

(2021年度)

「環境（CO2削減など）への取り組み」に関する調査報告書

1. 調査目的：事業所の省エネへの取り組み状況、および脱炭素に関する認識と事業に及ぼす影響について調査し、実態を把握・分析することにより、今後の支援策の検討に活用する。
2. 調査期間：2021年9月29日～10月22日
3. 調査方法：対象事業所へアンケート調査票を郵送・Eメールにて送付、回収し、集計・分析した。
4. 調査対象先：姫路商工会議所・姫路市商工会の会員事業所

(回答率)

対象事業所数	回答事業所数	回答率
		19.8%
5,819	1,150	19.8%

(回答事業所の業種別構成比)

	構成比	事業所数
全 体	100.0%	1,150
建設業	19.7%	226
製造業	18.3%	211
卸売業	9.7%	112
小売業	12.3%	141
サービス業	21.4%	246
その他	18.6%	214
情報通信業	1.1%	13
運輸業	4.2%	48
金融・保険業	1.5%	17
不動産業	3.3%	38
飲食・宿泊業	5.0%	58
医療・福祉	2.3%	27
教育・学習支援業	1.1%	13

(回答事業所の規模別構成比)

	構成比	事業所数
全 体	100.0%	1,150
小規模	63.3%	728
中規模	32.6%	375
大規模	4.1%	47

【小規模】

「1～5人」

: 情報通信業、卸売業、小売業、
飲食・宿泊業、医療・福祉、
教育・学習支援業、サービス業

「1～20人」

: 建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、
不動産業

【中規模】

「6～50人」

: 小売業、飲食・宿泊業

「6～100人」

: 情報通信業、卸売業、医療・福祉、教育・
学習支援業、サービス業

「21～300人」

: 建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、
不動産業

【大規模】

: 上記【小規模】【中規模】を除く区分。

目次

I. 調査概要

1. 調査の背景.....	1
2. 調査結果の概要.....	2

II. 調査結果

『省エネ』への取り組み

1. 事業活動における省エネへの取り組み方針.....	3
2-1. 省エネに取り組む必要理由.....	5
2-2. 省エネに取り組む必要のない理由.....	7
3-1. 省エネへの取り組み内容.....	9
(クロス集計) 取り組み方針との関係.....	11
3-2. 省エネへの取り組み予定内容.....	13
4. 省エネへの取り組み効果.....	15
5. 省エネへの取り組み課題.....	17
(クロス集計) 取り組み方針との関係.....	19

『脱炭素』への取り組み

6. 脱炭素（2050年カーボンニュートラル）の認知度.....	21
7. 脱炭素への取り組み方針.....	23
8. 脱炭素が及ぼす将来的な収益への影響.....	25
(クロス集計) 将来的な収益と理由の関係.....	26
9. 脱炭素が及ぼす将来的な収益への影響の理由.....	27
10. 取引先からの環境負荷軽減に関する要請.....	29
<参考> サプライチェーン排出量について.....	30
11. 省エネ・脱炭素に取り組む必要な支援.....	31
(クロス集計) 取り組み方針との関係.....	11

III. まとめ.....	33
---------------	----

資料編（回答事業所の属性、クロス集計、調査票）.....	34
------------------------------	----

I. 調査概要

1.調査の背景

「気候変動に関する世論調査（令和2年11月内閣府調査）」によると、「地球環境問題に関心がある」とする回答は45.6%、「ある程度関心がある」とする回答は42.8%となっている。また、「今後、日常生活で行いたい脱炭素社会の実現に向けた取り組み」に対しては、「地球温暖化への対策に取り組む企業の商品の購入やサービスの利用」が30.1%で最多となっており、国民の環境意識の高まりがうかがえる。

政府は、地球温暖化防止・気候変動対策として、2020年10月、「2050年カーボンニュートラル」を宣言した。

これは、「社会・経済活動を通して排出される温室効果ガス（CO₂など）を「徹底した省エネ」や「再生可能エネルギーの導入」などにより極限まで減らすこと。そして森林などによる吸収と差し引きして、2050年までに我が国全体として温室効果ガスなどの排出実質ゼロを目指す取り組みであり、これを産業界全体や一般家庭でも徹底して推進すると共に、新しい事業機会を見出すことを促進させて経済成長につなげる狙いがある。

また、政府のこの宣言を受けて、地域においてもカーボンニュートラルを目指す「ゼロカーボンシティ」（環境省所管）を表明する自治体が増加している。姫路市においても、2021年2月22日に「ゼロカーボンシティ」を宣言したところである。（2022年2月28日時点で598自治体が表明）

本アンケート調査は、中小企業を調査対象とし、エネルギー（電気・ガソリンなど）需要者の立場から、二つのテーマ（①「省エネへの取り組み」と②「脱炭素（2050年カーボンニュートラル）」）について質問し、今後の事業所支援策の検討や施策運営に活用すべく実施するものである。

2.調査結果の概要

1. 『省エネ』への取り組み意識と効果

本調査においては、事業活動における「省エネへの取り組みが必要」と意識する事業所は約6割（63.6%）となった。その取り組み理由としては、経費削減が最も高い回答率（66.3%）となった。また、省エネに取り組む目的は、コスト削減の効果を期待するところが大きく、取り組みを通じて得た効果についても経費削減（31.5%）が最多回答率となった。

次いで、社会における環境意識の高まりへの対応（43.0%）を理由とする回答が多く、約4割が環境課題を意識し省エネに取り組んでいることがうかがえる。

2. 『脱炭素』が及ぼす影響

「脱炭素（カーボンニュートラル）」が、今後、事業に及ぼす影響をどう見ているかについては、わからない（49.3%）とする回答が約半数を占める。ただし、その理由については、コストアップの懸念を指摘する回答が多く見られる（29.7%）。脱炭素が及ぼす影響は、先行き不透明ながらコストアップを意識している（29.8%）、または意識せざるを得ないことがうかがえる。

また、サプライチェーンからの環境負荷低減に係る要請が厳しくなったかについては、変化なしの回答が77.6%を占める。調査時点では、対象事業所において環境負荷低減要請に関し、大きな変化は見られない。

3. 成長戦略としての『脱炭素』

「脱炭素（カーボンニュートラル）」は、温暖化対策のみならず成長戦略の側面があるとされる。事業所が成長戦略としての省エネ・脱炭素をどう見ているかを、その取り組み方針や姿勢から分析すると、省エネをカーボンニュートラルへの対応と考えている（11.1%）、新たな成長機会、商機の拡大が見込める（9.7%）など、成長戦略とする意識は、まだ低い水準にとどまっている。

また、その取り組みを通じて得た効果は、新製品・新サービスの開発（2.3%）、競争優位性の確保の効果をえた（1.6%）など、少数ながら新たな成長の機会となっているとする回答があったものの、成長戦略としての取り組みと効果が表れているとは言い難い結果となった。

Ⅱ. 調査結果

『省エネ』への取り組み

1. 事業活動における省エネへの取り組み方針

省エネへの取り組み方針として、「大いに取り組む必要がある」、「多少、取り組む必要がある」の合計回答率は63.6%となり6割を超える回答を得た。「あまり取り組む必要はない」とする回答が16.9%あるものの、「全く取り組む必要はない」とする回答は2.4%と低く、事業における省エネ行動への取り組みに高い意識がうかがえる。

規模別に見ると、規模が大きくなるほど省エネへの取り組みの必要性が高いと感じており、規模が小さくなるほど取り組みの必要性が低いと感じていることがうかがえる。

業種別に見ると、卸売業、製造業は「取り組む必要がある」が高い回答率となり、「取り組む必要がない」は全ての業種において2割前後の回答率となっている。

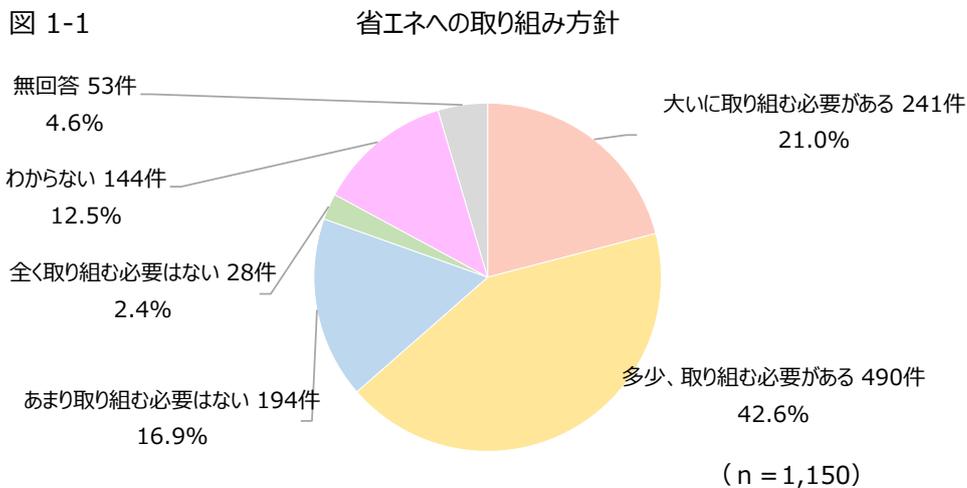
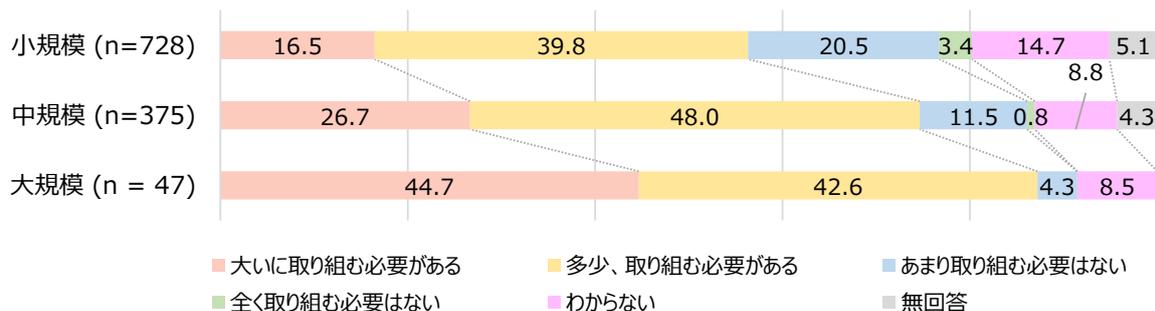


図 1-2 規模別／構成比 (単位：%)

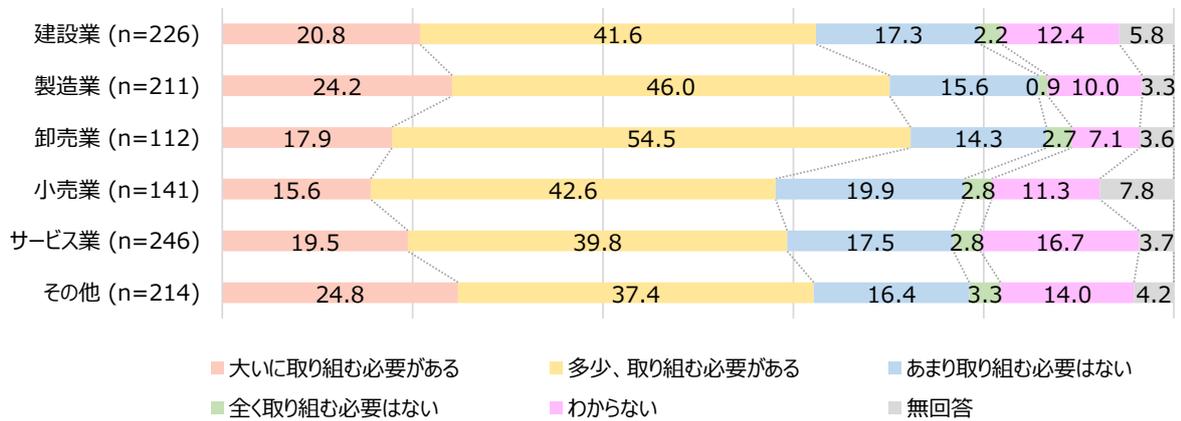


業種別

図 1-3

業種別／構成比

(単位：%)



2021年度業績見通しとの関係 (クロス集計)

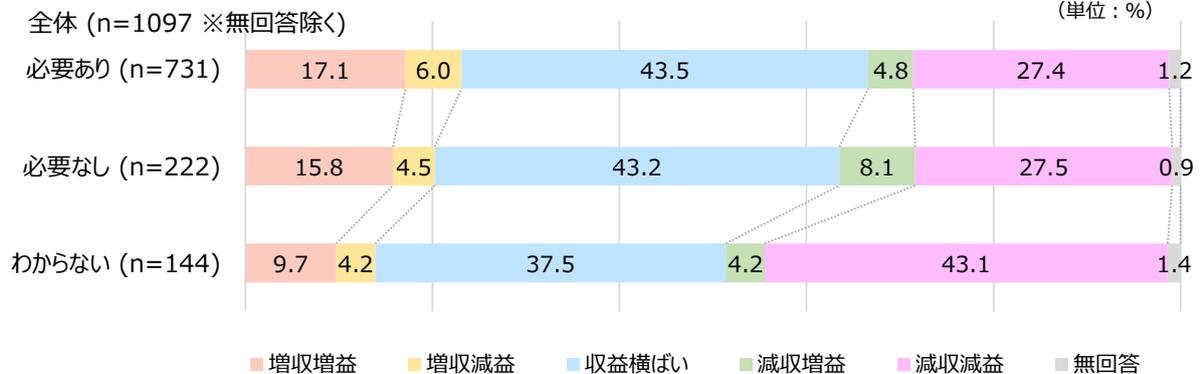
「省エネへの取り組み方針」と「2021年度業績見通し」との関係を見ると、「取り組む必要がある」とする事業所が、「増収増益」見通しとする傾向がやや高い。

一方、「わからない」とする事業所は、「減収減益」とする割合が高い。

図 1-4

2021年度業績見通しとの関係

(単位：%)



2-1.省エネに取り組む必要理由

問1で「大いに取り組む必要がある」、「多少取り組む必要がある」と回答した事業所のみ

省エネに取り組んでいる理由として、「コスト削減の観点」と回答した企業が66.3%となり最も高い回答率を得た。同項目は、規模・業種に関わらず最も高い回答率となっており、重点的に取り組みがなされていることが分かる。

「自社ブランド力、認知度向上」、「新たな成長機会・商機の拡大」は回答率が低く、省エネを新たな商機でありチャンスと捉えている事業所が少ないことがうかがえる。

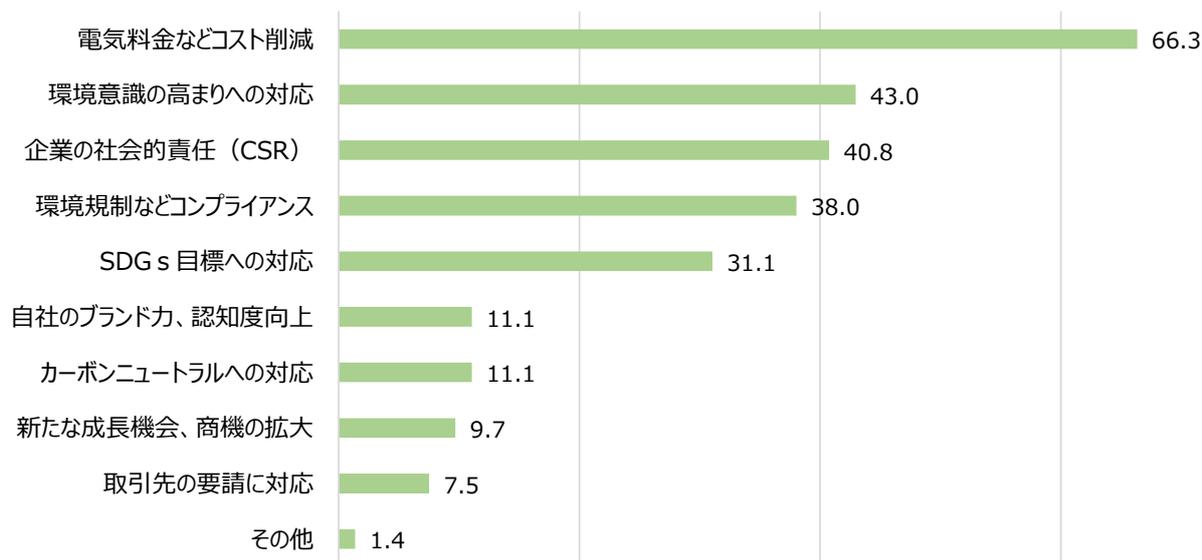
規模別に見ると、「環境意識の高まりへの対応」、「CSRの観点」、「コンプライアンスの観点」、「SDGs目標への対応」の項目については、規模が大きくなるにつれて回答率が高くなる傾向がみられるが、「CSRの観点」と「SDGs目標への対応」については規模により回答率に乖離がみられ、大規模事業所が重点を置く軸足と中小規模事業所の取り組み理由の軸足の違いが分かる。

業種別に見ると、「コスト削減」において、製造業と小売業がともに8割近い高い回答率を示し、サービス業が64.4%と高い回答率となっている。

表2-1 省エネに取り組む必要理由 (n=731)

必要理由	件数	回答率
電気料金などコスト削減の観点から	485	66.3%
消費者や社会全体での環境意識の高まりへの対応	314	43.0%
企業の社会的責任（CSR）の観点から	298	40.8%
環境規制などコンプライアンスの観点から	278	38.0%
SDGs 目標（国連の持続可能な開発目標）への対応	227	31.1%
自社のブランド力、認知度向上につながるから	81	11.1%
政府方針（2050年カーボンニュートラル）への対応	81	11.1%
新たな成長機会、商機の拡大が見込めるから	71	9.7%
取引先の要請に対応せざるを得ないから	55	7.5%
その他	10	1.4%

図 2-1-1 省エネに取り組む必要理由 (単位：%)



規模別・業種別

図 2-1-2

規模別／回答率

(単位：%)

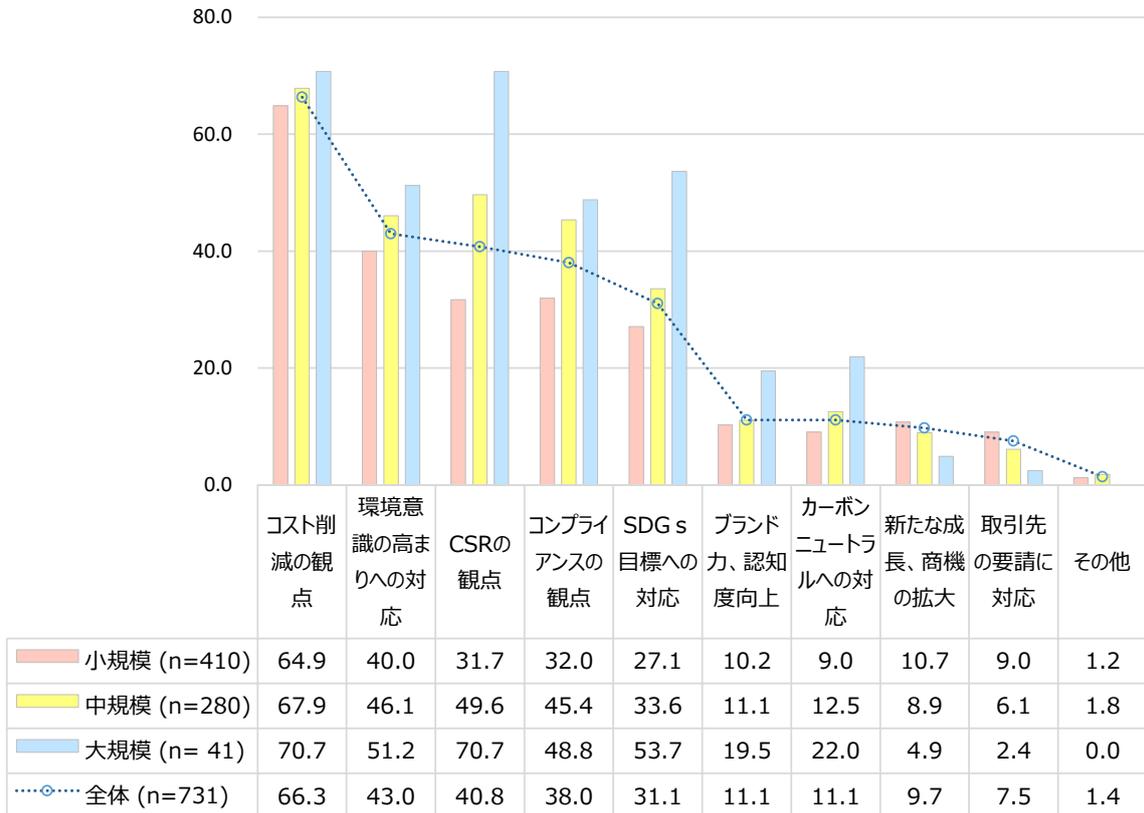
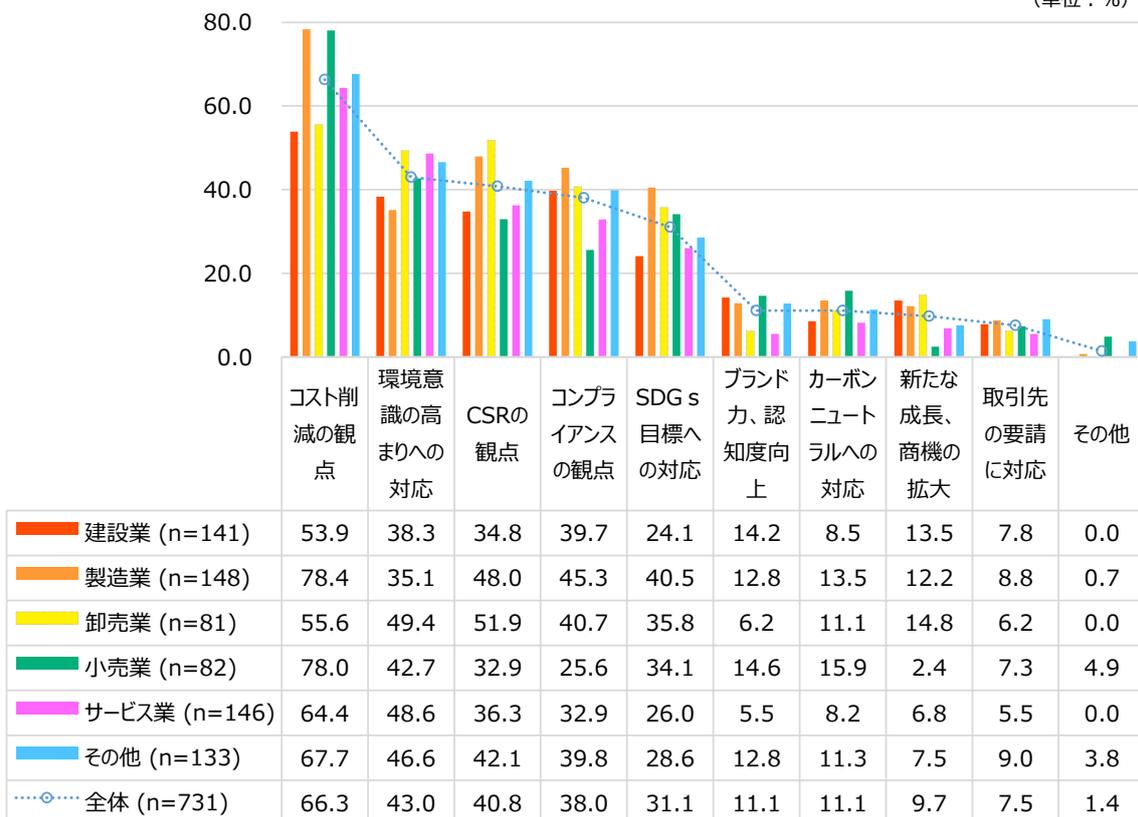


図 2-1-3

業種別／回答率

(単位：%)



2-2.省エネに取り組む必要のない理由

(問1で「あまり取り組む必要はない」、「全く取り組む必要はない」、「わからない」と回答した事業所のみ)

省エネに取り組む必要がない理由として、「自社が環境に与える影響は少ない」と回答した企業が53.0%となり最も高い回答率となった。「取り組み方法がわからない」、「自社へのメリットがない、不明」とする回答が3割弱あり、今後の課題となる。

規模別に見ると、中規模事業所の「取り組み方法がわからない」とする回答が38.0%と高く、取り組み方法周知への支援が必要と考えられる。

業種別に見ると、製造業において「取り組むためのコスト負担が大きいから」の回答率が他業種より高くなっており、製造業における省エネ行動は容易ではなく、厳しいことがうかがえる。

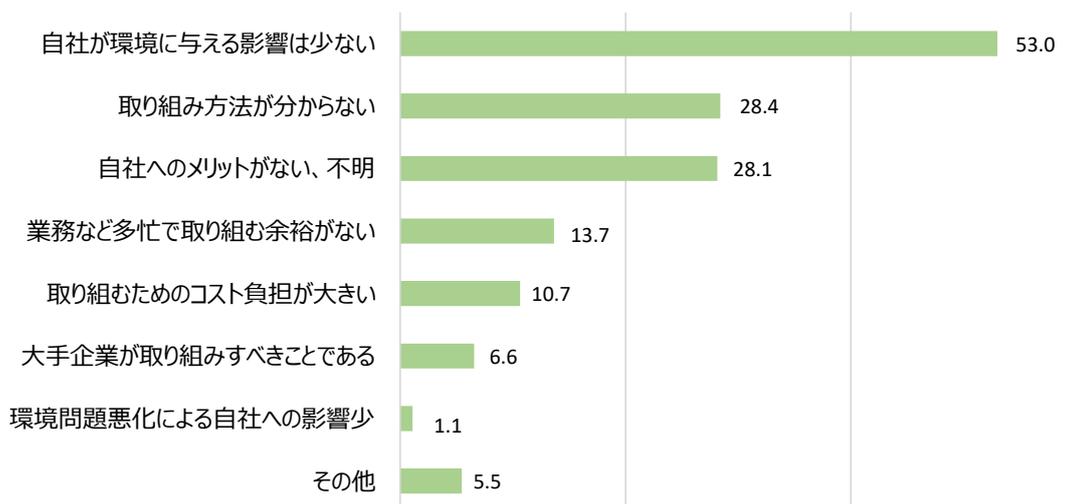
表2-2 省エネに取り組む必要のない理由 (n=366)

必要のない理由	件数	回答率
自社が環境に与える影響は少ないから	194	53.0%
取り組み方法が分からないから	104	28.4%
自社へのメリットがない、不明だから	103	28.1%
業務など多忙で取り組む余裕がないから	50	13.7%
取り組むためのコスト負担が大きいから	39	10.7%
大手企業が取り組みすべきことであるから	24	6.6%
環境問題が悪化しても自社への影響は少ないから	4	1.1%
その他	20	5.5%

図 2-2-1

省エネに取り組む必要のない理由

(単位：%)



規模別・業種別

図 2-2-2

規模別／回答率

(単位：%)

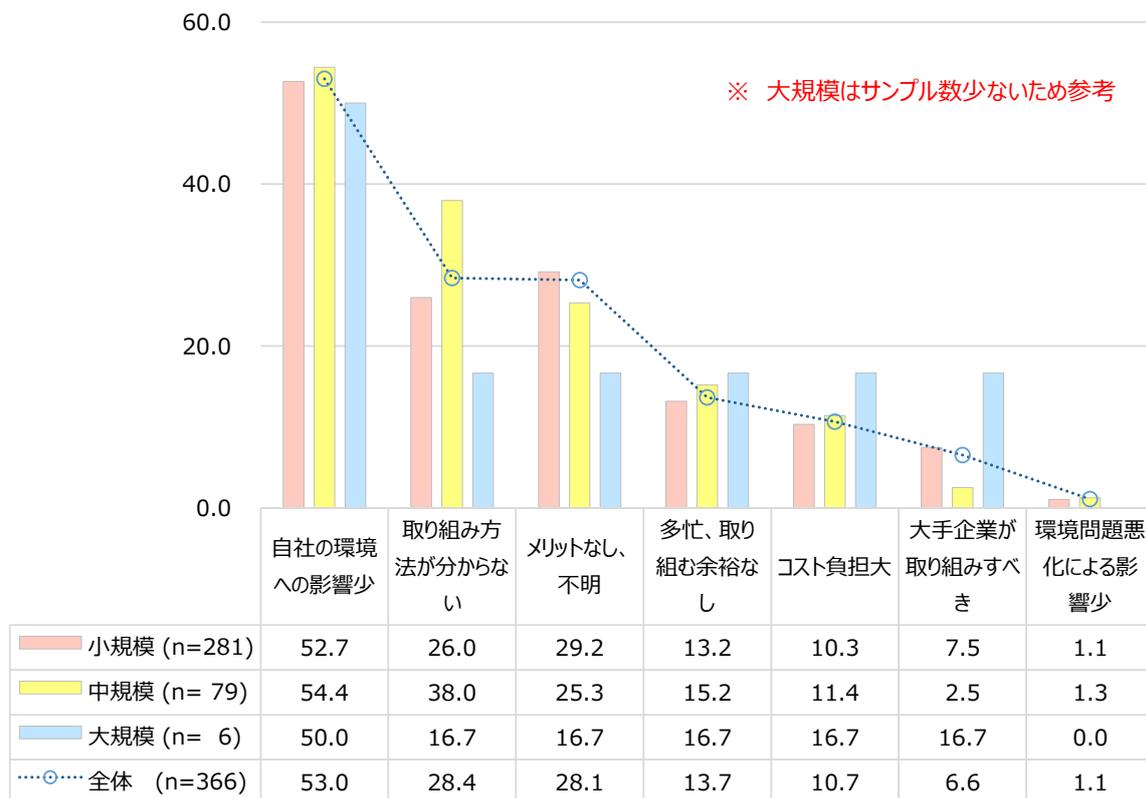
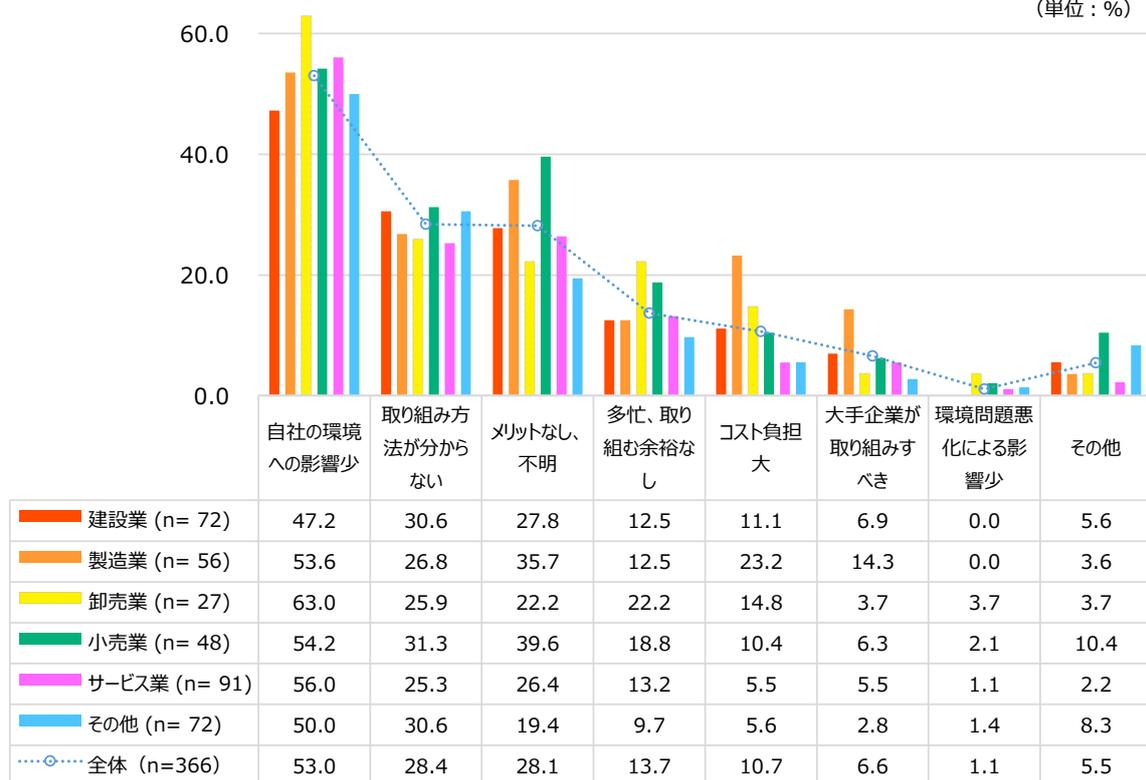


図 2-2-3

業種別／回答率

(単位：%)



3-1.省エネへの取り組み内容

現在までに実施した省エネへの取り組み内容を見ると、「適温設定や消灯」が74.1%と最も高い回答率となり、次いで「LEDへの更新やセンサーの設置」が60.8%と続き、取り組みやすい項目が上位となった。「環境配慮型の新製品開発」が4.9%、「環境技術への投資促進」が2.4%といずれも低位となった。

表3-1-1 現在までに実施した省エネ取り組み実施内容 (n=1,150)

取り組み内容	件数	回答率
①冷暖房の適温設定や不要照明の消灯	852	74.1%
②LEDへの更新やセンサーの設置	699	60.8%
③クールビズやウォームビズ	528	45.9%
④ハイブリッド車や電動車の導入	315	27.4%
⑤環境負荷の少ない設備機器の導入	241	21.0%
⑥3Rの推進（廃棄物の減量やリサイクル）	230	20.0%
⑦食品ロスの削減	177	15.4%
⑧従業員への環境教育	167	14.5%
⑨自家発電（太陽光など）や再生エネ導入	147	12.8%
⑩経営方針などへの盛り込み	122	10.6%
⑪環境負荷の少ない原材料や部品の利用	112	9.7%
⑫エコアクション21やISOの環境認証取得	89	7.7%
⑬省エネ取り組み行動目標の設定	80	7.0%
⑭自社の温室効果ガス排出量の把握	72	6.3%
⑮環境配慮型の新製品などの開発・販売	56	4.9%
⑯環境技術への研究・開発、投資促進	28	2.4%
⑰特になし	53	4.6%
⑱その他	4	0.3%

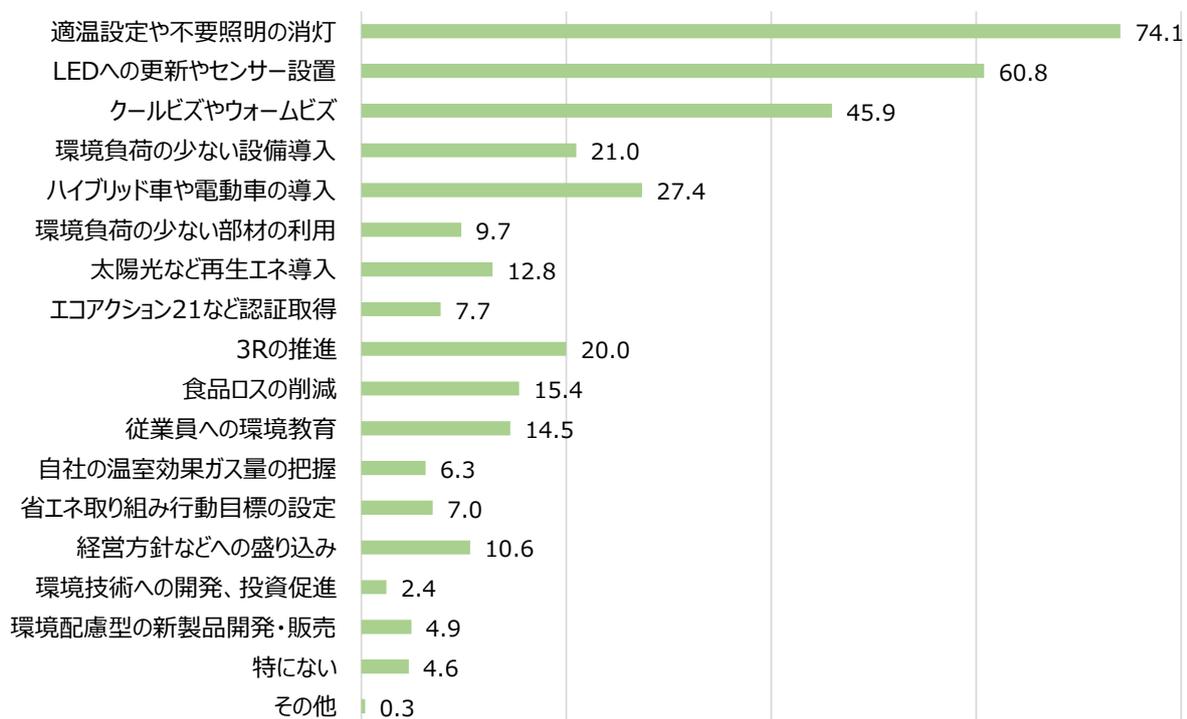
規模別に見ると、全ての項目において規模が大きくなるほど回答率が高くなっている。ただし、「環境負荷が少ない設備の導入」は中規模事業所の回答率が最も高く、大規模事業所における設備更新の慎重な姿勢がうかがえる。

業種別に見ると、「経営方針への盛り込み」、「環境負荷が少ない部材の利用」、「エコアクション21など認証取得」については、全体的に回答率は低いものの、その中でも製造業の回答率が高い結果となっている。

図 3-1-1

現在までの省エネ取り組み内容

(単位：%)



規模別・業種別

図 3-1-2

規模別／回答率

(単位：%)

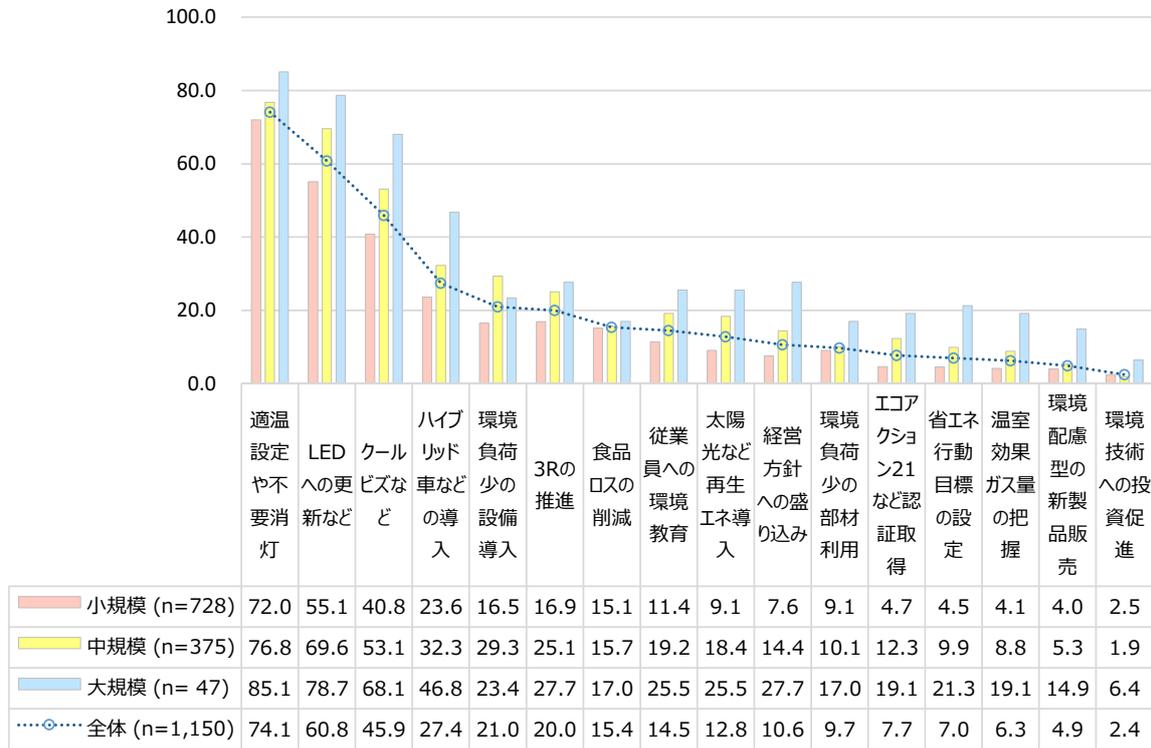
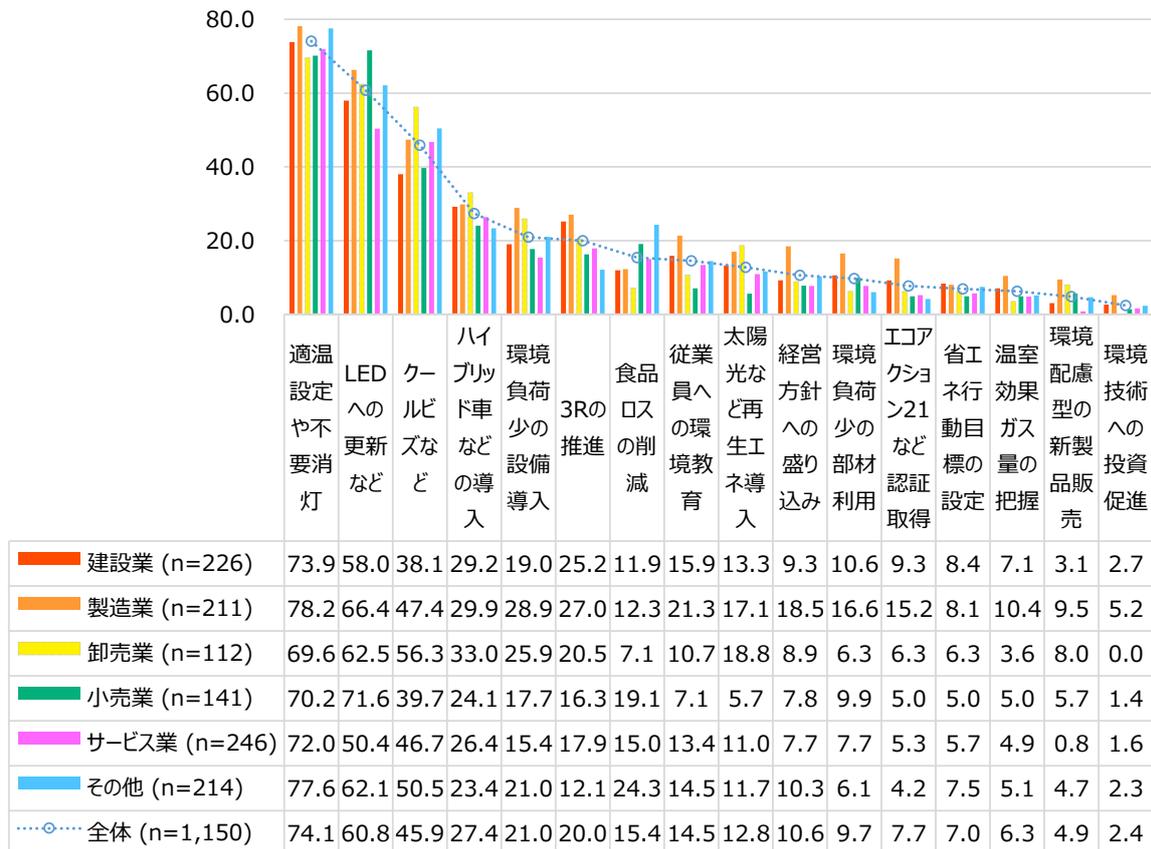


図 3-1-3

業種別／回答率

(単位：%)



クロス集計（問1 × 問3-1）

「取り組み方針」と「省エネ取り組み内容」の関係

「省エネへの取り組み方針」と「省エネへの取り組み内容」の関係を見ると、「取り組む必要はない」、「わからない」と回答した事業所においても省エネ行動に取り組んでいることがわかる。

全体の回答率が高い項目（取り組み内容）は、比較的取り組みが容易であることから、基本的な省エネ行動と言え、「取り組む必要あり・なし」、または取り組み方針が明確でない事業所についても基本的な省エネ行動は実践出来ていると言える。

回答率が低い項目を見ると、「取り組む必要あり・なし」で回答率に乖離があり、取り組み方針により省エネ行動に差異が見られ今後の課題となる。

ただし、「食品ロスの削減」（食品関連産業者向けに、製造過程にかかるエネルギー消費の観点から選択肢として配置）については、取り組み方針に関わらず、ほぼ同率となり基本的行動として定着しつつあることがうかがえる。

表3-1-2 省エネ取り組み方針／取り組み内容の関係（無回答除く）

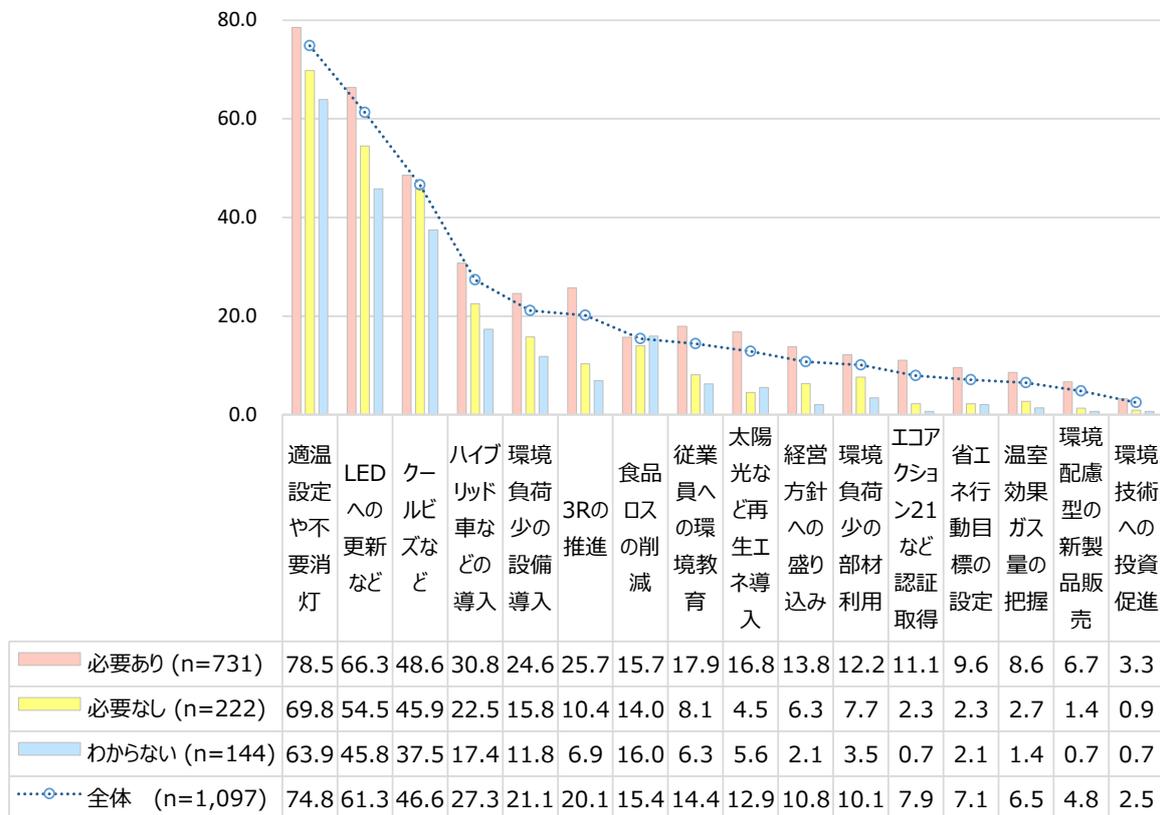
取り組み内容	取り組む必要がある (n=731)		取り組む必要がない (n=222)		わからない (n=144)	
	件数	回答率	件数	回答率	件数	回答率
冷暖房の適温設定や不要照明の消灯	574	78.5%	155	69.8%	92	63.9%
LEDへの更新やセンサーの設置	485	66.3%	121	54.5%	66	45.8%
クールビズやウォームビズ	355	48.6%	102	45.9%	54	37.5%
ハイブリッド車や電動車の導入	225	30.8%	50	22.5%	25	17.4%
環境負荷の少ない設備機器の導入	180	24.6%	35	15.8%	17	11.8%
3Rの推進（廃棄物の減量やリサイクル）	188	25.7%	23	10.4%	10	6.9%
食品ロスの削減	115	15.7%	31	14.0%	23	16.0%
従業員への環境教育	131	17.9%	18	8.1%	9	6.3%
自家発電（太陽光など）再生エネ導入	123	16.8%	10	4.5%	8	5.6%
経営方針などへの盛り込み	101	13.8%	14	6.3%	3	2.1%
環境負荷の少ない原材料や部品の利用	89	12.2%	17	7.7%	5	3.5%
エコアクション21やISOの環境認証取得	81	11.1%	5	2.3%	1	0.7%
省エネ取り組み行動目標の設定	70	9.6%	5	2.3%	3	2.1%
自社の温室効果ガス排出量の把握	63	8.6%	6	2.7%	2	1.4%
環境配慮型の新製品などの開発・販売	49	6.7%	3	1.4%	1	0.7%
環境技術への研究・開発、投資促進	24	3.3%	2	0.9%	1	0.7%
特になし	6	0.8%	18	8.1%	27	18.8%
その他	3	0.4%	0	0.0%	1	0.7%

「取り組み方針」と「省エネ取り組み内容」の関係（クロス集計）

図 3-1-4

省エネ取り組み方針／内容の関係

(単位：%)



3-2.省エネへの取り組み予定内容

「現在までに実施した省エネへの取り組み内容」(P9)と「将来実施予定の取り組み内容」から項目別に増加見込み件数を見ると、「ハイブリッド車や電動車の導入」が197件、「環境負荷の少ない設備機器の導入」142件、「従業員への環境教育」130件が高い増加見込み件数となる回答を得た。その他、「自家発電や再生エネ導入」、「経営方針などへの盛り込み」、「環境負荷の少ない原材料や部品の利用」、「LEDへの更新やセンサーの設置」など、いずれも100件以上の回答を得た。

また、増加率で見ると、「環境技術への研究・開発、投資促進」が57件増加の203.6%、「省エネ取り組み行動目標の設定」が93件増加の116.3%、「自社の温室効果ガス排出量の把握」が80件増加の111.1%となっている。

環境に配慮しコストダウンにも直結する車輻・設備機器の導入が関心を集めていること、また経営方針への盛り込みを始めとし、環境技術への投資や従業員の育成にも関心が高く、環境配慮型の経営にシフトしていることがうかがえる。

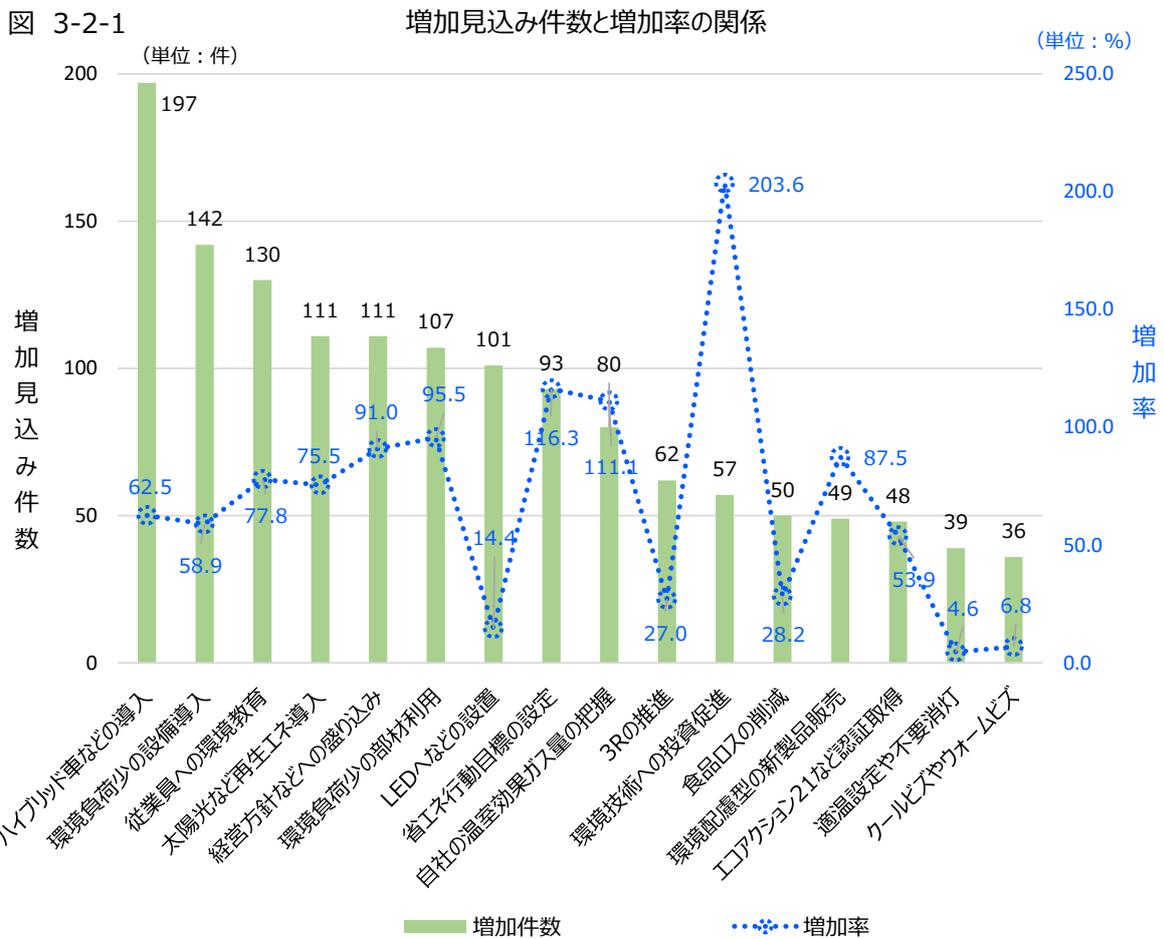
表3-2-1 省エネ取り組み済および取り組み予定内容 (n=1,150)

取り組み内容	①取り組み済件数	②取り組み予定件数	③増加見込み件数 (②-①)	増加率 (③÷①)
ハイブリッド車や電動車の導入	315	512	197	62.5%
環境負荷の少ない設備機器の導入	241	383	142	58.9%
従業員への環境教育	167	297	130	77.8%
太陽光など再生エネ導入	147	258	111	75.5%
経営方針などへの盛り込み	122	233	111	91.0%
環境負荷の少ない原材料や部品の利用	112	219	107	95.5%
LEDへの更新やセンサーの設置	699	800	101	14.4%
省エネ取り組み行動目標の設定	80	173	93	116.3%
自社の温室効果ガス排出量の把握	72	152	80	111.1%
3Rの推進（廃棄物の減量やリサイクル）	230	292	62	27.0%
環境技術への研究・開発、投資促進	28	85	57	203.6%
食品ロスの削減	177	227	50	28.2%
環境配慮型の新製品などの開発・販売	56	105	49	87.5%
エコアクション21やISOの環境認証取得	89	137	48	53.9%
冷暖房の適温設定や不要照明の消灯	852	891	39	4.6%
クールビズやウォームビズ	528	564	36	6.8%
特になし	53	57	4	7.5%
その他	4	6	2	50.0%

※ ①取り組み済件数：P9 現在までに実施した省エネ取り組み内容

②取り組み予定件数：今後取り組み予定回答件数

増加見込み件数と増加率の関係



4.省エネへの取り組み効果

省エネへの取り組み効果として、「販売管理費等の経費削減」が31.5%と最も高い回答率となった。次いで「従業員の環境意識の高まり」23.9%、「企業イメージの向上」10.7%となっている。「売上げ・利益の増加」、「既存商品・サービスの品質向上」、「新規販路の開拓」、「新製品・新サービスの開発」、「競争優位性の確保」といった省エネ行動を新たな商機とする効果は低率となった。また「効果・メリットはない」とする回答が31.7%となっている。

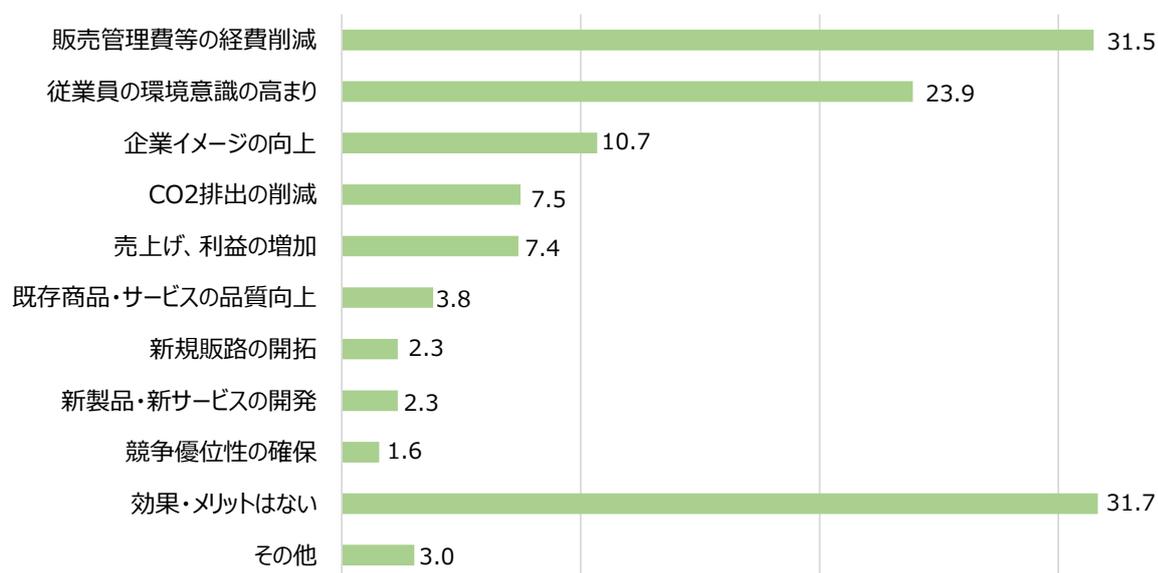
規模別に見ると、「経費削減」の効果をはじめ、ほとんどの項目で大規模事業所が最も高い回答率となり省エネ効果が現れたのに対して、「効果・メリットはない」とする回答は小規模事業所が最も高い回答率となった。

業種別に見ると、「経費削減」の効果において、小売業・卸売業・製造業が40%前後の高い回答率を示した一方で、建設業・サービス業は20%台の低い回答率となっており、同業種は「効果・メリットはない」とする回答率も高くなっている。

表4-1 省エネへの取り組み効果の内容 (n=1,150)

効果の内容	件数	回答率
販売管理費等の経費削減	362	31.5%
従業員の環境意識の高まり	275	23.9%
企業イメージの向上	123	10.7%
CO2排出の削減（具体的数値として把握）	86	7.5%
売上げ、利益の増加	85	7.4%
既存商品・サービスの品質向上	44	3.8%
新規販路の開拓	27	2.3%
新製品・新サービスの開発	27	2.3%
競争優位性の確保	18	1.6%
効果・メリットはない	364	31.7%
その他	35	3.0%

図 4-1 省エネへの取り組み効果 (単位：%)



規模別・業種別

図 4-2 規模別／回答率 (単位：%)

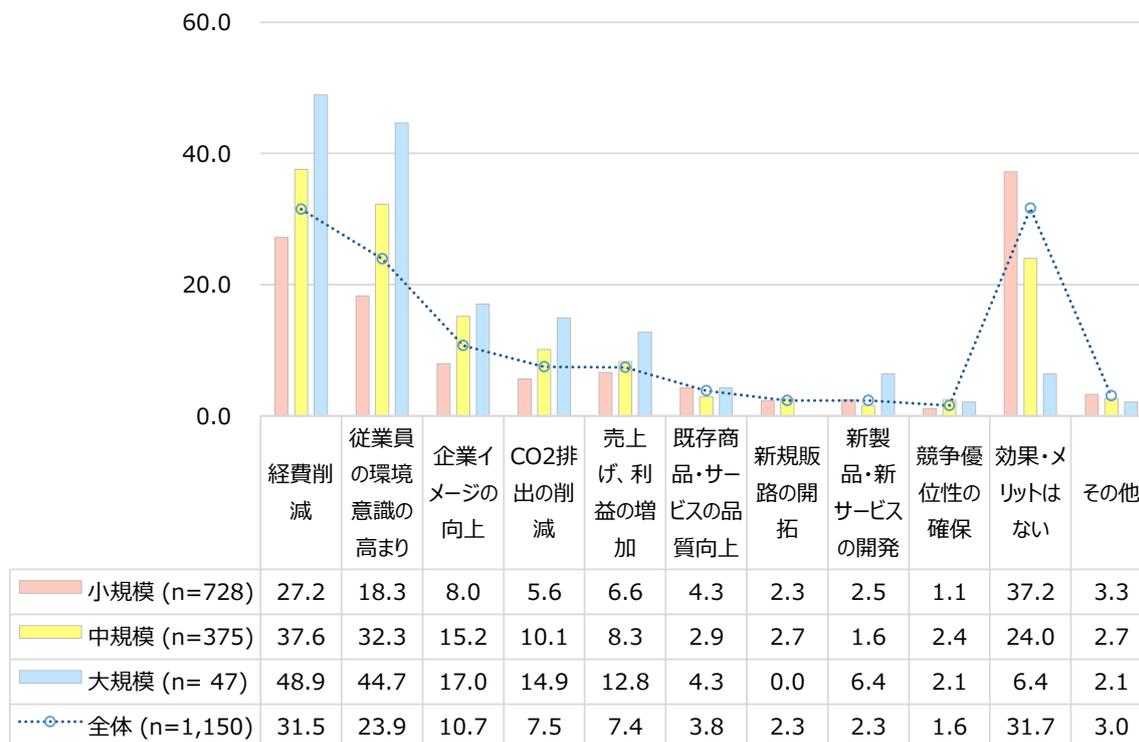
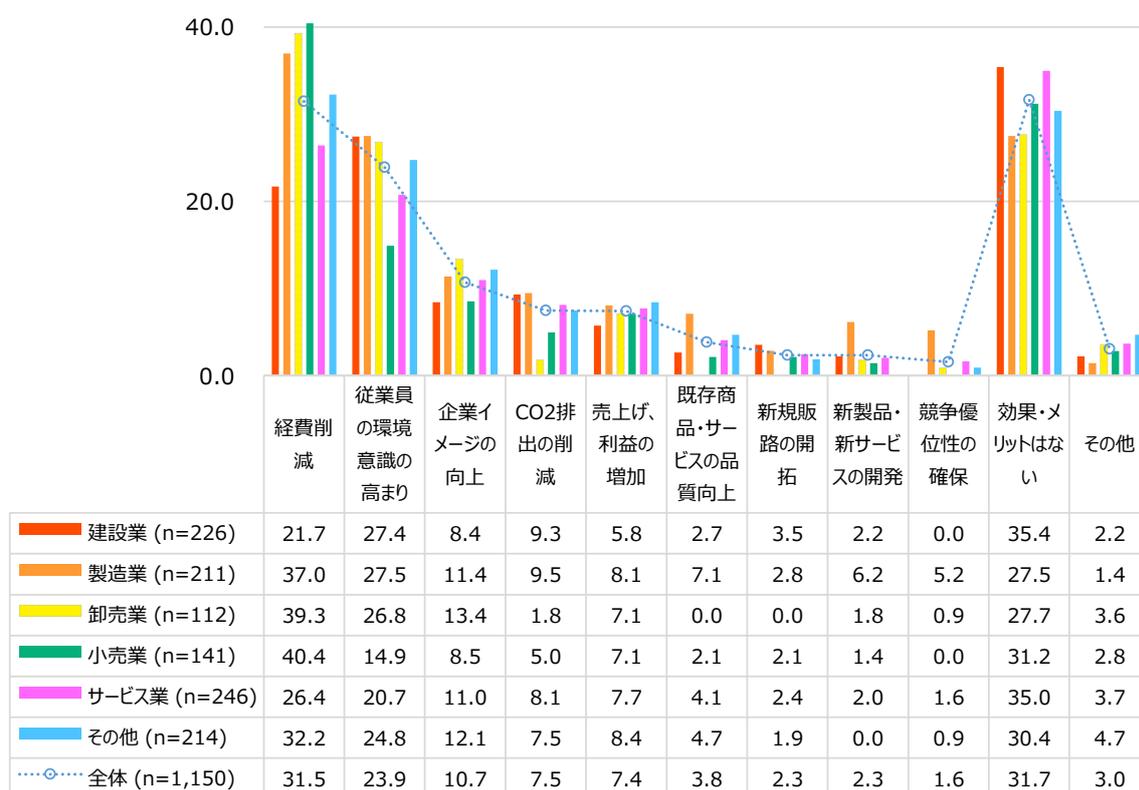


図 4-3 業種別／回答率 (単位：%)



5.省エネへの取り組み課題

省エネへの取り組み課題として、「省エネ設備機器への更新必要」が25.6%と最も高い回答率となっている。この背景には、投資への負担や費用対効果など設備更新によるメリット・デメリットを課題と捉えている事業所が多いと考えられる。次いで「売上げ・利益の増加につながらない」が21.8%、「取り組むためのノウハウがない」が17.1%となっている。一方で「特に課題はない」とする回答が29.7%となっている。

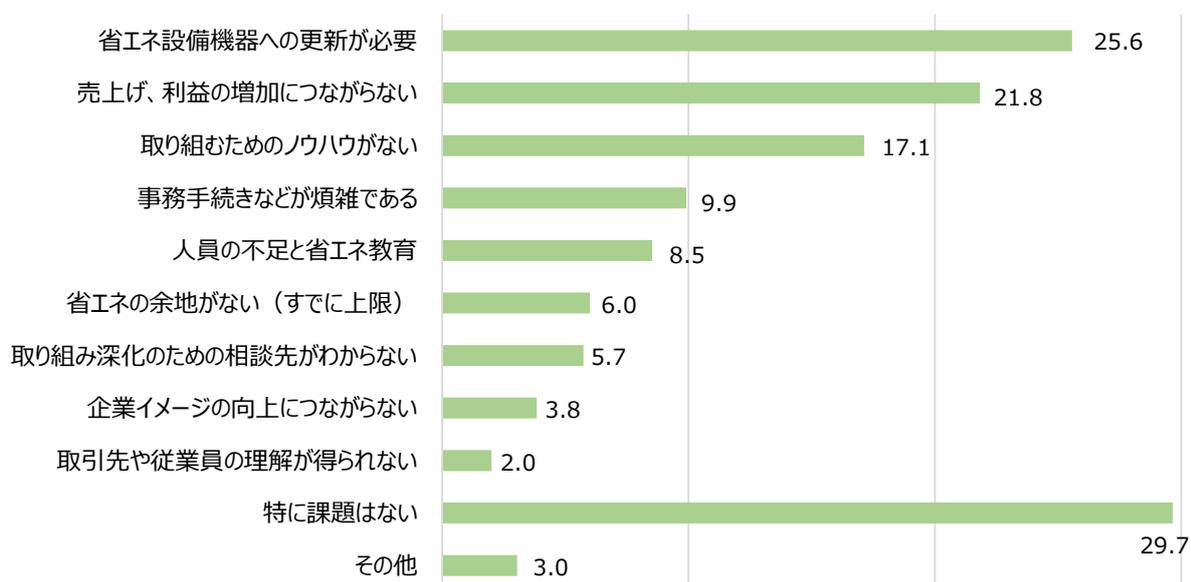
規模別に見ると、回答率上位2項目は、規模が大きくなるほど回答率が高い。省エネ行動が生産性向上につながっていないことを示していると考えられる。その一方で、「特に課題はない」とする回答は規模が小さいほど回答率が高くなっている。

業種別に見ると、「省エネ設備機器への更新必要」は、製造業が最も高く37.0%となっている。「特に課題はない」とする回答は、建設業が38.1%と最も高くなっている。

表5 省エネへの取り組み課題 (n=1,150)

取り組み課題	件数	回答率
省エネ設備機器への更新が必要	294	25.6%
売上げ、利益の増加につながらない	251	21.8%
取り組むためのノウハウがない	197	17.1%
事務手続きなどが煩雑である	114	9.9%
人員の不足と省エネ教育（エネルギー関連資格取得支援など）	98	8.5%
省エネの余地がない（すでに上限まで省エネに取り組んでいる）	69	6.0%
取り組みを深化させるための相談先がわからない	66	5.7%
企業イメージの向上につながらない	44	3.8%
取引先企業や従業員の理解が得られない	23	2.0%
特に課題はない	341	29.7%
その他	35	3.0%

図 5-1 省エネへの取り組み課題 (単位：%)



規模別・業種別

図 5-2 規模別／回答率 (単位：%)

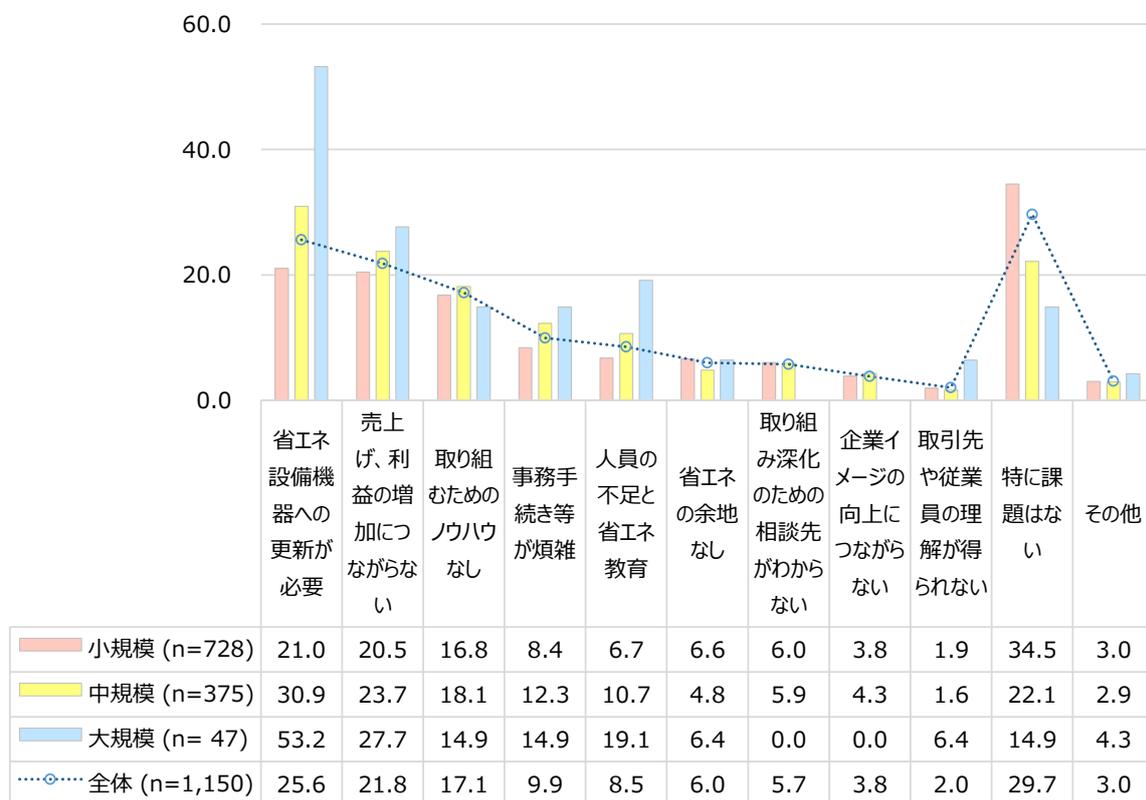
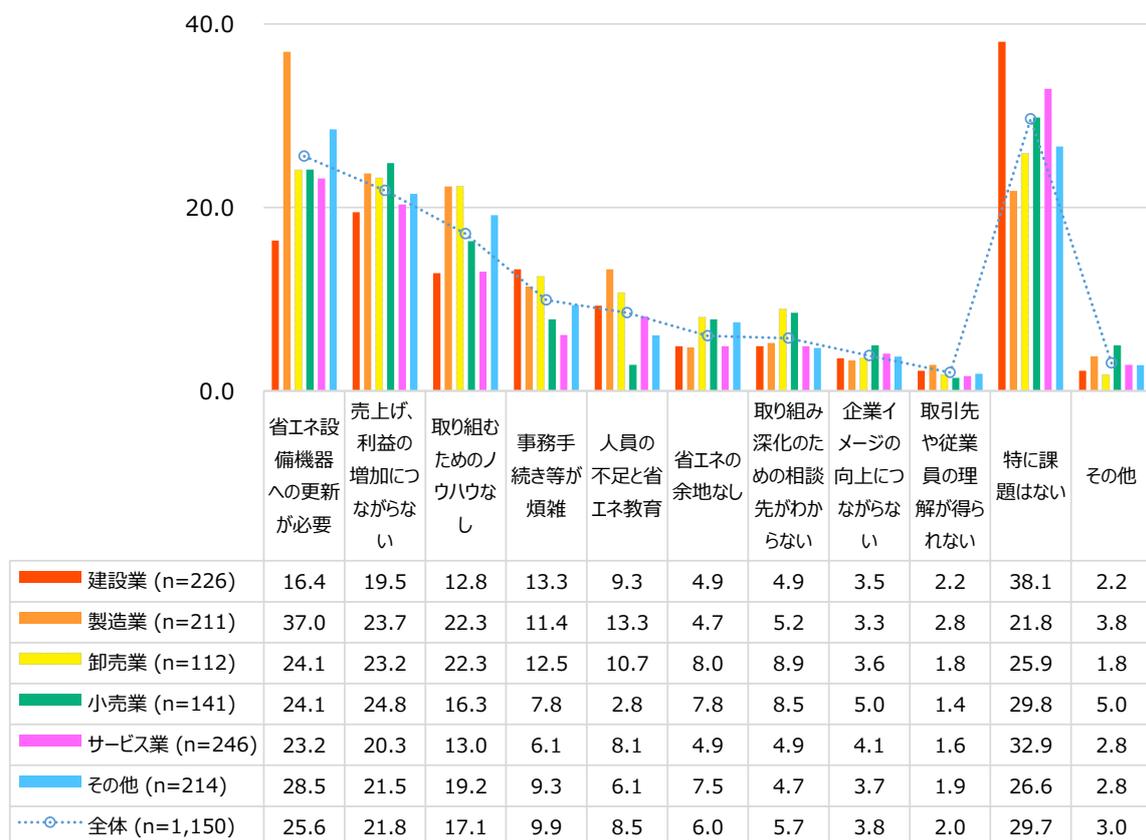


図 5-3 業種別／回答率 (単位：%)



クロス集計（問1 × 問4）

「省エネ取り組み方針」と「取り組み効果」の関係

「省エネへの取り組み方針」と「省エネ取り組みにより得た効果」の関係を見ると、「取り組む必要がある」とした事業所の回答率は、「販売管理費等の経費削減」は36.4%、「従業員の環境意識の高まり」は30.4%と高い。一方で「効果・メリットはない」とする回答も24.6%になる。

「取り組む必要がない」とする事業所においても「販売管理費等の経費削減」26.6%と高い回答率を示しており、「取り組む必要が無い」と回答しつつも省エネ取り組みにより経費削減の効果をえたことがうかがえる。

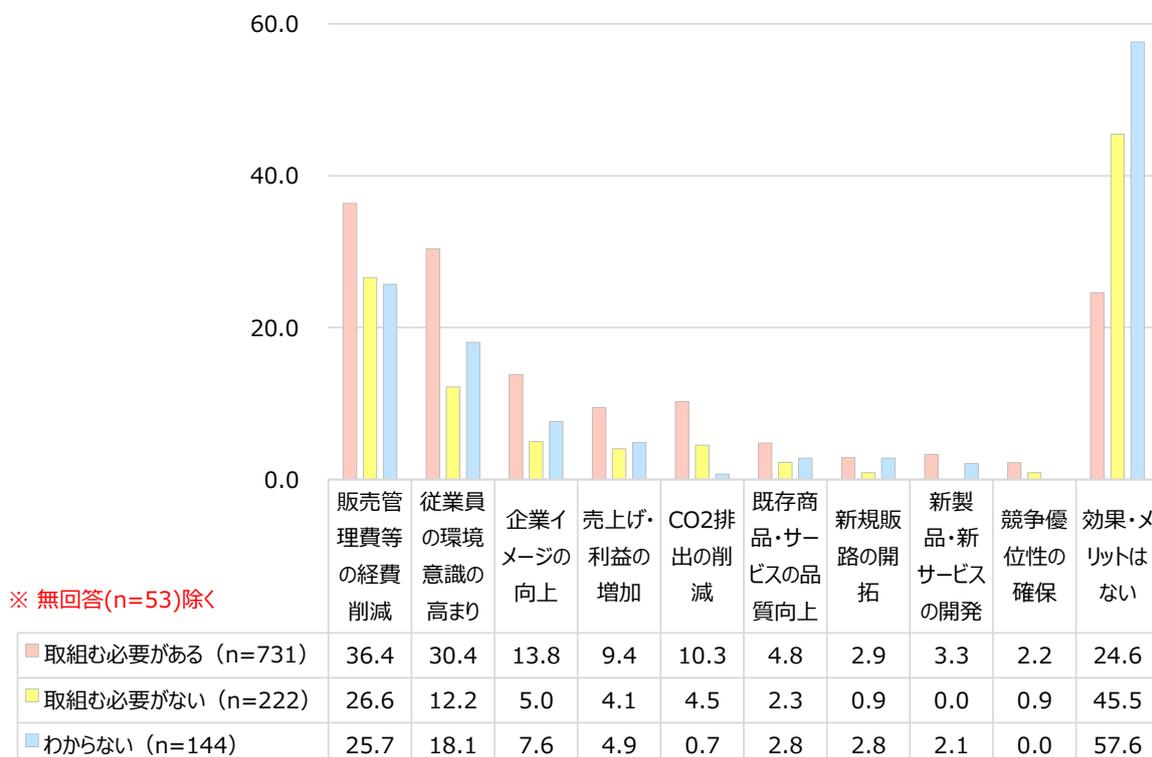
表4-2 省エネ取り組み方針／効果との関係（取り組み方針無回答除く）

効果の内容	取り組む必要がある (n=731)		取り組む必要がない (n=222)		わからない (n=144)	
	件数	回答率	件数	回答率	件数	回答率
販売管理費等の経費削減	266	36.4%	59	26.6%	37	25.7%
従業員の環境意識の高まり	222	30.4%	27	12.2%	26	18.1%
企業イメージの向上	101	13.8%	11	5.0%	11	7.6%
売上げ、利益の増加	69	9.4%	9	4.1%	7	4.9%
CO2排出の削減	75	10.3%	10	4.5%	1	0.7%
既存商品・サービスの品質向上	35	4.8%	5	2.3%	4	2.8%
新規販路の開拓	21	2.9%	2	0.9%	4	2.8%
新製品・新サービスの開発	24	3.3%	0	0.0%	3	2.1%
競争優位性の確保	16	2.2%	2	0.9%	0	0.0%
効果・メリットはない	180	24.6%	101	45.5%	83	57.6%
その他	20	2.7%	6	2.7%	9	6.3%

図 4-6

省エネ取り組み方針／効果の関係

(単位：%)



クロス集計（問1 × 問5）

「省エネ取り組み方針」と「取り組み課題」の関係

「省エネへの取り組み方針」と「省エネへの取り組み課題」の関係を見ると、「取り組む必要がある」と回答した事業所は「省エネ設備機器への更新必要」が32.7%と最も高く、次いで「売上げ、利益の増加につながらない」22.0%となった。

「取り組む必要がない」と回答した事業所においては、「売上げ、利益の増加につながらない」が24.3%と最も高い回答率を示した。一方、「特に課題はない」とする回答も取り組み方針に関わらず高い回答率となっている。

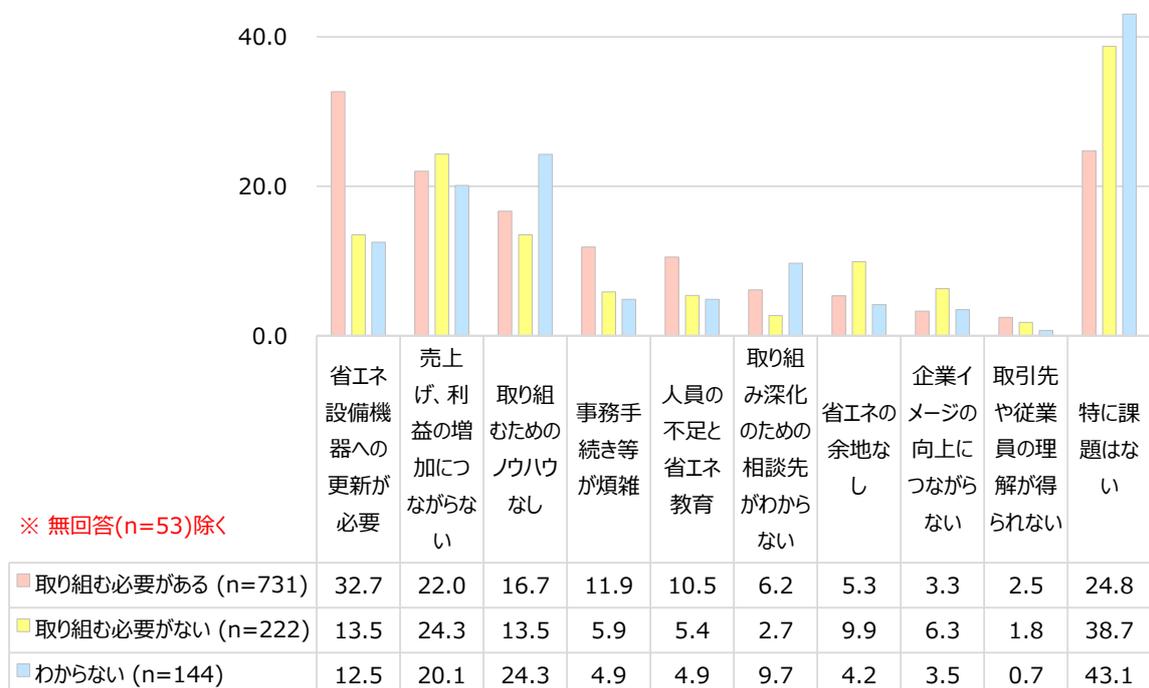
表5-2 省エネ取り組み方針／課題との関係（取り組み方針無回答除く）

課題の内容	取り組む必要がある (n=731)		取り組む必要がない (n=222)		わからない (n=144)	
	件数	回答率	件数	回答率	件数	回答率
省エネ設備機器への更新が必要	239	32.7%	30	13.5%	18	12.5%
売上げ、利益の増加につながらない	161	22.0%	54	24.3%	29	20.1%
取り組むためのノウハウがない	122	16.7%	30	13.5%	35	24.3%
事務手続きなどが煩雑である	87	11.9%	13	5.9%	7	4.9%
人員の不足と省エネ教育	77	10.5%	12	5.4%	7	4.9%
取り組み深化のための相談先がわからない	45	6.2%	6	2.7%	14	9.7%
省エネの余地がない	39	5.3%	22	9.9%	6	4.2%
企業イメージの向上につながらない	24	3.3%	14	6.3%	5	3.5%
取引先企業や従業員の理解が得られない	18	2.5%	4	1.8%	1	0.7%
特に課題はない	181	24.8%	86	38.7%	62	43.1%
その他	22	3.0%	5	2.3%	7	4.9%

図 5-4

省エネ取り組み方針／課題の関係

(単位：%)



『脱炭素』への取り組み

6.脱炭素（2050年カーボンニュートラル）の認知度

『脱炭素』（2050年 カーボンニュートラル）とは、

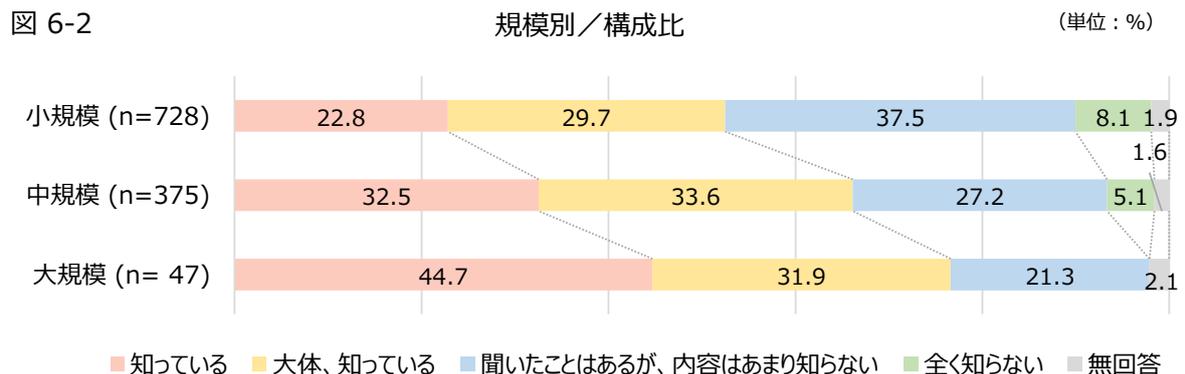
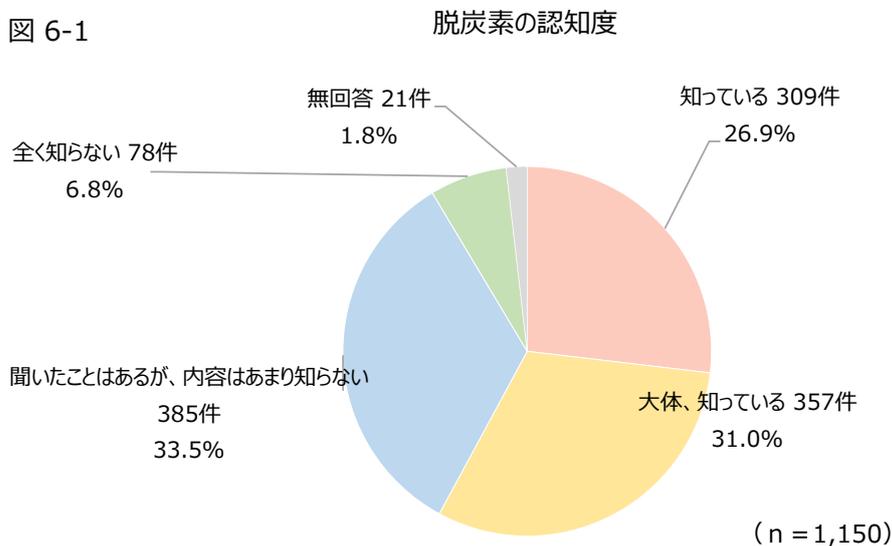
地球温暖化防止・気候変動対策として、「社会・経済活動を通して排出される温室効果ガス（CO₂など）を極限まで減らし、2050年までに日本全体として排出を実質的にゼロにする」取り組みのこと。

産業界全体や一般家庭でも徹底して推進する過程を通じて新しい事業機会を見出すことにより、経済成長につなげる狙いがある。

脱炭素（2050年カーボンニュートラル）の認知度を見ると、「知っている」と「大体、知っている」を合計すると57.9%、約6割の事業所が脱炭素について認知している。

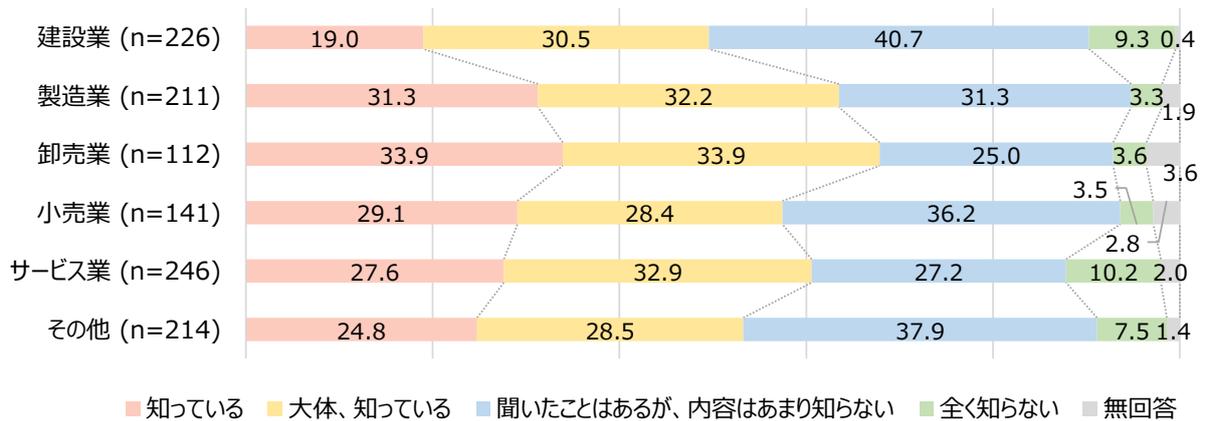
規模別に見ると、規模が大きいほど認知度が高まる。

業種別に見ると、建設業の認知度がやや低くなっている。他業種の認知度の構成比に大きな差異は見られない。



業種別

図 6-3 業種別／構成比 (単位：%)

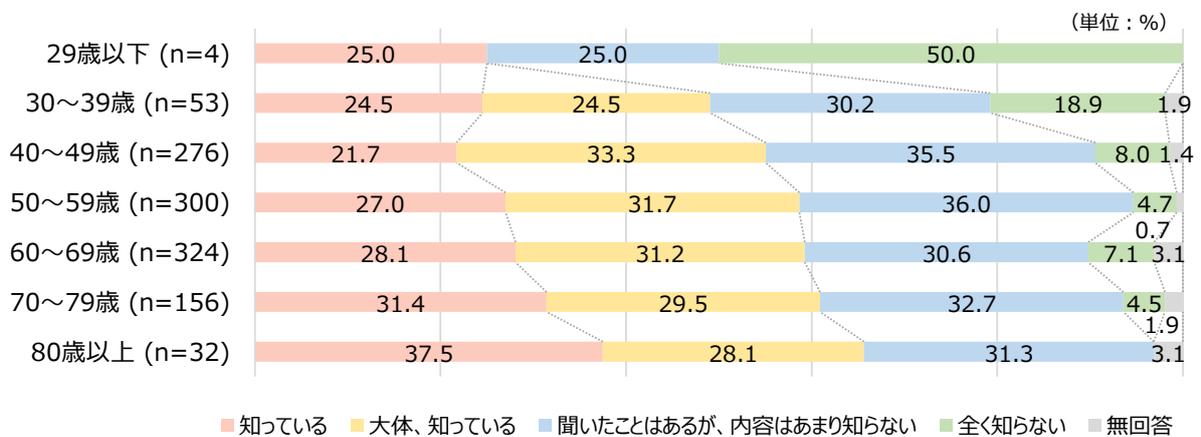


代表者年齢との関係 (クロス集計)

「脱炭素の認知度」と「階層別代表者年齢」の関係を見ると、80歳以上の代表者の「知っている」の回答が37.5%と最も高い結果となった。80歳以上の代表者で「全く知らない」は0%であった。40歳以上は、階層が上がるごとに「知っている」の回答割合が高くなる。

30歳階層の「全く知らない」が18.9%となっており、他の年齢階層より高い結果となっている。他の認知度項目の回答構成比に大きな差異は認められない。

図 6-4 代表者年齢との関係 ※ 29歳以下はサンプル数少ないため参考 (単位：%)

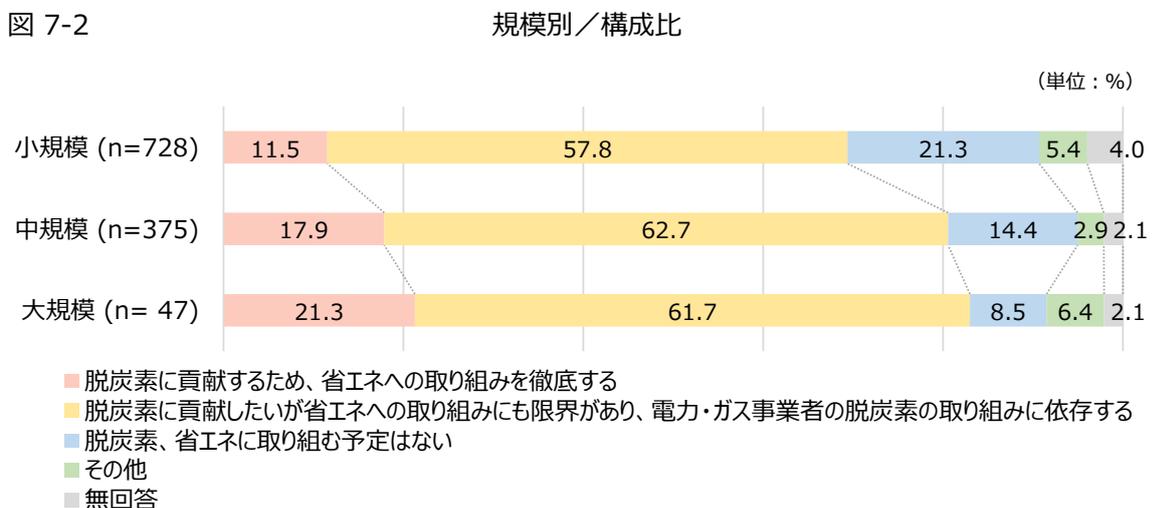
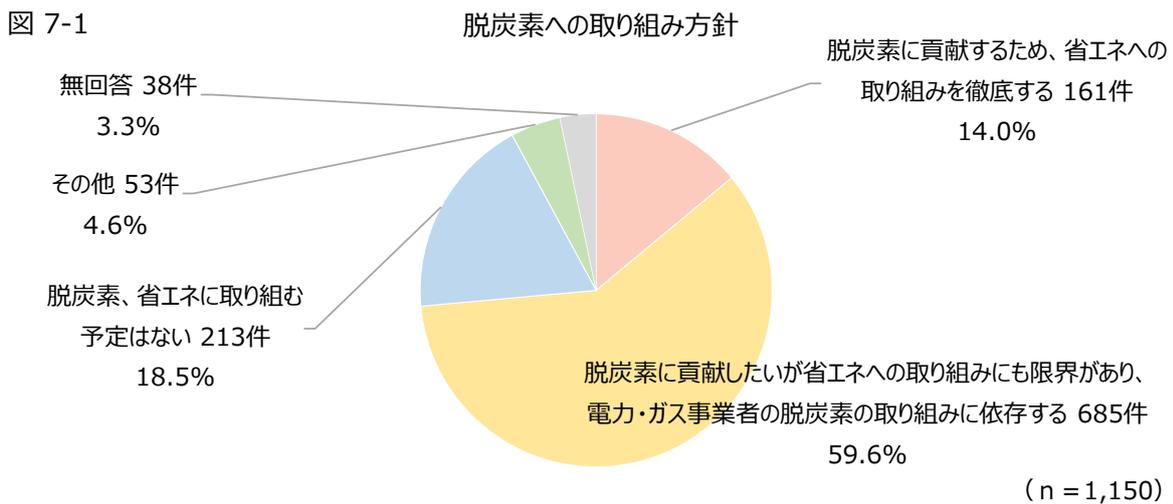


7.脱炭素への取り組み方針

脱炭素への取り組み方針を見ると、「脱炭素に貢献するため、省エネへの取り組みを徹底する」が14.0%、「脱炭素に貢献したいが省エネへの取り組みにも限界があり、電力・ガス事業者の脱炭素の取り組みに依存する」が59.6%となり、脱炭素・省エネに取り組む回答を合計すると7割超となる。

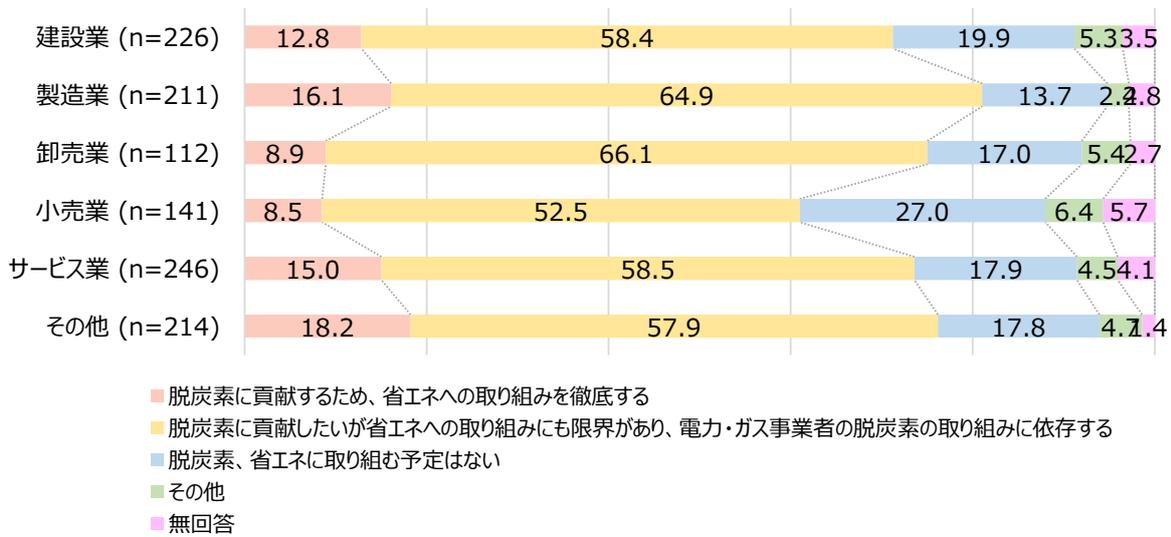
規模別に見ると、規模が大きくなるほど「取り組みを徹底する」割合が高くなる傾向にある。

業種別に見ると、製造業は「脱炭素、省エネに取り組む予定はない」の割合が13.7%と最も低く、脱炭素、省エネへの取り組みが進展していることがうかがえる。



業種別

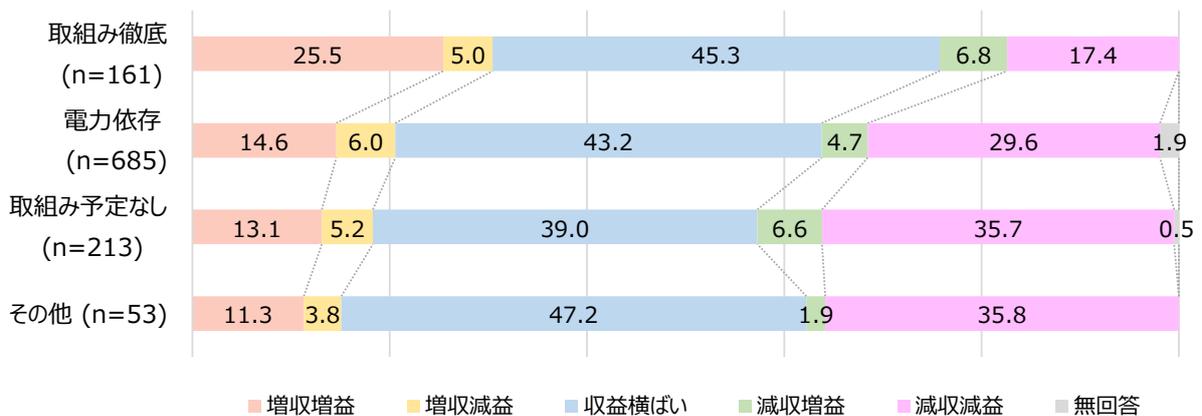
図 7-3 業種別／回答率 (単位：%)



2021年度業績見通しとの関係 (クロス集計)

「脱炭素（2050年カーボンニュートラル）への取り組み方針」と「2021年度業績見通し」の関係を見ると、「取り組みを徹底する」と回答した事業所は、「増収増益見通し」の回答が他より10ポイント以上高く、「減収減益見通し」は、他より10ポイント以上低い。

図 7-4 2021年度業績見通しとの関係 (単位：%)



8.脱炭素が及ぼす将来的な収益への影響

脱炭素が及ぼす将来的な収益への影響を見ると、「わからない」が49.3%と半数を占める。「影響はない」が25.4%、「プラス要因となる」、「マイナス要因となる」がそれぞれ11.7%、11.8%とほぼ同率となる。

規模別に見ると、大規模事業者は63.8%が「わからない」とし高い回答率を示し、今後の動向に慎重な見方をしていることがうかがえる。

業種別に見ると、卸売業は「プラス要因となる」が16.1%と他業種に比べやや高く、製造業は「マイナス要因となる」が16.6%と他業種に比べてやや高い。卸売業とサービス業が「わからない」がそれぞれ42.9%、41.9%と他業種に比べてやや低くなっている。

図 8-1 脱炭素が及ぼす将来的な収益への影響

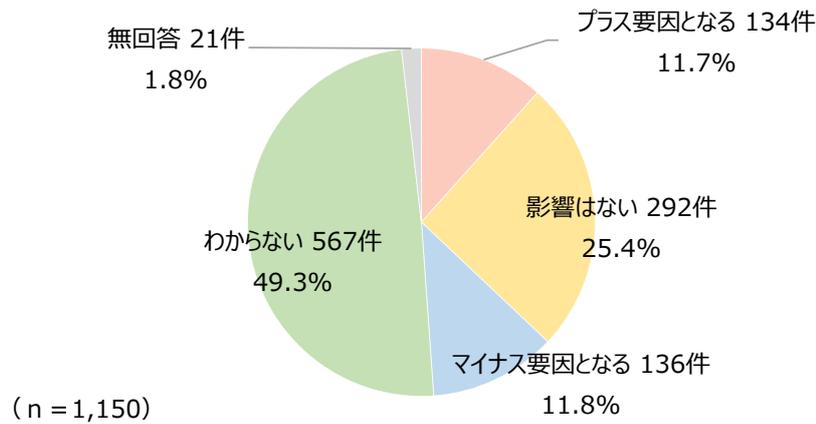


図 8-2

規模別／構成比

(単位：%)

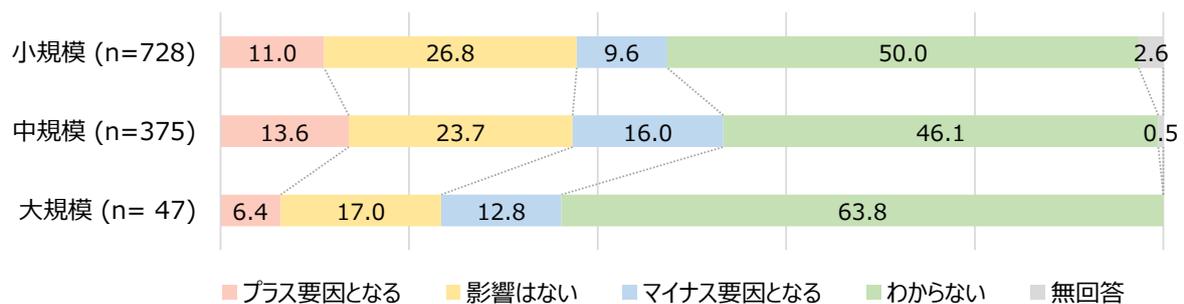
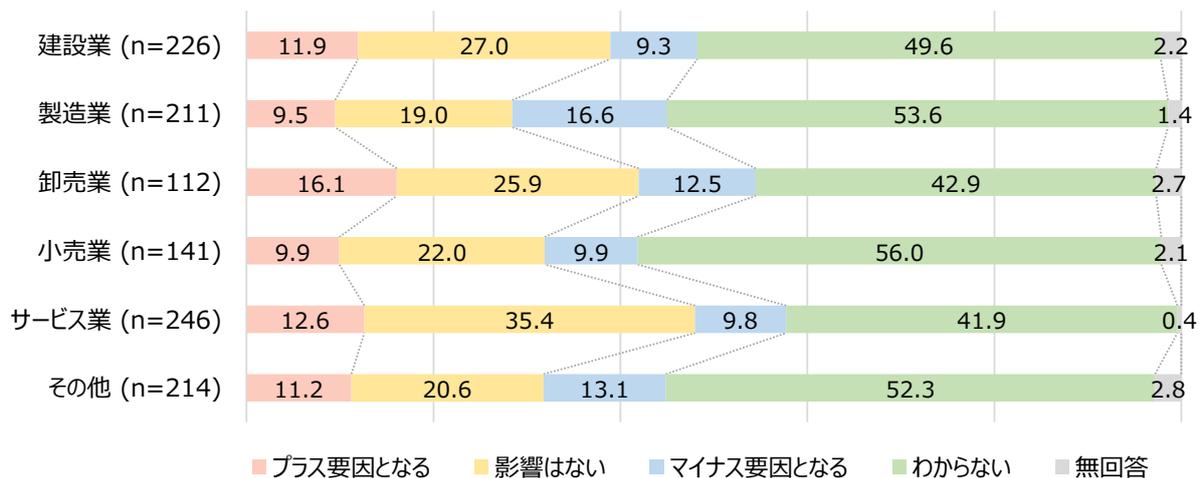


図 8-3

業種別／構成比

(単位：%)



クロス集計（問8 × 問9）

「将来的な収益への影響」と「その理由」の関係

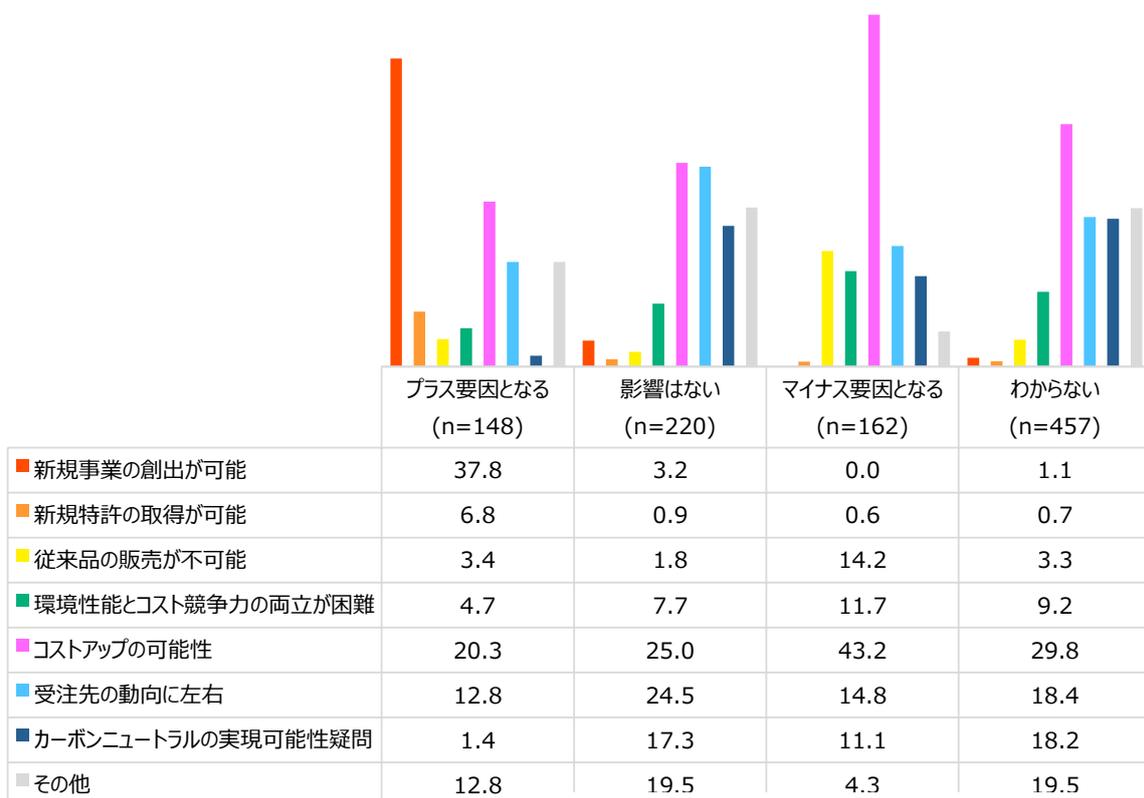
「脱炭素が及ぼす将来的な収益への影響」と「収益への影響理由」を見ると、「プラス要因となる」と回答したその理由として、「新規事業の創出が可能」とした回答が37.8%と最も高い回答率を得た。

一方、「影響はない」、「マイナス要因となる」、「わからない」と回答したその理由として、「コストアップの可能性」が最も高い回答率となった。「コストアップの可能性」は、「プラス要因となる」と回答した理由においても20.3%と高い回答率となっている。「コストアップ」が最大の関心事であることがうかがえる。次いで、「受注先の動向に左右される」がいずれも高い回答率となっている。

図 8-4

将来的な収益への影響／理由

(単位：%)



※ 問9において単一回答を求めたが、複数回答した事業所もあるため、図8-1（P25）のn（母数）とは一致しない

9.脱炭素が及ぼす将来的な収益への影響の理由

将来的な収益の影響の理由を見ると、「新規事業の創出が可能」7.1%、「新規特許の取得が可能」1.5%と脱炭素を新たな成長機会とする理由は低い回答率となった。全体では「コストアップの可能性がある」29.7%と最も高く、続いて「受注先の動向に左右される」18.2%となっている。また、「カーボンニュートラルの実現可能性に疑問」が14.3%の回答率となり、脱炭素を実現する困難さを示していると考えられる。

規模別では、大規模事業所は「コストアップの可能性がある」38.6%と他規模に比べて高く、大規模事業所がコストアップを警戒していることがうかがえる。また小規模事業所は「カーボンニュートラルの実現可能性に疑問」の回答が16.8%と他に比べてやや高く、カーボンニュートラルについての理解促進のため、小規模事業所への支援と啓発が必要と考えられる。

業種別に見ると、卸売業・小売業において「従来品の販売が不可能となる」の回答がそれぞれ10%台と他業種に比べてやや高い。また、製造業・卸売業において「カーボンニュートラルの実現可能性に疑問」の回答が10%前後と他業種に比べてやや低く、脱炭素に向けての進展がうかがえる。

図 9-1 将来的な収益への影響（無回答除く）

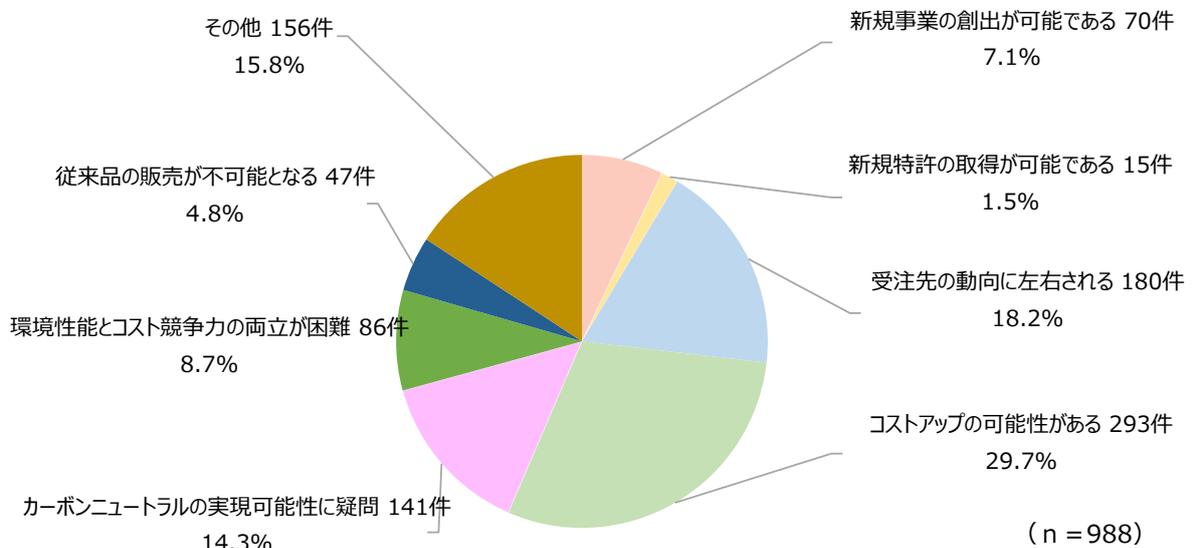
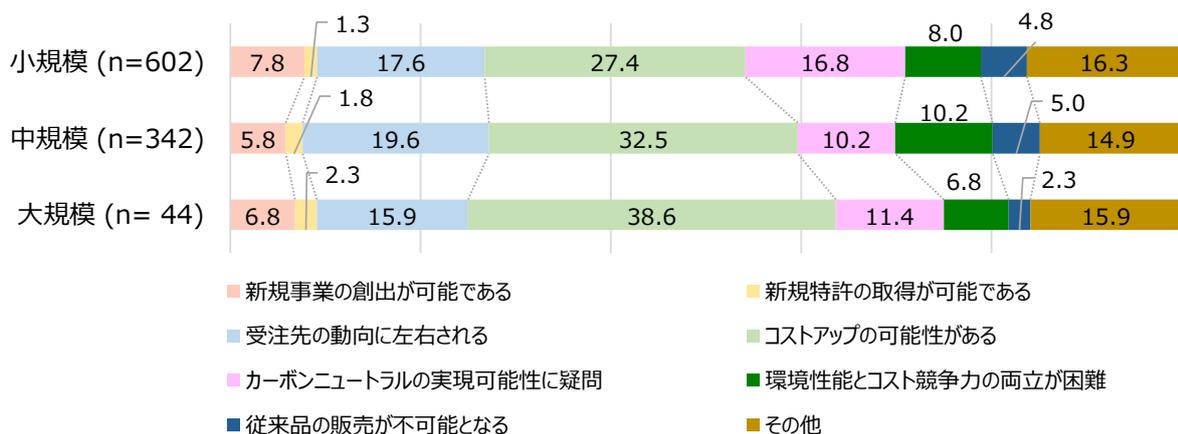
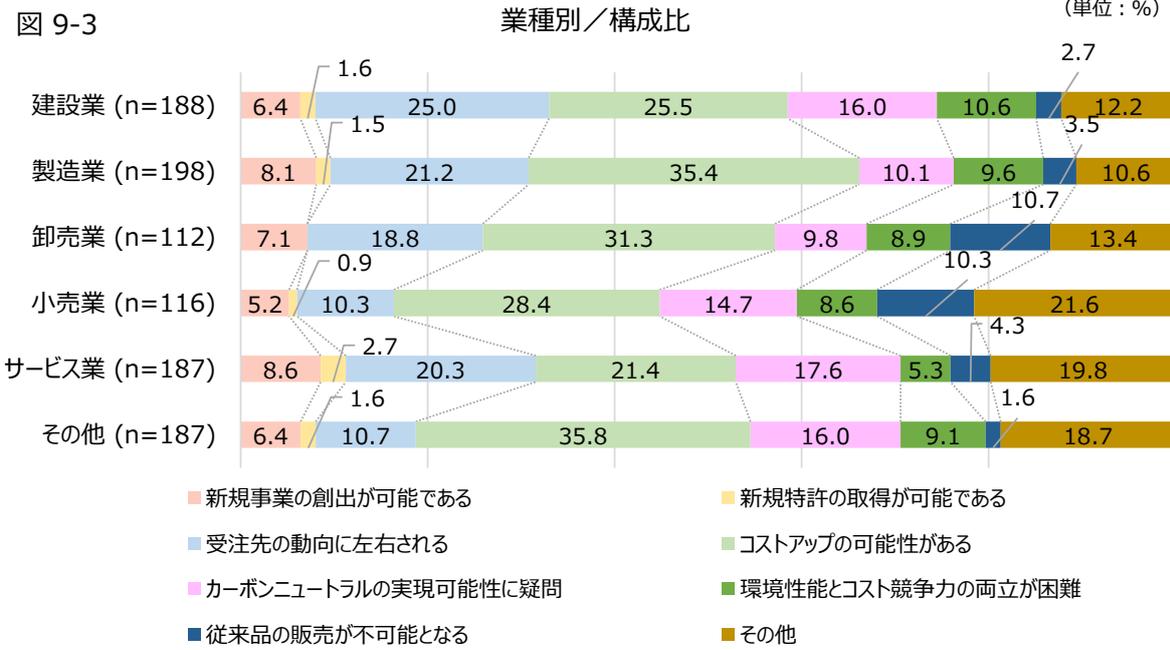


図 9-2 規模別／構成比 (単位：%)



業種別



10.取引先からの環境負荷軽減に関する要請

取引先からの環境負荷の軽減要請を見ると、「特に変化はない」が77.6%と最も高く8割近い回答率となった。サプライチェーン全体での脱炭素への取り組みの進展を問うたものであるが、現状では取引先からの要請に大きな変化は見られないことがうかがえる。

規模別に見ると、規模が大きくなるほど「厳しくなった」回答率が高くなっている。

業種別に見ると、「厳しくなった」の回答率に大きな差異は見られないが、建設業、製造業は「厳しくなった」回答率が他業種と比べてやや高い。

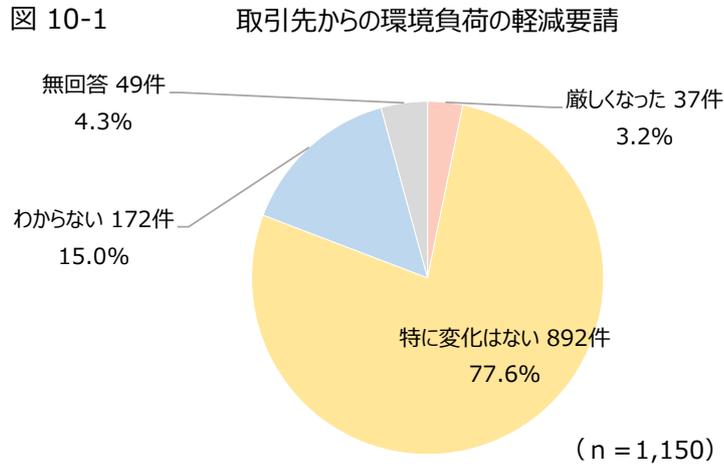


図 10-2 規模別／構成比 (単位：%)

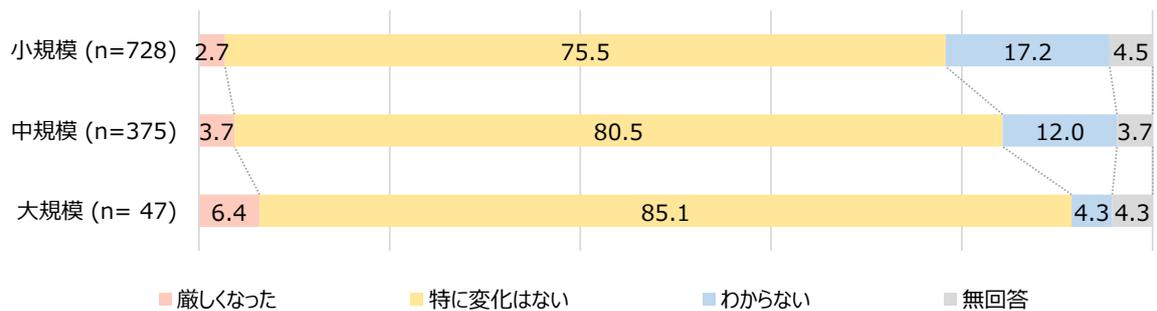


図 10-3 業種別／構成比 (単位：%)



<参考> サプライチェーン排出量について

【概要】

サプライチェーン排出量とは

事業者の組織活動全体（原料調達・製造・物流・販売・廃棄など）を対象とした温室効果ガス排出量のこと（環境省HPより）

すなわち、一つの企業が単独で温室効果ガス（以下、GHG）の排出量を測定し削減努力するのではなく、自社を含むサプライチェーン（供給網）全体でのGHG排出量の全体像が把握可能となり、優先的に削減すべき対象を特定することが出来るとともに、企業間で連携した取り組みが可能となるなど、大手企業から既に取り組みが始まっている。

企業の責任範囲は、サプライチェーン全体に拡大してきており、サプライチェーン全体でGHG排出量を算定・報告する流れは、今後さらに強まると予想され、姫路市域の企業においても備える必要があると考えられる。

【分類】

サプライチェーン排出量は以下の3つに分類される。

(1) Scope1（スコープ・ワン）：

事業者自らによる温室効果ガスの直接排出

(2) Scope2（スコープ・ツー）：

他社から供給された電気、熱、蒸気の使用に伴う間接排出

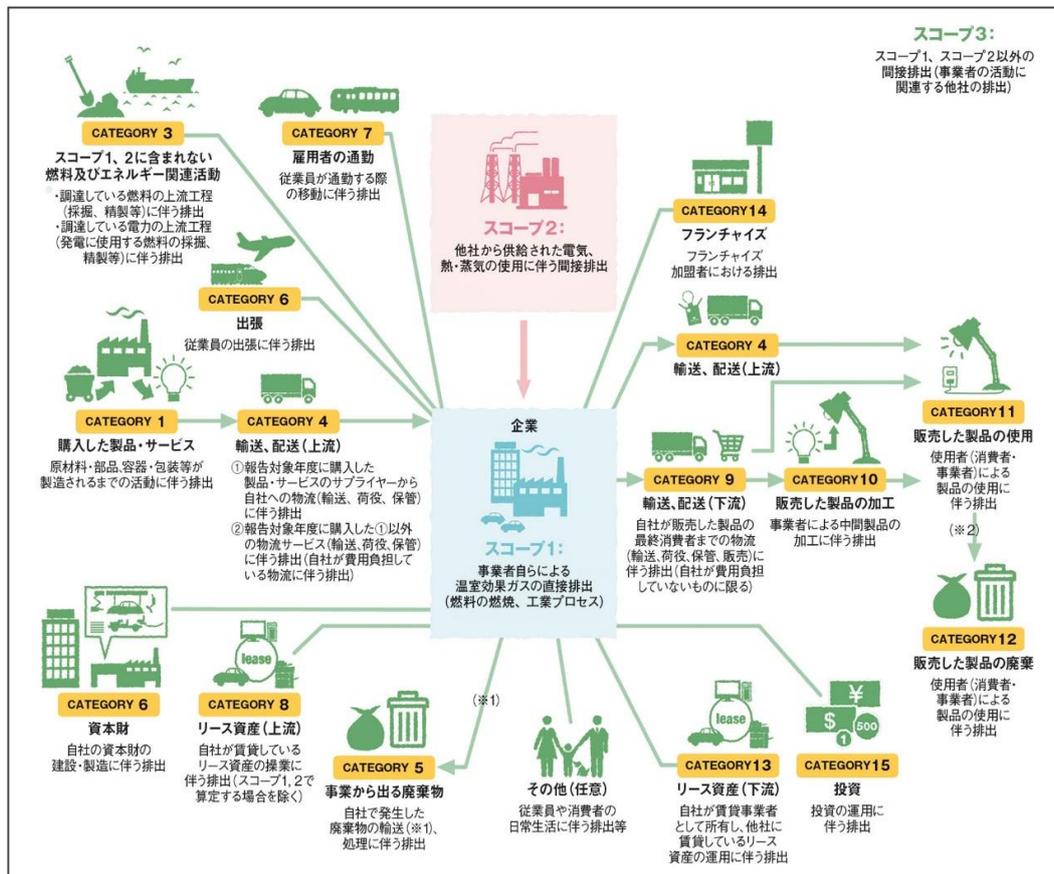
(3) Scope3（スコープ・スリー）：

Scope1、2以外の間接排出（事業者の活動に関連する他社の排出）

さらに15の 카테고リーに分類される

図 10-4 サプライチェーン排出量イメージ

（出典：環境省HP）



11.省エネ・脱炭素に取り組む必要な支援

省エネ・脱炭素に取り組む際に必要な支援を見ると、「省エネ設備等への補助金」が50.3%と最も高く、次いで「省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供」39.5%、「同業者の取り組み事例の提供」37.0%となった。

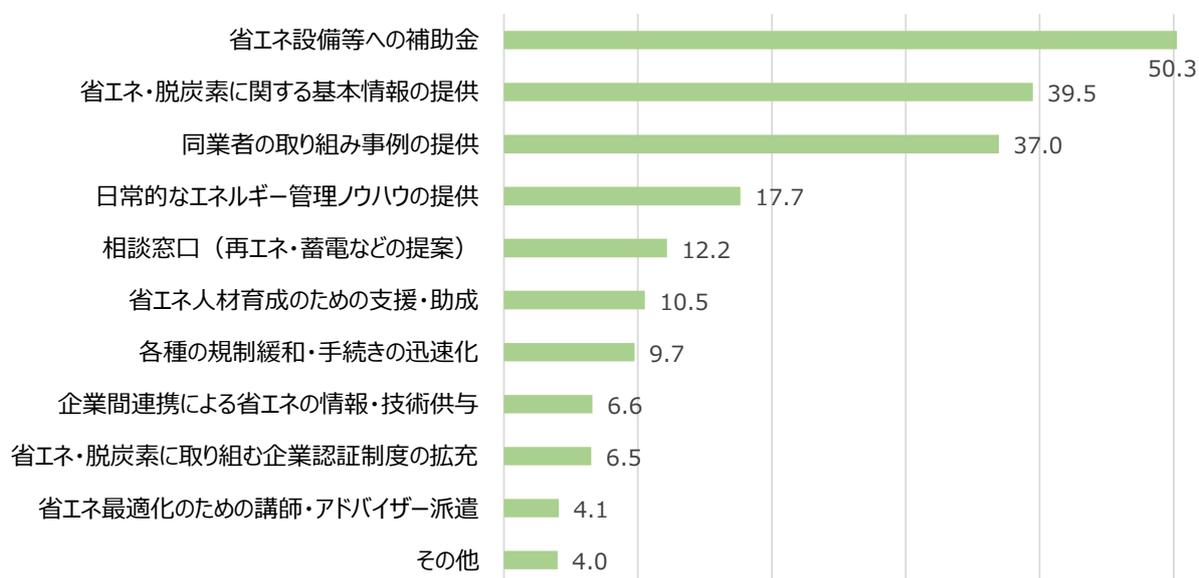
規模別に見ると、「省エネ設備等への補助金」は、規模が大きくなるほど回答率が高くなる。

業種別に見ると、製造業は、「省エネ人材育成のための支援・助成」が19.4%と他業種と比べて高い。

表11 省エネ・脱炭素に必要な支援 (n=1,150)

支援内容	件数	回答率
省エネ設備等への補助金	578	50.3%
省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供	454	39.5%
同業者の取り組み事例の提供	425	37.0%
日常的なエネルギー管理ノウハウの提供	203	17.7%
相談窓口（再エネ・蓄電などの提案）	140	12.2%
省エネ人材育成のための支援・助成	121	10.5%
各種の規制緩和・手続きの迅速化（再エネ設備設置時など）	112	9.7%
企業間連携による取引先からの省エネの情報・技術供与	76	6.6%
省エネ・脱炭素に取り組む企業認証制度の拡充	75	6.5%
省エネを最適化するための講師・アドバイザー派遣	47	4.1%
その他	46	4.0%

図 11-1 省エネ・脱炭素に必要な支援内容／回答率 (単位：%)



規模別・業種別

図 11-2

規模別／回答率

(単位：%)

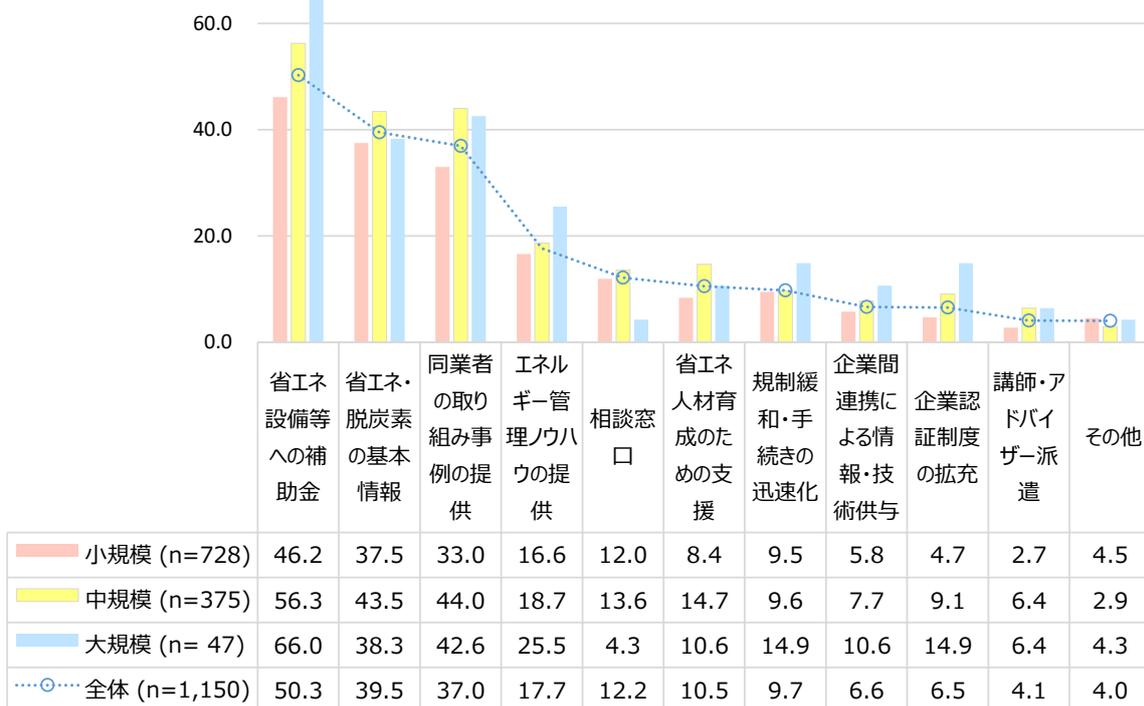
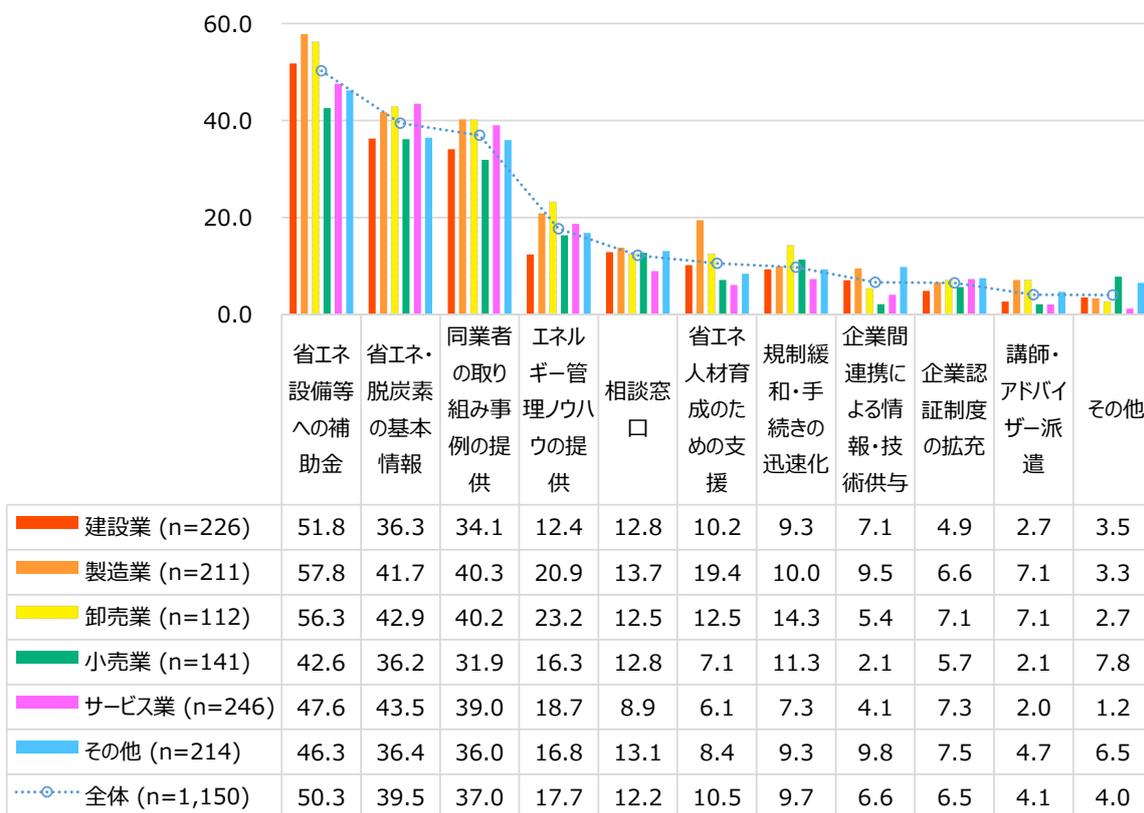


図 11-3

業種別／回答率

(単位：%)



Ⅲ. まとめ

1. 「省エネへの取り組み」と「脱炭素化社会の実現」に向けての啓発

省エネや脱炭素への取り組みについては、事業規模・業種ごとに取り組み方針や取り組み状況に差がある。規模や業種を問わず徹底した取り組みにつながるよう、産業界全体で「省エネの強化」や「再生可能エネルギーの導入拡大」を推進し、「脱炭素社会の実現」に向けた機運の醸成が必要である。

事業所ごとに自社の課題を明確化し、計画・実施・検証・見直しのPDCAサイクルによる省エネ推進が重要であると考えられる。

2. サプライチェーン全体での取り組み

省エネへの取り組みを阻害する要因として、「自社が環境に与える影響は小さいから」との回答が少なからず見られる。自社事業と環境問題を結びつける意識が低いと思われる。事業活動における温室効果ガス排出抑制は、自社単体で考えるだけではなく、サプライチェーン全体で取り組む必要がある。

サプライチェーンからの環境負荷低減に向けた要請は、今後ますます強まるものと予想され、また、自社ごとのCO2排出抑制に向けた課題の明確化が困難な事業所もあることも想定される。地域における先進事例の紹介や省エネ手法の開示など、企業間連携や情報発信が重要であると考えられる。

3. 新たな収益機会の確保

脱炭素社会への移行に伴い、産業構造の大きな変化が予想される。この変化は、新技術や新製品の開発・販売等を通して収益力の強化につながる新たな事業機会の創出を促すチャンスとなる。反面、「従来品の販売が不可となる」などのリスク側面もある。省エネを通じて脱炭素へ寄与する事業活動の中で、新分野への進出に向けた研究・開発や事業転換など、情報収集・発信に向けた取り組みが重要となる。

4. 最後に

姫路市における温室効果ガスの排出状況は、産業部門が60.3%（2016年度）を占めており、全国ベースの39.4%を大きく上回っている。今後、産業部門の排出量削減の要請が厳しくなると、産業活動の制約につながることも想定される。

昨今の世界情勢の変化に伴うエネルギー価格の高騰を考えると、事業活動において省エネの果たす役割はますます重要となる。省エネは、中小企業にとって単なるエネルギー使用の効率化として経費削減策にとどまらず、新たな収益源になり得るきっかけとして見直されるべきと考えられる。

商工会議所は、事業所の省エネ行動が脱炭素社会の実現に向けた取り組みとなるよう、より一層相談機能を充実させるなど、支援を行っていく。

資料編

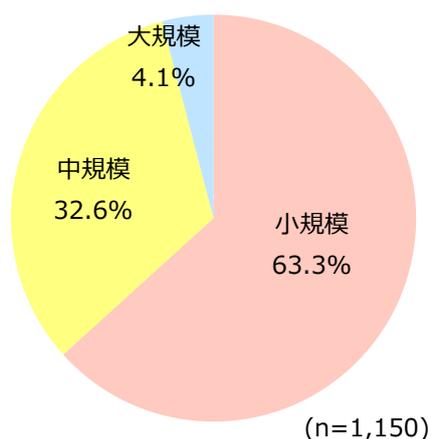
回答事業所の属性（規模・業種）

回答事業所の属性

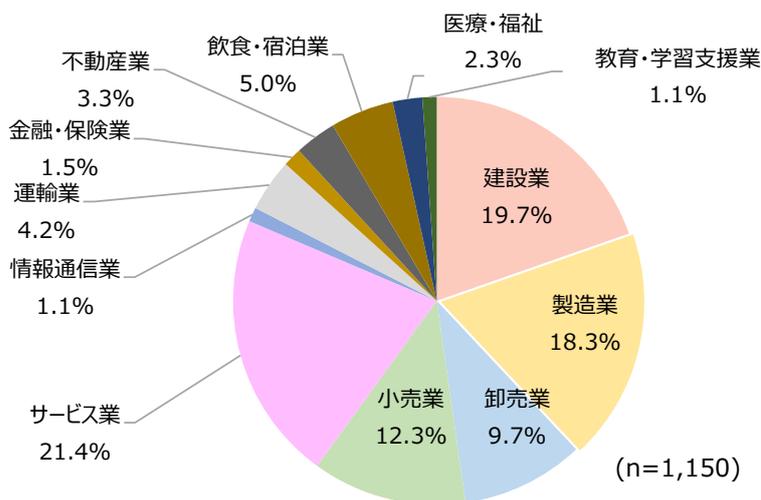
上段：件数 下段：構成比

業種別／規模別	小規模	中規模	大規模	全体 (n=1,150)
建設業(n=226)	195 86.3%	30 13.3%	1 0.4%	226 19.7%
製造業(n=211)	133 63.0%	71 33.6%	7 3.3%	211 18.3%
卸売業(n=112)	36 32.1%	70 62.5%	6 5.4%	112 9.7%
小売業(n=141)	93 66.0%	37 26.2%	11 7.8%	141 12.3%
サービス業(n=246)	139 56.5%	98 39.8%	9 3.7%	246 21.4%
その他(n=214)	132 61.7%	69 32.2%	13 6.1%	214 18.6%
情報通信業(n=13)	8 61.5%	5 38.5%	0 0.0%	13 1.1%
運輸業(n=48)	30 62.5%	15 31.3%	3 6.3%	48 4.2%
金融・保険業(n=17)	13 76.5%	1 5.9%	3 17.6%	17 1.5%
不動産業(n=38)	36 94.7%	2 5.3%	0 0.0%	38 3.3%
飲食・宿泊業(n=58)	29 50.0%	24 41.4%	5 8.6%	58 5.0%
医療・福祉(n=27)	9 33.3%	16 59.3%	2 7.4%	27 2.3%
教育・学習支援業(n=13)	7 53.8%	6 46.2%	0 0.0%	13 1.1%
全体(n=1,150)	728 84.9%	375 43.8%	34 4.0%	1,150 100.0%

(1) 規模



(2) 業種

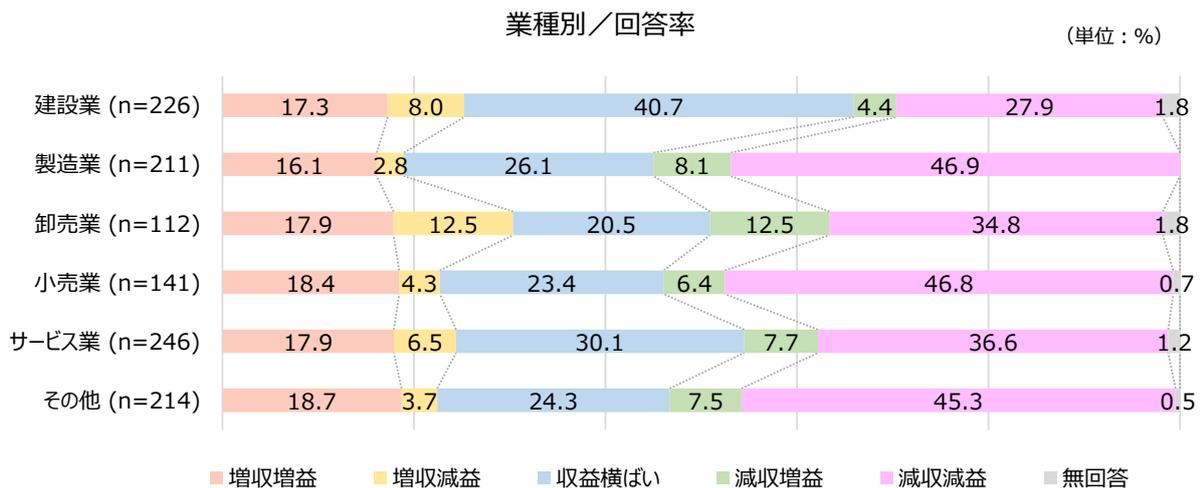
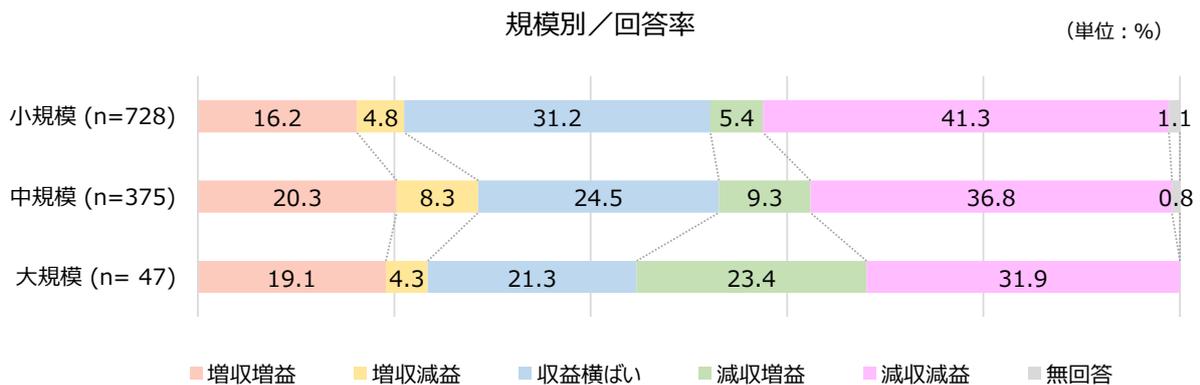
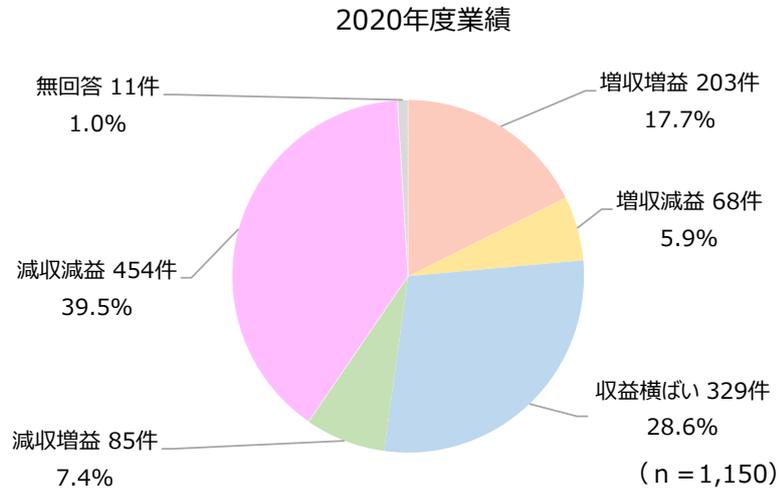


回答事業所の属性（2020年度業績）

2020年度の業績について、「増収増益」と回答した割合は17.7%、「増収減益」が5.9%、「収益横ばい」が28.6%、「減収増益」が7.4%、「減収減益」が39.5%となっている。

規模別では、中規模で、「増収増益」の割合が高い。

業種別に見ると、「増収増益」と回答した割合が高い上位業種は、卸売業（17.9%）、小売業（18.4%）、サービス業（17.9%）となっている。一方、「減収減益」と回答した業種では、製造業（46.9%）、小売業（46.8%）が高い割合を示している。

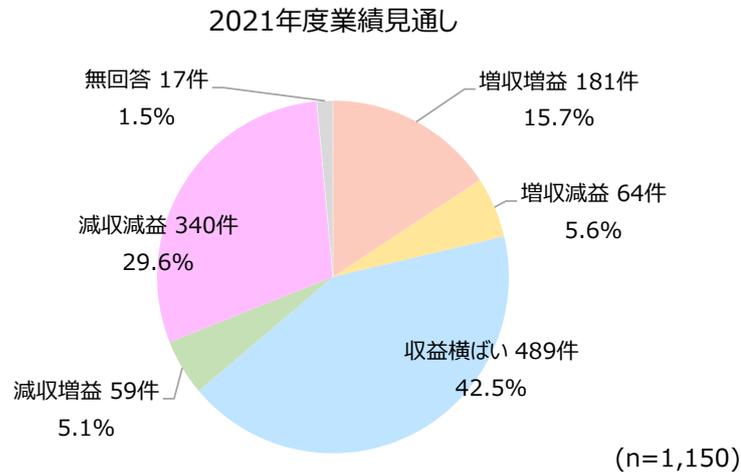


回答事業所の属性（2021年度業績見通し）

2021年度業績見通しについて、「増収増益」と回答した割合は15.7%、「増収減益」が5.6%、「収益横ばい」が42.5%、「減収増益」が5.1%、「減収減益」が29.6%となっている。

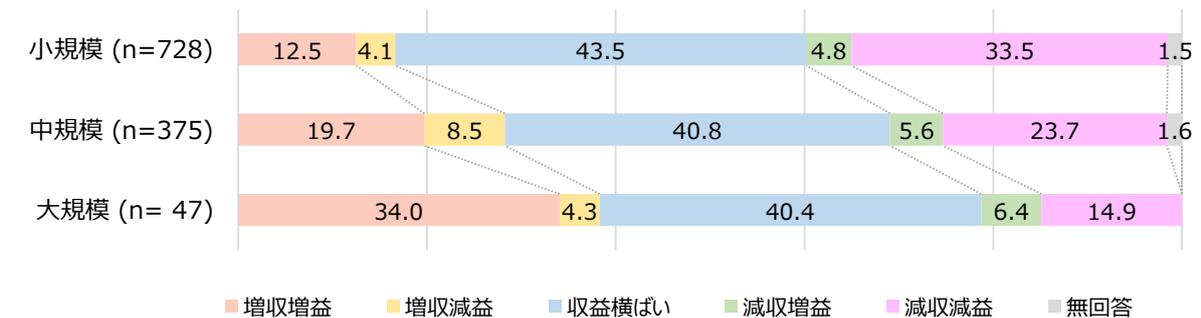
規模別では、規模が大きくなるにつれ、「増収増益」の割合が高い。

業種別に見ると、「増収増益」と回答した割合が高い上位業種は、製造業（19.9%）、卸売業（17.9%）となっている。一方、「減収減益」と回答した業種では、建設業（28.3%）、小売業（37.6%）が高い割合を示している。



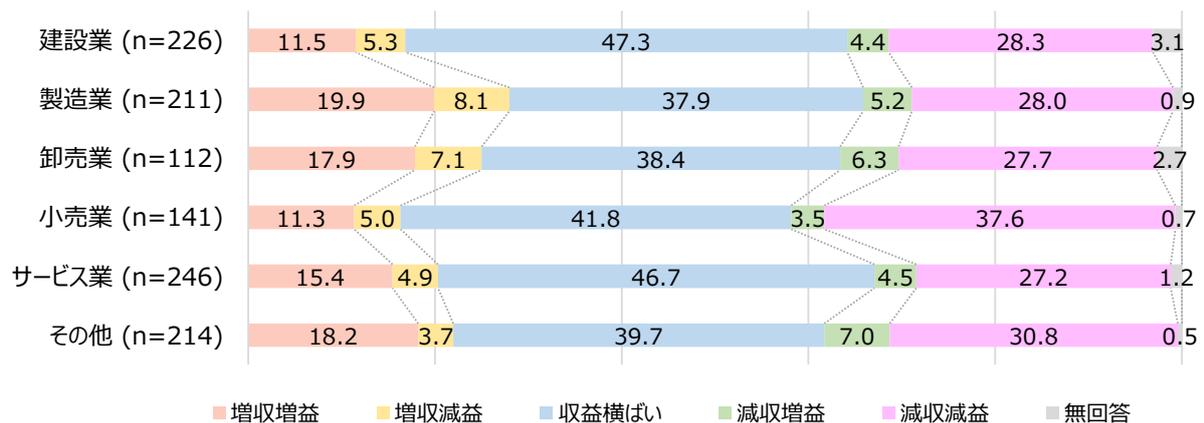
規模別／回答率

(単位：%)



業種別／回答率

(単位：%)



クロス集計（問4 × 問3-1）

「取り組み効果」と「取り組み内容」の関係

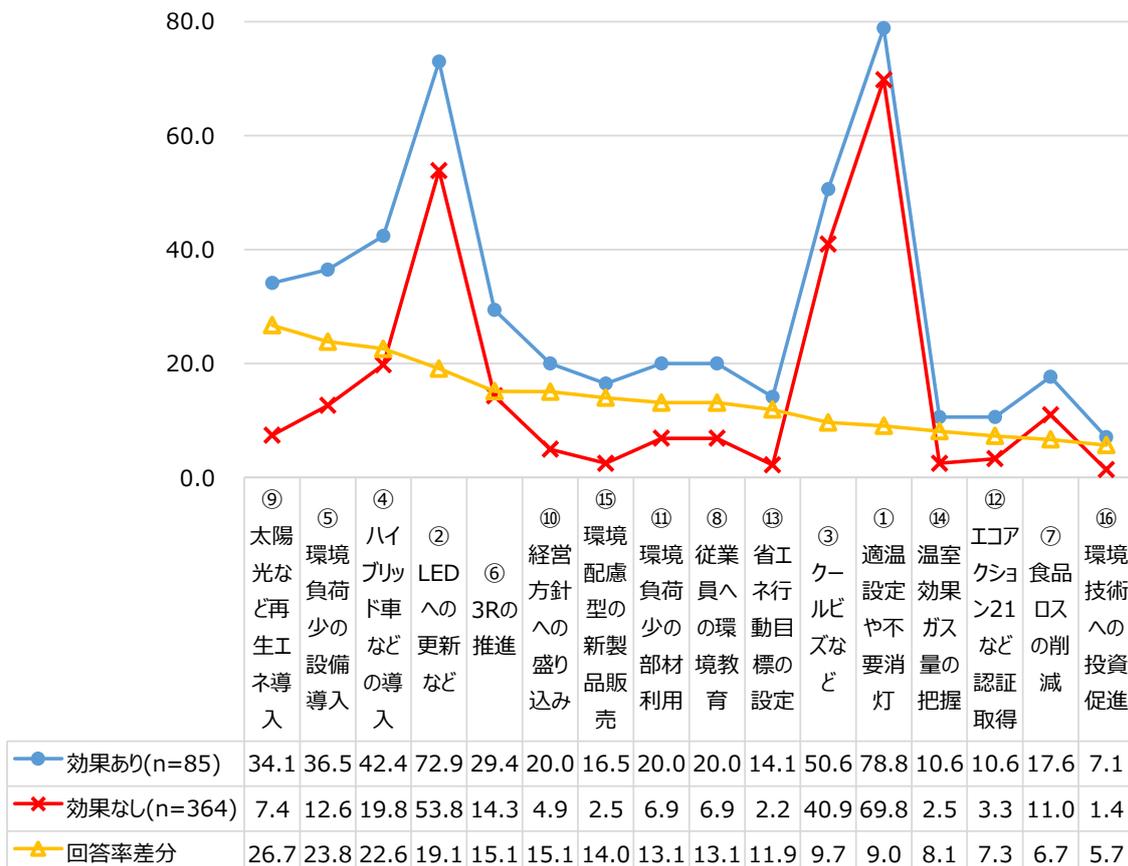
「省エネへの取り組み効果」（P15）の内、「売上げ、利益の増加」に効果を得たと回答した事業所（効果あり n=85）と「効果・メリットはない」と回答した事業所（効果なし n=364）における「省エネへの取り組み内容」（P9）について関係を見る。（図4-4）

図4-4は、「効果あり」と「効果なし」の回答率差分が大きい順（降順）に並べている。（回答率差分が大きいほど効果的な取り組みと考えられる）

「売上げ、利益の増加」に効果があったとした回答群は、全ての取り組み内容において取り組みしている比率が高いことがわかる。

「⑤環境負荷の少ない設備機器の導入」については、費用対効果が最大の課題となることから慎重な取り組みが必要である。「効果なし」が12.6%（46社）に及ぶことから、生産性の向上と業務効率化を可能とし売上げ・利益の増加につながる取り組みが必要。業務プロセスの見直しを含めた設備更新計画が課題となる。

図 4-4 取り組み効果（売上げ、利益増加）と（効果なし）／取り組み内容（単位：%）



クロス集計（問4 × 問1 × 問3）

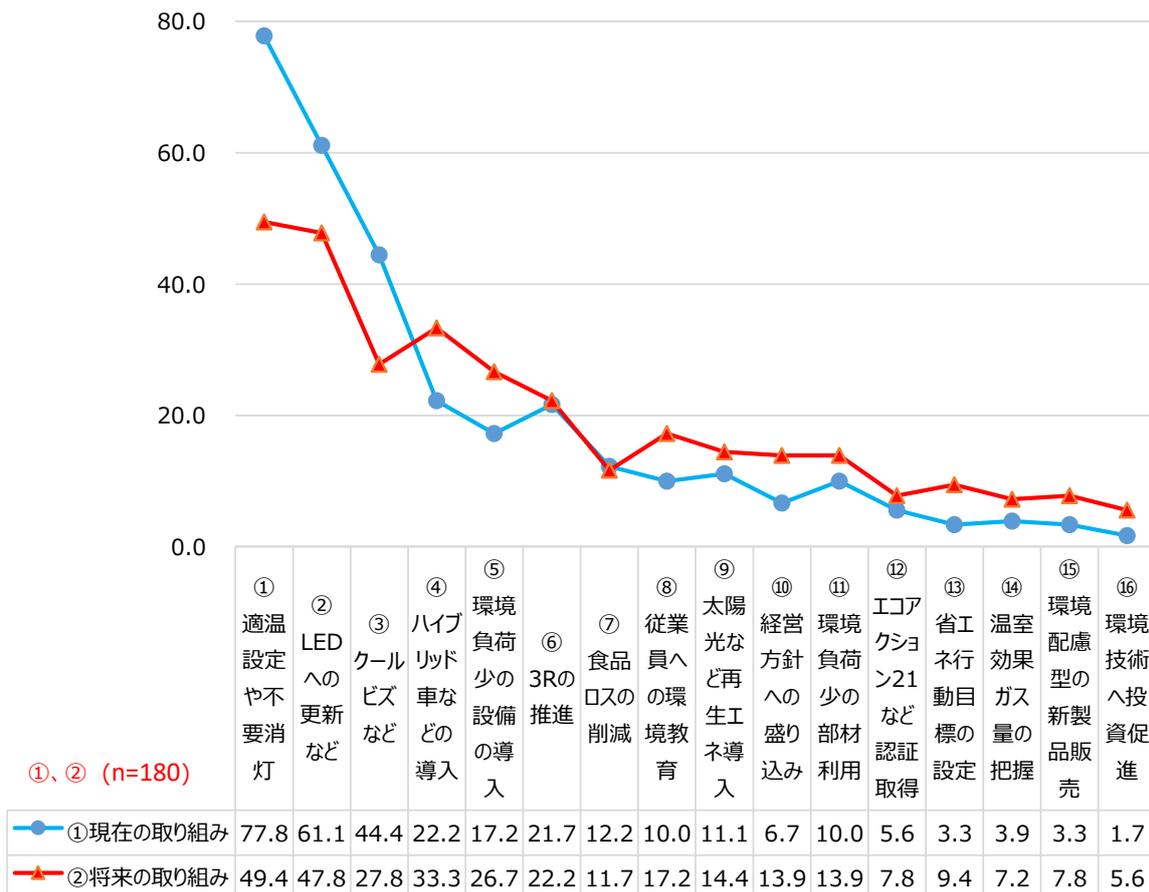
「効果・メリットはない」とする事業所の「現在・将来の取り組み内容」

表4-2（P19）から「取り組む必要がある」(n=731)の内、「効果・メリットはない」と回答した事業所 (n=180)について、「現在の取り組み内容」（P9）と「将来実施予定の取り組み内容」（P13）を比較する。（図4-7）

表4-2（P19）の通り、「取り組む必要がある」としながらも「効果・メリットはない」と回答した事業所は180件（24.6%）にのぼり、高い回答率となっている。省エネの取り組みに際し、効果・メリットがないと感じた場合、将来的に徹底した省エネに取り組まない方向に向かうという懸念が生じる。このため、現在の取り組みと将来の取り組み予定を比較すると、全体的には現状と同等か現状以上の取り組みが見込める結果となった。

概ね、将来取り組み回答率が現在の取り組み回答率を上回っており、「効果・メリットはない」としながらも今後の省エネ取り組み展開に期待が持てる結果であると考えられる。

図 4-7 「効果・メリットはない」とする事業所の現在・将来の取り組み内容 （単位：％）



省エネ（省エネ法）について

【経緯】

我が国は化石資源に乏しく、オイルショックを契機として貴重なエネルギーを大切に使うため、エネルギー消費効率の向上に努めてきた。その結果、経済成長と同時に世界トップクラスの省エネを達成してきた。

（オイルショック以降、実質GDPは2.6倍、最終エネルギー消費は1.2倍）

日本の省エネ政策の根幹をなすのが省エネ法である。

正確には、「エネルギーの使用の合理化等に関する法律」（1973年制定）

【省エネ法の概要と規制】

省エネ法は、①工場・事業場、②輸送、③住宅・建築物、④機械器具、4つの分野において、エネルギー消費効率改善の目標を示し達成を求めている。

工場・事業場の内、特定事業者等（エネルギー使用量1,500 k l / 年間）は、エネルギー消費源単位の年平均1%以上の改善（努力目標）が求められ、定期報告義務が課せられる。

特定事業者等以外の工場の設置者は、事業者の努力義務が課せられる。

【エネルギーの定義】

現行省エネ法は、以下をエネルギーと定義している

【燃料】

■原油及び揮発油（ガソリン）、重油、その他石油製品（ナフサ、灯油、軽油、石油アスファルト、石油コークス、石油ガス）

■可燃性天然ガス

■石炭及びコークス、その他石炭製品（コールタール、コークス炉ガス、高炉ガス、転炉ガス）であって、燃焼その他の用途（燃料電池による発電）に供するもの

【熱】

■上記の燃料を熱源とする熱（蒸気、温水、冷水等）

【電気】

■上記の燃料を起源とする電気

【省エネ法改正の方向性】

改正省エネ法（2023年4月施行予定）

現在、検討中の主な項目は以下のとおり

◆エネルギー定義の見直し

太陽光由来の電気や、バイオマス、水素・アンモニアといった非化石エネルギーを含む全てのエネルギーを対象として拡大する。

◆特定事業者の義務拡大

非化石エネルギーへの転換に関する中長期計画及び非化石エネルギー利用状況等の定期報告書の提出を求める。

◆電気需要最適化に関する措置【電気需要平準化規定の見直し】

再エネ出力制御時への需要シフトや需給逼迫時の需要減少を促す枠組み構築

省エネルギー診断の活用について

省エネルギー診断とは

一般財団法人 省エネルギーセンターが実施する「省エネ最適化診断」は、資源エネルギー庁「令和3年度中小企業等に対するエネルギー利用最適化推進事業費補助金」による事業である。

省エネは最も脱炭素に有効な手段であるが、「省エネ最適化診断」は、さらに一步推し進め、「省エネ診断」による使用エネルギー削減に加え、「再エネ提案」を組み合わせることで脱炭素を加速させえるサービスである。

【診断および提案項目】

- 設備・機器の最適な使い方
- メンテナンス方法の改善による省エネ
- 温度、照明など設定値の適正化
- 高効率機器への更新
- 排熱等エネルギーロスの改善、有効利用
- 太陽光発電など再エネ設備導入提案

【診断結果の説明】

- 提案内容による改善効果
エネルギー削減量、コスト削減額、CO2削減量
- エネルギー管理に関するアドバイス

診断メニュー

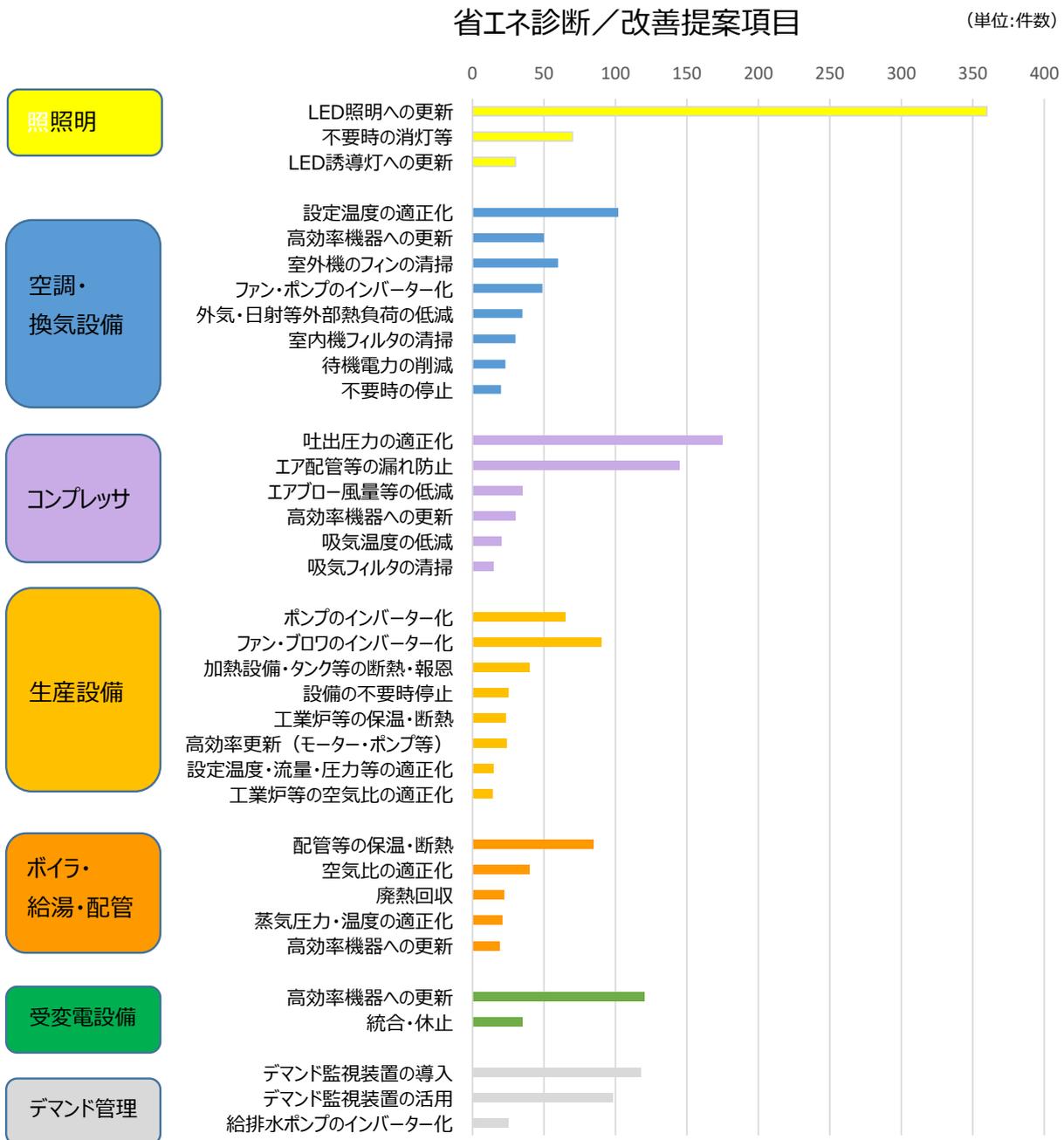
A 診断	専門家 1 人で診断するメニュー	10,450 円 (税込)
B 診断※	専門家 2 人で診断するメニュー (説明会は専門家 1 人に対応)	16,500 円 (税込)

※ボイラーや大型空調機等、熱を利用する設備を多数お持ちの事業所や、比較的規模の大きな事業所等

一般財団法人 省エネルギーセンター <https://www.shindan-net.jp/>より抜粋

省エネルギー診断による改善提案項目

省エネルギー診断では、工場等の現状を調査したうえで改善提案が示される。
 下記表は、設備分類ごとに提案内容別の件数を集計したものである。
 設備に応じてどのような改善提案が多く提示されたかがわかる。



一般財団法人 省エネルギーセンター 「工場の省エネルギーガイドブック2021」より転記

MEMO

1. デジタル化について

新型コロナウイルス感染症の拡大によりデジタル化への遅れが顕在化しています。デジタル化とは、従来行っていた業務、作業方法などを、デジタル技術を活用して、業務の効率化や生産性の向上に取り組むことなどを指します。

I. 貴社において概ね3年以内（新型コロナウイルス感染症の発生前から現在にかけて）におけるデジタル化の取り組みについてお伺いします。

問1. 貴社のデジタル化の進み具合（進捗）について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | | |
|-----------|----------|--------------|-------------|
| 1. かなり進んだ | 2. やや進んだ | 3. あまり進んでいない | 4. 全く進んでいない |
|-----------|----------|--------------|-------------|

問2. 貴社がデジタル化に取り組むきっかけについて、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| 1. 感染症への対応（勤務体制の見直し等） | 5. 経営課題の解決、経営目標の達成 |
| 2. 従業員などの社内から要望があった | 6. 法規制への対応（個人情報保護法等） |
| 3. 取引先から要請・要望があった | 7. 特にきっかけはない |
| 4. 支援者（支援機関等）から情報提供があった | 8. その他（ ） |

問3. 貴社がデジタル化に向け新たに導入したものについて、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1. オンライン会議設備の導入 | 7. 非対面営業の強化（オンライン営業ツール等） |
| 2. テレワークなどリモート設備の導入 | 8. 業務プロセスの改善（見える化、自動化等） |
| 3. ペーパーレス化の推進（電子化、経理処理等） | 9. 採用方法の見直し（オンライン面接等） |
| 4. 電子承認（電子印鑑）の導入 | 10. セキュリティ対策の導入（ウイルス対策ソフト等） |
| 5. オンライン決済、ネットバンキング等の導入 | 11. ネットワーク環境の整備（Wi-Fi等） |
| 6. 非接触販売の導入（ECサイト等） | 12. その他（ ） |

問4. 貴社のデジタル化に向けた資金確保の手段について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|---------------|-----------|
| 1. 補助金・助成金を利用 | 3. 自己資金 |
| 2. 金融機関からの借入 | 4. その他（ ） |

問5. 貴社におけるデジタル化に向けた取り組みが、業績上どのような影響を及ぼしたかについて、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1. 大きくプラスの影響を及ぼした | 4. ある程度マイナスの影響を及ぼした |
| 2. ある程度プラスの影響を及ぼした | 5. どちらとも言えない |
| 3. 大きくマイナスの影響を及ぼした | |

2. 環境（CO2削減など）への取組みについて

貴社の事業活動における「環境（CO2削減など）」への取組みについてお伺いします。

I. 「省エネ」への取組みについて

「省エネ」への取組みとは、

電力や石油などのエネルギーを効率良く使ったうえで使用量を削減し、その結果として地球温暖化ガス（CO2など）の排出を抑制し、環境保全につながる取組みのことを指します。

問1. 貴社の事業活動における「省エネ」への取組み方針について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

1. 大いに取組む必要がある（問2-1へ）
2. 多少、取組む必要がある（問2-1へ）
3. あまり取組む必要はない（問2-2へ）
4. 全く取組む必要はない（問2-2へ）
5. わからない（問2-2へ）

問2. 貴社の取組み方針の理由についてお伺いします。

問2-1. 問1で「1. 大いに取組む必要がある」、「2. 多少、取組む必要がある」と回答した方のみ、その理由について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| 1. 電気料金などコスト削減の観点から | 6. 環境規制などコンプライアンスの観点から |
| 2. 自社のブランド力、認知度向上につながるから | 7. 企業の社会的責任（CSR）の観点から |
| 3. 新たな成長機会、商機の拡大が見込めるから | 8. SDGs（国連の持続可能な開発目標）への対応 |
| 4. 取引先の要請に対応せざるを得ないから | 9. 政府方針（2050年カーボンニュートラル）への対応 |
| 5. 消費者や社会全体での環境意識の高まりへの対応 | 10. その他（ ） |

問2-2. 問1で「3. あまり取組む必要はない」、「4. 全く取組む必要はない」、「5. わからない」と回答した方のみ、その理由について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|-----------------------|---------------------------|
| 1. 自社へのメリットがない、不明だから | 5. 自社が環境に与える影響は少ないから |
| 2. 業務など多忙で取組む余裕がないから | 6. 環境問題が悪化しても自社への影響は少ないから |
| 3. 取組むためのコスト負担が大きいから | 7. 取組み方法がわからないから |
| 4. 大手企業が取組みすべきことであるから | 8. その他（ ） |

問3. 貴社が現在までに実施した「省エネ」への取組み内容、および、将来実施予定、または継続実施予定の「省エネ」への取組み内容について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

取組み内容	現在	将来・継続	取組み内容	現在	将来・継続
1. 冷暖房の適温設定や不要照明の消灯			10. 食品ロスの削減		
2. LED への更新やセンサーの設置			11. 従業員への環境教育		
3. クールビズやウォームビズ			12. 自社の温室効果ガス排出量の把握		
4. 環境負荷の少ない設備機器の導入			13. 省エネ取組み行動目標の設定		
5. ハイブリッド車や電動車の導入			14. 経営方針などへの盛り込み		
6. 環境負荷の少ない原材料や部品の利用			15. 環境技術への研究・開発、投資促進		
7. 自家発電（太陽光 等）や再生エネ導入			16. 環境配慮型の新製品などの開発・販売		
8. エコアクション 21 や ISO の環境認証取得			17. 特にない		
9. 3R の推進（廃棄物の減量やリサイクル）			18. その他（ ）		

問4. 貴社が実施した「省エネ」への取組みを通して得た効果について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 売上、利益の増加	7. 既存商品・サービスの品質向上
2. 販売管理費等の経費削減	8. 新製品・新サービスの開発
3. 新規販路の開拓	9. 競争優位性の確保
4. 従業員の環境意識の高まり	10. 効果・メリットはない
5. CO2 排出の削減（具体的数値として把握）	11. その他（ ）
6. 企業イメージの向上	

問5. 貴社の「省エネ」への取組みにおける課題について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 売上、利益の増加につながらない	7. 省エネの余地がない(すでに上限まで省エネに取り組んでいる)
2. 事務手続きなどが煩雑である	8. 人員の不足と省エネ教育(エネルギー関連資格取得支援など)
3. 取組むためのノウハウがない	9. 取組みを深化させるための相談先がわからない
4. 取引先企業や従業員の理解が得られない	10. 特に課題はない
5. 企業イメージの向上につながらない	11. その他（ ）
6. 省エネ設備機器への更新が必要	

問9. 問8で回答された「将来的な収益への影響」について、その理由として、**該当する選択肢1つに○を付けてください。**

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. 新規事業の創出が可能である | 5. コストアップの可能性がある |
| 2. 新規特許の取得が可能である | 6. 受注先の動向に左右される |
| 3. 従来品の販売が不可能となる | 7. カーボンニュートラルの実現可能性に疑問 |
| 4. 環境性能とコスト競争力の両立が困難 | 8. その他 () |

問10. 取引先からの要請についてお伺いします。

環境負荷の軽減（CO2 排出抑制など）に関する要請に変化はありましたか。**該当する選択肢1つに○を付けてください。**

- | | | |
|-----------|------------|----------|
| 1. 厳しくなった | 2. 特に変化はない | 3. わからない |
|-----------|------------|----------|

問11. 貴社が、「省エネ」、「脱炭素」に取り組む際に必要と思われる支援について、**該当する選択肢すべてに○を付けてください。**

- | | |
|--------------------------|---------------------------------|
| 1. 省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供 | 7. 企業間連携による取引先からの省エネの情報・技術供与 |
| 2. 同業者の取組み事例の提供 | 8. 省エネを最適化するための講師・アドバイザー派遣 |
| 3. 相談窓口（再エネ・蓄電などの提案） | 9. 日常的なエネルギー管理のノウハウの提供 |
| 4. 省エネ設備等への補助金 | 10. 各種の規制緩和・手続きの迅速化（再エネ設備設置時など） |
| 5. 省エネ・脱炭素に取り組む企業認証制度の拡充 | 11. その他 () |
| 6. 省エネ人材育成のための支援・助成 | |

問12. その他、ご意見ご要望等がありましたら、ご自由にご記入ください。

※アンケート調査は以上で終了です。ご協力、誠にありがとうございました。今後、ご回答いただいた内容をもとに、記載いただいた本人様に、メールまたは電話にて問い合わせをさせていただく場合がありますので、当アンケート用紙を複写・保存していただきますよう、ご協力をお願いします。

2021年度「環境（CO2削減など）への取り組み」に関する調査報告書

姫路商工会議所 姫路経済研究所

〒670-8505 姫路市下寺町43番地

T E L : 079-223-6555 (直通)

F A X : 079-288-0047

U R L : <https://www.himeji-cci.or.jp/>