

特別企画： 温室効果ガス排出抑制に対する企業の意識調査

温室効果ガスの排出抑制、取り組む企業は 82.6%

～ 2050年カーボンニュートラル目標には43.4%が「達成は困難」と予想 ～

はじめに

政府は「2050年までに温室効果ガス排出量の実質ゼロ」を目標に掲げた。2021年度税制改正大綱や総合経済対策に「脱炭素」や「カーボンニュートラル」に関する項目が盛り込まれるなど、企業への支援策などが積極的に打ち出されている。また、世界的な機運の高まりを受けて、政府や自治体のみならず民間企業においても取り組み目標を掲げる動きも現れており、それぞれの対応が今まで以上に注目されている。

そこで、帝国データバンクは温室効果ガスの排出抑制や削減に対する企業の見解について調査を実施した。本調査は、TDB景気動向調査2020年12月調査とともに行った。

※調査期間は2020年12月16日～2021年1月5日、調査対象は全国2万3,688社で、有効回答企業数は1万1,479社（回答率48.5%）

※本調査における詳細データは景気動向オンライン（<https://www.tdb-di.com>）に掲載している

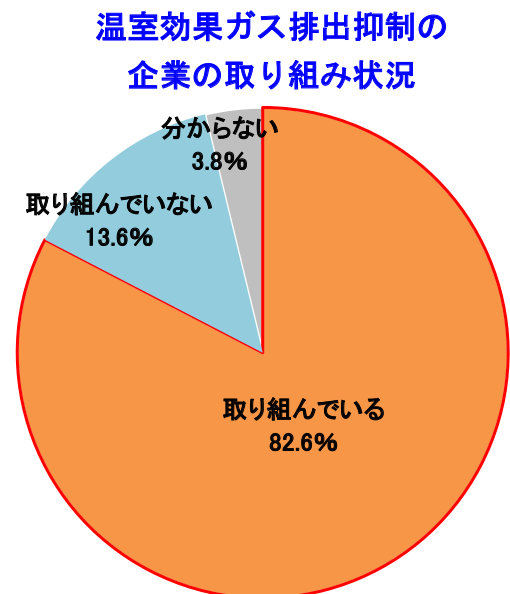
調査結果（要旨）

1. 温室効果ガスの排出抑制に取り組んでいる企業は82.6%にのぼった。規模別では大企業(88.8%)で高く、業界別では『製造』(87.1%)がトップ。また、取り組み内容について尋ねたところ、「省エネ」が43.0%で最も高い（複数回答、以下同）。次いで「クールビズの実施（ウォームビズ含む）」(42.6%)や「ハイブリッド車、電気自動車の導入」(28.0%)などが続いた
2. 温室効果ガスの排出抑制に取り組む目的では、電気料金などの「コストの削減」が55.7%でトップだった（複数回答、以下同）。次いで「法令順守」も48.9%で高い。また、「CSR（企業の社会的責任）の一環」や「SDGsへの対応」など、企業としての見られ方に関する項目では大企業で割合が高く、「資格や認証の取得」や、「ステークホルダーとの良好な関係の構築」においても同様の傾向がみられる
3. 温室効果ガスの排出抑制への取り組みにおける課題では、「他に優先すべき項目がある」が27.4%で最も高い（複数回答、以下同）。「主導する人材（部署）がない」(26.9%)や「どこまで取り組めばいいのかわからない」(25.8%)、「取り組むためのノウハウやスキルがない」(24.5%)も2割台で続いている
4. 政府が掲げる「2050年カーボンニュートラル」目標に対して、日本全体における達成可能性を尋ねたところ、企業の15.8%が「達成可能」と考えていた。一方で、「達成は困難」とした企業は43.4%にのぼり、「達成できない」は17.9%だった。企業からは、具体的な取り組みのガイドラインや方法を求める意見が多くみられた

1. 温室効果ガス排出抑制に取り組んでいる企業は82.6%、特に大企業で高い

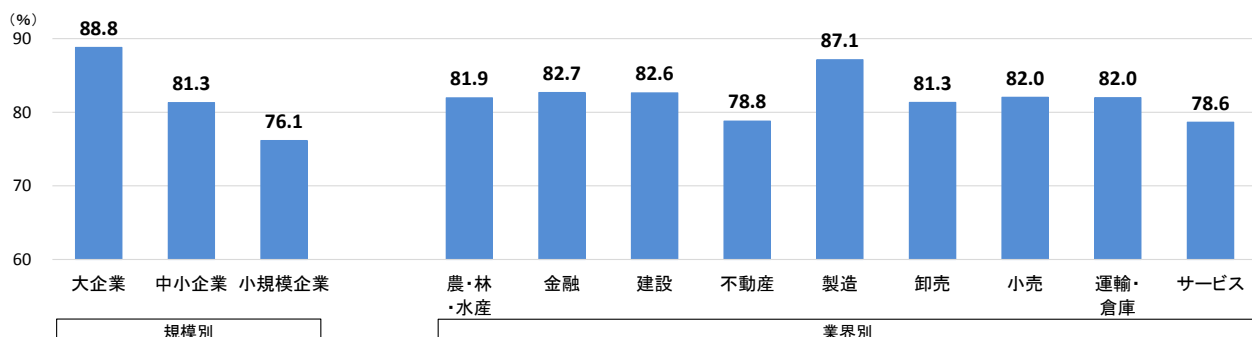
温室効果ガスの排出抑制に対して、企業の82.6%が「取り組んでいる」と回答し、8割超にのぼった。他方、「取り組んでいない」企業は13.6%、「分からない」は3.8%だった。規模別では、大企業が88.8%となり全体の数値を大きく上回った。また、中小企業は81.3%、小規模企業は76.1%で、企業規模による差が大きく表れている。

また、業界別では『製造』が87.1%で最も高く、次いで『金融』(82.7%)、『建設』(82.6%)が続くなど、多くの業界で8割台となった。一方で、最も低い『サービス』でも78.6%となっており、突出して低い業界はみられなかった。



注1:母数は、有効回答企業1万1,479社
注2:「分からない」は、不回答も含む

温室効果ガス排出抑制に「取り組んでいる」割合 ～規模、業界別～



2. 取り組み内容のトップは節電や節水など「省エネ」、身近にできることから取り組む傾向

実際に取り組んでいる内容について尋ねたところ、節電や節水などによる「省エネ」が43.0%でトップとなった(複数回答、以下同)。次いで、「クールビズの実施(ウォームビズ含む)」(42.6%)や「ハイブリッド車、電気自動車の導入」(28.0%)、「廃棄物の抑制」(22.2%)などが続いた。

また、政府が資金援助などを表明し力を入れている項目に関して、「環境に配慮した商品やサービスの開発」は10.9%、太陽光や風力発電などによる「クリーンエネルギーの導入や切り替え」は10.6%にとどまった。

企業からは、「社内照明のLED化、空調機の省エネ設備化などの細かな施策を実施した」（信号装置工事、岐阜県）や「貨物トラックの利用と従業員の車両通勤であるが、まずは社用車もハイブリッド車を使用して環境配慮を行っている」（野菜卸売、三重県）、「燃焼効率の良いボイラーへ切り替え、プラスチック・ビニール製をバイオマス使用に変更するなどに取り組んでいる」（水産練製品製造、北海道）といった積極的な意見がみられる。一方で、「大企業を中心に大きな成果を出すことに加え、個人レベルでもある程度の協力がなければ持続性も含めて困難」（建設工事、兵庫県）などの意見もあげられた。

温室効果ガス排出抑制への 取り組み内容(複数回答)

| | | (%) |
|----|---------------------------------|------|
| 1 | 省エネ(節電や節水など自社のコスト低減) | 43.0 |
| 2 | クールビズの実施(ウォームビズ含む) | 42.6 |
| 3 | ハイブリッド車、電気自動車の導入 | 28.0 |
| 4 | 廃棄物の抑制 | 22.2 |
| 5 | 環境に配慮した設備や原材料の選定・導入 | 18.5 |
| 6 | 3R(リデュース、リユース、リサイクル)の強化 | 15.2 |
| 7 | 不要な設備やシステムの停止 | 12.9 |
| 8 | 環境に配慮した商品やサービスの開発 | 10.9 |
| 9 | クリーンエネルギーの導入や切り替え(太陽光、風力など) | 10.6 |
| 10 | 断熱の強化 | 8.6 |
| 11 | 自然保護活動への貢献(活動の参加、団体への寄付など) | 5.4 |
| 12 | 自家用車による通勤機会の減少(在宅勤務の増加、テレワークなど) | 4.7 |
| 13 | 物流の見直し(モーダルシフト、共同配送の導入など) | 2.9 |
| 14 | 温室効果ガス排出量のオフセット | 1.7 |
| 15 | 排出取引市場への参画 | 0.3 |
| | その他 | 1.1 |

注：母数は有効回答企業1万1,479社

3. 取り組む目的は「コストの削減」がトップ、大企業では企業の見られ方を意識する傾向

温室効果ガスの排出抑制に取り組んでいる企業にその目的を尋ねたところ、電気料金などの「コストの削減」が55.7%でトップとなった(複数回答、以下同)。さらに「法令順守」が48.9%で続いた。また、「CSR(企業の社会的責任)の一環」(24.6%)や「SDGsへの対応」(22.7%)といった企業の見られ方に関する項目も上位となった。こうした項目は特に大企業で高く、ISOやエコアクション21などの「資格や認証の取得」や、取引条件の改善などに向けた「ステークホルダーとの良好な関係の構築」においても中小企業より大企業の方が高い。

企業からも、「顧客や世間の要請に応えなくては生き残っていくことはできない」(仕上用・皮膚用化粧品製

温室効果ガス排出抑制に取り組む目的(複数回答)

| | (%) | | |
|-----------------------------|------|------|------|
| | 全体 | 大企業 | 中小企業 |
| 1 コストの削減(電気料金など) | 55.7 | 57.1 | 55.4 |
| 2 法令順守 | 48.9 | 54.3 | 47.7 |
| 3 CSR(企業の社会的責任)の一環 | 24.6 | 37.5 | 21.6 |
| 4 SDGsへの対応 | 22.7 | 33.6 | 20.1 |
| 5 事業継続性の強化 | 20.9 | 20.2 | 21.1 |
| 6 資格や認証の取得(ISO、エコアクション21など) | 13.6 | 20.9 | 11.9 |
| 7 自治体が定める基準への対応 | 9.7 | 11.9 | 9.2 |
| 8 ステークホルダーとの良好な関係の構築 | 8.5 | 14.9 | 7.0 |
| 9 自社へのメリットを超えた環境への配慮 | 7.9 | 7.7 | 8.0 |
| 10 政府が掲げる目標への対応 | 6.5 | 9.5 | 5.9 |
| 11 世界的な機運向上への対応 | 5.6 | 6.5 | 5.4 |
| 12 投資価値の向上 | 2.8 | 3.7 | 2.5 |
| 13 金融機関からの融資条件への対応 | 1.4 | 1.6 | 1.3 |
| その他 | 1.8 | 1.2 | 1.9 |

注1: 網掛けは、企業規模比較で5ポイント以上高いことを示す

注2: 母数は、「温室効果ガスの排出抑制に取り組んでいる」企業9,484社

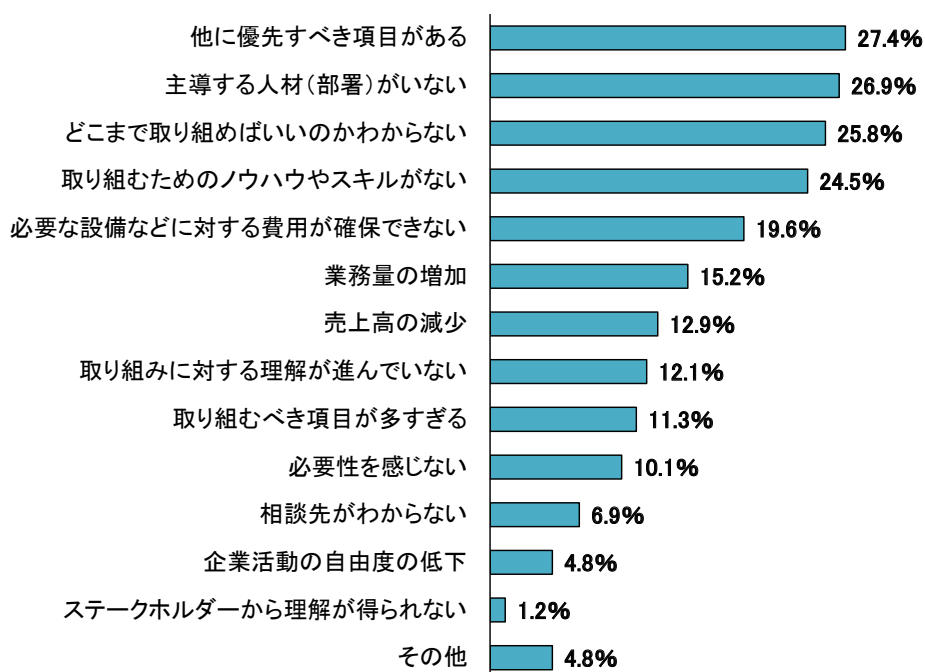
造、埼玉県)や「今年度にエコアクション 21 を取得し温室効果ガス排出抑制等の環境保護活動に注力している」(写真機・同付属品製造、大阪府)、「省エネ・低炭素・ゼロエネ住宅を自社の競争力としている」(木造建築工事、北海道)などの声があげられた。

4. 取り組み課題は「他に優先すべき項目がある」がトップ、人材やノウハウの課題も上位

温室効果ガスの排出抑制への取り組みにおける課題について尋ねたところ、「他に優先すべき項目がある」が27.4%で最も高くなった(複数回答、以下同)。次いで、「主導する人材(部署)がない」(26.9%)や「どこまで取り組めばいいのかわからない」(25.8%)、「取り組むためのノウハウやスキルがない」(24.5%)も2割台で続いている。

企業からは、「新型コロナ感染防止対策などに対して労力を使ってしまっている」(金属加工機部品製造、群馬県)など、取り組みに対して現状の景況感により難しいと考える意見が多い。また、「コストをどこまでかけて対応すべきかわからない」(各種機械・同部分品製造修理、新潟県)や「自社の事業活動において、業界で標準的な基礎数値が無いため、どこまで取り組むべきなのかの基準や方法、評価の仕方などがわからない」(窯業・土石製品製造、東京都)といった意見があげられている。

温室効果ガス排出抑制に対する取り組み課題（複数回答）



注：母数は有効回答企業1万1,479社

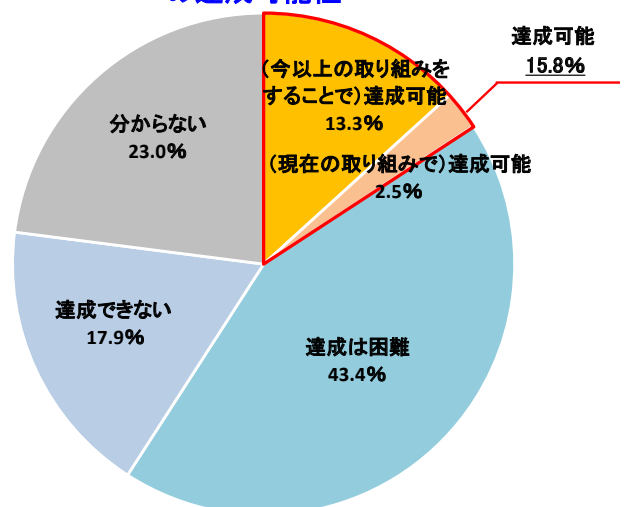
5. 「2050年カーボンニュートラル」目標、企業の43.4%が「達成は困難」と予想

2020年10月、政府は「2050年までに温室効果ガス排出量の実質ゼロを目指す」と宣言した。同年12月25日には「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」を発表するなど、目標の達成に向けて本格的に動き出した。

こうした政府が掲げる「2050年カーボンニュートラル」目標に関して、日本全体における達成可能性を尋ねたところ、企業の15.8%が「達成可能」と考えていた。うち、「今以上の取り組みをすることで達成可能」は13.3%、「現在の取り組みで達成可能」は2.5%だった。一方で、「達成は困難」とした企業は43.4%と4割を超えた。さらに、「達成できない」は17.9%だった。

企業からは、温室効果ガスの排出抑制などの環境問題への取り組みは必要であるとしつつも、「目標を達成するためのロードマップを示す必要がある、産業界との連携を深める必要がある」（電気計測器製造、神奈川県）や「言うは易し行うは難しで、具体的な計画と目標が分からない」（し尿収集運搬、石川県）、「取り組みについて何をどのようにすべきか、何を手始めに重点的に取り組むかなどの明確な説明が必要」（農産保存食料品製造、大分県）のような、具体的な目標や方法がわからないためロードマップや明確な説明などを示してほしいという意見が多くあげられている。

「2050年カーボンニュートラル」目標
の達成可能性



注1: 母数は有効回答企業1万1,479社

注2: 小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない

企業の意見（「2050年カーボンニュートラル」目標について）

- ・ 大手製造業での取り組みが効果的であると考え、一方で中小企業の具体的な取り組みは不十分である。具体的な取り組みのガイドラインの発表や補助金、無利子融資等の資金援助に期待する（建設用石材・窯業製品卸売、北海道）
- ・ 全世界の動向から目標とすべき内容と考える。このためには、模範となるケースや新技術の創出など積極的な情報発信をお願いしたい（金属加工機械卸売、東京都）
- ・ 目標を掲げることは良いことだと思う。ただ、都市部と地方では環境が違うので公共の移動手段がなくマイカーが無いことにはどうにもならないので、そういった方々に対してどうするのか注目される（一般土木建築工事、千葉県）
- ・ 概要だけで具体策が見えない。自動車業界の見解にあったように業界ごとの意見の相違があると思うので難しいと推察する（写真機・同付属品製造、静岡県）
- ・ エネルギー安全保障と温室効果ガスの排出抑制はセットで考えなければならない。それには、技術革新が不可欠で、民間だけに任せるのではなく、政府が資金面などでバックアップする必要がある（土木工事、高知県）
- ・ 賛成はしているが、適正なガイドラインなどが必要（一般電気工事、群馬県）
- ・ 目標は素晴らしいことだがそれを実現するためにはさらに多くの年月と各個人の投資が必要となる。ゼロは難しいがかなりの減少は可能だろう（工業用プラスチック製品製造、茨城県）

まとめ

本調査によると温室効果ガスの排出抑制に取り組んでいる企業は 82.6%となり、8 割超となった。その取り組み内容では、節電・節水などの省エネやクールビズなどの身近な部分からの取り組みがあげられている。また、取り組む目的では電気料金などのコストの削減や法令順守が上位となった。CSR や SDGs への対応もあげられたが、こうした「企業の見られ方」に関する項目は大企業で割合が高く、この他にも ISO やエコアクション 21 などの資格や認証の取得や、ステークホルダーとの良好な関係の構築といった項目でも同様の傾向がみられる。

一方で、取り組みにおける課題に関しては、現状として他に取り組むべき項目があり、主導する人材や取り組みの程度、ノウハウやスキル面の課題があげられている。現在は各社とも新型コロナウイルスによる業績への影響に対する施策などが求められており、温室効果ガス排出抑制に対する取り組みの優先順位が上位にあがってこないという状況が浮き彫りになった。また、政府が掲げる「2050 年カーボンニュートラル」目標の日本全体における達成可能性に対しては、企業の 15.8%が達成可能としつつも、達成は困難と考えている企業は 4 割を超えていた。

温室効果ガスの排出抑制には多くの企業に取り組んでいる一方で、政府の 2050 年目標に対しては半数以上の企業が厳しい見方を示しており、今後は温室効果ガスの排出抑制に向けたさらなる取り組みが必要となろう。そのなかで、企業は政府に対してより詳細な取り組み目標や具体的な方法を明らかにすることを求めている。今後、企業に取り組みを促し「環境と経済の好循環」を図るためには、特に中小企業に対する情報発信の強化がカギを握るだろう。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,688社、有効回答企業1万1,479社、回答率48.5%)

(1) 地域

| | | | |
|-----------------------|-------|------------------------------|--------|
| 北海道 | 588 | 東海(岐阜 静岡 愛知 三重) | 1,256 |
| 東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島) | 796 | 近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山) | 1,900 |
| 北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野) | 863 | 中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口) | 671 |
| 南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川) | 3,503 | 四国(徳島 香川 愛媛 高知) | 398 |
| 北陸(新潟 富山 石川 福井) | 624 | 九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄) | 880 |
| | | 合計 | 11,479 |

(2) 業界(10業界51業種)

| | | | | | |
|---------|------------------|-----|----------------|---------------|-----|
| 農・林・水産 | 72 | 小売 | 飲食料点小売業 | 65 | |
| 金融 | 127 | | 繊維・繊維製品・服飾品小売業 | 31 | |
| 建設 | 1,872 | | 医薬品・日用雑貨品小売業 | 25 | |
| 不動産 | 368 | | 家具類小売業 | 16 | |
| 製造 | 飲食料品・飼料製造業 | 388 | 家電・情報機器小売業 | 35 | |
| | 繊維・繊維製品・服飾品製造業 | 124 | 自動車・同部品小売業 | 81 | |
| | 建材・家具・窯業・土石製品製造業 | 234 | 専門商品小売業 | 150 | |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業 | 108 | 各種商品小売業 | 48 | |
| | 出版・印刷 | 186 | その他の小売業 | 11 | |
| | 化学品製造業 | 436 | 運輸・倉庫 | 505 | |
| (3,150) | 鉄鋼・非鉄・鋳業 | 534 | サービス | 飲食店 | 62 |
| | 機械製造業 | 506 | | 電気通信業 | 9 |
| | 電気機械製造業 | 346 | | 電気・ガス・水道・熱供給業 | 19 |
| | 輸送用機械・器具製造業 | 108 | | リース・賃貸業 | 134 |
| | 精密機械・医療機械・器具製造業 | 85 | | 旅館・ホテル | 35 |
| | その他製造業 | 95 | | 娯楽サービス | 58 |
| 卸売 | 飲食料品卸売業 | 408 | | 放送業 | 17 |
| | 繊維・繊維製品・服飾品卸売業 | 195 | | メンテナンス・警備・検査業 | 183 |
| | 建材・家具・窯業・土石製品卸売業 | 352 | | 広告関連業 | 103 |
| | 紙類・文具・書籍卸売業 | 103 | | 情報サービス業 | 495 |
| | 化学品卸売業 | 294 | | 人材派遣・紹介業 | 72 |
| | 再生資源卸売業 | 33 | | 専門サービス業 | 304 |
| | 鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業 | 319 | | 医療・福祉・保健衛生業 | 129 |
| | 機械・器具卸売業 | 964 | | 教育サービス業 | 26 |
| | その他の卸売業 | 359 | | その他サービス業 | 204 |
| | | | その他 | | 46 |
| | | 合計 | | 11,479 | |

(3) 規模

| | | |
|-----------|---------|---------|
| 大企業 | 2,020 | 17.6% |
| 中小企業 | 9,459 | 82.4% |
| (うち小規模企業) | (3,404) | (29.7%) |
| 合計 | 11,479 | 100.0% |
| (うち上場企業) | (281) | (2.4%) |

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

| 業界 | 大企業 | 中小企業(小規模企業を含む) | 小規模企業 |
|-----------|------------------------------|---------------------------|------------|
| 製造業その他の業界 | 「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」 | 「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」 | 「従業員20人以下」 |
| 卸売業 | 「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」 | 「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」 | 「従業員5人以下」 |
| 小売業 | 「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」 | 「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」 | 「従業員5人以下」 |
| サービス業 | 「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」 | 「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」 | 「従業員5人以下」 |

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【 内容に関する問い合わせ先 】

株式会社帝国データバンク データソリューション企画部 産業データ分析課

担当：旭 海太郎(080-4899-2468)、池田 直紀(080-4900-8758)

TEL 03-5775-3163 e-mail keiki@mail.tdb.co.jp

リリース資料以外の集計・分析については、お問い合わせ下さい(一部有料の場合もございます)。

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。