

環境報告書の内部機能に関する研究

井勝 久喜, 山崎 智恵, 宮川 雅充

Study on Internal Function of Environmental Reports

Hisayoshi IKATSU, Chie YAMASAKI, Masamitsu MIYAKAWA

キーワード：環境報告書、環境コミュニケーション、内部機能、ステークホルダー

1. はじめに

経済活動の主体である企業が環境に与える影響は大きく、地球環境問題解決のためには企業の積極的な取り組みが不可欠である。また、企業はステークホルダーの環境意識向上も重なって、自社の活動が地域の環境や地球環境に及ぼす影響に関して経営上の関心を持たざるを得ないのが現状である。具体例として、ISO14001が制定されてから1990年代後半以降国内で環境マネジメントに取り組む企業が増加し、企業は従来の法規制遵守の姿勢だけでなく、自主的な環境保全のための活動の促進とそれに関連する情報公開を行うようになった。環境問題への対応は企業の経営戦略として重視され、ステークホルダーへの情報公開の手段として環境報告書を発行する企業が急増している。

環境報告書は、企業内外へ環境情報を発信・コミュニケーションするツールであり、経営責任者の挨拶、環境保全に関する方針・目標・計画、環境マネジメントに関する状況、環境負荷の低減に向けた取

組の状況等が記載されている。環境報告書を作成・公表することにより、利害関係者間の環境コミュニケーションが促進され、環境保全に向けての取り組みの自主的改善が行われるとともに、社会からの信頼を勝ち得ていくことができる。

環境報告書の機能には、企業と社会との環境コミュニケーション手段としての外部機能と、企業自らが環境配慮の取組を見直し、改善するという内部機能がある¹⁾。従業員は企業活動の影響を直接に受ける非常に身近なステークホルダーであり、企業の環境活動の主体となる。そのため、従業員は環境報告書の重要な読者であるとされている²⁾。

環境報告書の利用者ニーズの研究、環境報告書の企業外部への効果に関する研究といった外部機能に関する研究は多い。しかし、環境報告書が内部のステークホルダーである従業員に対してどのように利用され、企業にどのような効果をもたらしているのかについては、ほとんど明らかにされていない。本研究は、環境報告書の社内利用の現状と従業員への

有用性を明らかにすることで、より有効な報告書作りを企業各社が行っていく際の有効な知見を得ることを目的としている。

2. 研究方法

岡山県内に事業所を持つ環境報告書（「環境・社会報告書」、「CSRレポート」、「サステナビリティレポート」、「レスポンシブル・ケア報告書」、「持続可能性報告書」を含む）発行企業を対象としてアンケート調査を行った。環境報告書発行企業は環境省「環境報告書データベース」³⁾、経済産業省「環境報告書プラザ」⁴⁾、日本規格協会「ISO14001審査登録状況」⁵⁾ からリストアップし、130社にアンケート調査票を送付した。アンケートは2007年9月15日から同11月1日の間に実施した。質問項目は、「回答企業の属性」、「環境報告書発行状況」、「環境報告書の社内利用」、「環境報告書の有用性」、「環境報告書の信頼性」の5つ分類について、合計27の質問項目を設定した。アンケートの解析にあたり、回答企業の業種分類は製造業に関しては「NSC報告書発行及びCSR実践に関するアンケート調査」に基づいて13分類とした⁶⁾。

3. 結果と考察

3-1. アンケート対象企業の属性

アンケートの有効回答数は59であり、回収率は45.4%であった。アンケートに回答した企業の業種は「製造業（加工・組立系）」が最も多く17社であった。続いて「製造業（化学系）」が13社、「製造業（食品系）」7社と製造業の回答が多かった。製造業（加工・組立系、化学系、食品系、素材系）と非製造業（製造業以外、その他）に分けると、「製造業」は39社（66.1%）、「非製造業」は19社（32.2%）であり、割合はほぼ2：1であった。

アンケートに回答した企業の従業員数は、「1,000～5,000人未満」が22社、37.3%であり最も多かった。「500人未満」の企業は合計で10社、16.9%であった。NSC（2006）アンケート調査では、「100～500人未満」の企業からの回答が33.9%あり、近年中小企業にも情報開示が拡大する傾向があるとされている。

アンケート回答企業59社中58社（98.3%）がISO14001認証を取得していた。また、中小企業向けの環境マネジメントシステムであるEA21は2社が取得していた。上場企業を対象に環境報告書の分析を行った河野の調査では、1999年度、2000年度版の環

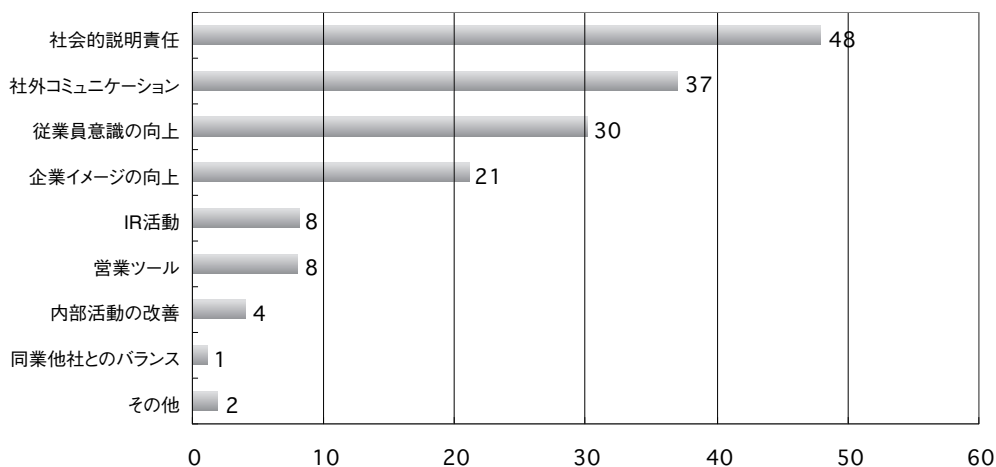


図1 環境報告書の作成目的

注) 回答企業数は56社、選択肢の中から3つまで選択

環境報告書発行する企業193社のうち162社（83.9%）がISO14001の認証を取得していた⁷⁾。ISO14001認証取得の普及は環境報告書作成の理由にもあげられている。本アンケートでも環境報告書発行企業の多くがISO14001認証を取得していることが分かった。

3-2. 環境報告書の発行目的

アンケート回答企業が想定する読者（複数回答）は、多い方から「従業員・組織員」38社、「取引先」36社、「株主・投資家」26社、「消費者」18社、「地域住民」11社の順であった。過去のアンケート調査でもこの4つの対象が想定する読者として多く挙げられていた⁶⁾。これは環境報告書発行企業が想定する読者が、企業の内部構成員である従業員と事業活動や資金調達に直接関係のあるステークホルダーであることを示している。「従業員・組織員」は自社の環境活動を推進する主体であり、また「従業員」、「消費者」、「株主」は企業の環境活動に対し直接的・中心的な関係をもち環境報告書の読者として重要性の高いステークホルダーとされている⁸⁾。本調査でも、「従業員」、「消費者」、「株主」が重要な読者とされていることが明らかとなった。

3-3. 環境報告書の社内利用

環境報告書の想定読者として「従業員・組織員」が重視され、作成目的として「従業員の啓発」が重視されるが、従業員が自社の環境報告書を利用する現状については明らかにされていない部分が多かった。従業員への環境報告書の配布について質問した結果、従業員への配布方法で最も多かったのは「従業員全員に配布する」であり36.2%であった。次に多かったのは「部署ごとに配布する」であり30.4%だった。従業員数と従業員への報告書の配布の関係を従業員数10,000人以上の企業と10,000人未満の企業とを比較したところ、従業員数10,000人以上の企業では「部署ごとに配布する」の回答が最も多く回答の

うち58.3%が選択していたが、10,000人未満の企業では「従業員全員に配布する」の回答が53.5%であり、最も多かった。予測されたことではあるが、従業員数が少ない企業の方が従業員に対して細かく報告書を配布する傾向が見られた。

企業が新たに環境報告書を作成した際に従業員に対して内容を読むように指示があったかどうかに関して質問した結果、89.9%の企業が自社の報告書を読むように指示をしていた。従業員に対して、環境報告書を読ませる強制力を持つ企業は全体のうち11.9%、強制力を持たず、呼びかけや紹介のみを行う企業は78.0%であった。一方で、報告書を作成しても自社の従業員に対して指示をしない企業が6.7%あった。約9割の企業が自社の環境配慮活動をまとめたレポートの内容を従業員に周知させようとしていることが分かった。しかしながら、強制力を持たない呼びかけで、どれだけの従業員が環境報告書を読んでいるのかについては疑問である。

図2に社内における報告書の利用目的を示した。「従業員の環境保全意識を高めるため」、「環境意識の向上・啓発」「取引先へ自社を説明するための道具」として報告書を利用することという回答の割合が多かった。これは井上の研究と同じ傾向であった⁸⁾。

環境省「環境報告書ガイドライン」には従業員の環境教育のツールとしての環境報告書の利用が記載されている。実際に企業が自社の報告書を従業員教育に利用しているかどうかについて質問した結果、自社の報告書を従業員の環境教育に利用している企業が78.6%あった。回答企業の約8割が報告書を従業員の環境教育のツールとして利用していることが明らかになった。

3-4. 環境報告書の有用性

自社の環境報告書がどのように役立っているかという有用性について質問した。井上の研究を参考にして21項目の質問を設定し「役立っている」、「役立

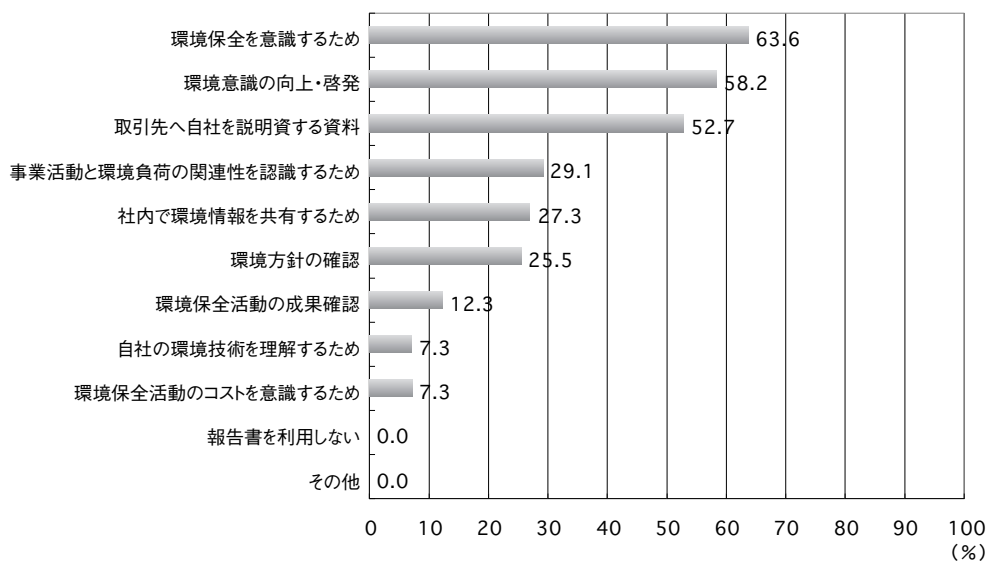


図2 社内における環境報告書の利用目的

注) 回答企業数は55社、選択肢の中から3つまで選択

っていない」、「分からない」の3択で回答を求めた⁸⁾。表1に質問項目ごとの結果を示した。どの質問項目も、「役立っていない」と回答するケースは少なかった。環境報告書発行企業がコストと労力をかけて環境マネジメントシステムを運営し、その成果をまとめたものである環境報告書に対して「役立っていない」という評価を選択しづらく、効果を感じづらい質問項目に関しては「分からない」を選択したのではないかと考えられる。

質問AからKの企業に対する有用性についての質問で「役立っている」の割合が高いのは「F.顧客が持つ企業・製品イメージの向上」が93.0%、「G.企業に対する顧客からの信頼性醸成」が89.5%、「H.顧客満足度の向上」が71.9%の3項目あった。つまり、顧客からの企業の環境イメージアップに関して環境報告書が役立っていると企業は感じている。これは井上の研究と同じ傾向を示した⁸⁾。

「D.売上増加」、「E.資金調達」、「I.マーケットシェアの拡大」に関して「役立っている」の評価が低いことは、環境情報開示は企業にとって実益的な目立った影響は少ないという、松尾の調査と一致した⁹⁾。

質問LからUの従業員に対する有用性についての10項目の質問で「役立っている」の割合が80%を越えている項目が7項目あり、従業員に対する有用性は、企業に対する有用性と比べて「役立っている」の割合が高い項目が多いことが明らかとなった。一方、「S.業務上での部門間の協力体制強化に役立っている」という項目は「役立っている」という回答が37.5%と非常に低かった。

環境報告書が従業員の啓発や、環境保全活動への意識を高めることに対して有用だと考えている企業が多いことが明らかとなった。また、環境報告書は社外への自社説明用資料として有用であるという回答が多かった、このことは、環境報告書の有用性の中で、従業員が直接利用したりすることに対する有用性を評価しやすいということを示しているのではないと思われる。一方で、業務上での部門間の協力体制強化や業務の遂行などに役立ったかどうかは、直接評価することが難しいため、分からないという回答が多くなったものと思われる。

製造業と非製造業で有用性に差のある項目を抽出した結果、「A.利益改善」、「B.生産性向上」、「D.売上

増加」の項目で「役立っている」の割合が製造業の方が高かった。製造業は製造過程における廃棄物の抑制、エネルギー節約といった具体的な施策を行っている。その効果を評価しているのではないかと考えられる。

売上高1,000億円未満と1,000億円以上で有用性に差のあった項目を抽出した結果、売上高1,000億円以上の企業が「D.売上高増加」と「U.製品理解」について「役立っている」と答えた割合が多かった。売上高が多く従業員数が多い大規模の企業が、環境報告

書が売上高の増加に役立ち、自社の利益になっていると答える傾向があった。

表2に従業員数と有用性の比較結果で従業員数10,000人未満と、従業員数10,000人以上で差のあった項目を示した。「A.利益改善」、「B.生産性向上」「C.営業効率」、「E.資金調達」、「H.顧客満足」、「U.製品理解」で「役立っている」という割合が従業員数10,000人以上の企業で多かった。規模の大きな企業ほど、従業員が自社の製品を理解するために、環境報告書が役立っていると答える傾向があった。

表1 環境報告書の有用性

	回答数	役立っている(%)	役立っていない(%)	分からない(%)
A. 会社の利益改善に役立っている	57	45.6	15.8	38.6
B. 会社の生産性向上に役立っている	55	43.6	18.2	38.2
C. 会社の営業効率向上に役立っている	57	45.6	15.8	38.6
D. 会社の売上増加に役立っている	57	31.6	10.5	57.9
E. 会社の資金調達のために役立っている	57	26.3	8.8	64.9
F. 顧客が持つ企業・製品イメージの向上に役立っている	57	93.0	1.8	5.3
G. 企業に対する顧客からの信頼性醸成に役立っている	57	89.5	1.8	8.8
H. 顧客満足の向上に役立っている	57	71.9	3.5	24.6
I. マーケットシェアの拡大に役立っている	57	22.8	14.0	63.2
J. 会社の株価上昇に役立っている	38	36.8	5.3	57.9
K. 優秀な人材確保に役立っている	56	32.1	3.6	64.3
L. 業務遂行上、環境保全を意識し、環境負荷低減に努めることに役立っている	57	89.5	3.5	7.0
M. 事業活動全体と環境負荷との関連性を、明確に認識することに役立っている	57	86.0	3.5	10.5
N. 自己の所属部門・自社の環境保全活動の成果を確認することに役立っている	57	82.5	1.8	15.8
O. 自社の環境経営方針や計画・目標を認識して、業務を遂行することに役立っている	57	93.0	1.8	5.3
P. 環境保全のコストを意識して、業務を遂行することに役立っている	57	52.6	1.8	45.6
Q. 全般的な環境意識の向上や啓発に役立っている	57	94.7	0.0	5.3
R. 社内における環境情報の共有化に役立っている	57	91.2	1.8	7.0
S. 業務上での部門間の協力体制強化に役立っている	56	37.5	12.5	50.0
T. 取引先に説明するための資料として役立っている	57	80.7	5.3	14.0
U. 自社の環境技術・環境配慮型製品などの理解促進に役立っている	57	68.4	1.8	29.8

注)「J. 会社の株価上昇に役立っている」は上場企業のみ回答した。

表2 環境報告書の有用性に対する従業員数の影響

A.利益改善	役立っている (%)	役立っていない (%)	分からない (%)
10000人未満 (N=45)	40.0	20.0	40.0
10000人以上 (N=12)	66.7	11.1	33.3

B.生産向上	役立っている (%)	役立っていない (%)	分からない (%)
10000人未満 (N=44)	38.6	20.5	40.9
10000人以上 (N=11)	63.6	9.1	27.3

C.営業効率	役立っている (%)	役立っていない (%)	分からない (%)
10000人未満 (N=45)	37.8	17.8	44.4
10000人以上 (N=11)	75.0	8.3	16.7

E.資金調達	役立っている (%)	役立っていない (%)	分からない (%)
10000人未満 (N=45)	22.2	11.1	66.7
10000人以上 (N=12)	41.7	0.0	58.3

H.顧客満足	役立っている (%)	役立っていない (%)	分からない (%)
10000人未満 (N=45)	68.9	4.4	26.7
10000人以上 (N=12)	83.3	0.0	16.7

U.製品理解	役立っている (%)	役立っていない (%)	分からない (%)
10000人未満 (N=45)	62.2	2.2	35.6
10000人以上 (N=12)	91.7	0.0	8.3

3-5. 従業員にとって環境報告書が有用である ための情報特性

図3に「従業員にとって有用な報告書に必要な要素」について示した。従業員、企業関係者は報告書等の用語等の分かりやすさよりもグラフや表の明確さを重視する特徴があるとされる¹⁰⁾。また、従業員にとって「環境報告書が有用であるための情報特性」は「理解容易性」、「アクセス容易性」、「目的適合性」とされている。今回のアンケート結果では「理解しやすさ」が最も多く、次に「利用目的に適合」が多かったことから、この2点が重視されているという

報告¹⁰⁾と同じ傾向が見られた。

また、従業員は同業他社や自社の過去の報告書との比較を重視する傾向があるとされていたが、今回「比較できる」の回答の割合は低かった。「理解容易性」は従業員だけでなく、あらゆる立場のステークホルダーが重視する要素である。本調査では「アクセス容易性」、「情報の比較」よりも、「理解しやすさ」、「利用しやすい量・形態」を重視する傾向が見られた。

4. おわりに

アンケート調査から、環境報告書の想定読者として「従業員」が想定され、環境報告書の作成目的と

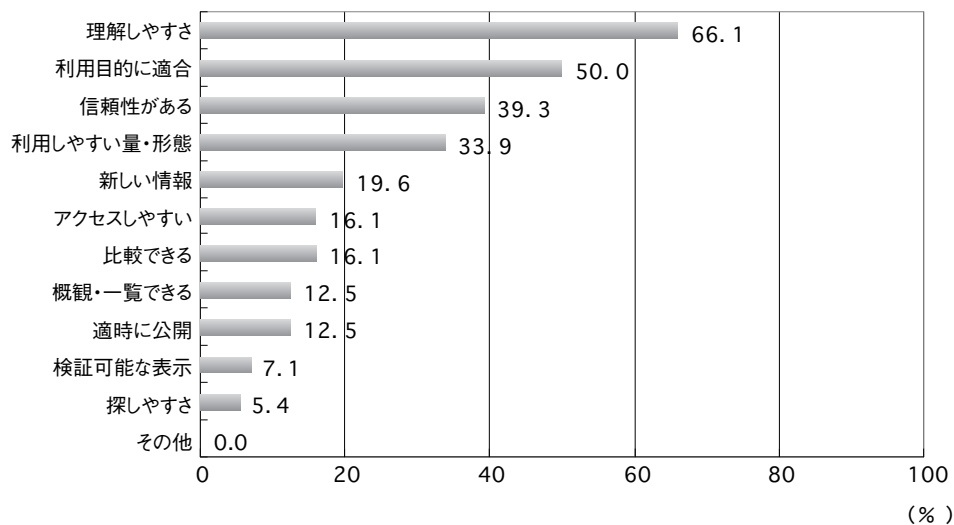


図3 従業員の利用に対する環境報告書に必要な要素

注) 回答企業数は56社、選択肢の中から3つまで選択

して「従業員の環境保全意識の向上」が重視されていることが明らかになった。環境報告書が、従業員の意識啓発や顧客からの企業イメージのアップや信頼性の醸成に役立っていると回答した企業が多かった一方で、売上高上昇や株価上昇、資金調達といった実益的な部分に役立っていると回答した企業は少なかった。環境報告書の有用性に関する意識調査では「業種」、「従業員数」、「売上高」、「事業所の形態」によって評価が異なる項目が見られた。

本研究で、多くの企業が環境報告書を従業員の教育に利用し、従業員の意見を自社の環境報告書に反映させていることが明らかになった。これは環境報告書に定義されている内部機能を満たすものである。一方で、環境報告書を作成しても従業員が利用することがない企業や、最も身近なステークホルダーである従業員の意見を反映していない報告書があることが分かった。これは、環境報告書の内部機能と環境コミュニケーションを十分に満たさないものである。企業内部のステークホルダーである従業員に対しては環境に関する知識の構築、環境教育の徹底が必要とされており、一部の従業員による環境への取組の展開ではなく、社内全体に浸透させる必要があ

るとされる。

環境報告書を作成しても従業員に対して利用することなく、従業員の意見を反映していない企業があるということは、環境経営に関心が高いとされる環境報告書発行企業にも関わらず、報告書を自社の宣伝利用のみを目的とすること、あるいは現在の環境改善の潮流から外れないために報告書を作成する企業もあるのではないかと考えられる。

本研究は環境報告書の内部機能である「従業員の意識の啓発」、「環境報告書の環境教育への利用」の現状と従業員への環境報告書の有用性に関して調査したものであり、調査対象は、企業の環境活動や環境部門に関わる従業員を対象にしたものである。その結果、多くの企業が「従業員の意識啓発」と「環境報告書の環境教育への利用」を行い、この2つにおける環境報告書の有用性を感じていることが明らかになった。しかし、企業の環境活動に関わる従業員とそれ以外の一般の従業員には環境意識に差がある場合が想定される。普段は環境活動に関わらない一般の従業員も調査対象にすることで、環境報告書の内部機能の現状がより明らかになると考える。また、アンケート調査だけでは環境報告書の従業員利

用の現状や有用性に関して把握できない情報もあるため、企業や従業員への聞き取り調査等を行うことが必要だと思われる。

【参考文献】

- 1) 環境省「環境報告ガイドライン2007」
- 2) 経済産業省「ステークホルダー重視による環境レポートニングガイドライン2001」
- 3) 環境省「環境報告書データベース」
<http://www.kankyohokoku.jp/>
- 4) 経済産業省「環境報告書ブラザ」
<http://www.ecosearch.jp/>
- 5) 日本規格協会「ISO14001審査登録状況データ」
http://www.jsa.or.jp/stdz/iso/iso14000_05.asp
- 6) NSC CSR部会研究報告書「CSRの可能性－日本企業の現状とその基本理念－」NSC（サステナビリティ・コミュニケーションネットワーク）（2006）
- 7) 河野正男「環境報告書と審査登録制度」産業経理63（3）、4-12（2003）
- 8) 井上昌美「環境報告書における環境情報の有用性に関する実証研究」サステナブルマネジメント4（1・2）、105-124（2005）
- 9) 松尾圭正「環境情報開示目的に関する調査報告－調査項目別集計を中心として－」關西大學商學論集51（1／2／3）、247-261（2006）
- 10) 國部克彦、平山健次郎編「日本企業の環境報告－問い直される情報開示の意義－」財団法人地球環境戦略研究機関（IGES）関西研究センター著（2004）

Abstract

An environmental report is one of the communication tools which informs a company's environmental action to multi-stakeholders. Recently the number of companies publishing environmental reports has increased, but, internal functions of an environmental report are not studied. Therefore, by this study, we surveyed the publication situation and contents of environmental reports from the view point of a communication tool for employees, and analyzed them based on types of industry. It became clear by this research that "improvement in an employee's environmental preservation consciousness" is thought a creation purpose of environmental reports, and that many companies use environmental reports for an employee's education.

Key words : Environmental report, Environmental communication, Internal function, Stakeholders