

## ～しがぎん県内企業動向調査「特別項目」～

2009年9月

### 「エコ関連商品」の普及による企業経営への効果

太陽光発電パネルやハイブリッド車などの「エコ関連商品」受注や売上が増加している。そこで「エコ関連商品」の製造・販売が企業経営に及ぼす効果や、普及に向けて求められる施策について、8月に実施した「県内企業動向調査」の中で特別アンケートを実施した。

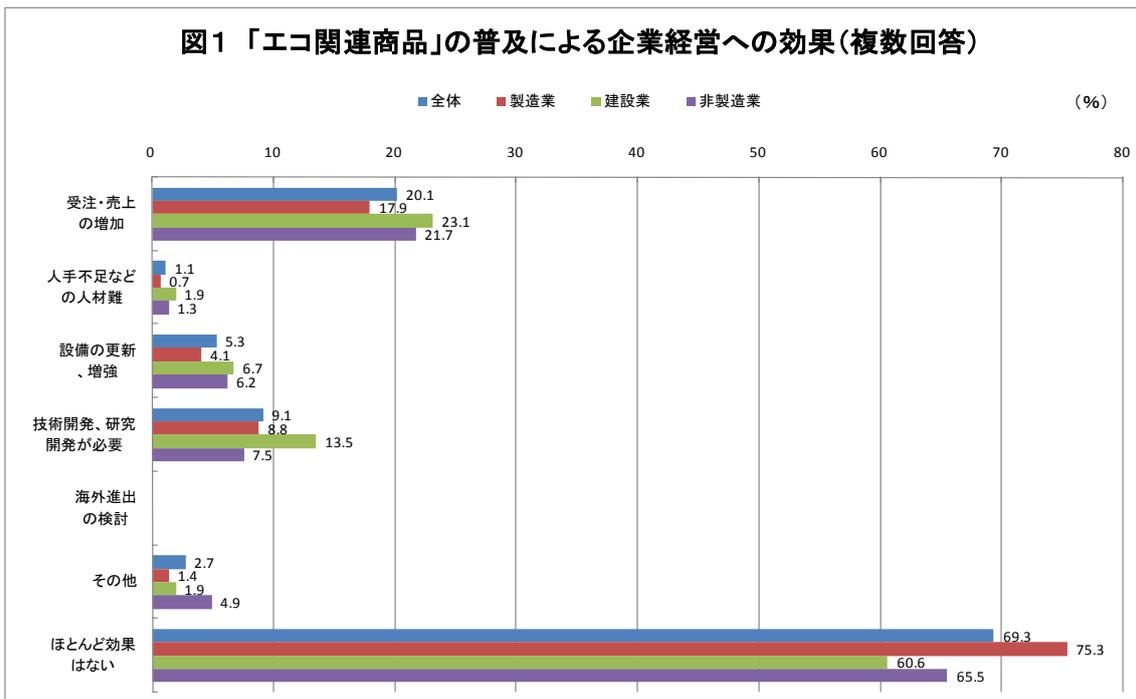
調査名：「県内企業動向調査・特別項目」  
 調査時期：8月5日～27日  
 調査対象先：1,552社  
 有効回答数：691社  
 （有効回答率 45%）  
 うち製造業：320社（46%）  
 うち建設業：108社（16%）  
 うち非製造業：263社（38%）

#### ◆ 「エコ関連商品」の普及による企業経営への効果

##### …全体の約3割が「効果あり」

「エコ関連商品」の普及による企業経営への効果について尋ねたところ（複数回答）、「受注・売上の増加」が20.1%と最も多く、「技術開発、研究開発が必要」が9.1%、「設備の更新、増強」が5.3%と続くなど、何らかの「効果がある」とする回答は30.7%となり、県内企業の約3割に達した（図1）。

また、「効果がある」とする企業を業種別にみると、**建設業**（39.4%）、**非製造業**（34.5%）、**製造業**（24.7%）の順となった。**建設業**では約4割で効果があるとしており、ビジネスチャンスとして積極的にエコ関連商品を取り扱っているとみられる。

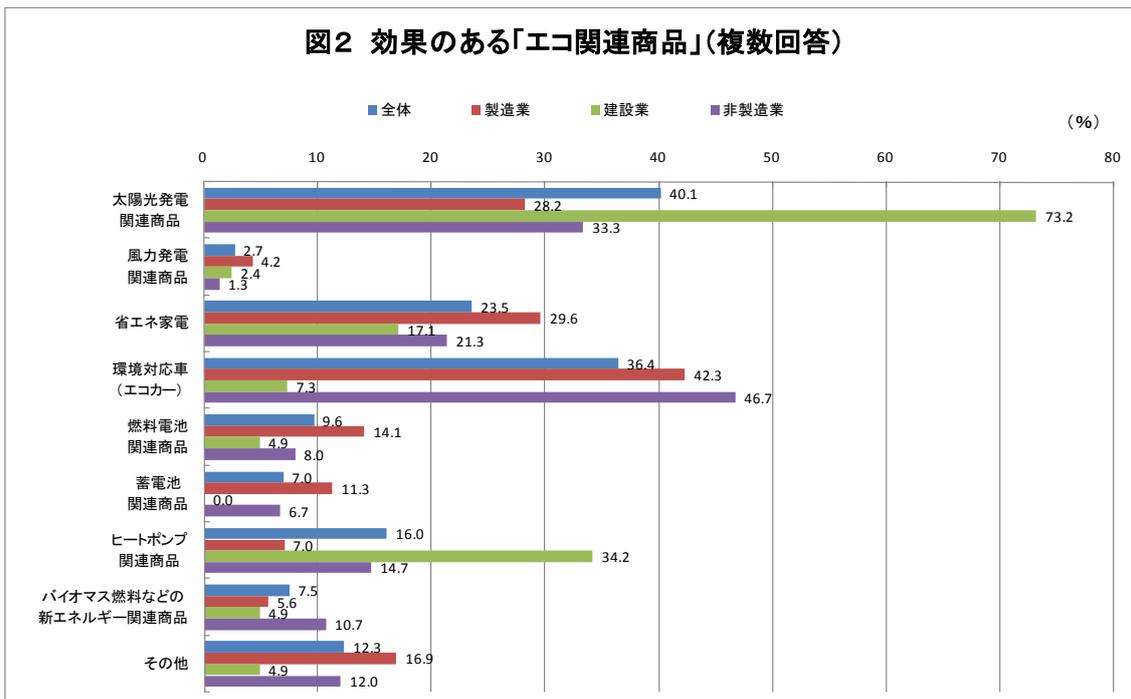


◆効果のある「エコ関連商品」

…「太陽光発電関連商品」が約4割と最多

前問で企業経営に「効果がある」とした企業に、具体的にどのような「エコ関連商品」で効果があるかを尋ねたところ(複数回答)、「太陽光発電関連商品」が40.1%と最も多く、「環境対応車(エコカー)」が36.4%、「省エネ家電(地デジTV、エアコンなど)」が23.5%と続いている(図2)。

主なエコ関連商品で回答の多かった業種をみると、「太陽光発電関連商品」と「ヒートポンプ関連商品」で最も多かったのが**建設業**(順に73.2%、34.2%)で、エコ住宅関連の設備受注増加の効果と考えられる。「環境対応車」で多かったのが**非製造業**(46.7%)と**製造業**(42.3%)で、**非製造業**の中でも自動車の販売・修理業などで効果があったため、サービス業が68.2%と多くなっている。「省エネ家電」でも**製造業**(29.6%)と**非製造業**(21.3%)が多かった。特に政府の経済政策により売上が伸びている商品に回答が集中している。

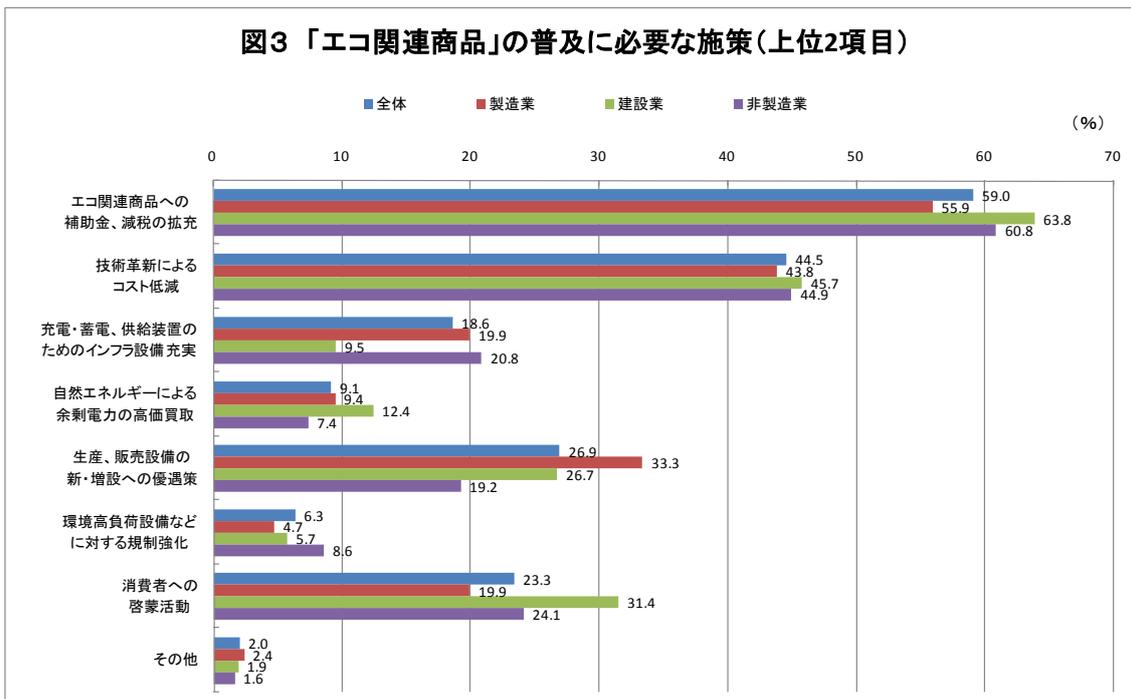


### ◆「エコ関連商品」の普及に必要な施策

#### …「エコ関連商品への補助金、減税の拡充」が約6割と最多

すべての企業に「エコ関連商品」の普及には何が必要かを尋ねたところ(上位2項目)、「エコ関連商品への補助金、減税の拡充」(59.0%)が最も多く、次いで「技術革新によるコスト低減」(44.5%)が多くなっている(図3)。他には「生産、販売設備の新・増設への優遇策」(26.9%)、「消費者への啓蒙活動」(23.3%)が続いており、県内企業の約6割は「エコ関連商品への補助金、減税の拡充」がエコ関連商品の普及に有効としている。

特に業種ごとの特徴があらわれた項目をみると、「生産、販売設備の新・増設への優遇策」では**製造業**が33.3%と最も多くなった。エコ関連商品の増産により生産設備の新・増設が必要になるとの期待がうかがえる。また、「消費者への啓蒙活動」では**建設業**が31.4%と最も多くなった。環境保全に対する消費者の意識向上が受注増加につながるとの期待が強いようだ。



しがぎん経済文化センター  
林 明史