

令和4年度

「脱炭素社会の実現」に関するアンケート結果

令和5年2月

岐阜県地球温暖化防止活動推進センター

【令和４年度 「脱炭素社会の実現」に関するアンケート結果】

1. 目的

県内企業の「脱炭素社会の実現」に向けて取り組んでいる内容を把握することで、今後の事業者向け啓発、広報の参考にするとともに、脱炭素経営の普及と促進を図る。

2. アンケート項目（別紙参照）

- （１）脱炭素社会の実現に向けての取り組み内容
- （２）脱炭素経営によって期待されるメリット
- （３）脱炭素化に向けた取り組みを開始する上での課題
- （４）COOL CHOICE の認知度

3. アンケート実施期間

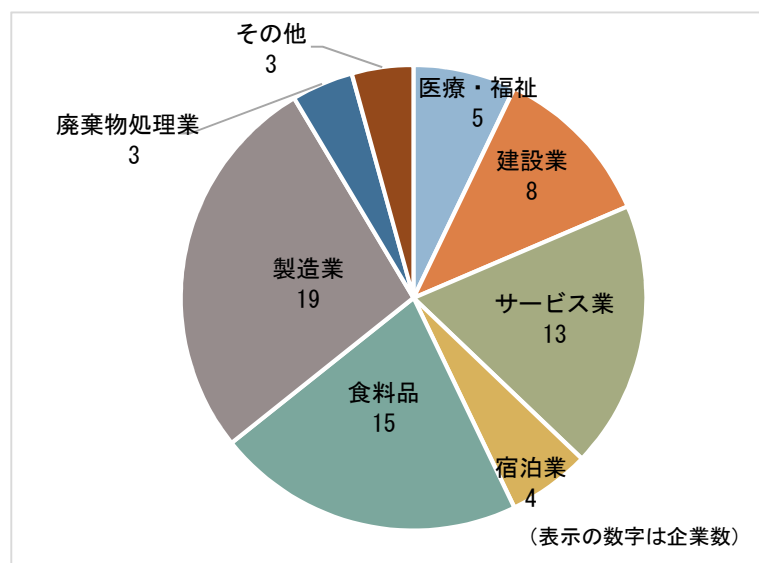
令和４年 10 月～11 月末

4. アンケート発送と回収数及び業種別内訳

母団体の取引先企業 160 社にアンケートを発送し、70 社 (43.8%) (令和３年度 74 社、46.3%) から回答を得た。

また、COOL CHOICE 賛同票を同封したところ、12 社（令和３年度 9 社）より賛同を得ることができた。

発送数	回収数	回収率
160	70	43.8%



5. アンケート結果

(1) 脱炭素社会の実現に向けての取り組み内容

岐阜県の企業が「脱炭素社会の実現」に向けて取り組んでいる項目の上位は、「省エネ（節電や節水、空調設定温度の適正化等）」（84.3%）が最も高く、次いで、「クールビズ・ウォームビズの実施」（57.1%）であり、半数以上の企業で取り組まれている。さらに「3R（リデュース・リユース・リサイクル）の強化」（37.1%）、「廃棄物の抑制」（32.9%）と続いている（図 1-1）。

取り組んでいる項目の上位である「省エネ」、「クールビズ・ウォームビズの実施」について、令和3年度において、それぞれ86.5%、58.1%であり、取り組みの傾向は同じであった。「3Rの強化」については、令和3年度16.2%に比べ倍増しており、「廃棄物の抑制」（令和3年度44.6%）と併せ、物を大切に使うという意識が高くなってきていると推測される。また、わずかだが「再エネ」、「物流の見直し」や「商品開発」が高くなってきており、脱炭素経営に投資する企業の増加がうかがえる（図 1-2）。

業種別にみると、「省エネ」、「クールビズ・ウォームビズの実施」が、どの業種においても高い値を示している。特に「省エネ」については、サービス業で92.3%、製造業で84.2%と、取り組みの割合が高かった。しかし、このようにまだ「省エネ」や「クールビズ・ウォームビズ」しか取り組んでいない企業が多くあり、他の取り組みが進んでいないことが、脱炭素社会の実現に向けた今後の課題となる（図 1-3）。

参考に、全国のデータ※¹と岐阜県を比較すると、「省エネ」（全国43.0%、岐阜県84.3%）が最も高く、次いで、「クールビズ・ウォームビズの実施」（全国42.6%、岐阜県57.1%）で、上位2項目は同様であったが、全国で3番目に高い実施率を示したのは、「低燃費自動車や電気自動車の導入」（28.0%）であった（図 1-4）。

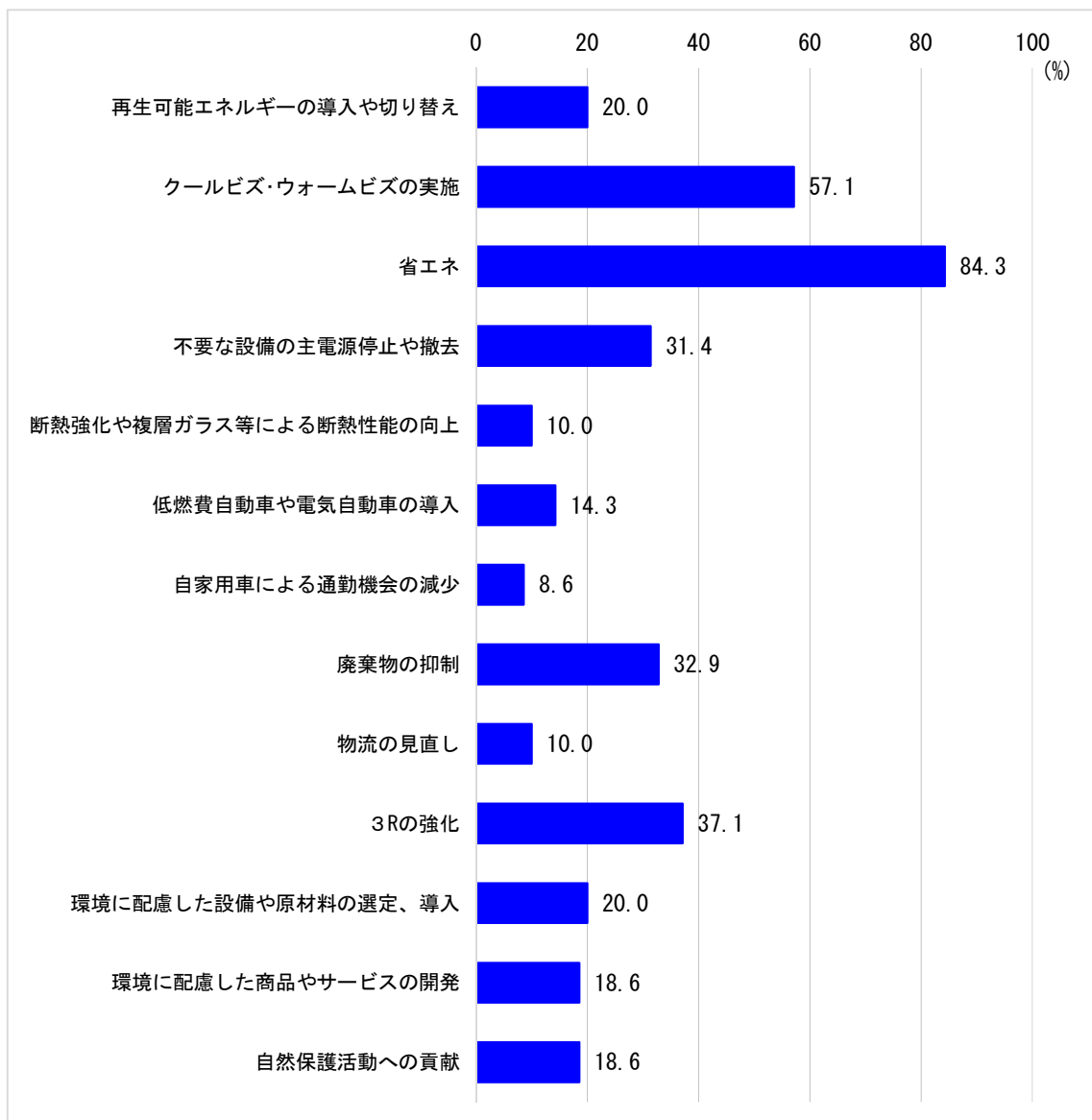
また、同じ東海地方で都市部の愛知県※¹及び岐阜県と類似団体の栃木県※¹とも比較した（図 1-4）。

愛知県及び栃木県は、全国と同様の動向を示しているが、岐阜県では、「省エネ」と「クールビズ・ウォームビズの実施」の取り組みが突出して多くなっており、岐阜県の特徴といえる。しかし、先に述べたようにこれは、今後の課題でもある。また、「3Rの強化」、「廃棄物の抑制」、「再エネ」や「不要な設備の主電源停止や撤去」の取り組みも他県に比べ高くなっていることも特徴といえる。

岐阜県における「低燃費自動車や電気自動車の導入」は14.3%であり、全国（28.0%）、愛知県（32.2%）、栃木県（35.5%）に比べ低く、その導入が遅れているとうかがえる。その半面、「環境に配慮した商品やサービスの開発」「自然保護活動への貢献」について、その割合は低いものの、他県に比べ貢献度は高くなっている。

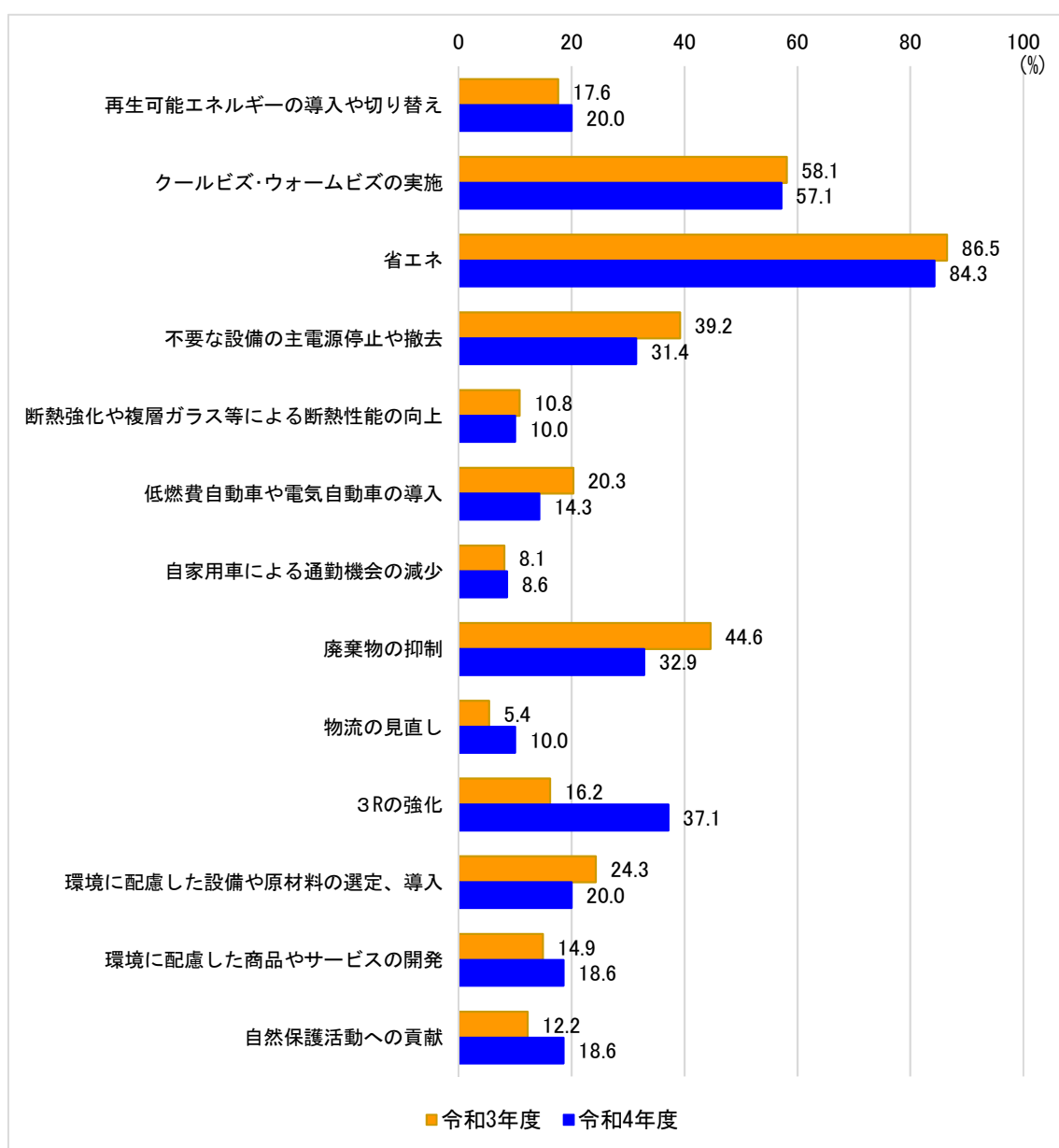
これらの事により、どの取り組み項目についても、岐阜県は特徴的な動向を示すことが分かった。

※¹ 帝国データバンク 「温室効果ガス排出抑制に対する企業の意識調査（2020年12月調査）」



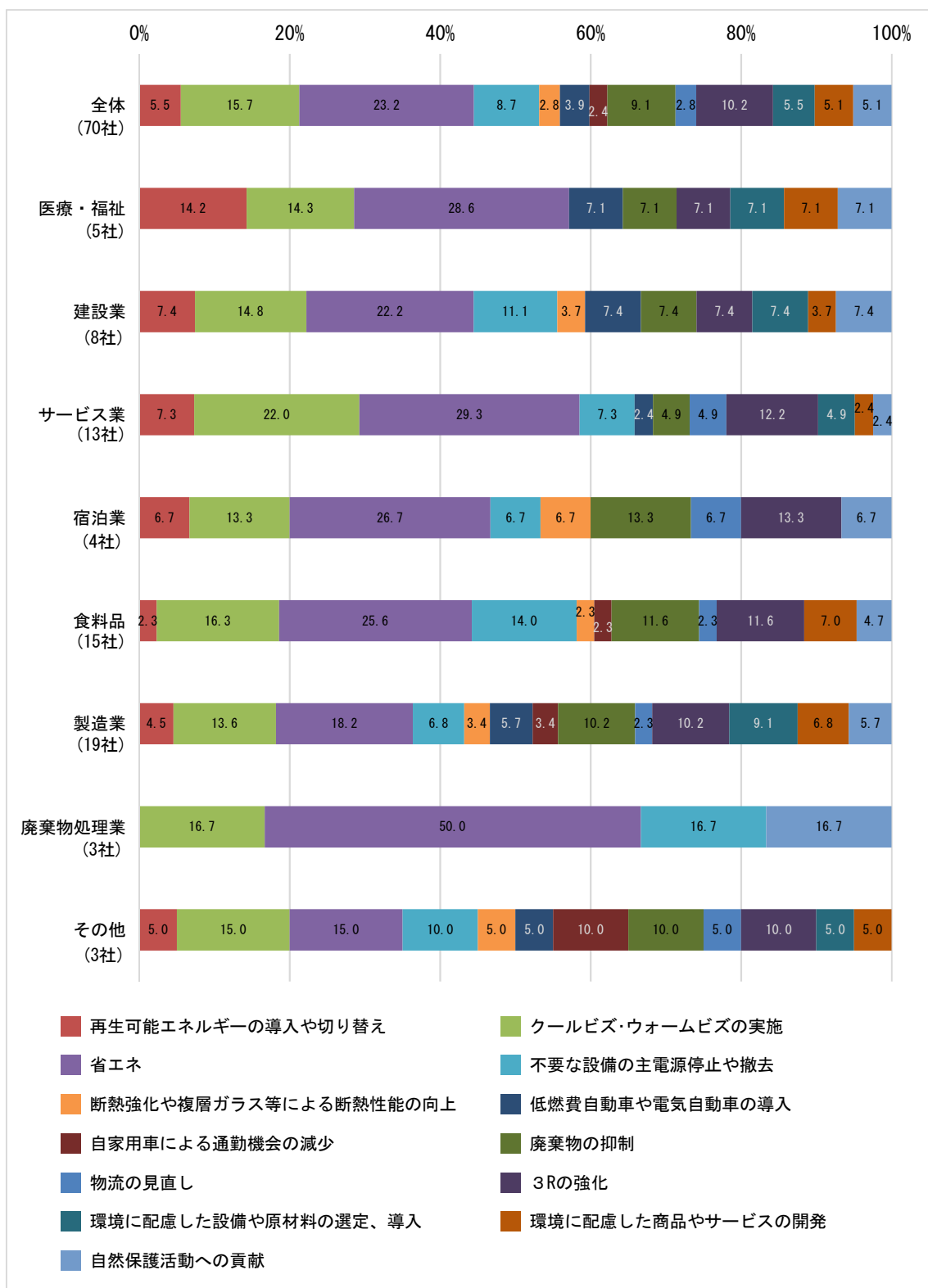
注：複数回答あり

(図 1-1) 脱炭素社会の実現に向けての取り組み状況



注：複数回答あり

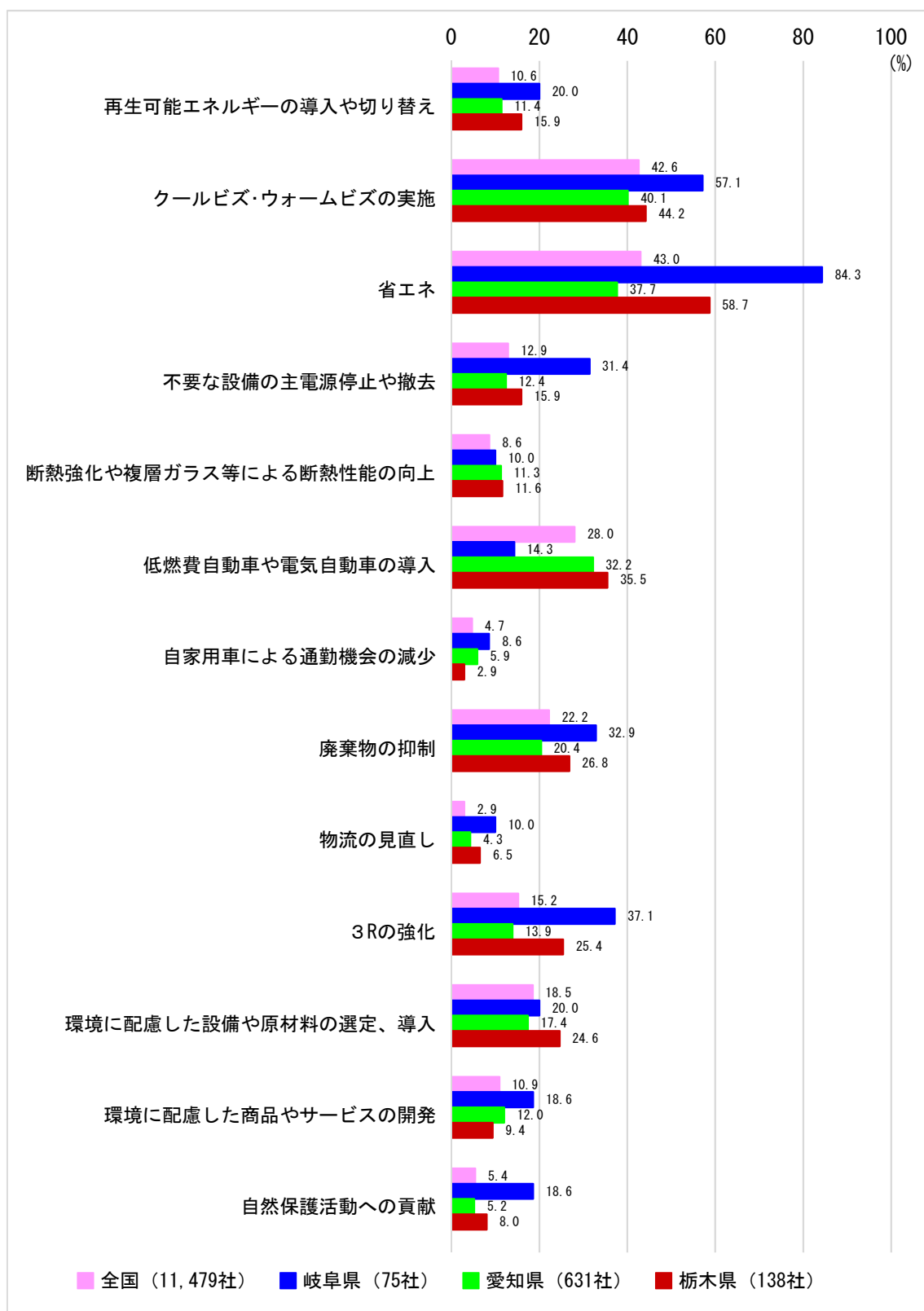
(図 1-2) 脱炭素社会の実現に向けての取り組み状況（令和 3 年度と比較）



注：表示の数字は%（四捨五入により合計が 100%とならない場合あり）

複数回答あり

（図 1-3）脱炭素社会の実現に向けての取り組み状況（業種別）



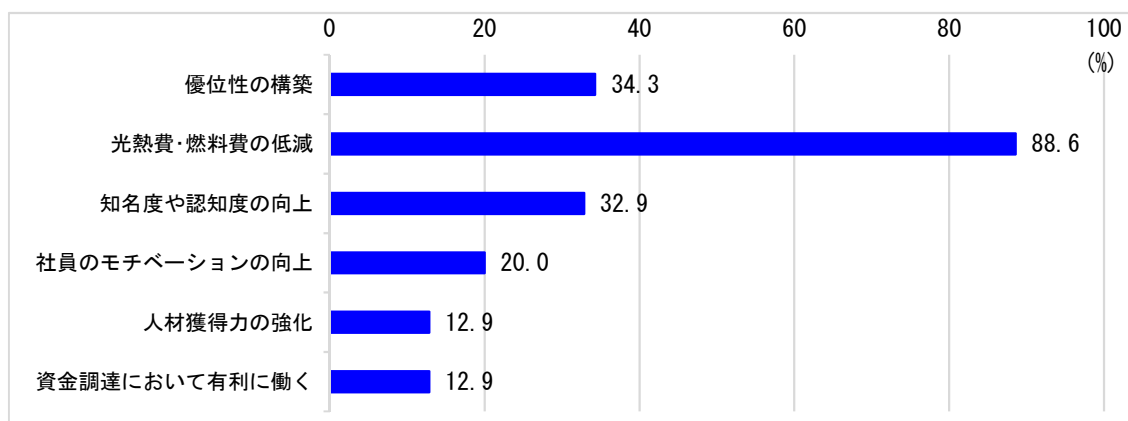
出典：帝国データバンク 「温室効果ガス排出抑制に対する企業の意識調査（2020年12月調査）」

（図 1-4）脱炭素社会の実現に向けての取り組み（全国と岐阜県、愛知県、栃木県）

(2) 脱炭素経営によって期待されるメリット

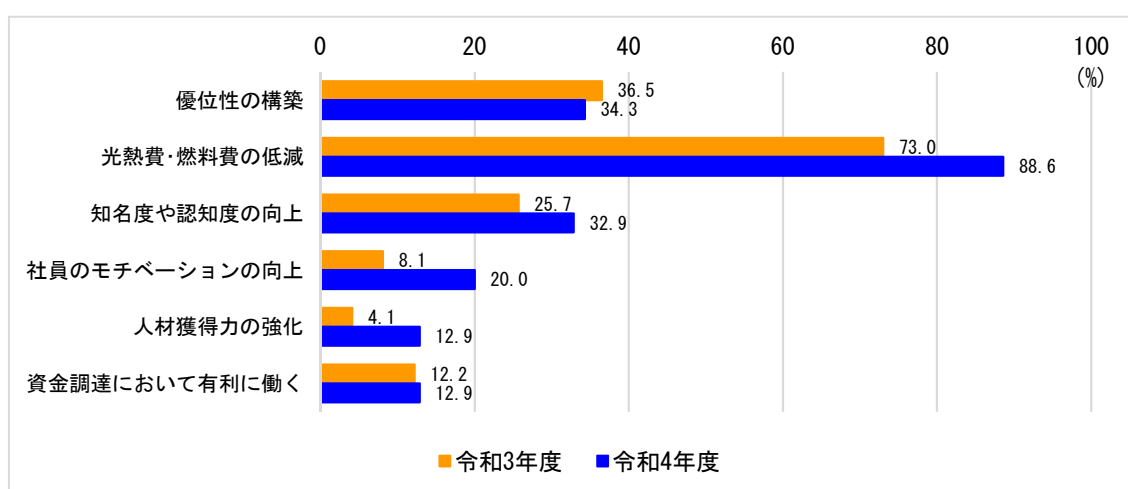
脱炭素経営によって期待されるメリットについて知っていることを聞いたところ、「光熱費・燃料費の低減」をあげた企業の割合が88.6%と最も高く、次いで、「優位性の構築（自社の競争力の強化、売上受注の拡大）」(34.3%)、「知名度や認知度の向上」(32.9%)をあげている（図 2-1）。令和3年度と比較しても、その傾向に変化はなかったが、「社員のモチベーションの向上」、「人材獲得力の強化」について、メリットとしてあげる企業が増え、脱炭素経営が人材の確保に直結するようになったことが分かる（図 2-2）。

業種別では、「光熱費・燃料費の低減」をメリットとしてあげる企業が多い。しかし、それ以外のメリットについては、あまり知られていないことが分かる（平均22.6%）。これらのことより、いずれの業種においても脱炭素経営に対する関心が同様であることがうかがえる（図 2-3）。



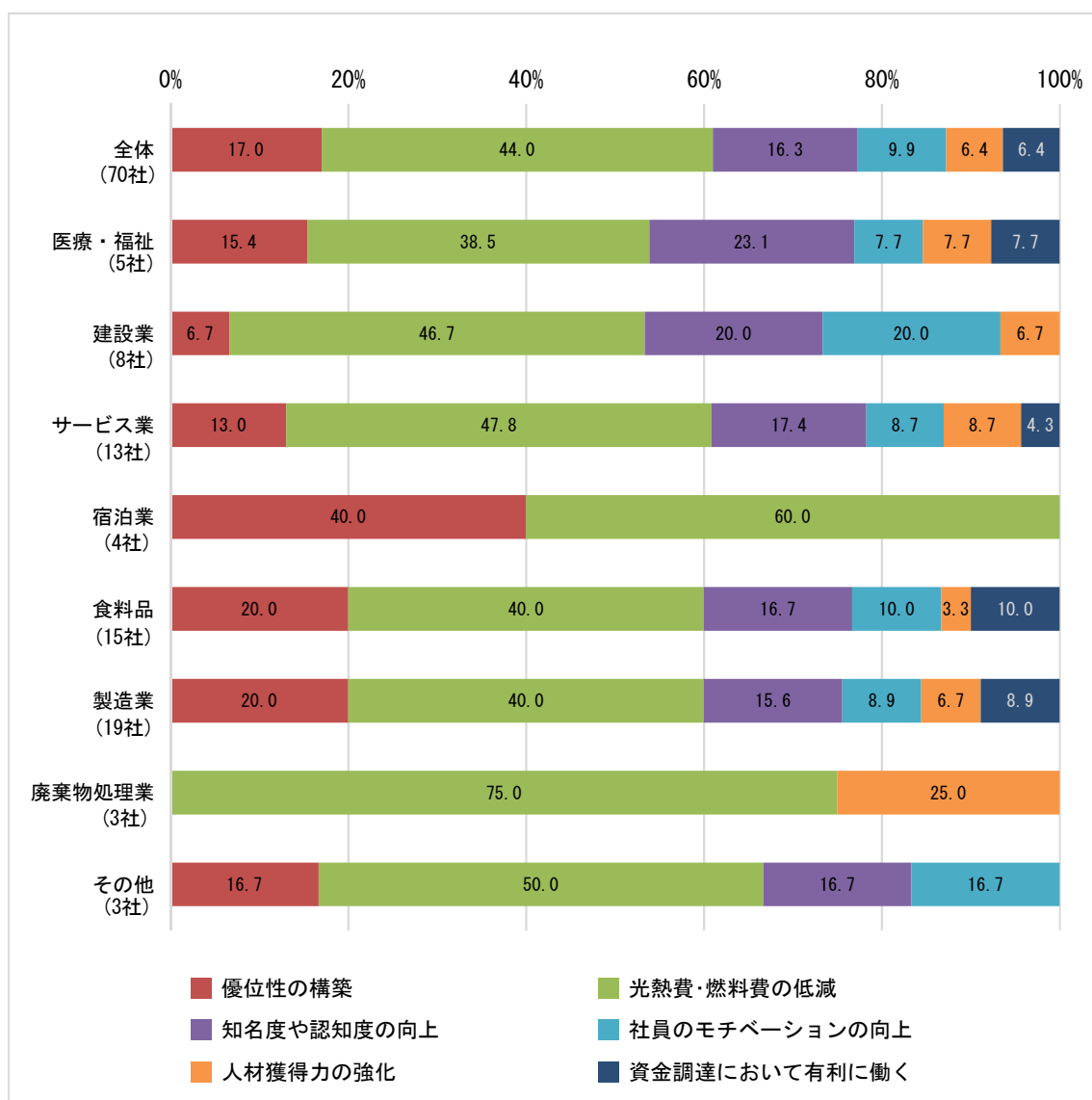
注：複数回答あり

(図 2-1) 脱炭素経営によって期待されるメリット



注：複数回答あり

(図 2-2) 脱炭素経営によって期待されるメリット（令和3年度と比較）



注：表示の数字は%（四捨五入により合計が 100%とならない場合あり）

複数回答あり

（図 2-3）脱炭素経営によって期待されるメリット（業種別）

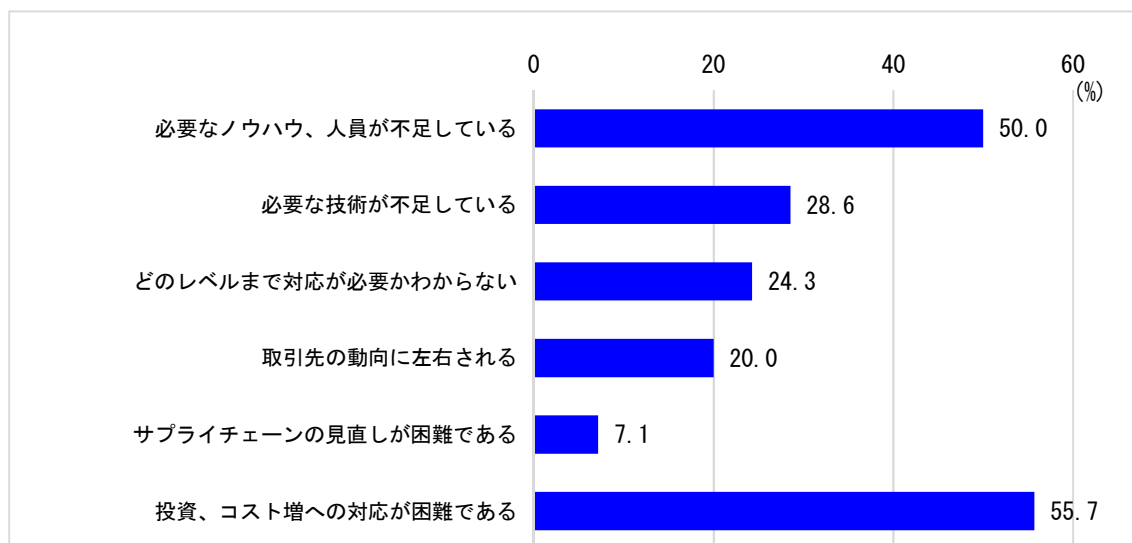
(3) 脱炭素化に向けた取り組みを開始する上での課題

脱炭素化に向けた取り組みを開始する上での課題を聞いたところ、「投資、コスト増への対応が困難」をあげた企業の割合が 55.7%と最も高く、次いで、「必要なノウハウ、人材が不足」(50.3%)、「必要な技術が不足」(28.6%)をあげている(図 3-1)。

業種別にみても「投資、コスト増への対応が困難」、「必要なノウハウ、人材が不足」が、どの業種においても高い値を示している。その中で、宿泊業において「どのレベルまで対応が必要かわからない」が 50.0%と高い値を占めている(図 3-2)。

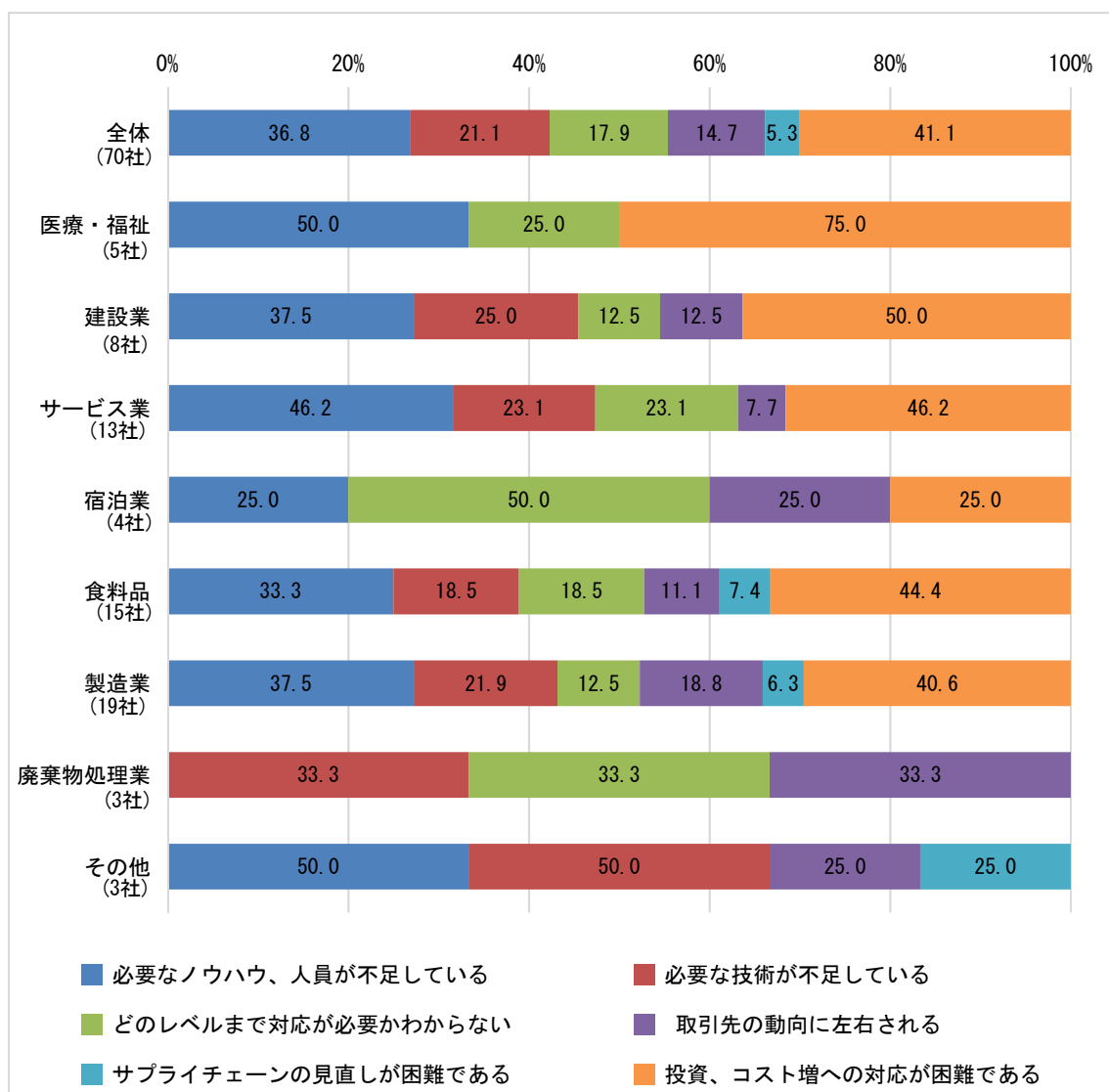
参考に、全国のデータ※²では、「必要なノウハウ、人材が不足」(29.1%)が最も高く、次いで「どのレベルまで対応が必要かわからない」(25.6%)となっており、岐阜県で一番高かった「投資、コスト増への対応が困難」は 15.4%となっている。また、「必要な技術が不足」をあげる企業も 11.0%となっており、岐阜県の半分以下となっている。また、「どのレベルまで対応が必要かわからない」と回答する企業が、全国、岐阜県ともに 25%程度あり、目標が定まらず、ノウハウの不足が課題と考える(図 3-3)。

※ 2 帝国データバンク 「温室効果ガス排出抑制に対する企業の意識調査(2020 年 12 月調査)」より内閣府作成



注：複数回答あり

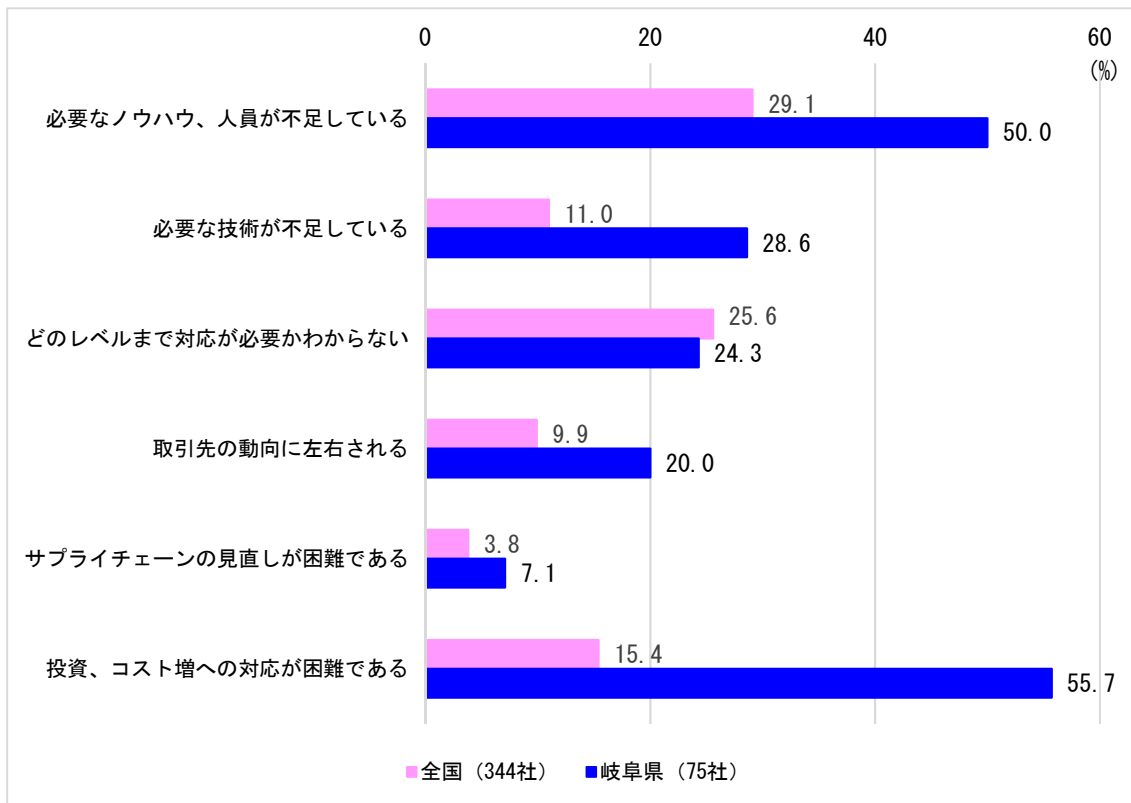
(図 3-1) 脱炭素化に向けた取り組みを開始する上での課題



注：表示の数字は%（四捨五入により合計が 100%とならない場合あり）

複数回答あり

（図 3-2）脱炭素化に向けた取り組みを開始する上での課題（業種別）



注：複数回答あり

出典：帝国データバンク 「温室効果ガス排出抑制に対する企業の意識調査（2020年12月調査）」

（図 3-3）脱炭素化に向けた取り組みを開始する上での課題（全国と岐阜県）

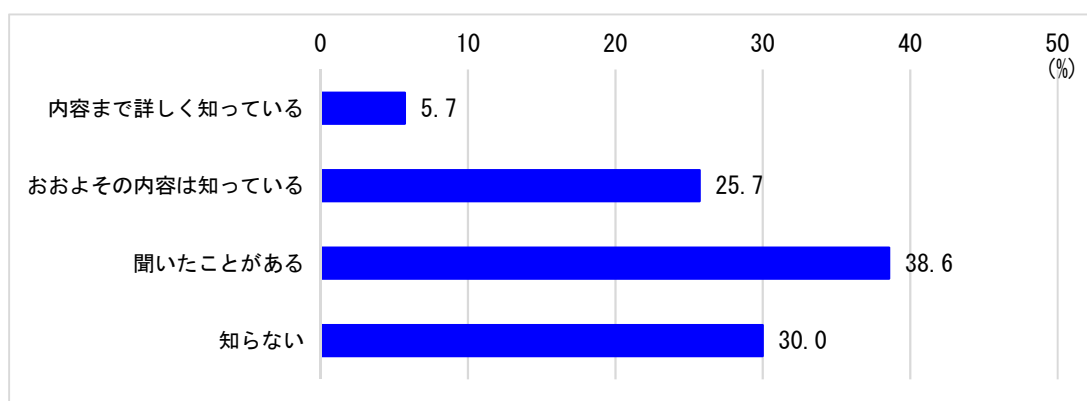
(4) COOL CHOICE の認知度

地球温暖化対策のための「COOL CHOICE」を知っているか聞いたところ、「内容まで詳しく知っている」と回答した企業の割合が 5.7%、「おおよそ内容は知っている」が 25.7%、「聞いたことがある」が 38.6%と、多くの企業が認知していた（図 4-1）。

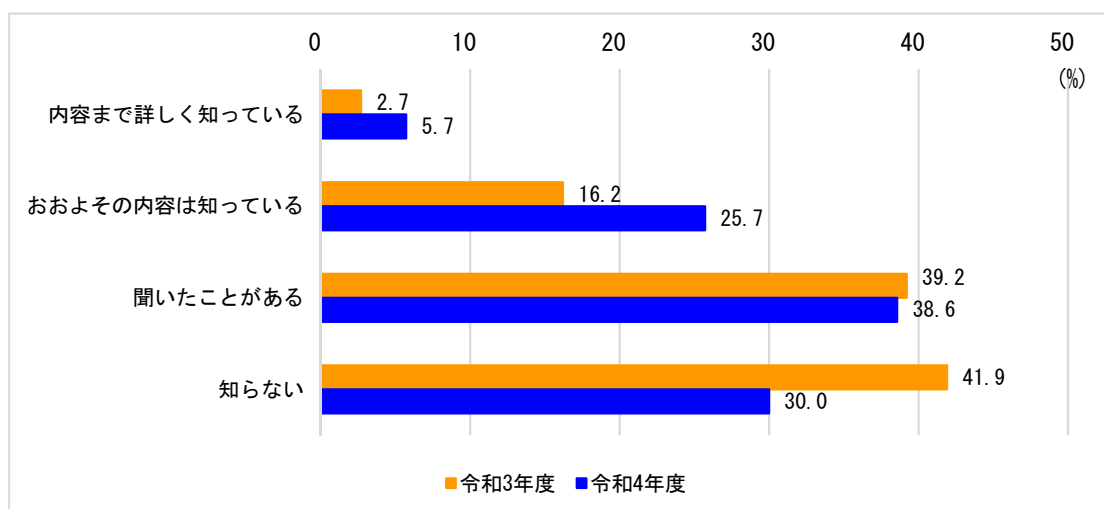
なお、昨年度の調査結果と比較したところ、「内容まで詳しく知っている」という企業が 5.7%と令和 3 年度の 2.7%から倍増した。さらに、「知らない」と回答する企業が 30.0%と令和 3 年度の 41.9%から 11.9%減少した（図 4-2）。

また、「COOL CHOICE」についてアンケートを実施し始めた平成 29 年度からの認知度を比較したところ、「知らない」と回答する企業が、平成 29 年度では、76.1%であったのに対し、令和 4 年度では 30.0%と 46.1%減少し、全体に認知度が高くなってきていることがうかがえる（図 4-3）。

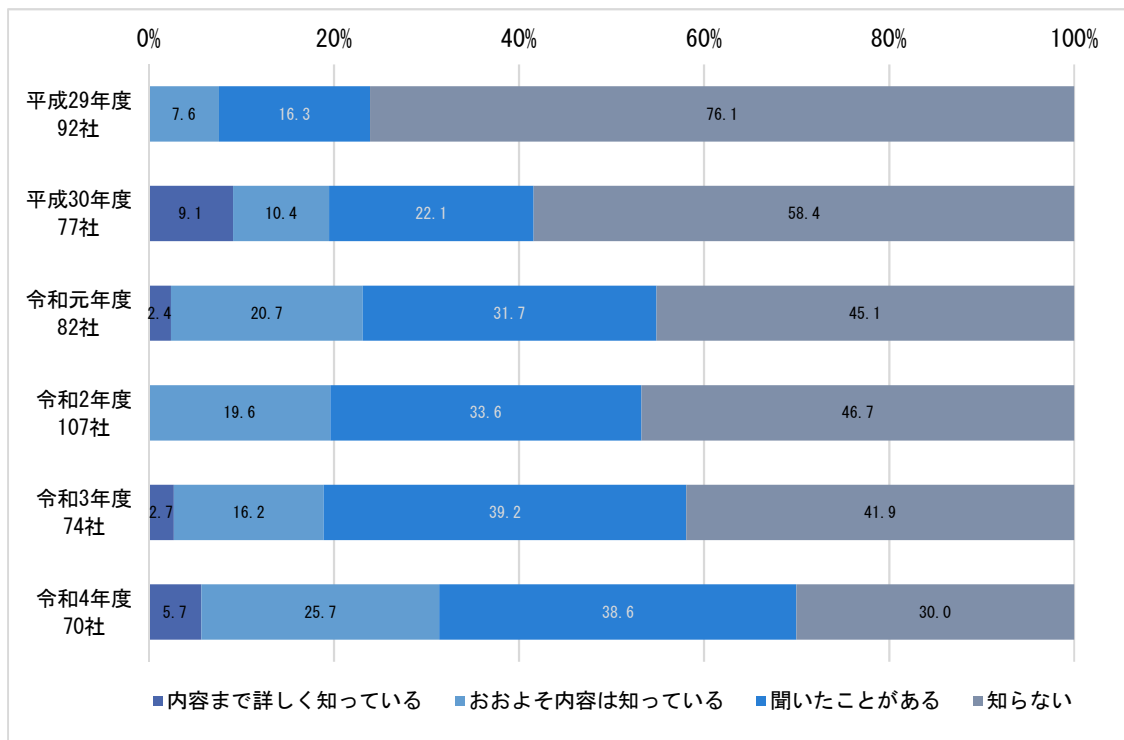
業種別では、回答企業数が多かった食料品（80.1%）、建設業（75.0%）、製造業（73.7%）などの企業で、認知度が高い傾向にある（図 4-4）。



(図 4-1) COOL CHOICE 認知度

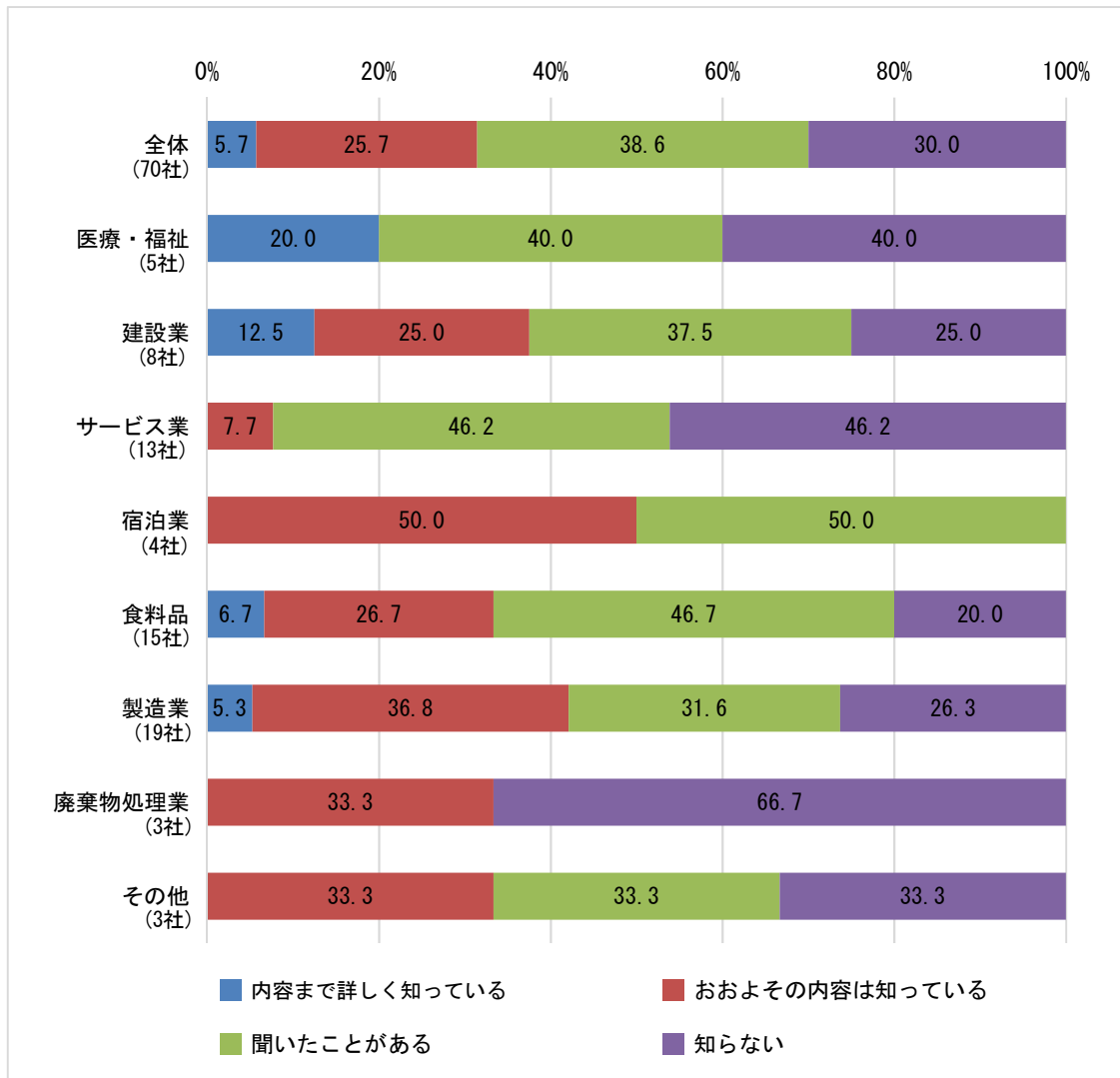


(図 4-2) COOL CHOICE 認知度（令和 3 年度と比較）



注：表示の数字は%（四捨五入により合計が 100%とならない場合あり）

（図 4-3）COOL CHOICE 認知度（年度比較）



注：表示の数字は%（四捨五入により合計が 100%とならない場合あり）

（図 4-4）COOL CHOICE 認知度（業種別認知度）

6. まとめ

本アンケートによると、回答があった企業すべてにおいて、脱炭素社会の実現に向けて取り組んでいることが分かった。その取り組み内容は、節電・節水など省エネやクールビズ・ウォームビズなどの身近な事柄からの取り組みがあげられ、岐阜県では突出しており、特徴といえる。しかし、裏を返せば「省エネ」や「クールビズ・ウォームビズの実施」しか取り組んでいない企業が多くあり、他の取り組みが進んでいないことが、課題と言える。

なお、他の取り組みでは、「3Rの強化」、「廃棄物の抑制」、「自然保護活動への貢献」が多くなっていることが、岐阜県の特徴と言える。加えて、わずかだが「再エネ」、「物流の見直し」や「商品開発」が高くなってきており、脱炭素経営に投資する企業が増加していることがうかがえる。

岐阜県における「低燃費自動車や電気自動車の導入」が、全国や他県に比べ低くなっているが、県も、省エネ効果が高く、二酸化炭素削減が期待できるEVやFCV等の次世代自動車の普及を推進していることもあり、今後の増加を期待する。

脱炭素経営に取り組むメリットとしては、「光熱費・燃料費の低減」、「優位性の構築（自社の競争力の強化、売上受注の拡大）」、「知名度や認知度の向上」をあげる企業が多い。

また、脱炭素の取り組みの課題としては、「投資、コスト増への対応が困難」、「必要なノウハウ、人材が不足」、「どのレベルまで対応が必要かわからない」などをあげる企業が多く、目標が定まらず、ノウハウが不足していることが課題と考える。

「COOL CHOICE」の認知度が年々増えてきており、環境省がCOOL CHOICEの普及啓発に取り組んできた成果が、徐々に形になってきていると評価できる。

このアンケートは、(一財)岐阜県公衆衛生検査センター（公衛検）内に設置されている「岐阜県地球温暖化防止活動推進センター」が実施するものです。

ご多忙の折、大変申し訳ありませんが、併せて、こちらのアンケートにもご協力いただけますようお願いいたします。

Q 1. 貴社は脱炭素社会の実現に向けて、どのようなことに取り組んでいますか（複数回答可）。

- | | |
|--|--|
| ☐ 再生可能エネルギーの導入や切り替え（太陽光、風力等） | ☐ クールビズ・ウォームビズの実施 |
| ☐ 省エネ（節電や節水、空調設定温度の適正化等） | ☐ 不要な設備の主電源停止や撤去 |
| ☐ 断熱強化や複層ガラス等による断熱性能の向上 | ☐ 低燃費自動車や電気自動車の導入 |
| ☐ 自家用車による通勤機会の減少（在宅勤務・テレワーク等） | ☐ 廃棄物の抑制 |
| ☐ 物流の見直し（共同配送やそのための標準化の実施） | ☐ 3R（リデュース・リユース・リサイクル）の強化 |
| ☐ 環境に配慮した設備や原材料の選定、導入 | ☐ 環境に配慮した商品やサービスの開発 |
| ☐ 自然保護活動への貢献（活動参加や団体への寄付等） | |
| ☐ その他（ | ） |

Q 2. 脱炭素経営によって期待されるメリットのうち、ご存じのものをお選びください（複数回答可）。

- | | |
|--|--|
| ☐ 優位性の構築（自社の競争力の強化、売上受注の拡大） | ☐ 光熱費・燃料費の低減 |
| ☐ 知名度や認知度の向上 | ☐ 社員のモチベーションの向上 |
| ☐ 人材獲得力の強化 | ☐ 資金調達において有利に働く |

Q 3. 脱炭素化に向けた取り組みを開始する上での課題は何ですか（複数回答可）。

- | | |
|---|--|
| ☐ 必要なノウハウ、人員が不足している | ☐ 必要な技術が不足している |
| ☐ どのレベルまで対応が必要かわからない | ☐ 取引先の動向に左右される |
| ☐ サプライチェーンの見直しが困難である | ☐ 投資、コスト増への対応が困難である |
| ☐ その他（ | ） |

Q 4. 地球温暖化対策のための「賢い選択＝COOL CHOICE（クール チョイス）」をご存知ですか。

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ 内容まで詳しく知っている | ☐ おおよその内容は知っている |
| ☐ 聞いたことがある | ☐ 知らない |

アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。

当センターでは、「COOL CHOICE」の普及に努めており、この国民運動にご賛同いただける企業様を募っています。

ご賛同いただける企業様は、同封の賛同票に必要事項をご記入の上、ご返信いただければ幸いです。

ぜひ、ご賛同をお願いいたします。

詳しくは、環境省のホームページをご覧ください。

<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/> または、

（過年度にご賛同いただいています企業様には、ご案内が重複しましたことをご容赦ください。）



←アンケートは
こちらからも回答できます

問い合わせ先

所 属 岐阜県地球温暖化防止活動推進センター
担 当 加藤、杉山
電 話 058-247-3105