

環境経営の伸展と小企業の経営

日本政策金融公庫総合研究所主席研究員

竹内英二

要旨

国際的に環境意識が高まるなか、大企業を中心にグリーン調達や環境経営が広がっている。グリーン調達は直接取引がある企業を対象とするものであるが、下請け取引などを通じてサプライチェーンを構成する小企業にも広がっており、企業間取引を主とする小企業の約3割が何らかのかたちで環境問題に取り組むよう要請を受けている。グリーン調達のガイドラインを提示され、基準を満たすことが取引条件となっている企業も2割ほどあり、要請してくる企業は増加傾向にある。

要請がある前からすでに対応していた企業や要請があっても円滑に対応できた企業もある一方で、対応に苦勞した企業、現在も対応できていない企業も同程度ある。また、当初は円滑に対応できた企業でも、活動を継続するにあたっては問題を抱えている場合が少なくない。

グリーン調達などは法令で定められたことではないが、環境への負荷を減らす効果がある。企業数の大半を占める小企業が環境問題への取り組みにおいて障害・制約に直面していることは、日本全体の環境問題への対応を遅らせることになる。商取引上の問題ではあるが、小企業が大企業を中心とするグリーン調達や環境経営に対応できるよう支援態勢を整える施策が求められる。

1 本稿の目的

本稿の目的は二つである。一つは、環境問題に関する意識が国際的に高まるなか、小企業がどの程度まで環境問題に対応しているかを把握することである。今後、環境問題への対応は要求水準が上がっていくと予想される。小企業には早めの対応が求められるが、実態はどうだろうか。

もう一つは、本稿の主目的であるが、製造業や建設業の大企業を中心に広がっているグリーン調達、あるいは環境経営といった環境問題への対応が小企業の経営にどのような影響を及ぼしているのか、うまく対応できているのかを明らかにすることである。

大企業と直接取引をしている小企業は必ずしも多くはないが、大企業がグリーン調達を確実に実行しようとするれば、サプライチェーン全体の協力が不可欠である。何次の下請けであろうが、製造・加工した部材がグリーン調達を実施しているメーカーに納品されるのであれば、グリーン調達の基準を満たしていなければならない。

グリーン調達の基準を満たすには相応のコストがかかる。また、基準を満たしていなければ、大企業と直接取引している場合はもちろん、何次の下請けであっても仕事が減る。したがって、グリーン調達や環境経営が広がることは、小企業の経営に少なからぬ影響を与えるはずである。

2 先行研究について

本稿の参考となる先行研究はないが、中小企業による環境問題への対応を調べたアンケートはいくつかある。最近のものとしては商工組合中央金庫調査部が2008年7月に行った「中小企業の環境問題への取り組みに関する調査」がある。われわれが行ったアンケート（「環境問題への対応に関

するアンケート」）と同様の設問もあり、ほぼ同じ結果を得ているものもあるが、決定的な違いとして、同金庫の調査では、法規制を遵守するために行っている活動も環境問題への対応に含めているのに対し、われわれが行った調査では環境問題への対応に含めていないことである。

これは法令に従うのは当然だということ、グリーン調達や環境経営は必ずしも法令に基づいて行われているわけではないことによる。小企業の環境問題への対応状況を知るためにも、環境問題への対応が企業間取引にどのような影響を及ぼしているかを知るためにも、法令を遵守するための活動は除くべきだと判断した。

3 アンケートについて

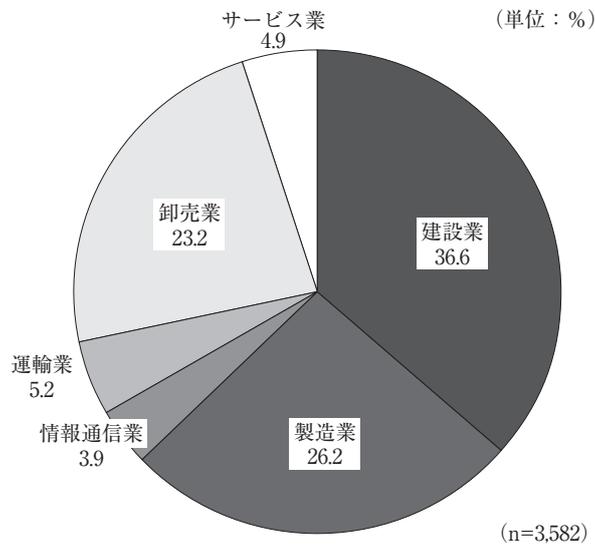
本稿は「環境問題への対応に関するアンケート」の結果に基づいている。アンケートの対象は、国民生活金融公庫（現・日本政策金融公庫国民生活事業）が2009年9月に融資した企業および日本政策金融公庫国民生活事業が2009年10月に融資した企業であって、建設業、製造業、情報通信業、運輸業、卸売業、サービス業（廃棄物処理業、建築設計業、機械設計業、ビルメンテナンス業）に該当する企業から1万2,000社を抽出した。調査票の送付、回収ともに郵送で行い、3,582企業から回答を得た（「調査要領」参照）。業種を限定したのは、環境問題が企業間取引に与える影響を知ることが調査の主目的だからである。

4 アンケート回答企業の主な属性

(1) 業種

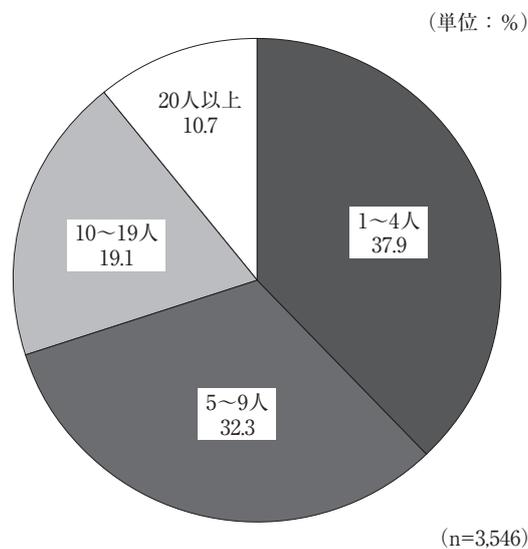
アンケート回答企業の業種構成を見ると、建設業が36.6%で最も多く、次いで製造業が26.2%、卸売業が23.2%となっている（図-1）。

図-1 業種



資料：日本政策金融公庫総合研究所「環境問題への対応に関するアンケート」(以下同じ。)

図-2 従業者数 (パート・アルバイトを含む)



(2) 従業者規模

アンケート回答企業の従業者数 (パート・アルバイトを含む) は、「1~4人」が37.9%、「5~9人」が32.3%、「10~19人」が19.1%、「20人以上」が10.7%となっている (図-2)。

5 環境問題への取り組み状況

(1) 取り組んでいる企業の割合

前述のとおり、本調査では法律や都道府県の条例に従うために行っている環境問題への取り組み

図-3 環境問題への取り組みの有無

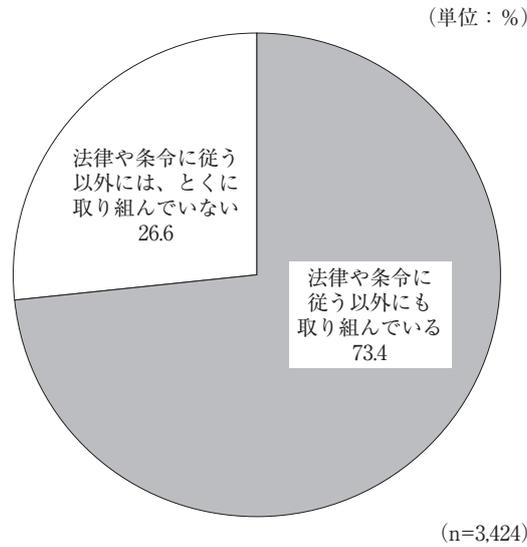
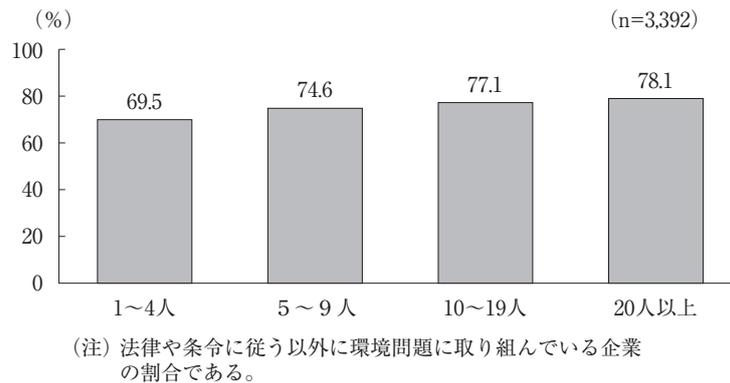


図-4 従業員規模別にみた環境問題への取り組み割合



は、調査の対象としていない。たとえば、自動車NOx・PM法に対応するために旧式のディーゼル車を適合車に買い替えることは、本調査では環境問題への対応とはしない。調査の目的に沿わないからである。

その上で、環境問題への取り組み状況を見たのが図-3である。「法律や条令に従う以外にも取り組んでいる」企業が73.4%を占めている。100%が理想ではあるけれども、かなり多くの小企業が取り組んでいると評価してもよいのではないだろうか。

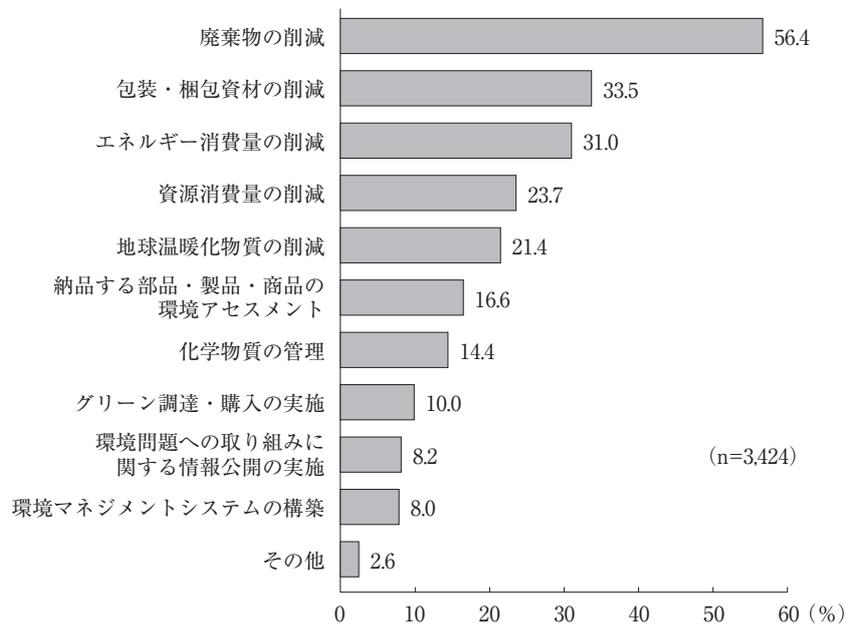
環境問題に取り組んでいる企業の割合は、わず

かな差ではあるが、従業員規模が大きいほど多くなっている(図-4)。この理由はいくつか考えられる。たとえば、環境問題への取り組みには人手が必要なものがあり、規模が大きいほど取り組みやすいということが挙げられる。また、詳しくは後で述べるが、規模が大きい企業ほど環境問題に取り組む必要性が大きいことも理由として挙げられる。

(2) 取り組みの内容

アンケートに回答した企業が取り組んでいる内容は「リデュース(削減)」に関するものが多い。

図－5 取り組んでいる活動の種類（複数回答）



なかでも、「廃棄物の削減」は56.4%の企業が取り組んでいる（図－5）。

このリデュースは環境問題の基本とってよい。たとえば、2000年に公布された「循環型社会形成推進法」の第2条によれば「循環型社会」とは、「製品等が廃棄物等となることが抑制され、並びに製品等が循環資源となった場合においてはこれについて適正に循環的な利用が行われることが促進され、及び循環的な利用が行われない循環資源については適正な処分が確保され、もって天然資源の消費を抑制し、環境への負荷ができる限り低減される社会」である（下線は筆者）。

つまり、廃棄物をできるだけ出さないことが最も重要なことであり、それでも出てしまう廃棄物は、可能な限りリサイクル、あるいはリユースしていくことを目指しているのである。

これは廃棄物の抑制が喫緊の課題であることを反映している。国土の狭い日本では廃棄物を埋め立て処理する場所が限られている。たとえば、名古屋市では埋め立てによる廃棄物処理が限界に達し、1999年1月には市長が「ごみ非常事態宣言」

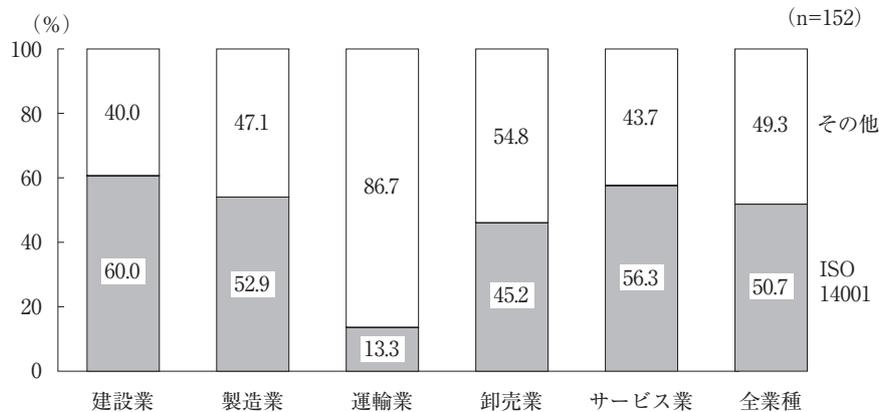
を出し、市民や企業に廃棄物を削減するよう求めた。また、廃棄物の埋め立ては土壌や地下水の汚染といった問題も惹起する。「廃棄物の削減」は国民の義務とってよい。

「廃棄物の削減」に次いで多いのは、「包装・梱包資材の削減」の33.5%であるが、これも目的は廃棄物の削減にある。部品の梱包をやめて、いわゆる「はだか納品」を行ったり、段ボール箱での納品をやめて「通い箱」と呼ばれるコンテナを使ったりする企業が少なくない。

「エネルギー消費量の削減」(31.0%)、「資源消費量の削減」(23.7%)もまた、天然資源の消費を抑制し、環境への負荷をできるだけ低減するという循環型社会の理念に沿うものである。もっとも、どちらもコストダウンにつながる可能性があるため、必ずしも環境問題への対応だけが目的であるとはいえない。

一方、「グリーン調達・購入の実施」は10.0%、「環境マネジメントシステムの構築」は8.0%と少ない。グリーン調達とは、環境に配慮した部材を提供する企業や環境に配慮した経営を行っている

図-6 認証を取得している環境マネジメントシステムの種類



(注) 情報通信業は1企業しか回答がなかったため除外した。その企業が取得している環境マネジメントシステムはISO14001である。

企業から優先的に仕入れることをいい、グリーン購入は環境への負荷が少ない文房具やOA機器などオフィス用品を優先的に購入することをいう。企業によってはグリーン購入をグリーン調達と呼ぶ場合もあるが、いずれにせよ小企業にとっては実行が難しい。

購買力の小さな小企業が仕入先や外注先に自社が定めたグリーン調達のガイドラインに従うように要求することは、よほどの理由がないと困難である。取引を断られる可能性すらあるだろう。そもそもガイドラインを作成することも難しい。また、グリーン購入の対象となるオフィス用品には価格が高いものが少なくない。たとえば、LED照明の省エネルギー効果は高いが、価格もまだ高く、蛍光灯や白熱灯と入れ替えることは費用の負担が大きい。

環境マネジメントシステムは、廃棄物の削減やエネルギーの削減など環境問題への対応を効果的に行うためのツールであり、それ自体は環境問題への対応ではない。ただ、グリーン調達のガイドラインに環境マネジメントシステムの認証取得を掲げている大企業も少なくないので選択肢として入れたものである。

環境マネジメントシステムとは、環境への負荷

を減らす経営の仕組みであり、それを外部の機関によって認証してもらうものであるが、当然審査や認証の取得には費用がかかる。そのため、「環境マネジメントシステムの構築」に取り組んでいる小企業は少ない。

「環境マネジメントシステムの構築」に取り組んでいる企業に、認証を取得している環境マネジメントシステムの規格を質問したところ、最も多かったのはISO14001で、50.7%の企業が取得していた(図-6)。ただし、運輸業では運輸業だけを対象とした独自規格である「グリーン経営」が73.3%を占めている。

現在日本には、ISO14001の他に環境省がガイドラインを作成した「エコアクション21」や京都を発祥とするKES・環境マネジメントシステム・スタンダード、民間企業が協力して自主的に作成したエコステージがある。いずれもISOと比べると、認証の取得までにかかる費用は数分の1ですみ、小企業でも利用しやすくしている。

にもかかわらず、ISO14001を取得している企業が最も多いのは、1996年に誕生した最も古い規格であること、国際的に通用する唯一の規格であること、それゆえ知名度が高いことが要因であろう。グリーン調達のガイドラインに環境マネジメ

図-7 環境問題に取り組み始めた年

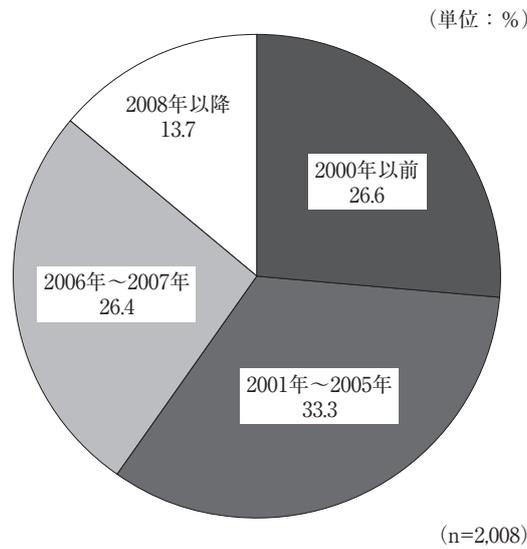
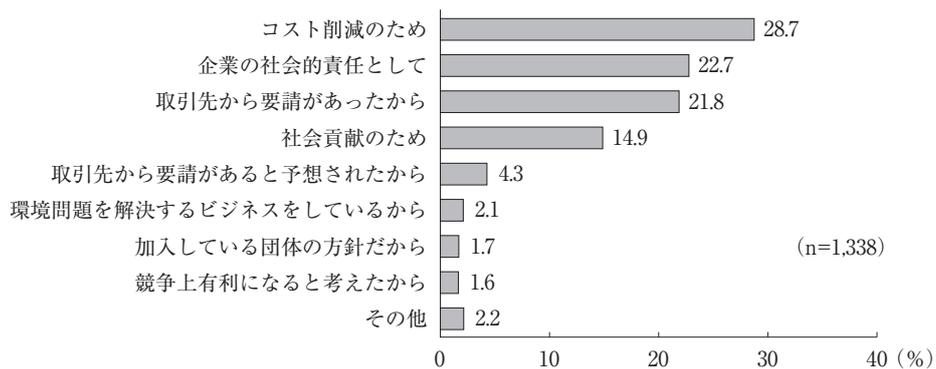


図-8 環境問題に取り組んだ最大の理由



ントシステムの認証取得を掲げている大企業のなかには、一部の国内規格を認めていない場合があることも一因と考えられる。

(3) 取り組みを始めた年

環境問題に取り組み始めた年を見ると、2001年以降という企業が全体の約4分の3を占めている(図-7)。1993年には環境基本法が公布されたこと、1996年にISO14001が発効したことを考えると、もっと早くから取り組んでいた企業が多くてもおかしくないが、実際にはこの10年ほどの間に取り組む企業が増えている。この理由については後述するが、2001年以降、環境問題をめぐって多

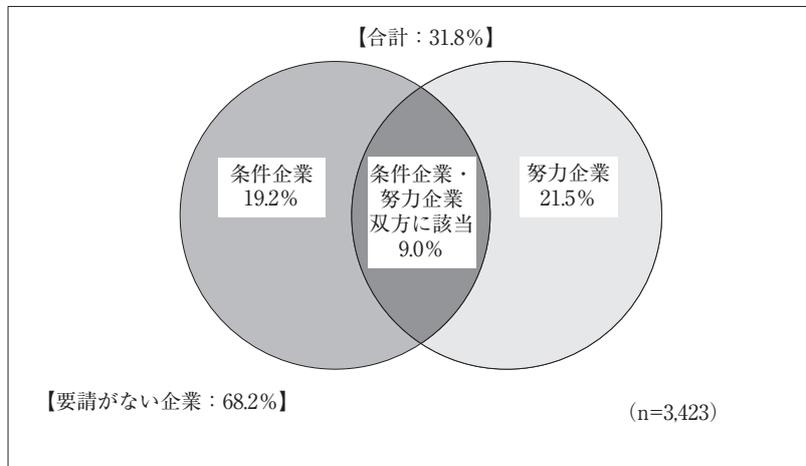
くの動きがあったことや、小企業の景況が長く低迷していることが考えられる。

(4) 環境問題に取り組んだ理由

環境問題に取り組む理由は企業によっては複数あるかもしれないが、本調査では最大の理由だけを質問した。その結果、最も多かったは「コスト削減のため」の28.7%で、以下「企業の社会的責任として」の22.7%、「取引先から要請があったから」の21.8%が続く(図-8)。

この取り組み始めた理由は、いつから活動を始めたかによって違いが見られる。回答が最も多かった「コスト削減のため」は、「2000年以前」

図-9 受注・販売先から環境問題への取り組みを要請されている企業の割合



(注) 環境問題に取り組むことが取引の条件となっている受注・販売先が1社以上ある企業を「条件企業」、取引条件ではないができるだけ取り組むよう求められている企業を「努力企業」とした。

に始めた企業では28.1%、「2001～2005年」に始めた企業では24.9%であるのに対し、「2008年以降」に始めた企業では36.9%にもなる。

「企業の社会的責任として」始めた企業の割合は、年が下るに従って少なくなり、「2000年以前」に始めた企業では26.9%であったのが、「2008年以降」に始めた企業では19.9%となっている。

「取引先から要請があったから」取り組み始めた企業の割合は「2000年以前」に始めた企業では16.5%であったが、「2001～2005年」に始めた企業では28.1%に急増し、その後「2006～2007年」は22.1%、「2008年以降」は17.0%と減少してきている。

あえて要約すれば、2000年以前は環境問題に関して意識の高い企業が自主的に取り組みを始め、2001年になると、受注・販売先から要請されて取り組む企業が増え、最近ではコストダウンのために環境問題に取り組む企業が増えてきているといえよう。当然ながら、社会・経済の動きを反映していると考えられる。

6 受注販売先からの要請による

取り組み

(1) 増加する取引先からの要請

本節からは、本稿の主な目的である環境問題が企業間取引にどのような影響を及ぼしているかを見ていく。図-8で見たように、「取引先から要請があったから」環境問題に取り組み始めたという企業は21.8%であるが、取引の条件として、あるいは条件ではないもののできるだけ取り組むように環境問題への対応を要請される小企業は増加傾向にあると思われる。

図-9はアンケート回答企業のうち、受注・販売先から環境問題への取り組みを要請されている企業の分布を見たものである。ここで「条件企業」とは「グリーン調達ガイドラインを示すなど、環境問題への対応を取引の条件としている受注・販売先」が少なくとも1社ある企業を、「努力企業」とは「取引の条件ではないものの、環境問題に取り組むよう要請してきている受注・販売先」が少

図-10 受注・販売先からの環境問題への対応要請の動向

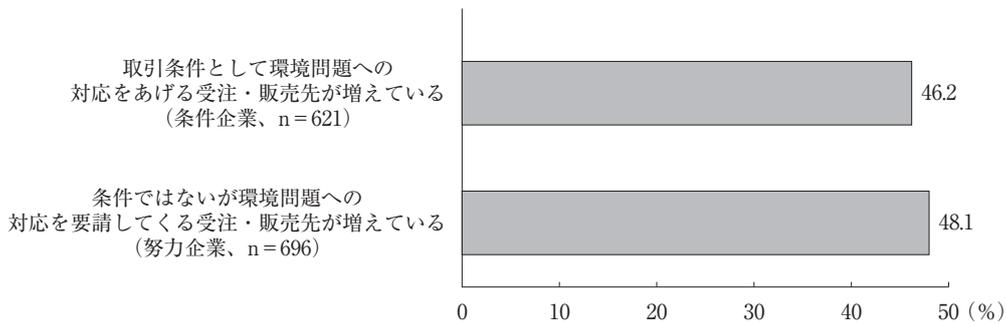
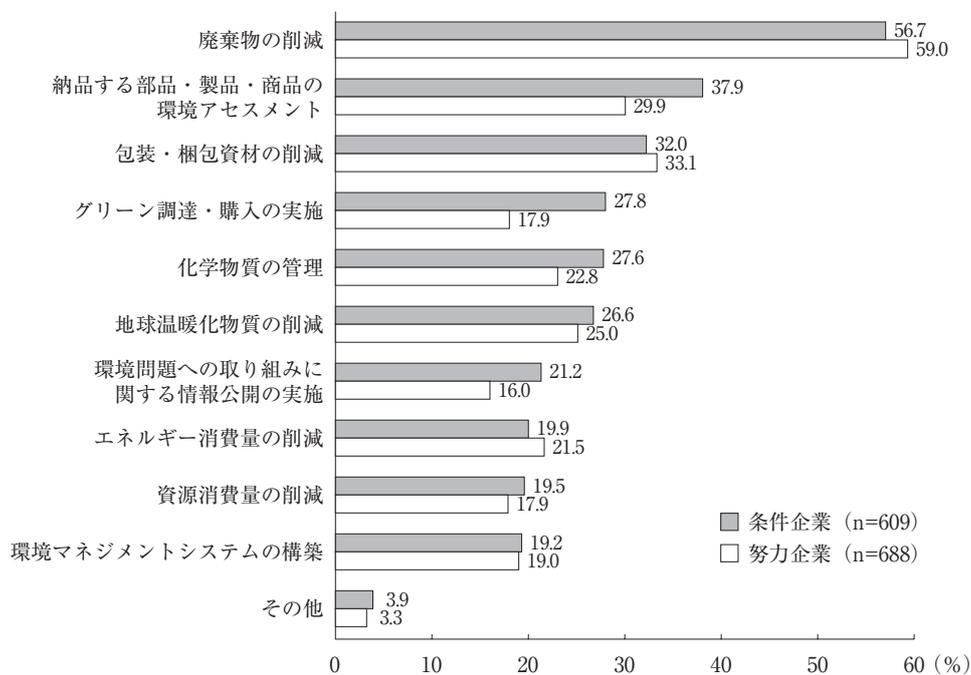


図-11 要請されている取り組み



なくとも1社ある企業をそれぞれ指す。

図-9に示した通り、「条件企業」は19.2%、「努力企業」は21.5%あり、双方に該当する企業も9.0%ある。合計すると31.8%の企業が受注・販売先から環境問題について何らかの対応を要請されていることになる。

この「条件企業」と「努力企業」に対し、環境問題への対応を要請してくる受注・販売先が増えているかどうかを質問したところ、図-10のように、「条件企業」は46.2%、「努力企業」は48.1%が増加傾向にあると回答した。

環境問題への取り組みが取引条件となっている企業はまだ少なく、また努力要請にとどまっている企業もあるが、環境問題への対応を要請される小企業は増加していくと考えられるのである。

(2) 要請の内容

受注・販売先から要請されている内容は、「条件企業」「努力企業」ともほぼ同じである。最も多いのは「廃棄物の削減」で「条件企業」「努力企業」ともに6割近い(図-11)。

これは、廃棄物の処理責任者は、廃棄物を排出

した事業者だからである。たとえば、建設現場で発生する廃棄物の処理責任者は建設を請け負っているゼネコンやハウスメーカーであるが、現場には多くの下請け業者も作業をしている。下請け業者が出す廃棄物も、処理責任者は元請けであるゼネコンやハウスメーカーになるので、下請け業者にも廃棄物の削減を要求することになる。

実際、「条件企業」のうち、「廃棄物の削減」を要求されている企業の割合は建設業では78.4%にもなる。同様にサービス業も63.0%と多い。サービス業の大半を占める廃棄物処理業者が要求されているためであるが、これも廃棄物の処理責任者は排出事業者であることが理由である。もちろん、廃棄物が減れば処理コストが削減できるということも大きな理由であろう。

「廃棄物の削減」に次いで多いのは、「努力企業」では「包装・梱包資材の削減」であるが、「条件企業」では「納品する部品・製品・商品の環境アセスメント」となっている。前者は「廃棄物の削減」と同じことが理由である。後者は、主に製造に関わることである。「条件企業」のうち、製造業では53.6%、製造業に部材を販売するものが多いと考えられる卸売業では46.3%が「納品する部品・製品・商品の環境アセスメント」を要求されている。

輸出品の場合、EUのRoHS指令や中国版RoHSに対応するため、納入業者には原材料や部品の加工に禁止されている化学物質が混入していないこと、使用量の制限がある化学物質については基準値以下であることを証明する書類を添付することが求められる。たとえば、六価クロムでメッキしたネジが1本使われているだけでもEUでは販売できないからである。国内向けの製品でもEUと同様にリサイクルを難しくしたり、環境や人体に悪影響を与えたりする化学物質の使用をやめようとする動きが広がっている。

「条件企業」では「グリーン調達・購入の実施」

を求められる企業も27.8%と多い。大企業のグリーン調達方針には、たんに環境への負荷が少ない部材を優先的に調達するというだけでなく、環境に配慮した経営を行っている企業から優先的に調達することも含まれていることが少ないからである。たとえば、NECのグリーン調達コンセプトによれば、「環境意識の高いお取引先」「環境負荷の小さな製造工程」「環境負荷の小さな製品・部材」の3点を考慮して取引先を格付けし、調達先を選定しているという。納品する部材にさえ問題がなければよいというわけではないのである。

環境問題への取り組みが求められるのは、部材の納入業者だけではない。たとえば、「地球温暖化物質の削減」を要請されている企業は、「条件企業」では26.6%であるが、運輸業に限ると64.0%になる。環境問題への対応は、サプライチェーン全体に求められているのである。

(3) 中小企業間にも広がる要請

「条件企業」と「努力企業」の割合は、従業者規模が大きくなるほど多くなる。たとえば「条件企業」の割合は、「1～4人」層では17.9%であるが、「20人以上」の層では27.6%になる。「努力企業」の割合も「1～4人」層では17.9%であるのに、「20人以上」の層では30.3%になる(図-12)。これは従業員規模が大きくなるほど、上場企業や上場はしていないが中小企業でもない、いわゆる中堅企業や非上場の大企業と取引している企業が多くなるからである。

「条件企業」と「努力企業」について、「上場企業」「従業員300人超の非上場企業」「官公庁・公的機関(グリーン購入の努力義務がある)」と取引がある割合を、従業者規模別に見たのが図-13である。「上場企業」と「従業員300人超の非上場企業」は明らかに規模が大きくなるほど取引がある企業の割合も増えている。「官公庁・公的機関」

図-12 従業員規模別に見た条件企業・努力企業の割合

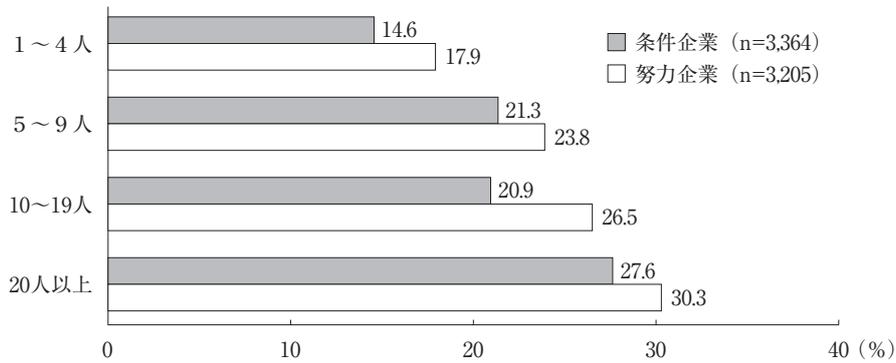


図-13 従業者規模別に見た取引がある受注・販売先の種類

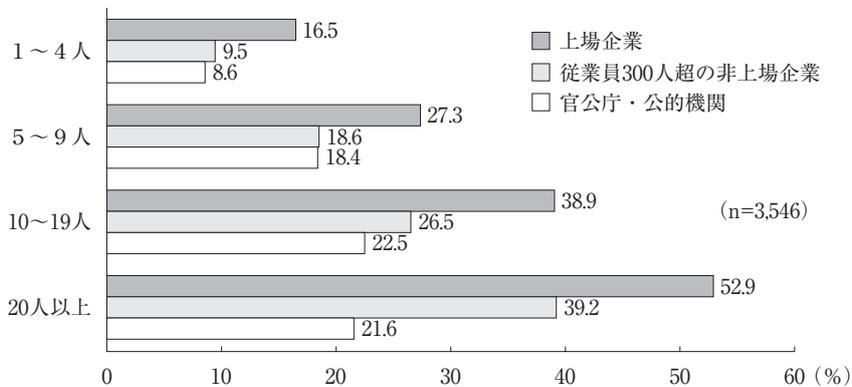
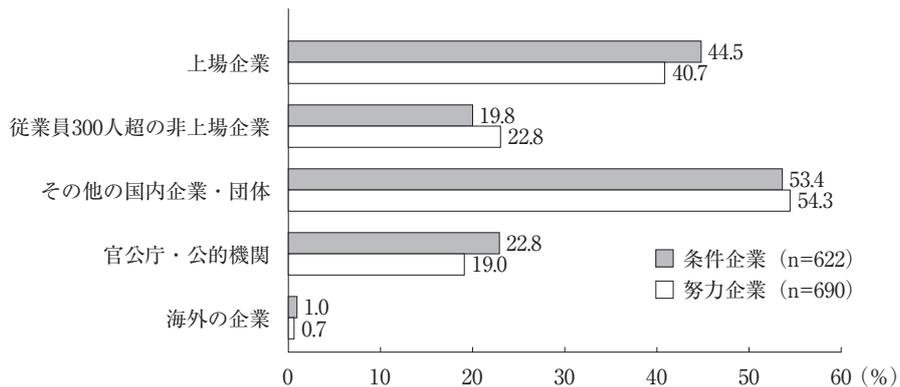


図-14 環境問題への対応要請を受けている受注・販売先の種類



については規模が大きくなるほど増えるということはないが、それでも「1～4人」層だけは8.6%と少ない。

やはり、上場企業をはじめとする大企業や中堅企業で、グリーン調達や環境経営が進み、その影

響が中小企業へと及んでいると見られる。ただ、上場企業と直接取引がないからといって、環境問題への要請がないということではない。

図-14は、環境問題への対応要請を受けている企業の種類を見たものであるが、中小企業を意味

する「その他の国内企業・団体」が「条件企業」「努力企業」とも5割を超えている。国内企業のほぼ100%が中小企業であることを考えれば、まだまだ少ないものの、大企業を起点として始まった環境問題への取り組みは、直接取引のある中小企業を通して他の中小企業にも広がっているといっただよい。いまは努力要請にとどまっている企業もいずれは取引条件となるであろうし、いまは法令だけ遵守していればよい企業も、将来は積極的に環境問題に取り組んでいくことが求められると考えられる。

(4) 要請への対応状況

「条件企業」の場合は、受注・販売先からの要請に従わなければ取引が中止になってしまうから、取引を継続しようとするなら、要請に従わざるをえない。問題は、どの程度円滑に対応できたかである。図-15は「条件企業」について、受注・販売先から示された条件を満たすことが難しかったかどうかを見たものである。同図によると、「すでに対応していた」という企業が22.5%、「新たに取り組んだが、とくに難しくなかった」という企業が30.7%で合わせると50%を超えるものの、「少し難しかった」という企業が30.7%、「大変苦労した」という企業も16.0%ある。なお、これらの割合が取引条件として提示された内容によって大きく異なるということはない。

「努力企業」の場合は、取引条件ではないので必ずしもすべての企業が対応しているわけではない。図-16によると、「すでに対応していた」という企業が21.2%、「要請されてから取り組み、すでに対応済みである」という企業が24.6%あるが、「条件企業」とは異なり、半数には満たない。最も多いのは「現在対応すべく努力している」という企業の40.0%で、なかには「対応したいが、難しいと思う」という企業が5.3%、「対応するつもりはない」という企業も0.4%と少数だが存在

する。なお、「努力企業」についても要請されている内容によって対応状況が大きく異なるということはない。

「努力企業」の場合、できれば取り組んでほしいという努力要請から取引条件に変わったとき、どのような対応になるのか興味深いのが、「条件企業」の対応状況を見ると、多少なりとも難しかったという企業が46.7%あることを考えると、「努力企業」も早めに対応しておいた方がよいことは間違いない。

(5) 受注・販売先からの支援

「条件企業」「努力企業」とも、必ずしも円滑に要請に対応できているわけではない。通常の商取引であれば、条件を満たせない企業とは取引しないだけであるが、環境問題への取り組みに関しては必ずしもそうはいかない。グリーン調達ガイドラインを示し、基準を満たさない企業とは取引しないという方針を打ち出すことは簡単である。しかし、その結果、重要な協力企業を失うことになれば、条件を出す側にとっても業務に支障が生じてしまう。

図-17は、環境問題への対応を要請してきた企業が何らかの支援をしてくれたかどうかを見たものである。「条件企業」「努力企業」とも「どこも支援してくれない」という回答が最も多くなっている。環境問題に対応することは当然であるという発注側の意思がうかがえるが、一方で「条件企業」の51.8%、「努力企業」の41.9%が少なくとも1社から支援を受けている。条件を満たせなければ取引しないと簡単には突き放すことができない発注側の事情もあるように思われる。

具体的な支援の内容まではアンケートでは尋ねていないが、ヒアリングでしばしば聞かれた支援は、受注先主催の勉強会やセミナーである。グリーン調達のガイドラインの説明にとどまる企業もあるが、具体的な対応方法について事例を紹介して

図-15 取引条件を満たすのは難しかったか（条件企業）

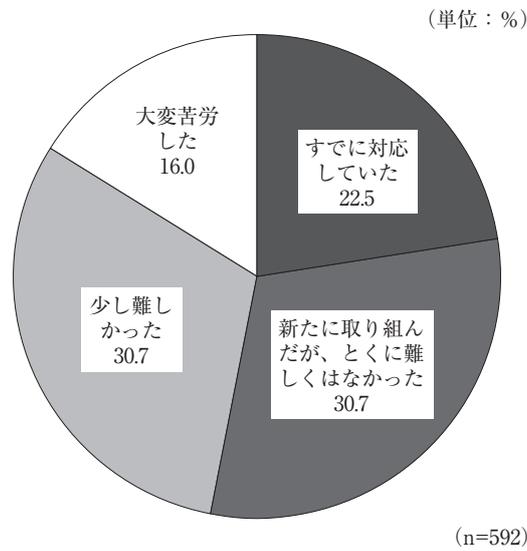


図-16 要請への対応状況（努力企業）

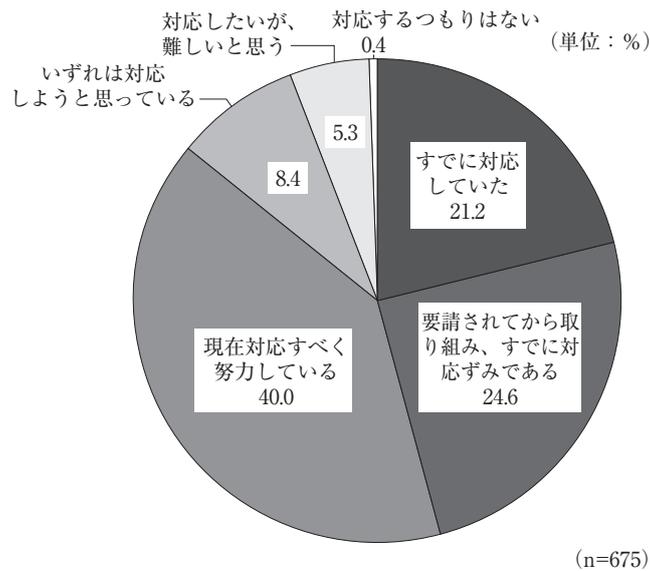


図-17 環境問題への対応を要請してきた受注・販売先による支援

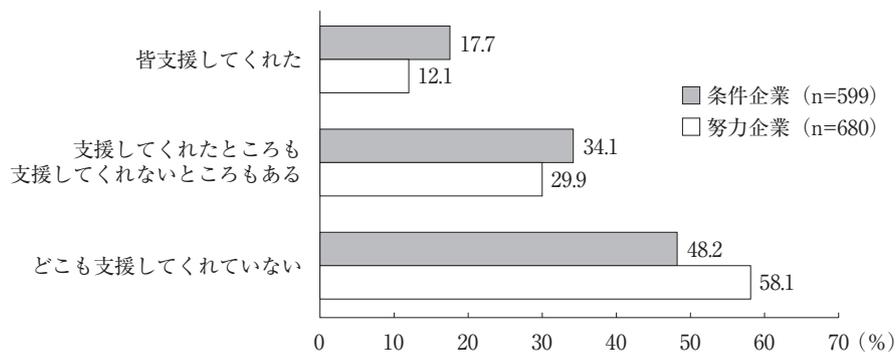
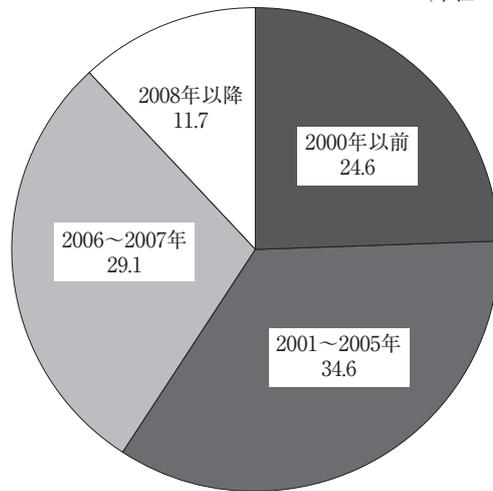


図-18 初めて要求があった年 (条件企業)

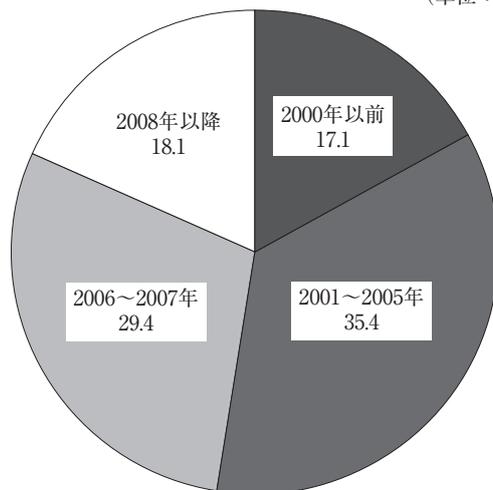
(単位: %)



(n=564)

図-19 初めて努力要請があった年 (努力企業)

(単位: %)



(n=636)

くれることもある。協力企業を集めて互いに情報を交換し、対応策を考える勉強会を主催する企業、環境マネジメントシステムの認証を取得しようとする企業に対し、環境コンサルタントを照会してくれる企業もある。

なかには、グループ会社が環境マネジメントシステムの認証機関になっていて認証取得のためにアドバイザーを派遣する企業もあった。ただ、ここまで発注側が支援してくれるのは、レアケースだと思われる。支援はするが、できるだけ自助で

基準を達成してほしいというのが発注側の本音であろう。そうでなければ発注側の費用負担が重すぎるからである。

(6) 要請が始まった時期

初めて環境問題に取り組むように受注・販売先から要請があった時期は、「条件企業」「努力企業」とともに2001年以降が80%前後を占めている(図-18、19)。初めて要請があった時期の分布は「条件企業」と「努力企業」とでそれほど大きな差は

表 環境問題をめぐる国内外の主な動き

| 年 | 国内 | 海外 |
|------|-----------------------------|-------------------------|
| 1994 | | 気候変動枠組み条約発効 |
| 1995 | 容器包装リサイクル法公布 | COP1（第1回気候変動枠組み条約締結国会議） |
| 1996 | ISO14001発効 | ISO14001制定 |
| 1997 | 廃棄物処理法改正 | COP3（京都議定書採択） |
| 1998 | 家電リサイクル法公布 地球温暖化対策推進法公布 | |
| 1999 | PRTR法公布 | |
| 2000 | グリーン購入法公布 循環型社会形成推進基本法公布 | 京都議定書の中核要素につき基本合意 |
| 2001 | 改正自動車NOx・PM法公布 | |
| 2002 | 京都議定書を批准 | WEEE、RoHS指令合意（EU） |
| 2003 | 環境報告書ガイドライン改正 | 世界気候変動会議（モスクワ） |
| 2004 | 環境経営促進法公布 | ISO14001（2004年度版） |
| 2005 | チームマイナス6%発足 | 京都議定書発効 |
| 2006 | 家電リサイクル法等改正 改正省エネルギー法公布 | RoHS指令発効 |
| 2007 | PRTR法改正 | 中国版RoHS開始 |
| 2008 | 省エネルギー法改正 | 京都議定書第1約束期間開始 |
| 2009 | 日本経団連「生物多様性宣言」 | COP15（コペンハーゲン） |

ないが、「努力企業」の方が「2000年以前」が少なく、その分「2008年以降」が多い。このことから環境問題への取り組みがしだいに小企業に広がってきていることがうかがえる。

環境への影響や廃棄物の問題が意識されるようになったのは最近のことではない。日本は高度成長期に多くの公害が発生し、そのための対策も進められてきた。そうした公害問題に関する規制はコストとして、あるいは事業機会として企業活動にも影響を及ぼしてきた。

しかし、現在のような地球規模での環境問題が論じられるようになったのは20世紀も終わりに近づいてからである。その問題意識に沿って、従来とは異なる環境対策が考えられるようになったのは21世紀に入ってからだといえる。

表はこの15年ほどの環境問題をめぐる国内外の主な動きを示したもののだが、あくまで一例にすぎない。他にも多くの重要な法令や活動がある。ただ、共通点は「循環型社会形成推進基本法」やEUのWEEE指令・RoHS指令に示されるように、

大量生産・大量消費、大量廃棄という社会のあり方を変えていこうとするものである。

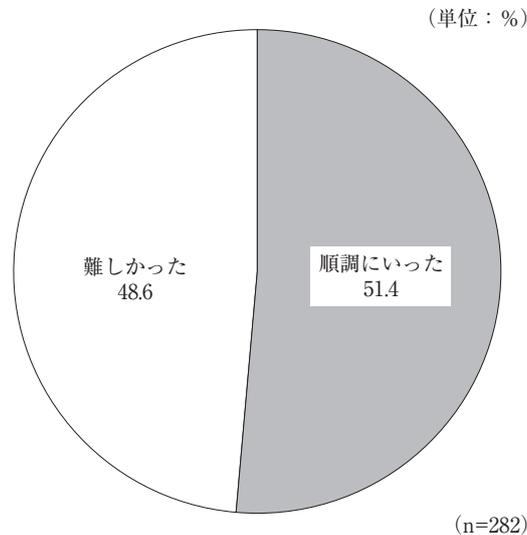
さらに、その原因や対策の効果について、科学的には必ずしも意見の一致を見ていないが、地球温暖化問題もある。こうした地球環境を巡る動きに対応していくことが小企業にまで要求されるようになってきているのである。換言すれば、小企業も環境問題をめぐる動きに敏感になり、自社の経営に早めに反映させていくことが望まれる。

7 要請があつてから

取り組んだ場合の問題点

ここまでは「条件企業」と「努力企業」について見てきた。しかしながら、この二つに分類される企業のなかには、受注・販売先から要請される前から環境問題に取り組んでおり、受注・販売先の要求基準を満たしていた企業も含まれている。これらの企業については、企業間取引で環境問題への取り組みが取引条件となっていくことはそれ

図-20 環境問題への取り組みは順調にいったか
(取引先から要請されて始めた企業)



ほど問題ではないと考えられる。本節では、受注・販売先から要請があって初めて環境問題に取り組んだ企業について、その他の企業と比較しながら、現状と問題点を見ていくことにする。

(1) 取り組みを始める上での問題点

取引先から要請されたために環境問題に取り組んだ企業は292企業である（前掲図-8参照）。これらの企業に環境問題への取り組みは順調に進んだかどうかを質問したところ、「順調にいった」が51.4%、「難しかった」が48.6%とほぼ同数となった（図-20）。ちなみに、「その他の理由」から環境問題に取り組み始めた企業では、「順調にいった」は42.7%、「難しかった」は57.3%で、「難しかった」という企業の方が多くなる。

では、どのようなことが取り組みを進めていく上で難しかったのか。これを確認したのが図-21である。最も多く、かつ「その他の理由」で始めた企業との差が大きいのは「知識やノウハウを得ること」で61.2%（差は17.7ポイント）である。次いで「資金調達」が32.8%で多く、「その他の理由」から始めた企業との差も8.2ポイントと大きくなっている。

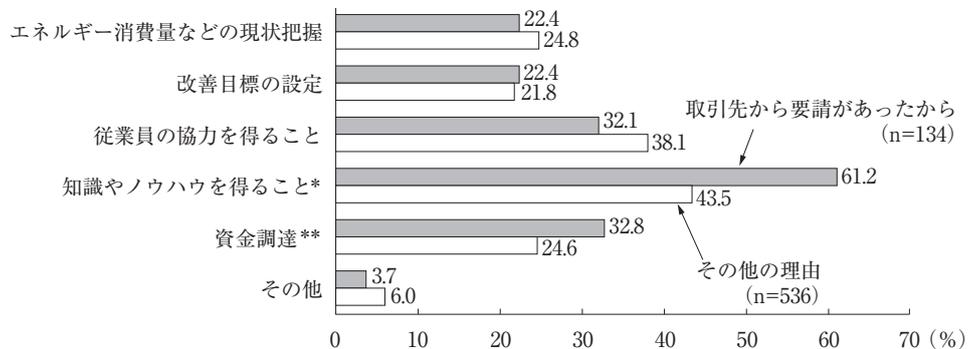
資金調達とほぼ同じくらい多い回答は「従業員の協力を得ること」の32.1%であるが、こちらはむしろ「その他の理由」で取り組み始めた企業の方が回答企業の割合が多い。受注・販売先から要請があって環境問題に取り組み始めた企業にとっての問題は、知識やノウハウの獲得と資金調達だといってよいであろう。

知識やノウハウの習得が問題になるということは、受注・販売先からの要請が突然なされる小企業が多いことを予想させる。もし、十分な時間においてグリーン調達を実施されるのであれば、小企業も知識やノウハウを習得する時間がとれるかもしれない。

具体的にどのような「知識やノウハウ」が必要だったのかをアンケートから探っていくと、「条件企業」で、かつ取引先に要請されて取り組み始めた企業の場合、取引条件として要求された項目のうち、「環境マネジメントシステムの構築」「納品する部品・製品・商品の環境アセスメント」「グリーン調達・購入の実施」「環境問題への取り組みに関する情報公開の実施」に関して、知識やノウハウの取得が難しかったことがわかる。

これらの共通点は、急に要求されても対応でき

図-21 環境問題への取り組みを始めるにあたって難しかったこと
(取り組み始めた理由別：複数回答)



(注)「*」は差が1%水準で、「**」は同じく5%水準でそれぞれ有意であることを示す。

ないということである。環境マネジメントシステムは、受注・販売先の要求を満たすには指定されたマネジメントシステムの認証を取得する必要があるけれども、何の知識もない人が取り組もうと思ってもできるものではない。経験者やコンサルタントの協力が必要である。

「納品する部品・製品・商品の環境アセスメント」は、仕入れているものについては仕入先に要求すればすむし、自ら加工・製造している場合には検査機関等に依頼すればよいのだけでも、初めて要求されれば、どうすればよいかとまどうのも仕方ない。他の二つも同様である。

「資金調達」に関しては要求された項目による差が見られない。環境マネジメントシステムを要求されたとしても、ISO14001なら負担かもしれないが、他の国内規格なら金銭面での負担はそれほど大きくない。

環境に与える負荷を小さくすることも、たとえばアイドルリングをやめる、こまめに消灯するといったことですむのであれば、金銭的な負担はほとんどない。しかし、設備が老朽化していて、省エネタイプの設備に更新しないと要求が満たせないとなると、資金調達が問題になるだろう。

つまり、当然のことではあるが、どの程度の水準を要求されているのか、要求されている水準と

小企業の実態がどの程度かい離しているかによって、「資金調達」が問題になったり、ならなかったりするるのである。

(2) 受注・販売先からの支援との関係

知識やノウハウを入手する方法としては、環境問題への取り組みを要請してきた受注・販売先に支援してもらうことが挙げられる。実際に、前掲図-17に示したように、要請すると同時に何らかの支援をしている受注・販売先もある。

こうした受注・販売先の支援があった場合となかった場合では、統計学的には有意ではないものの、環境問題への取り組みが順調にいったかどうかに差が見られる。図-22で「順調にいった」という企業の割合を見ると、「少なくとも1社は支援してくれた」企業では55.4%であるのに対し、「どこも支援してくれない」企業では47.4%となっている。

前節で触れたように、支援の内容は企業によって異なるから、支援してくれたからといって必ずしも取り組みが順調にいくわけではない。それでも、小企業に不足している「知識やノウハウ」のヒントでも教えてくれるのであれば、取り組みが順調にいく可能性は高まるだろう。

環境問題への取り組みは、本来は受注・販売先

図-22 受注・販売先からの支援と取り組みの難易
(取引先から要請されて始めた企業)

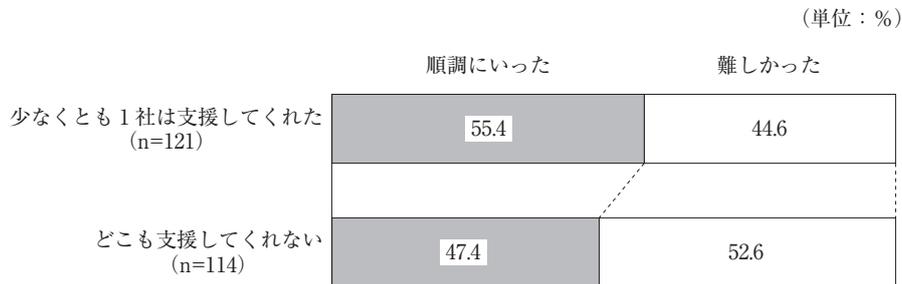
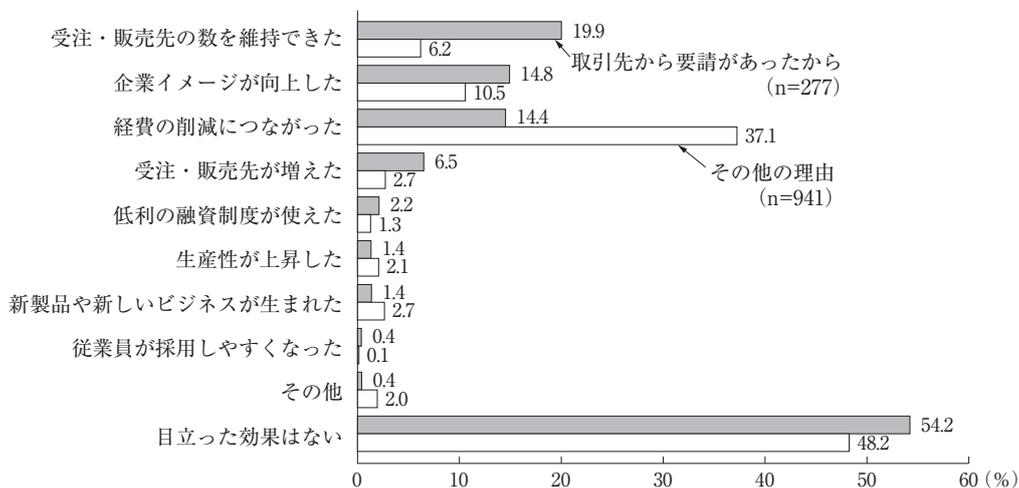


図-23 環境問題に取り組んだことによる事業上のメリット
(取り組み始めた理由別)



に要請されたから始めるものではなく、自発的に
行うものであり、独力で知識やノウハウを取得す
べきである。ただ、現実問題として小企業が円滑
に環境問題に取り組むことは容易ではない。グ
リーン調達を実施する企業には、環境問題に取り
組むよう小企業に要請するだけでなく、可能な
限り、取り組みを支援するよう期待したい。

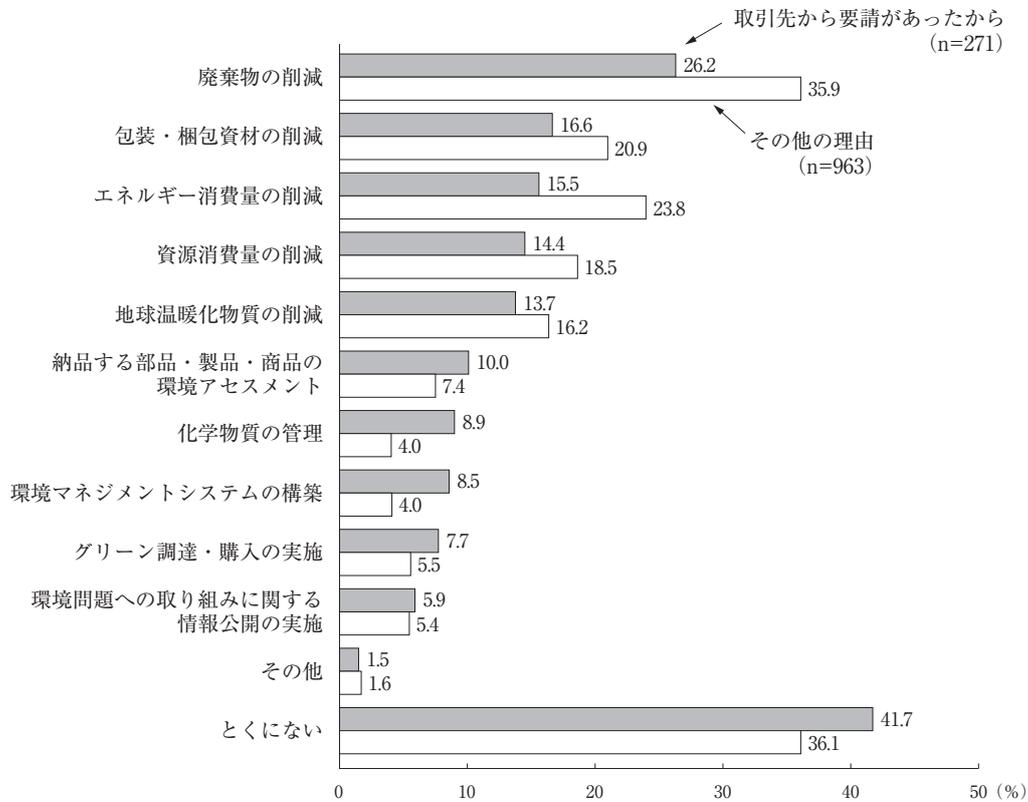
(3) 少ない事業上のメリット

環境問題に取り組んだことで、事業上何らかの
メリットがあったかどうかを質問したところ、何
らかのメリットがあったとする企業の割合はアン
ケート回答企業全体では56.9%で、「目立った効
果はない」とする企業の割合は43.1%であった。

これを環境問題に取り組み始めた理由別に見た
のが図-23である。「取引先から要請があったか
ら」取り組み始めた企業では、まず目につく特徴
として「目立った効果はない」とする企業が
54.2%もあることがある。そして、事業上のメリッ
トとして挙げている項目が「受注・販売先の数を
維持できた」「企業イメージが向上した」「経費の
削減につながった」の三つに集中している。ただ
し、「経費の削減につながった」と回答した企業は、
「その他の理由」で取り組み始めた企業の方が
37.1%と22.7ポイントも上回っている。

環境問題に取り組んだことで事業上メリットが
あったという企業は、コストダウンの効果があつ
たということを除けば、そもそもさほど多くない

図-24 今後取り組む計画がある活動
(取り組み始めた理由別)



のであるが、受注・販売先から要請されて取り組んだ企業の場合には、取引を維持できたこと以外にはこれといったメリットがないという企業が一段と多くなっている。仕方なくというわけではないだろうが、かといって積極的に取り組んだというわけでもないように思われる。

受注・販売先から要請されて環境問題に取り組んだ企業が、活動に対してあまり積極的ではない根拠としては、今後新たにに取り組むことを計画している活動があるかどうかにも表れている。

図-24は、環境問題への取り組みを始めた理由別に、今後取り組む計画がある活動を見たものである。まず、「取引先から要請があったから」取り組み始めた企業では、「とくにない」という企業が41.7%あり、「その他の理由」で始めた企業の36.1%を上回っている。

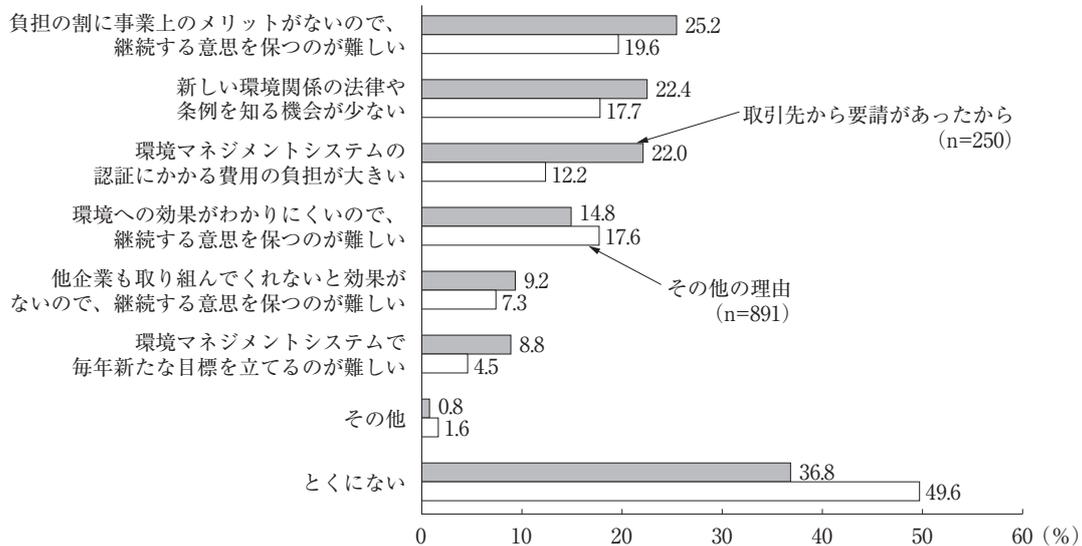
次に、環境対策の基本といえるリデュースに取

り組む計画をもっている企業の割合は、「その他の理由」で始めた企業と比べて、いずれも少なくなっている。一方、「納品する部品・製品・商品の環境アセスメント」や「化学物質の管理」といった、グリーン調達に関わることについては、回答企業の割合自体は少ないものの、「その他の理由」で取り組み始めた企業よりも多い。

アンケート結果を見るかぎり、受注・販売先から要請を受けて初めて環境問題に取り組み始めた企業は、要請されたことには応えるが、それ以外の取り組みまでは行わないという企業が多いように思える。

最後に、環境問題を進めて行く上で困っていることを確認しておこう。困っていることが「とくにない」という企業の割合は「その他の理由」で始めた企業では49.6%であるのに対し、「取引先から要請があったから」という企業では36.8%に

図-25 環境問題への対応を進めていく上で困っていること
(取り組み始めた理由別)



とどまっている (図-25)。

困っていることを具体的に見ていくと、「環境マネジメントシステムの認証にかかる費用負担が大きい」というのは仕方ないとしても、「負担の割に事業上のメリットがないので、継続する意思を保つのが難しい」が25.2%と多いのは問題だといえよう。

こうした結果になるのは、環境問題への取り組みを取引条件としてしかとらえていないからではないかと考えられる。たとえば、「その他の理由」で環境問題に取り組み始めた企業では「経費の削減につながった」という企業の割合が37.1%であったが、この割合は「コスト削減のため」に始めた企業に限れば60.9%になる。また、「受注・販売先が増えた」という企業の割合は、受注・販売先から要請を受けて取り組み始めた企業では6.5%であるが、「競争上有利になるから」と考えて取り組み始めた企業では33.3%になる。つまり、目的をもって環境問題に取り組んだ企業は、目に見える成果を上げる確率が高いのである。

取引先から要請を受けて仕方なく取り組むとい

うのではなく、取引先からの要請をむしろチャンスととらえて、経営改革につなげていくという発想が小企業の経営者に求められる。

8 公的な支援の必要性

近年、大企業では環境問題への取り組みを企業の社会的責任と位置づけるようになってきている。グリーン調達をCSR調達と呼ぶようになったり、環境報告書をCSR報告書の一部にしたりする企業が増えているのである。企業の社会的責任と位置づけることで、大企業による環境問題への取り組みは今後一段と活発になり、取引企業に対する要求水準も上がっていくと考えられる。

もちろん、環境問題への取り組みは大企業だけの義務ではないし、小企業でも自主的に取り組む企業は少なくない。環境マネジメントシステムの認証を取得し、環境問題に全社的に取り組んでいる企業もある。だが、企業間取引に大きく影響を与えるのはやはり大企業の姿勢や方針であろう。サプライチェーンを通じて、あるいは直接に環境

問題に取り組むことを要請される小企業は今後一段と増えていく。

環境問題への取り組みが取引の条件となれば、小企業は原則として従うしかない。対応が困難であろうとも、従わなければ仕事がなくなってしまうからである。しかし、環境問題に取り組んでも受注が増えるわけでもなく、ただ手間とコストがかかるだけであれば、たとえ受注・販売先からの要請であろうとも、取り組みを維持していくことが負担になる。だからといって取り組みをやめるわけにはいかないが、積極的に取り組もうという意思はもてない。仮に環境問題に関して要求されたことしかしないという消極的な小企業が増えていくなれば、日本全体として環境問題への対応も遅れることになる（法律で強制するという手段もあるが、必ず遵守されるとは限らない）。

こうした事態を防ぐには、前節の最後で述べたように、まず小企業の経営者が発想を転換することが必要である。環境問題への対応はいまやすべての企業にとって責務であり、たんに環境問題に取り組むだけでは事業上のメリットなど生じない。自ら事業上のメリットが生まれるような仕掛けをしていかなければならない。

たとえば、廃棄物の削減に取り組むことを考えてみよう。廃棄物の一部は不良品や作業内容を間違えたことから生じる。したがって、廃棄物の削減を突き詰めていけば品質・情報管理の向上にたどりつく。品質が向上し、作業のミスがなくなれば、納期も早くなるだろうし、コストダウンにもなる。従業員も余計な仕事をしなくてすむ。何より取引先の信用を得ることができる。それが企業の競争力となる。ある企業では、こうした考えから環境マネジメントシステムの規格だけではなく、品質管理の規格であるISO9001も取得し、少しずつながら毎年増収増益を達成している。

しかし、すべての小企業が環境問題を経営改善の契機にできるとは限らないのもまた実情であ

る。資源の制約もあるだろうし、長年にわたってしみついた経営のやり方を変えることは容易ではないからである。

そこで、小企業が取引先の要請に応じて環境問題に円滑に取り組めるように、公的な機関等が支援していくことが期待される。商取引上の問題なのだから、小企業自らが解決すればよいという考え方もあろうが、環境問題はすべての企業、国民が協力しなければ解決できない問題である。基本は自助であるが、その努力を支援するような施策は必要だろう。

アンケートで明らかのように、取引先に要請されて環境問題に取り組み始めた企業にとって、最大の課題は、知識やノウハウを習得することである。その他の理由で取り組んだ企業でも、知識やノウハウの習得はやはり最大の課題である。

したがって、公的な機関、たとえば商工会議所や商工会が環境問題にどうやって取り組めばよいか情報提供をしていくことが解決策として考えられる。他企業がどのようにして環境問題に取り組んでいるのか、たとえば鉛を使わずにはんだ付けするよう求められたが、どういった対策があるのか、品質やコストの問題を他企業はどう解決しているのかといった具体的な対策例、手法を小企業は求めている。公的な機関が事例を収集し、提供することは有効な策だと思われる。

小企業の場合、環境対策のために高額な設備投資を行う余裕は乏しいが、対策を実施するにあたって必要な資金を円滑に供給することも不可欠である。その際、設備資金に限らず、環境マネジメントシステムの認証取得にかかる費用や環境アセスメントにかかる費用など運転資金も含めて、幅広く供給することが必要である。

また、公的な機関、とりわけ自治体が行える施策として、入札資格審査の際に、どの程度環境問題に取り組んでいるのかによって加点するといったことも有効であると考えられる。

もともと国や自治体など公的機関にはグリーン購入の義務があるが、法律で定められた物品や役務に限らず、環境問題に積極的な企業と優先的に取引することは、環境問題に積極的に取り組んでいる企業にメリットをもたらす。同時に環境問題に取り組むことが重要であることを多くの企業に知らせるシグナルとなる。

大企業を中心に、グリーン調達が広がるなか、

小企業にもその影響は及んでいる。いち早く対応している企業もあるが、対応に苦勞している企業も少なくない。対応できている企業でも負担に感じている企業がある。こうした小企業の実態をふまえ、小企業が環境問題に円滑に、できれば積極的に取り組んでいけるような環境をつくる施策が期待されるのである。