調査レポート

埼玉県内企業におけるサーキュラーエコノミーの取り組みの現状について

ぶぎん地域経済研究所 専務取締役／チーフエコノミスト **大西 浩一郎**

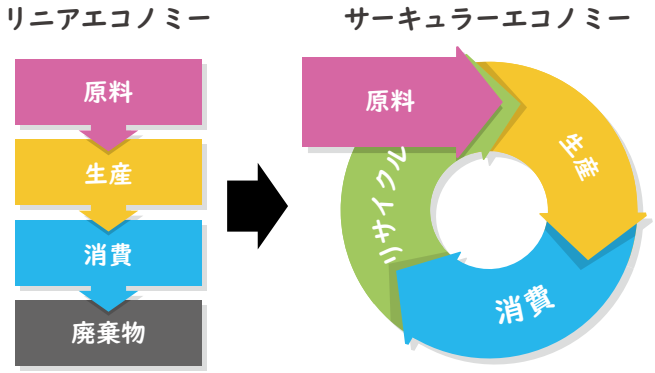
サーキュラーエコノミー（循環経済）とは、事業のあらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図る経済活動である。環境対応というだけでなく、各分野で成長市場となり得るほか、経済安全保障の観点からも重要性を増している。当研究所では、「企業経営動向調査」の付帯調査として、県内企業のサーキュラーエコノミーに対する理解や取り組みスタンス、具体的取り組み内容、課題認識などについてアンケート調査を実施し、現状を確認することとした。

■調査対象：県内企業 500 社
■調査方法（期間）：アンケート方式（４月 17 日～５月 22 日）
■回答企業：133 社（回答率 26.6%）
■業種別内訳：製造業 70 社、非製造業 63 社
■規模別内訳：規模の大きい企業（100 人以上）60 社、規模の小さい企業（100 人未満）73 社

はじめに

サーキュラーエコノミー（循環経済）とは、事業のあらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図る経済活動である。従来の「作って、使って、捨てる」一本線の経済（リニアエコノミー）と異なり、廃棄物を出さないことを前提に設計し、利用を繰り返し、またはリサイクルして資源を循環させる（概念図参照）。

概念図　リニアエコノミーからサーキュラーエコノミーへ



サーキュラーエコノミー推進センター埼玉 HP 掲載資料をもとに、弊社にて作図

わが国で定着している３R（Reduce・削減、Reuse・再利用、Recycle・再資源化）は廃棄物を減らす手法であり、サーキュラーエコノミーの考え方とは完全には重ならないが、構成要素として十分活用可能である。

サーキュラーエコノミーは、温室効果ガスの排出削減や自然の負担軽減などの環境対応というだけでなく、それ自体が世界的な巨大市場となって企業に成長機会をもたらすと考えられている。また、中国のレアアース輸出規制や中東情勢の緊迫化を受けた化石燃料の市況急変・供給不安から、わが国では経済安全保障の重要性が一段と高まっているが、その観点からもサーキュラーエコノミーは有効な対応策としてひと際注目を集めている。

こうした中、政府はサーキュラーエコノミーを国家戦略と位置づけ、循環型社会形成推進基本計画に沿って、関係閣僚会議のもとサーキュラーエコノミーの実装に取り組んでいる。また埼玉県は、令和５年度（2023 年度）から補助金制度を設けるなどしてサーキュラーエコノミーの推進に注力しているほか、「サーキュラー

エコノミー推進センター埼玉」（以下では「推進センター」と呼ぶ）は、ワンストップ支援拠点として、情報発信、コーディネーターによる相談受付・マッチング、事業化支援のための資金補助などに注力している。（https://www.saitama-j.or.jp/junkan/）

ところで、県 HP 等を通して先進的な事例は確認できるが、県内企業のサーキュラーエコノミーの認識や取り組みの全体観はわからない。そこで当研究所では、四半期毎に実施する「企業経営動向調査」の付帯調査として、サーキュラーエコノミーに対する理解や取り組みスタンス、具体的取り組み内容、課題認識などについてアンケートを実施することとした。また、当該調査を補完する目的で、埼玉県の補助金に採択された事業者と推進センターに対する訪問ヒアリングも実施した。

県内企業が、今後、企業経営の基本方針や戦略を考えるに際して、自社が埼玉におけるサーキュラーエコノミーの取り組みの中でどのような立ち位置にあるかを確認し、先行きどのようなスピードでどこまで進めるかを判断するために本レポートをお役立ていただければ幸甚である。

サーキュラーエコノミーに関する認知・意識

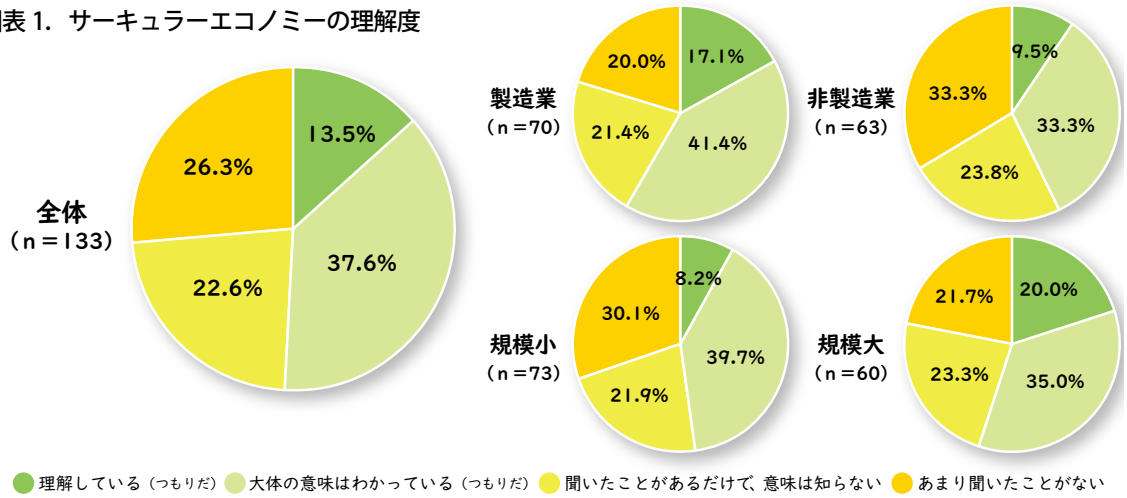
前述の通り、サーキュラーエコノミーは、従来型のリニアエコノミーとは発想の違う事業活動の枠組みであるため、県内企業各社がどう関わり合っているかについては、既に事業化している先進先から「初めて耳にする」という先までバラつきが大きいと考えられる。また、現時点では、取り組まなければ経営の安定が脅かされるという状況ではないため、取り組みスタンスも様々である。以下では、(1) サーキュラーエコノミーの理解度、(2) 事業との関係性、(3) 取り組み姿勢の順に、県内企業の実態を把握することとする。

⑴ サーキュラーエコノミーの理解度（図表 1）

サーキュラーエコノミーの理解度について尋ねたところ、「理解している（つもりだ）」は 13.5％、「大体の意味はわかっている（つもりだ）」は 37.6％となった。つまり、意味を含めて「サーキュラーエコノミー」を認識している先は、両者を合計した 51.1％、約半数ということになる。また、「聞いたことがあるだけで、意味は知らない」は 22.6％、「あまり聞いたことがない」は 26.3％で、それぞれ概ね 1/4 ずつを占めた。

埼玉県では、「埼玉県四半期経営動向調査（2025 年 4-6 月）」において、サーキュラーエコノミーの認知度と取組状況を取り纏めている（回答者数 1,279 社）。これをみると、「取り組んでいる」、「関心はあるが取組に至っていない」、「聞いたことはあるが、関心はない」の合計は 4 割にとどまる。一方、当研究所調査では、聞いたことがあるだけの先まで含めれば 7 割を超える。この差は、サンプルの違いや当研究所の質問票では冒頭にサーキュラーエコノミーの簡易な説明を記したこともあるが、調査時期には 1 年の開き

図表 1. サーキュラーエコノミーの理解度



があり、その間も埼玉県等が継続的に情報発信してきたことも、一定の影響を有するとみられる。ただ、上記のとおり、当研究所調査でも「あまり聞いたことがない」先が 1/4 と無視できない数に上っている点には留意する必要がある。

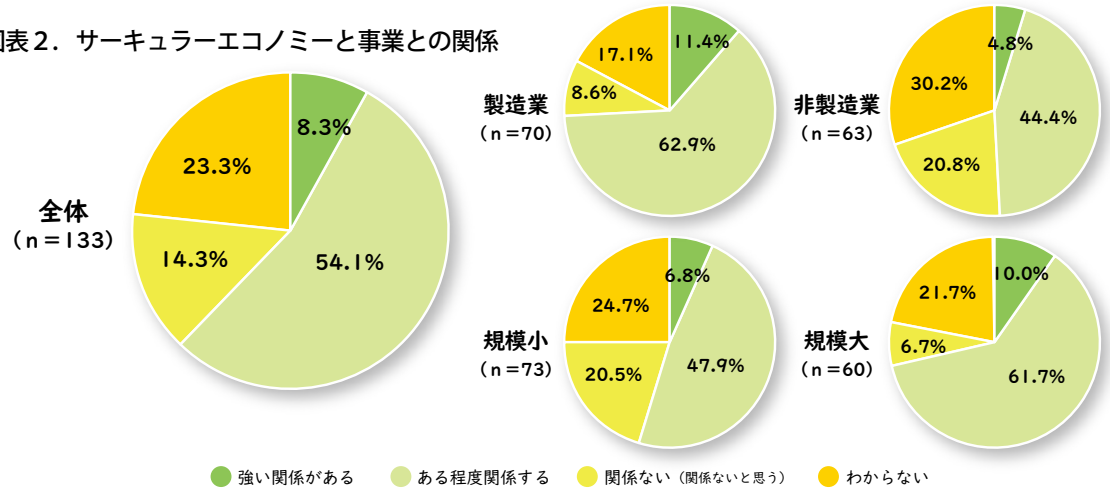
また、業種別にみると、サーキュラーエコノミーの対象が形あるモノであるだけに、製造業の認知が相対的に進んでおり、「理解している（つもりだ）」と「大体の意味はわかっている（つもりだ）」の合計は 6 割弱に上る。一方、非製造業では 3 社に 1 社が「あまり聞いたことがない」としている。また、規模別にみると、規模の大きい先の方が理解は進んでいるが、小さい先でも相応の認知が認められる。両者の間に極端な開きがあるわけではない。

⑵ 事業との関係性（図表 2）

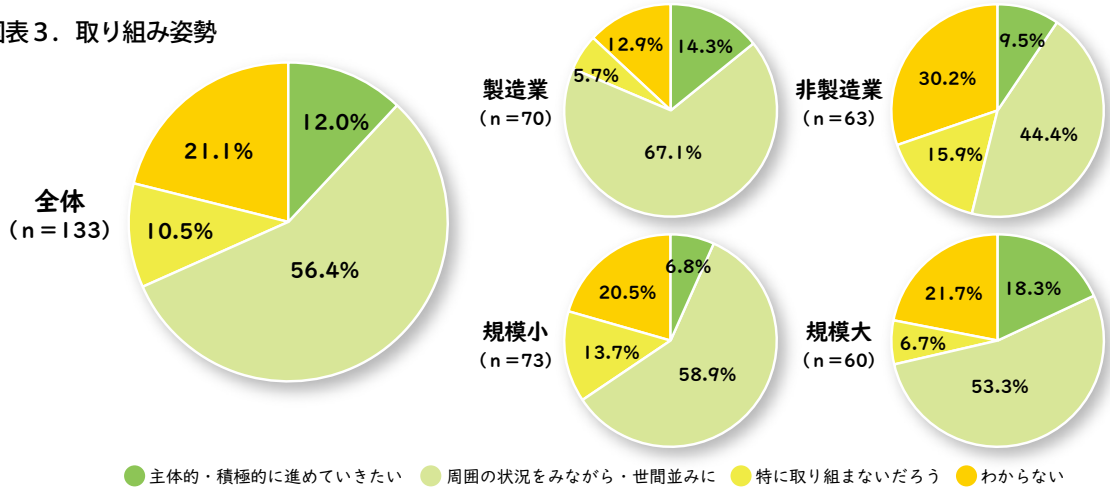
サーキュラーエコノミーと事業との関係性については、「強い関係がある」（8.3％）と「ある程度関係する」（54.1％）を合わせて 6 割強の先が認識。一方、「関係ない（関係ないと思う）」は 14.3％、「わからない」は 23.3％となった。

これを、業種別にみると、関係するとの認識は製造業の方が圧倒的に多い（製造業 74.3％、非製造業 49.2％）。これは、サーキュラーエコノミーの認知が製造業でより進んでいることの裏付けとなる。また、規模の大小で比べると、規模の大きな先では 7 割強が関係を認識している一方、規模の小さい先では「関係ない（関係ないと思う）」、「わからない」の多さが目立つ。すなわち、「規模の小さな非製造業」では、

図表２．サーキュラーエコノミーと事業との関係



図表３．取り組み姿勢



事業とサーキュラーエコノミーの関係を見出せていないケースが多いと考えられる。そうした先として、建設、不動産、卸売が複数みられる。

⑶ 取り組み姿勢（図表 3）

ここまで、県内企業のサーキュラーエコノミーの意味や事業との関係性についての認識を確認した。そのもとで、県内企業はサーキュラーエコノミーに対してどう向き合っているか、または今後どのような姿勢で臨むつもりなのか。結果をみると、「主体的・積極的に進めていきたい」は 12.0％にとどまり、「周囲の状況をみながら・世間並みに」が 56.4％と過半数を占めている。もっとも、「特に取り組まないだろう」との判断は 10.5％に限られる。このため、「やらないと決めているわけではないが、当面は受け身でよい」といったところが、サーキュラーエコノミーに対する県内企業の標準的な取り組み姿勢であると考えられる。今後、こうした姿勢が積極的なスタンスに変化していくことを期待したい。

業種別にみると、前項の「事業との関係性」と重なる点が多い。特に製造業では、前項における「ある程度関係がある」との回答（62.9％）と、「周囲の状況をみながら・世間並みに」（67.1％）が同様の構成比となっている。ただ、このような受け身姿勢が目立つものの、製造業は非製造業に比べれば前向きな姿勢にあると評価できる。また、規模別にみると、規模の大きい先では、２割近い先が「主体的・積極的に進めていきたい」としているためより意欲的にみえる。もっとも、「周囲の状況をみながら・世間並みに」まで含めれば、肯定的な向き合い方は規模の大小に関係なく大勢を占めると解釈できる（規模大 71.6％、規模小 65.7％）。この結果は、「『これからはサーキュラーエコノミーに取り組むことが重要である』との意識を潜在的に持つ企業経営者がいる」（推進センター）ことに通じるように思われる。

サーキュラーエコノミーの具体的取り組み

前節では県内企業におけるサーキュラーエコノミーに関する認識や姿勢をみた。以下では、サーキュラーエコノミーに取り組んでいる先（そうした計画・方針がある先を含む）を抽出し、その目的や実施内容をまとめることとする。

⑴ サーキュラーエコノミーの取り組み状況（図表 4）

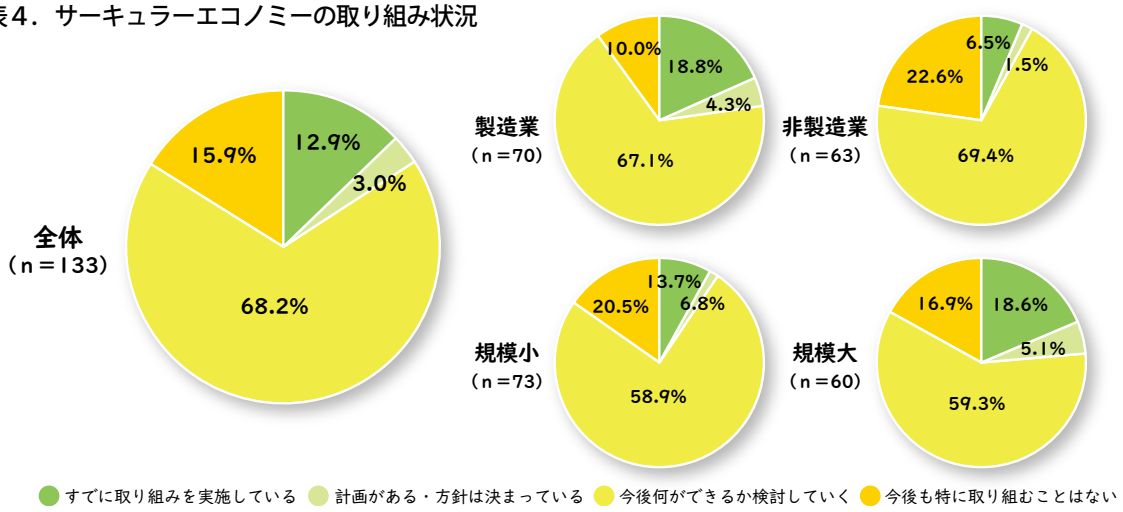
図表 4 の通り、「すでに取り組みを実施している」は 12.9％、「計画がある・方針は決まっている」は 3.0％となり、両者を合わせた 15.9％の先が行動を始めている。前出の「埼玉県四半期経営動向調査（2025 年 4-6 月）」では、サーキュラーエコノミーに「取り組んでいる」先は全体の 9.0％にとどまっていた。認知度と同様に、当調査の結果の方が良好である。とはいえ、「今後何ができるか検討していく」という中立的な先は全体の約７割に上っている。社会の変化をみながらタイミングを計っているこの企業群が今後どう動くか、こうした先に対して行政、金融機関等がどう働きかけていくかは、埼玉におけるサーキュラーエコノミーの行方を左右する重要なポイントである。

なお、業種別にみると、製造業では、実施先（計画・方針を含む）が２割強ある。この中では、紙・パルプ・紙加工品や金属製品などの素材業種が目立つほか、加工業種では埼玉県経済を代表する輸送用機械も多い。一方、非製造業では、「今後も特に取り組むことはない」と考えている先が２割強に上るが、これは卸売・小売や飲食業が中心である。規模別にみると、規模の大きい先の方が進んでいるという点以外、格別の特徴はない。

県内企業のアクション① 鉄スクラップ加工・廃棄物中間処理業（A社）

産業廃棄物から金属を取り出す過程で生じる残渣（残りかす）で石炭に代わる固形燃料を製造し、販売する計画。資源循環は社業そのものであるため、サーキュラーエコノミーは経営理念に通じるごく自然な取り組み。同時に、新市場の開拓にも期待している。当社は「100 億宣言」を行っており、売上高 100 億円実現に向けた具体的措置には、この固形燃料による売上・収益の拡大を組み込んでいる。残渣が固形化することは確認済であり、現在は練炭のように成型する装置の選定および品質の調整を行っている。

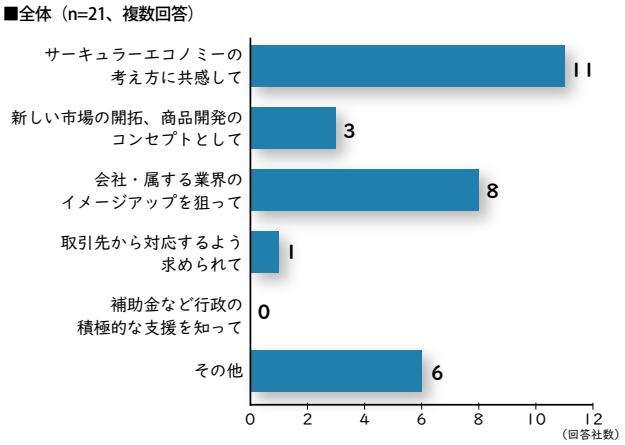
図表４．サーキュラーエコノミーの取り組み状況



⑵ 取り組み実施の理由、目的（図表 5）

前項において、「すでに取り組みを実施している」または「計画がある・方針は決まっている」と回答した先に対して、サーキュラーエコノミーに取り組む理由、目的を尋ねると（21 社、複数回答）、半数の 11 社が「サーキュラーエコノミーの考え方に共感して」と回答した。あくまでビジネスではあるものの、フィロソフィーも大事にしている様子が窺われる。次に多かったのが「会社・属する業界のイメージアップを狙って」の８社であり、このうち７社は規模の大きい先、業種としては輸送用機械と建設が複数みられる。「新しい市場の開拓、商品開発のコンセプトとして」や「取引先から対応するよう求められて」は、それぞれ３社、1 社に限られた。なお、「その他」については、「業種柄、実施済みである」（紙・パルプ・紙加工品）等の認識に基づいている。

図表 5.　取り組みの理由、目的



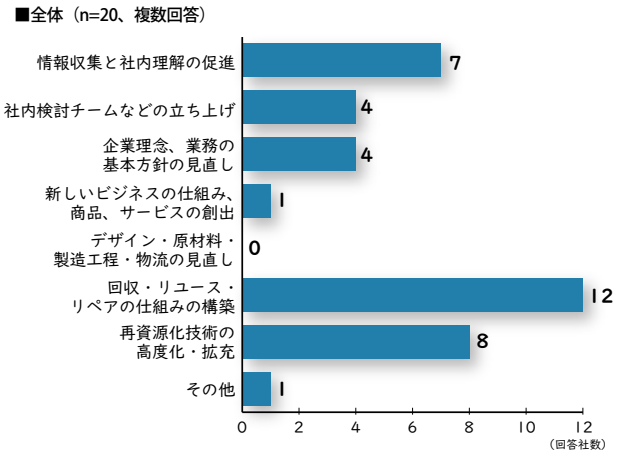
⑶ 取り組みの具体的内容（図表 6、7）

引き続き、「すでに取り組みを実施している」または「計画がある・方針は決まっている」と回答した先に対して、具体的な取り組み内容を尋ねると（20 社、複数回答）、新規に情報収集等から始める先と、もと

県内企業のアクション② 県産材を使った建具・家具製造業（B社）

地元の西川材を中心に循環利用できる木造建築構法の開発に取り組んでいる。既存の木工技術を活用して新たな組積造タイプの構造用部品を設計。強度テスト、改良を終え、今後敷地内に倉庫モデルとして建築する。取り組みの背景は、サーキュラーエコノミーの思想が会社の経営理念と共通するものであること、脱炭素社会に向けて大手取引先が持続可能な森林資源として地元の「顔が見える」木材を採用し始めていることなど。また、埼玉県の補助金制度も、「それならば」と新たな製品開発の背中を押す存在となった。
当社単独で事業を進めることは困難で、日本各地で開催される木工業界の会合で知り合った構造設計の専門家の協力を得ながら開発を続けた。将来的には、建設会社・建材商社等の取扱商品の一つとして採用してもらうことが重要。数量が出れば生産性が上がる。

図表 6. 取り組みの具体的内容



もとサーキュラーエコノミーに馴染みやすい業務を行ってきた先の２種類があることがわかった。前者は、「情報収集と社内理解の促進」（7 社）、「社内検討チームなどの立ち上げ」（4 社）、「企業理念、業務の基本方針の見直し」（4 社）に取り組んでおり、素材、加工、非製造業の幅広い業種に跨っている。

一方、後者の集団は、「回収・リユース・リペアの仕組みの構築」（12 社）を選択しており、紙・パルプ・紙加工品、鉄鋼、金属製品など素材型業種が中心となっている。ここには多年にわたる 3R（リデュース、リユース、リサイクル）の取り組みとその定着をもってサーキュラーエコノミーとしている先も含まれている。また、「再資源化技術の高度化・拡充」（8 社）も多い。

図表 7. 実施先リスト（具体的な実施内容の記述があった先のみ）

■凡例

取り組み内容	理由、目的	業況	資金繰り
① 企業理念、業務の基本方針の見直し ② 新しいビジネスの仕組み、商品、サービスの創出 ③ デザイン・原材料・製造工程・物流の見直し ④ 回収・リユース・リペアの仕組みの構築 ⑤ 再資源化技術の高度化・拡充	① サーキュラーエコノミーの考え方に共感 ② 新市場の開拓、商品開発のコンセプト ③ 会社・属する業界のイメージアップ ④ 取引先から対応するよう求められて ⑤ 補助金など行政の積極的な支援を知って ⑥ その他（もともとやっている等）	①良い ②普通 ③悪い	①良い ②普通 ③悪い

		取り組み内容	理由、目的	業況	資金繰り
A 社	パルプ・紙・紙加工品	⑤ リサイクル 90%以上	⑥	②	②
B 社	パルプ・紙・紙加工品	④ 段ボールでは既に出来上がっている	⑥	②	②
C 社	パルプ・紙・紙加工品	② 環境配慮型梱包資材の投入 ④ 廃プラスチック買取 ⑤ 再生プラスチック、廃プラスチックの活用	①②⑥	②	②
D 社	パルプ・紙・紙加工品	④ 機密文書回収経路の拡大	①③	②	②
E 社	鉄鋼・非鉄金属	④ 厳格なスクラップの回収とリサイクル	④⑥	②	②
F 社	一般機械器具	① ISO14001（環境マネジメントシステム）の認証を取得し、企業理念に反映 ④ 廃棄物の分別の徹底 ⑤ 廃棄物の回収業者の選別	①	②	②
G 社	輸送用機械	④ 中古部品をオーバーホールして再生するリビルド事業を展開	②③	②	②
H 社	輸送用機械	④ 材料スクラップのリユース	①	②	②
I 社	塗装・印刷	④ 廃塗料の再資源化 ⑤ 廃塗料の再資源化	③	②	②
J 社	建設	④ 廃材の再資源化 ⑤ 廃材の細分化	⑥	②	①
K 社	建設	① 環境意識の高揚	①③	②	②
L 社	自動車販売	④ 関連会社によるリサイクル事業	①	①	①
M 社	事務機器販売	① 環境保全活動と経営活動の同軸化 ④ グループ全体で循環型社会実現のための取り組みを実践	①③	①	②
N 社	廃棄物処理	⑤ 循環させる対象の拡大	⑥	②	②

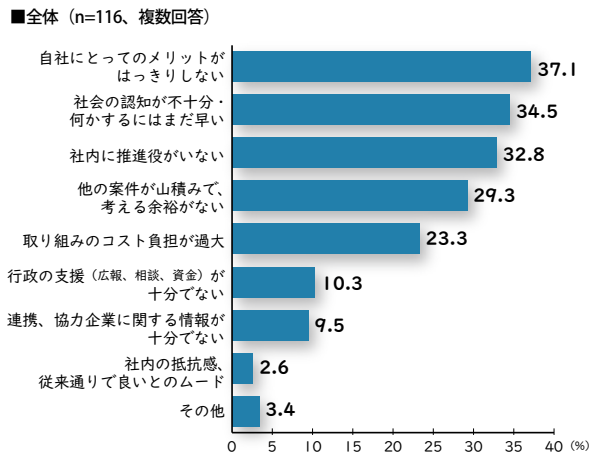
業種は様々だが、特に紙・パルプ・紙加工品と建設が複数みられている。

なお、今回調査では、上記設問で「企業理念、業務の基本方針の見直し」から「再資源化技術の高度化・拡充」までを回答した先に対して、具体的内容の記入を求めた。前頁**図表 7** はこれをリスト化したもので、サーキュラーエコノミーに取り組む理由、目的に関する設問への回答も入れた。また、「企業動向調査」における業況判断と資金繰り判断も盛り込むこととした。いずれの先も、業況、資金繰りともに「普通」以上であり、サーキュラーエコノミーに取り組むためには、既存事業の安定性や資金繰りに懸念がないことが条件であることを示唆している。この点、推進センターでも、「実施先の多くは主力事業を持っている。サーキュラーエコノミーは第 2、第 3 の柱として位置づけられている」との見方にある。

サーキュラーエコノミーの取り組みを巡る課題（図表 8、9）

最後に、サーキュラーエコノミーの取り組みを巡る課題やボトルネックについてみる。結果をみると、回答は広く分散している。その中で最も多いのが「自社にとってのメリットがはっきりしない」（37.1％）となった。ちなみに推進センターでも、「何かを廃棄するには費用がかかる。そうした支出要素を収益に転換したい、又は費用を削減したいという趣旨の相談は多い。推進センターとしても、『稼げる取り組み』となることを重視している」としている。

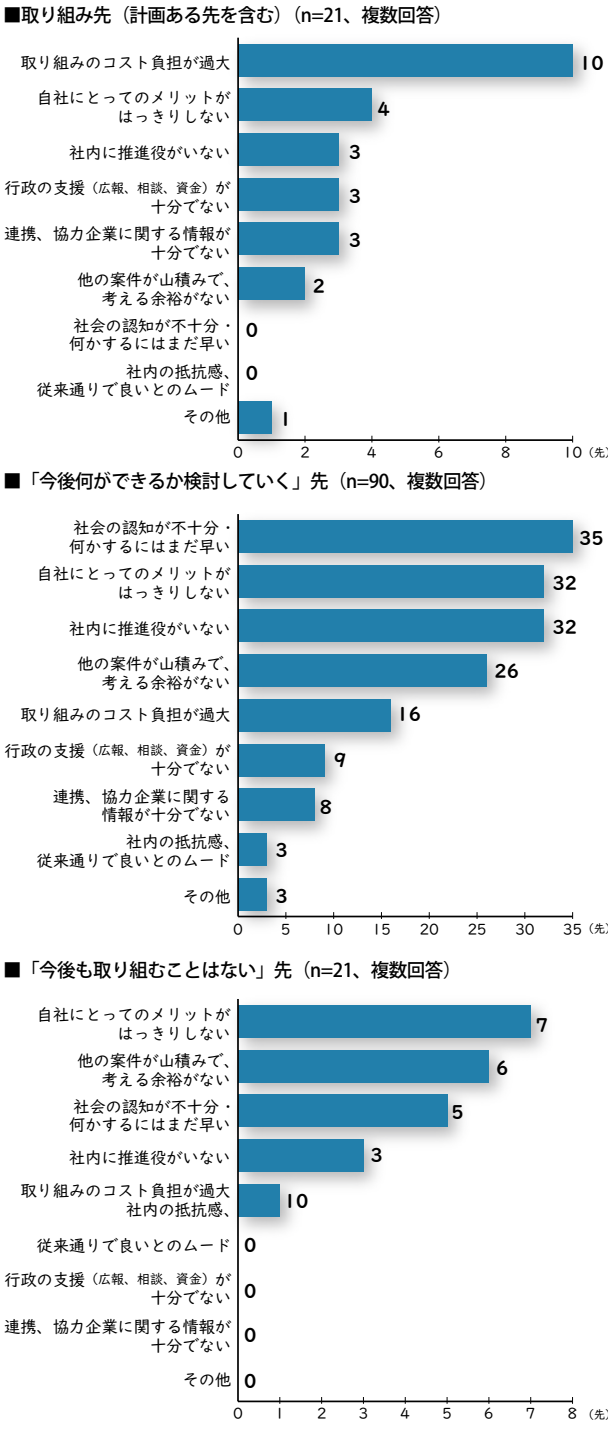
図表 8. サーキュラーエコノミーの取り組みの課題やボトルネック



以下僅差で「社会の認知が不十分・何かするにはまだ早い」（34.5％）、「社内に推進役がいない」（32.8％）が続き、「他の案件が山積みで、考える余裕がない」（29.3％）、「取り組みのコスト負担が過大」（23.3％）も 20％台となっている。これに対し、行政の支援や連携先の情報に対する課題認識は 1 割にとどまった。

図表 9 は、**図表 4** にまとめたサーキュラーエコノ

図表 9. 取り組み状況別の課題



県内企業のアクション③ 廃棄物の収集・運搬・中間処分業（C 社）

廃棄小型家電を燃焼処理した後、燃え殻から取り出したリチウムイオン電池を破砕選別し、リチウムやコバルト、ニッケルなどのレアメタル（希少金属）を含む粉末「ブラックマス」を抽出。県内では先行的な取り組みであり、これを精錬業者に販売するビジネスモデルを想定している。サーキュラーエコノミーの取り組みを通じて、産業廃棄物から家庭から出る一般廃棄物までと取扱いの間口が拡がった。
もっとも、ブラックマスの製造はまだ少量にとどまっており、本年一杯は実験段階の位置づけ。本格稼働になった時に最大どれくらい製造できるのか、またそれがいくらで販売できるか、現時点では必ずしも明確ではない。

ミーの取り組み状況別に、回答を整理したものである。まず、取り組み先（計画・方針のある先を含む）をみると、「取り組みのコスト負担が過大」が他を引き離してトップに立っている。サーキュラーエコノミーの取り組みは、必ずしも安くはない可能性、継続的な資金投入が求められる可能性を示している。

次に、全体の約 7 割を占めた「今後何ができるか検討していく」先についてみると、「社会の認知が不十分・何かするにはまだ早い」が最大で、多くの先が動き出すタイミングを計っている様子がわかる。「自社にとってのメリットがはっきりしない」が 2 位となっている点も考え合わせると、今後、サーキュラーエコノミーに関するより多くの情報に接することで、この大きな集団が一気に前進する可能性を示唆している。

最後に、「今後も取り組むことはない」先においては、「自社にとってのメリットがはっきりしない」が 1 位、「他の案件が山積みで考える余裕がない」が 2 位となっている。そうであるならば、会社にとってメリットがあることが新たにわかったり、サーキュラーエコノミーを真剣に考える時間ができたりすれば方針転換する可能性がある。各方面からの粘り強い情報発信、働きかけは重要である。

まとめ

以上、県内企業におけるサーキュラーエコノミーに対する理解や取り組みスタンス、具体的取り組み内容、課題認識の順にみた。理解は相応に拡がっているが、積極的に取り組む先は限られており、まして稼げる事業の確立までには依然距離があるように窺われる。もっとも、肯定的に捉える向きが大勢であり、経済社会におけるサーキュラーエコノミーの浸透度合いを推し量っているというのが、標準的な企業像であるといえる。

県内企業おいては、今後、サーキュラーエコノミーに関するアンテナを高く張り、また、推進センターをはじめとする支援機関を活用しながら、企業経営の基本方針や経営戦略にサーキュラーエコノミーを落とし込み、具体的アクションに結び付けることが求められる。そこでは、行政や金融機関による情報発信ときめ細かなサポートも重要である。企業各社の大小様々な取り組みが積み上がっていき、やがてサーキュラーエコノミーが埼玉県経済の大きなうねりとなることを期待したい。

参考文献 「サーキュラーエコノミー」
（野田由美子、2025 年、日経 BP・日本経済新聞出版）
「サーキュラーエコノミーの地政学」
（平沼光、2025 年、日経 BP・日本経済新聞出版）

サーキュラーエコノミー推進センター埼玉の取り組み

サーキュラーエコノミー推進センター埼玉（公益財団法人埼玉県産業振興公社）は、企業のサーキュラーエコノミーの取り組みを支援するワンストップ支援拠点。

支援内容 https://www.saitama-j.or.jp/junkan/

①サーキュラーエコノミーの取り組みに関する相談
技術相談、企業マッチング、法規制等への対応、企業からの技術提案の受付、販路開拓、補助金の活用などの相談に、様々な経験をもつコーディネーターが応じる。

②セミナー、展示会の開催を通じたサーキュラーエコノミーの情報発信
サーキュラーエコノミーに関心ある企業等を対象にセミナー・研修会を実施する。また、サーキュラーエコノミーに取り組む企業の情報を発信するため、東京ビッグサイト等での大規模展示会への出展を支援する。

③事業化支援、試作・開発の補助
国や県の競争的資金獲得支援、金融機関を含めた関係機関との連携等により、企業のサーキュラーエコノミーの取組の事業化を支援する。また、県内中小企業などが実施する試作品開発等の取組に対し、コーディネーターが伴走支援を行うとともに、その取組に係る経費を補助する。