

## 第三次環境基本計画における重点的分野 「市場において環境の価値が積極的に評価される仕組みづくり」報告書

### 1 現状と課題

#### (1) 意識・枠組みの進展と、実際の行動との格差

1992年の地球サミットにおいて、持続可能な開発にむけて世界各国が取組むことが合意されました。その後、持続可能な開発を目指し、環境的側面と経済的側面を統合的に向上させることは、21世紀に取り組むべき課題として、政府部内、民間の間において、幅広く認識されるようになってきています。

また、地球温暖化問題など環境問題が深刻であるとの危機意識が広く共有されつつあります。環境が質的に向上、良好に維持され、その環境に生きることに生活の価値を見出す動きも出てきています。さらには、欧州市場を中心として企業の社会的責任を改めて問う動きが国際的な広がりを見せ、国際標準化機構(ISO)による規格化にまで及んでおり、その一環としても環境問題への取組が重視されています。このように消費者、企業など経済の各主体の環境保全意識は向上してきていると指摘できます。

また、民間における取組の枠組みづくりも進展しています。エコマークなどの環境ラベリング制度や、グリーン購入の取組は市場に広がりつつあります。ISO14001やエコアクション21といった企業の環境に対する取組を促進するマネジメントシステムの制度作りや、企業によるこれら認証の取得も進んできています。我が国は、環境マネジメントシステムの取得企業数は他国と比較しても多く、また環境ラベリングやグリーン購入の国際化への取組の事務局を務めているなど、この分野では世界を先導する活動が行われています。

しかし、一方、個別の商品選択(エコ商品の販売・購入)、環境に配慮した企業に対する投資活動(エコファンド・SRI)などを見ますと、環境保全意識や取組の仕組みが、消費者及び企業の実際の環境負荷の少ない行動には必ずしも十分に結びついていません。

その原因としては、第一に、生産とともに市場を構成する消費、流通、小売、投資等の主体において、環境への負荷の少ない経済行動を自ら実施しなければならないとの意識が十分ではない点があげられます。これらの主体の活動自体による直接的な環境負荷は必ずしも大きくはありませんが、その行動が、生産や廃棄に影響を与え、経済活動全体としての環境負荷を大きく左右する点への理解を各々の主体において深める必要があります。

第二に、実際の行動に必要な環境に関する情報が、消費者等に的確に届いていないことが指摘できます。消費者に分かりやすい情報提示、生産者と消費者をつなぐ流通・小売りなどにおける必要な情報伝達、企業と、消費者などいわゆるステークホルダーとの双方向でのコミュニケーションが、不足していること等が課題としてあげられます。

第三に、環境への取組への具体的なインセンティブが十分ではない点が指摘されます。環境の価値はそのままでは経済的に市場では反映されないため、環境への取組へのインセンティブが十分働いておらず、取組を評価する情報を流通させる機能が整備されていません。企業自体にはこうしたインセンティブや機能を作り出すことは困難です。公的な価値実現を担う政府、NPOなどの働きにより、情報流通の促進やインセンティブの形成などが進み、市場が環境への取組を評価するものに進化することが不可欠となっています。

## (2) 環境負荷の少ない技術、ビジネスモデルへの「革新」

経済活動において問題を解決するためには、市場自体が環境への価値を評価するようになるとともに、こうした価値の変化に対応して、技術や経済活動の仕様・ビジネスモデルに「革新」が起きてくる必要があります。

技術については、環境負荷を低減させる科学技術の開発は問題解決の鍵の一つであり、環境分野での技術開発への投資を重点的に行っていく必要があります。新しい技術が普及するためには、その技術を活用した経済活動のモデルを作り出していくことが不可欠です。

新しい技術がなくとも、既存の生産体制を環境負荷の少ないものとしていくことや、生産、流通、消費、投資の組合せを工夫し、環境への負荷の少ない商品・サービスを市場に幅広く提供することができます。技術の革新に加え、個々の経済活動の「ビジネスモデル」を環境負荷の少ないものへと革新していくことが大きな課題です。

環境分野での革新に有利な状況も生まれつつあります。我が国においても、経済的規制緩和、経済慣行の変化などにより、新規起業や新しい事業への挑戦が容易となるような市場環境が形成されつつあります。環境分野は、社会的・経済的な需要が大きく、新しい挑戦を可能にする重要な分野です。ベンチャー企業や、コミュニティビジネスに携わり、環境に取り組むことを生業としようとする人々が若年者の中にも数多く見られるようになってきました。企業による新しい取組、ベンチャー企業や、コミュニティビジネスでの環境保全への事業展開が盛んになることにより、環境への負荷の少ない社会づくりに市場が貢献し、同時に新しいビジネスが生まれ、経済が活性化していくことが期待されます。

## 2 中長期的な目標

### (1) 目指すべき経済の姿と、環境の価値の市場への反映

今世紀の第1四半期を見通した中長期的な視点からは、環境保全の観点からより望ましい経済が実現された社会においては、以下のような経済活動を実現していくことが求められると考えられます。

より少ない物質投入・廃棄から、より多くの「価値」が生まれること。

製造業など物資を扱う経済活動において、3R(リデュース、リユース、リサイクル)の徹底を始めとして、天然資源の消費を抑制し、原材料、製品等が廃棄物等となることをできるだけ抑制する努力により、徹底的に物質的無駄を省き、環境負荷を生む可能性のある物資の利用の少ない経済活動が行われなければなりません。また、物資自体を取引するのではなく、その物資が果たす機能を取引する産業活動や、人間の知的活動や技そのものを売るサービス化も有効です。

自然のシステム、生態系を尊重しながら、経済的価値を生み出すこと

農林水産業の営みや自然を資源とする観光活動、様々な開発行為は、その活動が行われる地域の自然の恵みを活かして価値を生み出す経済活動ということができます。自然への介入を全く排除することは不可能ですが、介入を行う際には、その活動が行われる生態系にできる限

り逆らうことなく、むしろその自然の力を活用して、その恵みを最大化するような活動を目指すことが求められます。

現在、大量生産・大量消費・大量廃棄や、自然に大きな負荷をかけるような経済活動が依然として多く見受けられます。現在の経済を、環境への負荷の少ないものへと変えていくためには、環境利用のコストが価格を通じて十分市場に反映されること等により、環境への正と負の影響がともに市場での評価の対象となり、その結果、環境によい商品／サービスが優先的に顧客や消費者から受け入れられるものとなる必要があります。

また、環境をストックとしてとらえてみると、良好に保たれた大気、土壌、生態系等は農林水産業や観光において経済的価値をもたらす一方、汚染された大気、土壌等は、健康被害や処理費用といった形でコストを社会にもたらします。また、人工物である社会資本を環境の視点からとらえると、例えば耐久性能や省エネルギー性能の高い建造物はライフサイクルのCO<sub>2</sub>排出を抑制し、廃棄物処理コストや燃料コストを低減させます。一方、エネルギー効率の悪い建造物は燃料コストが大きく、短期間での建て替えはライフサイクルコストも高く、廃棄物の発生、建設時のCO<sub>2</sub>の排出などから環境への負荷も大きくなります。環境や社会資本といったストックを環境負荷の少ない状態に保っていくことは、経済的にも重要であり、その点から、ストックの市場での評価においても環境の価値が反映される必要があります。

これら環境の価値は、そのままでは経済的に市場で反映されないため、環境への負荷、改善効果を市場に組み込むとの観点から、政府の施策は重要となります。政府が、自主的手法、規制的手法、経済的手法、情報的手法など多様な政策手段を動員して、対策を推進し、市場を支える基本ルールを形成していく必要があります。その際、経済主体の自主性による創意工夫、費用効果的な取組を最大限引き出すとの観点から施策を展開することが重要です。

## (2) 市場が変わるために必要な取組

各主体の経済活動を、環境に配慮したものに変わっていくためには、市場において次のような取組を進めていくことが求められます。政府はこうした活動が市場で展開できるよう、取組を進めていくこととします。

### ・環境が市場で高く評価される価値観が形作られ、各経済主体の取組能力が向上すること

環境負荷が少ないことが、企業にとっての利潤、消費者にとっての価格・性能と同様に評価されるような価値観が市場において形成されることが必要です。こうした価値観を元に、消費者、企業、投資家などの経済主体が、その経済行為の中に環境への配慮を組み込み、また、積極的に環境に取り組む能力を向上させていくことが重要です。

### ・製品や企業の環境面から見た情報が、分かりやすく提供され、市場に参加する関係者の間に普及すること

企業や消費者が市場において環境面を配慮して適切に行動するためには、製品の環境負荷に関する情報や企業の環境に関する情報が、経済活動の際の判断材料として適切に提供されることが不可欠です。環境保全へのプラスの効果、環境負荷増大によるマイナスの効果のいずれもが同様に提供される必要があります。

## ・環境への負荷の少ない技術、ビジネスモデルの革新(イノベーション)が促進される環境が整備されること

経済活動で付加価値を生むためには「革新」が鍵です。技術や製品の開発、普及が進む環境を作るとともに、これを市場に提供し、消費者に届ける「ビジネスモデル」についても、調達、生産、流通、廃棄全体からみた環境低負荷型のものに革新し、新たな需要や市場を作り出していくことが重要です。

### 3 施策の基本的方向

#### (1) 基本的な考え方

2に掲げた中長期的な目標を達成するためには、以下のような方向性での取組を進めることとします。

##### 環境に関する情報共有、コミュニケーションの促進

商品、企業などの環境に関する情報を、受け手に正確かつ分かりやすく伝えるため、環境ラベリング、環境報告書などが、情報の受け手にとってさらに役立つよう取組を進めます。

伝えるべき情報においては、環境負荷の大きさに関する情報などフローに関する情報に加え、環境の質に関するストックについての情報も組み込んでいきます。

また、こうした情報共有を実際に役立つものとするため、ステークホルダーミーティングなど双方向のコミュニケーションを重視していきます。

情報技術(IT)は、こうした情報共有、双方向のコミュニケーションの実現に大きく寄与するものであり、その徹底的な活用を図ります。

##### 企業の環境マネジメントの促進

環境マネジメントシステムを、様々な業種、中小企業にも広げていきます。こうしたマネジメントシステムによる取組が契約などの局面で評価され、経済活動のつながりによって取組が普及する仕組み、環境づくりを進めます。

また、こうしたマネジメントシステムを環境改善効果につなげていくため、社員教育において組織的に環境に取り組む意識づくりを進めていきます。

##### 環境分野でのイノベーション促進

技術、ビジネスモデルの革新を進め、環境ビジネスを促進していくため、環境投資の促進、グリーン購入の拡大、環境ビジネスを担う人材の育成などの取組を促進します。

##### 環境を重視する経済主体としての意識改革

環境教育を学校教育、消費者教育などにおいて展開し、消費者等が、経済主体として環境を重視した行動につなげる意識の向上を図ります。また、地方公共団体、地域コミュニティ、非政府組織、非営利組織などが、この分野で活躍することを支援します。

##### 環境と共存する経済活動の新しい姿の検討

2050年頃の環境を見通した超長期の展望の研究において、環境への危機を招かない経済のあり方を、幅広い知見を踏まえて、構想する作業を進めます。

## (2) 各主体の役割

国、地方公共団体、企業、消費者、投資家、NPOなどの各主体は、それぞれ同時に投資、生産、消費などの経済活動を市場で行っています。それぞれの経済活動ごとに上記の取組が求められ、その意味で各主体の役割は多くの部分で重なるものです。

その中で概ねの役割分担としては、以下のとおりとします。

### 国及び地方公共団体の役割

国は、環境の価値が市場において反映されるよう、行政として、市場では供給されない公共的な財やサービスを、安定的に供給します。具体的には、ルールの設定、科学的知見や基礎的な技術の基盤の整備、政府調達などにおけるモデル的取組の実施、国・地方公共団体・企業・NPOなど各主体間の調整・連携促進といった役割を果たすことで、各主体の市場での取組を促します。

地方公共団体は、国と同様、行政主体としての役割を地域において果たします。特に、それ自体各地で重要な経済主体であることから、調達での環境配慮や地域における各主体間の調整・連携促進などを進めることが求められます。

### 企業、消費者、投資家の役割

企業や消費者、投資家はそれぞれが市場での経済活動を行う主体として役割を果たします。具体的には、

企業は、調達、製造、運搬、販売、廃棄物処理など、事業活動に伴う環境負荷の低減に取り組みます。

消費者は、消費行動が企業の環境に対する取組を大きく左右することを認識し、得られる情報を元に環境に配慮された商品を選好することが求められます。

投資家は、その投資活動を通じて、環境保全という社会的価値の実現に貢献することが求められます。

### NPO、研究者等の役割

NPO、研究者等は、各主体の経済活動を環境負荷の少ないものとするため、企業、消費者、行政に対して、情報の提示、取組の提言などを行うことが期待されます。

また、各主体はステークホルダーとして、それぞれの間で情報を交換し、コミュニケーションを取り合うことを通じて、それぞれの取組のレベルを高めていくことが重要です。

これらの取組に当たっては、持続可能な社会づくりの観点から、環境についての取組に限定することなく、他の社会的分野も踏まえた横断的な取組を視野に入れることとします。

## 4 重点的取組事項

3の基本的方向の実現に向けて、今後5年程度、国は以下について重点的に取り組みます。

### (1) 市場における環境に関する情報の共有

これまで整備してきた枠組みを踏まえつつ、市場において、環境に関する情報が一層的確に提供されるシステム作りを目指します。

#### 消費者への商品・サービスについての環境に関する情報の提供

- ・ エコマークなどの環境ラベリングや、グリーン購入対象商品リストなどについて、購入者等に役立つ情報に関する調査研究を行います。また消費者などが自ら環境に配慮した商品を選択できるような情報の提供方法を構築します。グリーン購入ネットワークなど民間団体、組織、ネットワークとも協力して、情報提供の推進を図ります。
- ・ 消費者に身近な化学製品について、その物理化学的危険性、健康に対する有害性及び環境に対する有害性を表示で分かりやすく情報提供する「化学品の分類および表示に関する世界調和システム(GHS)」の導入について検討を進めます。
- ・ 商品の環境への影響について、ライフサイクルアセスメント(LCA)の整備を進め、ラベリング制度などへの反映を図ります。
- ・ 流通・サービスは、生産者と消費者をつなぐ接点として重要な役割を占めるため、流通、サービスにおける情報提供のあり方について検討し、商品・サービスにおける環境に関する情報のよりよい提供を推進します。
- ・ 流通・サービス分野における環境配慮の評価については、その環境面での影響、効果が多岐かつ広範にわたることから、単純な数値化やLCA的手法を用いた評価だけではカバーできないと予想されます。このため、総合的な環境配慮の評価方法の検討などを進めます。

#### 企業の環境配慮の取組状況についての情報開示

- ・ 環境配慮促進法に基づき、環境報告書の作成・公表の普及を図ります。特に、中小企業など幅広い事業者による環境報告書の作成・公表を推進します。その際、持続可能な社会づくりをめざし、環境とそれ以外の社会的課題に一体として取り組む視点を持つことが重要です。  
また、環境パフォーマンス指標の調査研究を踏まえた環境報告書ガイドラインの見直しを行います。
- ・ 環境報告書の作成及び公表等を通じた企業とステークホルダーとの双方向コミュニケーションを推進します。これにより、より使いやすい情報のやりとりを可能とし、また企業の環境面から見た経営のあり方がより一層向上していくことが期待されます。
- ・ 消費者等のより多くの利用者に読まれるために、環境報告書の有用な情報を整理し、比較検討が可能となる仕組みを構築します。
- ・ 環境報告書の信頼性の確保について、事業者自らが行う自己評価の手法を確立するとともに第三者審査機関による審査の状況について調査を行います。

#### (2) 環境の視点からの経済的インセンティブの付与

商品の価格に環境コストを適切に反映させる環境に関する税、排出量取引、補助金などの経済的手法は、市場メカニズムを前提とし、経済的インセンティブの付与を介して商品の選択等の行動に際して環境によい行動の選択を促すことを狙いとするものです。

経済的手法については、各方面において検討が行われ、国や地方公共団体でその導入や実

証的な試みも進んでいます。経済的手法については、当該手法の効果、国民経済への影響を踏まえつつ、国民、事業者など関係主体の理解と協力を得るよう努めながら、こうした検討や導入の成果も踏まえ、その適切な活用について総合的に検討します。

### (3) 企業、消費者などの環境に取り組む能力の向上

企業や消費者、投資家などが市場において、経済主体として環境に取り組むための仕組みの整備、普及を図ります。

#### 企業の取組能力の向上のための仕組みの整備、普及 事業者の環境配慮体制の整備

- ・ 環境マネジメントシステムの幅広い事業者への普及を図ります。特に取組の遅れている中小事業者における環境配慮型経営を推進するため、ISO14001の他、中小事業者向けの環境マネジメントシステムであるエコアクション21の普及促進を図ります。
- ・ 環境JISの整備を行うとともに、幅広い事業者への普及・利活用を図ります。

#### 環境パフォーマンス評価

- ・ 企業の環境パフォーマンスを適正に評価するための指標(環境パフォーマンス指標)について2002年に改訂した指標の活用手法の充実を図ります。また、近年の環境や経済の状況を踏まえ、環境パフォーマンス指標のガイドラインの見直しを行います。その中で、企業の保有する自然・人工資産の環境面での価値や、事業活動が環境の質に与える影響など、ストックを評価する指標の研究、活用を進めます。

#### 環境会計

- ・ 現在各企業において独自に進められている環境会計手法の調査研究を行い、環境会計に関するガイドラインを実態に即して充実発展させます。その際、環境パフォーマンス評価での検討を反映させるとともに、ストックの環境面からの評価指標を組み込む手法の検討を進めます。また、環境会計が実際の企業活動において活用されるよう普及啓発などの取組を進めます。
- ・ 引き続き国際的な環境会計に関する議論に参画し、自国の状況を国際的な議論に反映させ、環境先進国として世界をリードしていきます。

#### 企業の環境教育の推進

- ・ 上記の仕組みを実際の企業活動の中で生かしていくためには、従業員への教育は不可欠です。環境マネジメントシステムの活用などを通じ、企業の従業員に対する教育の支援を図ります。

#### 環境に配慮した選択を行う消費行動の推進

環境教育を進めていく中で、環境への負荷の少ない製品・サービスの消費選択についても取り組めます。消費者に対して、環境にやさしい買い物の実践を促すために、事業者と連携した

キャンペーン活動等を実施します。また、学校における環境教育や、「我が家の環境大臣」などの事業の中で、環境によい製品が選好されるような消費行動の促進に役立つ教育を推進していきます。

このほか、自然と触れあい、環境への配慮を意識づけるエコツーリズムについて、情報提供を図り、消費者・利用者による選択を促進していきます。

#### 環境への負荷の少ない事業や、それを実施する企業への投資行動の促進

経済活動においては、資金調達は事業展開を左右する要因です。投資行動に環境の価値が反映されるようになる必要があります。

企業の環境に関する情報は、リスク情報や社会的責任の遂行状況に関する情報などとして企業の業績に関する情報の一部としてとらえられる動きもあり、環境報告書に加え、企業の業績評価とリンクした情報提供のあり方を検討します。

また、環境問題への関心の高い個人投資家など、環境に取り組む企業に投資する意欲の高い層に焦点を当てて、環境投資の拡大を図っていきます。

#### (4)環境の視点からの「革新(イノベーション)」の促進

技術やビジネスモデルの革新(イノベーション)は経済を活性化する重要な要素です。環境と経済の好循環が実現するような市場における活動を増やしていくためには、環境分野での「革新」が不可欠です。そのため、以下の取組を進めていきます。

##### 技術革新などへの民間投資の促進

- ・環境に配慮した設備投資や、環境への負荷の少ない製品の開発生産への投資を促進するための取組を進めます。
- ・企業、製品、サービスなどの環境に関わる情報を活用した低利融資制度の普及など、環境投資のための資金調達の円滑化が図られるための枠組みの検討を行います。
- ・企業、製品、サービスなどの環境に関わる情報をもとに安心して投資できる仕組み(スクリーニング手法)づくりを推進し、環境投資の促進を図ります。

##### 政府による環境負荷低減の取組

政府による様々な活動ができる限り環境負荷の低減に役立ち、また、環境への負荷が少ないものとなるよう、取組を進めます。

- ・環境対策の推進、環境分野での科学的知見の集積、長期的視点からの技術の研究開発などを積極的に進めていきます。
- ・政府が行う建築物の建設・管理ができるだけ環境への負荷の少ないものとなるよう、環境への配慮を重視した企画の提案や、環境に配慮した工事施工の提案の採用を進めます。
- ・また、政府調達の中で、グリーン購入の促進について、より積極的な調達方針の設定を進めグリーン調達のさらなる拡大を図ります。
- ・政府が主体となる取引に関して、環境への取組を実施している企業が契約や事業者選定等において評価されるような仕組みづくりを進めます。

### 「ビジネスモデル」の革新

環境への負荷の少ない製品、技術、サービスには、それを市場に普及させるビジネスモデルが必要です。また、既存の環境技術や環境保全型製品についても、デザインや生産、流通の体制を変え、新しいビジネスモデルを構築することにより、新たな市場ニーズを掘り起こし、環境負荷とコストを同時に下げることが不可能ではありません。例えば、3R(リデュース、リユース、リサイクル)は新たに減量化及び最終処分等すべき廃棄物の量を削減するとともに、コストも削減する方向に働きます。

こうしたビジネスモデルについての革新を進めるため、以下の取組を進めます。

- ・環境保全を実現する事業が経済的に成り立つビジネスモデルを作る能力など、環境負荷低減とビジネスを両立させることができるビジネススキルを向上させる研修プログラムをモデル的に作成し、普及します。
- ・環境技術・製品について、発案者と企業を結び、必要な資源を動員する「コーディネーター」を育成し、活用します。

### (5) 国際市場を視野に入れた取組

市場は国際化しており、貿易による物品調達や投資なども国境を越えて展開されています。東アジアを始め、国際市場で企業の環境面での取組を支援し、環境保全上の効果を上げるため、以下の取組を進めます。

- ・環境ラベリングについて、相互認証の拡大、基準の調和など、各国の環境ラベリングが共に活用される枠組みの作成を進めます。
- ・グリーン購入を各国で進めるため、国際的ネットワークづくりを進めます。
- ・ISO・IECなど、国際的な規格作りの場に積極的に参加するとともに、様々な環境管理システム、環境によい企業登録システムについて、各国間の情報の交流を図ります。
- ・自由貿易協定(FTA)/経済連携協定(EPA)の締結に際して、環境影響評価や環境分野の二国間協力等を通じて、貿易と環境の相互支持性を強化します。

### (6) 新しい環境と経済のあり方についてのビジョンづくりの開始

地球温暖化問題を初めとして、環境問題の深刻化が見られ、またその解決には長い年月がかかることが予想されます。そのため、今後の環境問題のあり方を考え、新しい環境と経済の将来像を模索する必要があります。

そこで、2050年といった超長期にわたる環境、経済、社会のあり方を勘案し、今後目指すべき取組の方向性を探る超長期の展望の研究において、持続可能な環境と経済の具体的な姿について、幅広い知見を踏まえ、検討を始めます。

## 5 取組み推進に向けた指標

重点的な取組の進捗状況を把握することにより、効果的な施策の実施を図るため、以下の数値や割合を指標として設けます。

- (1) 市場において環境の価値が評価される仕組みがどの程度整備されたかを総合的に示す指標
  - ・環境誘発型ビジネスの市場規模、雇用人数
- (2) 環境に配慮した製品・サービスが十分提供され、実際に消費、購入等の行動に結びついているかを示す指標
  - ・主要な環境ラベリングの対象品目数
  - ・地方公共団体、企業、国民におけるグリーン購入実施率
- (3) 企業において環境への投資が推進されるとともに、環境に積極的に取り組む企業に対し資金が十分提供されているかを示す指標
  - ・主要企業の環境目的投資の割合
  - ・エコ/SRIファンドの設定数、純資産残高及びその割合
- (4) 企業において環境配慮の体制が整うとともに、環境に関する情報が企業から市場に対し十分提供されているかを示す指標
  - ・ISO14001、エコアクション21等の認定登録事業者数
  - ・環境報告書を作成・公表している企業の割合
  - ・環境会計を実施している企業の割合