

中小企業経営者の実態

12月号  
2022

# 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〈1〉

---

～ 環境への取り組み方針策定と目標設定～

# 中小企業のGX化

2022年10月3日、岸田文雄首相は第210回国会に向けた所信表明演説を行いました。その中では「成長のための投資と改革に向けた取り組み」として4つの分野、すなわち科学技術・イノベーション、スタートアップ、GX、DXへの取り組みを強化していくことが指摘されました。

4つの分野のひとつ、GX（グリーントランスフォーメーション）とは、「**企業における温室効果ガスの排出源である化石燃料や電力の使用を再生可能エネルギーや脱炭素ガスに転換することで、社会経済を変革させること**」です。気候変動対策は今や世界的な課題であり、途上国も含めて温室効果ガスの排出削減に向けた取り組みが急務です。演説は、温室効果ガス排出削減を進めるための経済・社会・産業の大改革に取り組むことを表明するものでした。

また、演説ではDX（デジタルトランスフォーメーション）についても言及されています。このDXと

GXには密接な関係があります。例えばペーパーレス対応を進めることはデジタル化の推進につながりますが、同時に紙の削減によりGXにもつながります。フォーバルグループではこれらを合わせてGDXと呼び、企業が向き合わなければならない重要な取り組みと考えています。

GXは現在、大企業を中心に取り組まれています。中小企業にとっても避けられないテーマでしょう。環境や社会課題に配慮しているかが投資の根拠にされるケースや、大企業が取引先に対して対応を必須としてサプライチェーン全体での取り組みを求めるケースも見られるためです。

中小企業のGXに向けた取り組みの状況について、この度調査を行いました（環境への取り組み方針や目標の設定、取り組み体制の構築や効果測定等）。今月号ではその前半として、環境への取り組み方針の策定や目標設定への取り組みについての調査結果を報告します。

## CONTENTS

### ブルーレポートmini 2022年12月号 目次

<b>1. 環境への取り組み姿勢</b>	<b>3</b>
組織として環境への取り組み方針策定（環境経営方針）の有無	3
<b>2. CO2排出量の把握</b>	<b>4</b>
自社領域（Scope1/Scope2）におけるCO2排出量の把握有無	4
<b>3. 環境経営に向けての目標設定</b>	<b>5</b>
3-1. 環境に影響を与えている要素の洗い出し・把握の有無	5
3-2. 組織としての取り組み事項の有無	6
3-3. 取り組み事項についての目標設定の有無	7
<b>4. CO2削減への取り組み</b>	<b>8</b>
CO2削減につながる環境活動の取り組み内容	8
<b>5. まとめ</b>	<b>9</b>

# 1. 環境への取り組み姿勢

GXへの取り組みに向けて、まず必要になるのが企業としての環境経営に向けた姿勢や方針、具体的に取り組む内容などを策定することである。環境経営とは、文字通り環境に配慮した経営を通して企業自身の発展とともに、持続可能な社会の実現に貢献するものである。自社事業に合わせたビジョンや取り組みについて検討しなければならない

い。また、それらは文書化（環境ビジョンや環境経営方針など）して社内外に示すことが望まれるだろう。

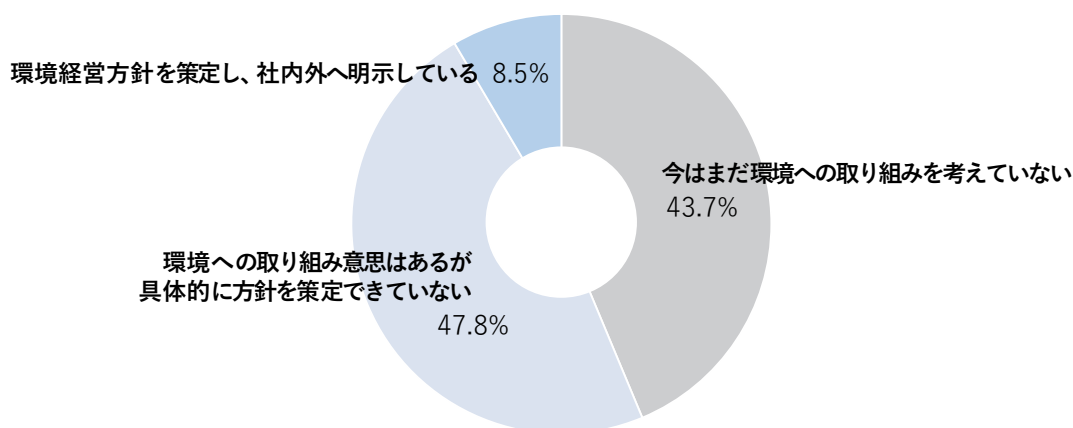
ここではまず、環境に配慮した経営に向けて中小企業はどの程度取り組んでいるのかを聞いた結果について紹介する。

## 組織として環境への取り組み方針策定（環境経営方針）の有無

環境に配慮した経営に向けた中小企業の取り組み状況を聞くと、最も多かったのは「環境への取り組み意思はあるが、具体的に方針を策定できていない」の479社（47.8%）であった。次いで「今はまだ環境への取り組みを考えていない」の438社（43.7%）が多く、現段階で環境への取り組み方針が策定できておらず、また社内外への明示もできていない企業が9割を超える結果となった。環境経営の重要性が指摘されてから久しいが、自

社の経営に反映させる取り組みはあまり進んでいないのが実態であると言える。持続可能な経営に向けた問題意識を持つ経営者は半数を超えるものの、経営者が主体的に事業の見直しや新たな取り組みを検討しなければならないため、対応する時間的、人材的な余裕がないのが要因と考えられる。DXと同様にGXへの社会的な注目が集まる中、早い段階で具体的な検討を進める必要があるだろう。

### ■ 組織として環境への取り組み方針策定（環境経営方針）の有無 (n=1,002)



## 2. CO2排出量の把握

GXへの取り組みにおいて、ビジョンや具体的な取り組みを策定する上でも重要になるのが自社のCO2排出量の把握である。現状の事業において、どの程度のCO2を排出しているのかを把握することで、どこに課題があるのかが明確化され、具体

的な取り組みについて検討することが可能になるためである。

ここでは、中小企業が自社のCO2排出量についてどの程度把握しているのかを国際基準であるScope1とScope2の分野において調査を行った。

### 自社領域（Scope1／Scope2）におけるCO2排出量の把握有無

温室効果ガス（90%近くがCO<sub>2</sub>）の排出量について算定・報告する際の国際的な共通の基準に「GHGプロトコル」というものがある（GHGは温室効果ガス：greenhouse gasの略語）。環境シンクタンクや企業、政府機関などが関わって策定されたもので、ひとつの企業のみならず、サプライチェーン全体での排出量を算定することを可能とするものである。

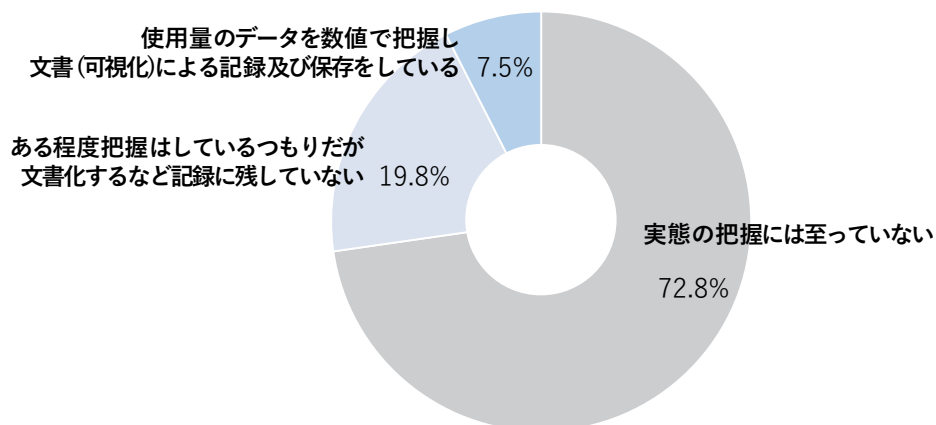
GHGプロトコルは温室効果ガスの排出量測定の3指標を設定している（①Scope1：直接排出量、②Scope2：間接排出量、③Scope3：その他の間接排出量）。このうち、自社が事業において排出すると位置付けられるのはScope1（電気以外の排出量、

ガソリン・軽油・灯油・ガスなど）とScope2（自社で使用している電気使用による排出量）であり、それ以外の他社での排出はScope3に含まれる（原材料、輸送、廃棄、従業員の通勤等）。

調査では、自社の排出量に関わるScope1とScope2について把握しているのかを聞いた。

最も多かったのは「実態の把握には至っていない」の729社（72.8%）であった。一方、使用量を数値で把握している企業は7.5%にとどまっている。現状では、自社のCO2排出量の把握ができていない企業が多数派であり、取り組みは遅れていると言わざるを得ないだろう。

### ■ 自社領域（Scope1／Scope2）におけるCO2排出量の把握有無 （n=1,002）



### 3. 環境経営に向けての目標設定

環境経営に向けて具体的に取り組む内容を決める際には、自社の事業における環境に影響を与えている要素の把握が必要になる。それにより、どのような対策をするべきか検討することが可能になるためである。

環境に対してどんな取り組みをしていくべきか、その策定に向けたプロセスは主に以下となる。

- ①事業活動において、何が環境に影響を与えている要素かを洗い出す（プラス要素、マイナス要素の両方）
  - ②自社として取り組める活動は何かを策定する
  - ③自社で取り組む活動について目標を設定する
- これらに関する中小企業の取り組みについて聞いた結果を、以下で紹介したい。

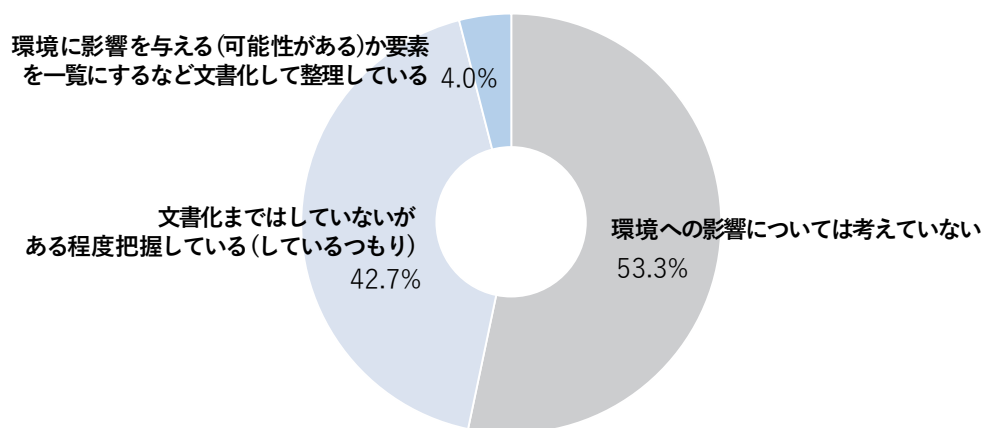
#### 3-1. 環境に影響を与えている要素の洗い出し・把握の有無

環境に影響を与えている要素について洗い出す作業については、マイナス要素はもちろんのこと、プラス要素も必要になる。この要素の洗い出しを行っているかを問う設問では、最も多かったのは「環境への影響については考えていない」と回答した534社（53.3%）であり、過半数を超える結果となった。また、次いで多かったのは「文書化まではしていないが、ある程度把握している（しているつもり）」の428社（42.7%）で、「環境に影響を与える（可能性がある）か要素を一覧にする

など文書化して整理している」と回答したのは40社（4.0%）にとどまった。

日本で温室効果ガスの排出が社会的に大きく注目されるようになったのは、1997年の気候変動枠組条約の京都議定書の採択時以降であろう。それから今年で25年となるが、現状では過半数の中小企業で自社の事業が環境に影響しているかを検討する作業が行われておらず、またその影響について詳細に把握している企業もごくわずかである実態が明らかになった。

#### ■ 環境に影響を与えている要素の洗い出し・把握の有無 (n=1,002)



## 3-2. 組織としての取り組み事項の有無

前問では、自社の業務において何が環境に影響を与えている要素かの洗い出しを行っているかについて聞いたが、ここではさらに、それらの要素から、組織として取り組んでいく事項を決定しているかについて聞いた結果を紹介したい。

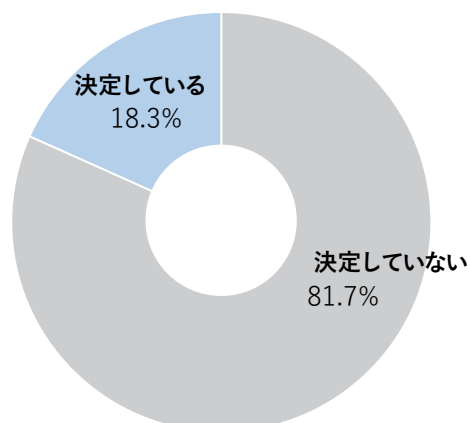
「決定していない」と回答したのは、819社（81.7%）で、「決定している」に大差をつける結果となった。この「決定していない」の中には、前問で「環境への影響については考えていない」と回答した企業も含まれていると考えられるが、同じく前問で「文書化まではしていないが、ある程度把握している（しているつもり）」と回答した企業も多く含まれていると考えられる。環境に影響を与えている要素について、組織として取り組む内容について決めている企業は2割に満たないことがわかった。

環境に影響を与えている要素について考えることはできても、それに対して具体的なアクションに

まで至らない背景としては、自社にとってのメリットを実感できていないことがあるのかもしれない。例えば、社会貢献活動や地域活動などCSRの一環として取り組む場合や、ESG（環境・社会・統治）投資の重要性を意識して取り組む場合などは、理念やイメージが先行してしまってその実現に向けた力のかけ方が弱くなる可能性がある。一方で、こうした環境への取り組みが企業イメージを向上させたり、サプライチェーンにおいて必要とされたりするメリットがあれば、積極的に取り組む姿勢が生まれるだろう。

理想や考え方として環境への対策を進めることは重要だと思っても、それが自社にとってどんなメリットがあるのかまで深く考えられていないのではないだろうか。環境への取り組みにおいて重要なのは、こうしたメリットを意識して具体的な取り組みを考えることであろう。

### ■ 組織としての取り組み事項の有無 (n=1,002)



### 3-3. 取り組み事項についての目標設定の有無

続けて、環境に影響を与えている要素について決定した取り組み事項がある場合、その目標（環境目標）を策定しているかどうかを聞いた。例えば、電気の使用量の削減やCO2排出量の削減、リサイクル量の増加、環境商品の販売量の増加などである。

前問で「決定している」と回答した企業は183社（18.3%）であった。それに対して「定量的に測定可能な目標を設定している」と回答した企業は43社（4.3%）にとどまっている。現状では、数値で把握できる具体的な目標設定を実施している企業はかなり少ないことがわかった。また、「目標は設定しているが、一部定性的な目標となっている」と回答した企業は130社（13.0%）であった。定量的な目標とまではいかないまでも、何らかの目標設定をしている企業は17.3%に上っていることも明らかになった。

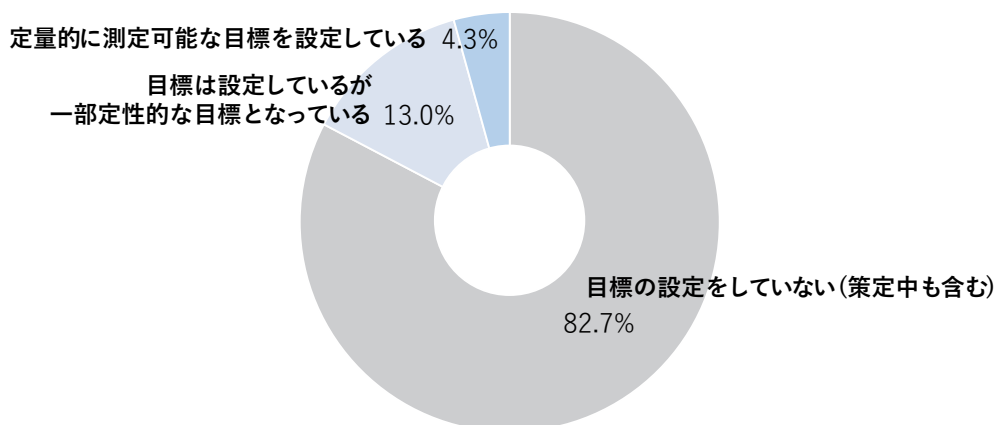
この結果から、環境に影響を与えている要素が判

明し、それに対する取り組み事項が決まっている場合は、何らかの目標を設定しているケースが多いことがわかった。一部定性的な目標であったとしても、目標を設定することで環境経営に向けた具体的な施策が明確化され、自社が取り組む活動の理由と意義もはっきりするだろう。

しかしながら、取り組み事項が決まっている企業はまだまだ少ない（前問「決定していない」81.7%）。さらに取り組み事項に関して「目標の設定をしていない（策定中も含む）」と回答した企業は82.7%に上っていることから、環境経営を進めるに当たっては自社にどんな課題があるのか、その解決のために何をすればよいのかを検討することが何より重要だと言えるだろう。

環境経営と言っても、具体的なイメージを持たない経営者がいるかもしれない。中小企業が取り組む環境への対策にはどのようなものがあるのか、それを次の設問にて紹介したい。

#### ■ 取り組み事項についての目標設定の有無 (n=1,002)



## 4. CO2削減への取り組み

ここまで環境への取り組みの必要性について述べてきた。事業活動を展開する上で、温室効果ガスの排出をゼロにするのは現実的ではないが、組織として行うことができる削減への取り組みはいろ

いろとあるだろう。

ここでは、中小企業が環境経営を念頭に取り組んでいる具体的な事例について紹介したい。

### CO2削減につながる環境活動の取り組み内容

CO2削減につながる環境活動について、具体的な取り組みを複数回答で聞いた。

複数回答可であるため、回答企業数（1,002社）と総回答数（2,868回答）は必ずしも一致しない。最も多かったのは「省エネルギー活動（意識的な活動：無駄な電気を消すや空調の適正な温度設定など）」（548社）で、回答企業の54.7%に上った。日頃の業務の範囲でできることから対応している企業が多いことがわかる。

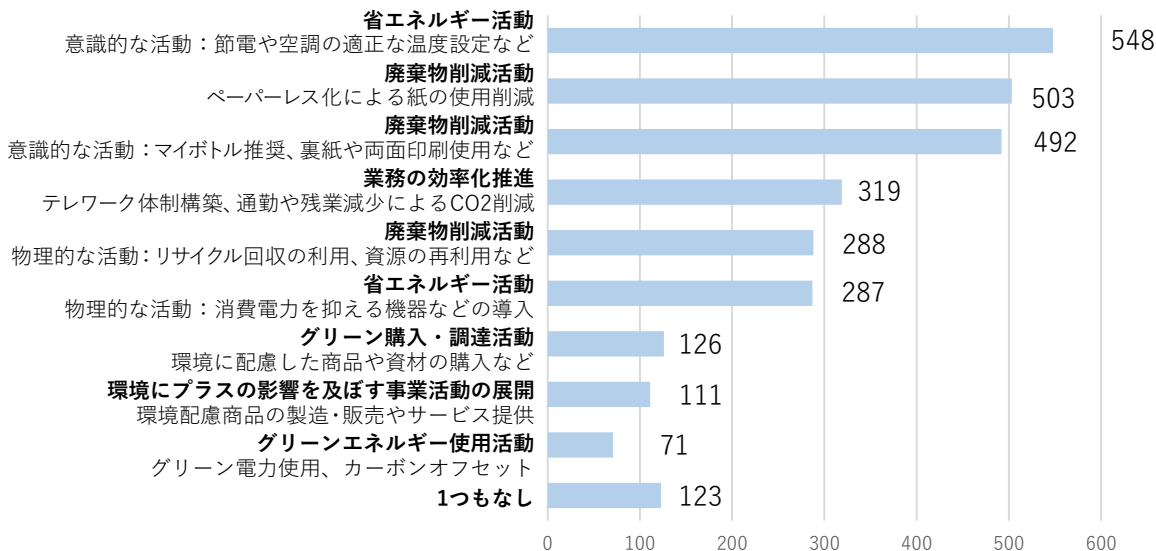
続けて多かったのは「廃棄物削減活動」で、「ペーパーレス化による紙の使用削減」（503社）については回答企業の50.2%が、「意識的な活動：マイボトル推奨、ゴミの分別、裏紙や両面印刷使用など」（492社）については回答企業の49.1%が実施しているとの結果が見られた。その他、業務

の効率化推進や「廃棄物削減活動」の「物理的な活動：リサイクル回収サービス利用、廃棄せずに再利用など」が続いた。

この結果から、日常業務において対応可能なものから進めている企業が多いことがわかった。また少数派ではあるものの環境対策としての設備投資や、カーボンオフセットのような制度を活用する企業もみられた。

政府が進めるGXは、こうした日々の業務において対応が可能な取り組みを進めことはもちろんだが、温室効果ガス排出削減を進めるための経済・社会・産業の大改革にまで踏み込んでいる。今後は、社会全体が環境配慮型に転換していくことを前提に、中小企業側も自社の強み、新たな可能性の検討も含めて準備を進めていく必要があるだろう。

#### ■ CO2削減につながる環境活動の取り組み内容（複数回答可）





## 3. まとめ

### ○なぜ今GXに注目が集まっているのか

温室効果ガスの排出削減への取り組みが日本で注目されたのは、国連気候変動枠組条約締約国会議（通称COP）が京都で開かれた1997年であろう。それから18年後の2015年、COP21でパリ協定が締結され、途上国も含めたすべての参加国に排出削減の努力を求めるものとなり、世界的な関心の高さを示すことになった。

それに伴い、日本でも官民挙げての温暖化対策が推奨される。政府は2030年の削減目標として、2013年度比でマイナス46%、さらに2050年には実質的な排出ゼロを目指す高い目標を設定した。また、近年は世界各地で温暖化による自然災害が増加していることも、対策の必要性を訴える声を後押ししている。国のみならず、企業にも環境経営への取り組みを求める動きは年々強まっている。こうした動きを踏まえて注目されているのが、環境・社会・ガバナンスを重視するESG投資である。また大企業には、自らのサプライチェーンに対して自社と同様の環境対策を求める動きも見られるようになった。環境対策は今や企業活動に不可欠な要素と言えるだろう。

こうした中で登場したGXは、化石燃料の活用から再生可能エネルギーや脱炭素エネルギー源に転換させ、社会経済全体を変革することを意味している。これに伴って、大企業を中心に環境配慮型のビジネスモデルへの転換が積極的に進められているのである。

### ○中小企業にとってもメリットは多い

このGX、また環境経営の推進は、中小企業にとってもメリットがあると考えられる（以下参照）。

①競争力確保（サプライチェーンへの参画、同業他社との差別化）

②固定費の削減（業務効率化、ペーパーレス推進）

③知名度や認知度の向上（先進的な取り組み、企業イメージアップ）

④社員のモチベーション向上や組織力向上（社員や応募者からの共感、自信）

⑤資金調達や投資増の可能性（金融機関からの高評価、投資の増加）

しかし、本レポートでも紹介したとおり、環境への取り組みを考えていない企業がまだまだ多数派を占めているのが現状である。中小企業の環境経営への取り組みは遅れていると言わざるを得ない状況にあるだろう。

一方で、国を挙げた環境対策は待ったなしである。大企業のみならず中小企業も、自社の排出量の把握に加え、環境に影響を与えている要素の洗い出しや取り組む活動の策定と目標設定を早急に進める必要がある。

その検討においては、上記①～⑤のようなメリットの実現に向けて、自社事業を改めて振り返ることでイメージ化ができると思われる。しかしながら、具体的な検討や対応まで進んでいない中小企業に対しては国や専門家のサポートが有効であろう。DXとともに官民を挙げたGXへの取り組みが広がる今、中小企業にも取り組みが広がるような支援の在り方を検討する必要がある。

### ○次回は体制構築や効果測定について検証

今月号では、環境への取り組み方針の策定と目標設定についての調査結果を報告した。来月号では、環境への取り組みを進める上でのベースとなる体制の構築、そして効果測定への取り組みの実態についてお伝えしたい。