

立命館大学理工学部 正会員 笹谷 康之
立命館大学理工学部 学生会員 古守 将也
立命館大学理工学部 学生会員 〇柳川 知徳

1. はじめに

近年、顕在化しつつある環境問題は、国民の日常生活よりも経済活動の主要な担い手である企業の事業活動に、広く起因するものである。そこで本研究では、企業の環境施策を促進させる誘因と、企業と環境 NGO のパートナーシップによる環境施策の推進方法を明らかにすることを目的とする。

2. アンケート調査の概要

全国型 NGO である気候ネットワーク・グリーンオフィス研究会では、1998 年 9 月中旬～11 月中旬にかけて民間企業・事業所 509 社を対象に担当者の環境に関する意識と実際の環境施策についてのアンケートを実施した。対象企業 509 社は代表的な業種分類雑誌・書籍からの無作為抽出と特定目的の業種雑誌・書籍からの選別抽出を行った。アンケート項目は製造業などの生産プロセスに関する取り組みを除き、どの企業でも共通するオフィスで取り組める内容に絞った。以下の表 1 に質問項目のキーワードを示す。アンケート設計については、感性評価を用いて企業の環境意識と環境施策の実施割合の相関が分析できるよう心掛けた。

有効回答は 102 社（回収率 20.0%）と回収率は少なかったが両者の相関について興味深い傾向を見出すことができた。なお回答して頂いた企業は、比較的環境施策が進んでいる企業と考えられる。

3. 感性評価による企業の環境意識

企業の環境担当者に対して、環境への取り組み意識について 13 項目たずねた。

近年における世界の傾向として、ICC（国際商工会議所）の報告では環境報告（開示）の対象となる利害関

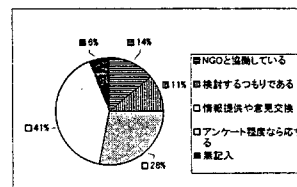


図1 NGO との協力

係者（ステイクホルダー）は、1 位が顧客・消費者、2 位が労働組合、3 位が環境 NGO、4 位が株式・金融機関と位置づけているが、今回の調査では気候ネットワーク等の NGO（非営利の市民団体）との協力については、図 1 から、「アンケート程度なら応ずる」、「無記入」と回答した企業は約半数を占めている。特に、中小企業での回答率が低かった理由として、環境コストの負担や環境担当者を置く余裕がないと考えられる。以上より、国内の企業が NGO を利害関係者（ステイクホルダー）と考えてないことが如実に示している。

他国に比べ日本の企業では、環境 NGO との交流の中で良質の情報を得て、エコビジネス等の事業経済活動に活かしたり、環境アカウンタビリティを果たせるという意識が欠如していることが考えられる。

4. 環境意識と環境施策の相関性

企業の環境施策に対して影響力のある環境意識、つまり環境に対する取り組みを進める誘因として大きかった項目は順に、①ISO14001 の認証取得と認証取得へのアプローチ、②COP3 での温室効果ガスの削減目標の設定、③就業中の負荷認識、④資源・エネルギーや廃棄物の量の計量と削減、⑤専門部署・担当者の設置であった。まず ISO14001 が環境に対する取り組みを進める際に最大誘因であったことは、日本の ISO14001

表1 質問項目のキーワード 単純集計102社 統計解析79社

企業の環境意識(感性)	環境負荷低減に向けた企業の施策
質問1 環境関連予算	質問14 環境に対する基本方針や理念
質問2 ISO14001の認証と認証取得	質問15 環境負荷低減に向けた目的・目標
質問3 専門部署と担当者	質問16 目的に対する結果の評価システム
質問4 トップの意識	質問17 自然エネルギーの利用
質問5 資源・エネルギーや廃棄物の削減	質問18 廃熱、コジェネレーションの利用
質問6 ゴミ削減と資源化防止とのつながり	質問19 省エネに関する手順書
質問7 環境対策と費用削減のつながり	質問20 省エネを考慮した施設づくりや機器利用
質問8 環境意識と組織目的の関係	質問21 アイドリングや待機電力の削減
質問9 就業中の環境負荷意識	質問22 ゴミ等の削減に関する数値データ
質問10 近隣への環境意識	質問23 環境配慮型の物品の使用、再利用
質問11 環境に関する情報公開	質問24 資源やゴミ削減に関する手順書
質問12 COP3の影響	質問25 紙の使用の仕方
質問13 NGOとの協力	質問26 社員に対する環境意識教育
	質問27 取引業者の環境保全活動に対する配慮
	質問28 環境配慮型物流システム
	質問29 エアコン使用時の節電、温度設定
	質問30 照明について
	質問31 企業独自の環境負荷低減施策の取り組み状況について

取得件数が最も多いことを考えれば当然の結果である。続いて、COP3 の誘因が大きいことは、国内で開催された国際会議の影響力が絶大であったものと考えられる。次いで、資源・エネルギーや廃棄物等の排出量の多さを顧みて排出を削減しようという意識（排出物計量）、企業の環境負荷意識（負荷認識）、環境行動を行う組織分担が重要であるという意識（組織分担）が挙げられる。つまり、ISO14001 と COP3 という当初予想された誘因以外に、「排出物計量」「負荷認識」「組織分担」が環境施策を促進させるための基本条件として位置づけることができる。

5. 企業の環境意識と環境施策の現状

アンケートの質問項目を集約するために意識と施策の計 29 項目（質問 16 除外）を主成分分析に掛け、質問項目を①環境マネジメントシステムの構築に向けた取り組み軸（寄与率 45.0%）、②施策の行動主体軸（6.7%）、③環境アカウンタビリティ軸（5.6%）、④現時点での環境施策の有効性に対する理解軸（4.9%）、⑤環境コストの負担主体軸の 5 つにまとめた。この集約された 5 つの主成分は、数学的には相互に独立した事項であるので、企業が ISO14001 や個人の継続的な意識を必要とする施策を採用しても、環境アカウンタビリティの向上、環境施策の有効性に対する理解、社会コストの企業内部化につながるとは限らないことが明らかになった。

よって環境 NGO は企業に対して、環境アカウンタビリティの向上、環境パフォーマンスの高い合理的で有効な情報の提供、企業に社会コストの内部化を促す政策の提言を行うことが求められていると結論づけた。

6. 先進的な環境施策の事例紹介

今回の調査から企業の施策を推進させる誘因を抽出することができたが、環境についての取り組みが進んでいる企業に共通する特徴をヒアリング調査や環境先進団体活動報告会（COP3）から考察した。

その結果、先進的な環境施策に取り組んでいる企業に共通する特徴として、業界内あるいは市民に対してリーダーシップを発揮していること（リーダーシップ発揮）、市民や環境 NGO に対して情報公開や経済的支援など環境アカウンタビリティの向上に努めること（環境アカウンタビリティの向上）、地域住民とのコミュニケーションやイベント開催などコミュニティ形成

を重視していること（コミュニティ形成）であった。

7. 消費者と企業のパートナーシップ

企業は利害関係者を消費者と考えている。つまり、消費者の環境に対する意識の変革が企業の意識の変革につながる。企業は消費者の行動に左右される面を多く持ちあわせているため、両者が協働して環境施策を積極的に取り組んでいく必要がある。しかし現状では、消費者と企業との間に意識の上で大きな隔りがある。¹²⁾この現状を改善するためには環境 NGO は両者の間に介入してインターメディアリーとしての機能を果たすことが重要である。環境 NGO と企業はお互いの立場を理解しつつ、対等に協働していくことが望まれる。具体策として、企業は環境 NGO に対し情報の要求や情報に見合っただけの支援を行い、逆に環境 NGO は情報のクオリティの向上に努め、企業に良質の情報の提供を行うような社会システムを構築することが望まれる。また環境 NGO は消費者にわかりやすく情報を提供し、消費者は環境 NGO に参画し、環境 NGO は消費者のニーズに見合った政策を提言することで、企業と消費者協働の促進が図られる。

8. まとめ

今回の調査から明らかにされた企業の環境施策を促進させる誘因として、当初予想された誘因である国際規模の ISO14001 や COP3 以外に「排出物計量」「負荷認識」「組織分担」が環境施策を促進させるための基本条件として位置づけることができた。

また企業と消費者のパートナーシップによって環境施策を推進するための具体策を実施することで、企業と消費者協働の促進が図られ、企業と消費者のパートナーシップによって環境施策を推進する社会システムの構築に向けての可能性が見出される。

今後の課題としては、環境についての取り組みが進んでいる企業に共通している特徴を調査により明確にしていきたい。その際に消費者と企業が協働していくために、環境 NGO として果たすべき具体的な役割が鮮明になるような調査設計を心掛けたい。また極大利潤を追求する組織である企業が環境 NGO に経済支援を促すシステムを構築する方法を研究していきたい。

参考文献

- 1) 国立環境研究所 1997.3
地球環境行動をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響-企業編
- 2) 国立環境研究所 1997.3
地球環境行動をめぐる消費者の意識と行動が企業戦略に及ぼす影響-消費者編
- 3) 環境庁 1998
環境白書 21 世紀に向けた循環型社会の構築の為に