

中小企業の環境経営支援策 について思うこと

在 間 敬 子
(京 都 産 業 大 学)
(経 営 学 部 准 教 授)



『中小企業白書2010年版』では、二酸化炭素排出量に占める中小企業の割合を、産業部門では11%、業務部門では43%と推計し、中小企業が排出削減に取り組むことの重要性を指摘しています。個々の中小企業が排出する二酸化炭素は少なくとも、中小企業全体として見ると無視できないということでしょう。私は、中小企業の環境経営の現状や、中小企業の環境経営に対する支援策について、調査してきました。ここでは、これまでの研究から、気づいたことを述べさせていただきます。

中小企業が環境パフォーマンスを向上させる条件として、アンケート調査による統計解析から、2つの経路が示されました。1つは、厳しい市場環境下にある、あるいは、下請け型の中小企業では、取引先の環境配慮要求に応じる形で環境パフォーマンスを高めることができることです。2つは、市場環境が厳しくない、あるいは、経営資源に余裕がある、開発や販売などに強みがある、バランス型であるといった中小企業では、高い経済性により環境パフォーマンスを高めることができることです。いずれの場合でも、取引先や認証機関などが提供する支援を活用することが有効です。

中小企業の環境経営に対して、自治体、環境マネジメントシステム（以下、EMS）国内規格の認証機関、商工会議所、NPOなどが、様々な支援サービスを提供しています。例えば、KES環境機構では、EMS認証の料金が安いだけでなく、無料のコンサルティングが随時受けられます。また、認証取得企業間での情報交流の機会を提供していますし、地域によっては中小企業が社会貢献活動を実践できる機会も提供しています。また、NPO京都シルバーベンチャークラブ連合会の省エネ研究会では、温度設定の見直しや設備の運用管理、無駄の指摘と改善などの、コストのかからない省エネアドバイスをしています。地方銀行では、環境経営を実践する企業に対する金利優遇だけでなく、環境ビジネスの育成や販路拡大を支援しています。

地域の環境経営のネットワークづくりの取り組みもあります。例えば、三重県では、行政主導で「企業環境ネットワーク三重」という組織を設立しています。三重県版EMS「M-EMS（みーむす）」の認証取得を奨励したり、環境報告書のサイトレポート作成指導や、小学校への環境教育の機会を提供しています。

中小企業はこのような支援を十分活用しているのでしょうか。残念ながら、必ずしもそう

とは言えません。それには2つの理由があります。1つは、地域によって利用できるサービスが限られることです。2つは、NPOなどが実施している場合、経営資源の制約上、提供する支援サービスについての広告を十分には行えず、中小企業の認知を高められていないことです。このような現状を踏まえて、中小企業の環境経営を促進する環境政策としては、どのような視点が必要でしょうか。私は、次の2つが重要だと考えています。

1つは、中小企業の「タイプ」という視点です。例えば、私が行ってきた調査からでも、環境経営の実践内容から中小企業を4つに分類できます。EMSを導入し環境事業も手掛けている企業、EMSを導入しているが環境事業は行っていない企業、環境事業を展開しているがEMSは導入していない企業、どちらも取り組みがない企業です。

実は、環境経営を推進している程度が違えば、次に取り組まなければならない課題は異なります。EMSをすでに導入している企業では、より高いレベルの社内の環境活動や、経営資源を生かした社会貢献活動が課題です。EMSは導入しているが環境事業を行っていない場合は、環境経営の付加価値を生み出すための本業に結びつく事業の創出も課題でしょう。環境事業実施企業では、事業の育成や発展が課題です。環境事業に取り組んでいる企業でEMSを導入していない場合は、自社の環境負荷を削減するためにEMSを導入することも課題ですし、何もしていない企業では、環境経営の第一歩として、自社の環境負荷に目を向けることが課題と言えます。

タイプが違えば課題が異なるので、当然ながら、求める支援も違ってきます。つまり、中小企業はさまざまなタイプがあるため単一の政策で支援できる範囲は限られてくるのです。自治体などが行っている中小企業の環境経営支援策は、どのようなタイプに向けたものなのでしょうか。必ずしも明確になっていないと思います。

2つは、「環境コミュニケーション」という視点です。環境コミュニケーションは狭義には、環境問題や環境活動など環境に関するメッセージを伝えたり伝えられたりするプロセスですが、広義には、受け手の環境配慮を促進し、相互行為を通じて社会の環境配慮を促進するプロセスという意味を含んでいます。現在、様々な組織が行っている中小企業への支援には、環境知識やノウハウの獲得や、社会貢献やビジネスの機会といった「場」を提供する活動が含まれています。ここでの「場」とは、単なる情報提供の場所ではなく、環境活動に関する情報交流を行い参加者が相互作用をする機会や仕組みという「環境コミュニケーション」の機会です。

地方自治体が地域の中小企業の環境経営を促進するために充当可能な財源は限られています。従来型の、EMS認証取得や環境設備投資への補助金にも限界があるでしょう。中小企業を取り巻くステイクホルダーが実施しているサービスを活用できるのではないのでしょうか。地域には何があって、何が足りないのでしょうか。地域の中小企業のタイプを踏まえて、どのような環境コミュニケーションの「場」を支援することで、環境経営面で地域が活性化するのでしょうか。全体として眺める視点が必要でしょう。