模別になると大きな差はみられず、規模の大きい企業の方がわずかな

がら環境問題への取り組み方が取引上に関係する企業が多いようで、このことは社会一般として環境への負荷が小規模非製造業よりも大規模製造業に大きいという意識が背景にあるものと察せられる（図11）。



8. まとめ

環境問題に対する意識は、地球の温暖化をキーワードにここ数年高まっている。特に今年の7月には、北海道洞爺湖サミットで地球温暖化の防止が主要テーマになるなど環境問題への取り組みが重要な議題となった。本調査レポートは、企業が社会の一員として環境問題をどう受け止めているのかを把握するために実施したもので、県内企業経営者の環境に対する意識がことのほか高いことがうかがわれる。その源は“企業としての責務”であるとの考え方が非常に高いためだと思われ、企業の経営戦略にとって環境問題は今後も重要性が増していく。環境問題への取り組みが取引条件にされていないという回答が多かったが、取り組みを要請することによって企業の意識が大きく変化するだけに、条件とする企業が県内で増加することを望みたいところである。最も、取引条件にしている企業ほど、環境問題に対する取り組みの評価を重要視していることの証であり、それが取引先からの選別条件としても拡大していくことは避けられないだろう。