

環境問題に対する企業の意識調査

2005年7月7日

お問い合わせ先：株式会社帝国データバンク 産業調査部

電話：03-5775-3163、e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

http://www.tdb.co.jp/

景気動向調査 http://www.tdb-di.com/

クール・ビズ、すでに2割が実施

～「検討中」も約2割、全体の44%は定着させるべき施策と回答～

2005年6月、環境省が先導役となって夏の軽装を奨励する「クール・ビズ」をスローガンに、地球温暖化防止に向けた取り組みが開始された。

これに先立ち2005年2月には、地球温暖化防止を目的とした国際条約「京都議定書」が発効（日本は温室効果ガスを1990年の排出量に対して、2008～2012年の間に6%を削減することが目標）されており、環境問題への意識が高まってきている。

そこで帝国データバンクでは、2002年5月から毎月行っているTDB景気動向調査（インターネットリサーチ）において、環境問題に対する企業の意識について調査を実施した。調査期間は2005年6月22日～30日。調査対象は全国2万1,374社で、有効回答企業数は1万387社（回答率48.6%）。

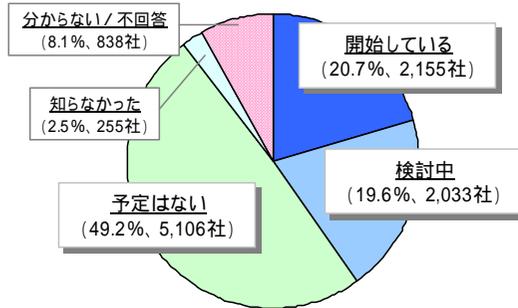
「クール・ビズ」、実施・検討中とも約2割、44%は定着させるべき施策と回答

「クール・ビズ」について取り組み状況を尋ねたところ、すでに「開始している」と回答した企業の割合は20.7%（2,155社）あり、また、取り組みを「検討中」とした企業も同19.6%（2,033社）あった。

すでに「開始している」企業を規模別に見ると、大企業は同27.8%（704社）と約3割を占め、中小企業（18.5%、1,451社）を9.3ポイント上回っている（次項参照）

企業からは、「最近の異常気象を考えると少しでも役に立つのであれば取り組みたい」（電気機器卸売、京都府）といった声が目立ったが、「銀行や上場企業が真っ先に実施し

クール・ビズの取り組み状況

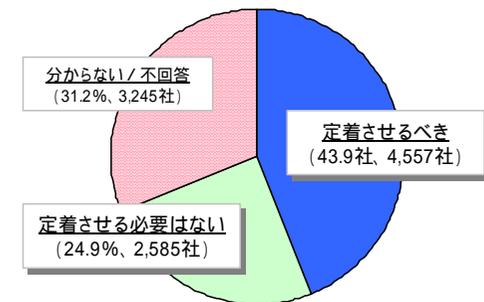


てくれないと中小がやりたくても社内だけで終わってしまう。銀行や上場企業は社会への責任としてクール・ビズに取り組むべき」（工業用機器販売、東京都）との声に代表されるように、「クール・ビズ」による環境対策の成否は大手企業を主導とする社会環境作りにかかっていると見える。

一方、「クール・ビズ」に取り組む「予定はない」とした企業は同49.2%（5,106社）と約半数あった。企業からは「軽装スタイルだけが先行して目的がぼやけている」（デザイン企画、福岡県）といった意見のほか、「もっと根本的な取り組みを考えるべき」（広告制作、埼玉県）といった意見も聞かれた。

しかし、「クール・ビズ」は環境問題への取り組みの1つとして「定着させるべき」施策であると回答した企業は、同43.9%（4,557社）と4割を超えた。このなかには、現在「クール・ビズ」に取り組んではいないものの「定着させるべき」と回答した企業（同25.5%、1,301社）もあり、具体的には「小さなことでも常に環境問題について意識を持って国民全体が続けることが大事」（建材卸売、秋田県）「エアコンの設定温度が1度変化しても電力使用量などを大きく左右することを知り、国を上げてできることから進めるべき」（医薬品製造、富山県）といった声が聞かれた。現在は社会環境などで取り組むことができなくても、地球環境のためには小さなことでも行っていく必要があるとの見解を持つ企業が多数あることが浮き彫りとなった。

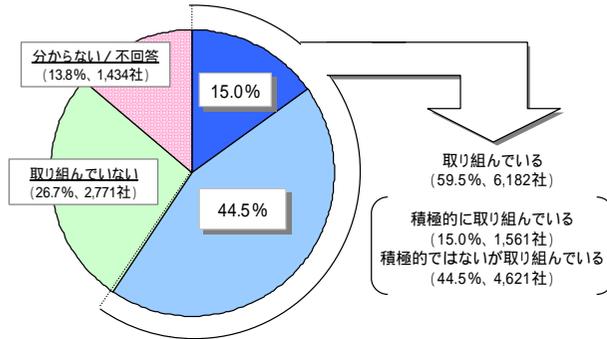
クール・ビズの定着について



企業の約6割が環境対策を実施、取り組んでいない企業は全体の3割未満

「クール・ビズ」を含めた環境問題について、すでに「取り組んでいる」と回答した企業は全体の59.5% (6,812社)と約6割を占めた。このうち、大企業では同67.1% (1,697社)と中小企業 (同57.1%、4,485社)を10.0ポイント上回り、CSR (企業の社会的責任)とも合わせて環境問題への取り組みが高かった。

企業からは、「地球温暖化は現在の異常気象のみならず、後世にも大きな問題を引き起こす要因となることから、微力でもその努力をすべき事柄であると認識している」(建築工事、秋田県)といった問題意識の高さを示す声が目立った。

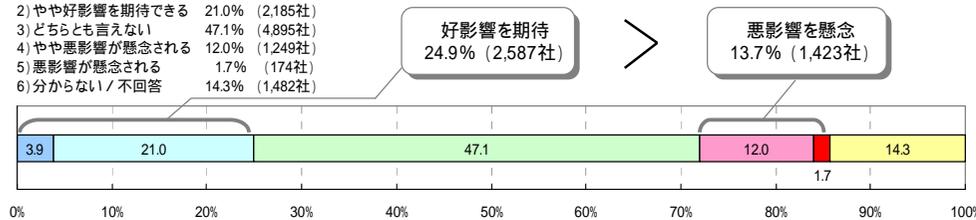


環境問題への取り組み、世界規模で重要な課題との認識高まる

環境問題への取り組みによる日本経済への総合的な影響について、「好影響が期待できる」とした企業は全体の24.9% (2,587社)となり、「悪影響が懸念される」とした企業 (同13.7%、1,423社)を11.2ポイント上回った。

好影響を期待する声には、「グローバルな経済活動のなかで日本の主導的役割を發揮できるチャンス」(各種商品小売、北海道)、「相対的なエネルギー消費効率を上げることが技術革新を伴い、新たなビジネスの創出となる」(半導体製造、大分県)といった意見が目立った。

- 1) 好影響が期待できる 3.9% (402社)
- 2) やや好影響を期待できる 21.0% (2,185社)
- 3) どちらとも言えない 47.1% (4,895社)
- 4) やや悪影響が懸念される 12.0% (1,249社)
- 5) 悪影響が懸念される 1.7% (174社)
- 6) 分からない/不回答 14.3% (1,482社)



さらに、「どちらとも言えない」とした企業 (47.1%、同4,895社)でも、「地球温暖化がさらに進めば一層の悪影響が考えられ、長い目で見れば早急な対応が必要」(商品小売、茨城県)「地球環境のなかで行う経済という視点に立てば、環境対策には強化しすぎということはない」(建築工事、東京都)といった声が聞かれた。

「コスト対応のできない企業が出てくる恐れがある」(通信機器卸売、福島県)といった、悪影響を懸念する声があるのも事実だが、京都議定書の発効や「クール・ビズ」など温暖化防止の問題提起によって、総じて見れば、環境問題は経済的見地を超えた世界規模の重要な課題であるとの認識が高まっている様子がうかがえる。

(参考資料1) クール・ビズの取り組み状況 ~ 主な業界別・規模別 ~

	開始している		検討中		予定なし		知らなかった		分からない/不回答		合計	
	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数	割合	企業数		
金融	19.8	26	12.2	16	48.1	63	1.5	2	18.3	24	100.0	131
建設	18.0	238	19.6	259	50.9	672	3.0	39	8.5	112	100.0	1,320
不動産	18.2	38	22.0	46	50.2	105	1.4	3	8.1	17	100.0	209
製造	19.6	591	18.9	571	49.1	1,484	3.3	99	9.2	277	100.0	3,022
卸売	20.8	733	20.1	711	49.8	1,757	2.1	75	7.2	254	100.0	3,530
小売	21.6	93	20.2	87	50.9	219	1.4	6	5.8	25	100.0	430
運輸・倉庫	23.3	80	19.2	66	49.1	169	2.3	8	6.1	21	100.0	344
サービス	25.5	347	19.9	271	45.2	614	1.7	23	7.7	104	100.0	1,359
大企業	27.8	704	16.0	405	45.5	1,149	1.2	31	9.5	239	100.0	2,528
中小企業	18.5	1,451	20.7	1,628	50.3	3,957	2.9	224	7.6	599	100.0	7,859
全体	20.7	2,155	19.6	2,033	49.2	5,106	2.5	255	8.1	838	100.0	10,387

注: 網掛けは全体平均以上を表す

(参考資料2) 環境問題に関する前向きな意見

経済への影響を云々する以前の課題である(板金工事、千葉県)

あまり経済優先的な考えを持たないこと。経済優先の考え方が環境を悪化させた。経済より地球(命)を大切にすることが当然であるという認識を大切にしたい(木造建築工事、千葉県)

日本人は本来創意と工夫に優れていると思う。状況が厳しいほど叡智が育まれると考える(建材卸売、愛知県)

環境破壊を阻止すべき努力によって新たな発想が生まれ新技術の開発につながる。過去には不幸な戦争から生まれた新技術が多く存在し、今後は環境破壊阻止の観点から新技術が誕生するものとする(商品企画卸売、愛知県)

先進国の日本としては環境問題への取り組みは避けて通れない課題。中長期的にみても、環境対策先進国としての地位を固めるべき(電気工事、大阪府)

経済的でなく、環境問題を常に生活に密着させる教育・啓蒙活動を徹底してやるべき(電気機器卸売、広島県)

日本は京都議定書の中心国で積極的に環境問題に対応すべきだし、後進国には指導・援助の手を差しのべるべき(機械器具販売、東京都)