

企業における環境報告書等の公表媒体選択 の実態と理由、公表内容の推移

金谷 健¹・宮腰 裕章²

¹正会員 工博 滋賀県立大学助教授 環境科学部環境計画学科環境社会計画専攻
(〒522-8533 滋賀県彦根市八坂町 2500)

E-mail: kanaya@ses.usp.ac.jp

²滋賀県立大学学生 環境科学部環境計画学科環境社会計画専攻 (同上)

企業における環境報告書等の公表媒体（冊子、HP）選択の実態と理由、公表内容の推移を、日経 300 に挙げられている企業の中の 6 業種（食品、化学、電気機器、機械、建設、商社）を対象として、企業アンケートおよび各企業の環境報告書等の内容分析によって調査した。

調査の結果、公表媒体がHP主体の企業は現在、約 3 割、今後は約 5 割と予想に比べそれほど多くなかった。これは「費用の増大」、「人員労力の問題」などのデメリットのためと推測される。また公表内容については、冊子は「社会的取組」の情報量が、HPは「サイト別データ」と「環境マネジメント」情報が、それぞれ顕著な増加傾向にある。

Key Words: environmental report, publication, media, booklet, homepage, company

1. 研究の背景および目的

社会の環境問題への意識が高まるにつれ、企業側もそのような社会の要求に応えるため近年環境報告書等を作成する企業が増加している。環境報告書等を作成・公表する企業数は 2004 年度には 811 社あり、2003 年度に比べ 5.1 ポイント、58 社増加している。経年的にみても増加傾向にあり、「来年は作成・公表予定」と答える企業が 5.4%、136 社あることから今後も増加が予想される¹⁾。

環境報告書とは、企業等の事業者が、経営責任者の緒言、環境保全に関する方針・目標・計画、環境マネジメントに関する状況、環境負荷の低減に向けた取り組みの状況などについて取りまとめ、一般に公表するものである。

近年、ガイドラインの普及（環境省の環境報告書ガイドライン（2003 年度版）²⁾、GRI のサステナビリティ リポーティング ガイドライン 2002³⁾、環境省の「事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン（2002 年度版）」⁴⁾）、発行企業の増加、環境報告書等の表彰制度などにより良い事例が多く得られ、環境報告書等のレベルの向上は目覚ましい。しかし、まだ様々な課題が残されている。その中の一つに、環境報告書等の記載内容の多さと

いう課題がある。近年、ガイドラインが要求する記載内容が増え、社会性報告が一般になりつつあり、ボリュームのある報告書が増加している⁵⁾。内容の分厚い環境報告書等は概観性に欠け、かつ情報の取捨選択に苦勞する。また、他方、薄い環境報告書等は重要な環境情報が欠落しているおそれがある⁶⁾。なお前記の 3 つのガイドラインの間には、

*環境報告書ガイドライン（2003 年度版）は、GRI のサステナビリティ リポーティング ガイドライン 2002 を参考としており、

*事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン（2002 年度版）は、環境報告書ガイドライン（2003 年度版）の詳細な内容に関して記載する際に利用される（もともとは「環境報告書ガイドライン 2000 年度版」の第三章の「重要な記載項目」の補足のために作成されたガイドライン）

という関係がある。

このような状況の中、環境報告書等も紙媒体だけではなくHPでの情報提供への移行が増加している。現在は、紙媒体とともに、PDF 版を提供しているところがほとんどだが、ここ数年では紙媒体では発行せずHPのみの企業もわずかなのであるが

出始めた⁷⁾。しかし、環境報告書等の公表において、企業が冊子とHPの利用形態をどのように捉え、利用しているのかわかっていない。そこで本論文では、企業における環境報告書等の公表媒体選択の実態と理由、および公表内容の推移を解明することを目的として調査を行った結果を報告する。

なお本論文において、「環境報告書」とは「報告書の名称が環境報告書、環境レポートであるもの」を、「環境報告書等」とは「環境報告書、CSR(社会的責任)報告書、環境社会報告書、サステナビリティ報告書の総称」を、それぞれ意味する。また本論文で「HP」とは、「Home Page」の略で、「インターネット上のサイト全体(入口だけでなく)」を意味し、「Web Site」とも同義とする。

2. 調査方法

(1) 企業における環境報告書等の公表媒体選択の実態

日経300に挙げられている企業の中の6業種(食品、化学、電気機器、機械、建設、商社)109社を調査対象とした。なお日経300とは、日本株の株価指数の1つであり、日本経済新聞社が算出して提供している(選定された300銘柄を対象にして、時価総額加重平均方式で算出した指数)。

アンケート調査項目は、公表媒体、公開目的、利用理由、対象利害関係者、作成者、作成費用、提供数(冊子の年間発行部数、HPの年間閲覧者数)、HPの更新頻度、冊子情報量の認識、である(一部、結果記載略)。2005年10月17日～11月18日に、上記109社に、メール、FAX、郵送のいずれかの方法でアンケート調査を実施した。53社からアンケートの返送が得られた。53社の業種内訳は食品16社、電気機器9社、化学11社、機械7社、建設6社、商社4社である。

なお「公表媒体」の種類は、「冊子のみ」、「冊子主体(冊子とHPの併用だが、両者の内容があまり変わらない)」、「HP主体(冊子とHPの併用だが、HPのみの掲載内容が多い)」、「HPのみ」の4つに分類し、択一式の回答により決定した。

(2) 企業における環境報告書等の公表媒体選択の理由

上記53社のうち、「現在冊子主体で、今後も冊子主体を続ける企業25社」、「現在冊子主体で、今後はHP主体への移行を検討している企業10社

(本論文ではHP主体未完了企業と呼ぶ)」、「もともと(01年以降)は冊子主体であったが、現在はHP主体である企業10社(本論文ではHP主体完了企業と呼ぶ)」の計45社に、公表媒体選択の理由を調査するため、それぞれに追加アンケートを送付した(2005年11月24日～12月14日)。

追加アンケート調査項目は、上記それぞれ、今後も冊子主体を続ける理由、現在HP主体へ移行しない・できない理由、費用・利害関係者・HPの環境情報等である。22社から追加アンケートの返送が得られた。内訳は、上記それぞれ、10社、7社、5社であった。なお適宜、電話・メールでの問い合わせも行った。

(3) 企業における環境報告書等の内容の推移

まず、環境省の環境報告書ガイドライン²⁾の項目を参考とし、環境報告書等の内容を7項目(基本的項目、環境配慮の方針・目標・実績の総括、環境マネジメントに関する状況、環境負荷及びその低減に向けた取組の状況、社会的取組の状況、サイト別(環境負荷)データ、その他(環境活動のあゆみ、第三者レビュー、環境用語解説など)に分類した。なお「社会的取組」とは具体的には、「労働安全衛生、人権及び雇用、地域文化の尊重及び保護等、環境関連以外の情報開示及び社会的コミュニケーション、広範な消費者保護及び製品安全、政治及び倫理、個人情報保護」についての取組である²⁾。

次に、各企業の環境報告書等について、下記の方法で情報を入手して、7項目それぞれの掲載ページ数を調べた。

①冊子については、各企業から郵送してもらうか、HP上に掲載されている過去の冊子PDFファイル(01年～04年)を利用。

②HPについては、各企業のHP上の情報を利用。過去の情報(01年～04年)は、インターネットアーカイブ(Internet Archive;世界中のホームページを保存、公開しているサイト)を使って検索。

なお、同じページ数でも、文字の大きさや体裁等により、情報量には大きな差異が生じうが、本論文では、情報量の第一段階における指標として、掲載ページ数を用いた。

3. 結果及び考察

(1) 企業における環境報告書等の公表媒体選択の実態

図-1に、企業における環境報告書等の現在の

公表媒体を示す。全体では、冊子主体が最も多く、次がHP主体であり、HPのみは僅かである（冊子のみはゼロ）。なお業種別にみると、「HP+HP主体」の割合が、電機・化学・食品は機械・建設・商社よりも大きい。これは、前者のほうが後者よりも、消費者に近い業種（「BtoC (Business to Consumer) 企業」）と考えられることを反映しているためと推測される。

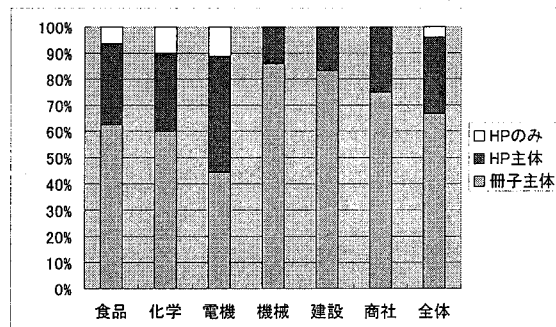


図-1 企業における環境報告書等の現在の公表媒体

表-1に、企業における環境報告書等の利用目的を示す（複数選択可）。冊子は、「積極的な情報提供が行えるため」や「利害関係者の要望に応えるため」が多くの企業で選択され、「紙媒体が一番作成しやすいため」や「費用を抑制するため」の選択は少なかった。HPは、「読者層を広げるため」が多くの企業で選択されたが、予想に反して、「情報更新が早く行えるため」や「冊子での情報量をカバーするため」は半数程度の企業に選択されるに留まった。

表-2に、企業における環境報告書等の利害関係者について、冊子・HP別に示した。これは、冊子については「どのような利害関係者に冊子を配布していますか？（該当上位3つを記入）」、HPについては「どのような利害関係者にHPで環境情報を提供していますか？（該当上位3つを記入）」という質問への回答を、1位3点、2位2点、3位1点とした合計点で基準化した相対%で示してある（冊子・HPそれぞれ計100%）。利害関係者の上位は、冊子は取引先、役員・従業員、HPは消費者、取引先、学者・NPOである。

図-2に、企業における環境報告書等の現在と今後の公表媒体を示す。「冊子主体」の三分の一の企業は今後、HP主体への移行を検討している。また、「HP主体企業」は今後もHP主体を継続する意向である。この結果から今後「HP主体企業」は増加傾向と考えられる。ただし「冊子主体」の

大半の企業は今後も「冊子主体」とをとること、「HPのみの企業」は今後においても少ないことは予想外であり、興味深い結果となった。

表-1 企業における環境報告書等の利用目的
(冊子の利用目的；回答は冊子利用企業)

利用目的	選択%
積極的に情報提供が行えるため	85
利害関係者の要望に応えるため	70
一般的であるため	57
紙媒体が一番作成しやすいため	19
費用を抑制するため	2
その他	26

(HPの利用目的；回答はHP利用企業)

利用目的	選択%
読者層を広げるため	80
環境負荷を抑制するため	53
情報更新が早く行えるため	53
冊子での情報量をカバーするため	50
費用を抑制するため	28
その他	8

表-2 企業における環境報告書等の利害関係者

	冊子 相対%	HP 相対%
取引先	29	20
金融機関・投資家	9	12
役員・従業員	27	10
行政機関	5	3
学者・NPO	8	18
消費者	15	32
その他	7	5
計	100	100

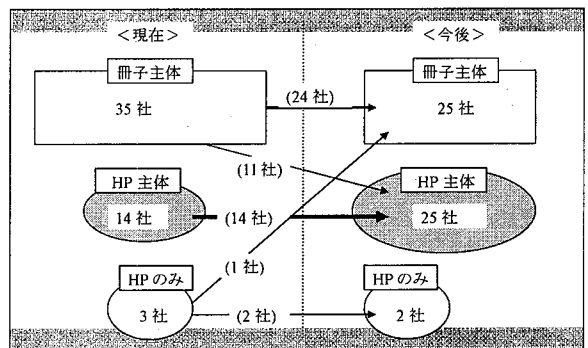


図-2 企業における環境報告書等の現在と今後の公表媒体

なおHPのみから冊子主体に移行しようとしている企業が1社ある。この企業（業種は化学）は、HP閲覧者数についての問には「調査していません」との回答であり、HPの対象利害関係者につ

いての間には無回答であった。これらから、この企業はHPの積極的意義を有していないのではと推測される。

(2) 企業における環境報告書等の公表媒体選択の理由

表-3に、冊子主体企業が環境報告を冊子主体で行う理由を示す。()内の数字は回答企業数である(全回答企業10社)。冊子主体企業は、冊子にはない情報をHPで掲載する意識があまりないことがわかる。それは利害関係者からのHP公開の要望が特になく(電話ヒアリングによる)、環境情報量がまだそれほどないためにHPのみの情報を公開しようとする必要性を感じていないためでは推測される。しかし、一方では、将来的には冊子のボリュームを抑える努力を行いたいと応える回答もあった。

なお冊子主体企業は取引先、消費者からの冊子媒体要求を高く感じており、取引でのイメージ戦略、地域とのコミュニケーションのために冊子を直接手渡し、直接対話の場を設ける機会の必要性を感じている。また、冊子の情報をスリム化し、HPで冊子情報を補う形をとると、冊子のみで評価をくだす読者や認証機関に情報量が乏しいと指摘されるケースがある。そのためこのような現在の受け手の現状を踏まえ、冊子が優勢な情報ツールと捉えている(電話ヒアリングによる)。

表-3 冊子主体企業が環境報告を冊子主体で行う理由

・冊子とHPは同様の情報を掲載するだけで十分(3)
・冊子媒体での必要性が高いため(2)
・現状では、冊子に掲載できずHPにしか掲載できない情報がない(2)
・今後は掲載のボリュームを考えていきたい(2)
・冊子にて全情報を対外的にオープンにする方針であるため(1)
・時代に合わせ、社会環境、CSR報告書への展開を図る時期を考えている(1)
・冊子とホームページの情報を可能な限り同じにしたい(1)
・冊子は年度報告書の性格から年間一冊でよく楽である(1)

表-4に、HP主体企業がHP主体へ移行して得られたメリットを示す。()内の数字は回答企業数である(全回答企業5社)。HP主体への移行により、利害関係者からの反応が多少増加していることがわかる。また冊子の印刷・郵送費用が1割削減できたという回答もあった。

表-5に、HP主体企業がHP主体へ移行して生じたデメリットを示す。()内の数字は回答企業数である(全回答企業5社)。HP主体へ移行することにより、費用の面で負担がかなり大き

いといえる。多く(4社)はHP主体への移行によって製作、人件費用が2割〜3割増えたと回答している。逆に冊子の印刷、郵送費用が1割減ったという企業もあったが(表-4)、1社のみで少数意見であった。また表-4とは逆で、読者からの反応が特に増えないという回答も2社あった。

なおHP主体への移行で費用が増大する企業が多いのは、冊子の費用はそのままで減少せず、HPの充実分だけ費用が増大するケースが多いためと推測される。

表-4 HP主体企業がHP主体へ移行して得られたメリット

・HPを通じて専門的な問い合わせが少し増えた(1)
・消費者・学者・NPO、学生からの環境施策に関するアンケート返信が1割程度増えた(1)
・利害関係者全体からのアンケート返信が2割増えた(1)
・製品を購入した消費者にメールマガジン配信で環境ページを案内することにより積極的に意見感想を送ってくる熱心な読者が増えた(1)
・冊子の印刷、郵送費用1割減少(1)

表-5 HP主体企業がHP主体へ移行して生じたデメリット

・製作、人件費用の増大(平均約2〜3割増大)(4)
・利害関係者からの反応が得られない(2)
・HP上の情報を増やし、冊子の情報を減らすと、情報量が乏しいと読者から指摘を受ける(1)
・HPでの表示形式(HTML、PDF)の変更だけでも費用が増大する(1)
・HPを通じてデータ詳細のアクセスは少ない(1)

表-6 HP主体未完了企業がHP主体へ移行しない(できない)理由

・独自の内容をHP上にて公開する人的・時間的余裕がない(5)
・HPのみに掲載すべき情報が現段階でない(2)
・冊子による発行が第一優先(1)
・冊子の発行時期の制約(1)
・利害関係者からの要望が特になく(1)
・新規情報についてのみHP上で公開している(1)
・CSR報告書をはじめることにより、報告対象が企業全体に及ぶため、各部署が個別に対応する状況となり人的負担が大きくHPの更新にまで手がまわらない(1)
・社会貢献活動、環境活動に関しては冊子にない情報を公開している(1)
・外部の認証が冊子を重要視しているため(1)

表-6に、HP主体未完了企業がHP主体へ移行しない(できない)理由を示す。()内の数字は回答企業数である(全回答企業7社)。HP主体へ移行できない理由として、多くの企業(5社)が、「独自の内容をHP上にて公開する人的・時間的余裕がない」ことを挙げている。また、「外部の認証が冊子を重要視しているため」という理由も注目される。

(3) 企業における環境報告書等の内容の推移

図-3に、全対象企業の冊子とHPのページ数の推移を示す（1企業あたりの平均ページ数；以下同じ）。冊子、HPともにページ数は増大傾向にあるが、特に04年度からのHPの伸びが顕著である。

図-4に冊子の年間平均発行部数の推移を、図-5にHPの年間平均閲覧者数の推移を、それぞれ示す。冊子主体企業は02年度から04年度にかけて冊子の発行部数が42%の伸びを示している。一方、HP主体企業は3%増と僅かな伸びにとどまっている。これは冊子主体企業のHPの閲覧者数77%増に対して、HP主体企業が94%増と高い伸びを示していることが影響していると推測される。これは冊子の発行分をカバーしているためであろう。

またHP主体未完企業は冊子の発行部数が190%増と際立って高い伸びを示している。そのためHP主体未完企業はHP主体へ移行し冊子の発行分をカバーしようと考えていると推測される。なお両図の比較から、HPの閲覧者数の方が冊子の発行数より約5倍多いことがわかった。冊子は何度読んでも一冊とカウントされるのに対して、HPはアクセスするたびに閲覧者数が加算されるため、両者の比較には注意が必要であるが、その点を考慮しても、環境報告書等に接する機会は冊子よりHPの方が多いと推測される。

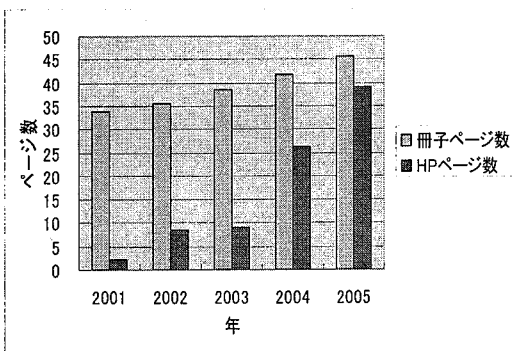


図-3 全対象企業の冊子とHPのページ数の推移

図-6に、全対象企業における冊子の情報内容の推移を示す。環境マネジメントと環境負荷及び取組状況はやや減少傾向にある。それに比べ、社会的取組はかなり大きい増加傾向となっている。これは、環境報告書への記載項目として、「社会的取組の状況」が、環境報告書ガイドライン(2000年度版)⁸⁾には含まれていないのに対して、環境

報告書ガイドライン(2003 年度版)には含まれているためと考えられる。他の項目はほとんど横ばい傾向である。

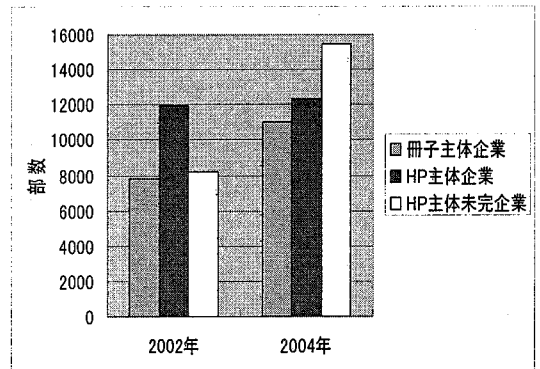


図-4 冊子の年間平均発行部数の推移(単位:部)

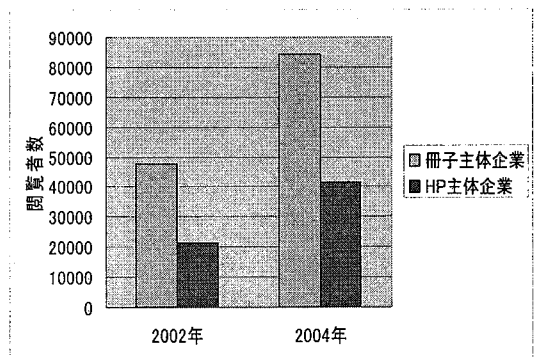


図-5 HPの年間平均閲覧者数の推移(単位:人)

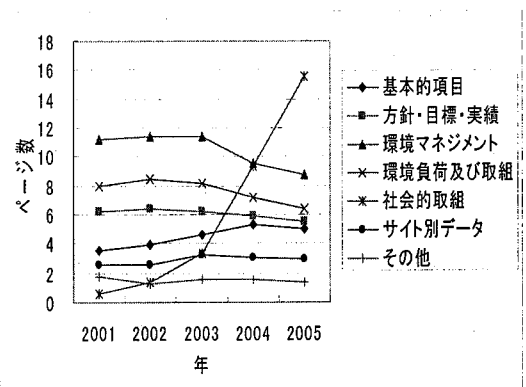


図-6 全対象企業における冊子の情報内容の推移

図-7に、全対象企業のHPの情報内容の推移を示す。環境マネジメントとサイト別データで高い増加傾向を示している。また環境負荷及び取組

状況と社会的取組の項目も増加傾向にある。なお環境マネジメントの高い増加傾向に関しては「環境に配慮した技術、製品」の項目の増加が大きい。また、サイト別データのほとんどは各工場の環境負荷データで占められていた。

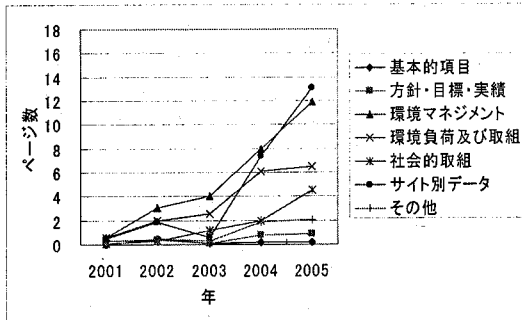


図-7 全対象企業のHPの情報内容の推移

冊子とHPについて情報内容の推移を比較すると、近年冊子では、社会的取組の情報公開が増加している。HPでも増加傾向にあるが、冊子ほどの増加には至っていない。また、冊子では、環境マネジメントと環境負荷及び取組が減少傾向であるのに対して、HPでは逆に増加傾向にある。これは、冊子での社会的取組の情報公開量の増加に伴い、冊子で環境マネジメントと環境負荷及び取組の公開量を抑制し、HPでの情報公開で補っているのではと推測される。

図-8に、各業種における冊子のページ数の推移を示す。どの業種においても冊子のページ数はゆるやかに増加している。また、電気機器に関しては他のどの業種よりも毎年ページ数が多いことがわかった。

図-9に、各業種におけるHPのページ数の推移を示す。電気機器が最も高い伸びを示していることがわかる。

そこで、電気機器における情報内容の推移を、冊子は図-10に、HPは図-11にそれぞれ示す。冊子に関しては社会的取組の情報量の増大によるところが大きく、HPに関しては、環境マネジメント、サイト別データの情報量の増大によるところが大きいことがわかり、全体傾向と同様であった。

なお電気機器におけるHPの情報量が多い理由としては、①主な製品が家電製品という、消費者へのアピールが重要な業種であるため、消費者がアクセスしやすいHP媒体を重視しているため、②他業種よりも企業規模が大きいので、環境マネ

ジメント（環境配慮製品の情報が主）やサイト別環境負荷データ（生産拠点数にも関連）の情報量も多くなる傾向にあるため、などが推測される。

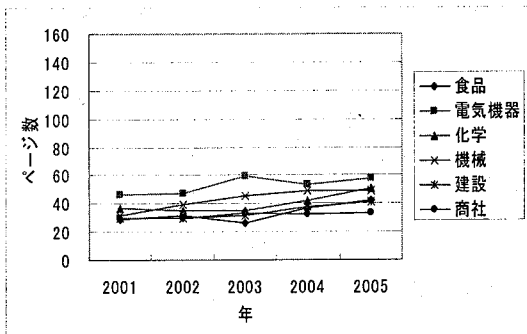


図-8 各業種における冊子のページ数の推移

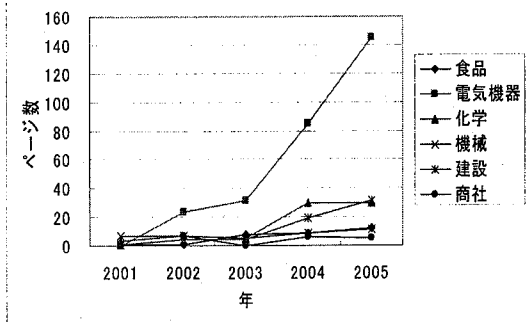


図-9 各業種におけるHPのページ数の推移

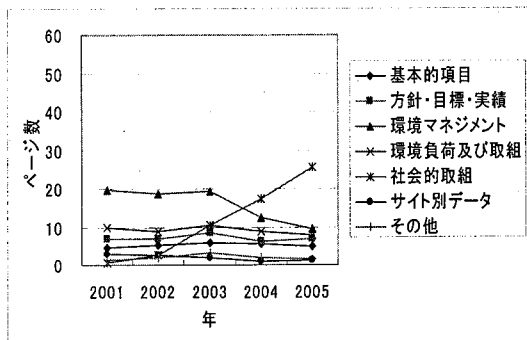


図-10 電気機器における冊子の情報内容の推移

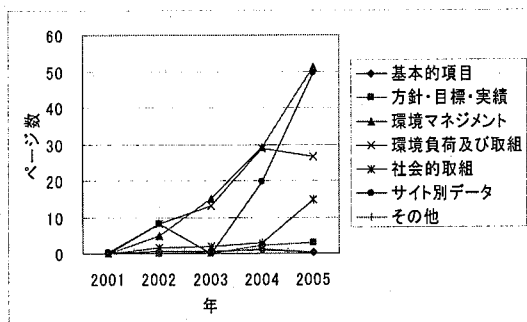


図-11 電気機器におけるHPの情報内容の推移

4. まとめ

本研究では、企業における環境報告書等の公表媒体選択の実態と理由、および公表内容の推移を解明することを目的として調査を行った。得られた主な知見を以下にまとめる。

企業における環境報告書等の公表媒体選択の実態については次の4点である。

- ①環境報告書等の現在の公表媒体は、全体では、冊子主体が最も多く(65%)、次がHP主体であり(29%)、HPのみは僅か(6%)である(冊子のみはゼロ)。
- ②環境報告書等の利用目的は、冊子は主に「積極的な情報提供が行えるため」や「利害関係者の要望に応えるため」であり、HPは主に「読者層を広げるため」である。
- ③環境報告書等の利害関係者(誰を想定して作成しているか)は多様であるが、上位は、冊子は取引先、役員・従業員、HPは消費者、取引先、学者・NPOである。
- ④今後「HP主体企業」は増加傾向と考えられる。ただし「冊子主体」の大半の企業は今後も「冊子主体」であり、「HPのみの企業」は今後においても少ない。

企業における環境報告書等の公表媒体選択の理由については次の3点である。

- ①冊子主体企業が冊子主体で行う理由は、主に「冊子とHPは同様の情報を掲載するだけで十分」、「冊子媒体での必要性が高いため」などである。
- ②HP主体企業はHP主体に移行して、「制作、人件費用の増大」などのデメリットは多くの企業が認識しているのに対して、「利害関係者からの反応」は増加した企業と増加していない企業がほぼ半々である。
- ③現在冊子主体で、今後はHP主体への移行を検討している企業が、現在移行しない(できない)理由は、「独自の内容をHP上にて公開する人的・時間的余裕がない」、「外部の認証が冊子を重要視しているため」などである。

企業における環境報告書等の公表内容の推移については、次の3点である。

- ①冊子、HPともにページ数は増大傾向にあるが、特に2004年度からのHPの伸びが顕著である。
- ②冊子では「社会的取組」が、HPでは「環境マネジメント」と「サイト別データ」が高い増加傾向を示している

③業種別では、冊子もHPも、電気機器が他業種よりも毎年ページ数が多く、特に近年のHPページ数の増加が顕著である。

本研究では当初、ほとんどの企業は「読者層の拡大」、「冊子情報量のカバー」、「環境負荷抑制」、「費用抑制」のメリットから今後、HP主体を検討するであろうと予想を立てていた。しかしHP主体企業は現在、約3割、今後は約5割と予想に比べそれほど多くなかった。これは「費用の増大」、「人員労力の問題」、「評価制度がまだ冊子重視」などのデメリットのためである。特に企業は費用と労力を大きな問題と捉えHP主体を検討していない。また、現段階では掲載すべき情報量がまだそれほどなく、HP上で冊子カバーする必要がないと考えている企業もあった。しかし、今後は社会的取組の掲載がより一般的になるにつれ、環境報告書等の作成はボリュームが増え多忙を極め、HPの作成も比例して困難となっていくことが予想される。今後、冊子は「環境情報量は一定」である一方、「社会的取組の情報量は増加」することが予想される。つまり情報の絶対量は増加していくことが予想される。そのため今後はより一層、HPを上手に活用し冊子の発行をしていく必要があり、冊子かHPかという二者択一でなく、双方の長所をうまく活かす方策が必要と考える。

参考文献

- 1)環境省:平成16年度「環境にやさしい企業行動調査」, 2005.
- 2)環境省:環境報告書ガイドライン(2003年度版), 2004.
- 3)環境省:環境報告書ガイドラインとGRIガイドライン併用の手引き, 2005.
*GRI: (Global Reporting Initiative) …オランダ・アムステルダムに本部を置く国際的なNGOで、グローバルに適用可能な「サステナビリティリポーティングガイドライン」を策定、普及させることを使命としている
- 4)環境省:事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン(2002年度版), 2002.
- 5)西山久美子, 水本江理子: 環境情報開示の流れ, オペレーションズ・リサーチ, 47(6), pp. 375-377, 2002.
- 6)河野正男: 企業経営と環境情報開示, 環境管理, 37(7), pp. 1-7, 2001.
- 7)角田季美枝: 環境情報の伝え方, 使い方(12), 環境報告書をめぐる最近の動向, 資源環境対策, 40(4), pp. 97-101, 2004.
- 8)環境省:環境報告書ガイドライン(2000年度版), 2001.

PRESENT CONDITIONS AND REASONS OF SELECTIONS ON PUBLICATION MEDIA AND THE CHANGE OF CONTENTS ON ENVIRONMENTAL REPORTS IN COMPANIES

Ken KANAYA and Hiroaki MIYAKOSHI

Purposes of this research are to clear present conditions and reasons of selections on publication media and the changes of contents on environmental reports in 53 companies. Methods of this research are analysis of the environmental report (booklet or homepage(HP)) of each company and the questionnaire survey to 53 companies. Findings of this research are as follows:

1. Now, only 30% of all companies are HP-main. And in future, 50% of all companies will be HP-main. It is not so many.
2. Demerits of HP-main are cost-up and man-power up.
3. Social information is increasing in booklet environmental reports and site data and environmental management are increasing in homepage environmental reports.