

カーボンニュートラル（CN）対応に関するアンケート結果 2025

2026.5.18
東海財務局

【調査対象】主要行、東海財務局管内に本店が所在する地域金融機関

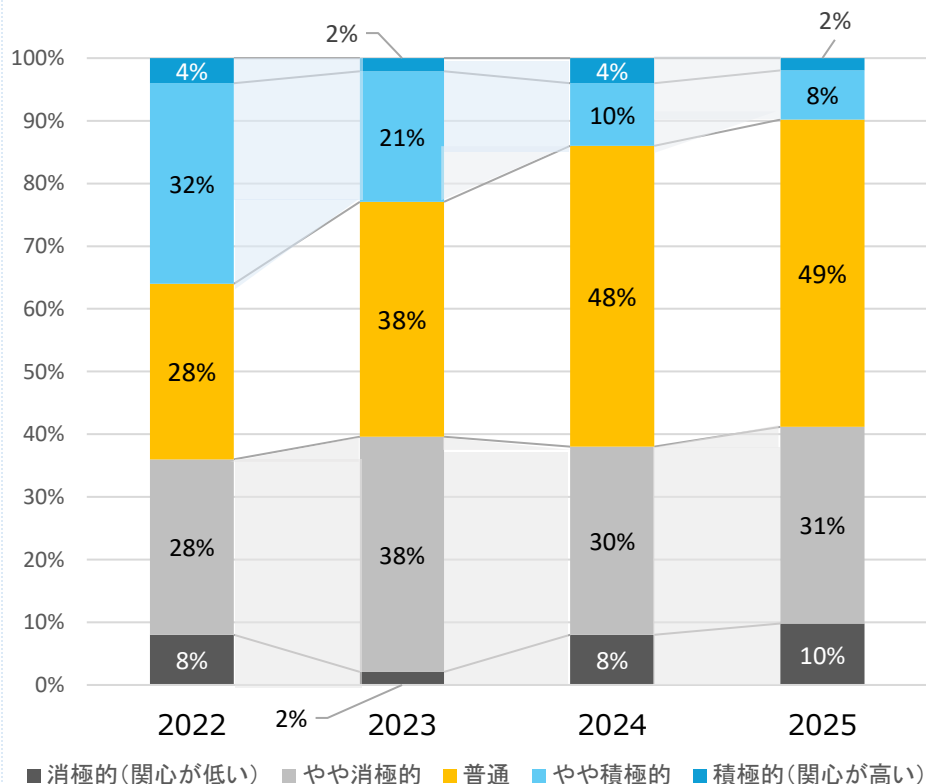
【調査期間】2025年度調査：令和8年2月2日～2月24日（回答51先）

（注）本アンケートは、各金融機関が取引先企業（自動車部品製造・加工等企業）に関し把握している情報等を踏まえ、その平均的な評価に基づき回答。

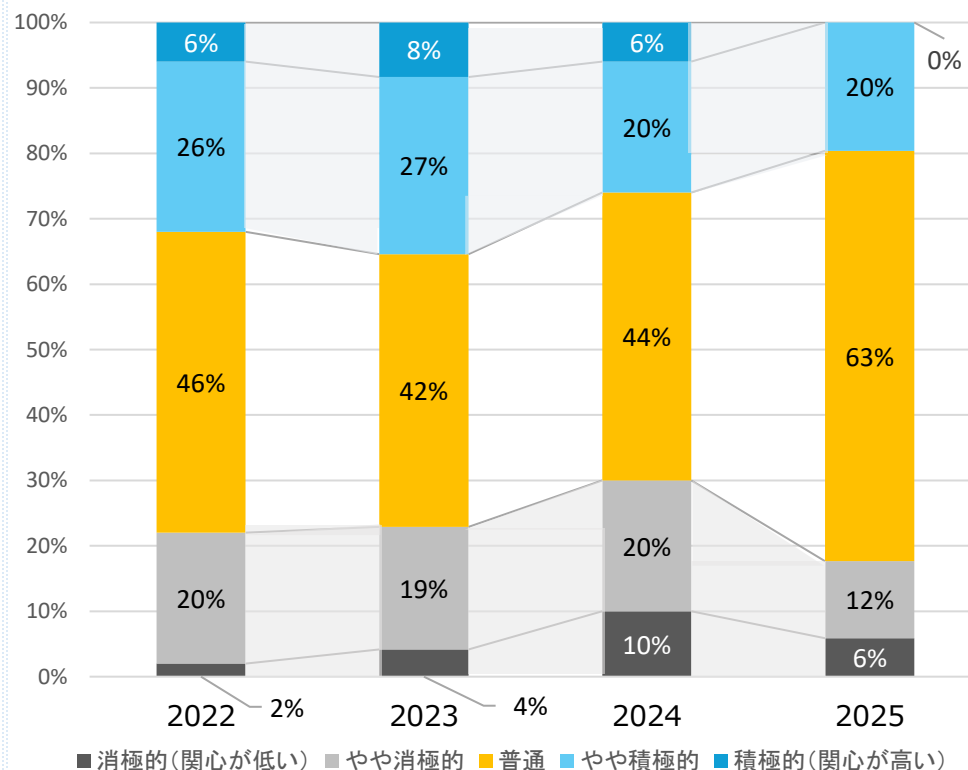
I 取引先のCNへの取組意欲（姿勢）について【金融機関による現状の評価】

- ✓ CO₂等排出量削減、EV化等への対応とも、積極的な姿勢（積極的・やや積極的）は減少傾向。
- ✓ EV化等への対応に比べ、CO₂等排出量削減は、消極的な姿勢（消極的・やや消極的）が高位で推移。
- ✓ いずれの対応も、普通が増加傾向。

1. (1) 製造現場におけるCO₂等の排出量削減への対応



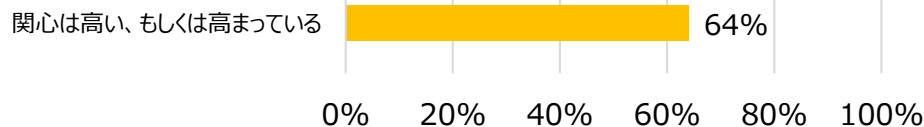
1. (2) EV化等の製品の変化への対応



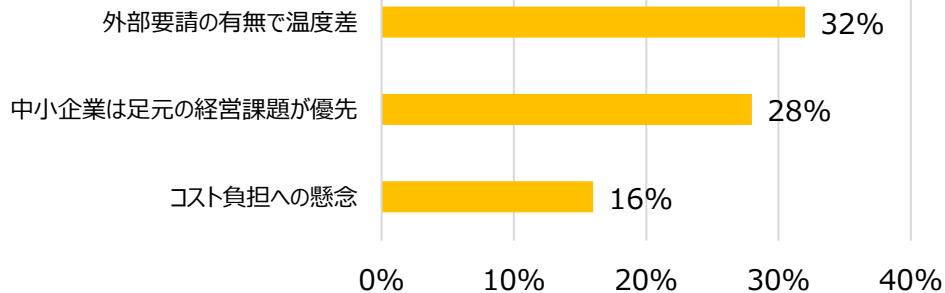
- ✓ CO₂等排出量削減について、「普通」との回答の背景を聞くと、「関心は高い」、もしくは「高まっている」との意見が6割超を占める。
- ✓ 反面、足元の経営課題等の現実的制約が、CNの取組み進展のネックとなっている状況がうかがえる。
- ✓ 消極的な姿勢（消極的・やや消極的）の背景として、目の前の課題、リソース等の不足のほか、外部からの要請が弱い点が挙げられている。

1. (1) 製造現場におけるCO₂等の排出量削減への対応

【「③普通」との回答の背景（自由記載に含まれる意見）】 N=25

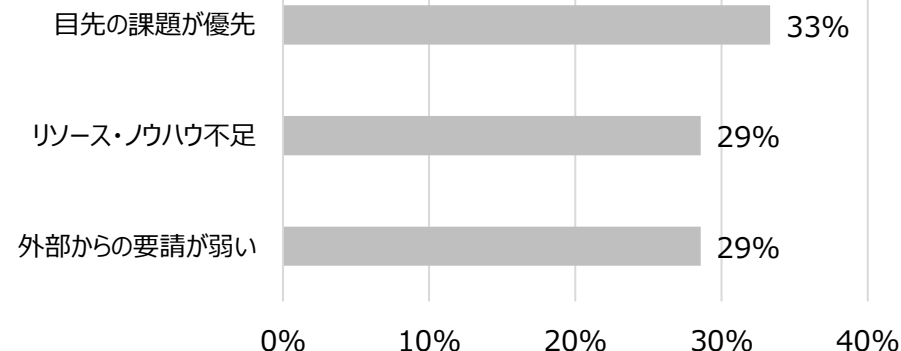


【「③普通」との回答の背景（自由記載に含まれる意見）】 N=25



- 取引先の多くはCNへの取組について「様子見」であり、自社の取引先からの要請や社会的な枠組みができてから対応したいとの意向が強い。
- 多くの経営者はCNに取組む必要性は理解しているものの、物価高騰や人手不足への対応が喫緊の経営課題となっており、中小企業におけるCNの優先度は相対的に低いのが実情。
- 社会的な要請は理解しているものの、費用対効果を踏まえて二の足を踏む取引先は未だ多い。

【「④やや消極的」、「⑤消極的」との回答の背景（自由記載に含まれる意見）】 N=21



◆ 目先の課題が優先

- 足元の優先課題は新エネルギー車化に伴う部品点数削減に対する打ち手（新規事業等）。
- CNを目指すメリットをあまり感じておらず優先順位が低い。

◆ リソース・ノウハウ不足

- 原材料高・人件費上昇等による余力資金が乏しい
- 営業店・本部ともこれに対応できる人的リソースが乏しい。

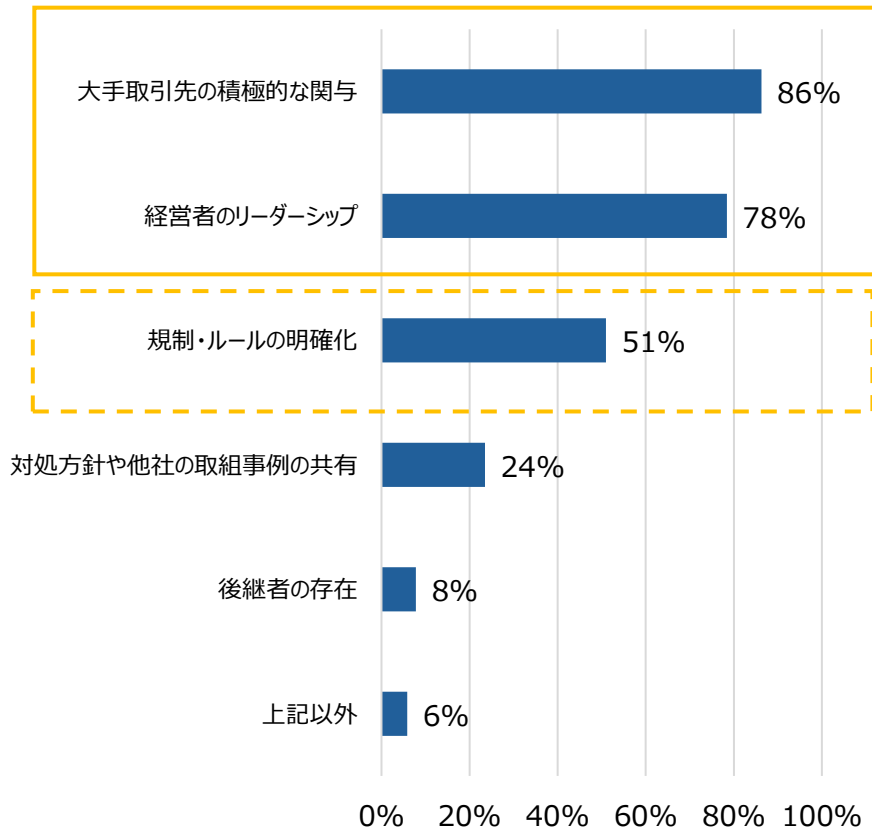
◆ 外部からの要請が弱い

- サプライヤーからの要請は未だ受けていない企業が多く、積極的に進んで取り組もうといった企業もかなり限られている。

II. 取引先のCNの取組みの推進に向けて

2. 取引先がCNの取組みを進めるにあたって、重要と考えられる項目（3つまで回答可）

- ✓ 「大手取引先の積極的な関与」・「経営者のリーダーシップ」ともに、重要との回答が8割程度を占めている。
- ✓ 「規制・ルールの明確化」を重要との回答も5割程度となっており、外的環境の整備を求める声も高くなっている。



✎ アンケートにおける金融機関の声

◆ 大手取引先の積極的な関与

- ・ 中小企業にとって、大手取引先の動向が経営者・オーナーの意思決定に影響する。
- ・ サプライヤーは取引先からの要請がないと、CNの取組を能動的に行いにくい。
- ・ CNに対する社会的要請については認識しているものの、追加でコスト負担が発生することは避けたい企業が多い。大手の積極的な関与や明確なリーダーシップがあることで、やる意義につながると考える。

◆ 経営者のリーダーシップ

- ・ 会社の経営方針を決定するのは代表者。代表者のリーダーシップが重要。
- ・ 人手不足の中小企業では、経営者が先頭に立ち、CNの取組を進めていくことが重要。
- ・ 中小企業ではCNの専門担当者を配置することが困難なケースが多く、経営者の判断に依存する傾向が強い。

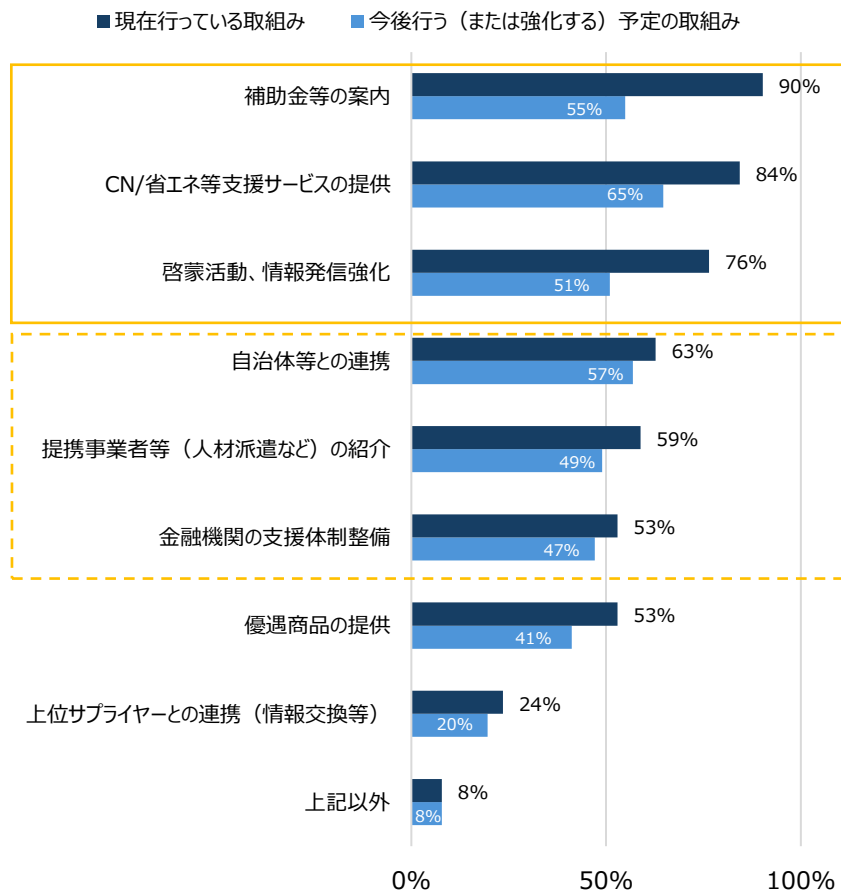
◆ 規制・ルールの明確化

- ・ 中小企業は慢性的な人手不足。限られたリソースの中でCNの優先順位は低いように見受けられるため、サプライヤーや規制の強化等、強制力をもって推進する必要がある。
- ・ 中小企業におけるCNについての意識は低い。炭素税等の外的要因による強制力がある程度必要だと思われる。

II. 取引先のCNの取組みの推進に向けて

3. 金融機関において、取引先のCN支援のために「現在行っている」・「今後行う（または強化する）予定」の取組み（複数回答可）

- ✓ 「補助金等の案内」・「CN/省エネ等支援サービスの提供」・「啓蒙活動・情報発信強化」については、すでに8割近くの金融機関が実施している。
- ✓ 今後は、「自治体等との連携」や「提携事業者等の紹介」、「金融機関の支援態勢整備」をさらに強化する取組みとして回答している金融機関も多く、取引先に対する積極的なCN支援態勢がうかがえる。



✎ アンケートにおける金融機関の具体的な取組み

◆ 補助金等の案内

- CNの意義を説くだけでは限界があり、経済合理性を訴える必要がある。
- 補助金や助成金など、CNに取り組むことによるメリットをわかりやすく理解させることで、顧客に対する意識づけを行っている。

◆ CN/省エネサポート支援サービスの提供

- 有価証券報告でのサステナ開示義務化が間近に迫っており、サプライチェーン全体でのCO2排出量を含めた開示が求められるため、上場企業のみならず、その取引先であるサプライヤーに対しても、算定・削減クラウドサービスを展開予定。
- 中小企業がCNの専門人材を確保することは難しいため、本部でCN支援の専門人材を育成し、取引先支援を強化。

◆ 啓蒙活動・情報発信強化、外部機関との連携

- 地域企業（自動車部品製造以外を含む）の脱炭素への啓蒙を狙いとして、専門部署による取引先とのディスカッションを継続するとともに、地域内企業の持続的な活動につなげるため、外部機関との連携を含めた情報提供とソリューション提供を継続する方針。
- 当金庫の主要取引先はTier 3以下が多く、中小・零細製造業となる。今後は大手販売先からCNの取組状況により、売上に影響があるとともに、価格転嫁交渉にも影響がある可能性が高い。取引先の事業承継の観点からも、CNの取組みの重要性についての啓蒙活動、情報提供による支援が必要。

◆ 自治体との連携

- 中小企業にとっては、資金面や制度理解のハードルが高くCNへの対応が進みにくい。自治体と連携することで資金・制度・実行支援を一体的に提供でき、取引先の取組みも現実的なものになるため。