

Title	企業はなぜ環境対策をするのか：ステークホルダーによる分析
Author(s)	杉江，周平；藤垣，裕子
Citation	年次学術大会講演要旨集，17：337-340
Issue Date	2002-10-24
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/6727
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般論文



○杉江周平, 藤垣裕子 (東大総合)

1. 研究の動機と目的

近年、企業を取り巻く環境問題は公害問題から地球環境問題へとシフトしてきた。そのような状況の中で企業は環境問題に対して規制対応型の受身の環境対策ではなく、環境マネジメントシステムの導入や、製品の環境負荷低減などの自主的な対応をするようになってきた。「企業はなぜ自主的に環境対策をするのだろうか」この問題の追及が本研究の目的である。

このような問題意識を持った背景には、企業側が環境問題に重点的に取り組み、それをアピールしているにもかかわらず消費者側の意識というのはそれほどでもないのではないだろうかとの考えがある。

このような問題意識のもとで、本研究では、企業とステークホルダー(利害関係者)との関係に注目する。企業が環境対策をする背景には、さまざまなステークホルダーの影響がある。ステークホルダーとその影響は企業が環境対策をする際の制約条件となっていると考えられる。そこで、企業および企業の行った環境対策の現状を調べることで、それらステークホルダーが企業と環境問題の接点にどう関わり、企業が自主的な環境対策をする際にどのような影響を与えたかを探ることを目的とする。この影響について、業種ごとの特徴づけや業種間の比較を行うことも目的のひとつとした。

2. 研究の枠組み

2.1 企業の環境対策とは

企業の環境対策はどのように分類されるだろうか。既存研究としては、環境省やシンクタンクによる分類枠組みは存在するものの、企業の環境対策として、自社産業の環境負荷低減を図っているものと、環境関連業務自体を自社の産業としているものとを同じ分類と

して扱っているなどの問題点がある。そこで本研究では前述の二つの分類を明確化するために、企業の環境対策を環境経営と環境ビジネスに分けた。また、環境経営については、その対策の内容により、3つに分類した。その詳しい分類内容は以下の通りである。

● 環境経営

- ① 環境コミュニケーション：自社の環境対策を社内外に情報公開すること。環境報告書の作成や、環境ラベルの採用、環境教育の実施などがこれにあたる。
- ② 環境影響評価：自社の環境負荷を低減させるために産業活動によりどれだけ環境に負荷を与えているかなどを把握し改善してゆくためのツール作り。環境マネジメントシステムの導入やLCAの実施、環境会計の導入などがこれにあたる。
- ③ 自社産業の環境負荷低減：実際に自社産業の環境負荷低減のために導入した技術や環境負荷の少ない製品作りなどがこれにあたる。

● 環境ビジネス

環境保護、産業の環境負荷の低減もしくはそれらの支援自体を自社の産業として行っているビジネス

本研究の言う企業の自主的な環境対策とは上記の環境経営を指し、環境ビジネスについては企業の環境対策とはみなさない。よってこれ以後の分析においてもその対象は環境経営だけとする。

2.2 企業とステークホルダー

本研究ではステークホルダーとは企業に影響を与える主体と考え、与える影響の違いによって次の8つに分類した。①行政機関(国内)、②国際・国内社会情勢、③消費者・取引相手、④従業員・潜在的就業者(学生な

ど)、⑤同業者、⑥投資家・金融機関、⑦NGO・NPO、⑧地域住民である。②の国際・国内情勢は主体とは言えないかもしれないが、影響を無視できないため、ステークホルダーとした。それぞれのステークホルダーが企業に与える影響を次の表1にまとめる。

表1) 各ステークホルダーが企業に与える主な影響

ステークホルダー	企業に与える影響
行政機関	法による直接・間接規制
国際・国内社会情勢	世間の風潮
消費者・取引相手	消費行動、情報開示要求 企業間取引
従業員・潜在的労働者	環境対策の効率化 労働力
同業者	環境対策面の競争・協力
投資家・金融機関	融資行動、投資行動
NGO・NPO	不買運動、企業の格付け
地域住民	訴訟、情報開示要求

3. 分析方法

本研究では企業の環境対策を分析するにあたり、環境報告書の分析とアンケートによる分析を行った。分析対象は飲料業界、自動車業界、家電業界、建設業界、総合商社の5業種、それぞれ4社ずつとした。

3.1 環境報告書の分析

まず環境報告書の内容を表に分類し、その後、その表について分析した。対象とした環境報告書は1998年度版から2001年度版である。環境報告書の記載内容を、環境コミュニケーション、環境影響評価、自社産業の環境負荷低減に分類して一社につき一つずつの分類表を作成した。次に、業種内、業種間、全体という3通りの捉え方でこれを分析した。

① 業種ごとの分析

環境コミュニケーション、環境影響評価、自社産業の環境負荷低減のそれぞれについて個別に分析した。まず項目の数についてグラフを作成し、その傾向と背後要因を考える。次に項目を対策の内容に応じていく

つかに分類し表を作成する。そしてその表についてステークホルダーとの関係を軸に傾向および背後要因について考察する。この分析は定性的なものとなる。自社産業の環境負荷低減の項目分類に関しては環境対策の効果に注目して分類する。

② 業種間の分析

業種間の分析では、項目数の分析と項目内容の分析を受けて、まず業種全体としての特徴付けをする。そしてその特徴の差異がなぜ生まれているのかについて考察する。業種の業務内容に起因することが多いだろうが、その業務内容の特徴から生じるステークホルダーとの特有の関係にも注目し考察する。

③ 全体の分析

最後に全ての業種をまとめたデータについて分析する。

②、③の場合にもそれぞれの分析範囲に対応した表およびグラフを作成して分析する。

3.2 アンケートによる分析

アンケートは環境報告書分析を行った20社のうち18社に対して行い回収率は61%(11社)であった。

質問は次のようなものを与えた。「ある環境対策をするに当たって、どのステークホルダーからどのくらいの割合で影響を受けたかを考え、持ち点を10点として、この10点を割り振ってください。」

アンケート中の環境対策の項目は、環境報告書をもとに一社につき7~10項目用意した。

分析については、項目を環境コミュニケーション、環境影響評価、自社産業の環境負荷低減に分け、業種ごと、業種間、全体について考察した。

4. 結果と考察

環境報告書分析とアンケートの分析を行い、業種ごと、業種間、全体についてどのような環境対策を何のためにやっているのかを考察した結果、いくつかの特徴的な結果が得られたので以下にそれを示す。

4.1 企業の環境対策の内容の変化

まず、図2に飲料業界の自社産業の環境負荷低減の項目数の推移を、図3に家電業界の自社産業の環境負荷低減の項目数の推移を示す。

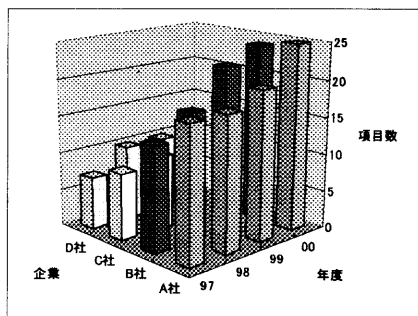


図2) 飲料業界の自社産業の環境負荷低減の項目数推移

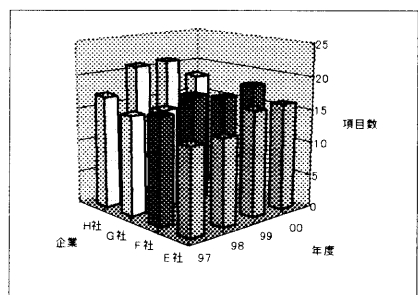


図3) 家電業界の自社産業の環境負荷低減の項目数推移

図2と図3を比較すると、飲料業界では自社産業の環境負荷低減に分類される項目数が年を追うごとに増加しているが、家電業界ではほぼ横ばいである。家電業界は以前から、廃棄物の問題など法律面からも環境対策を迫られていた。また、自動車業界や建設業界でも自社産業の環境負荷低減の項目数は横ばいであった。ところが、もともと環境負荷の低い飲料業界では自社産業の環境負荷低減の動きが強まっている。この傾向は総合商社にも見られた。このことから、近年、自社産業の環境負荷の比較的小さな企業が環境対策を始めたということが示唆される。

次に図4に5業種の環境コミュニケーションの項目数の推移を、図5に5業種の環境影響評価の項目数の推移を、表2に自社産業の環境負荷低減の内容の推移を示す。図4、5に見るように、近年環境コミュニケーションや環境影響評価への取り組みは増加してきている。

また、自社産業の環境負荷低減に関しては、グリーン購入とグリーン調達が増加が特徴的である。省エネの増加分はオフィスでの省エネによる部分が多い。特定化学物質に対する対策や、ダイオキシンに対する対策はPRTR法やダイオキシン特別措置法が制定されたのにもかかわらず、ダイオキシンでは特に、その伸びはそれほど顕著ではない。これは先進的な企業は、法律の制定の以前から対応をしていたことが原因である。

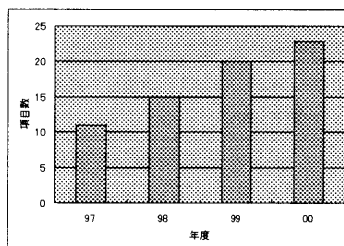


図4) 5業種の環境コミュニケーションの項目数の推移

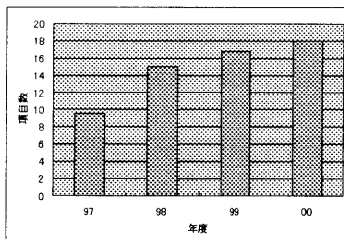


図5) 5業種の環境影響評価の項目数の推移

表2) 自社産業の環境負荷低減の内容の推移

項目内容	97年度	98年度	99年度	00年度
省エネ	8.25	9.00	8.50	10.75
特定化学物質関連	2.50	3.25	3.75	4.25
ダイオキシン関連	1.00	1.75	1.75	1.75
グリーン購入	1.00	2.75	3.00	4.00
グリーン調達	1.25	3.00	3.00	4.50

この結果、近年企業が取り組んでいる環境対策は環境コミュニケーションと環境影響評価、そしてオフィスでの環境負荷低減であるといえる。企業を中心である生産や製品については、公害問題時代からの規制対応でやれることはほとんど行っている。よって現在企業が新たに進めている環境対策とは、本業の周辺業務であるオフィスや仕入れに関するものとなっている。

4.2 企業はなぜ、どのように環境対策をするのか

図6にアンケートの結果である、環境コミュニケー

ションをする対象となるステークホルダー(5業種分)についてのグラフを示す。

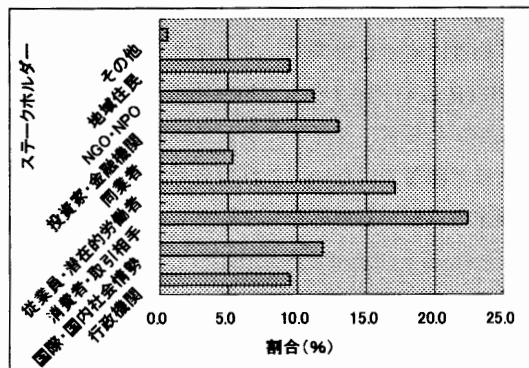


図6) 環境コミュニケーションをする対象 (5業種分)

4.1 で環境コミュニケーションなどが盛んに行われてきていると述べたがこれらの新しい環境対策は図6に見るように、消費者や取引相手がその行為の一番の対象として考えられていることが示されている。

次に図9に飲料業界の自社産業の環境負荷低減の内容の推移の表を示す。

項目内容	97年度	98年度	99年度	00年度
省エネ	7	6	5	8
CO ₂ 排出抑制	5	6	8	6
節水	4	3	3	5
SOx、NOx削減	0	0	1	5
フロン関連	2	2	2	2
ダイオキシン関連	2	3	3	3
特定化学物質関連	0	1	1	3
廃棄物の削減・再利用	7	7	6	8
容器リサイクル関連	12	11	13	11
グリーン購入	1	3	3	4
グリーン調達	0	2	2	4
その他	8	11	17	18

図9) 飲料業界の自社産業の環境負荷低減の内容の推移

容器リサイクルやダイオキシン関連などの元々飲料業界に關係の深い分野に関しては 97 年以前から積極的な取り組みがなされている。しかし、CO₂ 排出規制や特定化学物質関連になると、対策は CO₂ 排出に関しては COP3 のあった 97 年度以降に増加しているし、特定化学物質に関しても PRTR 法の制定された以降にその数を増加させている。これは一例であるが、これより企業の環境問題への対応に、図7のような傾向が見て取れる。

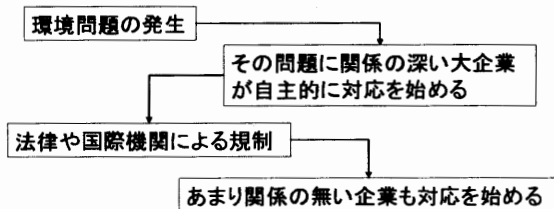


図7) 企業の環境問題への対応

5. まとめ

今回の研究の結果、企業の環境対策は予想以上に進んでおり、その中で近年の企業の環境に対する取り組みとは、環境対応の効率化と外部への情報の公開であり、また元来は環境負荷の少ない企業や部署における環境対策の高まりであった。このような新しい環境対策は消費者や取引相手を対象としていた。また、環境問題に対する企業の対応として、問題に關係の深い大企業主導の対応であるという構造も見取れた。

企業の環境対策に関する研究は定量的な分析をするには不都合が多々存在し、今回の分析の多くは定性的な分析にとどまった。しかし、企業側の情報提供もかなり進んできており、今後は金銭面や環境負荷情報に関して定量的な分析も可能になってくると思われる。

企業側の体制がほぼ整った今、外部のステークホルダーが企業に対してどのようなレスポンスをするかが重要になってくると考えられる。

(参考文献)

- ・エコビジネスネットワーク編 「地球環境ビジネス 2000▶2001」 産学社、1999
- ・(財)地球環境戦略研究機関編「民間企業と環境ガバナンス」 中央法規出版、2000
- ・山口光恒 「地球環境問題と企業」 岩波書店、2000
- ・國部克彦/富増和彦 「環境報告書の理論と実際」(財)省エネルギーセンター 2000
- ・環境経済・政策学会編 「環境経済・政策研究のフロンティア」 東洋経済新報社、1996
- ・植田和弘 「環境経済学」 岩波書店、1996
- ・安部泰隆・淡路剛久 「環境法」 有斐閣、1995