



脱炭素経営に関するお客さまアンケート
結果報告書

株式会社 横浜銀行

2025 年 2 月

< 目 次 >

第1章 アンケート調査概要および回答者属性.....	1
1. アンケート調査概要	1
(1) 背景・目的.....	1
(2) 実施概要.....	1
2. 回答者属性	2
(1) 所在地.....	2
(2) 産業分類.....	3
(3) 従業員数.....	3
(4) 資本金.....	3
第2章 調査項目および回答数.....	4
第3章 調査結果.....	14
1. 脱炭素への取り組み	14
(1) 脱炭素への取り組み状況.....	14
(2) 取り組みは進展したか.....	18
(3) 具体的な取り組み内容.....	21
2. 脱炭素をめぐる企業を取り巻く環境の変化.....	23
(1) 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響.....	23
(2) 経営上の優先度合い.....	26
(3) 脱炭素の動きが強まった関係機関.....	27
3. 脱炭素の取り組みを進展させるには	28
(1) 取り組みを進展させるための理由・要因.....	28
(2) 取り組みを進展させるために必要とされる支援と金融機関の役割	30
4. 自由記述回答の結果	33

第1章 アンケート調査概要および回答者属性

1. アンケート調査概要

(1) 背景・目的

2010 年 10 月、政府は 2050 年までに二酸化炭素を含む温室効果ガスの排出を全体としてゼロとする、カーボンニュートラルをめざすことを宣言した。この実現に向け、さまざまなセクターにおいて脱炭素を中心としたカーボンニュートラルの取り組みが開始されている。

これまで TCFD 対応¹等を通じて大企業の脱炭素への取り組みは着実に進展してきており、中堅・中小企業においても、カーボンニュートラルに向けた取り組みは避けて通れない状況ではあるが、いち早く取り組みを進める企業が一定程度いるものの、自社の経営への影響が相対的に小さく、取り組みの優先度が上がらない企業においては、取り組みが進んでいないという実態がある。

このような状況をふまえ、昨年度に引き続き、基幹系システム「MEJAR」²を共同運用する金融機関 5 行のお客さまの脱炭素への関心や取り組み状況を把握し、脱炭素等カーボンニュートラル達成に向けた取り組みを促進させる支援策等を検討するため、アンケート調査を実施した。

(2) 実施概要

A. 調査方法

本アンケート調査は、WEB アンケート形式で実施した。

具体的には、各行より調査対象となるお客さまにメール等にてアンケート回答画面の URL・QR コードを送付、WEB アンケート調査ページにアクセスのうえ、回答をいただいた。

なお、本アンケートは、上記 5 行より委託を受けた株式会社浜銀総合研究所が、マクロミル社が提供するセルフアンケートツール「Questant（クエスタント）」を使用しておこなった。

B. 調査対象および配布・回収状況

本調査は、MEJAR を共同運用する、横浜銀行、北海道銀行、北陸銀行、七十七銀行、東日本銀行の各金融機関において選定したお客さまを調査対象とした。

5 行合計で 12,071 件のお客さまに調査を依頼し、1,106 件の回答が寄せられた（回収率 9.2%）。なお、各行別の配信数、回収数および回収率は以下のとおりである。

	横浜銀行	北海道銀行	北陸銀行	七十七銀行	東日本	合計
配信数	2,135	2,245	4,909	2,305	477	12,071
回収数	405	112	209	276	104	1,106
回収率	19.0%	5.0%	4.3%	12.0%	21.8%	9.2%

¹ TCFD は 2023 年に解散。TCFD の枠組みをとりいれた新たなサステナビリティ情報開示フレームワーク（IFRS S1、S2）の発表を受けて、国内では有価証券報告書での気候関連の情報開示が義務化される予定。

² NTT データが構築し、銀行が主体で運営する地方銀行、第二地方銀行向け基幹系共同センターのこと。

2. 回答者属性

回答のあった企業について、基本的な属性は以下のとおりである。

まず、本社所在地については、各行の本店所在地である神奈川県、東京都、宮城県、富山県、北海道の回答割合が高く、石川県、岩手県、福島県、茨城県との回答も 10 社以上から寄せられた。

また業種別では、製造業の回答が最も多く約 3 割、次いで卸売・小売業が 2 割、建設業が 1 割強という回答であった。

企業規模をみると、資本金 1 億円以下との回答が 9 割以上、また資本金 1 億円以下も 9 割以上と、中小企業者の定義は業種別に異なるものの、回答したほとんどの企業が中小企業の定義の範囲に分布していることがわかる。

(1) 所在地

	件数	割合 n=1,106
北海道	145	13.1
青森県	6	0.5
岩手県	12	1.1
宮城県	216	19.5
秋田県	3	0.3
山形県	7	0.6
福島県	19	1.7
茨城県	12	1.1
栃木県	4	0.4
群馬県	12	1.1
埼玉県	4	0.4
千葉県	3	0.3
東京都	165	14.9
神奈川県	330	29.8
新潟県	4	0.4
富山県	85	7.7
石川県	43	3.9
福井県	14	1.3
山梨県	1	0.1
長野県	2	0.2
岐阜県	3	0.3
静岡県	0	0.0
愛知県	5	0.5
三重県	0	0.0
滋賀県	0	0.0
京都府	1	0.1
大阪府	9	0.8
兵庫県	1	0.1
奈良県	0	0.0
和歌山県	0	0.0
鳥取県	0	0.0
島根県	0	0.0
岡山県	0	0.0
広島県	0	0.0
山口県	0	0.0
徳島県	0	0.0
香川県	0	0.0
愛媛県	0	0.0
高知県	0	0.0
福岡県	0	0.0
佐賀県	0	0.0
長崎県	0	0.0
熊本県	0	0.0
大分県	0	0.0
宮崎県	0	0.0
鹿児島県	0	0.0
沖縄県	0	0.0
全体	1,106	100.0

(2) 産業分類

	件数	割合 n=1,104
建設業	174	15.8
製造業	369	33.4
情報通信業	20	1.8
卸売業・小売業	227	20.6
宿泊業・飲食サービス業	21	1.9
医療・福祉	41	3.7
教育・学習支援業	6	0.5
サービス業	75	6.8
不動産業	42	3.8
運輸・郵送業	67	6.1
その他	62	5.6
全体	1,104	100.0

※産業分類によるクロス集計をおこなった際には、分布を参考に、「建設業」「製造業」「卸売業・小売業」「その他」の4区分とした。

(3) 従業員数

	件数	割合 n=1,106
10人以下	126	11.4
11～20人	156	14.1
21～50人	368	33.3
51～100人	203	18.4
101～300人	163	14.7
301～1,000人	64	5.8
1,001～2,000人	18	1.6
2,000人超	8	0.7
全体	1,106	100.0

※従業員数によるクロス集計をおこなった際には、分布を参考に、「20 人未満」「20 人以上 100 人未満」「100 人以上」の3区分とした。

(4) 資本金

	件数	割合 n=1,106
1,000万円以下	290	26.2
1,000万円超～5,000万円以下	562	50.8
5,000万円超～1億円以下	182	16.5
1億円超～3億円以下	27	2.4
3億円超～10億円以下	14	1.3
10億円超	31	2.8
全体	1,106	100.0

以下、第2章以降で集計分析結果を紹介する。なお、次の点には留意が必要である。

- 図表内の「n=〇〇」はその設問についての有効回答数を示している。
- 集計結果における回答の比率(%)は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、単一回答の設問は数値の合計が100.0%にならない場合がある。また、各設問の集計結果は、その設問への回答者数を基礎として算出しているため、複数回答の設問はすべての比率を合計すると、100.0%を超える場合がある。
- 各図表番号に、設問番号と、単一回答(□SA□と表記)か複数回答(□MA□と表記)かの区別を記載した。
- 単一回答の設問について、複数の選択肢の回答割合の合計に言及する場合は、小数点以下第2位を四捨五入した値を合計している。

第2章 調査項目および回答数

Q1 貴社の法人名をご記入ください。(自由記述)

Q2 貴社がお取引いただいている支店名をご記入ください。(自由記述)

Q3 貴社の本社所在地（都道府県名）を教えてください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
北海道	145	13.1
青森県	6	0.5
岩手県	12	1.1
宮城県	216	19.5
秋田県	3	0.3
山形県	7	0.6
福島県	19	1.7
茨城県	12	1.1
栃木県	4	0.4
群馬県	12	1.1
埼玉県	4	0.4
千葉県	3	0.3
東京都	165	14.9
神奈川県	330	29.8
新潟県	4	0.4
富山県	85	7.7
石川県	43	3.9
福井県	14	1.3
山梨県	1	0.1
長野県	2	0.2
岐阜県	3	0.3
静岡県	0	0.0
愛知県	5	0.5
京都府	1	0.1
大阪府	9	0.8
兵庫県	1	0.1
全体	1,106	100.0

Q4 貴社の業種を以下より選択してください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
建設業	174	15.7
製造業	371	33.5
情報通信業	20	1.8
卸売業・小売業	227	20.5
宿泊業・飲食サービス業	21	1.9
医療・福祉	41	3.7
教育・学習支援業	6	0.5
サービス業	75	6.8
不動産業	42	3.8
運輸・郵送業	67	6.1
その他	62	5.6
全体	1,106	100.0

Q5 貴社の従業員数を以下より選択してください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
10人以下	126	11.4
11～20人	156	14.1
21～50人	368	33.3
51～100人	203	18.4
101～300人	163	14.7
301～1,000人	64	5.8
1,001～2,000人	18	1.6
2,000人超	8	0.7
全体	1,106	100.0

Q6 貴社の資本金を以下より選択してください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
1,000万円以下	290	26.2
1,000万円超～5,000万円以下	562	50.8
5,000万円超～1億円以下	182	16.5
1億円超～3億円以下	27	2.4
3億円超～10億円以下	14	1.3
10億円超	31	2.8
全体	1,106	100.0

Q7 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響について、近いと感じられるものを以下より選択してください。

(SA)

	件数	割合 n=1,106
非常に大きい、大きい	120	10.8
どちらかといえば大きい	319	28.8
どちらかといえば小さい	354	32.0
非常に小さい、小さい	133	12.0
わからない	180	16.3
全体	1,106	100.0

Q8 1 年前に比べて、脱炭素が自社の経営に及ぼす影響の変化について、近いと感じられるものを以下より選択してください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
経営への影響は増した	66	6.0
どちらかと言えば、増した	224	20.3
ほとんど変わらない、変わらない	657	59.4
どちらかと言えば、減った	10	0.9
経営への影響は減った	8	0.7
わからない	141	12.7
全体	1,106	100.0

Q9 貴社の脱炭素に対する優先度について、近いと感じられるものを以下より選択してください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
優先的に解決すべき経営課題と認識している	134	12.1
経営課題の一つではあるが、優先度は高くない	615	55.6
経営課題とは認識していない	278	25.1
わからない	79	7.1
全体	1,106	100.0

Q10 1 年前に比べて、貴社の脱炭素に対する優先度は向上しましたか。近いと感じられるものを以下より選択してください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
優先度は向上した	82	7.4
どちらかと言えば、向上した	230	20.8
ほとんど変わらない、変わらない	693	62.7
どちらかと言えば、低下した	10	0.9
優先度は低下した	5	0.5
わからない	86	7.8
全体	1,106	100.0

Q11 貴社は脱炭素に取り組んでいますか。(SA)

	件数	割合 n=1,106
脱炭素に取り組んでいる	346	31.3
脱炭素の取り組みを検討している	266	24.1
まだ取り組んでいない	425	38.4
取り組む意向はない	69	6.2
全体	1,106	100.0

Q12 1 年前に比べて、脱炭素に向けた取り組みは進展しましたか。近いと感じられるものを以下より選択してください。(SA)

	件数	割合 n=1,106
取り組みは進展した	100	9.0
どちらかと言えば、進展した	238	21.5
ほとんど変わらない、変わらない	675	61.0
どちらかと言えば、後退した	3	0.3
取り組みは後退した	3	0.3
わからない	87	7.9
全体	1,106	100.0

Q13 【Q12 で「取り組みは進展した」もしくは「どちらかといえば進展した」と回答した方のみが回答】

貴社の脱炭素に向けた取り組みについて、昨年度と比較して進展した理由、要因を教えてください。

(MA)

	件数	割合 n=338
取引先から脱炭素に関して求められている条件等がより厳しくなったため	66	19.5
エンドユーザーの関心、ニーズがより高まっているため	105	31.1
同業他社との競合が激化し、より差別化をはかるため	56	16.6
燃料費、電気代等の高騰にともない、一層のコスト削減に取り組むため	199	58.9
業界における自主ルールに対応するため	29	8.6
補助金や優遇税制等の公的支援が利用しやすくなったため	61	18.0
資金調達をよりしやすくするため	18	5.3
企業の社会的責任（CSR）、地域貢献をより一層果たすため	187	55.3
商品、サービスの付加価値をより向上させるため	65	19.2
企業イメージ、ブランド力をより向上させるため	133	39.3
ビジネスチャンス、マーケットをより拡大させるため	50	14.8
優秀な人材をより確保するため	36	10.7
既存の商品・サービスが陳腐化、または、既存マーケットが縮小したため	8	2.4
脱炭素に向けた社内体制の整備が進んだため	58	17.2
その他	11	3.3
全体	338	-

Q14 【Q12で「ほとんど変わらない、変わらない」、「どちらかといえば、後退した」もしくは「取り組みは後退した」と回答した方のみが回答】

貴社の脱炭素に向けた取り組みについて、昨年度と比較して進展しなかった理由、要因を教えてください。

い。(MA)

	件数	割合 n=681
取引条件とされていないため、取引先から求められていないため	307	45.1
エンドユーザーの関心、ニーズが高まっていないため	147	21.6
同業他社との競合がないため、同業他社の動きがないため	99	14.5
燃料費、電気代等が高騰しており、設備投資等の余裕がないため	162	23.8
費用対効果が見通せないため	221	32.5
法律や業界における自主ルールがないため	115	16.9
補助金や優遇税制等の公的支援が乏しいため	72	10.6
商品、サービスの付加価値向上につながらないため	153	22.5
ビジネスチャンス、マーケットの拡大につながらないため	104	15.3
人的リソースを含めた脱炭素に向けた社内体制の整備が進んでいないため	137	20.1
他に優先すべき経営課題があるため	326	47.9
業種柄、取り組みの必要性を感じていないため	125	18.4
その他	35	5.1
全体	681	-

Q15【Q11で「脱炭素に取り組んでいる」もしくは「脱炭素の取り組みを検討している」を回答した方のみが回答】

個別の脱炭素の取り組みについて記者の対応状況に近いと感じられるものを以下より選択してください。

い。(MA)

問15.1 自社の排出量を算定(スコープ1、2)

	件数	割合 n=612
すでに実施している	182	29.7
1年以内に実施を予定	44	7.2
3年以内に実施を予定	27	4.4
実施を検討中	150	24.5
予定していない	209	34.2
全体	612	100.0

問15.2 自社の排出量を算定(スコープ3)

	件数	割合 n=612
すでに実施している	54	8.8
1年以内に実施を予定	29	4.7
3年以内に実施を予定	28	4.6
実施を検討中	194	31.7
予定していない	307	50.2
全体	612	100.0

問15.3 削減目標、削減計画の策定

	件数	割合 n=612
すでに実施している	111	18.1
1年以内に実施を予定	56	9.2
3年以内に実施を予定	31	5.1
実施を検討中	192	31.4
予定していない	222	36.3
全体	612	100.0

問15.4 SBT、RE100等の認定取得

	件数	割合 n=612
すでに実施している	22	3.6
1年以内に実施を予定	11	1.8
3年以内に実施を予定	10	1.6
実施を検討中	105	17.2
予定していない	464	75.8
全体	612	100.0

問15_5 ISSB基準にもとづく気候関連情報の開示

	件数	割合 n=612
すでに実施している	11	1.8
1年以内に実施を予定	8	1.3
3年以内に実施を予定	10	1.6
実施を検討中	104	17.0
予定していない	479	78.3
全体	612	100.0

問15_6 省エネルギー機器、設備の導入(LED、EVなど)

	件数	割合 n=612
すでに実施している	392	64.1
1年以内に実施を予定	26	4.2
3年以内に実施を予定	27	4.4
実施を検討中	114	18.6
予定していない	53	8.7
全体	612	100.0

問15_7 (太陽光・風力・水力等の)再エネ由来の自家発電設備の導入

	件数	割合 n=612
すでに実施している	171	27.9
1年以内に実施を予定	22	3.6
3年以内に実施を予定	23	3.8
実施を検討中	154	25.2
予定していない	242	39.5
全体	612	100.0

問15_8 低炭素燃料への切り替え

	件数	割合 n=612
すでに実施している	46	7.5
1年以内に実施を予定	11	1.8
3年以内に実施を予定	18	2.9
実施を検討中	167	27.3
予定していない	370	60.5
全体	612	100.0

問15_9 低炭素電力への切り替え(非化石証書等の購入を含む)

	件数	割合 n=612
すでに実施している	52	8.5
1年以内に実施を予定	17	2.8
3年以内に実施を予定	19	3.1
実施を検討中	158	25.8
予定していない	366	59.8
全体	612	100.0

問15_10 低炭素の原材料、部品への切り替え

	件数	割合 n=612
すでに実施している	53	8.7
1年以内に実施を予定	10	1.6
3年以内に実施を予定	13	2.1
実施を検討中	197	32.2
予定していない	339	55.4
全体	612	100.0

問15_11 低炭素な生産・製造設備への切り替え

	件数	割合 n=612
すでに実施している	86	14.1
1年以内に実施を予定	14	2.3
3年以内に実施を予定	16	2.6
実施を検討中	185	30.2
予定していない	311	50.8
全体	612	100.0

問15_12 脱炭素に向けた業務プロセスの見直し

	件数	割合 n=612
すでに実施している	56	9.2
1年以内に実施を予定	20	3.3
3年以内に実施を予定	31	5.1
実施を検討中	224	36.6
予定していない	281	45.9
全体	612	100.0

問15_13 脱炭素に向けたデジタル化、DX(デジタルトランスフォーメーション)

	件数	割合 n=612
すでに実施している	86	14.1
1年以内に実施を予定	22	3.6
3年以内に実施を予定	38	6.2
実施を検討中	238	38.9
予定していない	228	37.3
全体	612	100.0

問15_14 カーボンオフセット(排出権クレジットの購入、ボランタリークレジットの実施)

	件数	割合 n=612
すでに実施している	19	3.1
1年以内に実施を予定	11	1.8
3年以内に実施を予定	21	3.4
実施を検討中	142	23.2
予定していない	419	68.5
全体	612	100.0

問15_15 従前からおこなっている省エネ、省資源等の取り組みの継続

	件数	割合 n=612
すでに実施している	407	66.5
1年以内に実施を予定	15	2.5
3年以内に実施を予定	14	2.3
実施を検討中	114	18.6
予定していない	62	10.1
全体	612	100.0

問15_16 生物多様性に向けた対応

	件数	割合 n=612
すでに実施している	54	8.8
1年以内に実施を予定	9	1.5
3年以内に実施を予定	11	1.8
実施を検討中	162	26.5
予定していない	376	61.4
全体	612	100.0

Q16 【Q11 で「脱炭素に取り組んでいる」もしくは「脱炭素の取り組みを検討している」を回答した方が回答】

Q15 においてお答えいただいた取り組み以外に実施されているもの（予定しているもの）がありましたら、以下にご記入ください。（自由記述）

Q17 貴社の脱炭素に取り組むについて、必要とされる支援を以下より選択してください(取り組みの優先度を向上させるために必要と考えられる支援)。(MA)

	件数	割合 n=1,106
脱炭素の取り組みを指導、支援するコンサルティング（外部専門家や銀行による伴走支援）	178	16.1
経営者、一般社員向けの研修、セミナーの提供、開催	293	26.5
販路拡大や新規市場開拓のためのビジネスマッチング	148	13.4
専門人材の採用支援	37	3.3
サステナブルファイナンス、トランジションファイナンス等による資金調達	90	8.1
業界動向、同業他社の取組等の情報提供	537	48.6
公的支援（税金、補助金、制度融資、入札での優遇）に関する情報提供	486	43.9
取り組みに関する対外PRの支援	89	8.0
デジタル化、DX（デジタルトランスフォーメーション）の支援（排出量の算定・見える化ツールの導入(Excelでのツールも含む)を含む)	231	20.9
カーボンオフセットに係る支援	101	9.1
その他	57	5.2
全体	1,106	-

Q18 1年前に比べて、（自社に対する）脱炭素に向けた要請が高まった関係機関、または、脱炭素に向けた意識、動きが強まったと感じる関係機関について、教えてください。（MA）

	件数	割合 n=1,106
取引先	343	31.0
エンドユーザー	147	13.3
同業他社	90	8.1
異業種	213	19.3
（自社の）経営陣	94	8.5
（自社の）社員	48	4.3
取引金融機関	253	22.9
自治体	243	22.0
その他（自由記載）	203	18.4
全体	1,106	-

Q19 脱炭素推進の取り組みに関して、取引金融機関との対話（エンゲージメント）の実施状況及び具体的な提案の有無について、近いと感じられるものを以下より選択してください。（SA）

	件数	割合 n=1,106
脱炭素に向け、取引金融機関と有益な対話（エンゲージメント）をおこな い、具体的な提案も受けている	159	14.4
脱炭素に向け、取引金融機関と有益な対話（エンゲージメント）をおこ なしたが、具体的な提案は受けていない	56	5.1
脱炭素に向け、取引金融機関と対話をおこなしたが、有益とまでは言えな い	188	17.0
脱炭素に向け、取引金融機関と対話をおこなったことがない	406	36.7
わからない、不明	297	26.9
全体	1,106	100.0

Q20 貴社は脱炭素に関する取引金融機関との有益な対話（エンゲージメント）を希望しますか。（SA）

	件数	割合 n=891
希望する（近いうちに実施したい）	14	1.6
希望する（将来的に実施したい）	96	10.8
どちらともいえない、わからない	516	57.9
希望しない	265	29.7
全体	891	100.0

Q21 「カーボンニュートラル社会の実現」、「脱炭素」について、貴社のご意見をお聞かせください（自由記載）。

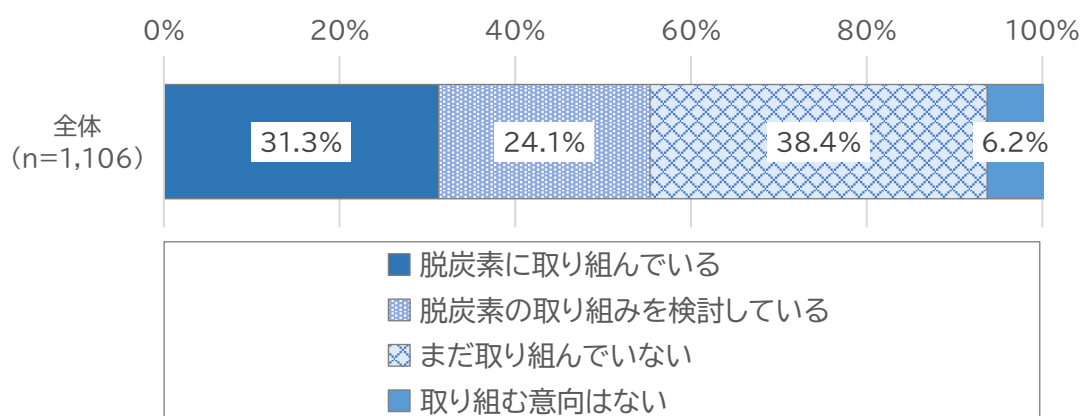
第3章 調査結果

1. 脱炭素への取り組み

(1) 脱炭素への取り組み状況

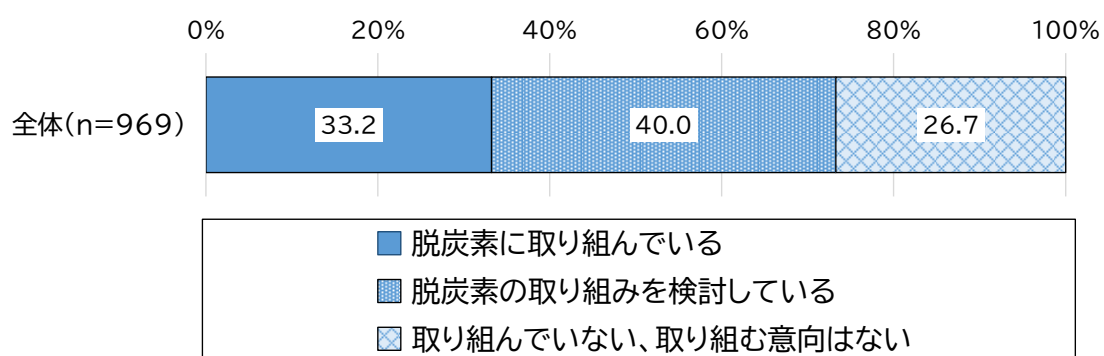
- 今回のアンケート調査の結果、すでに「脱炭素に取り組んでいる」、「脱炭素の取り組みを検討している」企業は合わせて全体の約 55%、他方で「まだ取り組んでいない」、「取り組む意向はない」企業は合わせて約 45%であり、全体の半数強が脱炭素に向け前向きな動きをしていることがわかる。
- 「取り組む意向はない」としている企業は 6.2%と全体からするとわずかではあるが、実際に「脱炭素に取り組んでいる」企業は全体の約 3 割ほどであり、多くの企業が具体的な動きにつなげられていない現状がうかがえる。
- なお、2023 年度調査結果と比較すると、取り組んでいる企業の割合に変化はないものの、「取り組みを検討している」とした企業の割合が減少する一方で「取り組んでいない」、「取り組む意向はない」の割合が増加するなど、脱炭素への勢いが沈静化してきている可能性がある。

図表 3-1-1 脱炭素への取り組み状況(問 11 SA)



【参考：2023 年度調査結果との比較】

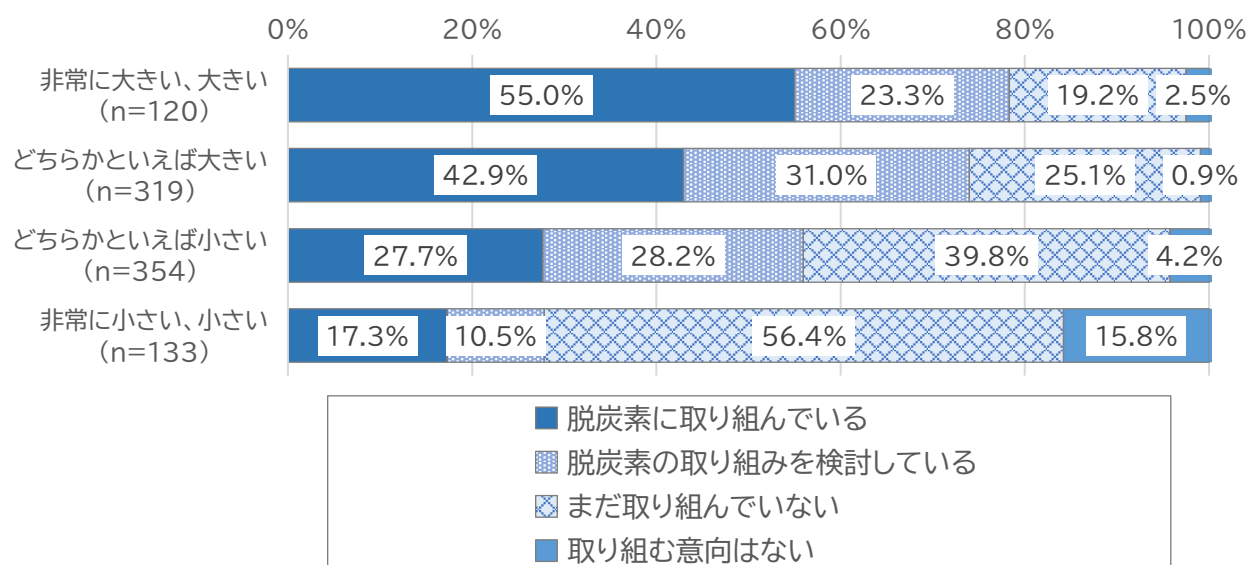
図表 3-1-2 脱炭素への取り組み状況(2023年度調査)



- 脱炭素への取り組み状況について、脱炭素をどのように捉えているかの別に確認すると、自社への影響が大きく、かつ優先的に取り組む課題と認識している企業では取り組みが進んでいる一方、経営課題として認識されていない企業では取り組みが進んでいない状況が明らかになった。本調査の主な対象となる中堅・中小企業においては、取り組みの二極分化が進んでいるようである。
- 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響度合い別にみたものが図表 3-1-3 であるが、「脱炭素に取り組んでいる」企業の割合は、影響度が「非常に大きい、大きい」と回答している企業では過半数となっている一方、「非常に小さい、小さい」と回答している企業では「まだ取り組んでいない」が過半数となっている。経営に及ぼす影響度合いにより取り組みの違いが際立つ。
- また、脱炭素を「優先的に解決すべき経営課題」と認識している企業では、3/4 以上がすでに取り組みを開始している一方、「経営課題とは認識していない」企業では 1 割以下という状況であった（図表 3-1-4）。

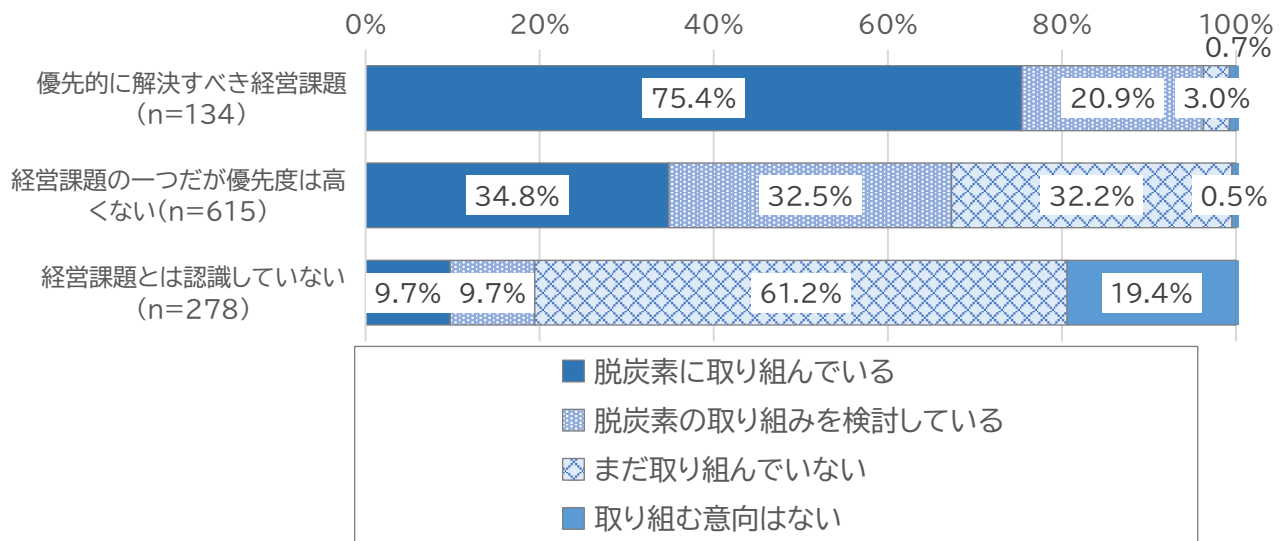
図表 3-1-3 脱炭素への取り組み状況(問 11 [SA])

<脱炭素が自社の経営に及ぼす影響度合い別>



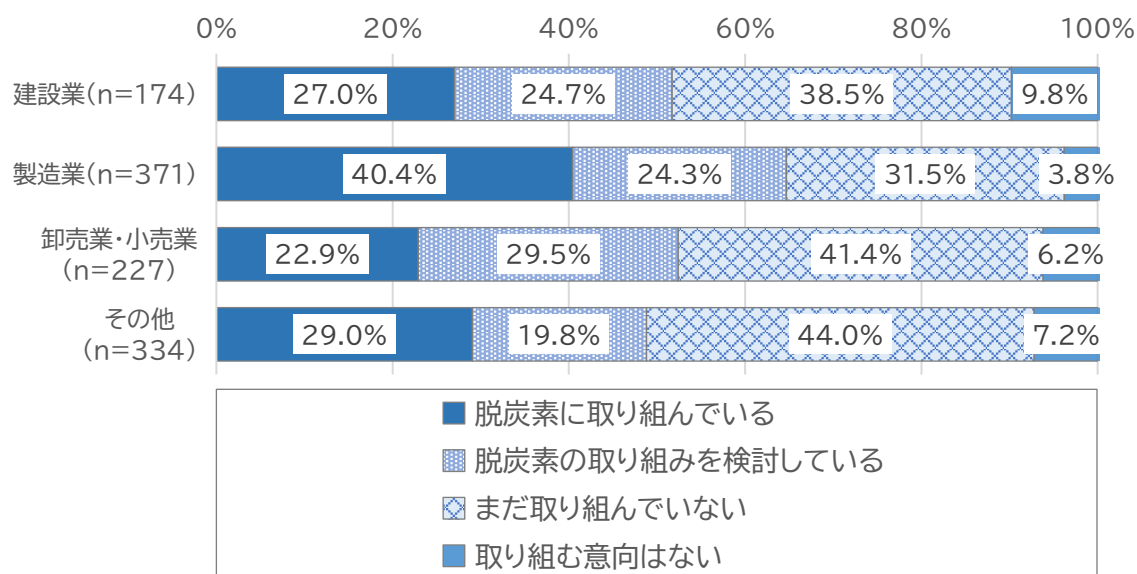
図表 3-1-4 脱炭素への取り組み状況(問 11 [SA])

<脱炭素に対する優先度別>

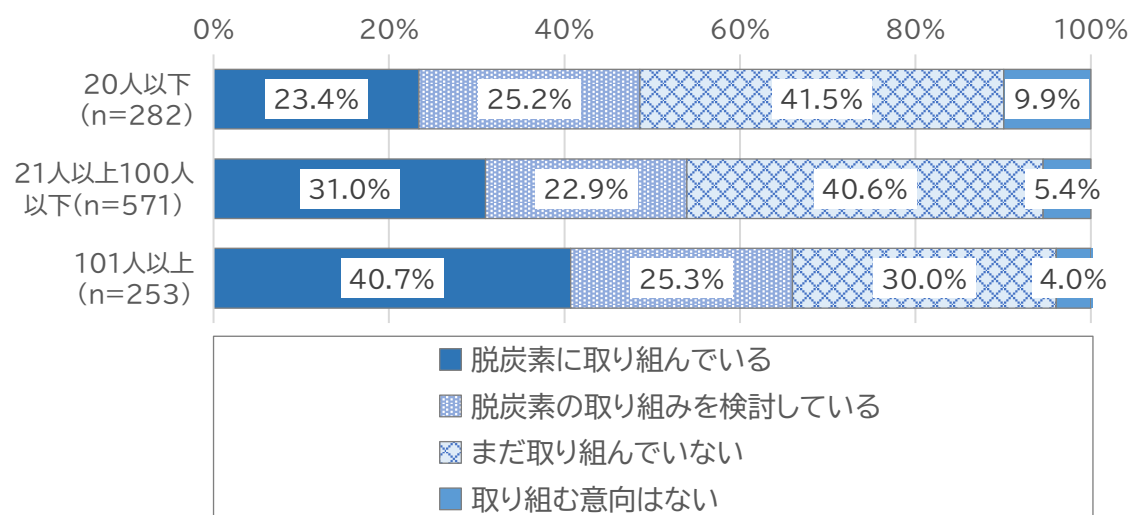


- また、脱炭素への取り組み状況を業種別にみると、「脱炭素に取り組んでいる」企業の割合は製造業で高いことがわかる。また、企業規模（従業員数）別にみると、企業規模が大きくなるにつれ「脱炭素に取り組んでいる」企業の割合が高くなっている。

図表 3-1-5 脱炭素への取り組み状況(問 11 SA) <業種別>

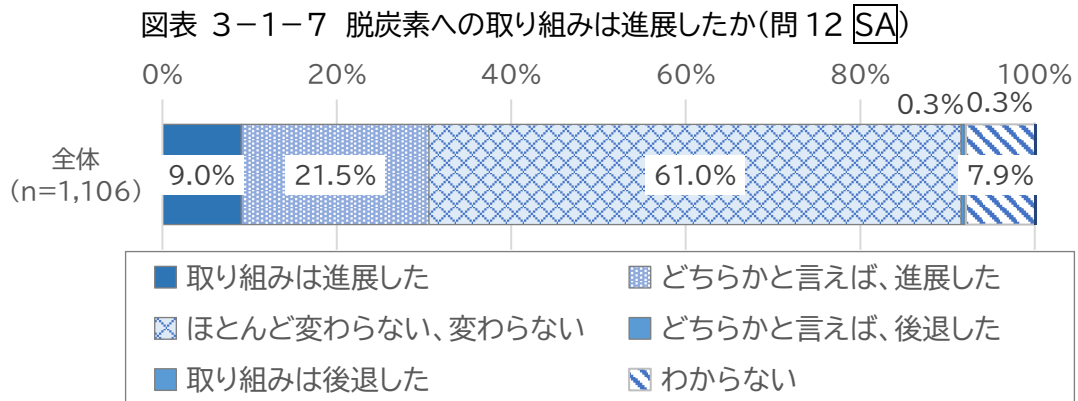


図表 3-1-6 脱炭素への取り組み状況(問 11 SA) <従業員数別>

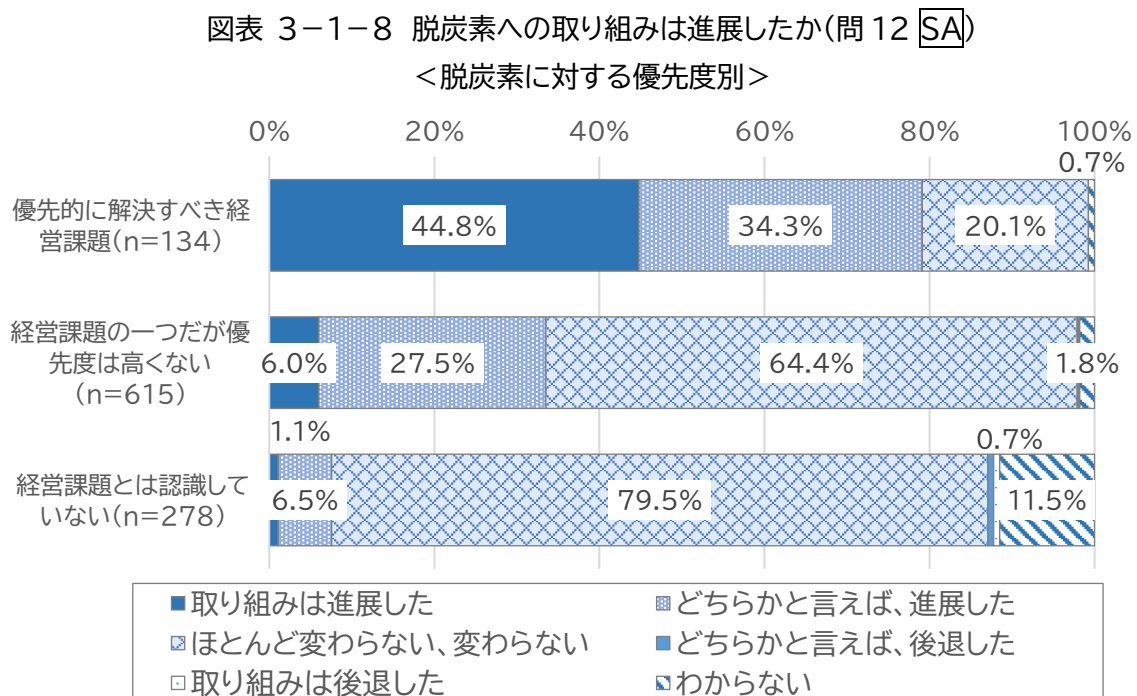


(2) 取り組みは進展したか

- 各企業に、1年前に比べて、脱炭素に向けた取り組みは進展したかをたずねたところ、「取り組みは進展した」と「どちらかといえば、進展した」が合わせて3割程度、「ほとんど変わらない、変わらない」が6割程度であり、「後退した」という企業はごくわずかであった。

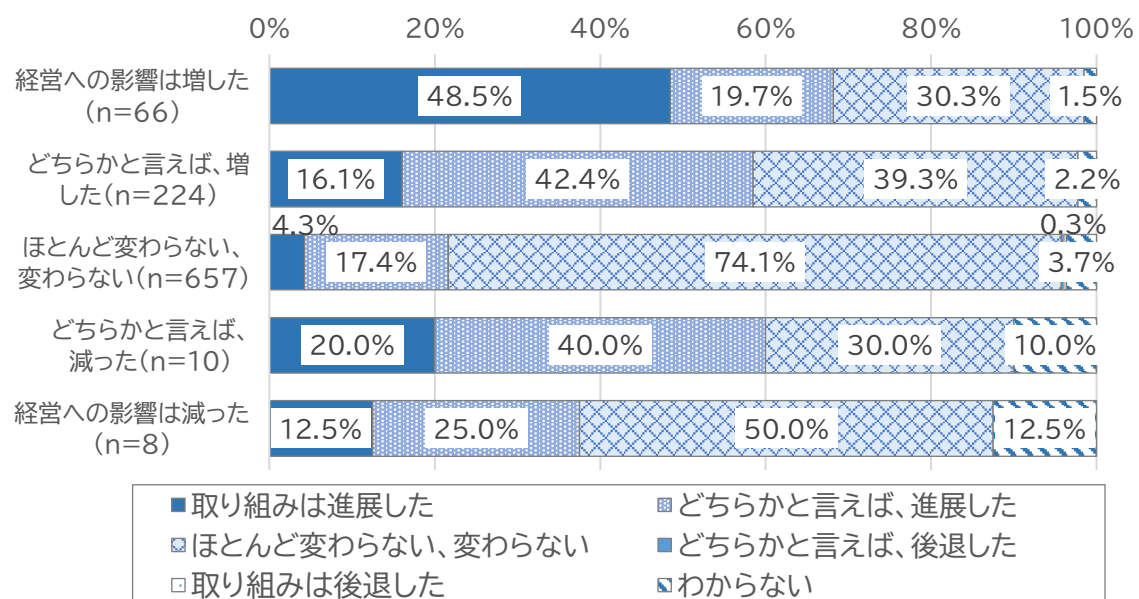


- 図表 3-1-7 にあるように、全体として「取り組みは進展した」、「どちらかといえば進展した」と回答した層は約3割にとどまったものの、脱炭素の経営への影響が増した、優先度が高いと認識している企業においては着実に取り組みが進められており、ここでも取り組みの二極化の傾向が確認された。
- 脱炭素を「優先的に解決すべき経営課題」と認識している企業では、「取り組みは進展した」、「どちらかといえば、進展した」を合わせると8割近い回答となる。(図表 3-1-8)
- また、1年前と比べて脱炭素に対する優先度が変化したかどうかの別に、取り組みが進展したかどうかを確認したのが図表 3-1-9 であるが、「経営への影響は増した」と回答した企業の半数近くが「取り組みが進展した」と回答しており、全体でみると取り組みの進展は大きくないように見えるが、課題認識のある層では取り組みが進められていることがわかる。



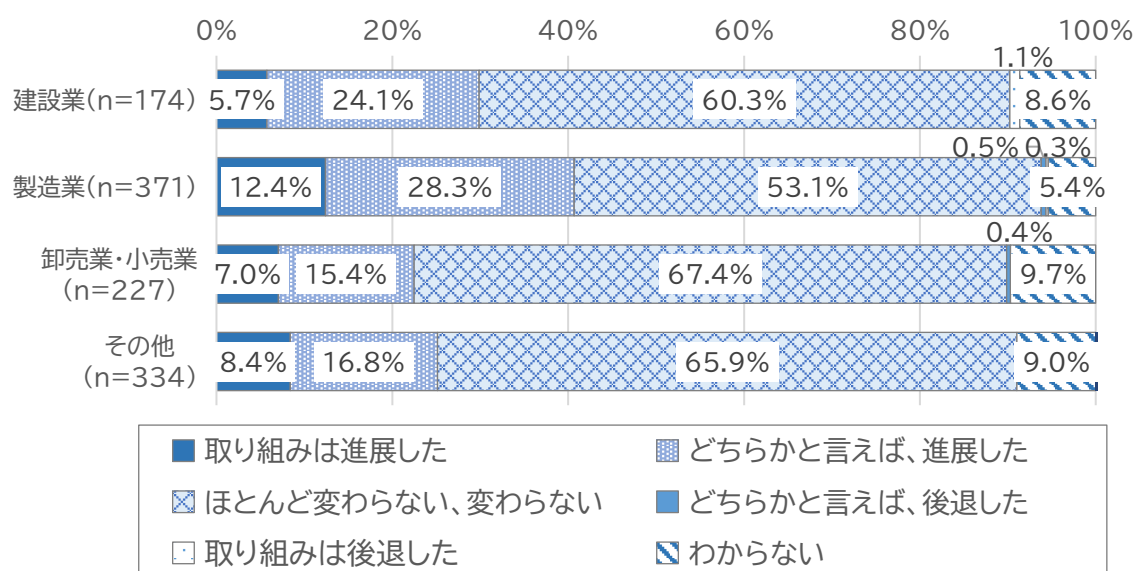
図表 3-1-9 脱炭素への取り組みは進展したか(問 12 SA)

<1 年前と比べて脱炭素に対する優先度の変化別>

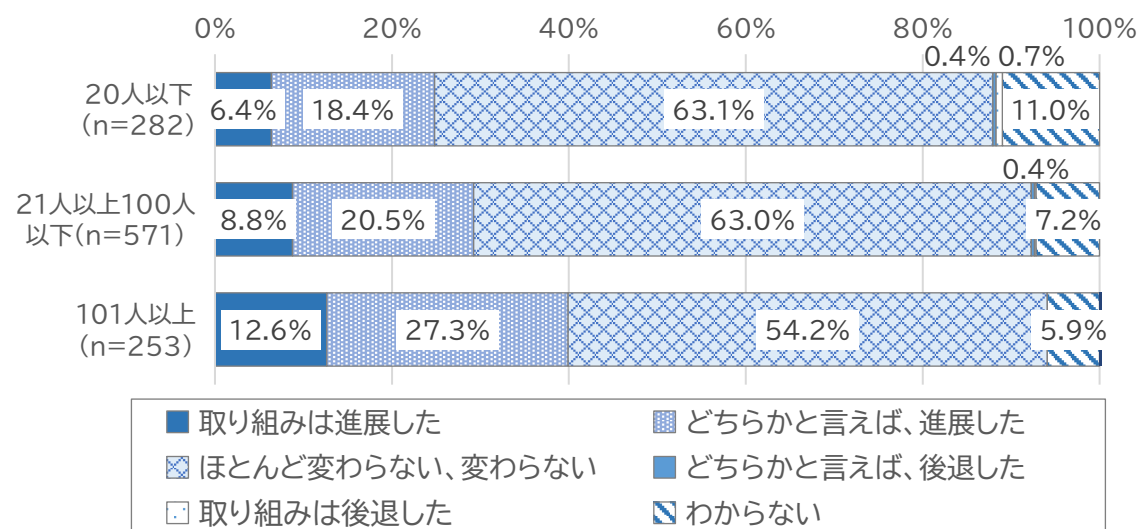


- 脱炭素に向けた取り組みは進展したかについて、業種別にみると、いずれの業種においても「ほとんど変わらない、変わらない」が最も多い回答となっているが、製造業においては比較的「取り組みは進展した」、「どちらかといえば、進展した」の回答が多い。
- また、同設問を従業員規模別に比較すると、従業員数の多い企業のほうが「取り組みは進展した」、「どちらかといえば、進展した」と回答した企業の割合が多いことがわかる。

図表 3-1-10 脱炭素への取り組みは進展したか(問 12 SA) <業種別>



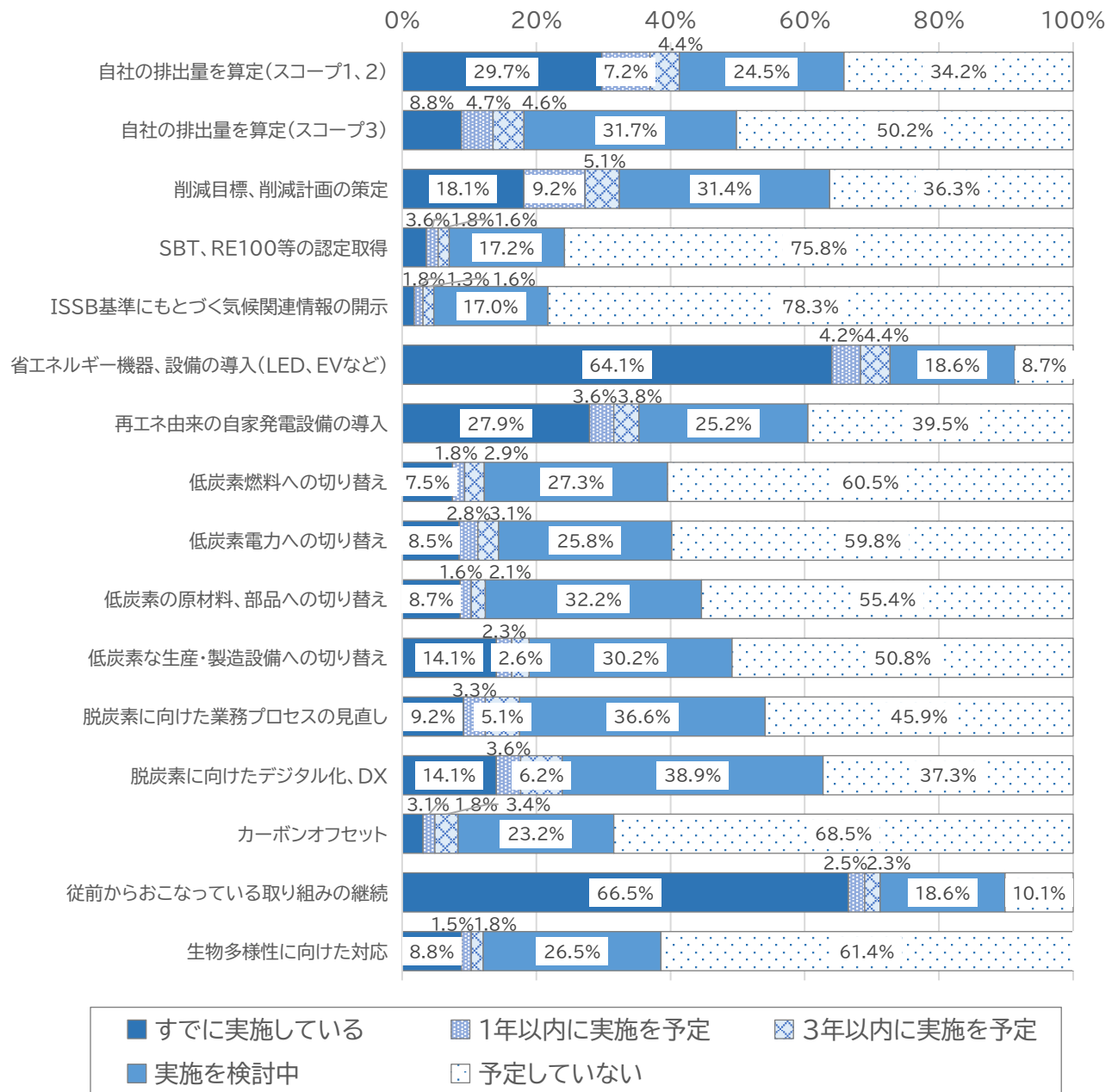
図表 3-1-11 脱炭素への取り組みは進展したか(問 12 SA) <従業員数別>



(3) 具体的な取り組み内容

- 脱炭素に向けた具体的な動きとして、「従前からおこなっている（省エネ、省資源等の）取り組みの継続」や「省エネルギー機器、設備の導入（LED、EV など）」などは比較的多くの企業で実施されている。また、「自社の排出量を算定（スコープ1、2）」も3割近い企業で実施されている。
- また、「自社の排出量を算定（スコープ3）」、「削減目標、削減計画の策定」、「再エネ由来の自家発電設備の導入」、「脱炭素に向けたデジタル化、DX」などの項目については、現時点では取り組む企業の割合はそれほど高くはないものの、比較的多くの企業で今後実施予定、もしくは実施を検討中であると回答されている。

図表 3-1-12 脱炭素への取り組み内容(問 15 SA)



※注：問 15 は、問 11 で「脱炭素に取り組んでいる」もしくは「脱炭素の取り組みを検討している」と回答した方のみが回答する設問（n=612）。

- 脱炭素への取り組み内容について、「すでに実施している」と回答した企業の割合を前回調査と比較したところ、「再エネ由来の自家発電設備の導入」、「自社の排出量を算定」などの項目で実施率が上昇した。太陽光発電等の「再エネ由来の自家発電設備の導入」に関しては、昨今のエネルギー価格の上昇への対応や、国や地方自治体における導入補助制度の拡充などによる影響が大きいものと推察される。
- ただし、前回調査と今回調査では調査対象企業および回答企業が必ずしも同一ではないため、数値をみる際には留意が必要である。

【参考：2023 年度調査結果との比較】

図表 3-1-13 脱炭素への取り組み内容(問 15 SA)
2023 年度調査結果との比較

脱炭素への取組みで、「すでに実施している」と回答した企業の割合	今回調査	前回調査	増減 (%ポイント)
自社の排出量を算定（スコープ1、2）	29.6%	19.9%	9.7
自社の排出量を算定（スコープ3）	8.6%	6.3%	2.3
削減目標、削減計画の策定	17.9%	16.3%	1.6
SBT、RE100等の認定取得	3.3%	1.5%	1.8
ISSB基準にもとづく気候関連情報の開示	1.5%	1.7%	-0.2
省エネルギー機器、設備の導入（LED、EVなど）	64.0%	59.4%	4.6
（太陽光・風力・水力等の）再エネ由来の自家発電設備の導入	27.9%	15.2%	12.7
低炭素燃料への切り替え	7.6%	7.0%	0.6
低炭素電力への切り替え（非化石証書等の購入を含む）	8.4%	7.0%	1.4
低炭素の原材料、部品への切り替え	8.6%	5.1%	3.5
低炭素な生産・製造設備への切り替え	14.0%	7.9%	6.1
脱炭素に向けた業務プロセスの見直し	8.9%	12.4%	-3.5
脱炭素に向けたデジタル化、DX（デジタルトランスフォーメーション）	14.0%	25.9%	-11.9
カーボンオフセット（排出権クレジットの購入、ボランタリークレジットの実施）	3.1%	1.7%	1.4
従前からおこなっている省エネ、省資源等の取り組みの継続	65.6%	64.4%	1.2
生物多様性に向けた対応	8.8%	—	—

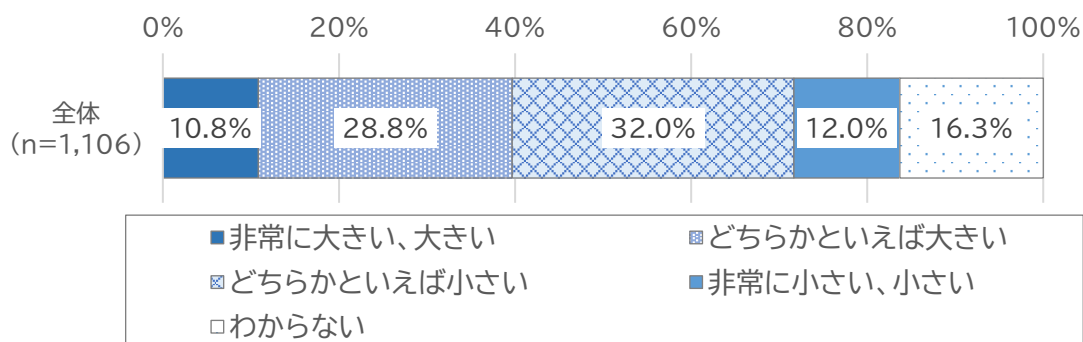
※注：本設問は、「脱炭素に取り組んでいる」もしくは「脱炭素の取り組みを検討している」と回答した方のみが回答する設問（今回調査：2024 年度 n=612、前回調査 2023 年度 n=710）。

2. 脱炭素をめぐる企業を取り巻く環境の変化

(1) 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響

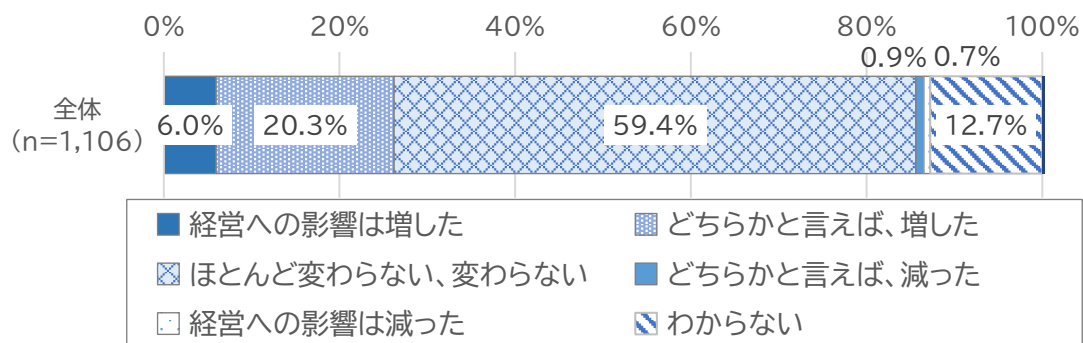
- 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響についてたずねたところ、「非常に大きい、大きい」と「どちらかといえば大きい」を合わせると約4割が「影響が大きい」と回答している。一方で、「どちらかといえば小さい」と「非常に小さい、小さい」を合わせると4割強となり、脱炭素の影響を受けている企業とそうでない企業が半々程度ずつ存在することがわかる。

図表 3-2-1 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響(問7 [SA])



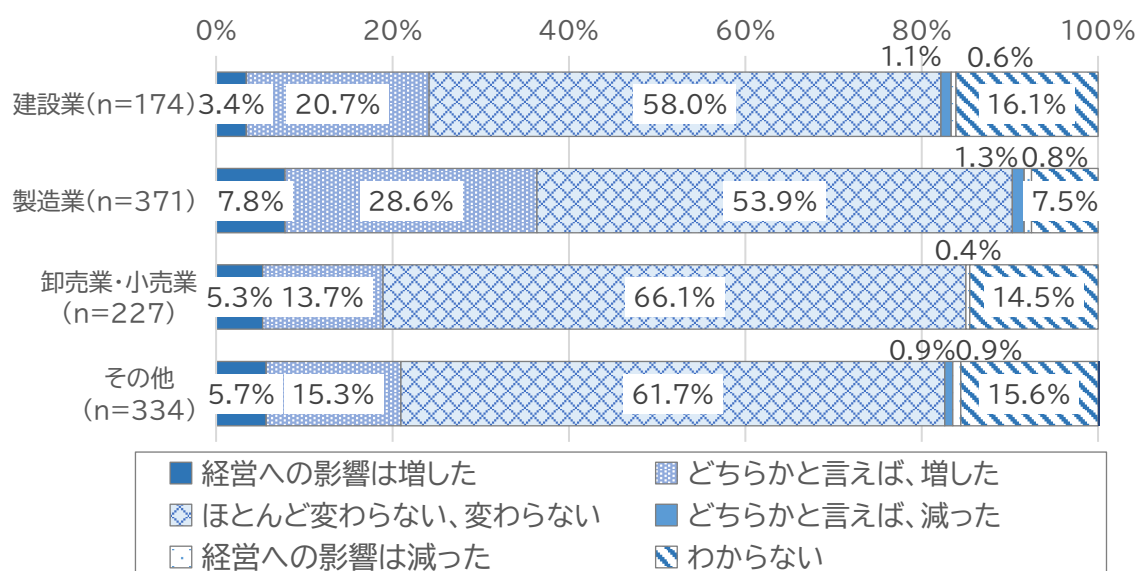
- 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響について、1年前と比較して影響に変化があったかどうかをたずねたところ、「影響は増した」もしくは「どちらかと言えば、増した」と合わせると約26%が増したと回答したが、約6割の企業が「ほとんど変わらない、変わらない」と回答している。

図表 3-2-2 1年前と比べた、脱炭素が自社の経営に及ぼす影響の変化(問8 [SA])

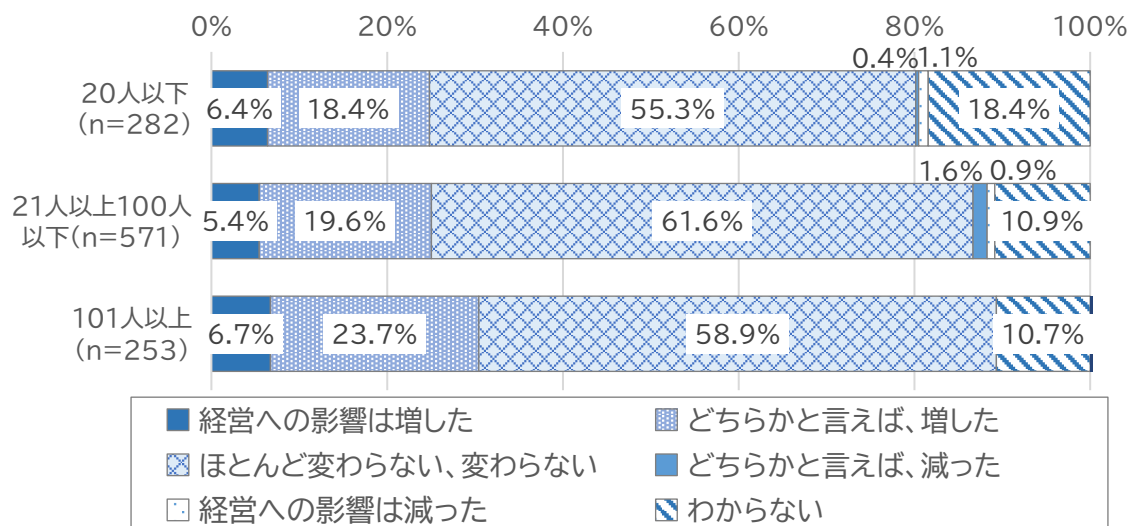


- 1年前と比べて、脱炭素が自社の経営に及ぼす影響について変化があったかどうかを、業種別および企業規模（従業員数）別にみたところ、まず業種別では製造業において「経営への影響が増した」との回答が多く集まる傾向にあった。また、企業規模（従業員数）別では、101人以上の企業群において多少「経営への影響が増した」との回答が多くみられるが、有意な差はなかった。

図表 3-2-3 1年前と比べた、脱炭素が自社の経営に及ぼす影響の変化(問 8 SA<業種別>)



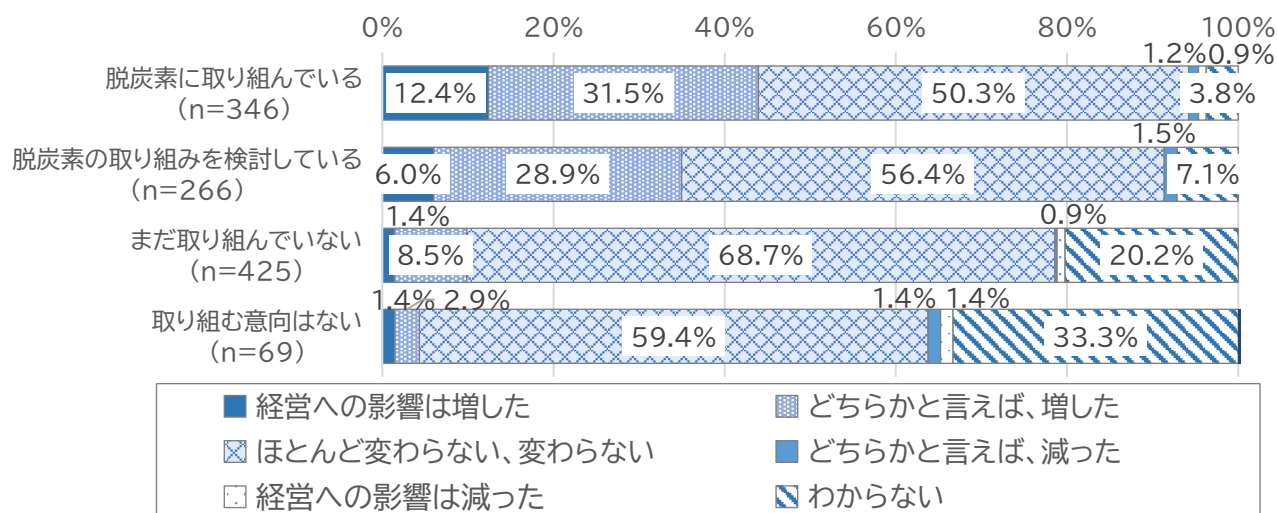
図表 3-2-4 1年前と比べた、脱炭素が自社の経営に及ぼす影響の変化(問 8 SA<従業員数別>)



- 同設問について、すでに脱炭素に取り組んでいる企業とそうでない企業とで差があるかどうかを確認したところ、脱炭素に取り組んでいる企業ほど、「経営への影響が増した」と回答している企業が多いことがわかる。一方で、「脱炭素に取り組んでいない」または「取り組む意向はない」と回答する企業においては、経営への影響の変化をほとんど感じていないことも明らかになった。

図表 3-2-5 1年前と比べた、脱炭素が自社の経営に及ぼす影響の変化(問8 [SA])

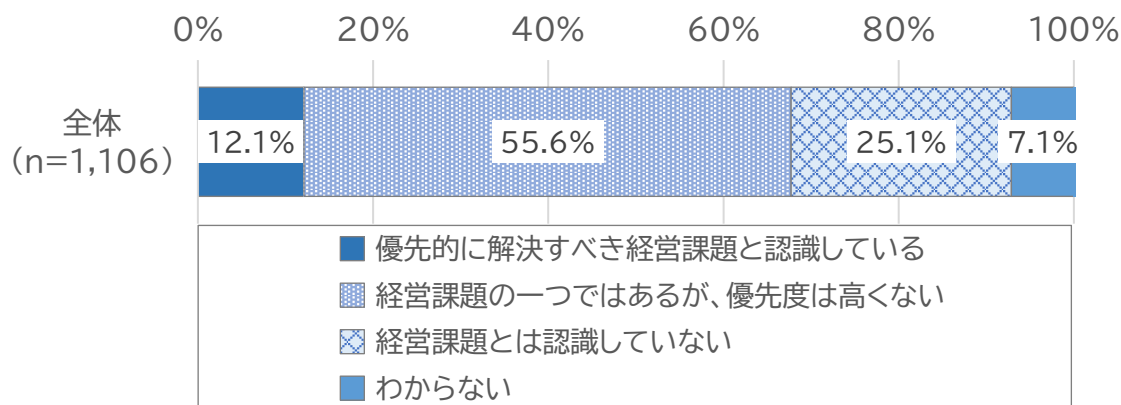
<脱炭素への取り組み状況別>



(2) 経営上の優先度合い

- 脱炭素につき、経営上の諸課題のなかでの優先度合いをたずねたところ、「経営課題の一つではあるが、優先度は高くない」と回答した企業が最も多く全体の半数以上となった。
- また、「優先的に解決すべき経営課題と認識している（12.1%）」に比べ、「経営課題とは認識していない（25.1%）」と回答する企業が上回るなど、脱炭素を優先的に取り組むべき経営課題と捉える企業は全体のうち少数であることがわかる。

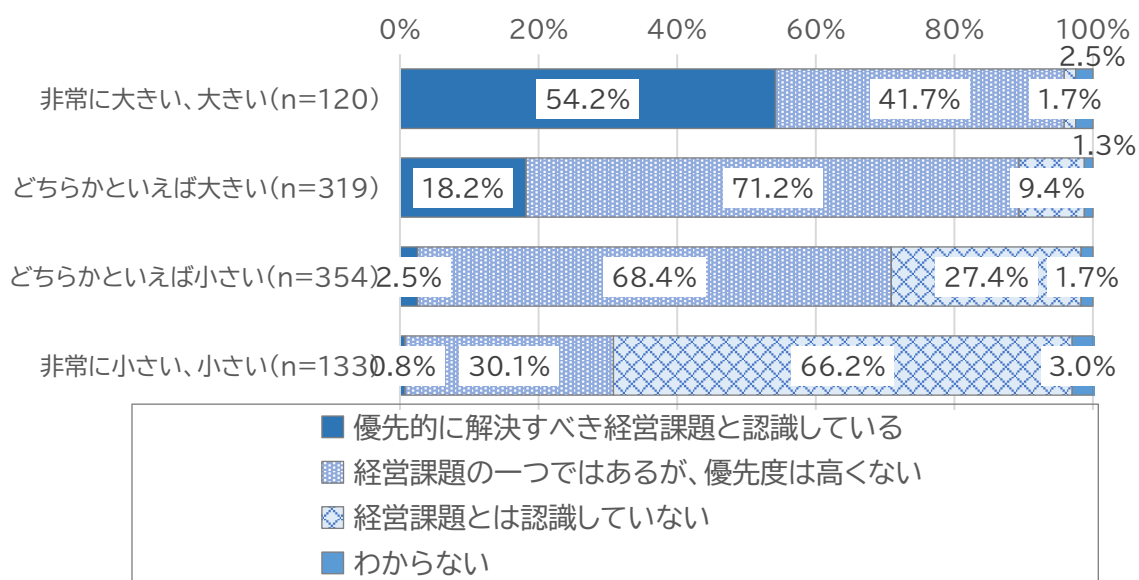
図表 3-2-6 脱炭素に関する経営課題としての優先度(問 9 [SA])



- 脱炭素が自社の経営に及ぼす影響が大きいと感じている企業では、脱炭素は「優先的に解決すべき経営課題」としての認識が高いのに対し、影響の感じ方が小さくなるにつれ、「経営課題の一つであるが優先度は高くない」、「経営課題とは認識していない」との回答が多くなる傾向にある。特に脱炭素が自社の経営に及ぼす影響は「非常に小さい、小さい」と認識している企業では半数以上が「経営課題とは認識していない」と回答している。

図表 3-2-7 脱炭素に関する経営課題としての優先度(問 9 [SA])

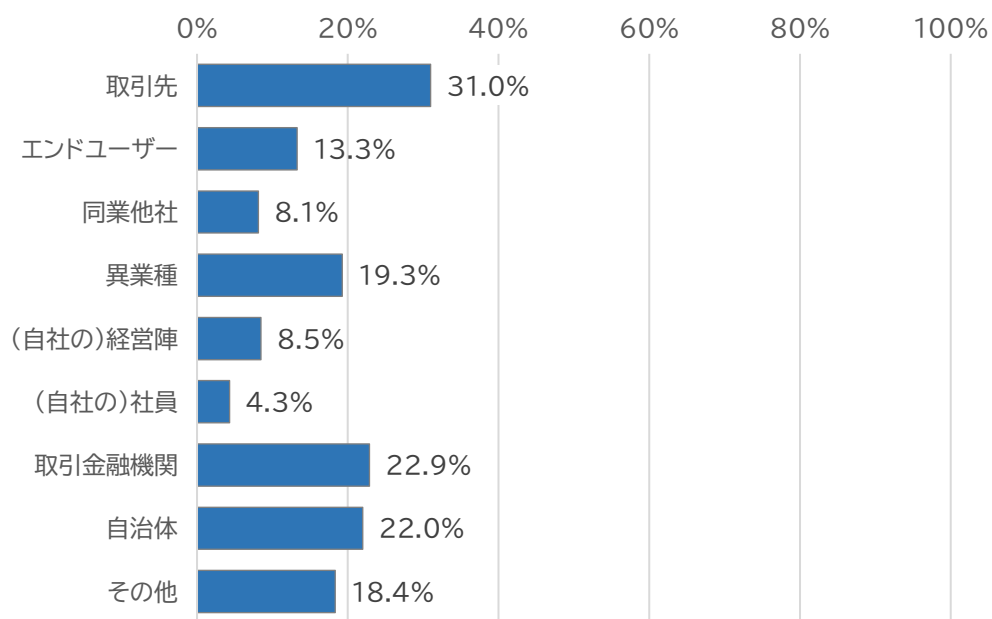
<脱炭素が自社の経営に及ぼす影響別>



(3) 脱炭素の動きが強まった関係機関

- 1年前と比べて、自社に対する脱炭素に向けた動き（要請や意識など）が強まったと感じる関係機関についてたずねたところ、「取引先」と回答した企業が31%と最も多いことがわかった。
- 次いで「取引金融機関（22.9%）」、「自治体（22.0%）」と続くが、「（自社の）経営陣（8.5%）」や「（自社の）社員（4.3%）」については数値が低く、社外の要因に比べると社内の脱炭素に向けた動きが高まっていない状況にあることもうかがえた。

図表 3-2-8 1年前と比べて脱炭素に向けた動きが強まったと感じる関係機関(問18 SA)

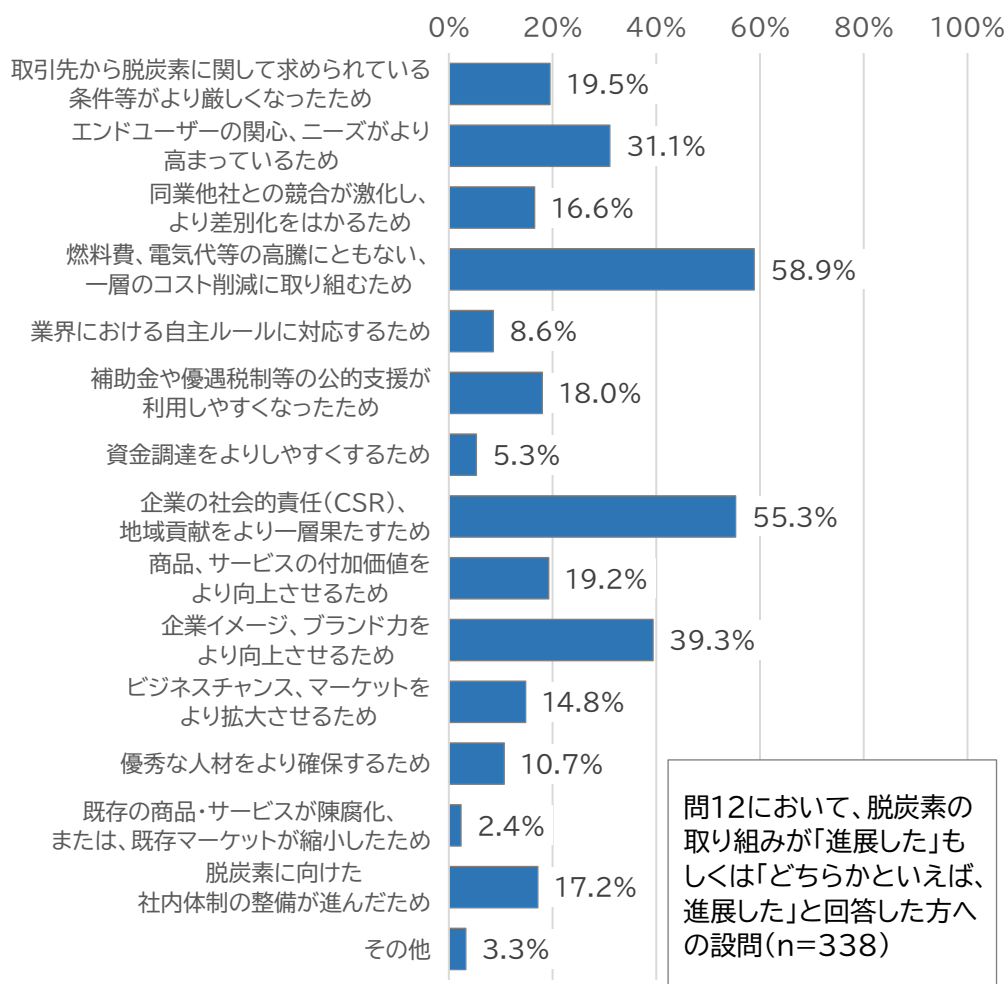


3. 脱炭素の取り組みを進展させるには

(1) 取り組みを進展させるための理由・要因

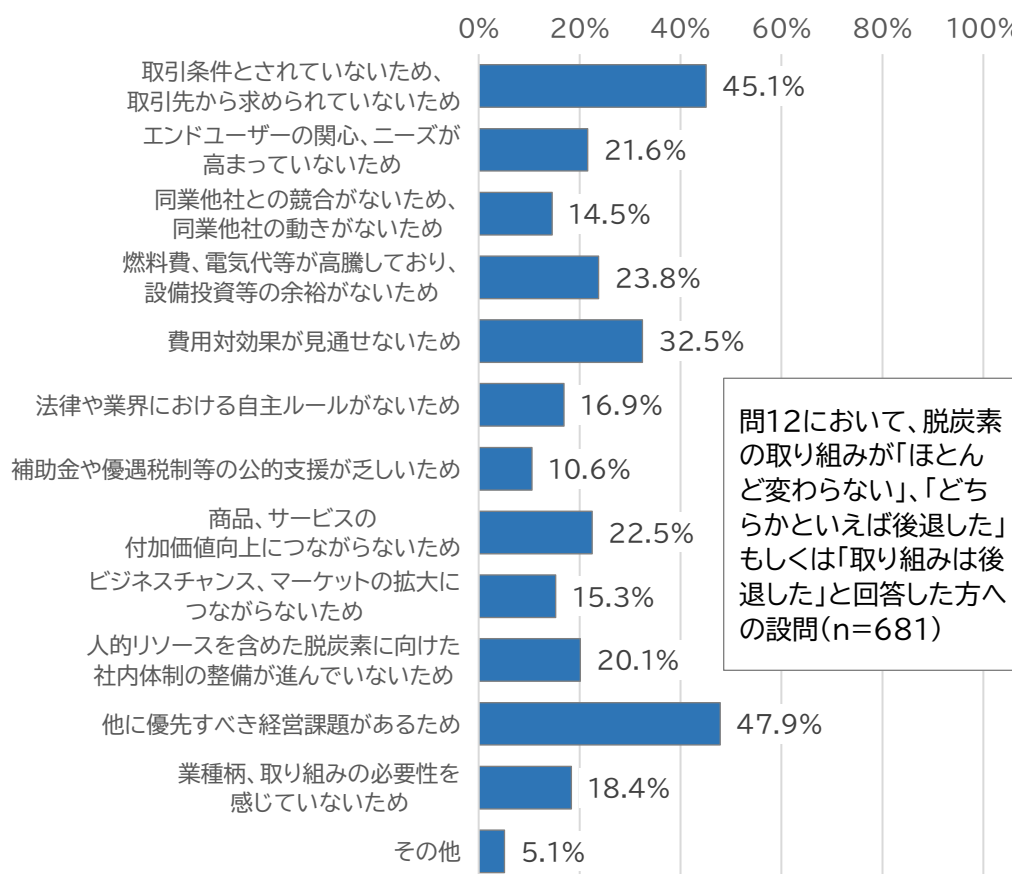
- 1年前に比べて、脱炭素の取り組みが「進展した」もしくは「どちらかといえば、進展した」と回答した企業に対し、その理由・要因についてたずねたところ、「燃料費、電気代等の高騰に伴い、一層のコスト削減に取り組むため」が最も多く58.9%、次いで「企業の社会的責任（CSR）、地域貢献をより一層果たすため（55.3%）」、「企業イメージ、ブランド力をより向上させるため（39.3%）」、「エンドユーザーからの関心、ニーズがより高まっているため（31.1%）」の順となった。
- 上記のとおり、昨今のエネルギー価格の上昇が企業経営に与える影響は大きく、これが脱炭素の取り組みを加速させる大きな要因となった。また、企業の社会的責任、エンドユーザーの関心・ニーズなど、ステークホルダーや顧客等の企業を見る視点も、脱炭素の取り組みを加速化させる大きな要因の一つとなっていたことがわかる。自社の経営課題解決の手段として、脱炭素を積極的に活用している企業が取り組みを進展させていることがうかがえる。

図表 3-3-1 脱炭素の取り組みが昨年度と比較して進展した理由・要因(問13 SA)



- 一方、1年前に比べて、脱炭素の取り組みが「ほとんど変わらない、変わらない」、「どちらかといえば、後退した」もしくは「取り組みは後退した」と回答した企業に対し、その理由・要因についてたずねたところ、「他に優先すべき経営課題があるため」が最も多く 47.9%、次いで「取引条件とされていないため、取引先から求められていないため(45.1%)」、「費用対効果が見通せないため(32.5%)」の順となった。
- 先に、自社の脱炭素が自社の経営に大きな影響を及ぼすと考えている企業ほど、優先的に取り組むべき経営課題と認識し、かつ具体的な取り組みにつながっていることを示したが、脱炭素の取り組みが進展しない企業は、そもそも自社内に取り組む要因が乏しい、または機が熟していない状況にあり、取引先からの要請が高まるなど外部環境の変化が起きない限り、取り組みを進展させづらいことがうかがえる。
- 現時点においては、脱炭素を切実な経営課題として捉える企業は多くないものの、2028年の炭素賦課金導入やエネルギー需給の逼迫および価格高騰が続く、コストダウンの観点から脱炭素が経営上の優先課題として認識されることや、サプライチェーンを通じた脱炭素の要請の高まりなどにより、今後中小企業の脱炭素への意識・関心は高まっていくものと推察される。

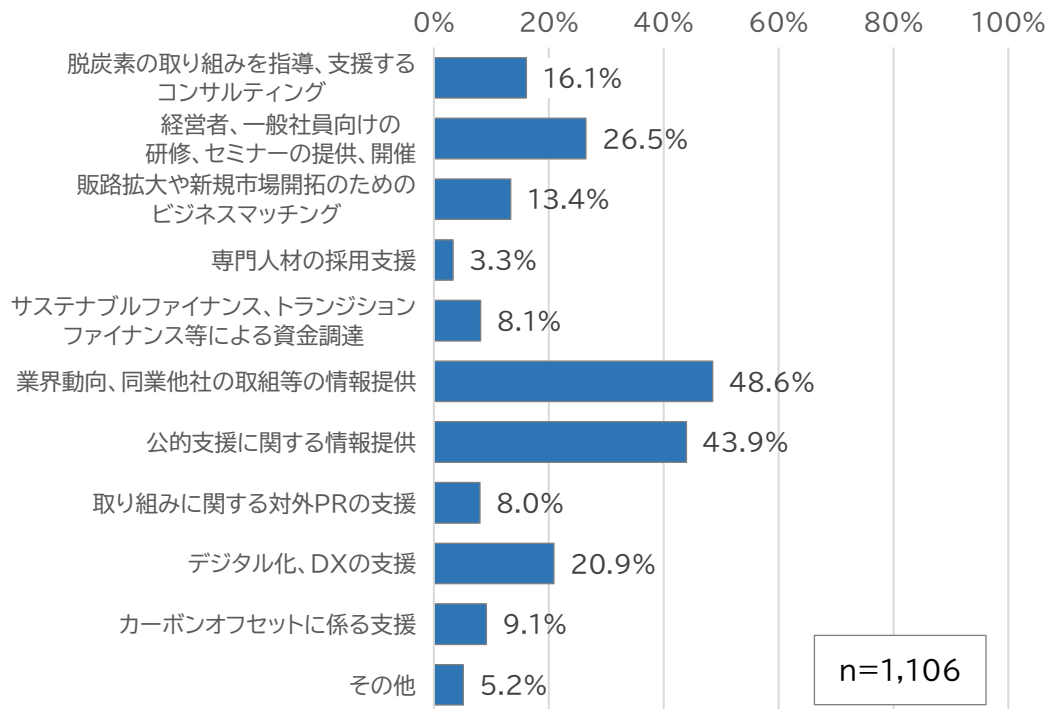
図表 3-3-2 脱炭素の取り組みが昨年度と比較して進展しなかった理由・要因(問13 SA)



(2) 取り組みを進展させるために必要とされる支援と金融機関の役割

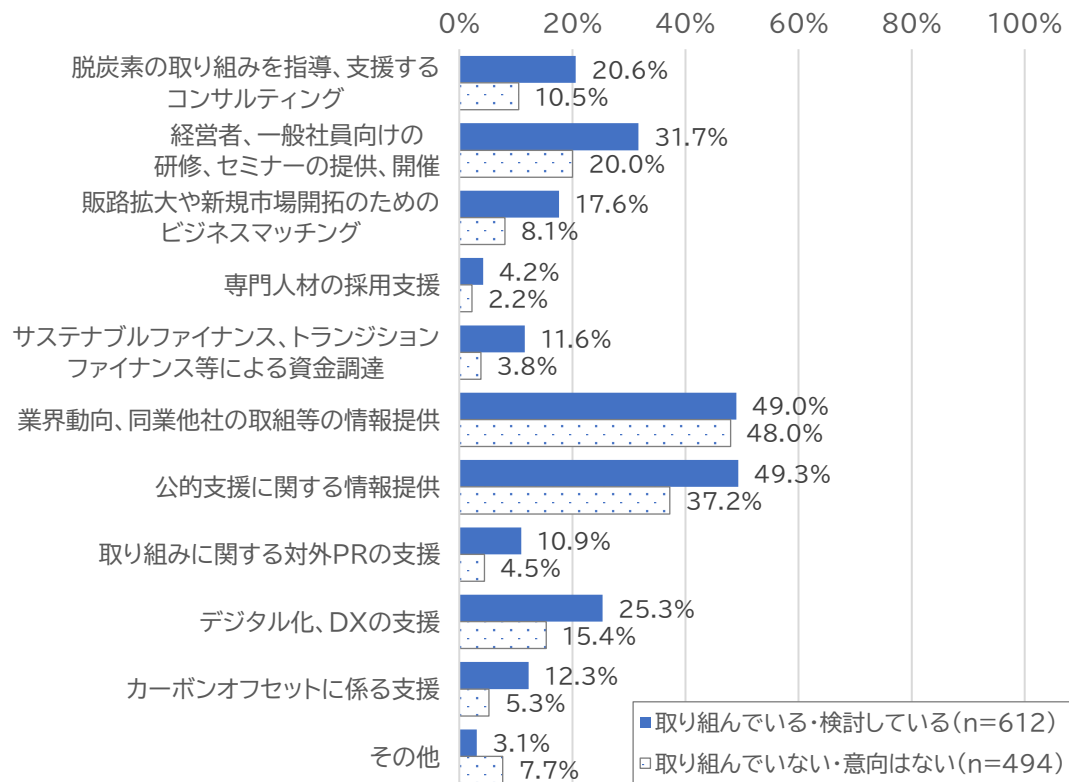
- 脱炭素の取り組みに向けて必要とされる支援についてたずねたところ、「業界動向、同業他社の取り組み等の情報提供」が最も多く 48.6%、次いで「公的支援に関する情報提供（43.9%）」、「経営者、一般社員向けの研修、セミナーの提供、開催（26.5%）」の順となった。主に情報提供に関するニーズが高く、具体的な脱炭素の行動につながる支援にはそれほど多くの回答は集まらなかった。
- また、図表 3-3-4 は脱炭素の取り組みを進展させるために必要な支援について、現在の脱炭素への取り組み状況の違いから差があるかをみたものである。情報提供に関するニーズは、取り組んでいる層とそうではない層のいずれにおいても高いが、それ以外の具体的な取り組みにつながるニーズは脱炭素に取り組んでいる企業の方が高いことがわかる。しかし全体から見てそれほど大きな数値ではないため、支援がないこと自体が脱炭素を進めるための障壁となっているわけではないことがうかがえる。

図表 3-3-3 脱炭素の取り組みを進展させるために必要な支援(問 17 SA)



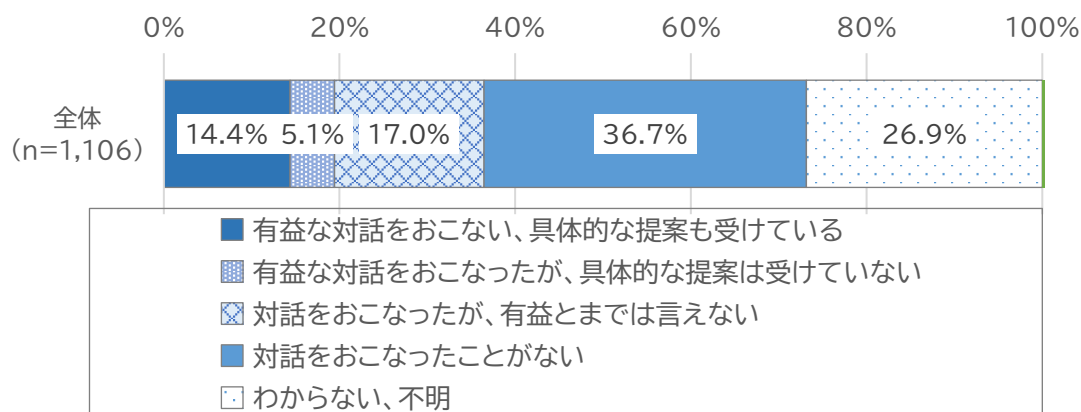
図表 3-3-4 脱炭素の取り組みを進展させるために必要な支援(問 17 SA)

<脱炭素への取り組み状況別>



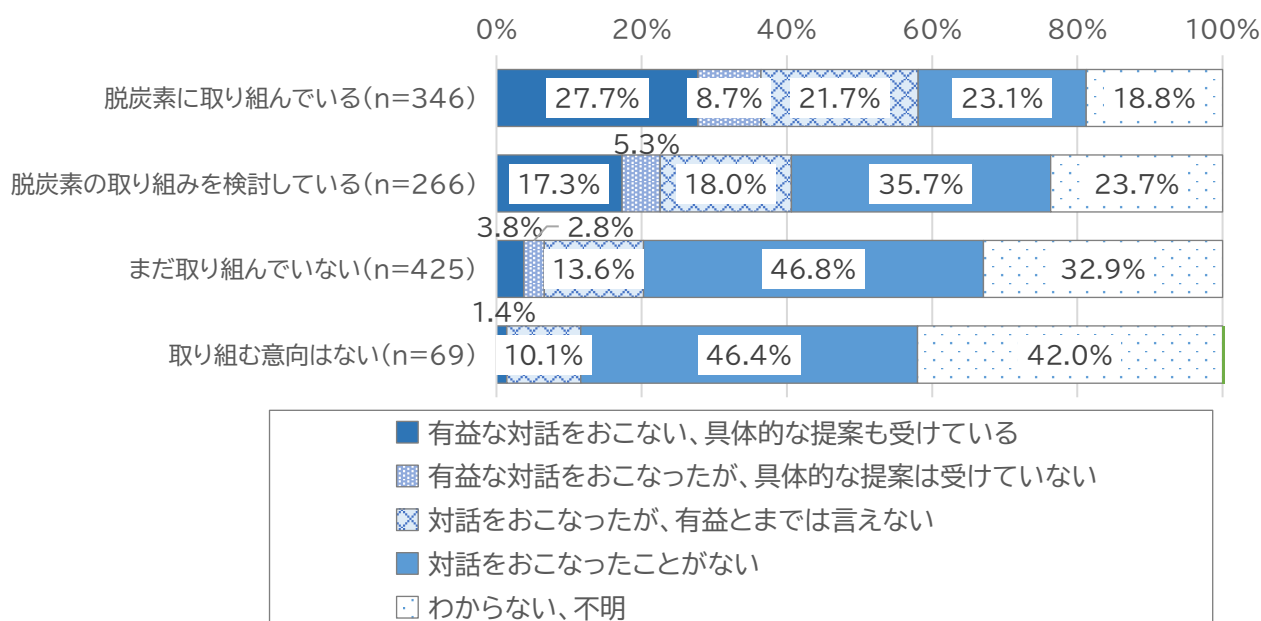
- 脱炭素推進の取り組みに関して、取引金融機関との対話（エンゲージメント）の実施状況と具体的提案の有無についてたずねたところ、4 割弱の企業が「対話をおこなった」と回答しており、全体の 2 割弱が「有益な対話」と評価し、約 14%が「具体的な提案も受けた」と回答している。
- 脱炭素への取り組み状況別に回答結果をみると、脱炭素に取り組む企業ほど「有益な対話をおこなった」との回答が大きく、取引金融機関との対話（エンゲージメント）が、脱炭素に向けた行動変容に寄与したことがうかがえることから、中堅・中小企業の脱炭素の取り組みを進めていくうえで、取引金融機関による対話（エンゲージメント）の有効性向上が求められている。

図表 3-3-5 脱炭素の取り組みに関する金融機関との対話(問 19 SA)



図表 3-3-6 脱炭素の取り組みに関する金融機関との対話(問 19 SA)

<脱炭素への取り組み状況別>



4. 自由記述回答の結果

- アンケートにおいて、「カーボンニュートラルの実現」、「脱炭素」について、自由記述形式でたずねたところ、284 件の有効回答を得た。
- 本報告書では、これらの回答を「現状認識」、「取り組み」、「課題・要望」に分類した。また、脱炭素への取り組み状況別にこれら回答のうち代表的なものを掲載した。
- 「現状認識」に関する意見（130 件が該当）としては、脱炭素に取り組んでいる企業においては、脱炭素は取り組むべき必須の課題として認識されている一方、取り組みを検討している、もしくは取り組んでいない企業においては、脱炭素に対して否定的な意見や、今後の社会情勢次第で対応するなど、中立的な意見もみられた。

「現状認識」に関する意見（抜粋）

【脱炭素に取り組んでいると回答した企業】

意 見	所在地	業種
脱炭素経営を目標とし、社会での優位性、高熱費の削減等やっていきたいが、自社だけでは難しく手助けが必要と考えている。しかしながら対応するとなると費用対効果、優先すべき課題があり、優先順位が上がらない。	神奈川県	製造業
カーボンニュートラル社会の実現に向けて、全社員が能動的に取り組むべき課題として認識している。	神奈川県	製造業
業界はもちろん、全世界の課題であるので、取り組まないという選択肢はないと考えている。できることから少しずつ実施しているが、資金面や社員の意識の醸成に苦慮している。	神奈川県	製造業
カーボンニュートラルな社会は地球規模で取り組まないと実現する事は不可能であると考えているが 肅々と取組むべきと考えている	神奈川県	建設業
ビジネス以前に、人間が生きていく上で、地球温暖化防止は必須である以上、いずれも必須事項だと思う。	東京都	建設業
アメリカ大統領選の結果を踏まえた今後の世界的な動きの中で、日本国の一民間企業として、脱炭素に向けた取り組みの時間軸と粒度を具体化していく必要があるものと認識している。	北海道	卸売業・小売業
社会的意義は認めるものの、普及には費用対効果・経済合理性が必要です。PPA など経済合理性と両立できるものは良いと思いますが、多くは話題先行でコスバが悪かったり、供給面に不安があります。	富山県	卸売業・小売業
カーボンニュートラルは矛盾が多く、地球温暖化・気候変動の原因も曖昧です。ビジネスチャンスに繋がるために取り組まざるを得ない背景があるのが実態と感じています。過度な取り組みは、経済や社会への負担になっているのでバランス感が重要と考えます。	富山県	製造業
環境経営 カーボンニュートラルは、今後中小企業においても義務化されると思われます。現在から取り組みをするべく推進中。	石川県	製造業
再生エネルギー推進として太陽光や風力の整備が加速していますが、自然環境の損失にもつながっていると考えます。環境保全は脱炭素や激甚災害抑制及び人間生活の健全保持に有効であります。カーボンゼロという数値にとらわれず、環境保全+サプライチェーン+原発稼働等を総合的に考えていく必要があると思います。	北海道	サービス業
同業他社が具体的な取り組みを行っている例が少ないなかで、他社との差別化を図る意味で早期に取り組むことは、ブランディング戦略として価値があることと思う	岩手県	製造業

【脱炭素の取り組みを検討していると回答した企業】

意 見	所在地	業種
実際に各企業が排出している二酸化炭素量の数値化と、それに対する削減目標の明確化と削減の義務化をすることが必要不可欠だと考えます。	神奈川県	サービス業
経営課題の一つと捉えているが、DX や人材確保及び育成など他の課題に比べると優先度は低くなる。	東京都	製造業
日本においては特に気温の上昇や異常気象において必要性を実感しているが、目に見えないものであり強制力がないため、対応や実行優先度の決定が難しく感じる。	神奈川県	卸売業・小売業
カーボンニュートラルについては様々な見識が出されており、政治に大きく関わっていることが徐々に露呈してきています。すぐに飛びつくわけではなく、慎重に情報を収集し吟味しながら方法を探っていきたいと思います。	北海道	建設業
日本は世界の排出量のうち3%を占めているに過ぎずコスト増を強いる脱炭素政策が我が国の重要な産業基盤を脆弱化し競争力を落とす結果になることを懸念する。国内での企業の存続のために個々として取り組んではいるが、我が国が世界に先駆けて取り組む政策は国としての力を削ぐことになると考える。	富山県	建設業
持続可能な社会の実現のため非常に大切な取り組みだと思います。	大阪府	製造業
電気料金の上昇により製造コストが上がり利益圧迫が起こっている。原発が止まり、石化を抑制し、代替エネルギーが未整備ゆえ、更なる電気料高が心配。	北海道	製造業
採用活動でも注目される点なので、積極的に取り組まなければいけないと思っています。	岩手県	建設業
弊社においては環境に対する考え方が高まれば高まる程、弊社のPRにつながると考えています。また、CN 社会の実現、脱炭素についてはまだまだ行うべき対策がありますので、時代に取り残されないよう取り組みを続けていきたいと考えています。	宮城県	産業廃棄物処理業

【まだ取り組んでいないと回答した企業】

意 見	所在地	業種
社会のテーマとしては重要であると認識しているが、自社の直接的なアウトプットで定量的な効果を上げるのは限界があり、むしろ、当社業務を通じて、世の中のDX化の推進に貢献することで、寄与したいと考えている。	神奈川県	情報通信業
言葉だけは、良く耳にしますが実際簡単ではない。	神奈川県	製造業
弊社の規模ではそこまで手が回らない。また扱い商品に関係することが少ない。海外から輸入しているが、カーボンニュートラル、SDGsなどの意識が取引先も低く、要望もないため。	東京都	卸売業・小売業
当面は人手不足や電力料・燃料費の値上げ、パートの社会保険加入などが最優先課題となっている。	北海道	製造業
脱炭素への取り組みがなされた商品を仕入れているが、顧客のニーズが多様であり、弊社の仕事が「脱炭素」にむすびつきにくいことからあまり関与・貢献できていない。	富山県	サービス業
ソーラーパネルや風力発電に期待するよりも原発を動かした方が自然に優しく、木を切って脱炭素だと言っている意味がわからない。	北海道	サービス業
仕入先である鉄鋼メーカーにとっては脱炭素は大きな問題となっているが流通ではユーザーからまだ強い要求はありません。	石川県	卸売業・小売業
特別なことは考えていない。動向を注視しながら対応できる様にしていきたい。	富山県	建設業
脱炭素を目指す以前に、経済の立て直しなどもっと重要な課題があると思う。	富山県	製造業
言葉ばかりが先行し実態がよく掴めていない。世界的な枠組みで取り組むべき事案と考えるが 弊社のような中小企業に何ができるのか 皆目検討がつかない状況である。	宮城県	製造業
現状の経営環境において様々な課題が存在する中では、まだその優先度は低いと感じます。例えば今後導入実績に応じ税制面や貸出金利等の優遇などが示されれば事業者の意識も変わってくるかもしれません。	宮城県	サービス業

- 「取り組み」に関する意見(48件が該当)としては、具体的にどのような取り組みを実施しているか、自社の事業特性をいかしたもののから、できるところから取り組むといったものまで、多様な意見がみられた。
- 脱炭素に取り組んでいると回答した企業からは、その具体的な内容について記載いただいているものが多いが、検討している・取り組んでいないと回答した企業では、今後の必要性に応じ実施していきたいというような意見もみられた。

「取り組み」に関する意見（抜粋）

【脱炭素に取り組んでいると回答した企業】

意 見	所在地	業種
弊社の場合、日本でも太陽光発電を導入していますが、規制が非常に厳しい中国の工場における環境投資を中心に進めております。中国においては外資企業であるため、他社の環境対応見本となるような工場を目指しており、その取り組みも現地行政に評価いただき表彰も受けております。この取り組みは今後も引き続き継続していく予定です。	神奈川県	製造業
脱炭素に関する補助金を利用した際に、専門家より指導を受けました。機械を更新する際も、実際に何割省エネになるのか把握できたのが良かったです。このような支援が広がるとよいと思いました。	神奈川県	製造業
弊社の立場として、脱炭素や再生エネルギー、生物多様性に向けた活動を促進する立場にあるため、昨年以前からリソースを最大限活用した活動を行っております。	神奈川県	サービス業
生産設備の動力の一部を太陽光発電による自家消費に切り替え、生産コストの低減を行い尚且つ脱炭素に貢献していると考えられます。	北海道	卸売業・小売業
太陽光パネルをすでに設置していて、電気トラックも1台導入している。今後、①電気トラックのフル充電での総走行距離が伸びること、②蓄電装置導入にかかる費用の軽減もしくは電気トラックのバッテリーがカートリッジ式になって日中充電できたカートリッジを差し替えることができること、③電気トラックの購入価格を抑えることができたなら、太陽光で発電した電力で電気トラックを走行させることができる。これこそ「カーボンニュートラル社会の実現」ではないかと思う。	石川県	運輸・郵送業
まずは認知のと身近なことでの取り組みに従業員や私自身がしっかりと理解すべきだと思っています。それと自家発電やそういうものに至っても、機械設備の投資に対しての頃としてのメリットが何かあるのかをもっとよく知りたいです。それに伴って従業員に何か還元できればと思います。	北海道	宿泊業・飲食サービス業
取引先と商売をする上では必ずと言っていい程、要求される内容で、ようやく社内でもスコープ1～3の数値を元に目標を立てる事が出来た。今後、目標達成に向けて取り組んでいきたい。	大阪府	卸売業・小売業
情報処理産業のため、本業での環境負荷自体はあまり高くないが、環境ISOを東北では黎明期に取得して、節電活動やデータセンター設備を中心として、省エネ機器への転換を順次実施しています。また、サステナブルな活動も積極的に取り組んでおり、その姿勢をより具体的に形に表し、ステークホルダーにも理解していただくべく、2024年の宮城県ESG債に投資し、来年以降も追加投資していく予定です。	宮城県	情報通信業
メーカーはバリューチェーン全体でのカーボンニュートラルが求められるという認識を持ち、取組を加速させています。しかし福島県内の業界のお客様のニーズや意識は上がってはいない実状もあります。ICT技術やDX推進を活用し現場の生産性を向上するためのサポートを強めていく方向性です。グループ会社においても循環型社会に向けての取組を始めています。社会全体の課題解決のためにできることを取り組んでいくべきと考え、実現していきます。	福島県	卸売業・小売業

【脱炭素の取り組みを検討していると回答した企業】

意 見	所在地	業種
国を中心に各業界でそれぞれ議論が始まり、今後法整備も含めてより本格化すると考えております。また、消費者が企業やブランドの取り組みを見て、商品を選ぶ時代にもさらになってくる。弊社としては、商品ロスを抑制すること。メーカーと協業での環境に配慮した商品開発。社員に対しての教育を今後進めて参ります。	東京都	卸売業・小売業
まずは身近な消費財について、サステナブルなものを選択するところからはじめて行こうと思っています。	東京都	サービス業
大型トラックを利用した貨物運送を行っているので、現状では、軽油を燃料とした大型トラック以外の選択肢が無い。	東京都	運輸・郵送業
当社の販売品目はプラスチックが多いので、材質等の改善等が必要と感じている。できることから脱炭素の意向をくみ具体的に取り組んでいきたい	宮城県	卸売業・小売業

【まだ取り組んでいないと回答した企業】

意 見	所在地	業種
脱炭素に向けた設備投資や人材育成を国や自治体の補助金の活用を行い、取組みを行っていくよう計画をしていくことを考えています。	神奈川県	サービス業
現状です、会社としてよりも個人単位でできることをしていきたいと考えています。	石川県	建設業
弊社にとりましては大変重要な(大きな)問題ではありますが、現在のところ別の重要課題に取り組んでおり、それが解決しない限りなかなか取組みが難しいかと思われます。 ですが社内の意識を高めるなどの小さなステップから始める事は可能であると思いますので、そういったところから一歩ずつ進んで参りたいと考えております。	宮城県	製造業

- 「課題・要望」に関する意見（106 件が該当）としては、自社において脱炭素の取り組みを進めていくうえでの課題をはじめ、国に対する要望も多くみられた。

「取り組み」に関する意見（抜粋）

【脱炭素に取り組んでいると回答した企業】

意 見	所在地	業種
カーボンニュートラル社会の実現と、利益を出すこととは乖離する部分もあるので、中小企業レベルでも取り組める経営にとって有益な両立できる情報があるとよい。	神奈川県	製造業
脱炭素を実現するにも必ずコストが必要となっており、それを価格転嫁できる土壌が取引先含めてまだないので、自社が率先してできるのは社内コスト削減に伴うものでしかない	神奈川県	製造業
脱炭素の取組については、社会貢献活動だけに留まらず、あくまで事業活動との両立を最重要として考えている。国として情報開示基準の指針がはっきりしないなかで、企業としてどのレベルまでの取組を行っていくのかの判断が難しい。	東京都	卸売業・小売業
取引先の中期経営計画や長期計画に必ず組み込まれているが具体的内容までは書かれていないため、具体的に何をしたいのかわからない。何をやるのが正解なのかの指針を示してほしい。そしてそれに対する補助金等を打ち出してほしい	北海道	製造業
個人レベルでは、意識の高まりを感じるようになってきたが、国レベルでは、諸外国に比べてまだまだ後進の感をぬぐい得ない。先進性をもって臨んでもらいたい。	富山県	製造業
社内において使用する空調設備機器や照明器具等は、最新機器のほとんどが過去の機種より省電力型になっており、この機器を使用すると「脱炭素」への取り組みを行っていることになり、メーカーは口をそろえて発言するが、空調機などの入れ替えに関しては大きな費用がかかり企業の負担が増えます。国内の法改正により「省エネ」「脱炭素」の推進によりカーボンニュートラル社会を目指しCO2排出基準の数値だけを厳しくしてあとはエンドユーザー努力や企業努力の動向を見守るだけでは政府はあぐらをかいているだけであってはないと思う。我が国も国際社会に向けて掲げた数字を達成しなくてはならないのであれば、現行の制度よりさらに補助金制度等の拡充を図り企業がそれに向けてさらに取り組みやすい環境を国をあげて構築して頂きたい。	大阪府	建設業
電気自動車よりもハイブリット自動車の売上が伸びていることからわかるように妥協点というか、落としどころを見定め始めているように感じます。また、森や田畑を切りつぶして太陽光パネルを並べることが環境にとっていいことなのか、常々疑問を抱いています。脱炭素という言葉に縛られず自然と共生していく道を模索していくことが大事なのではないでしょうか	宮城県	廃棄物処理業
再生可能エネルギーだけに頼る場合、コスト増がネックになってくる。取引先への価格交渉は、人件費や電気代、原材料費、運搬費の高騰で追い風になっていたが、いつまでも機運は続かない。価格交渉の材料にできるのは、毎年上がる最低賃金のアップ分ぐらいではないでしょうか。	宮城県	製造業

【脱炭素の取り組みを検討していると回答した企業】

意 見	所在地	業種
脱炭素に取り組む企業に対しては、税制優遇を行うなど、更なる脱炭素化が進むような施策が求められる。	神奈川県	建設業
カーボンニュートラルについて取り組む人材が不足しており、また脱炭素に取り組んだことによる大きなコストアップを現状では吸収することもなく取り組みが後手になってしまう。	神奈川県	製造業
基本的に時間がかかる、企業の取組みを加速させるためには法的・金的拘束力と金銭的支援が必要、世の中に大きなインパクトのある象徴的な出来事（EVの普及加速など）が必要	富山県	卸売業・小売業
あらゆるものが高騰して、現状のコストを維持することでいっぱい。脱炭素を進める上では、変わるものが安価でなければ、手を出しにくい。	東京都	製造業

取引先より要望があり、今後対応がビジネス上で必須となると考えられる。製造業で有ればエネルギーを消費する。地方企業で対応できるルートが確立できれば、活動が進むが、現在の企業努力では難しい。	宮城県	製造業
---	-----	-----

【まだ取り組んでいないと回答した企業】

意 見	所在地	業種
必要性は認識していますが、具体的な取り組みをしていくとなると、難しい。電気の使用量につきましても、無駄な電力は使わないようにしていますが、効果が数字に現れにくく、把握するのを止めてしまっています。	神奈川県	運輸・郵送業
ごく身近のことにおいて何をしたら良いかわからない。ゴミの減少、不必要な車の運転、必要以上にガス・電気・エアコンなど使用しない。など SDG s と言われ初めてからもうすでにすべてやっている。これ以上、何をやったらいいいかわからない。	神奈川県	製造業
取り組まないといけない事項と認識している。情報の収集が進んでおらずどこから手を付けていいのかわからない。	東京都	不動産業
脱炭素の取組は重要だと思うが弊社の業界としては、そこまで取り組む余裕が未だないという認識です。材料や燃料等でコストダウンに繋がるものが出てくれば別ではあるが。	東京都	宿泊業・飲食サービス業
法人単位において考えた場合、努力目標では取組強化を行う契機にはなりにくいので、脱炭素取組企業への補助や減税、または炭素税の導入などの外的環境に応じて取組を迫られるものと認識します。外部から資金調達が必要な企業であれば ESG 対応が否応なく求められますが、そうでない企業はメリット・デメリットという 2 軸で判断することになると考えます。一方、取引拡大という面において、脱炭素・SDG s・ESG などの環境に関する消費者意識が発達し、環境負荷の小さいサービスが選択されるようになれば、補助や税制度が無くても市場競争原理として脱炭素の取組は広がっていくと考えます。	北海道	製造業
中小企業は国、自治体、大企業のルールに則って脱炭素における活動をしていくしかない。独断で行うのにはデメリットしかないように感じる。	富山県	建設業
エンドユーザーの関心が高まらない限り実現は難しい（取り組みが価格転化されるため）ZEH 住宅への補助金により、脱炭素化が意識されないまま、補助を受けている方が多いので、補助金名をしっかりとするか、「家が必要な人」ではなく、「脱炭素の ZEH 住宅に変えなきゃ」と一般の方に、伝える努力を国も僕らもしていけないといけない。	石川県	建設業
地球温暖化対策としての「カーボンニュートラル」や「脱炭素」は必要だと思っていますし、弊社としても何かに関わっていきたいとの思いはあるが、現状は何かをすれば、①非常に地球温暖化に役立つとか、②逆に悪影響を及ぼすとか、③商売に結びつくとか、きっかけが無いというか、優先順位が低いと感じております。	石川県	建設業
カーボンニュートラル・脱炭素等により、自動車部品・油脂等の価格高騰、整備代金も吊られて上昇している。運輸業界泣かせである。	宮城県	運輸・郵送業
脱炭素も関連した運送業界の 2024 年問題による輸送費コストの増大が製品価格に転換しきれない状況であり、もはや企業単独では対処できないと感じております。	宮城県	製造業