

# 企業経営 環境配慮

に求められる

— 競争力強化の源泉 —

## 目次

- 1 はじめに
- 2 資源生産性向上による競争力強化
- 3 強まるグリーン購入の流れ
- 4 企業間取引におけるグリーン購入
- 5 おわりに

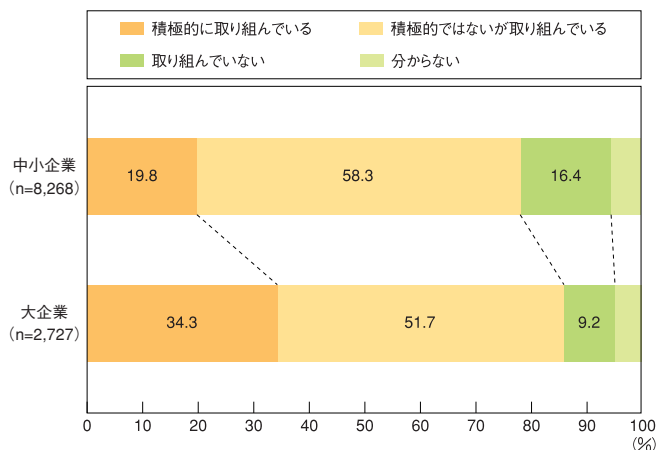
### 1 はじめに

これまでの企業経営においては、「成長」と「環境」はトレードオフの関係にあったのではないだろうか。環境への対応はコストの増加につながることから、企業経営にとってはマイナスであるとの認識が強く、「環境」よりも「成長」を優先する風潮が続いてきた。

しかしながら、地球温暖化をはじめとする環境問題が顕在化し、さらには悪化しつつある今、社会全体が「環境配慮」へと大きく舵を切ろうとしている。このような社会的背景の変遷を受けて、企業においても「成長」と「環境」の両立を前提とし、企業経営の中に「環境配慮」を組み込んでいくことが求められている。

そこで本稿では、①資源制約、②グリーン購入の観点から「環境配慮」が企業収益に直結するものであり、「競争力強化」へとつながっていくことを明らかにしていく。

図表1 企業における環境問題への取り組み状況



出所:「TDB景気動向調査」2009年6月

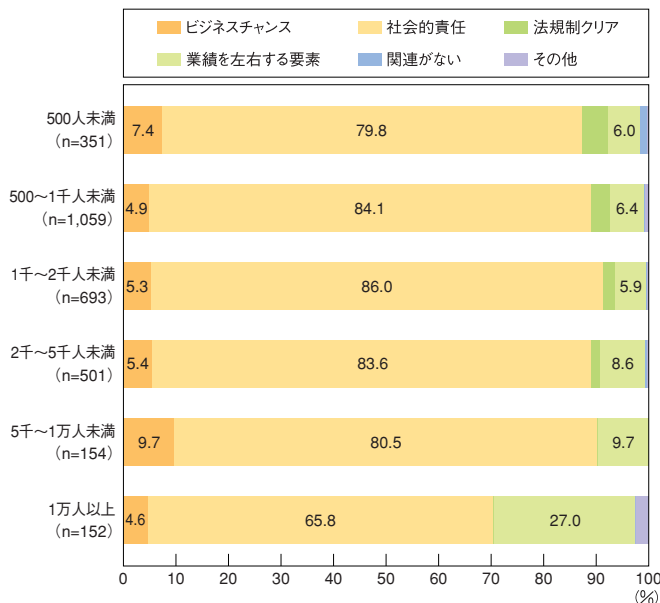
### 2 資源生産性向上による競争力強化

#### (1) 企業における環境配慮活動の現状

まず、企業における環境問題への取り組み状況をみると、大企業、中小企業を問わず、大部分の企業がすでに環境問題に取り組んでいる(図表1)。また現段階では、企業が環境問題に取り組むことは、従業員規模の大小に関わらず、「社会的責任」としての意味合いが強い。ただしその中で、従業員数1万人以上の企業においては、環境問題への取り組みが企業の業績を左右する要素にもなりうると認識されている(図表2)。

次に、企業がどういった環境分野に取り組んでいるの

図表2 企業における環境への取り組み意義 (2008年、従業員規模別)



出所:環境省「平成20年度 環境にやさしい企業行動調査」

かをみる。図表3をみると、9割近くの企業が省エネルギー（省エネ）対策を行っており、次いで、省資源対策に関連するリデュース（減量化）、リサイクル（再生利用）、リユース（再利用）の順で取り組みが進められている。つまり、現在の企業における環境配慮活動は、省エネ・省資源対策が中心であることがわかる。

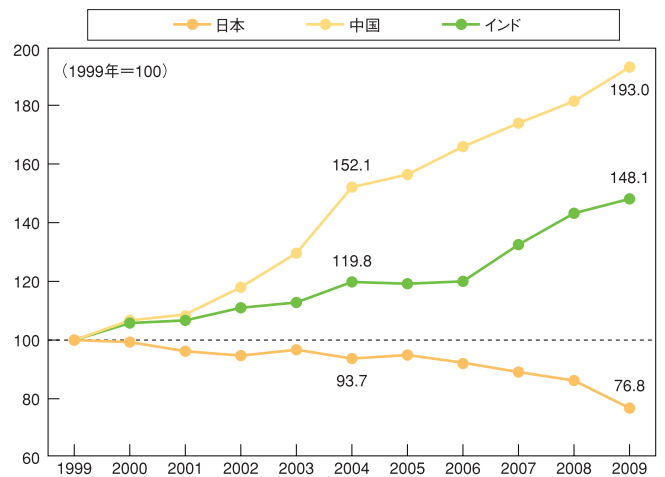
この省エネ・省資源対策は、環境保全の観点からは、主に①二酸化炭素（CO<sub>2</sub>）排出量の削減、②資源枯渇化の抑制といった効果が期待できるが、企業経営の観点からは、どういった効果が期待できるのだろうか。以下、企業経営に影響を与える要素として資源価格の変動に関する現状と、それに対する企業の対応を概観することで、省エネ・省資源対策に関する効果を検証する。

## (2) 資源価格の高騰

資源価格の変動要因としては、中国、インドをはじめとして、近年、高い経済成長を遂げている新興国の経済活

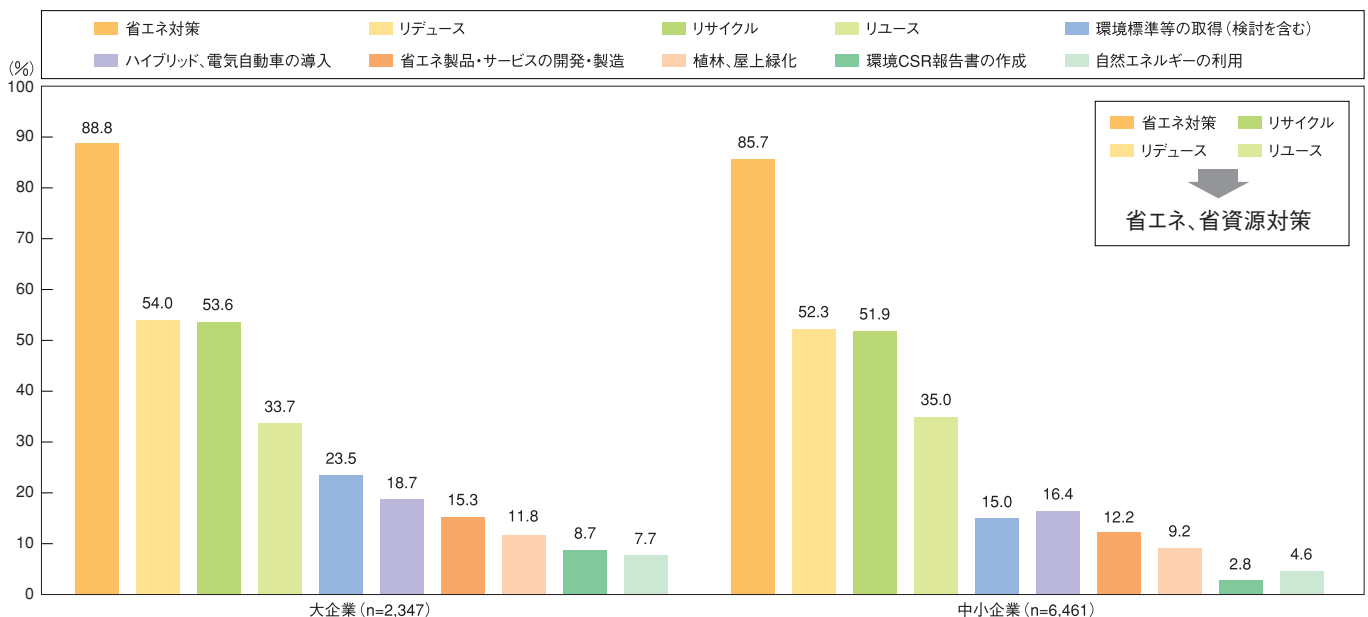
動が大きく影響している。実際に中国、インドにおける原油消費量は着実に増大しており、減少傾向にあるわが国とは対照的に、中国の原油消費は1999年からの10年間で約1.9倍、インドでも約1.5倍と拡大傾向にある（図表4）。

図表4 各国における原油消費量の変化



出所:bp “Statistical Review of World Energy 2010” より共立総合研究所にて作成

図表3 企業における環境問題への具体的な取り組み（上位10項目）



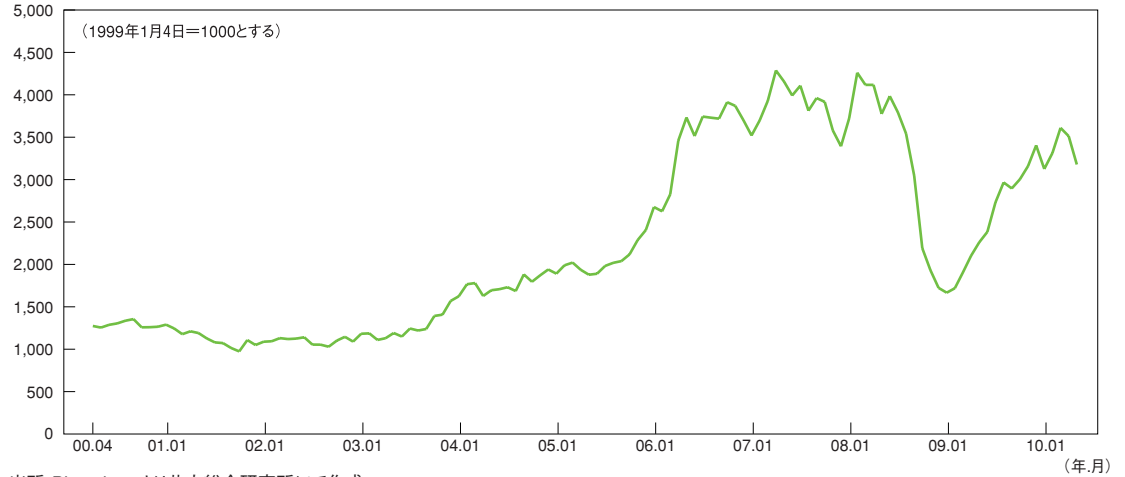
出所:「TDB景気動向調査」2009年6月より共立総合研究所にて作成

また原油のみならずその他の資源においても、新興国による消費の拡大傾向は続くと考えられ、資源価格は今後も新興国の経済活動によって大きく左右されることになるだろう。経済産業省の調査でも、9割以上の企業が資源価格の上昇によって何らかの経営リスクが生じると認識しており、4割以上の企業が資源価格の上昇要因として「新興国市場の拡大」をあげている。

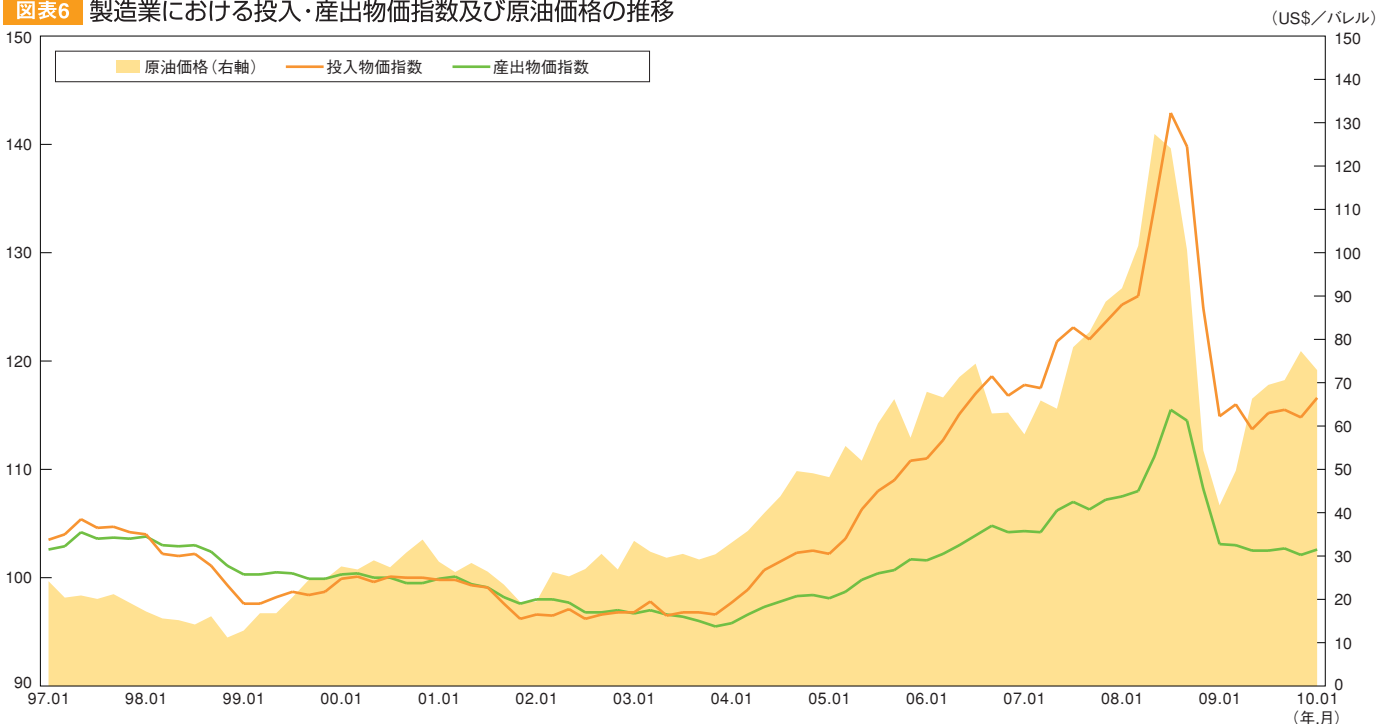
### (3) 資源価格の高騰と企業対応

次に資源価格の高騰に対する企業の対応を把握する。投入物価指数<sup>(注1)</sup>の推移をみると、2003年あたりから原

図表5 LME INDEXの推移



図表6 製造業における投入・産出物価指数及び原油価格の推移



油価格及びLME INDEX<sup>(注2)</sup>が徐々に上がり始めるのと同時に投入物価指数も高くなり始め、ほぼ同時期にピークを迎えている。これは、企業の生産コストが資源価格の動向によって大きく左右されていることを示している。これに対して産出物価指数<sup>(注3)</sup>は、資源価格が高騰して投入物価指数が大きく上昇した際、その上昇幅は相対的に小幅にとどまっている(図表5、6)。つまり、資源価格の高騰というコスト上昇に対して、企業は製品等への価格転嫁ができず、結果として資源価格の高騰が企業収益を圧迫し、企業経営を不安定にさせる要因となっている。

しかしながら、省エネ・省資源対策を行うことで資源生産性<sup>(注4)</sup>を高めれば、生産にかかる直接的なコストを削減できると同時に、資源価格の高騰という経営圧迫要因に対するリスクヘッジにもなる。つまり、同じものを生産するにも使用する資源量が少なければ、資源価格が高騰した際に生産コストの上昇をトータルで最小限に食い止めることが可能となり、製品に価格転嫁できずとも、収益を維持することが可能となる。

このリスクヘッジへの取り組みの有無が、経営上の優位性を確保する「競争力強化」に大きく関係してくることになる。

### 3 強まるグリーン購入の流れ

#### (1) グリーン購入とは

ここではグリーン購入の観点から企業の環境配慮における意義を検討する。グリーン購入とは、国、地方公共団体、企業、消費者が製品・サービス等を購入する際に、省エネ・省資源型のもの、リサイクル可能なもの、リスクの高い化学物質を排除・削減したもの等、環境配慮型の製品・サービス等を優先的に選択することである。

このグリーン購入を浸透させるために、わが国では1996年に行政、企業、消費者(民間団体)等が共同で「グリーン

購入ネットワーク」を設立した。さらに2000年には、国等の公的機関にグリーン購入を義務付ける「国等による環境物品等の調達に関する法律(グリーン購入法)」が制定される等、国内における促進体制が整備された。

国等の公的機関がグリーン購入を行う最大の目的は、環境配慮型の製品・サービス等の市場形成、そして企業における研究開発等の促進へとつなげていくことにある。国等の公的機関に地方公共団体等を加えると、これらはわが国における経済活動の1/4弱を担っている。それだけ大きな経済主体が率先してグリーン購入を進めることで、企業の研究開発体制を環境配慮型へと切り換えさせ、さらにその他の市場へと波及させることを狙っているのである。

対象となる品目及び判断基準については、毎年度見直しが行われている。その結果、国等で対象となる品目は、2001年時点では90品目(公共工事分野は除く)であったものが、2010年には2倍以上の190品目となっている。また見直しに際して、企業から提案を募集してこれらを踏まえた上で追加・見直し等を行い、さらに「数年後を目途に市場化が見込まれる製品等」を念頭においた企業からの提案も受け付けている。これは、企業に対して環境配慮型の製品・サービス等の開発に積極的に取り組むことによって、競合他社に先行して市場に参入できる可能性を高めるというインセンティブを付与しているのである。

#### (2) 地方公共団体におけるグリーン購入の流れ

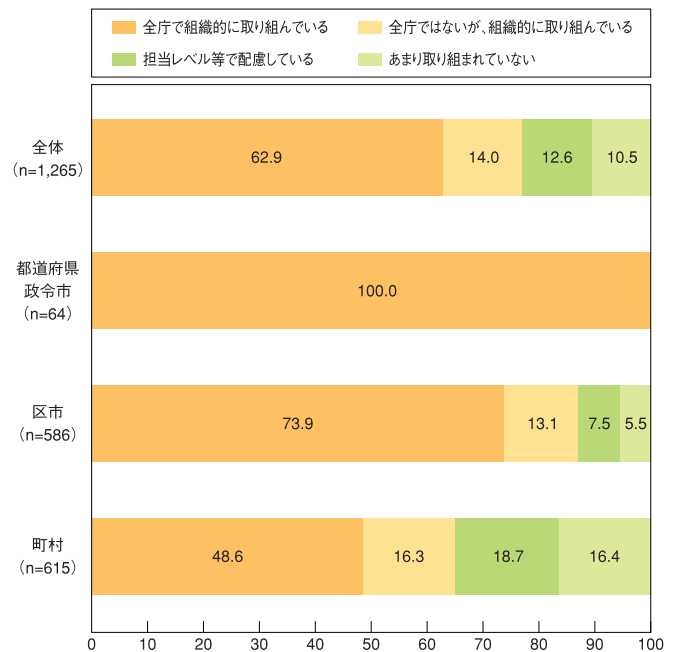
前記のとおり、地方公共団体も大きな市場規模を持っており、環境配慮型の製品・サービス等の市場形成・研究開発の促進において重要な役割を担っている。そのため現在のグリーン購入法では、地方公共団体に対して毎年度、調達方針を作成し、これに基づいた調達を推進していくことが求められている<sup>(注5)</sup>。

地方公共団体におけるグリーン購入への取り組み状況を

みると、都道府県・政令市、区市、町村のいずれにおいても積極的に関与している割合が高く、全体で約76%の地方公共団体が組織的な対応としてグリーン購入に取り組んでいる。また、担当レベル等で配慮している地方公共団体を含めると、その割合は約9割に及んでいる(図表7)。これをみると、地方公共団体においてグリーン購入はすでに前提となっており、今後もこの流れはさらに強まるものと考えられる。

上記の現状を踏まえると、今後、企業にとって環境配慮型の製品・サービス等の開発・販売等に力を入れていくことが1つの競争力強化の要因になるであろう。なぜならば、前記のとおり国及び地方公共団体においてグリーン購入はすでに基本的なものとなっており、環境配慮型の製品・サービス市場は大きく広がっていく可能性を含んでいる。そこで、この市場への参入を果たすと同時に、自ら環境配慮型の製品・サービスの開発を行い提案型のビジネスを展開することによって、先行的に市場を確保できる可能性が高くなると考えられる。

図表7 地方公共団体におけるグリーン購入の取り組み状況(2008年)



出所:環境省「平成20年度 地方公共団体のグリーン購入に関するアンケート調査」

## コラム 広域連携による「グリーン購入」促進活動 — 東海三県一市グリーン購入キャンペーン

愛知県、岐阜県、三重県、名古屋市では、2002年からグリーン購入の普及と定着を図るため、地方公共団体、企業等が協働して、消費者に対して「グリーン購入」をPRする活動を展開している。広域連携による「グリーン購入」促進活動は、国内では当地域が唯一取り組んでおり、現在では約3,700の店舗等がこの活動に参加している。

●具体的な活動は以下のとおりである。

- ①参加店舗内でグリーン購入キャンペーンコーナーを設置したり、ポスター等で啓発活動を展開する。
- ②環境ラベルのついた商品又は詰め替え商品の購入者を対象に、「エコ商品詰め合わせセット」や「文具券」が当たる懸賞を実施する。
- ③一部の参加店舗でのオリジナル企画(環境学習会の開催、懸賞応募企画等)を実施する。

2010年の活動では、参加者の約43%が、このキャンペーンがグリーン購入を知るきっかけになったとしており、このキャンペーンが当地域において、グリーン購入の認知度を高める1つの取り組みとなっている。

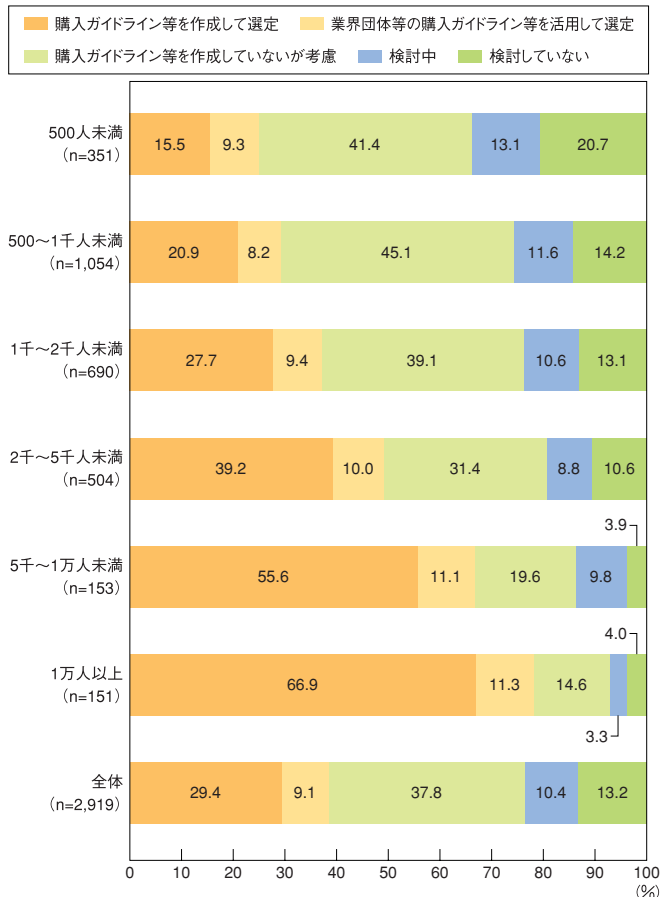


## 4 企業間取引におけるグリーン購入

### (1) 企業におけるグリーン購入の現状

次に企業におけるグリーン購入への対応についてみると、全体で76.3%の企業が何らかの取り組みを行っている。また従業員規模が大きくなればなるほど、自社内で独自の購入ガイドライン等を作成して取引先選定を行うといったように取り組みは深化している。一方で、従業員数が500人未満の企業であっても、7割近くの企業がグリーン購入を意識しながら活動を行っている現状がある(図表8)。

図表8 企業におけるグリーン購入の現状



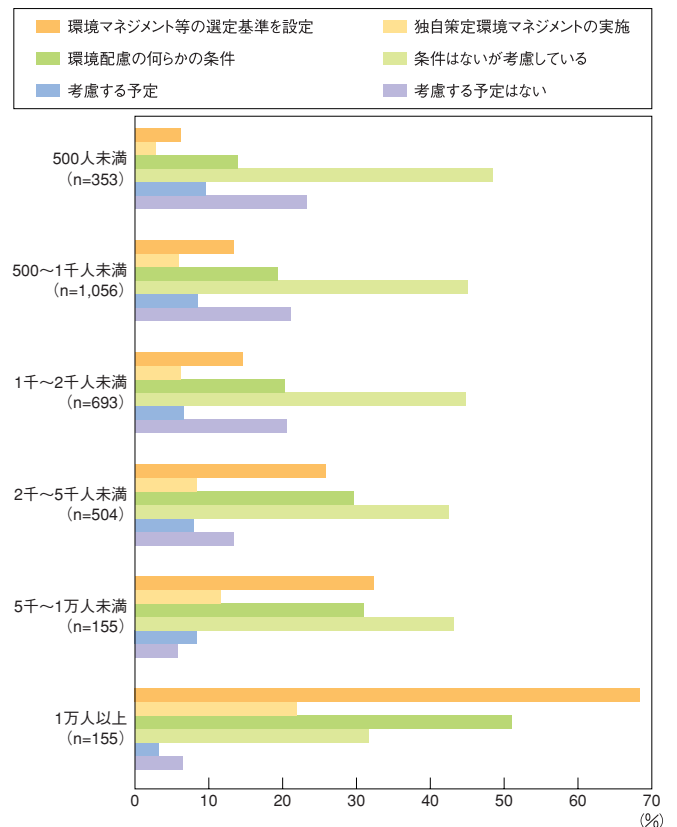
出所:環境省「平成20年度 環境にやさしい企業行動調査」

### (2) 取引条件の1つである「環境配慮」

企業間取引において、「環境配慮」がどのように求められているのかをみると、従業員規模が大きくなるにつれて、取引先に対して環境マネジメント等の策定や独自に策定した環境マネジメントの実施、あるいは環境配慮の何らかの条件等を求める傾向が強くなっている(図表9)。

一例として、日経エコロジーの「第1回 エコ消費者行動・意識調査<sup>(注6)</sup>」白物家電3分野においてトップを独占したパナソニック(株)の取り組み状況を概観する。パナソニックグループでは、材料・部品・製品の調達活動に関する「グリーン調達基準」を作成しており、この中で具体的に①購入

図表9 取引先に求める環境配慮に関する条件 (2008年、複数回答)



(注) 環境マネジメント等とは①ISO14001の認証取得、②環境報告書の作成、③エコアクション21の実施、④地域版環境マネジメントの実施である。

出所:環境省「平成20年度 環境にやさしい企業行動調査」

先の選定基準、②資材の選定基準を設けている(図表10)。購入先の選定に当たっては、従来から重視されている「品質」、「価格」、「納期」、「サービス」、「技術開発力」等に加え、環境配慮への取り組みを行っている企業との取引を優先させるとしている。また資材の選定においても、従来から重視されている「品質」・「機能」・「経済的合理性」に加え、環境負荷の小さい資材等を採用している。このように、大企業においては、環境配慮に関する一定の基準を設け、その基準を満たす企業を調達先として選定していこうとする動きはすでに定着し始めている。

今後、「環境配慮」を取引条件の1つとした大企業の動きに対応できない中小企業は、最終的に市場から淘汰されることになるだろう。しかしながら、この大企業の動きを敏感に察知し、早い段階で対応できた中小企業には、①新たな取引機会の創出、②既存取引の拡大等といった新たなビジネスチャンスにもなりうる可能性が高い。

図表10 パナソニックにおける「グリーン調達基準」

購入先の選定基準

- 1.化学物質不使用保証書の提出
- 2.化学物質含有データ(量)の提示とGP-Webシステムへの入力
- 3.化学物質管理システムの構築、「環境品質保証体制監査」を実施
- 4.環境マネジメントシステムの構築

※GP-Webシステムとは、パナソニックグループにおいて膨大な化学物質含有データを一元管理するものである。

※環境マネジメントシステムの構築では、ISO14001認証取得、環境方針等の公開、環境管理計画の策定等が求められている。

### (3) 求められる「環境配慮」項目

ここでは、企業間取引において具体的にどういった環境配慮が求められているのかについてみる(図表11)。

大企業、中小企業を問わずに、取引先の企業から求められる環境配慮としてもっとも多いのは、「リスクの高い化学物質の排除・削減」である。わが国では、化学物質に関しては必要に応じて規制が設けられたり、企業から提出された化学物質の排出・移動に関する情報等を国が1年ごとに集計し公表する「PRTR制度(Pollutant Release and Transfer Register:化学物質排出移動量届出制度)」が法制化される等の取り組みが進められている。また化学物質は、環境中に排出されると、人の健康や生態系に直接影響を及ぼす可能性が高いといったことを考慮すると、消費者への配慮という観点からも調達企業がこうした化学物質を排除する流れは強まるであろう。

次に求められる環境配慮は、「リサイクルに配慮した設計」、「資源使用量削減に配慮した設計」、「省エネ性能に配慮した設計」といった省エネ・省資源に関連するもの

資材の選定基準

- 1.再生資源・エネルギーなどに関する法律・条令の順守
- 2.「禁止物質」の不使用
- 3.化学物質含有量の把握
- 4.資材の製造工程において、「オゾン層破壊物質(HCFCは除く)」が使用されていないこと
- 5.化学物質、大気汚染、水質汚濁、土壌汚染などの環境への影響が少ないこと
- 6.再生資源・部品の使用や小型化による省エネ・省資源を図る
- 7.リサイクル設計の実施
- 8.資材に関する環境情報の開示
- 9.梱包材についても上記1～7を適用

である。「リサイクルに配慮した設計」、「資源使用量削減に配慮した設計」は、大企業と比べると、現段階では中小企業にはあまり求められていない。しかしながら、リデュース(減量化)、リユース(再使用)、リサイクル(再生利用)といった省資源化に関連する取り組みは、わが国ではすでに促進すべき重点項目となっているため、今後大企業はもちろんのこと、中小企業にも必ず求められる条件になってくると考えられる。そのため、競合他社に先駆けて取り組んでいくことで先行優位を発揮し、競争力強化を確保することができると考えられる。

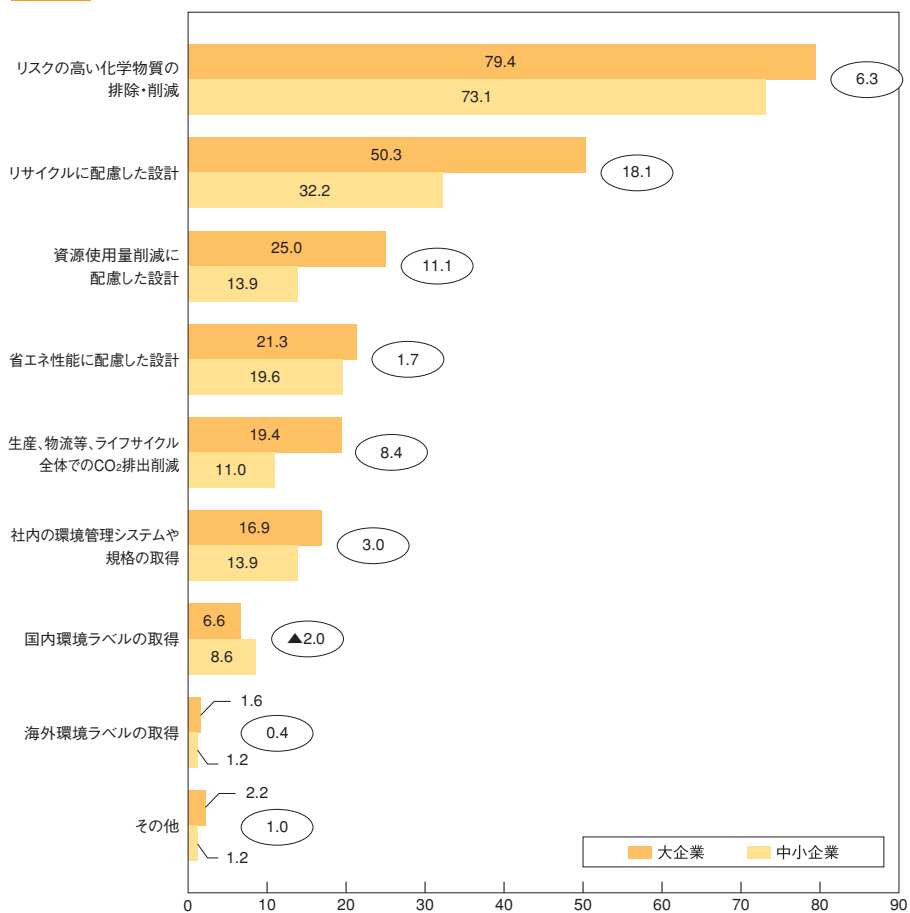
## 5 おわりに

20世紀の社会を形容するには、いろいろな表現が使われることがあるが、まず「経済成長」そして「環境破壊」の時代であったといえるだろう。それと同時に、1990年代後半から社会が環境問題を認識し、エコ活動に取り組み始めた時代でもあったといえる。この流れを受け継いだ21世紀には、さらに「エコ」がクローズアップされ、社会全体で「成長」と「環境」を両立していこうとする動きが主流となってきている。その中において、「成長」、「環境」の両側面に

において企業が果たす役割は大きい。財団法人経済広報センターの調査によると、回答者の8割以上が「この10年で企業の役割や責任に変化があった」と捉えており、そのうちの約6割が「企業が省資源・省エネや環境保護に取り組むこと」についての責任・役割が重要になってきたと認識している。

本稿では、企業が環境配慮に取り組んでいく意義について①資源制約、②グリーン購入という経済的側面から検討を行った。その結果、企業が環境配慮に取り組んでいくことは、企業経営の観点からも大きな効果が得られる可能性が高いことがわかった。ただし、企業経営の中に環境配慮を位置付け推進していくためには、ノウハウ・技術等の蓄積、設備等への投資、商品開発、社員の意識啓発等が重要であり、これらの取り組みには中長期的なビジョンが必要となってくる。短期的にはコストも手間もかかり、ともすれば負担ばかりに目を奪われがちになるが、

図表11 取引先から求められる環境関連規制などに関わる調達条件(2008年)



(注) ○ :大企業と中小企業の差

出所:経済産業省「2009年版 ものづくり白書」

「環境配慮」は今まさに時代が求めているものである。今後もさらにこの傾向が強まると考えれば、企業が中長期的なビジョンをもって環境配慮に取り組むことは、先行優位を発揮し、競争力強化の実現へとつながっていくと考えられる。

環境配慮という「環境保全」の側面が強く感じられるが、企業にとっては、経営に大きなプラスの効果を発揮する可能性が秘められていることを再認識し、1社でも多くの企業が、「成長」と「環境」の両翼を担っていくことに期待したい。

(注1) 製造業の各部門が経常的な生産活動の過程で消費する原材料、燃料・動力を対象とし、価格を集計し指数化したもの。

(注2) LONDON METAL EXCHANGE (LME:ロンドン金属取引所) は、世界最大の非鉄金属専門の取引所である。LME INDEXは銅、アルミニウム、鉛、錫、亜鉛、ニッケルの六鉱種の価格を指数化したもので、非鉄金属の代表的な指標である。

(注3) 製造業の各部門における産出物の価格を集計し指数化したもの。

(注4) 一定の天然資源消費に対してどれだけの売上高を上げているのかという指標(資源生産性=売上高/資源消費量)。

(注5) 国がグリーン購入を義務づけられているのに対し、地方公共団体に求められているのは「努力義務」である。

(注6) この調査は、「日経エコロジー」が2010年3月5日～12日の期間において、メールマガジン「ECO JAPANメール」、「日経エコロジーNEWS」、「エコ맘メール」の読者を対象に、インターネット調査を行ったものである(回答数は、5,398人)。本調査は、日ごろの環境配慮行動などのほか、商品購入実績、メーカー別の商品の環境イメージ、次に購入したいメーカー等を調査したものである。

#### 参考文献

- ・岐阜県「平成21年度 東海三県一市グリーン購入キャンペーン実施報告書」(2010年)
- ・環境省「平成22年版 環境白書」(2010年)
- ・環境省「国等の機関によるグリーン購入の実績及びその環境負荷低減効果等の詳細情報」(2010年)
- ・名古屋商工会議所「企業の環境への取り組みに関する実態調査」(2010年)
- ・経済産業省「2009年版 ものづくり白書」(2009年)
- ・経済産業省「2010年版 ものづくり白書」(2010年)
- ・近畿経済産業局「省エネルギー技術に関する導入事例&シーズ集」(2007年、2008年、2009年)
- ・パナソニック株式会社「パナソニックグループ グリーン調達基準書(バージョン5)」(2010年)

(2010.7.28) 共立総合研究所 調査部 羽田 裕