

中小企業経営者の実態

1月号  
2023

# FOR SOCIAL VALUE

## BLUE REPORT mini

中小企業のグリーントランスフォーメーション 〈2〉

～ 環境への取り組み体制の構築と確認・改善～

# 中小企業のGX化

企業がビジネス環境の変化に対応していくためにデータやデジタル技術を活用し、ビジネスモデルの変革を目指すDX（デジタルトランスフォーメーション）への社会の注目はますます高まっています。それとともに近年取り組みが拡大しているのが、温室効果ガスの排出を削減しつつ生産活動自体の脱炭素化に向けた変革を進めるGX（グリーントランスフォーメーション）です。具体的には、ペーパーレスや省エネの促進、企業活動におけるエネルギー源の脱炭素化などを通じたグリーンへの取り組みのことです。

この「2つのX」には密接な関係があります。DXにより効率化や多様な働き方が促進され、GXでも環境に配慮した取り組みが進みます。これらはSDGsに代表されるように、企業が時代の変化に対応し、生き残るためにも重要な視点です。フォーバルグループでは、この「2つのX」への取り組みをGDXと称し、選ばれる企業になるために必要な

道として注目しています。

GXへの取り組みにおいて、環境経営に関する姿勢や方針、具体的に取り組む内容などを策定する必要があることについては前号（ブルーレポート mini 2022年12月号）で報告しました。環境への取り組み方針策定の有無、CO2排出量の把握状況、環境経営に向けた目標設定の有無などについてですが、その実態に関する調査結果からは、中小企業の環境経営への取り組みは遅れていることが明らかになりました。

本号では、その続きとして環境経営に向けた目標についての詳細、すなわち計画策定や組織内の理解活動、さらにはその取り組みの記録や管理、見直しを進める体制が整っているかを聞いた結果について報告しています。単に目標を設定するだけでなく、その実行に向けた環境整備がどの程度進められているのか、中小企業の取り組み状況に迫ります。

## CONTENTS

### ブルーレポート mini 2023年1月号 目次

<b>1. 環境経営に向けた取り組み体制の構築</b>	<b>3</b>
1-1. 環境目標に対しての具体的な取り組み方法や計画の有無	3
1-2. 環境目標や取り組み計画の組織内への周知・理解	4
1-3. 環境に関する従業員への継続的な教育・啓発活動	5
<b>2. 環境目標に対する取り組みのチェックと改善</b>	<b>6</b>
2-1. 環境目標に対する取り組みの進捗状況等の管理・記録	6
2-2. CO2削減効果の把握・管理	7
2-3. 環境目標に対する計画やプロセスの修正・更新	8
<b>3. まとめ</b>	<b>9</b>

# 1. 環境経営に向けた取り組み体制の構築

ここでは、まず中小企業の環境への取り組みの中でも、体制の構築について調査をした結果をまとめている。

策定した目標は、それを実際に取り組みんでいくための手法や計画の策定に落とし込む必要がある。

さらには、それを実行する従業員に向けて周知す

ること、またより有効なものにするための従業員への教育・啓発活動が求められる。こうした組織への浸透を意識した取り組みがどの程度行われているのか、中小企業に対して行った調査結果を報告したい。

## 1-1. 環境目標に対しての具体的な取り組み方法や計画の有無

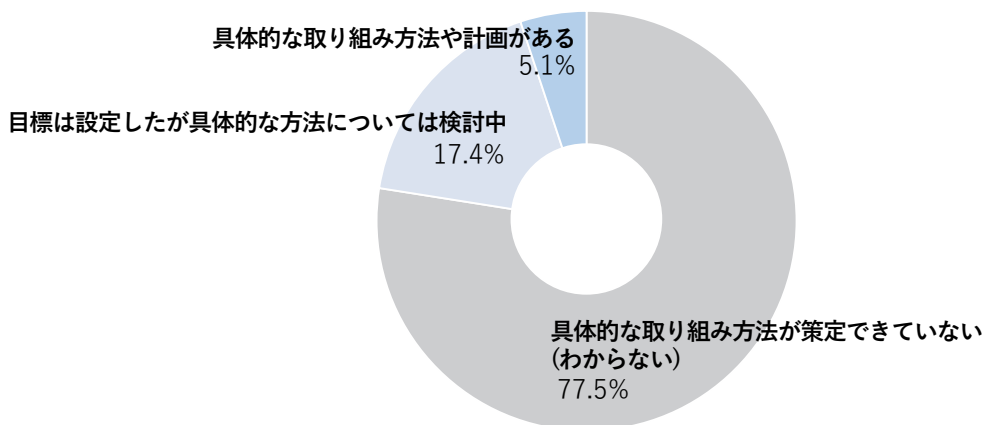
最初の質問は、環境目標に対する具体的な取り組み方法や計画の有無についてである。地球温暖化対策や企業の環境政策の重要性が問われるようになって久しいが、中小企業はどの程度、その取り組みを具体的に決めているのかを確認するものである。

最も多かったのは「具体的な取り組み方法が策定できていない（わからない）」と回答した777社（77.5%）であった。次いで多かったのが「目標は設定したが、具体的な方法については検討中」の

174社（17.4%）となり、「具体的な取り組み方法や計画がある」と回答した企業は51社（5.1%）にとどまっている。

このように、現状では、環境経営に向けた取り組みを進められていない企業が大半であることがわかった。また目標は設定していても具体的な方法の検討まで進んでいない企業が一定数いることから、具体的にどのように進めればよいかわからない企業が多い可能性がある。

### ■ 環境目標に対しての具体的な取り組み方法や計画の有無（n=1002）



調査期間：2022年10月3日～11月11日

## 1-2. 環境目標や取り組み計画の組織内への周知・理解

続けて、環境目標および取り組み計画について組織内へ周知し、組織全体で理解ができているかを聞いた。

組織の上層部で環境目標の設定やその計画を策定しても、実際にそれを運用する従業員や、事業活動への落とし込みがなされていなければ絵に描いた餅になってしまう。環境目標の実践は、いかに組織全体として取り組む体制を構築できるかにかかっているとも言えるだろう。

前問で、環境目標に対して「具体的な取り組み方法が策定できていない（わからない）」と回答した企業は77.5%に及んでいたが、本設問でも「組織内において周知および理解に至っていない」との回答が660社で最多となり、65.9%との結果となった。

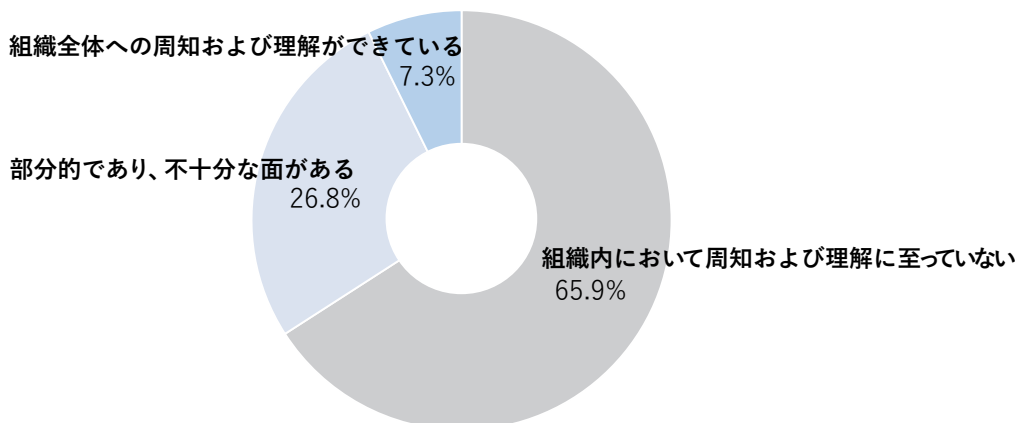
次いで多かったのは「部分的であり、不十分な面がある」の269社（26.8%）。最も少なかったのは「組織全体への周知および理解ができている」の

73社（7.3%）であった。

環境目標への具体的な取り組み方法が策定できていない企業が多いことをふまえても、組織への浸透、従業員への理解活動がまだまだ進んでいないことがわかる。

一方で、ここで注目したいのが「部分的であり不十分な面がある」（26.8%）の結果である。現状では取り組みの遅れが目立っているものの、何らかの周知および理解活動を試みている企業も4社に1社程度で存在していることがこの結果から明らかになった。さらに、「組織全体への周知および理解ができている」と回答した7.3%と合わせれば、34.1%の企業が何らかの取り組みを行っていることになる。目標や計画の策定が大前提となるが、それらを効率的に推進する際には、組織内での周知や理解活動の進め方についても具体的に検討することをお勧めしたい。

### ■ 環境目標や取り組み計画の組織内への周知・理解 (n=1002)



調査期間：2022年10月3日～11月11日

### 1-3. 環境に関する従業員への継続的な教育・啓発活動

環境経営に向けた取り組み体制の設問のうち、最後の設問は「環境への取り組みを有効なものとするために、従業員への環境に関する教育・啓発活動を継続的に実施し、組織全体での環境意識や知識向上に努めていますか」である。

前問とも関連する設問であるが、組織内への周知・理解活動の中でも、特に従業員への教育・啓発活動の実態について問うものである。環境経営を進めるにあたり、実行部隊となる従業員に向けて意識改革や情報共有を進め、実効性のある取り組みを図ることは、とても重要なことであると考えられる。

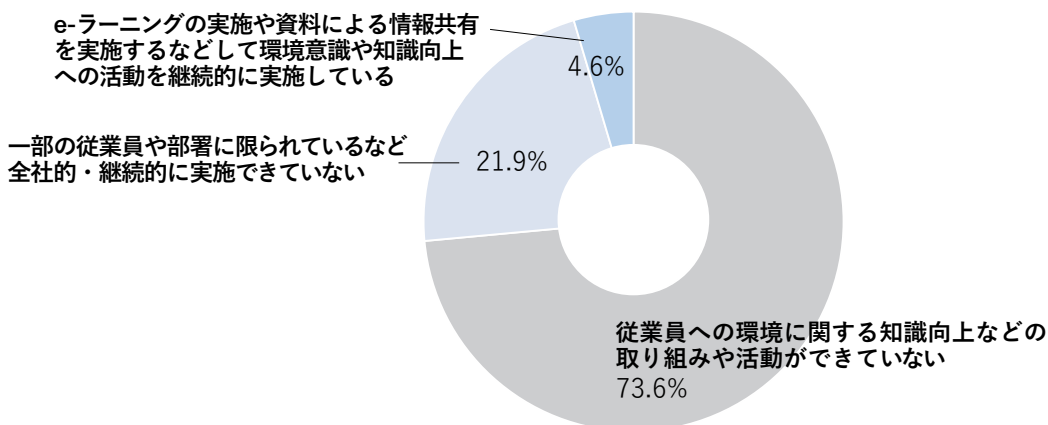
ここでも多かったのが「組織内において周知および理解に至っていない」と回答した737社（73.6%）であり、従業員への理解活動を進めていない企業が多いことが明らかになった。この場合も目標や計画の設定が大前提となるため、それら

ができていない企業も含めて従業員向けの教育・啓発活動の取り組み状況は遅れていることがわかる。

一方で、「e-ラーニングの実施や資料による情報共有を実施するなどして、環境意識や知識向上への活動を継続的に実施している」と回答した企業は46社（4.6%）にとどまっている。「一部の従業員や部署に限られているなど、全社的・継続的に実施できていない」と回答した企業は219社（21.9%）であり、両方の選択肢に共通する「何らかの活動をしている企業」として見ても、全体の26.5%と少数派であった。

従業員への教育や啓発活動はその内容もさることながら、取り組みを定着させるためにも、継続的に、また自社の事業との関わりを明確にした形で伝えていく必要があるだろう。

#### ■ 環境に関する従業員への継続的な教育・啓発活動（n=1002）



調査期間：2022年10月3日～11月11日

## 2. 環境目標に対する取り組みのチェックと改善

環境経営に向けた取り組みは、その目標のみならず具体的な内容、それを推進する社内体制の構築や実行する従業員への教育なども重要になることはこれまで述べてきたとおりである。

その取り組みをさらに強化し、より効率的に進めていくためには、その効果を検証する作業が重要になる。具体的には、自社の取り組みがどの程度

の効果を生み出しているのかを数値で可視化し、必要に応じて見直しや修正などの検証作業をすることである。

ここでは、環境経営への取り組みを検証しているかどうか、その実態を調査した結果について記すことにする。

### 2-1. 環境目標に対する取り組みの進捗状況等の管理・記録

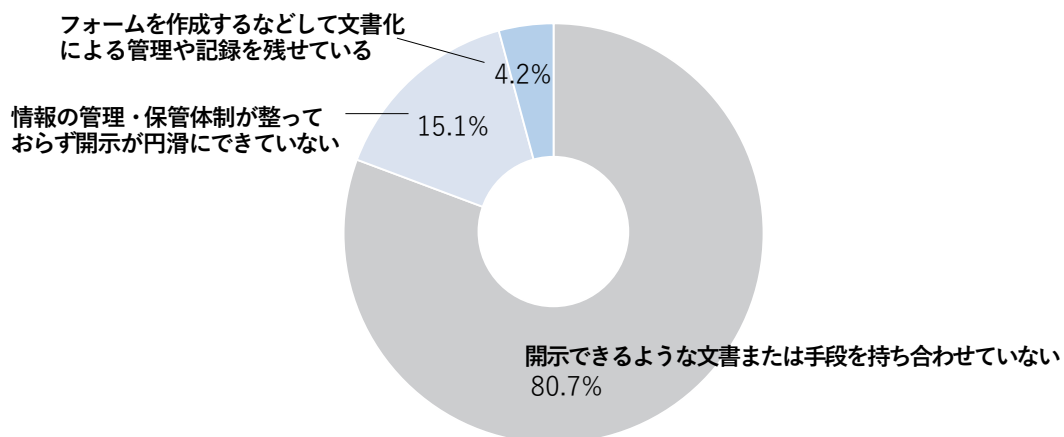
目標に対する効果測定を行う際には、実施する施策の見える化をし、その推移を確認する必要がある。取り組みの実態とそこから浮き彫りになる課題を把握し、次の手を検討するためである。

この効果測定を環境目標について行っているかを問う設問では、「開示できるような文書または手段を持ち合わせていない」と回答した企業が809社（80.7%）で最多となった。「フォームを作成するなどして文書化による管理や記録を残せている」と回答した企業は42社（4.2%）にとどまり、

また、取り組みは行っているものの「情報の管理や保管体制が整っておらず、開示が円滑にできていない」と回答した企業も151社（15.1%）であった。

効率的な対策を進める上では、取り組みの進捗状況や結果の記録を取り、内外に対して文書化による開示を進めることが出発点となり、肝要であると考えられる。しかしながら、この「施策の可視化」は、多くの中小企業で取り組みが遅れている実態が明らかになった。

#### ■ 環境目標に対する取り組みの進捗状況等の管理・記録 (n=1002)



調査期間：2022年10月3日～11月11日

## 2-2. CO2削減効果の把握・管理

次に、環境目標への取り組みに関して、「自社の取り組みがどれくらいのCO2削減につながったか、数値で把握および管理ができていますか」について聞いた。

「取り組みはしているが、CO2の削減量の把握までには至っていない」と回答した企業が868社となり、実に86.6%の企業が把握できていないことがわかった。「CO2の削減量を数値で把握および管理ができています」と回答した企業は134社（13.4%）にとどまっている。

日本国内の地球温暖化対策推進に向けて、1998年に公布された地球温暖化対策の推進に関する法律（温対法 ※参照①）では、一定規模以上（すべての事業所のエネルギー使用量合計が年間1,500ℓ以上となる事業者や、多量に温室効果ガスを排出する特定輸送排出者等）の企業はCO2排出量を算定し、報告することが義務付けられている。また、エネルギー起源CO2（化石燃料をエネルギー源と

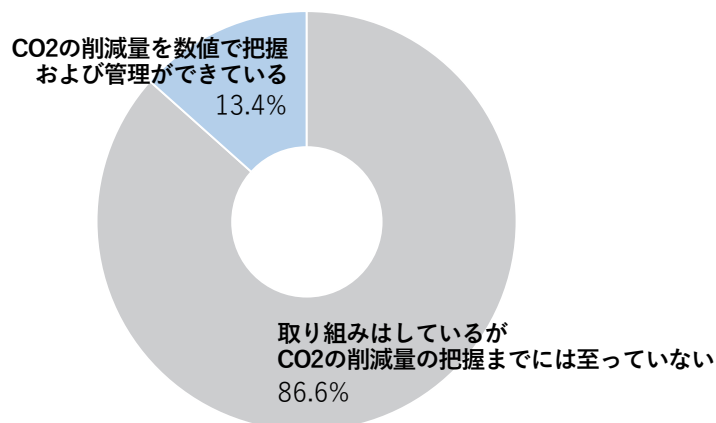
する際に発生するCO2）の報告については、エネルギーの使用の合理化等に関する法律（省エネ法 ※参照②）に従って対応することになる。把握する排出量の対象については、前号（ブルーレポートmini 12月号）の4ページ「CO2排出量の把握」に紹介しており、参照してもらいたい。また、その計算方法は政省令で定められている算定方法・排出係数を用いて算出することになる。

報告義務の対象となっている企業がこの対策をするのは当然だが、対象となっていない企業も、自社の取り組みを見える化するため、こうした算出の考え方や手法を参照した上で、自社の排出量について検証を試みてほしい。

※参照①：環境省ホームページ「温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度」内「精度概要」

※参照②：経済産業省資源エネルギー庁ホームページ「事業者向け省エネ関連情報 省エネ法の概要」

### ■ CO2削減効果の把握・管理 (n=1002)



調査期間：2022年10月3日～11月11日

## 2-3. 環境目標に対する計画やプロセスの修正・更新

最後に、「必要に応じて環境目標や取り組みの計画およびプロセスなどの見直し、文書化した情報の修正・更新をしていますか」との問いを行った。これは、環境目標に対する計画やプロセスについて検証を行った上で、見直しを行っているかどうかを聞くものである。

最も多かったのは、816社（81.4%）が回答した「見直しの取り組みができていない」であった。ここには現段階で取り組みの計画やプロセスに着手できていない企業も含まれているが、それを含めても8割を超える企業が検証作業、そして更なる改善策への取り組みまでできていないことが浮き彫りになった。

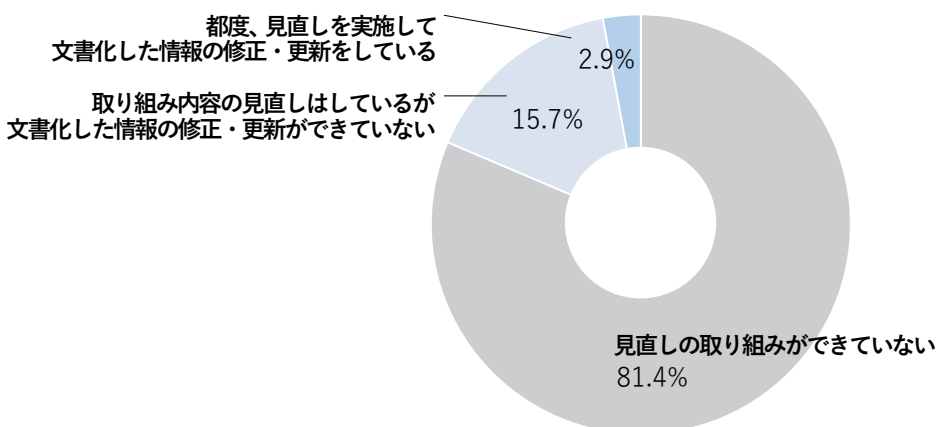
「都度、見直しを実施して、文書化した情報の修正・更新をしている」と回答した企業は29社（2.9%）にとどまっている。また「取り組みの見直しはしているが、文章化した情報の修正・更新ができていない」とする企業は157社（15.7%）と

なり、見直しを意識している企業は2割に到達していない。現状では、環境施策の取り組みを常に意識し、改善を試みる企業は少数派となっている。

環境経営には具体的にCO2削減を進める施策はもちろんのこと、省エネやペーパーレスなど日常業務における施策も含まれる。この実効性を高めるための見える化が重要であることは前ページでも紹介したところである。

そして、この見える化は関係各所に報告するためだけでなく、見直しに向けた検証を行うためのものでもある。また技術革新や社会的関心の領域拡大など、外部環境の変化が常に発生するのも環境施策の特徴だと言える。企業経営における環境対策は多岐にわたるため、常に意識的に情報収集を行い、かつ施策の改善を進めていくことが今後の企業経営には求められるだろう。

### ■ 環境目標に対する計画やプロセスの修正・更新 (n=1002)



調査期間：2022年10月3日～11月11日



## 3. まとめ

### ○中小企業の環境経営への対策は道半ば

国は温室効果ガスの削減について、2030年には46%削減（2013年度比）、さらには2050年のカーボンニュートラル（差引により排出量を実質ゼロにする施策）を目指している。省エネ法や温対法の規制対象でなくとも、川上企業からサプライチェーン全体に取り組みが求められたり、金融機関による審査基準に加えられたりするなど、社会的な関心の高まりを受けて中小企業にとっても無視できない動きが広がっている。この流れは止めることはできず、今後はさらに広がっていくものと予想される。

本レポートでは前月号と今月号の2回にわたり、「中小企業のGX化」についての調査結果を報告してきた。今月号では、中小企業の環境への取り組み体制の構築と効果測定についての調査結果を報告している。取り組み体制については、手法や計画の有無、その組織内への周知・理解、従業員への継続的な教育・啓発活動、そのいずれについても中小企業の取り組みは遅れており、その効果測定についても具体的な検証が実施できる環境整備は進んでいないことがわかった。前月号の方針や目標の設定も含め、中小企業の環境への取り組みは道半ばと言わざるを得ないだろう。

### ○国や専門家によるサポートが必要

環境省の「中小規模事業者のための脱炭素経営ハンドブッカー温室効果ガス削減目標を達成するためにー」によると、その進め方は①長期的なエネルギー転換の検討②省エネ対策③再生可能エネルギーの導入、が必要としている。運用改善の省エネ対策はもちろん重要であるが、温室効果ガス排出の少ないエネルギーの導入を進めなければなら

ず、そのためには長期的なエネルギー転換を検討することが肝要、というわけである。

また実際の取り組み計画や施策が決まれば、具体的な省エネ対策の事業への落とし込みやエネルギー源の調達についても検討しなければならない。さらには本レポートに記したように、その効果測定も同時に検討しなければならない。取り組みの見える化や数値の分析、対策の検討を進めることになる。

しかしながら、多くの中小企業がこの具体的な取り組みに踏み込めていない実態が調査から明らかになっている。その背景にはこれらの環境経営に関する情報が不足していることや、対応する人材や時間が足りないことなどがあると考えられる。国の政策と、中小企業の直面する実態にギャップがある中で、中小企業の環境経営が拡大できるか否かは、取り組みの必要性や丁寧な情報提供、また企業への導入支援など、いかに国や専門家がサポートできるかにかかっていると言えるのではないだろうか。

### ○攻めの環境経営で「選ばれる企業」に

地球温暖化を意識した対策をしていない企業は、今後「選ばれない企業」になる可能性がある。2015年に国連総会で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）は企業に対する新しい評価項目として定着しつつある。こうした動きに対し、義務感や必要性から対応するのではなく、差別化やブランディングの観点で取り組み、利益増大や企業の成長につなげてみてはいかがだろうか。この「攻めの環境経営」は中小企業にとっても、次世代の強みになっていくことは間違いないだろう。