

中小企業経営者の実態

FOR SOCIAL VALUE

- BLUE REPORT -

mini

2022年1月号

中小企業とグリーン

グリーントランスフォーメーション(GX)に向けて

2021年12月24日

フォーバルグループ編集

中小企業とグリーン

今年（令和3年）6月に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2021（骨太方針2021）」において、今後の日本の成長力になるものとして「グリーン、デジタル、活力ある地方創り、少子化対策」の4つが掲げられました。さらにその方針は岸田政権でも踏襲され、今年12月の首相による所信表明演説においても脱炭素化政策の強化がうたわれています。新型コロナウイルス感染症対策のひとつである「事業再構築補助金」に「グリーン成長枠」が新設されたことも、この政府方針を踏まえたものでしょう。

世界のビジネス界は、今やデジタル化・DX化への対応とともに、グリーン（脱炭素化対策）への取り組みが欠かせなくなっています。こうした経済・産業構造の変化は、大企業はもとより中小企業にも必要な経営課題として認知され、デジタル投資のようにグリーン投資と呼ばれる脱炭素・環境対策への取り組みに注目が集まる

ようになりました。そうした取り組みが持続可能な経営を支えることになるとの観点から資金調達や投資行動における評価軸にもなりつつあります。

これまで、このような脱炭素に向けた動きは、ドイツやスウェーデンなど欧州の環境先進国と言われる国々と比べると国内、特に中小企業の動きは鈍かったと言えるでしょう。しかしグローバル化やデジタル化の進捗に加えて、国内でも大企業を中心にSDGs（国連の持続可能な開発目標）の広がりなどを経て、その対策の必要性が中小企業にも広がりつつあります。このグリーンへの対応をすることは、今後のビジネスにおいて強みになることは間違いありません。

では、国内の中小企業は、この動きを認知し、どのように考えているのでしょうか。本レポートは、中小企業にとってのグリーン成長戦略についての中小企業経営者の認知状況や意識について検証し、整理しました。

【目次】ブルーレポートmini1月号

1. グリーンについての理解	3
1-1. 政府の方針を理解しているか	3
1-2. 政府の方針を理解できない理由	4
1-3. 【従業員規模別】【経営者世代別】グリーンについての理解度	5
2. グリーンへの取り組み状況	6
2-1. グリーンに対する取り組み意識	6
2-2. 【業種別比較】グリーンに対する取り組み意識	7
2-3. グリーンに取り組む意識がない理由	8
2-4. グリーンへの取り組み内容	9
3. 今後の展望と課題	10

1. グリーンについての理解

地球温暖化への問題意識が世界的に高まったのは、1992年にブラジルで開かれた「地球サミット」と呼ばれる「環境と開発に関する国際連合会議」からと言われている。またそれを受けて97年に開催された「地球温暖化防止京都会議：COP3」で締結された京都議定書でも注目が集まったが、各国の思惑が絡み合い、対策は決して順調とは言えない状況が続いてきた。

しかし、今やグリーンは世界の共通語になろうとしている。政府も「グリーン成長戦略」を打ち出し、「2050年カーボ

ンニュートラル」を宣言した。経済と環境の好循環を生み出す脱炭素化の推進に向けて、エネルギー・資源政策はもちろん、新たな市場を生む成長領域として位置付けて戦略的に投資を行うと表明し、企業にはそうした変化に対応する経営環境の見直しが求められている。

こうしたグリーンに関する動き、特に政府のグリーン成長戦略について、中小企業経営者の認知はどの程度進んでいるのか。ここでは政府方針についての認知状況について調査を行った結果を整理していきたい。

1-1. 政府の方針を理解しているか

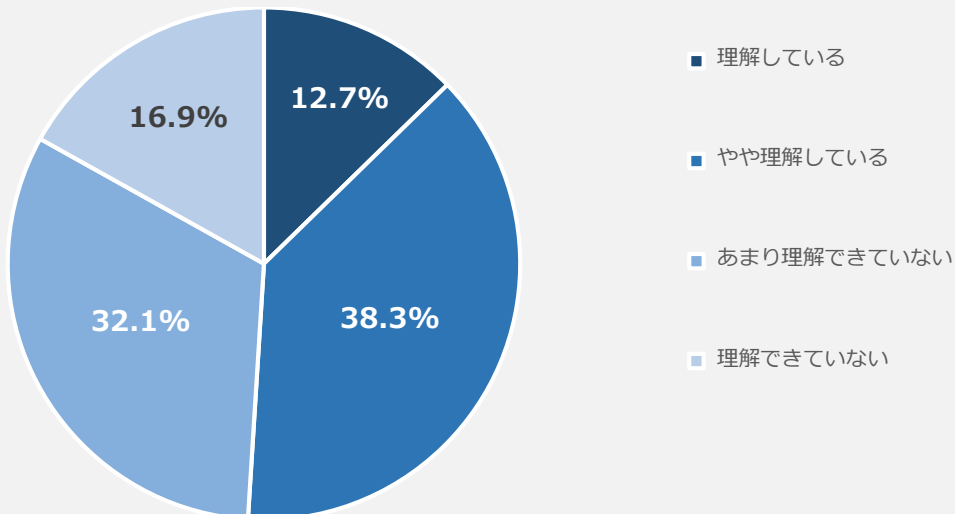
政府はグリーン成長戦略において、具体的な脱炭素化政策はもとより、これを政策的に進めるための投資を積極的に行い、企業側の取り組みが広がることを期待している。そうした政府の方針について、中小企業経営者の認知はどの程度進んでいるのか。

「理解している」と回答したのは12.7%で、「やや理解している」の38.3%と合わせると約半数の51.0%の企業が

政府の方針を理解しているとの結果になった。理解状況はおおむね半々に分かれていると言える。

約30年にわたる温暖化対策に関する議論がある中でのこのたびのグリーン成長戦略であるが、中小企業の理解は、現状では必ずしも進んでいない状況が浮き彫りになった。なぜ今その戦略が必要なのか、より丁寧な説明が求められるだろう。

政府の方針を理解しているか (n=1133)



調査期間:2021年11月8日~12月9日

1-2. 政府の方針を理解できない理由

グリーンについての政府の方針についての理解を問う設問で「あまり理解できていない」「理解できていない」と回答した企業（555社）に対し、その理由を聞いた結果が以下のグラフである。

最も多かったのが「興味がないので理解しようとしていない」の288社（51.9%）で、回答企業の約半数を占める結果となった。これはアンケート調査対象全体1133社中でも25.4%となり、4社に1社は興味がないと回答したことになる。コロナ禍で資金繰りや経営立て直しが急務の中、グリーンへの取り組みを求められても目が向かない中小企業が多いことがうかがえる。

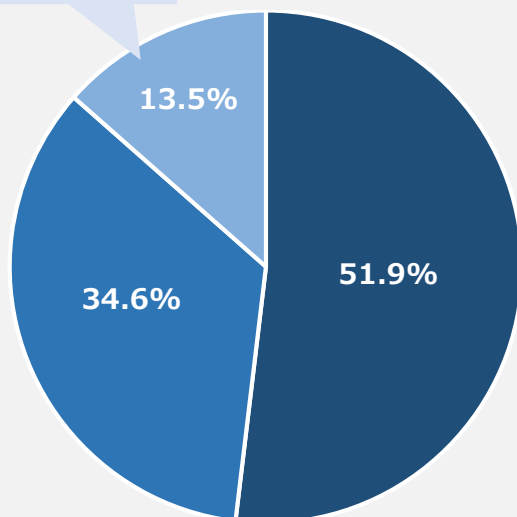
次いで多かったのは「ニュース、新聞等の報道が分かりにくい」の192社（34.6%）であった。また、「その

他」にあった回答でもっとも多かったのは「知る機会がない」（40社・7.2%）であった。これらの結果からうかがえることは、脱炭素への取り組みの重要性については理解していたとしても、政府が目指そうとしている方向性や、企業が取り組むべきことに落とし込んだ政策論についての情報が届いていない現状があることである。

政策は具体的な進め方についての説明がなければ絵に描いた餅になってしまう。脱炭素を進める上で重要なファクターである企業、特に情報が届きにくい中小企業に対し、グリーンに向けた具体的な取り組みのイメージや支援体制等の情報提供を、これまで以上に進めていく必要があると考えられる。

政府の方針を理解できない理由（n=555）

知る機会がない（40）
知る意識がない（10）
身近に感じられない（3）
など



- 興味がないので理解しようとしていない
- ニュース、新聞等の報道が分かりにくい
- その他

調査期間:2021年11月8日~12月9日

1-3. 【従業員規模別】 【経営者世代別】 グリーンについての理解度

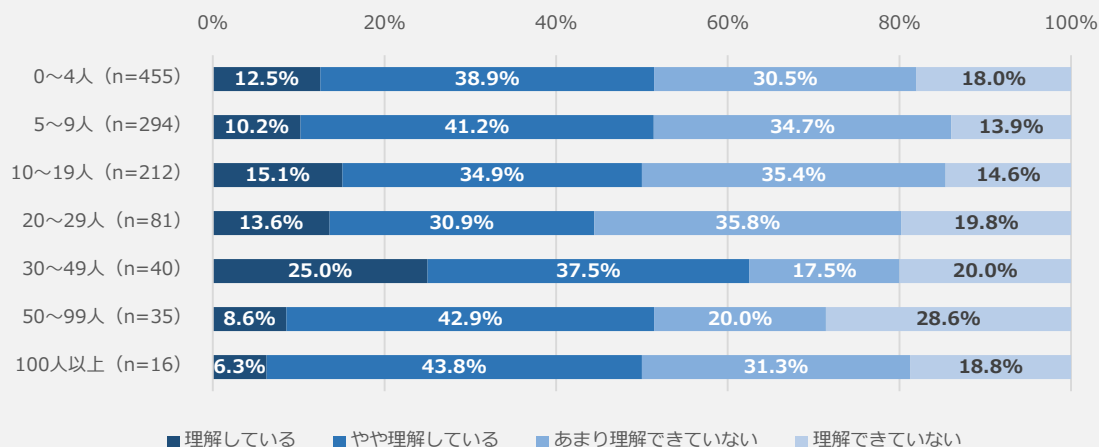
政府のグリーン成長戦略についての理解度に、企業の規模や経営者の世代により違いはあるのだろうか。ここでは回答企業の従業員規模別、また経営者の世代別での傾向を見てみたい。

結論としては大きな違いがみられなかった。従業員の規模が5人未満の企業と、100人以上の企業でも、グリーンについての理解度に大きな違いはみられず、同様に経営者の世代別でも、20~30代の経営者と70歳以上の経営者で大きな違いはなかった。

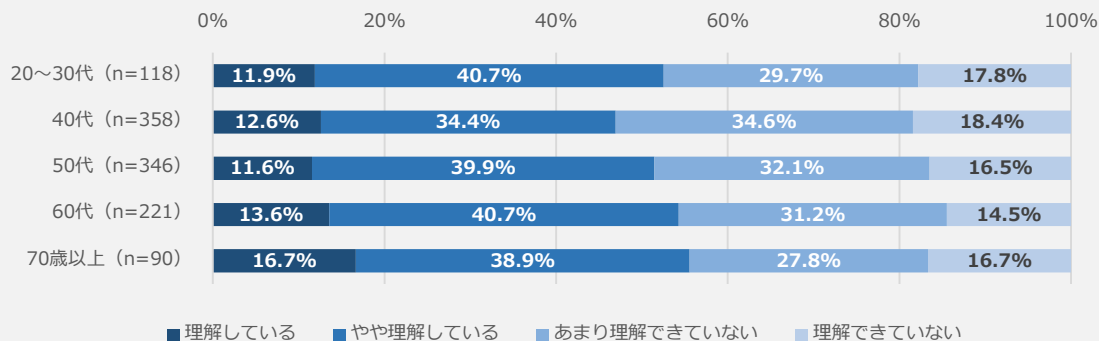
デジタル化に関する傾向としては、規模の大きな組織や、若い経営者が取り組みやすい傾向が強いが、グリーンに関しては規模や世代は関係なく、問題意識があれば取り組めるテーマであると言える。また温室効果ガス削減への取り組みが注目されてから約30年となることから、世代に関係なく興味を持たれる傾向がある。グリーンへの対応は今後のビジネス環境において強みになる。規模や世代に関係なく、積極的に挑戦できるテーマであると言えるだろう。

【従業員規模別】 【経営者世代別】 グリーンについての理解度 (n=1133)

【従業員規模別】 グリーンについての理解度



【経営者世代別】 グリーンについての理解度



調査期間:2021年11月8日~12月9日

2. グリーンへの取り組み状況

前パートにおいて、政府のグリーン成長戦略についての中小企業の認知・理解状況について検証した。ここでは、そのグリーンについて取り組む意識の有無、さらに具体的な取り組み内容について聞いた結果を紹介する。

中小企業のグリーンへの取り組みとしては、例えば脱化石

燃料と電化促進（エネルギーの低炭素化や再生可能エネルギーの活用など）、省エネ機材の導入・設備投資、消費エネルギー量の削減などが考えられる。こうした取り組みについて、中小企業はどのように考え、実際に取り組んでいるのだろうか。

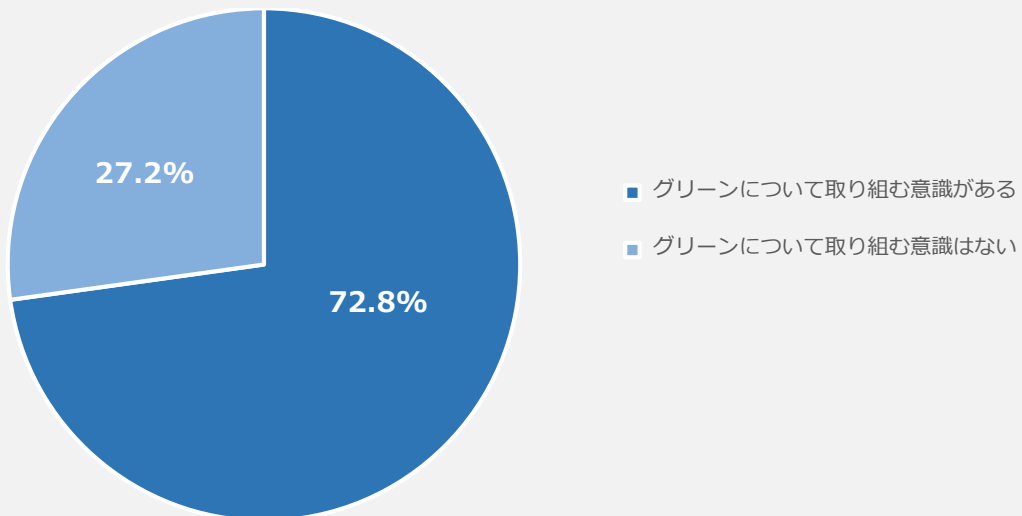
2-1. グリーンに対する取り組み意識

政府が進めるグリーン成長戦略について、「理解している」「やや理解している」と回答した578社に対し、「グリーンについての取り組み意識」を聞いた結果が以下のグラフである。

グリーンについて「取り組む意識がある」と回答したのは421社で、回答企業中では72.8%であった。政府の方針について理解している企業の多くに、実際に取り組む意識があることがわかった。一方、理解していても「取り組む意識はない」と回答した企業も27.2%に及んだ。このことから、何より現状の課題とそれに対する政策の方向性について情報を得て、理解することが重要だとわかる。

地球温暖化対策としての脱炭素化については、もともと社会的な関心が高かったテーマと言えるが、問題はそれが設備投資や日々の業務などの企業活動に落とし込めていなかったことである。以下のグラフでは「取り組む意識がある」と回答した企業の割合が多数派であるものの、理解が進んでいない経営者も含め、アンケート回答企業全体（1133社）の中では37.2%にとどまっている。グリーンを経営の中に意識的に取り組む企業は、全体ではまだ少ないと言えるだろう。

グリーンに対する取り組み意識 (n=578)



調査期間:2021年11月8日~12月9日

2-2. 【業種別比較】グリーンに対する取り組み意識

ここではさらに、グリーンについて取り組む意識があるかどうかについて、業種別での傾向を見ることにする。

「取り組む意識がある」と回答した割合が最も多かったのは「不動産業、物品賃貸業」の46.2%、次いで「複合サービス業」の40.9%、「建設業」の40.4%であった。

トップの「不動産業、物品賃貸業」のうち、不動産業は不動産の売買、貸借、仲介等の業務であり、オフィスや商業施設の電力を再生可能エネルギーに切り替えることや、廃棄物や防災などへの問題意識の高さが背景にあることがうかがえる。物品賃貸業については、産業用や事務用の機械器具、その他扱う商材について脱炭素への意識があると考えられる。次いで多かった「複合サービス業」（信用や保険なども含め複数のサービスを提供する事業所）については、主に導入機器や関連施設の省電力化、ペーパーレス対応などへの対応が思い浮かぶ。建設業についても、資材調

達から施設の施工、そのプロセス全体での脱炭素化施策が実施されていることがわかる。

一方で、取り組む意識が最も低かったのは「小売業」の17.1%、「生活関連サービス業、娯楽業」の28.6%、「運輸業、郵便業」の29.6%であった。中でも特に小売業は取り組み意識が低い。日本における脱炭素化への取り組みは、エネルギー供給側やエネルギーを大量に消費する業界に偏る傾向が強かったこと、小売業では小規模店舗が多く、組織的な対応が難しいことなども背景にあったと考えられる。しかし、現状は取り組み意識が低くても、今後は小規模店舗でも省電力化や配送時における脱炭素化への取り組み、そして地域や環境、社会などに配慮した消費行動「エシカル消費」への注目がさらに高まると予想される。

【業種別比較】グリーンに対する取り組み意識

	グリーンについての 取り組み意識あり	業種母数	割合
不動産業、物品賃貸業	30	65	46.2%
複合サービス業	9	22	40.9%
建設業	65	161	40.4%
卸売業	41	106	38.7%
サービス業（他に分類されないもの）	122	322	37.9%
製造業	45	119	37.8%
学術研究、専門・技術サービス業	44	117	37.6%
情報通信業	28	80	35.0%
運輸業、郵便業	8	27	29.6%
生活関連サービス業、娯楽業	6	21	28.6%
小売業	6	35	17.1%

（※）業種別で回答数が20社以上のものを抽出して比較検討した
調査期間：2021年11月8日～12月9日

2-3. グリーンに取り組む意識がない理由

政府のグリーン成長戦略については理解しているものの、そのグリーンについて「取り組む意識はない」と回答した157社（回答企業中27.2%/アンケート回答企業全体中では13.9%）に対し、その理由を聞いた。

最も多かったのは「費用対効果が見えないから」の81社（51.6%）、次いで「自社には関係ないから」の48社（30.6%）であった。これらの結果からは、自社にとってのメリットが感じられずに取り組みの検討には至っていない姿がうかがえる。

また、「その他」の中には、「何をすればよいかよく分からない」（7社）、「グリーン の概念自体が信用できない」（3社）、「現状関係性がなく将来的には進める判断」（3社）などの回答がみられた。これらの回答結果からも、グリーンという考え方自体が浸透していない可能性があることがわかる。

確かに、企業として取り組む上では、何らかの効果が見え

なければ取り組むのは難しいことも理解できるが、グリーンに対応していくことによるメリットがない、ということはないだろう。例えば、以下のようなことが考えられる。

①経営優位性の確立

（競争力・ブランド強化・資金調達や融資のしやすさ等）

②固定費削減（光熱費・維持管理費等）

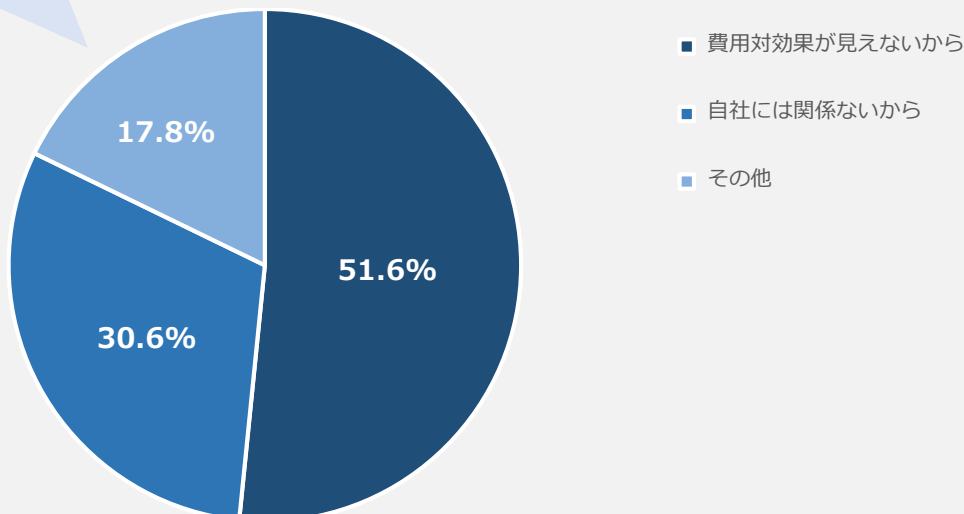
③人材確保（働きやすい職場環境・イメージ向上）

②についてはこれまで実施してきたという企業も多いだろうが、グリーンに取り組むことにより①や③などの効果も期待できる。特に①については、取引の条件としてグリーンへの取り組みを求めるケースや、環境配慮型のビジネスモデル自体が付加価値を生み、新たな顧客獲得に結び付くことも考えられる。

政府はグリーン成長戦略を進める中で、世界的な取り組みとして必要だと指摘はもちろんのこと、この取り組みによりどんな効果があるのかについても丁寧な説明をしていく必要があるだろう。

グリーンに取り組む意識がない理由 (n=157)

何すればよいかよく分からない(7)
グリーン の概念自体が信用できない (3)
現状関係性がなく将来的には進める判断 (3)
など



調査期間:2021年11月8日~12月9日

2-4. グリーンへの取り組み内容

政府のグリーン成長戦略について、理解し、かつ取り組む意識があると回答した企業421社に対し、具体的にどんな取り組みを考えているかを聞いた。

最も多かったのは「ペーパーレス」の126社（29.9%）であった。これは業種や規模等に関係なく、多くの企業が取り組みやすいと感じる取り組みだろう。ペーパーレスとともにデジタル化の推進が求められることから、デジタル化・DXへの取り組みとともに進めることで効果が期待できるものである。

また、「電気消費の削減、LED化」（30社・7.1%）や「省エネルギー製品の利用」（29社・6.9%）、「資材の再利用、削減」（27社・6.4%）などが続く。これらも日常業務の中で取り組めるものである。多くの企業が身近なところからグリーンへの取り組みを進めていることがわかる。

さらに少数派の回答には「エコ商材の使用、提案」（6社・1.4%）、「グリーン製品の開発、ビジネスに取り組む」（5社・1.2%）、「グリーン購入・調達」（4社・1.0%）など、この機にグリーンへの取り組みを進めようとする企業もある。

一方、2番目に回答の多かった「分からない」（121社・28.7%）は、取り組む意識はあっても具体的な案がないという企業の数であり、トップのペーパーレスとほぼ同数の結果となった。「実施方法模索中」の18社（4.3%）と合わせると139社（33.0%）になる。取り組む意識はあっても、具体的な取り組みにまで至っていない企業に対しては、イメージしやすいような情報提供やアドバイスを行うなどの支援を進めることも今後、必要になるだろう。

グリーンへの取り組み内容 (n=421)

グリーンへの取り組み内容	数	割合
ペーパーレス	126	29.9%
分からない	121	28.7%
電気消費の削減、LED化	30	7.1%
省エネルギー製品の利用	29	6.9%
資材の再利用、削減	27	6.4%
実施方法模索中	18	4.3%
排気ガス削減、電気自動車の導入	14	3.3%
その他	13	3.1%
ごみの分別	9	2.1%
エコ商材の使用、提案	6	1.4%
リモートワークの実施	5	1.2%
グリーン製品の開発、ビジネスに取り組む	5	1.2%
グリーン購入・調達	4	1.0%
農業への取り組み	3	0.7%
売上の一部を寄付	3	0.7%
特になし	2	0.5%
エコ関連の資格、認証取得	2	0.5%
SDGsの推進	2	0.5%
フードロスに取り組む	1	0.2%
社内で話題として出す	1	0.2%
合計	421	100.0%

3. 今後の展望と課題

○環境配慮型の経営に向けて、今こそGXを

2020年10月、日本は「2050年カーボンニュートラル」を宣言した。これは2050年の温室効果ガスの排出目標を、排出と吸収で実質ゼロにするという意欲的なものである。排出の大きな割合を占める電力由来（37%）については脱炭素化を進め、再生可能エネルギーを中心とした構成にしてゆく。次いで排出の多い産業領域（25%）については温室効果ガスを排出しない資材や器具の導入を進め、環境配慮型の生産体制を構築する。運輸（17%）については積極的に電化を進め、「業務・家庭」（10%）ではデジタル化とともに進められるペーパーレスや多様な働き方の導入、環境に良いものを使うグリーン購入・調達などの推進により脱炭素化への道が開けると言われている。

そして、これまでグリーンに取り組むことは経済成長を阻害し、成長にはつながらないと考える風潮があったが、今やこの対策を行うことが産業構造や社会の変革を促し、新しい社会の構築につながる成長の好機と位置付けられるようになった。これこそ政府から示されているグリーン成長戦略であり、環境配慮型の社会に適応したビジネスモデルとして、差別化と成長領域への投資が行われていく見通しである。

この変化への対応がまさしくGX（グリーントランスフォーメーション）である。脱炭素社会に適応し、自ら変革し、成長につなげていく。こうした環境配慮型の経営は大企業のみならず、中小企業にも求められている。

○ペーパーレスや電源の見直しなど身近なところから始め、価値創造へ～グリーンを通じた差別化

排出量の削減のみを見れば、中小企業1社ができることは小さいかもしれない。ただし、日本全体で考えたとき、中

小企業が担う役割はとて大きい。産業領域（生産活動）では自動車・蓄電池や半導体産業など、注目が集まる。また、住宅・建設等も脱炭素化の取り組みが積極的に進められている。業務・家庭領域でも、電源の脱炭素化やペーパーレス、テレワーク導入による運輸での排出量削減等、生産手法の転換のみならず、日常の身近なところから始められることが多くある。そして、こうした取り組みがサプライチェーンとして必要になる場合もあれば、新規の取引要件として求められる場合もあるだろう。これまでの生産スタイルにのっとった場合は新たな負担になってしまうが、世界的な環境配慮型の産業構造の変化をにらんだとき、他社との差別化や新たな市場開拓に向けた強力な武器になるものでもある。また、持続可能な経営を目指している企業は、今まで以上に融資や投資において有利に働くことになるだろう。

この流れは、日本国内のみならず全世界でさらに勢いを増して進むことが予想される。デジタル化が進む超情報社会に適応し、自ら変革に挑戦するDXと同様に、グリーンに適応し、自ら変革していくGXに積極的に挑戦していくことで、競争に打ち勝ち、生き残る組織づくりを目指すことを提案したい。

しかし、本レポートの結果にあるように、現状では多くの中小企業がグリーンへの取り組みをしつつも、理解が及んでいない、または理解していても取り組みの効果をイメージできない、自社には関係ない、と考える企業も多い。脱炭素化への取り組みはもはや避けて通れない道である。具体的な取り組み事例や、取り組みによる効果、また新しい市場としての可能性など、より積極的な情報提供が必要になるだろう。

◇ブルーレポートmini次号予告◇

2022年2月号「持続可能な経営に向けて～SDGs・ESG～」

持続可能な経営に必要な取り組みとして注目されているSDGs・ESGなどは、大手企業のみならず中小企業にも無関係ではなくなりつつある。次号では、これらに関する中小企業の認知や取り組み状況についてまとめる。