

福岡、熊本、長崎 3 県企業の環境問題への取り組み

はじめに

環境問題は、私たちの生活環境に影響を及ぼす重大な問題であり、その原因もまた、私たちの生産活動や生活様式にあることから、国や企業、消費者には、環境に配慮した行動が求められています。

そうした中、2005年に始まった「クールビズ」は、政府、官公庁をはじめ企業においても浸透してきている他、08年7月の北海道洞爺湖サミットにおいては、地球温暖化防止が主要議題となるなど、環境問題に対する意識は国内のみならず、世界レベルで高まっています。

そこで、今回の調査レポートでは、3県（福岡県、熊本県、長崎県）の企業に対し、環境問題に対する取り組みについてのアンケートを実施しましたので、その調査結果についてレポートします。

「環境問題に対するアンケート」概要

調査時期：2008年10月中旬
調査対象：福岡県内企業998社
うち回答企業221社（回収率22.1%）
熊本県内企業501社
うち回答企業114社（回収率22.8%）
長崎県内企業640社
うち回答企業295社（回収率46.1%）

1. 環境問題に対する認識と取り組み状況

環境問題への認識は極めて高く、4割弱の企業が既に取り組みを実施

まず、環境問題に対する認識については、「取り組むべき重要な課題である」とする企業が68.8%と、その認識は大変高くなっていました（図1）。以下、「興味はあるが重要性は低い」が28.3%、「特に興味が無い」が2.9%となっており、一部の企業で温度差はあるものの、大勢は環境問題に対して興味を持っているという結果となっています。

一方、環境問題への取り組み状況については、「実施済み」が36.1%と、認識の高さに比べると実施状況は低くなっていました。しかし、「実施検討中」26.3%、「将来的に取り組む」29.4%までを合わせると、およそ9割の企業が既に実施を検討もしくは将来的な実施を検討している状況にあり、環境問題への意識の高まりに伴って、今後、取り組みが活発化していくものと考えられます（図2）。

2. 取り組み項目別にみた実施状況

実施率が高い「リデュース」・「リユース」・「リサイクル」

図1 環境問題に対する認識

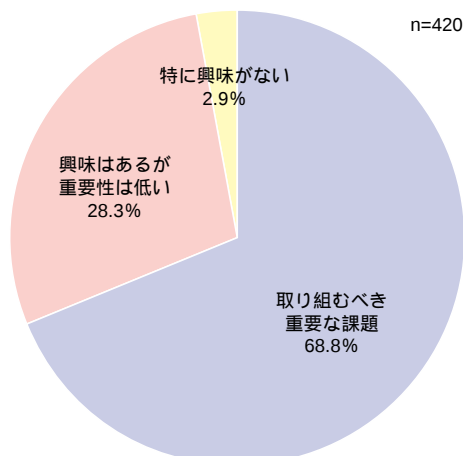


図2 環境問題への取組状況

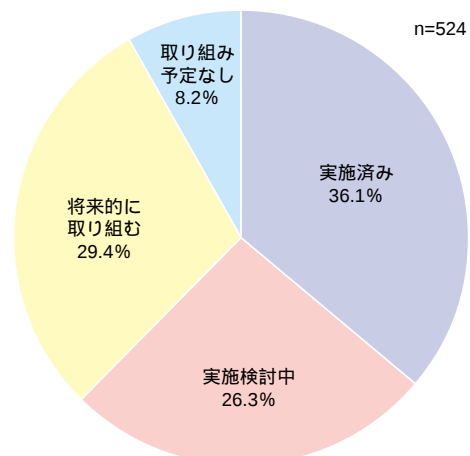
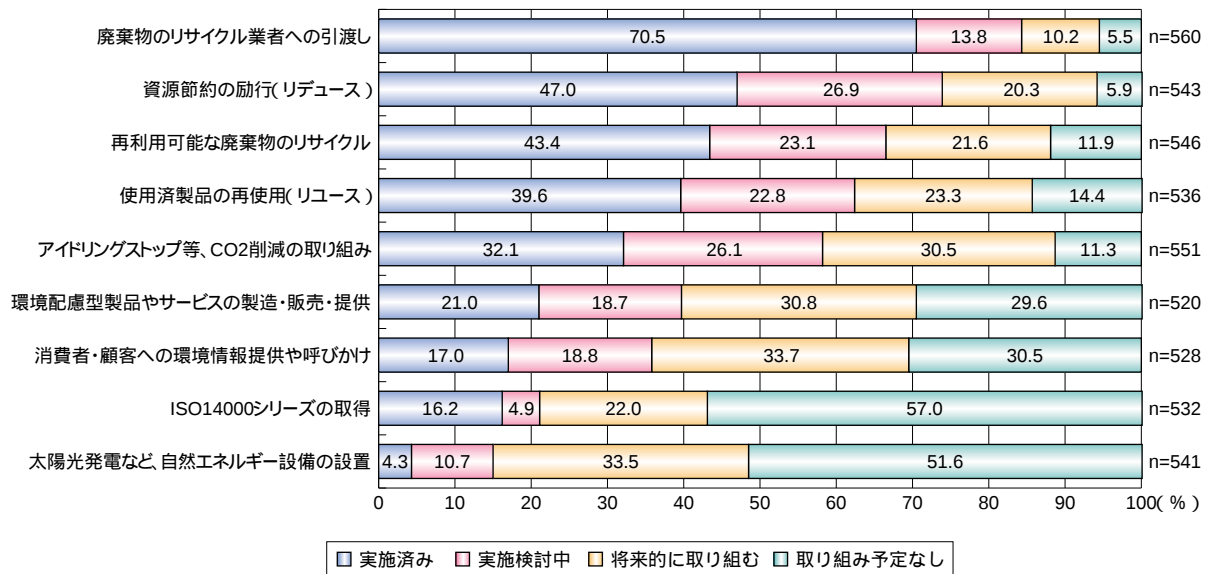


図3 項目別取り組み状況



次に、項目別の取り組み状況についてみると、既に実施済みの取り組みとしては、「廃棄物のリサイクル業者への引渡し」が70.5%と最も多くなっています(図3)。その他、「資源節約の励行(リデュース)」が47.0%、「再利用可能な廃棄物のリサイクル」43.4%、「使用済み製品の再使用(リユース)」が39.6%と、いわゆる3R(Reduce、Reuse、Recycle)の割合が高くなっています。このように、環境への悪影響を極力排除し、限りある地球の資源を有効に繰り返し使う社会(=循環型社会)を目指す行動が上位となっていました。

将来的な、環境ビジネス参入意欲は旺盛

一方、「消費者・顧客への環境情報提供や呼びかけ」が17.0%、「ISO14000シリーズの取得」が16.2%、「太陽光発電など、自然エネルギー設備の設置」が4.3%と、コスト削減に直結しにくいものやコスト負担が高いものについては実施率が低くなっています。ただし、「太陽光発電など、自然エネルギー設備の設置」については、「将来的に取り組む」という回答割合が33.5%と高く、長期的な経費削減の観点から今後の導入が進むものと考えられます。また、

企業の経費削減の意味合いも含め「アイドリングストップ等、CO₂削減の取り組み」の割合は比較的高くなっていました。

また、「環境配慮型製品やサービスの製造・販売・提供」を実施している企業は21.0%と、現状では少ないものの、「将来的に取り組む」までを含めると、その割合は約7割に上っており、今後、環境ビジネスへ参入する企業が増えていくであろうと推測されます。

3. 環境問題に対する取り組みについてのメリット

次に、環境問題への「取り組みのメリット」及び、現在既に実施している取り組み項目の「実際のコストとメリット」について、実施項目とのクロス集計の結果をみていきます(表1)。

取り組みメリットは、「社会的信用の向上」が最多。3Rは、経費削減効果が高い

環境問題への取り組みのメリットで多くの回答を集めたのは、「社会的信用の向上」と「経費削減」の2項目で、「法人・官公庁との取引拡大」を挙げる企業は少数でした。

「取り組みについてのメリット」別に環境問

表1 環境問題への取り組み状況(実施済み)×考えられるメリット+コストとメリットについて

		への引渡し	廃棄物のリサイクル業者 (リデュース)	資源節約の励行	再利用可能な廃棄物のリ サイクル	使用済製品の再使用 (リユース)	CO2削減の取り組み	アイドリングストップ等、 環境配慮型製品やサービ スの製造・販売・提供	消費者・顧客への環境情 報提供や呼びかけ	ISO14000シリ ーズの取得	太陽光発電など、自然エ ネルギー設備の設置
メリット		n = 363	n = 232	n = 219	n = 195	n = 154	n = 100	n = 83	n = 80	n = 19	
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
社会的信用の向上	n = 335	63.9	67.7	71.2	68.7	68.8	77.0	79.5	85.0	84.2	
経費削減	n = 151	27.8	24.6	20.1	24.1	24.0	18.0	15.7	10.0	15.8	
作業効率の向上	n = 29	4.4	4.3	4.6	2.6	3.9	1.0	1.2	2.5	-	
個人顧客の増加	n = 11	1.7	1.3	1.8	2.6	0.6	3.0	3.6	1.3	-	
法人・官公庁との取引拡大	n = 8	2.2	2.2	2.3	2.1	2.6	1.0	-	1.3	-	
コストとメリット		n = 372	n = 246	n = 225	n = 202	n = 166	n = 104	n = 84	n = 82	n = 22	
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
コスト負担とメリットが共にない	n = 33	5.4	3.7	6.7	4.5	5.4	9.6	8.3	4.9	4.5	
コスト負担はないがメリットはある	n = 17	1.9	1.2	2.7	2.5	1.2	1.0	-	-	-	
コスト負担はあるがメリットはない	n = 140	22.0	22.8	20.9	21.8	24.1	15.4	17.9	22.0	13.6	
コスト負担と同等のメリットがある	n = 339	65.6	65.9	64.4	65.3	62.7	66.3	65.5	64.6	72.7	
コスト負担以上にメリットがある	n = 21	5.1	6.5	5.3	5.9	6.6	7.7	8.3	8.5	9.1	

題に対する取り組み項目(実施済み)をみると、社会的信用の向上では「ISO14001シリーズの取得(85.0%)」や「太陽光発電など、自然エネルギー設備の設置(84.2%)」、経費削減では「廃棄物のリサイクル業者への引渡し(27.8%)」や「資源節約の励行(24.6%)」が、それぞれ高い割合を占めていました。特に、リデュース、リユース、リサイクルの取り組みについては、経費削減の割合が他項目に比べて高く、企業における経費削減効果が高いものと考えられます。

環境問題への取り組みを実施している企業の約7割が、そのメリットを認識

一方、実際のコストとメリットについては、「メリットはある」とする企業数(377先)が「メリットはない」とする企業数(173先)を上回っており、最多回答項目は「コスト負担と同等のメリットがある(339先)」でした。

「実際のコストとメリット」別に、環境問題に対する取り組み項目(実施済み)をみると、「コ

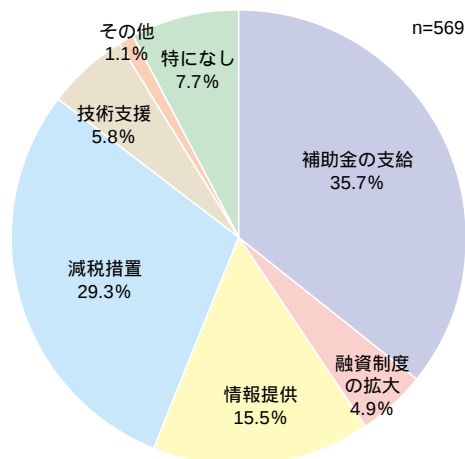
スト負担以上にメリットがある」及び「コスト負担と同等のメリットがある」との回答が最も多かったのは、「太陽光発電など、自然エネルギー設備の設置」でした。また、「環境配慮型製品・サービスの製造・販売・提供」は、「コスト負担とメリットが共にない」や「コスト負担と同等のメリットがある」、「コスト負担以上にメリットがある」の割合がそれぞれ他行目より高くなっています。したがって、環境問題への取り組みに対するコスト負担の有無や投資規模により格差はありますが、負担に見合ったもしくはそれ以上のメリットを享受している企業は多いようです。

4. 環境問題への取り組みについて期待する支援と望まれる社会環境

情報面の支援と取り組みコストの低減

次に、環境問題に取り組む際に期待する政策・支援については、「補助金の支給」35.7%、「減税措置」29.3%、「情報提供」15.5%と、経済面、情報面での支援が上位を占める結果と

図4 期待する政策・支援



なりました(図4)。

一方、望まれる社会環境としては、「環境関連製品の価格低下」が58.8%と最も多く、これに「消費者の環境に対する意識向上」が58.2%、「環境関連サービスの料金低下」が41.5%と続いています(図5)。

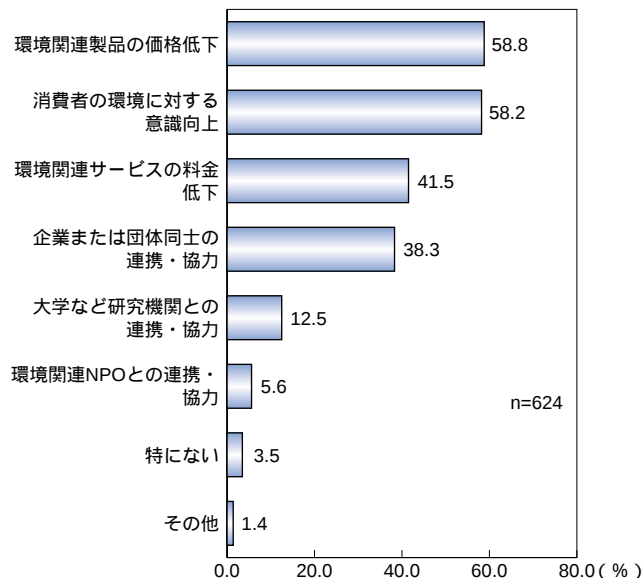
このように、企業が抱えているコスト面や情報面での課題が、期待する支援態勢や望まれる社会環境にもあらわれています。また、消費者の環境に対する意識が低く、環境問題への取り組みが評価されにくいという認識が、先の項目別取り組み状況で見たとおり、消費者や取引先に対応する環境問題への取り組みの実施率が低くなっている原因の1つではないかと考えられます。

アンケートのまとめ

以上のアンケート結果から、福岡、熊本、長崎の3県企業における環境問題への関心は極めて高いことがわかりました。

しかし、実際に取り組まれているのは、「資源節約(リデュース)」や「使用済み製品の再使用(リユース)」、「廃棄資源の再生利用(リサイクル)」といった資源循環型の行動が多く、現状では、環境問題への取り組み熱心な消費者や取引先に対応する行動については積極性に欠けているということもわかりました。

図5 望ましい社会環境



これは、昨今の厳しい経営環境の中であって、経費削減などの経営改善に直結する動きが優先されるという現状があるものと考えられます。また、環境問題への取り組みによって得られる主たるメリットが、社会的信用の向上という目に見えにくい性質のものであることから、費用負担や情報不足といった課題が足かせとなり実施率が低くなっているということも考えられます。

しかしながら、一方で、環境問題への取り組みをビジネス化し、相応のコスト負担と引き換えに同等もしくはそれ以上のメリットを享受し、個人顧客の増加などに結び付けている企業も少なくありません。

したがって、企業における環境問題への積極的な取り組みを促すためには、阻害要因と考えられる経費負担や費用対効果の不透明性、情報不足等に対し、資金面での補助の他、環境関連のノウハウの共有化や情報提供の強化などの支援が必要であるといえます。

そして、こうした支援により、環境保全はもとより、ひいては企業における環境ビジネスへの参入増加や競争力の向上につながることを期待します。

(横尾 直樹)