

中小企業の脱炭素への取り組みに関する調査

I	調査の目的と実施要領	1
II	アンケート回答企業の概要	2
III	調査結果	
1	温室効果ガスの削減につながる取り組み	3
2	脱炭素ビジネスへの取り組み	16
IV	まとめ	18

<お問い合わせ先>
日本政策金融公庫 総合研究所
小企業研究第一グループ
TEL 03-3270-1687
担当 原澤、深沼

I 調査の目的と実施要領

1 調査目的

近年、経済社会の持続可能性に関する議論が世界的に盛んになってきている。そのなかで重要な項目の一つが脱炭素であり、中小企業も避けて通ることができない課題となりつつある。そこで、日本政策金融公庫総合研究所では、中小企業の脱炭素への取り組みの実態を明らかにすることを目的として、アンケート調査を実施した。

2 実施要領

- (1) 調査時点 2022年8月
- (2) 調査対象 従業者数5人以上299人以下の中小企業（不動産賃貸業は除く）
- (3) 調査方法 インターネット調査
- (4) 回収数 1,666社

3 計算ウエイト（業種別・従業者数別）

実際の企業分布に近づけるため、以下のウエイト付けをして集計した。

業種分類		実際の企業数(経済センサス・2016年)(社)					回収数(社)					ウエイト(倍)			
図表	ウエイト計算	5～9人	10～19人	20～49人	50～299人	合計	5～9人	10～19人	20～49人	50～299人	合計	5～9人	10～19人	20～49人	50～299人
建設業	建設業	105,652	51,418	21,902	5,558	184,530	124	53	64	30	271	852	970	342	185
製造業	製造業	78,188	49,784	38,429	22,811	189,212	100	64	47	51	262	782	778	818	447
情報通信業	情報通信業	8,050	5,588	4,903	3,741	22,282	42	22	23	25	112	192	254	213	150
運輸業	運輸業	10,957	12,443	12,839	8,164	44,403	35	22	27	30	114	313	566	476	272
卸売業	卸売業	134,618	77,503	44,914	19,044	276,079	97	55	51	33	236	1,388	1,409	881	577
小売業	小売業														
飲食店・宿泊業	飲食店・宿泊業	95,122	35,566	14,364	6,481	151,533	38	25	32	16	111	2,503	1,423	449	405
医療・福祉	医療・福祉	82,836	49,607	27,806	19,092	179,341	62	21	30	21	134	1,336	2,362	927	909
教育・学習支援業	教育・学習支援業	13,858	8,188	6,481	3,239	31,766	29	18	11	12	70	478	455	589	270
サービス業	生活関連サービス業	27,589	12,428	8,034	4,831	52,882	26	9	14	10	59	1,061	1,381	574	483
	娯楽業														
	専門・技術サービス業	34,166	12,981	5,948	2,708	55,803	60	26	26	12	124	569	499	229	226
	その他のサービス業	35,835	18,753	13,561	9,371	77,520	32	22	25	15	94	1,120	852	542	625
	物品賃貸業	31,955	9,720	5,386	3,679	50,740	37	25	9	8	79	864	389	598	460
不動産業	不動産業														
その他	その他														
全業種計		658,826	343,979	204,567	108,719	1,316,091	682	362	359	263	1,666	-	-	-	-

(注) 1 業種別・従業者数別のウエイトは、各セルごとに次の計算式により求めた。

ウエイト = 実際の企業数 ÷ 回収数

2 実際の企業数は、総務省・経済産業省「経済センサス―活動調査」(2016年)による。

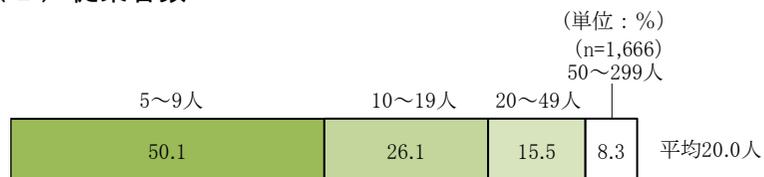
Ⅱ アンケート回答企業の概要

(1) 業 種

業 種	割 合 (%)	n
建設業	14.0	271
製造業	14.4	262
情報通信業	1.7	112
運輸業	3.4	114
卸売業	8.3	95
小売業	12.7	141
飲食店・宿泊業	11.5	111
医療・福祉	13.6	134
教育・学習支援業	2.4	70
サービス業	14.3	279
不動産業	1.8	37
その他	1.9	40

- (注) 1 「持ち帰り・配達飲食サービス業」は「小売業」に含む。「不動産賃貸業」は除く（以下同じ）。
 2 割合はウエイト付けして算出した値。ただしnは実際の回答数（以下同じ）。
 3 四捨五入のため合計が100%にならない場合がある（以下同じ）。

(2) 従業者数



(3) 年商（年間売上高）

(単位：%)
(n=1,666)



(注) 年商はカテゴリーで尋ねているため平均値は算出できない。

(4) 業 歴

(単位：%)
(n=1,666)



(5) 経営者の年齢

(単位：%)
(n=1,666)



(6) 業 況

(単位：%)
(n=1,666)



Ⅲ 調査結果

1 温室効果ガスの削減につながる取り組み

(1) 実施状況

～取り組み「全体」では44.9%が実施と回答～

- 温室効果ガスの削減につながる取り組みについて3年前の実施状況をみると、取り組み「全体」では、「大いに実施していた」(7.2%)、「ある程度実施していた」(34.7%)を合わせた「実施」の割合(以下、実施企業割合)が41.9%となった(図-1)。個々の取り組みをみると、実施企業割合が最も高いのは「リサイクル」の55.8%で、「省エネルギー」(52.5%)、「リサイクル製品の使用」(51.2%)がそれに続く。
- 現在の実施企業割合は、「全体」が44.9%と3年前よりもやや高まっている(図-2)。個々の取り組みは、3年前と同じく「リサイクル」(53.3%)、「省エネルギー」(50.7%)、「リサイクル製品の使用」(50.1%)の順に高くなっている。

図-1 取り組みの実施状況(3年前)

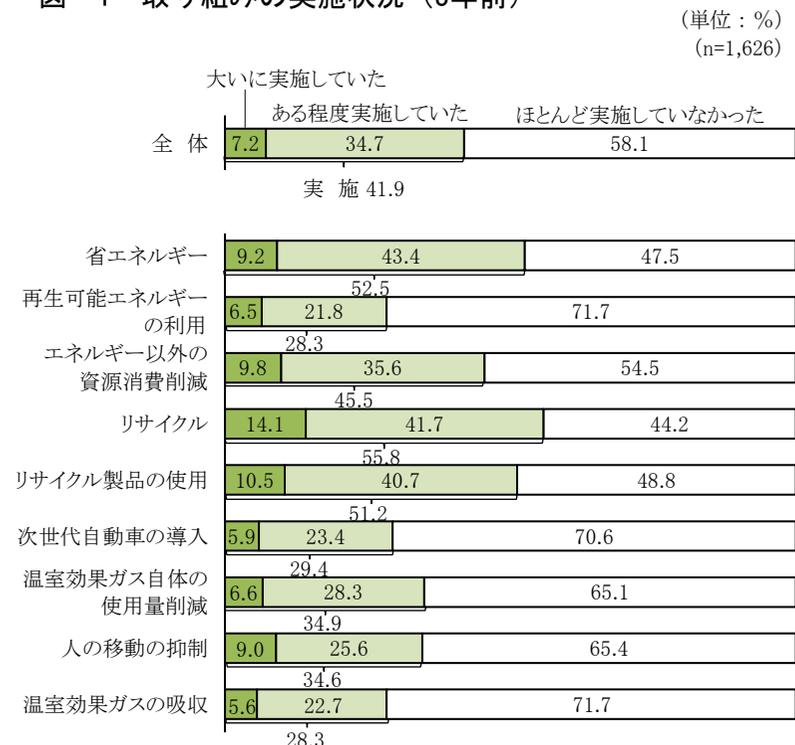
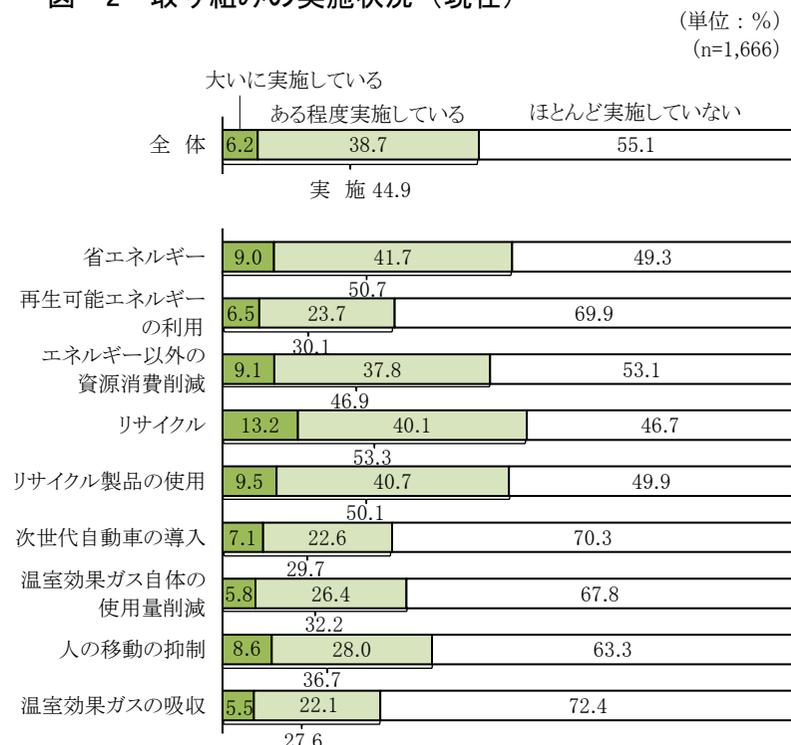


図-2 取り組みの実施状況(現在)



- (注) 1 「全体」は、温室効果ガスの削減につながる取り組み全体についての評価で、個々の取り組みを集計したものではない。「リサイクル」は、自社で使った紙、プラスチック、建築廃材などの、再利用できる状態での排出をいう。「次世代自動車の導入」には、ハイブリッド車は含まない(以下同じ)。
2 「実施」は「大いに実施していた」「ある程度実施していた」の合計。
3 「3年前」は3年以内に開業した企業を除く(以下同じ)。

(注) 「実施」は「大いに実施している」「ある程度実施している」の合計。

～「卸売業」「製造業」「小売業」で取り組みが進んでいる～

- 業種別に現在の実施企業割合をみると、取り組み「全体」は「卸売業」（53.9%）、「製造業」（49.5%）、「小売業」（48.1%）の順に高くなっている（表-1）。
- 個々の取り組みの実施企業割合をみると、「卸売業」では「省エネルギー」（59.6%）、「製造業」では「リサイクル」（60.0%）、「小売業」では「リサイクル製品の使用」（60.6%）が最も高くなっている。そのほか、「情報通信業」では「人の移動の抑制」が64.7%と最も高い。

表-1 実施企業割合（現在、業種別）

（単位：％）

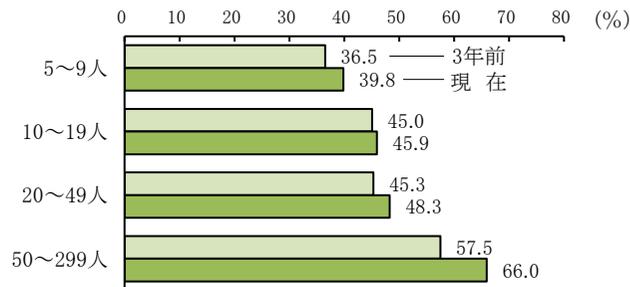
	建設業	製造業	情報通信業	運輸業	卸売業	小売業	飲食店・ 宿泊業	医療・福祉	教育・ 学習支援業	サービス業	不動産業	その他	全業種計
全 体	43.4	49.5	46.1	42.9	53.9	48.1	39.3	39.9	45.9	45.2	40.5	32.4	44.9
省エネルギー	47.6	54.8	44.8	49.0	59.6	55.1	51.0	47.2	42.6	48.5	51.4	32.0	50.7
再生可能エネルギーの利用	34.4	31.0	25.2	30.1	34.3	34.2	23.0	29.2	24.6	28.5	30.0	22.2	30.1
エネルギー以外の 資源消費削減	43.7	50.8	43.3	36.9	48.1	54.4	49.4	44.4	43.3	44.7	33.7	41.0	46.9
リサイクル	51.6	60.0	53.3	47.6	55.6	56.6	51.0	45.8	51.5	57.2	39.3	45.1	53.3
リサイクル製品の使用	50.2	47.8	53.7	40.8	53.8	60.6	50.8	43.0	45.9	51.8	42.1	43.3	50.1
次世代自動車の導入	32.9	26.2	30.2	29.8	42.5	30.4	27.6	24.2	24.8	29.7	27.8	30.5	29.7
温室効果ガス自体の 使用量削減	32.4	34.8	32.3	32.0	38.4	31.6	29.0	28.7	28.2	31.8	30.6	41.8	32.2
人の移動の抑制	34.7	37.6	64.7	26.1	54.7	31.4	28.0	29.6	40.5	41.7	41.1	51.1	36.7
温室効果ガスの吸収	28.1	29.5	29.6	23.2	32.0	24.1	25.8	24.9	27.7	29.6	34.3	28.7	27.6
n	271	262	112	114	95	141	111	134	70	279	37	40	1,666

（注）1 実施企業割合は「大いに実施している」「ある程度実施している」の合計。
2 濃い網かけは50%以上、薄い網かけは40%以上50%未満。

～事業規模が大きい企業ほど実施割合が高い～

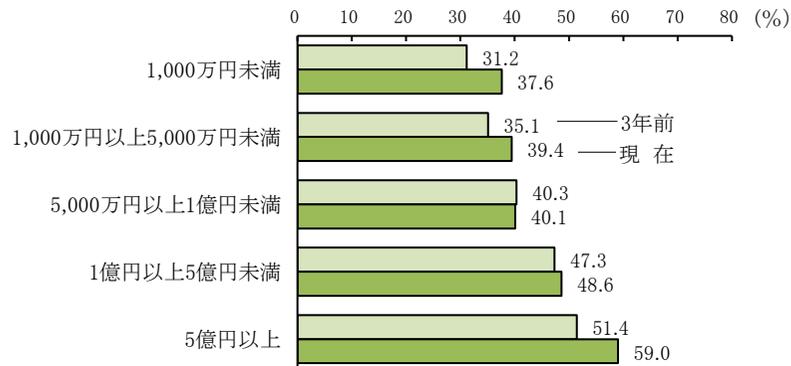
- 実施企業割合を従業員規模別にみると、「50～299人」は3年前が57.5%、現在が66.0%、「20～49人」はそれぞれ45.3%、48.3%、年商規模別にみると「5億円以上」が同じく51.4%、59.0%、「1億円以上5億円未満」が47.3%、48.6%などとなっており、事業の規模が大きい企業ほど取り組みが進んでいる（図-3、図-4）。
- 業況別にみると、「良い」企業は3年前が53.0%、現在が55.8%、「やや良い」企業はそれぞれ46.9%、46.8%と、業況が良いほど実施割合が高い（図-5）。逆に現在の取り組みの実施状況別に業況をみると、業況が「良い」割合は、「大いに実施している」企業で28.8%、「ある程度実施している」企業で9.7%、「ほとんど実施していない」企業で8.0%と、実施に積極的な企業ほど業況が良い傾向がみられる（図-6）。

図-3 実施企業割合（取り組み全体、従業員規模別）



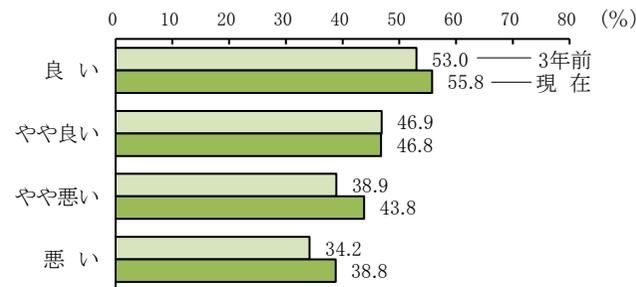
- (注) 1 実施企業割合は、「大いに実施している」「ある程度実施している」または「大いに実施していた」「ある程度実施していた」の合計（以下同じ）。
- 2 nの記載は省略（図-5まで同じ）。
- 3 従業員数は現在のもの。

図-4 実施企業割合（取り組み全体、年商規模別）



(注) 年商は現在のもの。

図-5 実施企業割合（取り組み全体、業況別）



(注) 業況は現在のもの。

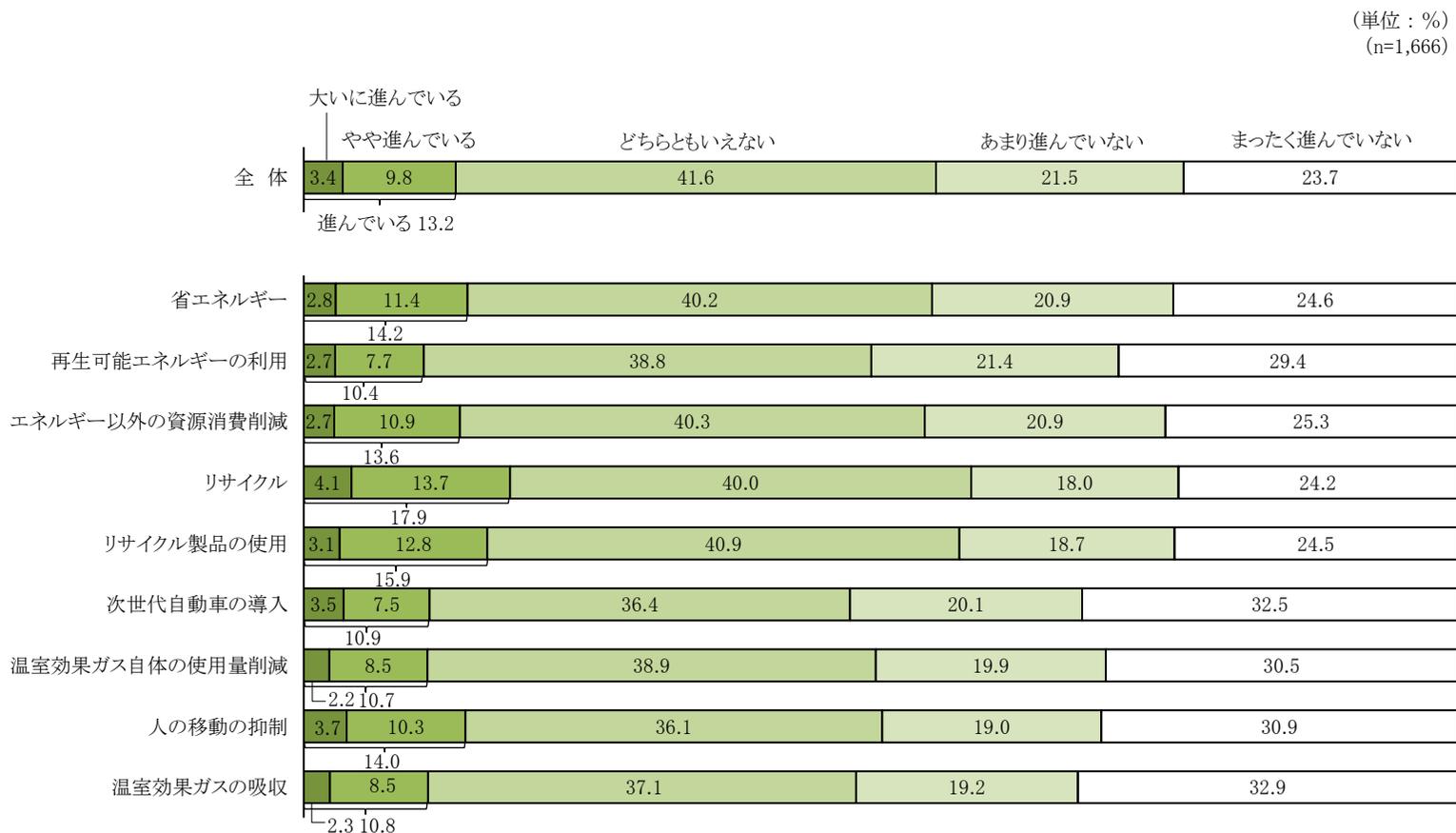
図-6 実施状況別の業況（取り組み全体、現在）



(2) 同業他社と比べた進捗状況
 ～同業他社と比べて「進んでいる」企業の割合は13.2%にとどまる～

- 同業他社と比べた取り組みの進捗状況を見ると、取り組み「全体」では、「大いに進んでいる」(3.4%)と「やや進んでいる」(9.8%)を合わせた「進んでいる」企業の割合は13.2%にとどまっている(図-7)。
- 個々の取り組みをみると、「進んでいる」企業の割合が最も高いのは「リサイクル」(17.9%)で、続いて「リサイクル製品の使用」が15.9%、「省エネルギー」が14.2%などとなっている。

図-7 同業他社と比べた進捗状況



(注) 「進んでいる」は「大いに進んでいる」「やや進んでいる」の合計。

～「情報通信業」で「人の移動の抑制」への取り組みが進んでいる～

- 「進んでいる」企業の割合を業種別にみると、取り組み「全体」では、「卸売業」（18.9%）、「不動産業」（16.3%）、「教育・学習支援業」（15.6%）の順に高くなっている（表-2）。
- 個々の取り組みを業種別にみると、「情報通信業」の「人の移動の抑制」で「進んでいる」企業の割合が34.3%と突出して高く、「卸売業」の「人の移動の抑制」（24.2%）、「リサイクル」（23.7%）がそれに続く。

表-2 進んでいる企業の割合（業種別）

（単位：％）

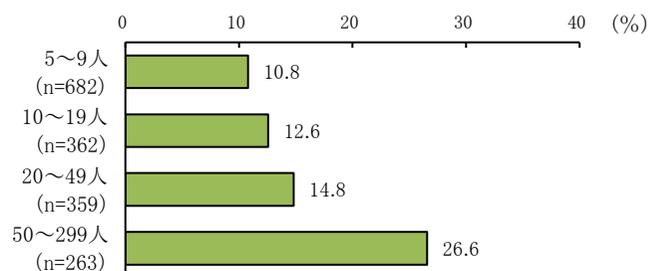
	建設業	製造業	情報通信業	運輸業	卸売業	小売業	飲食店・ 宿泊業	医療・福祉	教育・ 学習支援業	サービス業	不動産業	その他	全業種計
全 体	9.9	13.2	13.2	9.8	18.9	15.4	13.4	13.9	15.6	11.2	16.3	6.7	13.2
省エネルギー	11.3	15.8	14.3	12.5	22.0	14.4	12.0	15.7	15.3	11.9	16.3	9.0	14.2
再生可能エネルギーの利用	12.0	10.6	10.3	9.2	7.3	12.0	8.7	13.6	5.7	7.6	20.5	6.7	10.4
エネルギー以外の 資源消費削減	10.4	15.1	13.3	11.8	15.0	15.2	17.9	14.1	15.3	8.7	14.6	13.7	13.6
リサイクル	16.6	20.5	17.0	16.9	23.7	18.5	14.9	17.4	23.2	14.1	23.6	18.9	17.9
リサイクル製品の使用	12.9	17.8	16.9	15.5	21.8	17.8	12.1	17.8	19.6	13.0	18.3	11.7	15.9
次世代自動車の導入	9.7	9.0	12.1	12.7	10.6	11.2	10.7	14.2	8.3	10.5	12.3	13.5	10.9
温室効果ガス自体の 使用量削減	9.0	12.2	10.3	10.7	12.1	14.8	8.6	12.0	7.2	7.6	14.6	7.2	10.7
人の移動の抑制	12.4	11.3	34.3	8.3	24.2	12.6	12.3	9.5	23.1	15.5	19.9	18.9	14.0
温室効果ガスの吸収	9.1	10.9	11.0	10.5	13.4	8.3	14.2	13.2	9.8	7.1	18.3	11.3	10.8
n	271	262	112	114	95	141	111	134	70	279	37	40	1,666

（注）濃い網かけは20%以上、薄い網かけは15%以上20%未満。

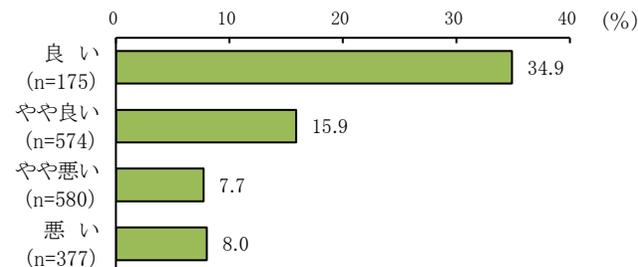
～取り組みが進んでいる企業は業況が良い傾向～

- 取り組みが「進んでいる」企業の割合を従業者規模別にみると、「50～299人」が26.6%、「20～49人」が14.8%、「10～19人」が12.6%、年商規模別にみると、「5億円以上」が18.6%、「1億円以上5億円未満」が15.4%、「5,000万円以上1億円未満」が11.0%などとなっており、おおむね規模が大きい企業の方が取り組みが進んでいる（図－8、図－9）。
- 業況が「良い」企業では34.9%、「やや良い」企業では15.9%と、業況が良い企業ほど「進んでいる」割合が高い（図－10）。逆に取り組みの進捗状況別に業況をみると、業況が「良い」割合は、「大いに進んでいる」企業で28.5%、「やや進んでいる」企業で25.6%などと、取り組みが進んでいる企業の方が業況が良い傾向にある（図－11）。

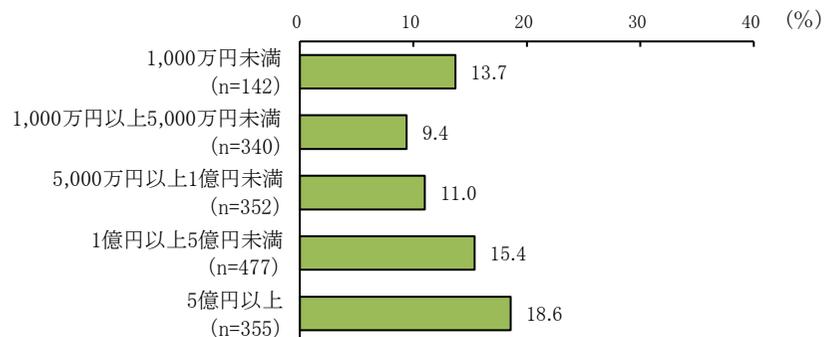
図－8 進んでいる企業の割合（取り組み全体、従業者規模別）



図－10 進んでいる企業の割合（取り組み全体、業況別）



図－9 進んでいる企業の割合（取り組み全体、年商規模別）



図－11 進捗状況別の業況（取り組み全体）

(単位: %)

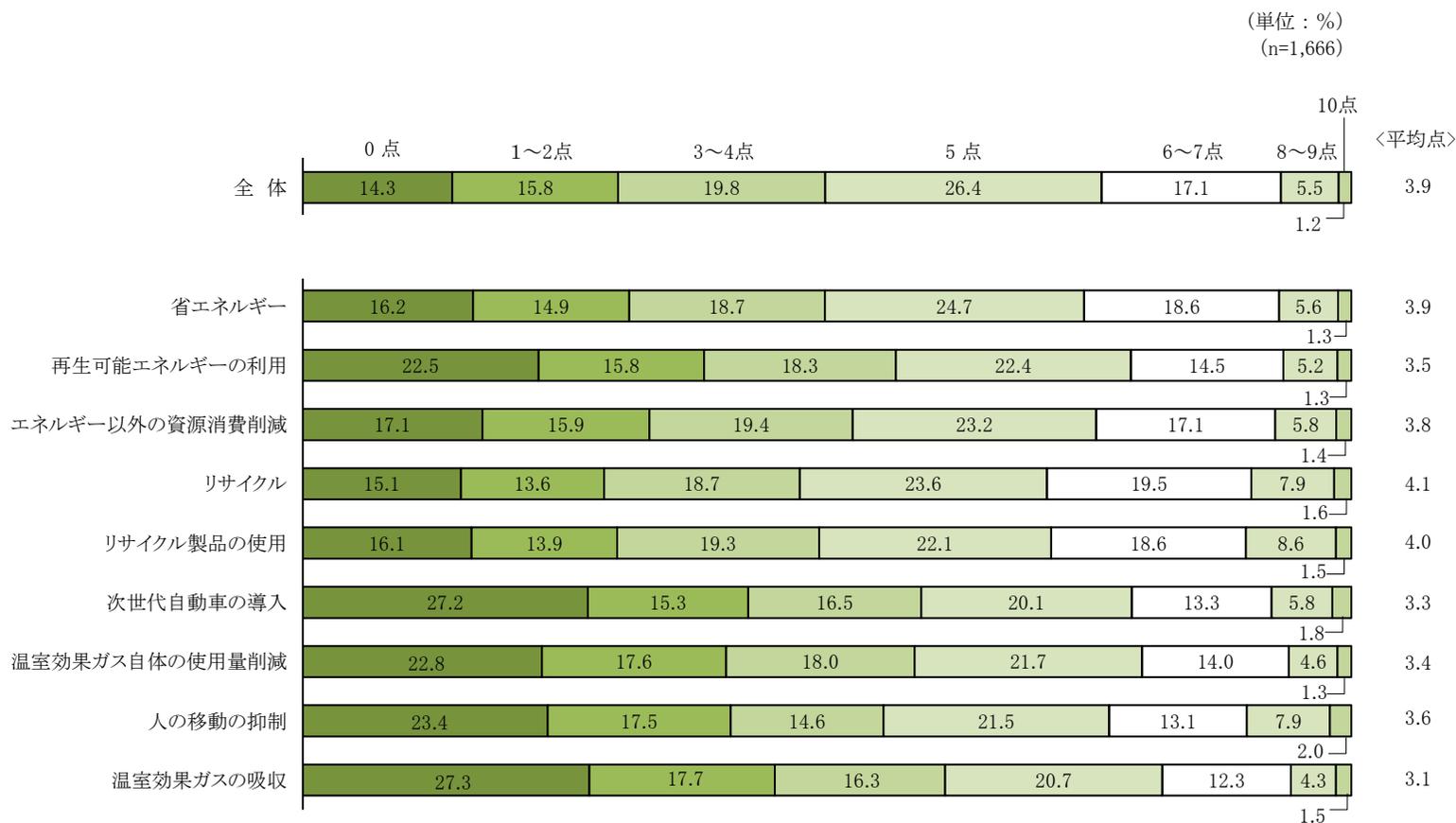
	良い	やや良い	やや悪い	悪い
大いに進んでいる (n=63)	28.5	31.4	15.6	24.4
やや進んでいる (n=178)	25.6	42.8	22.4	9.2
どちらともいえない (n=713)	7.9	36.1	39.6	16.5
あまり進んでいない (n=350)	6.4	32.2	38.2	23.2
まったく進んでいない (n=362)	7.7	25.1	33.4	33.8

(3) 達成度

～取り組み「全体」の達成度は10点満点で平均3.9点～

- 取り組み「全体」の達成度を10点満点で自己評価してもらったところ、「5点」が26.4%と最も高い割合となった（図-12）。一方、「0点」（14.3%）、「1～2点」（15.8%）と評価の低い企業もあり、平均点は3.9点となっている。
- 個々の取り組みは、平均点が高い順に、「リサイクル」（4.1点）、「リサイクル製品の使用」（4.0点）、「省エネルギー」（3.9点）などとなった。一方、「温室効果ガスの吸収」（3.1点）、「次世代自動車の導入」（3.3点）、「温室効果ガス自体の使用量削減」（3.4点）などは、「全体」の平均点を下回っている。

図-12 取り組みの達成度



(注) 温室効果ガスの削減につながる取り組みに対する達成度を10点満点で尋ねたもの（以下同じ）。

～「リサイクル」「リサイクル製品の使用」の達成度がほかの取り組みより高い～

- 取り組み「全体」の達成度の平均点を業種別にみると、高い順に「教育・学習支援業」（4.2点）、「小売業」（4.1点）、「卸売業」（4.0点）、「飲食店・宿泊業」（4.0点）となっている（表-3）。
- 個々の取り組みでは達成度の平均点が高かった「リサイクル」「リサイクル製品の使用」が、業種別にみても、ほとんどで4点以上となった。また、「情報通信業」の「人の移動の抑制」が5.6点と、特に高い達成度となっている。

表-3 達成度の平均点（業種別）

（単位：点）

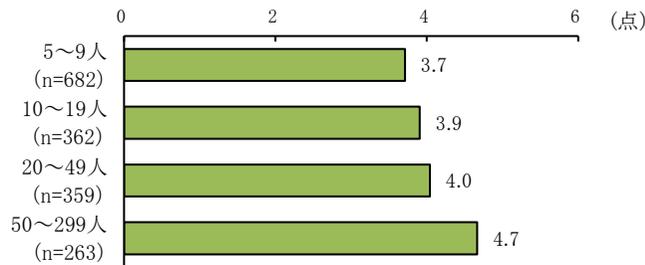
	建設業	製造業	情報通信業	運輸業	卸売業	小売業	飲食店・ 宿泊業	医療・福祉	教育・ 学習支援業	サービス業	不動産業	その他	全業種計
全 体	3.8	3.9	3.8	3.8	4.0	4.1	4.0	3.8	4.2	3.8	3.6	3.8	3.9
省エネルギー	3.9	4.0	3.8	3.7	3.8	4.1	4.0	3.7	4.0	3.8	3.8	3.7	3.9
再生可能エネルギーの利用	3.6	3.4	3.2	3.1	3.3	3.7	3.4	3.6	3.2	3.3	3.4	3.2	3.5
エネルギー以外の 資源消費削減	3.7	3.9	3.7	3.5	3.7	4.0	4.0	3.6	3.8	3.6	3.5	4.0	3.8
リサイクル	4.1	4.3	4.1	3.7	4.1	4.2	4.0	4.0	4.4	4.1	3.9	4.1	4.1
リサイクル製品の使用	4.0	4.2	4.2	3.6	4.1	4.2	4.0	4.0	4.3	3.9	3.9	4.1	4.0
次世代自動車の導入	3.3	3.1	3.3	3.3	3.3	3.6	3.5	3.2	3.3	3.3	3.3	3.4	3.3
温室効果ガス自体の 使用量削減	3.5	3.3	3.3	3.3	3.4	3.6	3.4	3.3	3.5	3.3	3.5	3.4	3.4
人の移動の抑制	3.3	3.5	5.6	3.2	4.0	3.3	3.3	3.2	4.4	3.8	3.6	4.1	3.6
温室効果ガスの吸収	3.2	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	3.5	3.2	3.4	3.3	3.1
n	271	262	112	114	95	141	111	134	70	279	37	40	1,666

（注）濃い網かけは5点以上、薄い網かけは4点以上5点未満。

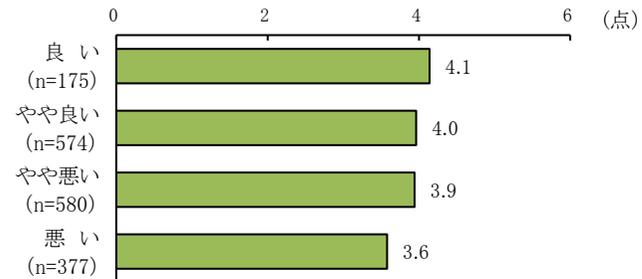
～業況が良い企業の方が達成度は高い～

- 取り組み「全体」の達成度の平均点を従業員規模別にみると、「50～299人」が4.7点と最も高く、「20～49人」（4.0点）、「10～19人」（3.9点）、「5～9人」（3.7点）の順になっている（図－13）。年商規模別でも、「5億円以上」が4.3点、「1億円以上5億円未満」が4.1点、「5,000万円以上1億円未満」が3.6点と、規模が大きい企業の方が達成度が高い傾向がみられる（図－14）。
- 達成度の平均点は、業況が「良い」企業で4.1点、「やや良い」企業で4.0点と、業況が良い企業の方が高い（図－15）。一方、達成度の点数別に業況をみた場合、「8～10点」の企業は「良い」が21.4%、「やや良い」が22.0%で、合わせて43.4%、「6～7点」の企業はそれぞれ10.7%、36.5%で、合わせて47.2%などと、必ずしも点数が高い企業の業況が良いというわけではない（図－16）。

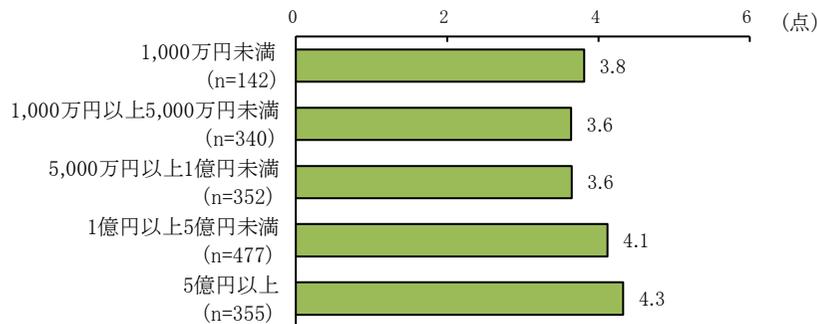
図－13 達成度の平均点（取り組み全体、従業員規模別）



図－15 達成度の平均点（取り組み全体、業況別）



図－14 達成度の平均点（取り組み全体、年商規模別）



図－16 達成度の点数別の業況（取り組み全体）

(単位:%)

達成度	良い	やや良い	やや悪い	悪い
0点 (n=222)	13.1	26.0	30.4	30.5
1～2点 (n=256)	7.8	30.1	38.1	24.1
3～4点 (n=352)	8.1	40.2	34.9	16.8
5点 (n=425)	7.5	34.1	37.3	21.1
6～7点 (n=300)	10.7	36.5	34.0	18.7
8～10点 (n=121)	21.4	22.0	36.4	20.2

(注) 10点の回答数が少ないため、8～9点と10点を合わせて表示した。

(4) 取り組みの理由

～取り組みを行う理由は「企業としての責任だと思うため」が最多～

- 温室効果ガスの削減につながる取り組みを行った理由を尋ねたところ、取り組み「全体」では、「企業としての責任だと思うため」(25.4%)、「社会的に求められているため」(24.2%)との回答に加え、「コストを削減するため」(20.6%)との回答が多かった(表-4)。
- 個々の取り組みでは、「企業としての責任だと思うため」「社会的に求められているため」の割合が取り組み「全体」の場合より低いのに対し、「コストを削減するため」の割合が、「省エネルギー」(28.1%)、「リサイクル」(23.9%)、「エネルギー以外の資源消費削減」(22.0%)、「リサイクル製品の使用」(21.6%)で「全体」の20.6%を上回るなど、収益改善効果をより重視する傾向がうかがえる。

表-4 取り組みを行った理由(実施企業、複数回答)

(単位: %)

	企業としての責任だと思うため	社会的に求められているため	コストを削減するため	企業イメージ向上のため	外部から要請されたため	新たなビジネスチャンスが得られるため	売り上げを増やすため	法律で定められているため	補助金・優遇税制が利用できたため	資金調達しやすくするため	その他	特に理由はない	n
全体	25.4	24.2	20.6	8.1	5.8	5.1	4.8	4.5	4.2	4.0	2.5	22.1	790
省エネルギー	19.5	18.1	28.1	5.7	3.7	5.3	3.5	3.5	5.1	4.3	1.8	25.6	864
再生可能エネルギーの利用	14.4	17.1	17.5	8.3	5.5	4.2	4.6	4.5	6.2	7.6	4.8	25.8	527
エネルギー以外の資源消費削減	20.8	23.1	22.0	7.5	4.3	3.3	4.0	4.0	4.5	5.1	4.2	23.9	793
リサイクル	21.0	22.7	23.9	5.3	5.4	5.4	4.4	4.8	3.3	3.4	3.6	23.0	917
リサイクル製品の使用	22.7	22.3	21.6	6.9	4.3	4.9	5.2	4.5	3.4	4.3	4.3	21.5	854
次世代自動車の導入	17.6	17.0	17.3	7.6	7.7	4.7	5.5	3.6	7.2	9.0	4.2	20.9	524
温室効果ガス自体の使用量削減	20.6	20.9	16.0	7.8	6.6	6.5	4.7	4.0	4.5	6.3	3.5	22.3	580
人の移動の抑制	17.9	22.3	20.6	5.9	8.8	5.9	3.4	3.2	5.2	5.9	6.9	21.4	690
温室効果ガスの吸収	18.9	17.3	14.9	8.4	6.7	5.8	4.1	5.2	4.8	9.2	4.1	22.9	490

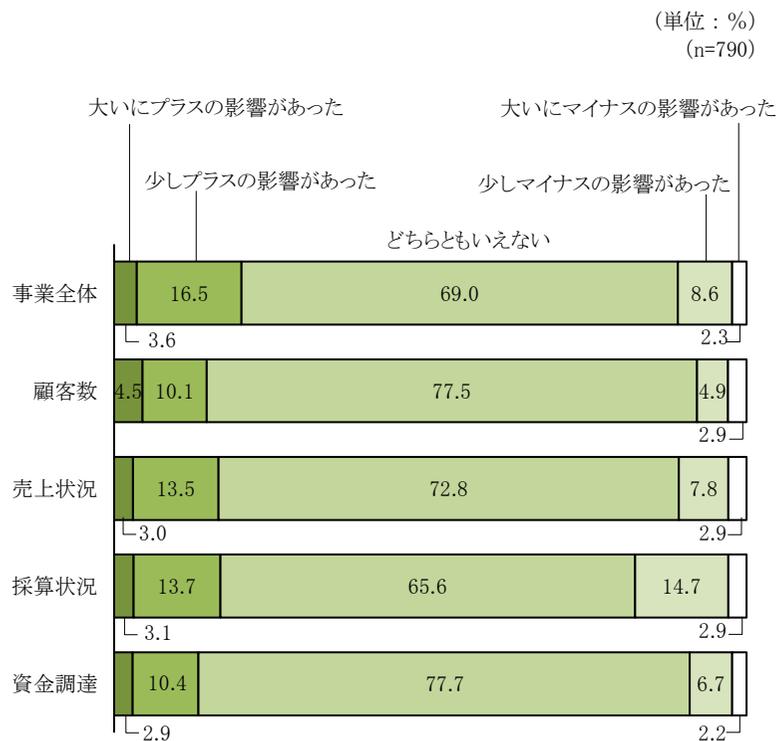
- (注) 1 三つまでの複数回答。
 2 それぞれの取り組みを「大いに実施している」「ある程度実施している」と回答した企業に尋ねたもの。
 3 濃い網かけは20%以上、薄い網かけは15%以上20%未満。

(5) 取り組みの成果と方向性

～3年後までの取り組み方針は「経営の負担にならない範囲で進めたい」が65.1%～

- 取り組み「全体」の影響を尋ねると、事業全体に対して「大いにプラスの影響があった」企業は3.6%、「少しプラスの影響があった」企業は16.5%と少ない(図-17)。顧客数、売上状況、採算状況、資金調達に対する影響も同様の傾向にある。
- 温室効果ガス削減の取り組みに対して、経営者が個人的にどんな考え方をもっているか尋ねた結果は、「個人・企業の負担になっても進めるべき」が19.4%、「個人・企業の負担にならない範囲で進めるべき」が46.5%を占めた。しかし、自社の3年後までの取り組み方針では、「経営の負担になっても進めたい」は5.7%にとどまり、「経営の負担にならない範囲で進めたい」が65.1%に上った(図-18)。また、「あまり積極的に進めるつもりはない」も29.2%を占めた。
- 現在、温室効果ガスの「排出権を購入している」企業は3.4%で、「排出権を販売している」企業も2.3%にとどまる(図-19)。

図-17 取り組みによる影響(取り組み全体、実施企業)



(注) 取り組み「全体」について「大いに実施している」「ある程度実施している」と回答した企業に尋ねたもの。

図-18 取り組みに対する考え方

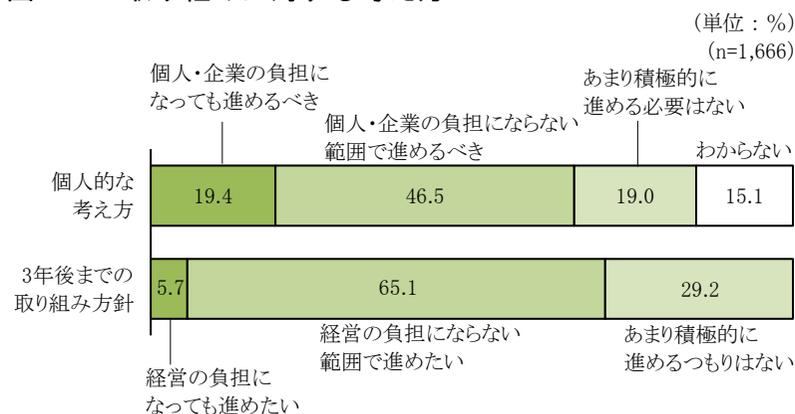
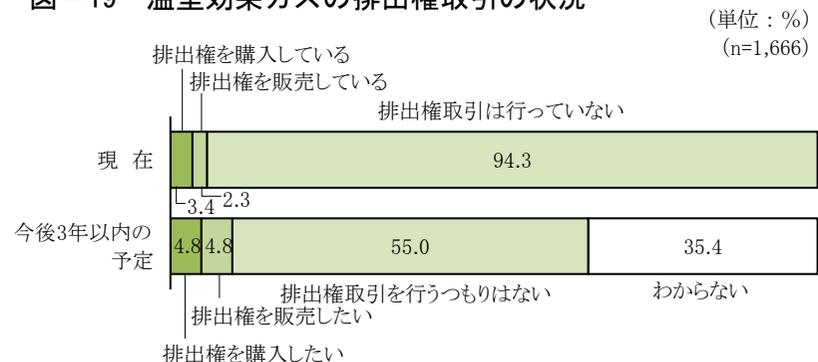


図-19 温室効果ガスの排出権取引の状況



(注) 今後3年以内の予定は、現在排出権取引を行っていない企業に尋ねたもの。現在の「排出権を購入している」「排出権を販売している」との回答は、今後3年以内の予定では、それぞれ「排出権を販売したい」「排出権を購入したい」に算入した。

(6) 取り組みの課題と解決方法

～取り組み「全体」の課題として「コストが増える」を挙げた企業が最多～

- 取り組みを行ううえでの課題は、「全体」では「コストが増える」(23.0%)が最も回答割合が高く、続いて「手間がかかる」(15.0%)、「資金が不足している」(14.1%)などが挙げられている(表-5)。一方で、「特に課題はない」との回答も33.5%みられた。
- 個々の取り組みの課題をみても、「コストが増える」が「再生可能エネルギーの利用」で22.8%、「次世代自動車の導入」で22.0%など、どの取り組みでも最も高い割合となった。

表-5 取り組みを行ううえでの課題(複数回答)

(単位：%)
(n=1,666)

	コストが増える	手間がかかる	資金が不足している	どう取り組みばよいかわからない	必要なノウハウや人材が不足している	どこに相談すればよいかわからない	従業員の協力が得られない	消費者・取引先の理解が得られない	その他	特に課題はない
全体	23.0	15.0	14.1	13.2	9.8	6.0	3.3	3.1	3.7	33.5
省エネルギー	19.6	12.1	14.4	11.2	8.7	5.4	4.0	2.9	3.4	35.4
再生可能エネルギーの利用	22.8	10.8	13.6	13.2	8.1	6.2	3.9	3.3	3.7	32.6
エネルギー以外の資源消費削減	18.1	12.1	11.7	11.3	9.6	5.6	4.3	3.1	4.2	36.6
リサイクル	16.8	14.0	9.9	11.4	7.6	5.1	4.2	2.9	3.8	38.6
リサイクル製品の使用	18.3	12.8	10.4	10.4	7.3	4.5	3.5	3.6	4.6	38.3
次世代自動車の導入	22.0	8.8	14.5	10.7	6.6	5.0	3.7	1.9	4.4	35.1
温室効果ガス自体の使用量削減	18.2	10.5	13.8	12.2	9.0	5.4	3.2	3.3	4.4	34.9
人の移動の抑制	13.5	9.2	9.4	10.2	7.6	5.6	4.9	4.8	8.2	39.4
温室効果ガスの吸収	18.7	10.8	11.3	12.3	8.3	5.8	2.6	2.8	6.3	35.5

(注) 1 三つまでの複数回答。

2 濃い網かけは20%以上、薄い網かけは15%以上20%未満。

～取り組み「全体」を加速させるために「補助金・優遇税制」が必要との回答が最多～

- 取り組み「全体」を加速させるために必要と思うものとしては、「補助金・優遇税制」（21.6%）、「利用しやすい社会の仕組み」（9.8%）、「資金調達での優遇」（9.0%）などが挙げられている（表-6）。一方、「わからない」と回答した企業も26.7%あった。
- 個々の取り組みをみても、「補助金・優遇税制」が「省エネルギー」で19.7%、「次世代自動車の導入」で19.6%など、すべての取り組みで最も高い割合となった。

表-6 取り組みを加速させるために必要と思うもの（複数回答）

(単位：%)
(n=1,666)

	補助金・優遇税制	利用しやすい社会の仕組み	資金調達での優遇	利用しやすい商品・サービス	行政・組合・商工団体による支援・情報提供	取り組む企業への高い社会的評価	業界内の協調	消費者・取引先の理解	政府調達・入札での優遇	取り組み企業への表彰・認証制度	その他	特に必要なものはない	わからない
全体	21.6	9.8	9.0	8.9	8.3	5.5	5.2	4.4	3.5	2.6	1.6	21.1	26.7
省エネルギー	19.7	10.3	8.7	9.5	7.1	5.1	4.2	3.8	3.1	2.7	2.7	21.1	26.1
再生可能エネルギーの利用	19.4	10.3	8.6	9.1	7.5	5.1	4.0	3.7	3.1	2.3	2.4	20.3	26.7
エネルギー以外の資源消費削減	16.3	10.9	7.0	9.5	7.1	4.8	4.8	3.9	2.9	2.6	1.9	23.0	26.8
リサイクル	15.5	11.2	7.9	7.4	6.8	4.8	4.4	4.6	2.6	3.1	1.8	22.8	27.1
リサイクル製品の使用	15.5	10.1	6.3	10.2	6.4	4.7	5.1	5.1	2.9	2.3	1.9	21.9	27.2
次世代自動車の導入	19.6	11.4	8.9	12.2	6.0	5.0	3.6	2.8	3.2	2.3	2.1	20.8	26.1
温室効果ガス自体の使用量削減	18.1	8.7	8.4	8.0	7.4	5.3	4.6	3.6	2.5	3.0	1.7	20.0	28.8
人の移動の抑制	14.3	7.4	6.4	7.3	5.0	4.1	5.2	4.5	2.2	2.9	3.3	25.0	28.4
温室効果ガスの吸収	17.5	8.7	6.8	7.8	6.8	4.6	3.5	3.3	2.7	2.8	2.8	22.3	28.8

(注) 1 三つまでの複数回答。

2 濃い網かけは15%以上、薄い網かけは10%以上15%未満。

2 脱炭素ビジネスへの取り組み

(1) 実施状況

～回答企業の37.1%が何らかの脱炭素ビジネスを実施～

- 温室効果ガスの削減に関する事業（以下、脱炭素ビジネス）の実施状況を分野別にみると、「リサイクル」を実施している企業が19.9%と最も多い（図-20）。「省エネルギー」（16.4%）、「再生可能エネルギー」（10.6%）がそれに続いており、回答企業の37.1%が何らかの脱炭素ビジネスを行っている。
- 何らかの脱炭素ビジネスを行っている割合を業種別にみると、「不動産業」（45.3%）、「小売業」（43.4%）、「飲食店・宿泊業」（42.3%）で高くなっている（図-21）。

図-20 脱炭素ビジネスの実施状況（複数回答）

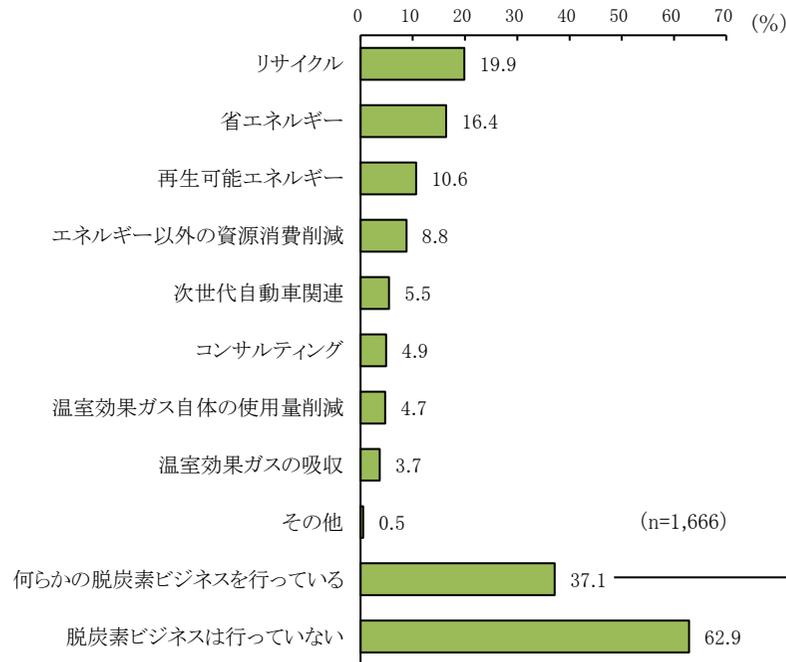
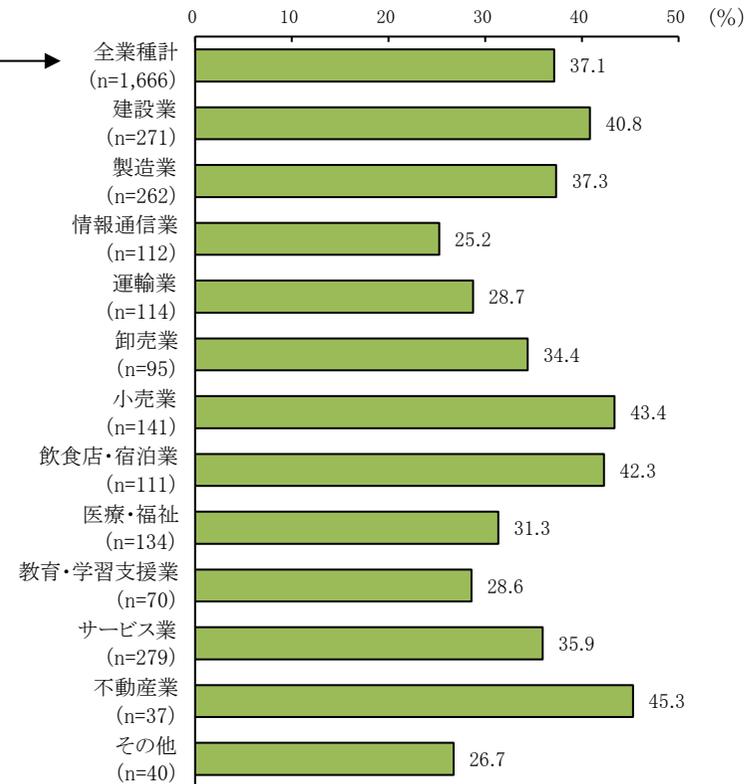


図-21 実施企業の割合（業種別）



(注) 脱炭素ビジネスと分野について、アンケート調査票では以下のとおり定義した。

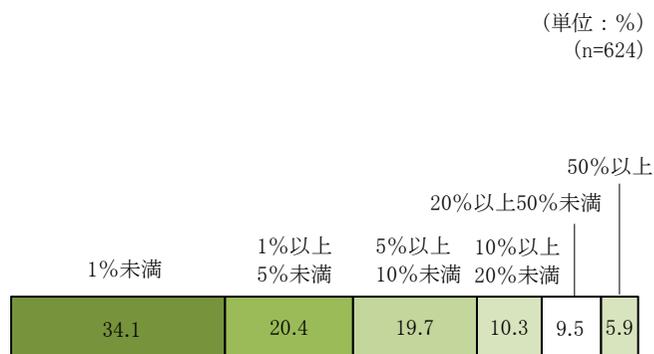
脱炭素ビジネス	温室効果ガスの削減に関する事業
省エネルギー	高効率機器・断熱材・省エネ住宅などの製造・販売など
再生可能エネルギー	太陽光発電・風力発電・バイオマス発電・木質ボイラー・ヒートポンプ・バイオ燃料の製造・販売など
エネルギー以外の資源消費削減	資源消費の少ない梱包材や容器・節水機器・関連機器・プラスチック代替品などの製造・販売など
リサイクル	紙・プラスチック・フロンガス・ガラス・建築廃材などのリサイクル、廃棄物燃料化、関連機器の製造・販売など
次世代自動車関連	電気自動車・燃料電池車等の部品製造・加工など（ハイブリッド車は除く）
温室効果ガス自体の使用量削減	代替冷媒・代替洗浄剤、温室効果ガス使用の少ない機器等の製造・販売など
コンサルティング	省エネルギー・物流効率化・リサイクルなど
温室効果ガスの吸収	二酸化炭素貯蔵・植林・関連商品の製造・販売など

(2) 業績

～「人材の確保・育成」と「資金の確保」が課題～

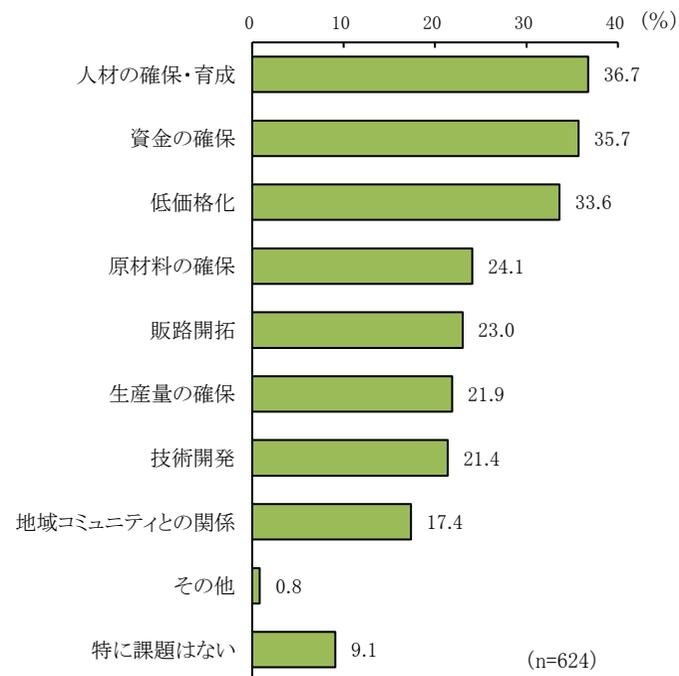
- 脱炭素ビジネスの売上高が当該企業の売上高の全体に占める割合は、「1%未満」である企業が34.1%、同じく「1%以上5%未満」が20.4%、「5%以上10%未満」が19.7%で、約4分の3が1割に満たない状況となっている（図-22）。
- 脱炭素ビジネスに取り組むうえでの課題としては、「人材の確保・育成」（36.7%）、「資金の確保」（35.7%）、「低価格化」（33.6%）などが挙げられている（図-23）。

図-22 脱炭素ビジネスの売上高が全体に占める割合



(注) 何らかの脱炭素ビジネスを行っている企業に尋ねたもの（図-23も同じ）。

図-23 脱炭素ビジネスに取り組むうえでの課題（複数回答）



IV まとめ

○ 温室効果ガス削減の取り組み全体では44.9%が実施と回答 (p.3)

温室効果ガスの削減につながる取り組みを現在実施している企業の割合は、取り組み「全体」では44.9%と、3年前の41.9%よりもやや高まっている(図-1、図-2)。個々の取り組みでは、「リサイクル」(53.3%)、「省エネルギー」(50.7%)、「リサイクル製品の使用」(50.1%)などの実施割合が高い。

○ 事業規模が大きい企業の方が取り組みの実施割合が高い (p.5)

取り組み「全体」の実施企業割合を従業員規模別にみると、「50~299人」は3年前で57.5%、現在で66.0%、「20~49人」はそれぞれ45.3%、48.3%、年商規模別にみると、「5億円以上」はそれぞれ51.4%、59.0%、「1億円以上5億円未満」はそれぞれ47.3%、48.6%などとなっており、事業規模が大きい企業の方が取り組みが進んでいる(図-3、図-4)。

○ 取り組みが進んでいる企業は業況が良い傾向 (p.8)

業況が「良い」企業の割合を、同業他社と比べた取り組み「全体」の進捗状況別にみると、「大いに進んでいる」で28.5%、「やや進んでいる」で25.6%などと、取り組みが進んでいる企業ほど業況が良い傾向がある(図-11)。

○ 取り組みの理由は「企業としての責任だと思ふため」が最多 (p.12)

取り組みを行った理由を尋ねたところ、取り組み「全体」で「企業としての責任だと思ふため」(25.4%)、「社会的に求められているため」(24.2%)に加え、「コストを削減するため」(20.6%)との回答が多かった(表-4)。

○ 3年後までの取り組み方針は「経営の負担にならない範囲で進めたい」が65.1% (p.13)

自社の3年後までの取り組み方針は、「経営の負担になっても進めたい」は5.7%にとどまり、「経営の負担にならない範囲で進めたい」が65.1%となった(図-18)。また、「あまり積極的に進めるつもりはない」も29.2%を占めた。

○ 取り組み全体の課題として「コストが増える」を挙げた企業が最多 (p.14、p.15)

取り組みを行ううえでの課題は、「全体」では「コストが増える」(23.0%)が最も回答割合が高く、続いて「手間がかかる」(15.0%)、「資金が不足している」(14.1%)などが挙げられている(表-5)。取り組み「全体」を加速させるうえで必要と思うものとしては、「補助金・優遇税制」(21.6%)が最も多い(表-6)。

○ 回答企業の37.1%が何らかの脱炭素ビジネスを実施 (p.16)

温室効果ガスの削減に関する事業(脱炭素ビジネス)の実施状況を分野別にみると、「リサイクル」を実施している企業が19.9%と最も多い。「省エネルギー」(16.4%)、「再生可能エネルギー」(10.6%)がそれに続いており、回答企業の37.1%が何らかの脱炭素ビジネスを行っている(図-20)。