

「環境を『力』にするビジネス」新戦略
～環境を軸とする新たな企業価値の創出～

中間取りまとめ

平成21年6月26日
産業構造審議会環境部会
産業と環境小委員会

目 次

序章 「環境を『力』にするビジネス」新戦略策定の必要性	2
第1章 「環境立国宣言」以降の取組のレビューと現時点における喫緊の政策課題	
1. 「環境立国宣言」以降の取組のレビュー	4
2. 現時点における喫緊の政策課題	9
第2章 「環境を『力』にするビジネス」新戦略	
1. 「環境を『力』にするビジネス」に関するコミュニケーションのシステム化	
（1）消費者への見える化	
① カーボンフットプリント制度の構築と普及促進	12
② 3R情報の見える化	18
（2）投資家・金融機関への見える化：「環境力」評価手法の開発及び株価指数への適用等	21
（3）環境コミュニケーションの推進	28
2. 「環境を『力』にするビジネス」に資する環境技術開発及び導入促進	30
3. 「環境を『力』にするビジネス」の高度化	
（1）環境経営の高効率化	
① 環境経営ツールのワンストップ化及び高度化	32
② LCAデータベースの整備	35
（2）環境ソリューションビジネスの強化	37
（3）資源生産性向上等による3Rの取組の高度化	
① 次世代の省資源型ものづくりによる国際競争力の再強化	41
② レアメタル等リサイクルの推進	43
③ 廃棄物処理・リサイクルガイドラインの見直し	46
④ 広域リサイクルチェーンの構築	48
⑤ リサイクル産業の素材供給産業としての位置づけ	52
（4）ベストプラクティスの分析・啓発	54
4. 「環境を『力』にするビジネス」の地域における展開	56
5. 「環境を『力』にするビジネス」の国際展開	
（1）「環境に優しいアジア」の実現	58
（2）欧米市場における環境基準、環境規制の我が国との整合性確保による国際競争力強化	62
結び	64

序章 「環境を『力』にするビジネス」新戦略策定の必要性

近年、地球温暖化問題、資源・廃棄物・リサイクル問題等の様々な環境問題が深刻化の一途をたどっており、その解決を図るためには、環境保全と経済成長が両立する持続可能な産業・社会への転換を一刻も早く実現しなければならない状況にある。

このような認識のもと、環境問題に対して我が国経済社会の進むべき方向性を早急に検討するため、経済産業省では、平成14年に、産業構造審議会環境部会のもとに「産業と環境小委員会」を設置し、環境と経済の両立のあり方について審議を重ねた結果、平成15年に、企業経営、市場、地域政策、国家政策等のグリーン化等の提言を行う「環境立国宣言」をとりまとめた。

それ以降、官民の適切な役割分担のもと、環境経営、環境ビジネス、環境コミュニケーションの普及促進の取組を進めてきたが、地球規模の環境問題やエネルギー資源問題が深刻化し、企業を取り巻く環境が変化して新たな課題が生じてきているため、時代の要請に的確に対応した取組の方向性を再構築することが必要になっている。

特に、環境負荷低減を事業内容とする環境ビジネスは大きな成長が見込まれ、我が国経済にとって重要な新分野も萌芽しつつあるが、我が国の真の「環境力」を発揮するためには、環境問題の解決に資する事業活動を一体としてとらえ、その成長を促進する社会の構築に向けた新戦略の策定が急務と考える。

即ち、従来は事業活動における環境との関わりを環境経営・環境ビジネス・環境コミュニケーションという分類で捉えていたが、これらの視点を統合し、環境の取組をリスクやコスト要因ととらえるのではなく、むしろ企業の成長のチャンスととらえ、企業のメリットに変える「環境を『力』にするビジネス」という統一的なコンセプトでその成長を図ることにより、環境保全と経済成長が両立する持続可能な産業・社会の実現のための官民一体となった効果的な取り組みが可能になると考える。

このような観点から、経済産業省では、平成20年2月から、産業と環境小委員会を新たに開催し、平成15年の「環境立国宣言」以降の取組のレビューを行うとともに、昨今の状況を踏まえた課題を整理した上で、持続可能な産業・社会への転換を実現するための「環境を『力』にするビジネス」新戦略について、①事業者自身、②金融機関・投資家との関係、③消費者との関係の3つの切り口で審議を頂いてきた。この審議内容を踏まえ、平成20年6月2日の第5回小委員会では、中間的な整理として、「当面実施すべき措置及び今後の推進方策」をとりまとめたところである。

この「当面実施すべき措置及び今後の推進方策」においては、①消費者への見える化、②環境に配慮した新しい金融・投資のあり方、③環境経営の高効率

化、④環境技術開発・新規環境ビジネスの創出、⑤資源生産性向上等による3Rの取組の高度化、⑥ベストプラクティスの分析・啓発、⑦地域ぐるみの環境の取組の促進等、⑧「環境に優しいアジア」の実現、の8つの視点から早急に取り組むべき方策を提言したところである。

この「当面実施すべき措置及び今後の推進方策」を踏まえ、個別の項目ごとに検討を進め、その成果等を踏まえ、産業と環境小委員会において改めて審議を頂いた結果、今般、環境を軸に新たな企業価値を創出する「環境を『力』にするビジネス」新戦略の中間取りまとめを策定したところである。

第1章 「環境立国宣言」以降の取組のレビューと現時点における喫緊の政策課題

1. 「環境立国宣言」以降の取組のレビュー

(1) 「環境立国宣言」における論点、現状と課題及び提言の概要

① 「環境立国宣言」における論点整理

平成15年の「環境立国宣言」では、産業を取り巻く環境問題が60年代の産業公害問題から、地球環境問題、廃棄物・リサイクル問題、化学物質管理問題等に複雑化・多様化している中で、環境政策においては公害規制法からリサイクル法制、情報的手法、経済的手法等の新たな手法が採用され、企業活動においても公害規制法による受身の対応からISO14001認証取得や環境報告書作成等の自主的な環境経営が進展しており、そのような中で環境ビジネスの市場規模が今後拡大する見込みであることを示した上で、環境と経済の両立に向けた論点を以下のとおり整理した。

○環境対策への取組をビジネスチャンスととらえる制度設計のあり方

○環境対策のコストの負担のあり方

○環境の取組が消費者等から評価されるための課題認識や対応のあり方

○企業の社会的責任のあり方

○国内外の市場における環境規制・基準の整合性の確保のあり方

○政府による環境規制や経済的手法のあり方

○環境分野の技術的ポテンシャルの環境ビジネスへの活用のあり方

② 「環境立国宣言」における現状と課題の整理

さらに、このような論点を踏まえ、以下のとおり、環境と経済の両立に関する現状と課題の整理を行った。

a) 環境と両立した企業経営を巡る現状と課題

(現状)

- ・ 環境マネジメントシステム（ISO14001）、環境管理会計、LCA等を通じた環境経営や環境に配慮した製品・サービスの供給の進展
- ・ 環境報告書等による企業の環境情報提供の進展
- ・ グリーン購入・調達進展やエコファンド、環境格付等のステークホルダー側からの企業への環境の取組の要求の高まり

(課題)

- ・ 環境経営の促進のための人的・技術的支援や企業の独自性・自主性を促進する支援策等の課題

b) 環境ビジネスを巡る現状と課題

(現状)

- ・ 環境問題の解決に資する多様な環境ビジネスモデルの創出の進展

(課題)

- ・ 環境ビジネス立地の際のパブリック・アクセプタンス、異分野交流促進のためのネットワーク化、地方自治体による官営ビジネスの拡大、動脈産業の既存設備活用の促進、スケールメリット追求のための広域連携の促進等

c) 市民・企業・行政共同による環境保全活動の現状と課題

(現状)

- ・ 環境関係の市民活動の活発化とコミュニティビジネスへの発展

(課題)

- ・ 市民活動への支援や自主的な地域レベルでの市民、企業、行政のネットワーク構築、産業と社会が一体となったまちづくりの促進等

③ 「環境立国宣言」の提言の概要

これらの論点、現状と課題を踏まえ、「環境立国宣言」では、環境と経済の両立した経済社会を構築する上で、経済活動の主体である企業、市民、消費者、行政等が自主的な環境に配慮した活動をとるとともに、ステークホルダーへの適切な情報提供を行うことで、個々の主体の活動から国民活動として発展することが重要とした上で、以下のとおり、4つのグリーン化を提言している。

a) 企業経営のグリーン化

コーポレート・ガバナンス、積極的な環境情報の提供、生産プロセス・製品・サービスのグリーン化等、企業活動のあらゆる面に環境配慮をビルトインしていくとともに、独創的な環境ビジネスへの挑戦、ステークホルダーとの交流・協調により、競争力ある自主的な環境経営の進展を期待。

b) 市場のグリーン化

企業のみならず、株主、取引先等のステークホルダーの行動が市場で環境経営を評価することにより、企業活動を環境対応に向かわせる役割も大きく、企業取引におけるグリーン調達、金融機関における環境対応評価、消費活動のグリーン化、企業の従業員をはじめ市民活動のグリーン化を期待。

c) 地域政策のグリーン化

地方自治体による環境関係のパブリック・マーケットの開放、環境関係の市民活動・環境学習への支援や環境教育の推進といった地域のまちづくりや雇用等の地域経済の活性化に積極的に取り組むことを期

待。

d) 国家政策のグリーン化

- ・ 企業の自主的な環境経営に対する取組への支援として、環境経営管理手法の研究開発及び普及（特に中小企業）、先進的な環境ビジネスモデルと海外展開への支援、異分野企業連携等による環境技術の企業化支援、企業の環境対策と環境ビジネスに係る評価手法の開発と情報インフラの整備等が必要。
- ・ 国際市場と整合性ある環境基準や物質循環ネットワークの構築が必要。
- ・ 国によるグリーン購入・環境教育による需要サイドのグリーン化の支援が必要。
- ・ 環境保全に係る多様な人的ネットワークの構築が必要。

(2) 「環境立国宣言」以降の経済産業省における取組状況とレビュー

経済産業省では、この「環境立国宣言」のうち、国家政策のグリーン化に係る提言を踏まえ、関係省庁、地方自治体及び民間との連携のもと、環境経営・環境ビジネス・環境コミュニケーション施策を展開してきたが、以下のとおり、その取組状況の整理とレビューを行った。

① 企業の自主的な環境経営に対する取組への支援

a) 環境経営管理手法の研究開発及び普及（特に中小企業）

○ 環境マネジメントシステム（ISO14001）の導入促進

平成19年度まで、環境マネジメントシステムの目標達成に必要な環境対策設備投資への政策金融（政投銀、中小公庫、国民公庫）における低利融資制度による支援を行った。さらに、平成16～17年度に、中小企業向けに業種ごとのISO14001の標準コンテンツをウェブサイトにより提供するシステムを開発した。

この支援もあいまって、我が国におけるISO14001の審査登録件数は2万件を越えており、世界で最も登録件数が多くなっているが、実効性の高い環境経営手法として十分に活用できていないケースが多い状況にあり、特に中小企業においては、親会社や取引先からの要請による体制構築のみにとどまるケースが多い。

○ 環境管理会計

環境管理会計のうち、特に経済産業省で平成11年度からプロジェクトを実施しているマテリアルフローコスト会計（MFC A）について、基礎的な調査研究の成果等を踏まえ、平成16年度以降、事業者団体等を通じたセミナー、研修会、導入実証事業、インターシップ等を実施するとともに、導入ガイドや事例集の作成、簡易

計算ツールの開発等を行うことにより、普及促進を図ってきた。さらに、MFC Aの一般原則と枠組を確立すべく、平成19年11月にISO規格化の提案を我が国が単独で行い、平成20年3月に採択され、現在、我が国が中心となってISO規格化の作業を行っている。

この結果、MFC Aに関する認知度向上と導入促進が図られているが、未だ十分に導入が進んでいない状況にあるとともに、導入後における実効性の確保も課題となっている。

- ライフサイクルアセスメント（LCA）、環境配慮設計（DfE）
ライフサイクルアセスメント（LCA）については、経済産業省において、インベントリデータベースの構築、環境影響評価手法の開発等の第1期プロジェクト（平成10～14年度）、さらに、インベントリデータベースの拡充、LCA実施手引書の作成等の第2期プロジェクト（平成15～17年度）を実施するとともに、その成果等を踏まえ、平成18～20年度においては、LCA、さらにLCAに基づき環境負荷低減のための企画・設計を行う環境配慮設計（DfE）に関する地域拠点機関における中小企業向けの指導員要請や導入支援を行った。

この結果、LCA、DfEの導入が促進されたが、さらなる普及拡大とともに、導入後における実効性の確保が課題である。

b) 先進的な環境ビジネスモデルと海外展開への支援

経済産業省において、製品の機能に着目した環境負荷低減効果の高いサービス提供型ビジネスであるグリーンサービサイジングビジネスに関する事業立ち上げ支援を行うモデル事業を平成17～19年度に実施するとともに、平成20年度においては、本ビジネスの普及促進のために必要な環境負荷低減効果の測定方法等を確立するための実証事業を実施した。

この結果、グリーンサービサイジングビジネスに関するモデルが構築されたが、このような新たなビジネス手法が供給側・需要側双方にとって環境負荷低減、コスト削減、市場拡大等のメリットが高いことに関する認知度は未だ低いため、十分に普及・定着していない状況にある。

c) 異分野企業連携等による環境技術の企業化支援

経済産業省において、国家的に重要な産業技術について、産学官が科学・技術の切りひらく将来像を共有し、異分野異業種の連携、技術の融合、関連的施策の一体的実施を促進するためのロードマップを示す「技術戦略マップ」を平成17年度から策定しており、環境・エネ

ルギー分野においても同マップを策定している。産業構造審議会産業技術分科会の研究開発小委員会の意見を得つつ、毎年度ローリング（改訂）を行っている。

d) 企業の環境対策と環境ビジネスに係る評価手法の開発と情報インフラの整備

経済産業省において、平成15年度から、環境報告書を容易かつ機能的に検索できるウェブサイト環境報告書プラザを運営している。一方、企業の環境対策や経済性等についての評価手法や、企業の公開情報に係る総合的なデータベース等のインフラは未整備である。

② 国際市場と整合性ある環境基準や物質循環ネットワークの構築

a) 国際標準化の取組

国際電気標準会議（IEC）における環境配慮設計の国際標準化や、ISO/TC207（環境マネジメント）におけるMFCAの国際標準化に取り組んでいるが、統一的な国際標準化のためには、欧米諸国、アジア諸国とのより一層の調整が必要である。

b) エコタウン事業

経済産業省において、環境省（平成12年度以前は厚生省）と共同で、平成9年度から、地域の産業蓄積等を活かした環境産業の振興と廃棄物の発生抑制・リサイクルの推進等のためのエコタウン事業を実施している。さらに、経済産業省においては、アジアでの物質循環ネットワーク構築の観点から、我が国のエコタウン自治体や立地企業の協力を得て、中国に対するエコタウン計画策定や運用管理等に関する技術協力を実施している。

一方、リサイクルの高度化を図るためには、エコタウンを中心とした連携の促進と、東アジアにおけるネットワークづくりのためのさらなる協力の拡充が課題である。

③ 国によるグリーン購入・環境教育による需要サイドのグリーン化支援

a) グリーン購入法

環境物品等の調達に関する基本方針の改訂により、品目の追加・削除や判断基準の変更等を随時行い、グリーン購入を推進している。さらに、平成17～19年度にはグリーン購入法の対象となりうる製品の研究開発補助事業を実施した。

b) 環境教育

3R、エネルギー等の教材等の作成や、エコプロダクツ展等の環境展示会を通じた小中高生を対象とする体験型の環境教育等を行っているが、国民全体の環境意識の向上を図るためには、よりインパクトの強い広報啓発活動が課題である。

c) 環境保全に係る多様な人的ネットワークの構築

地域のNPO、市民団体、自治体、企業等の地域コミュニティを形成する主体が連携・協働し、地域が有する環境問題の解決、地域の活性化をビジネスにより実践する取組への支援を行う「環境コミュニティビジネスモデル事業」を平成15～19年度に実施した。

さらに、同様に地域コミュニティを形成する主体が連携・協働し、京都議定書の目標達成のためのCO2削減のための国民運動を促進するビジネスへの支援を行う「国民運動支援ビジネス推進事業」を平成20年度に実施した。

これらの事業により地域コミュニティによる環境負荷低減のためのビジネスのモデルが形成されたが、このような取組の横展開は未だ十分になされていない状況にある。

2. 現時点における喫緊の政策課題

以上の取組状況とレビュー、さらに最近の環境問題を取り巻く新たな状況を踏まえると、環境経営・環境ビジネス・環境コミュニケーションの促進を図ることにより環境保全と経済成長が両立した持続可能な産業・社会の構築を実現するためには、以下のとおり、現時点において喫緊の政策課題が存在すると考える。

(1) 環境コミュニケーションのシステム化の必要性

企業が自らの事業活動における環境に配慮した経営や製品・サービスの環境配慮設計等により環境負荷低減のための取組を進めようとする場合、その取組の内容を正確に情報提供し、経済社会の幅広い主体から正当に評価される仕組みがなければ、企業が環境負荷低減の取組を行うための十分なインセンティブが付与されず、また、環境に取り組む企業や製品・サービスを消費者や投資家・金融機関等が適切に選択できない。

このため、企業の環境の取組が適切に「見える化」され、正当に経済社会の幅広い主体から評価されるような仕組みづくりが必要である。

また、環境保全と経済成長が両立した持続可能な産業・社会の構築を実現するためには、消費者、事業者等の様々なステークホルダーとの間で継続的、広域的かつインパクトのある環境コミュニケーションの推進を図ることにより、環境意識の向上と環境配慮行動を促進することが必要である。

(2) 環境技術開発とその導入促進の必要性

企業の環境力と競争力を向上させるためには、その源泉である環境・エネルギー分野の技術開発とその導入促進を一層推進するとともに、環境・

エネルギー分野の新たな技術シーズをビジネスにつなげるための取組の強化が必要である。

(3) 環境経営手法の裾野の拡大の必要性

これまで、LCA、MFCA等の環境経営ツールの普及促進を図ってきたが、必ずしも十分に導入が進んでおらず、また導入を行った後にこれらの環境経営ツールの機能を十分に発揮できないケースも多く、特に中小企業においてその傾向は顕著であると考えられる。

このため、導入促進と導入後の実効性確保のため、各企業の経営実態に即したきめ細かなアプローチや国際標準化、ツールの高度化等により、環境経営手法の裾野の拡大を図ることが必要である。

(4) 高度な環境技術を活用した競争力の高いビジネス展開の必要性

高度な環境技術を最大限に活用し企業の競争力強化につなげるためには、ハイスpekク化する顧客の環境負荷低減ニーズ、コスト削減ニーズにきめ細かに対応する多様なハードとソフトの融合による付加価値の高い環境ソリューションビジネスの強化と国際展開への支援等が必要である。

(5) 3Rの取組の高度化の必要性

近年、レアメタルをはじめとする資源制約が深刻化しているとともに、効果的なりサイクルを推進するための再生資源の循環が十分に行われていない状況にある。

このような状況を克服するため、サプライチェーンでの省資源化や、我が国の産業振興にとって重要なレアメタルのリサイクルの推進、広域リサイクルチェーンの構築等による3Rの取組の高度化を図ることが必要である。

(6) 環境ビジネスのノウハウ・成功要因の共有促進の必要性

環境と経済の両立を実現した先進的な環境ビジネス事例のノウハウと成功要因を分析し、特にこれから環境をビジネスに取り入れようとする中小企業等がそのノウハウと成功要因を共有することにより、環境ビジネスの裾野を広げるための取組が必要である。

(7) 地域における環境問題の解決に資するビジネスの全国展開の必要性

各地域においてコミュニティを形成するNPO、自治体、企業、金融機関等と市民が連携・協働し、地域が有する環境問題の解決、地域の活性化をビジネスにより実践する取組の全国的な展開を図ることが必要である。

(8) 国際市場への展開のための環境整備の必要性

アジアの環境ビジネス市場への我が国企業の展開を図るためには、拡大するアジアにおける環境に関する制度整備等による環境需要の創出を図るとともに、我が国企業の高度な環境技術・ノウハウの強みをアジア市場での競争力として発揮できるようにするための環境整備が必要である。

また、我が国企業が欧米市場において国際競争力を発揮するためには、日本で育成、蓄積した技術力に基づいて、我が国市場と欧米市場における環境基準・環境規制に関する調整、働きかけを我が国が積極的に行い、両市場における環境基準・環境規制の整合性を確保することが必要である。

第2章 「環境を『力』にするビジネス」新戦略

第1章における「環境立国宣言」以降の取組のレビューと現時点における喫緊の政策課題を踏まえ、以下のとおり、環境を軸とする新たな企業価値の創出による環境保全と経済成長が両立した産業・社会の実現のための「環境を『力』にするビジネス」新戦略を提言する。

1. 「環境を『力』にするビジネス」に関するコミュニケーションのシステム化

「環境を『力』にするビジネス」の成長を図るためには、企業の環境の取組を統一的な方法で「見える化」するとともに、その評価の仕組みを確立し、消費者や事業者等における環境意識の向上と環境配慮行動の促進を図る等による環境コミュニケーションのシステム化が必要である。

(1) 消費者への見える化

① カーボンフットプリント制度の構築と普及促進

a) 背景・目的

地球温暖化問題が深刻化の一途をたどる中、京都議定書の約束期間が昨年からは始まり、地球温暖化問題に対する国際的な取組が本格化するとともに、昨年7月には北海道洞爺湖サミットが開催され、2050年までに世界全体の温室効果ガス排出量の少なくとも50%削減を達成する目標を共有する旨の首脳宣言が出された。

このような状況において、我が国では、あらゆる活動における温室効果ガス排出量の削減に向けた取組の強化が必要となっている。特に、京都議定書の目標達成のためには、伸び率が高くなっている家庭部門や業務部門における温室効果ガスの排出量の抑制が大きな課題となっているが、消費者や事業者が商品・サービスにおける温室効果ガスの排出量を正確に分かりやすく把握できる統一的な制度や仕組みが不在であることが、当該部門における排出量削減が進まない要因の1つになっていたと考えられる。

このため、事業者と消費者が一体となった温室効果ガス排出量の削減の取組を促進する観点から、商品・サービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通しての温室効果ガスの排出量をCO₂に換算して、当該商品・サービスに簡易な方法で分かりやすく表示する「カーボンフットプリント制度」を構築し、普及促進を図ることが必要との認識が高まってきた。

このような観点から、昨年3月に改定された京都議定書目標達成計画においては、「省エネ製品の選択といった消費者の行動を促すため、様々な製品やサービスの製造・使用段階等における二酸化炭素排出量の「見

える化」を推進する」旨が明記された。

さらに、昨年7月に閣議決定された「低炭素社会づくり行動計画」においては、「カーボンフットプリント制度等の「見える化」について、2008年度中に排出量の算定やその信頼性の確保、表示の方法等に関するガイドラインを取りまとめ、来年度から試行的な導入実験を行うよう目指す。」旨が明記された。

また、昨年12月には、地球温暖化対策の推進に関する法律（平成十年法律第百十七号）第21条の規定に基づき、事業活動に伴う温室効果ガスの排出抑制等及び日常生活における温室効果ガスの排出抑制への寄与に係る事業者が講ずべき措置に関して、その適切かつ有効な実施を図るために必要な指針が公表されたが、当該指針において、「事業者は、日常生活用製品等について、・・・低炭素社会づくり行動計画に記載されたカーボンフットプリント制度等の「見える化」の活用により、その利用に伴う温室効果ガスの排出の量等について、当該日常生活用製品等への貼付、陳列棚やレシートにおける表示、インターネット等を通じた情報の提供を行うよう努めること。」が規定された。

このような位置付けを踏まえ、カーボンフットプリント制度の構築と普及促進により、事業者自らの排出量及びサプライチェーン全体の排出量の「見える化」を通じて事業者自身及び事業者単位を超えた効果的な削減努力を行い、消費者は低排出量の商品・サービスやCO₂排出量削減の取組を行う事業者の商品・サービスを選択するための情報を得るとともに、消費者が使用・廃棄段階における自らの活動に伴い、どれぐらいのCO₂を排出しているのかに関する情報を得て、その認識を通じた自らの削減努力を行う等、事業者と消費者が一体となった地球温暖化防止活動を促進する必要がある。

b) これまでの経緯・成果

経済産業省においては、昨年6月に「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」を設置し、さらに7月に「CO₂排出量の算定・表示・評価に関するルール検討会」を設置し、制度構築とルールづくり、取組の促進に向けた検討を行った。

その結果、算定・表示方法、信頼性確保のための仕組み等を示すガイドラインとしての「カーボンフットプリント制度の在り方(指針)」、さらに同指針に基づき、各商品・サービス種ごとの算定基準を定める商品種別算定基準（PCR：Product Category Rule）の公平性や透明性を確保するためのすべてのPCR策定に共通する基準を定める「商品種別算定基準（PCR）策定基準」を作成し、パブリックコメントを経て、本年3月に取りまとめの上、公表を行ったところである。

また、本研究会における30社の参加企業により、昨年12月の「エコプロダクツ2008」において、実際の商品のCO2排出量を暫定的に算定し、公募により決定した統一マークにより表示を行った日用品、食品等の試作品を展示し、併せて来場者へのアンケート調査を実施した。その結果、回答者の8割以上が同じ価格、あるいは価格が高くてもカーボンフットプリント表示商品を優先購入したいという意向を示す等、消費者の環境意識が高いことが判明した。

さらに、「エコプロダクツ2008」でのアンケート調査を補完し、消費者の意向をより一層把握すべく、本年1月から3月にかけて、限定的な期間、場所において、「エコプロダクツ2008」に出展された暫定表示商品の試験販売・市場調査を実施した。

また、事業者によるカーボンフットプリントに係るPCRの検討作業を支援すべく、本年2月から3月にかけて事業者説明会を行うとともに、本年3月に、自主的にPCRを策定するワーキンググループのリーダーを集めたミーティングによりPCR策定等に関するノウハウのアドバイスをを行った。

さらに、海外各国でのカーボンフットプリントに関する取組の動きを受け、ISO（国際標準化機構）においても、カーボンフットプリント制度の国際標準化の検討が行われている。具体的には、昨年6月に、我が国が英国等の諸外国とともにカーボンフットプリント制度の国際標準化作業開始の提案を行い、加盟国による投票の結果、昨年11月に承認され、本年1月のISO/TC207のマレーシア会合で第1回のWGが開催され、本格的な作業が開始された。こうした中、先述の「低炭素社会づくり行動計画」に基づき、カーボンフットプリント制度の国際標準化に向けた議論への積極的な貢献を行うため、昨年7月に「カーボンフットプリント制度国際標準化対応国内委員会」を設置し、関係者の意見、国内の取組及び海外動向を踏まえ、我が国の対応方針等を検討する体制整備を行った。

c) 新戦略

本年度以降、経済産業省と関係省庁が連携のもと、さらに地方自治体、民間とも連携し、以下の取組により、カーボンフットプリントの制度構築と普及促進を図り、事業者、消費者が一体となったCO₂削減のための取組を促進する。

ISOにおける国際規格が発行するまでの間は国による制度構築のための試行実施期間とし、それ以降は民間のプログラムホルダーに実施業務を移管することを予定しているが、引き続き国において、その運用の適正性を確保することとする。

なお、必要に応じ、さらなる普及促進のための措置について、法律上の位置付けも含め、検討を行う。

イ) 市場導入試行事業の実施

あらゆる商品・サービスを対象に、PCRの策定、それに基づくカーボンフットプリントの算定及びマーク付与による市場導入を行う試行事業を実施する。あらゆる商品・サービスに拡大していくことを通じて、国内統一の制度構築を図る。

具体的には、事業者等がPCR原案を策定しようとする場合に計画の登録を行うとともに、国の試行事業において設置するPCR委員会において、事業者等が自主的に策定するPCR原案を審査及び認定し、国が公表を行い、さらに認定・公表されたPCRに基づくカーボンフットプリントの算定結果の検証を行い、マークを付与することにより試行的な市場導入を進める。

その際、事業者が容易に取り組むことができるように、国において、公募・採択によるPCR原案の策定に対するコンサルティング支援、PCR作成マニュアル、カーボンフットプリント算出マニュアル、カーボンフットプリント計算キットの作成等を行う。

ロ) ルールの精緻化

試行事業等により抽出した制度上の論点・課題を踏まえ、さらに消費者及び事業者の意向や海外の動向等を踏まえ、カーボンフットプリントの算定・表示方法等に関するルールの精緻化を行い、TS（標準仕様書）化するとともに、ISOにおける国際規格の発行にあわせてJIS（日本工業規格）化を図る。

ハ) カーボンフットプリントの信頼性の確保

試行事業におけるPCR委員会による認定・検証の取組を踏まえ、カーボンフットプリントを独立した公正な第三者が適切に認証する仕組みを構築すること等により、カーボンフットプリントの信頼性確保を図る。

二) 制度の国際整合性の確保

試行事業等により精緻化した我が国のルール及び国際標準化対応国内委員会等を通じて把握した我が国産業界等の意向を国際標準に適切に反映すべく、I S O等の国際標準化の議論に積極的に対応する。

さらに、国際標準化とあわせて、各国間の制度の詳細部分でのルールの整合性を図るための相互承認等の仕組みの構築を図る。

また、カーボンフットプリント制度が貿易障害的な影響を与えず、公正な競争の基盤となりうるように、W T O協定等を踏まえつつ、I S O 1 4 0 2 0シリーズ、1 4 0 4 0シリーズ、その他のI S O規格等との国際整合性に十分配慮した取組を進める。

さらに、アジア地域へのL C A及びカーボンフットプリントの普及啓発により、アジアサプライチェーンにおけるC O 2排出量情報のトレーサビリティの確保を図る。

ホ) C O 2 排出量原単位データの作成・公開

カーボンフットプリントの算定の取組を促進するため、積み上げ法のL C Aデータベースを活用し、できる限り網羅的な精緻かつ信頼性の高い最新の二次データとしてのC O 2排出量原単位データの作成・公開を図る。

ヘ) カーボンフットプリントの普及啓発

消費者及び事業者の理解増進と行動促進のため、カーボンフットプリントのC O 2排出量表示への追加情報表示による事業者の削減努力の消費者への適切な伝達、カーボンフットプリントに関する説明会の開催、専用ホームページでの情報提供、D V D、ガイドブック等の作成、消費者が受け入れやすいキャッチフレーズによる広報等を行うとともに、地方自治体との連携、さらには民間に設置されたカーボンフットプリントに関するフォーラムとの連携等により幅広い普及啓発を図る。あわせて、消費者及び事業者の意向を反映した制度とすべく、継続的なアンケート調査等を行う。

また、事業者に導入のインセンティブを与えるため、環境・エネルギー関係の表彰制度やランキング制度に、カーボンフットプリントに取り組んでいること等を審査基準や評価項目に盛り込むよう働きかける。

さらに、消費者によるカーボンフットプリント導入商品の購入を促進するためのインセンティブ付与の取組を促進する。

ト) カーボンフットプリントと他の環境ラベル等の相互の関係の整理と一体性の確保

環境ラベルは、制度的なもの、自主的なものを併せて極めて多く存

在しており、消費者が意味を十分に理解できていないのが現状である。

このため、CO₂排出量を表示するカーボンフットプリントと、商品・サービスのLCA情報の表示を行うエコリーフや、3R、省エネ等に関する様々な環境ラベルがそれぞれどのような内容の情報開示を行っており、それぞれの位置付けや相互の関係等を分かりやすく消費者に示すためのマッピング化を図る等、環境ラベルが相互に関係しながら一体として効果的に消費者に環境情報を伝えるツールとなるための取組を行う。

さらに、CO₂排出量の算定は、カーボンフットプリント以外にも、エコリーフ等の他の環境ラベルでの算定や企業レベルでの算定等、様々な場面で行われることから、CO₂排出量算定方法について、カーボンフットプリントのライフサイクル全体における算定方法をベースにしつつ、様々な場面での算定における共通の物差としての一元化、統一化を図る。

チ) カーボンオフセットとの連携

カーボンフットプリントは商品・サービスにおけるライフサイクルのCO₂排出量の算定・表示を行うものであるのに対し、カーボンオフセットは、削減努力を行ってもなお排出されるCO₂の排出量に見合ったCO₂削減活動に投資すること等により相殺するものである。いずれの制度も、CO₂削減の取組の促進を目的とするものであり、両制度の連携を図ることが低炭素社会の構築のために必要である。

このため、カーボンフットプリントにより削減努力した結果としてのCO₂排出量の表示を行い、それで削減できない部分はカーボンオフセットを行った旨を表示すること等、両制度の一体的な運用により、商品・サービスにおけるCO₂削減の企業努力の消費者への効果的な伝達を図る。

リ) 政府調達促進の促進

環境負荷低減に資する物品等については、「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）」に基づき、国等が調達を推進しているところである。

このグリーン購入法における「環境物品等の調達の推進に関する基本方針」の各品目における配慮事項に、ライフサイクル全体におけるCO₂排出量を算定・表示するとともに、CO₂排出量の削減に努めていることを盛り込む等により、カーボンフットプリント表示商品・サービスの政府調達促進を図る。

② 3R情報の見える化

a) 背景・目的

環境負荷・資源負荷低減を目的として、事業者においては、自ら生産する製品について3R（リデュース・リユース・リサイクル）への対応が進んでいる。具体的には、製品の原材料として再生品を使用することや、製造段階における製品使用後のリユース・リサイクルに配慮した設計（易分解性、単一素材化等）等が具体的取組として挙げられる。一方で、こうした取組は、通常消費者が商品選択をする際の指標（「価格」「製品機能」）には表れにくく、むしろ3Rの取組によってこれらの指標がマイナスに振れる場合（価格の上昇、製品機能の下落等）もある。こうしたことから、製品の3R配慮に係る指標を第3の情報として提供し、消費行動の重要なファクターとして「見える化」することが重要である。

こうした状況を踏まえ、平成20年1月にとりまとめられた産業構造審議会基本政策ワーキンググループ報告書では、製品の3R配慮情報の見える化が進展することによって当該製品の市場拡大にも資するよう、消費者に対する情報提供を図るべきとされた。

製品3R配慮情報の見える化による3Rの取組の更なる促進と我が国製品の3R配慮設計の強みを活かした国際競争力強化に向けて、共通の評価基準に基づき比較可能な形で分かりやすく提供するための3R配慮性能の評価手法を開発するとともに、この評価手法の効果的な活用方策について検討することが必要である。

b) これまでの経緯・成果

経済産業省においては、平成20年度から製品3R配慮情報等提供基盤整備事業を実施し、家電4品目を対象に3Rを含めた総合的な環境情報の見える化を行うための手法の検討や消費者に対する実証実験等を行っている。平成20年度の成果は以下のとおり。

・ 情報提供項目・評価手法

家電製品の業界団体の製品設計担当者等から成るアドホック・ワーキング・グループを設置し、3R配慮性能の評価方法の検討意義、評価方法の活用イメージについて議論・認識共有を行った。

加えて、3R性能の評価項目・評価指標についてのたたき台を作成し、業界団体からの意見を集約し製品ごとの課題を整理するとともに、実データに基づく予備的検討を行った。

・ 情報提供手法等の検討

情報提供手法の検討としては、家電製品の環境性能説明のコンテンツを作成するとともに、情報活用手法の一つとしてラベル表示に関する検討を実施した。

- ・ 実証実験による情報提供等の実施

「環境イベントでのアンケート調査」「消費者を対象としたグループインタビュー調査」「販売店店員を対象としたグループインタビュー調査」といった3つの調査（実証実験）を実施し、3R配慮情報の活用可能性に関する情報を収集した。

消費者グループインタビュー調査結果（仮想購買体験の実施結果）からは、製品の3R配慮情報について説明が伴うことで、消費者に肯定的に受けとめられ、購買行動に対して何らかの影響を与える可能性が確認された。併せて、「消費者側からの問合せや興味、関心があった場合に活用できるような販売店用の説明ツールへのニーズがあること」や「生産者側の取組の必ずしもすべてを消費者は求めていること」、「一方で、必要に応じてその詳細・根拠を参照できるような情報の提供に関するニーズも一定程度あること」等がインタビュー調査結果から示唆された。

c) 新戦略

従来の環境配慮設計をさらに発展させるため、環境配慮情報の活用により、3Rを市場における新たな評価軸として設定する。このことを通じて、製品の環境配慮への努力が市場において適切に評価され新たな価値を創造するとともに、それに触発された事業者の環境配慮の取組が更に進展するような社会の構築を目指す。活用手法としては、例えばラベル等による環境情報の提供を通じた消費者への訴求力強化(表示方法の工夫、販売戦略への組み込み)等の実施が想定される。

(2) 投資家・金融機関への見える化：「環境力」評価手法の開発及び株価指数への適用等

① 背景・目的

我が国では、従来から、生産、流通等の事業活動自体や、提供する製品・サービスに関し、環境問題にきめ細かく配慮し、高い「環境力」を有する企業が多数存在する。行政も、企業のこのような取組を推進する観点から、様々な施策を講じてきている。

このような中で、企業活動を支える基盤的なシステムである金融市場も、企業における環境の取組を的確に評価して機能するものとなるような変化が求められている。我が国の金融市場がこのような「環境力」評価機能を充実できたならば、「環境力」を軸にした金融市場での投資や融資の呼び込みが可能となり、企業の「環境力」が競争力につながることで、企業の環境の取組のインセンティブになると考えられる。

一方、現状では、既に我が国ではSRI投資や環境配慮融資の取組が行われているが、未だ十分な広がりを見せていない。さらに、企業の「環境力」を的確に評価するための情報が十分に提供されておらず、また評価の手法が確立していないため、「環境力」を金融市場における競争力として十分に発揮できない状況にある。このため、企業の環境の取組を促進すべく、「環境力」を的確に評価するための手法の確立が必要となっている。

さらに、このような「環境力」評価手法の具体的な活用方策として、「環境力」のある企業を評価・選定し、その企業群の株価の動きを指数化し、平均株価との比較を行うことにより、「環境力」のある企業に投資を呼び込むことが可能となると考えられる。既に英国のFTSEのように環境に取り組む企業群の株価動向を示す事例はあるが、我が国企業の有するきめ細かな「環境力」がより適切に評価される株価指数を発信していく意義は大きいと考えられる。

このため、我が国企業の「環境力」が投資家や金融機関を含む幅広い経済社会の主体から的確に評価され、企業の競争力として具現化されるような評価手法を開発するとともに、「環境力」のある企業に投資や融資を呼び込むため、当該手法に基づき、「環境力」のある企業群の株価指数を組成し、さらにこのような評価手法や株価指数を実効あらしめるため、企業の「環境力」に関する比較可能な形での適切な情報提供を促進することが必要である。

② これまでの経緯・成果

昨年6月に「金融市場における「環境力」評価手法研究会」を設置し、「環境力」を金融市場における投資や融資の呼び込みと競争力強化につ

なげるための「環境力」評価フレームを策定するとともに、本フレームの株価指数への適用方策、さらに企業の「環境力」に関する比較可能な情報提供方策について検討を行った。

a) 「環境力」評価フレームの策定

地球温暖化等の環境問題を踏まえた国内外における企業の「環境力」評価の動向を勘案し、経済産業省としての企業の「環境力」評価の考え方と企業のあるべき姿を明確化することにより、企業における環境負荷低減に向けた取組を促進する役割を果たすべきものとして、「環境力」評価フレームを策定した。

本フレームは、「環境力」のある企業が経済的に成長することが望ましく、また中長期的にも勝ち残れるという仮説に基づき、短期的視点のみならず中長期的視点から評価することにより、あらゆる大企業や中堅・中小企業が環境の取組を積極的に行う社会へと誘導することを目的としたものである。

本フレームは、企業の「環境力」を多面的に評価するための項目を<評価項目Ⅰ>企業自らの事業活動における環境負荷低減、<評価項目Ⅱ>製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減、<評価項目Ⅲ>環境コミュニケーションの実践、の3つに分け、それぞれについて評価の視点、評価指標、評価手法を主要な環境テーマ（温暖化防止・省エネ、3R、公害防止、化学物質管理、水資源確保、生物多様性確保）ごとに網羅的・総合的に示すものである。

また、本フレームの利用方法の原則を以下のとおり設定した。

- ・ 各企業の評価に当たっては、各項目それぞれの評価指標、評価手法に基づき、短期・中長期的の双方の視点から評価を行う。特に、企業の「環境力」は中長期的に発揮されるケースが多いことから、各評価指標、評価手法の利用に当たっては、中長期的視点に重点を置いて評価を行うこととする。特に、本フレームにおいては、企業の将来の可能性を積極的に評価することを原則とする。
- ・ 企業の「環境力」評価に当たっては、「評価の視点」において個別に記載しているように、企業規模や業種の特性等を勘案し、企業における環境負荷低減の絶対値だけでなく、中小企業や環境負荷の大きい業種についてもその特性に応じて適正に評価されるよう、相対値による評価を行うこととする。
- ・ 評価フレームの利用者は、金融機関、個人投資家、機関投資家、評価会社・団体、資産運用会社、証券取引所、消費者、企業、国、自治体等が想定されるが、本評価フレームは、各利用者の目的・用途に応じ、必要な評価指標を選択し、必要に応じて評価指標を加工

しながら利用されるべきものである。

b) 株価指数への適用に当たっての課題の検討

金融市場において「環境力」評価フレームを活用する場面としては、投資家が投資対象を決定する際や金融機関が融資対象を決定する際に「環境力」の高い企業を選考するケースが考えられる。

このため、「環境力」評価に基づいた投資や融資を促進する手段の一つとして、「環境力」評価フレームを活用した「環境力」の高い企業株価指数の組成の可能性を検討した結果、以下のような課題が明らかとなった。

- ・ 「環境力」の高い企業群の株価指数を組成するためには、「環境力」評価フレームの評価指標の中から、投資や融資にとって重要度の高いものを選定する必要がある。投資や融資にとって重要度の高い評価指標を選定する視点として、財務的影響の把握可能性と、政策動向との整合が考えられる。
- ・ 大型銘柄、中型銘柄、小型銘柄を母集団に盛り込んだとしても、通常の評価指標を当てはめると、小型銘柄が抽出されず、大型銘柄が優先的に抽出されてしまう可能性がある。その結果、小型銘柄が指数構成銘柄として選定されないケースが多くなる可能性があると考えられるとともに、高い株価パフォーマンスを示したとしても、大型銘柄のバイアスがかかる可能性があると考えられる。

c) 企業の「環境力」に関する比較可能な情報提供の課題の検討

企業の「環境力」に関する情報提供として、企業による自主的提供と、法規制に基づく制度的開示がある。

自主的提供のツールとしては環境報告書があるが、発行企業数は年々増加しているものの、情報量が多く、分かりやすさに重点をおくために一般的な内容になる例が多い結果、各ステークホルダーの意思決定に有益な情報が明確になっていない。このため、ステークホルダー別に重要な情報項目を明確にした上で、効果的な提供方法を検討する必要がある。また、ガイドライン等に沿った記述が行われているが、活動のバウンダリーやデータの定義、加工方法がまちまちであるため、企業間比較ができない状況にある。

制度的開示は、環境管理を目的とした法規に基づいた開示と会計等の投資意思決定に有用な情報を提供するための制度に基づいた開示がある。

環境管理を目的とした法規に基づくものとしては、我が国では、化学物質や温室効果ガス排出量など個別の環境項目に関して情報提供を義務付ける制度はあるが、提供されたデータは企業間で比較可能な情

報になっていない。開示されたデータを企業の「環境力」情報として活用するためには、データの加工が必要となる。例えば、温室効果ガス排出量は、業種毎の特性を十分に踏まえた形で企業間で比較可能とするために、単位生産量当たり、あるいは売上高当たり排出量とすることが少なくとも必要となる。LCAに基づく数値の作成も重要な観点であり、そのための統一的な基準の作成等を進めることが当面の課題と考えられる。

会計等の投資意思決定に有用な情報を提供するための開示制度については、我が国では、金融商品取引法に基づく有価証券報告書があるが、基本的には環境報告書等による自主的な情報提供に取り組んでいる上場企業等のみが有価証券報告書の義務対象であるとともに、制度趣旨から、投資家にとって重要な財務的影響のある情報開示に限られること、有価証券報告書が原則としてグローバルかつ連結での企業活動を把握するものであるのに対して、環境情報の多くがグローバル、連結になっていないというミスマッチ、環境以外の情報とのバランス等を十分に考慮することが必要である。

③ 新戦略

a) 「環境力」評価フレームの活用

本フレームが、大企業のみならず中堅・中小企業による望ましい環境の取組につながり、金融市場において適切に評価され、実際の投資・融資行動等につながるように、関係省庁との連携のもと、経済産業省において、企業を評価する主体である金融機関・個人投資家・機関投資家・評価会社（団体）・資産運用会社・証券取引所・消費者・企業等の様々なステークホルダーへの利用の働きかけ、WEB等での広報、セミナー、説明会開催等により、本フレームの意義、内容、「環境力」評価と企業の持続可能性との関係等についての広範囲な認知度向上と普及啓発を図る。

また、公的年金（国民年金、厚生年金、共済年金等）、私的年金（国民年金基金、厚生年金基金、確定拠出年金等）の運用指針に本評価フレームの観点を盛り込むよう、各運用主体である年金積立金管理運用独立行政法人（国民年金、厚生年金）、共済組合連合会（共済年金）、国民年金基金連合会、企業年金連合会等に働きかけるとともに、運用指針に関する情報開示を促進する等、本フレームの利用を促進するための制度的な枠組みの構築を図る。

このような利用の働きかけに当たっては、経済産業省において本フレームの試行的な利用を行う等により、ステップを踏みながらその内容をブラッシュアップし、利用方法を分かりやすく示すこととする。

さらに、本フレームにおける評価の視点、評価指標、評価手法は常に変化するものであるもので、官民の関係者との間の連携・協力を図りながら、一定期間ごとに所要の見直しを行う。特に、温暖化防止・省エネ、3R、公害防止、化学物質管理、水資源確保、生物多様性確保という重要な環境テーマごとに評価指標の精緻化を図る。例えば生物多様性のよう、現時点では十分な評価指標が確立していないが、世界的な動向等を踏まえ今後ますます重要性が高まると考えられる分野についても、様々な知見を共有することにより具体的な評価指標の確立を図る。

また、本フレームが、様々なステークホルダーのそれぞれの評価の視点から利用しやすいものになるように、さらに企業の「環境力」の総合的な評価を行う基盤になるように精緻化を図る。

b) 「環境力」株価指数の組成

「環境力」株価指数組成のための取組を進めるように民間の主体に働きかける。その際、以下の点に留意する。

- ・ 現在または将来において株価形成に対して影響力が大きいと考え

られる重要な評価指標を国内外の政策動向に対応しつつピックアップし、投資家ニーズを的確に踏まえた株価指数を組成する。特に、株価指数組成の前提として、FTSE等の従来の取組よりもきめ細かな「環境力」がより適切に正しく評価されるような基本原則を確立する。

- ・ 「環境力」株価指数が平均株価よりもアウトパフォームすること自体を自己目的化するのではなく、「環境力」のある企業が経済的に成長することが望ましく、また中長期的にも勝ち残れるという仮説に基づき、我が国全体の企業育成、産業振興の観点から、大企業のみならず中堅・中小企業、さらにはベンチャー企業にも投資が向けられるように評価されるような株価指数を組成する。
 - ・ 環境に及ぼす企業活動の多面的な影響を的確かつ総合的にとらえるものとする。たまたま入手可能なデータの形式的な評価によって大きく左右されるような指数とはしない。
 - ・ 環境対応はコストがかかることに留意し、大企業と中堅・中小企業、ベンチャー企業を同じ内容で評価するのではなく、相対的な視点を盛り込む等によるバランスのとれた評価内容とする。
 - ・ 短期的評価のみならず、将来を見据えた中長期的視点を導入する。
 - ・ 「環境力」と経済パフォーマンスとの関係の要因分析と因果関係の明確化を図る。
 - ・ 大型、外需、製造業等のバイアスの除去のための工夫を行う。
 - ・ 小型銘柄が適切に評価され、抽出されるように、株価指数の構成の枠組みの中で、規模別の枠取り、レイティングを行うことで、規模別に上位銘柄を抽出する等の工夫を行う。
 - ・ 定性的な取組の環境負荷低減への影響を明確にするとともに、定性的情報等の評価基準の明確化を図る。
 - ・ 各業種の特性に依じた評価を行う。
 - ・ 時系列的に継続的にフォローできるデータを採用する。
- c) 企業の「環境力」に関する比較可能な情報提供方策の推進

本フレームが効果的に利用されるようにするため、以下の取組により、評価指標に沿った企業の「環境力」に関する比較可能な情報提供方策を推進する。

イ) 自主的な情報提供の推進

企業から自主的に提供される情報の内容を比較可能なものとするため、「環境力」評価フレームの評価指標に沿った情報提供を推進するためのガイドラインの整備を図る。

また、これと併せて、環境省における「環境報告ガイドライン」

及び経済産業省における「ステークホルダー重視による環境レポートガイドライン2001」を一体として改訂する等により、環境報告書における「環境力」評価フレームの評価指標に沿った比較可能な情報提供の促進を図る。

ロ) 制度上の情報開示の活用

個別の環境テーマに関する開示制度は、環境規制に必要な範囲、特定の事業者(所)に情報開示が限定され、さらに、評価のための開示ではないことから、開示されたデータを企業間での比較・評価が可能なものにするため、「環境力」情報として活用するための相対値としてのデータの加工(単位あたり排出量等)等のためのガイドラインの整備を図る。

なお、現行の有価証券報告書においても、環境リスクや環境規範への対応状況等の記載が可能であり、また平成22年4月からは、新会計基準により、土地及び建物等の有形固定資産の除去に関して法令または契約で要求される義務に係る資産除去債務の記載が義務付けられること等から、これらの環境情報の記載の促進を図る。

ハ) 「環境力」評価情報データベース構築

環境情報が各媒体により提供されているとしても、これらは個別のものとして別々の場所で提供されているため、収集が困難であり、収集コストがかかることが考えられる。また、現時点では提供されていない環境情報であるが企業の「環境力」評価のためには重要な情報であるものについては、個別に企業から情報を収集することになるが、その場合には収集がより一層困難かつ高コストになると考えられる。

このため、企業の「環境力」の評価を行う主体等が容易に低コストで必要な環境情報にアクセスできるようにするため、既存の環境関連情報データベース等をできる限り活用・統合しながら、企業による現行の全ての自主的提供情報・制度的開示情報を収集するとともに、現状では提供されていないが「環境力」評価指標に照らし重要な情報は新たに企業から情報収集を行い、これらの全ての情報が比較可能な形で一括して検索可能なウェブサイト上のワンストップのデータベースの構築を図る。

その際、比較可能な情報とする観点から、他の経済統計データベース、環境統計データベースなどとも連携し、経済と環境の関連とそれぞれの動向が把握できるポータルサイトとしての機能充実を図るとともに、データの信頼性確保、企業等が提供するデータのセキュリティ確保を図る。

(3) 環境コミュニケーションの推進

① 背景・目的

「環境を『力』にするビジネス」の成長のためには、ビジネスを支える様々なステークホルダーとの間で国が率先して環境コミュニケーションの推進を図ることにより、環境意識の向上と環境配慮行動を促進し、その結果として、消費者においては実際の環境に配慮した商品の選択につなげ、事業者においては実際の環境に配慮した経営や生産活動につなげる取組の強化が必要である。

② これまでの経緯・成果

エコプロダクツ展やエコプロダクツ国際展等の環境展示会等を通じた普及啓発活動や、3R、エネルギー等の教材等の作成・活用等による環境教育の推進、環境に取り組む企業に対する表彰制度の創設等により、環境意識の向上と環境配慮行動の促進を図ってきている。

③ 新戦略

- ・ 消費者に対しては、持続可能性という視点から、安全・安心を環境の中に一緒に取り込み、資源の無駄遣いで環境に配慮しないと地球が持続可能にならない、したがって安全・安心な社会にならないということに関連付けて訴える等、日常的な衣食住という身近なものとの関係で真に環境に関心を持つことができるような広報・啓発を図る。
- ・ 環境に関する知識を普及させるため、環境への関心が薄い一般層を対象とするサイエンスカフェ等の環境コミュニケーションの場の設置の拡充を図る。
- ・ 関係省庁間の連携により、家庭、学校、職場、地域その他のあらゆる場における環境の保全に関する教育及び学習を促進するための支援を強化する。特に、将来を担う子供に対する幼児段階からの効果的な環境教育の強化及び環境教育を行う指導者の人材育成の強化を図る。
- ・ 世界最先端の日本の技術を支える現場感のある技術者の後継者等の人材育成を強化する。
- ・ エコプロダクツ展等の中央での環境展示会のノウハウ、経験、コンセプト等を地方での環境展示会等と共有するとともに、連携して出展呼びかけを行う等により、消費者・事業者双方に対する継続的、広域的かつインパクトのある広報・啓発を図る。
- ・ 海外においても、エコプロダクツ国際展等の海外での環境展示会等の拡充により、海外における消費者・事業者への広報・啓発を図る。
- ・ 事業者へのインセンティブを与えると同時に、消費者に対する環境配慮製品・サービスの効果的なPRを図るため、環境に配慮した新しいアイデアによる製品やサービス等についての表彰制度の創設・拡充等を図る。

2. 「環境を『力』にするビジネス」に資する環境技術開発及び導入促進

(1) 背景・目的

「環境を『力』にするビジネス」の源泉は、環境・エネルギー分野の技術革新にあると考えられる。このような認識の下、国家戦略上の重要な技術を絞り込み、重点的にその開発と導入促進を図るとともに、それらの技術目標を示し、かつ、研究開発以外の関連政策を一体として進めることが必要である。

さらに、我が国は環境・エネルギー分野で高い技術を有しているが、現状では、このような技術を複合的に活用したまちづくりのための核となる運営主体が不在であるため、高い技術をまちづくりに活用する社会システムの構築が必要である。

また、「環境を『力』にするビジネス」の成長のためには、環境・エネルギー分野の技術シーズを新たなビジネスにつなげる取組が必要である。

(2) これまでの経緯・成果

① 技術戦略マップ

経済産業省においては、新産業を創造していくために必要な技術目標や製品・サービスの需要を創造するための方策を示すことにより、各産業分野における産学官の協力の下での研究開発投資の戦略的企画・実施を図るために「技術戦略マップ」を平成17年に策定し、毎年度改訂してきているが、環境・エネルギー分野（CO₂固定化・有効利用、3R、エネルギー等）においても同マップの策定・改訂を行い、研究開発を促進している。

② 世界トップ水準にある環境・エネルギー技術の開発・導入促進

本年4月10日に発表された「経済危機対策」において、「成長戦略－未来への投資」の最も重要な項目として、「低炭素革命」を位置づけ、世界トップ水準にある環境・エネルギー技術の開発・導入促進等を図ることとされた。

③ 環境ベンチャーの育成

経済産業省においては、新たな社会的価値の創造につなげるイノベーションの新潮流に対応する競争力強化の観点から、エンジェル税制（ベンチャー企業への投資に対する優遇措置）、ベンチャーファンド（アーリーステージにあるベンチャー企業への出資）等により、人材・長期資金の集中を促すベンチャー育成策を実施してきている。

(3) 新戦略

日本の国家戦略上の重要な環境技術については、国が必要な枠組みや判断基準を提示し、積極的な研究開発及び事業化支援を図る。

① 技術戦略マップ

技術戦略マップを環境・エネルギー分野の研究開発プロジェクトの企画・立案、予算要求、プロジェクト運営や技術評価活動の政策インフラとして活用する。また、同マップを産学官のそれぞれの研究開発の企画・実施に携わる関係者間のコミュニケーション・ツールとして活用する。

② 世界トップ水準にある環境・エネルギー技術の開発・導入促進

本年4月に発表された「経済危機対策」に基づき、太陽光発電の技術革新や新たな買取制度の導入、次世代自動車をはじめとする環境対応車の開発と買換え促進、エコポイントの活用等によるグリーン家電(テレビ・エアコン・冷蔵庫)の普及加速、住宅等の省エネ化(エコハウス)加速、長寿命化等の促進、有望技術・社会システムの開発・導入実証、国内クレジット制度を活用した中小企業等における省エネ設備等の導入促進等により、世界トップ水準にある環境・エネルギー技術の開発・導入促進を図る。

このうち、有望技術・社会システムの開発・導入実証の推進に当たっては、海外の先進事例を参考にしながら、我が国において、地域の有力企業等がリーダーシップをとって全体を統括し、組織的な管理・運営のもとで高度な環境・エネルギー技術を活用した環境と人にやさしいまちづくりの展開を図る。

③ 環境ベンチャーの育成

ベンチャーの推進施策の中で、環境・エネルギー分野における人材・長期資金の集中を促す環境ベンチャーの育成策の展開を図る。

3. 「環境を『力』にするビジネス」の高度化

「環境を『力』にするビジネス」の成長を図るためには、環境技術開発及び導入促進と併せて、環境経営を高度化し、その導入を促進するとともに、環境技術を効果的に活用した競争力の高いビジネスの展開や資源生産性向上等による3Rの取組の高度化を図ることが必要である。

(1) 環境経営の高効率化

① 環境経営ツールのワンストップ化及び高度化

a) 背景・目的

LCA、MFCA等の環境経営ツールについては、経済産業省において、これまで内容の精緻化を図るとともに、地域拠点機関を通じた普及促進を図ってきている。さらに、MFCAについてはさらなる普及促進の観点から、我が国が単独でISO規格化の提案を行い作業を進める等、積極的な対応を行ってきている。

一方、現状では、このような地域拠点機関の多くは、各個別の環境経営ツールの普及促進の取組を行っているのみで、企業の経営実態に即して適切な環境経営ツールを選択し導入を図るというきめ細かなアプローチがなされていない。即ち、地域拠点機関における環境経営ツールの普及促進のワンストップサービス化が図られていない。このため、LCA、MFCAの広範囲かつ実効性の高い導入が実現できていないのが現状である。

このため、様々な環境経営ツールについて、地域拠点機関におけるワンストップ化、認知度向上、内容の精査により一層の普及促進を図る必要がある。

b) これまでの経緯・成果

平成18年度～20年度に、それぞれLCA及びMFCAの普及促進事業を行ってきており、このプロセスにおいて、中小企業等への環境経営ツール普及促進のための地域拠点機関が全国に展開している。これらの中には、LCA及びMFCA双方の地域拠点機関になっているものもあるが、多くは個別の環境経営ツールの拠点にとどまっている。

また、MFCAのISO規格化については、平成19年11月、我が国が単独でISOのTC207（環境マネジメント）に対し新業務項目提案（NWIP：New Work Item Proposal）を行い、平成20年3月に採択された後、ワーキンググループ（WG）が設立され、3年後を目途に国際規格発行に向けた作業に着手した。また、ISO事務局から作業の対象となるMFCA規格に対しISO14051の番号が付与された。第1回WGは、平成20年6月にコロンビアのボゴダ

のISO/TC207総会にあわせて開催され、第2回WGは、平成20年11月に東京で開催されるとともに、各国との調整及びワークショップ開催等を行ってきている。

c) 新戦略

これまでのLCA及びMFCAの普及促進事業の実施により機能強化された地域拠点機関間の連携を図り、全国の地域拠点機関において、LCA、MFCA、さらにはこれらをより低コストかつ簡易に取り組めるように改良した環境経営ツール等を総合的に活用し、中小企業等の経営状況に即してきめ細かに環境経営のコンサルティングを行うこと等により、それぞれの企業に適合した環境経営ツールの導入促進と適切な運用を行うワンストップ化を図り、地域拠点機関の体制を強化する。

また、MFCAについて我が国からの提案に係るISO規格化に向けた作業を引き続き進め、一般原則と枠組みの国際標準の確立を図ることにより、MFCAが環境負荷低減とコスト削減の双方のメリットが高いことの認知度を向上し、一層の普及促進を図る。また、ISO規格化に資するため、中小企業やサービス分野等での新たな取組事例の拡充を図るための導入実証事業を推進する。

さらに、MFCAとISO14001、LCA等との関連付けによる環境経営ツールとしての双方の活性化、中小企業向けの簡易型MFCA計算手法や管理手法の開発、業種や業態別のMFCA活用ノウハウの構築、企業経営全体を資源生産性の高い環境配慮型経営へ転換するMFCAを中核とする環境経営システムの構築等により、MFCAの高度化を図る。

② L C A データベースの整備

a) 背景・目的

製品の環境負荷情報を導き出す L C A データの精度・信頼性の向上や収集の容易性の確保については、我が国だけでなく国際的にも関心が高まっており、E U における国際基準ライフサイクルデータシステム（I L C D : International Reference Life Cycle Data System）構築や、米国世界資源研究所（W R I : World Resources Institute）における製品ライフサイクルでの G H G 排出量の算定基準策定等、各国間で製品 L C A データフォーマットの共通化や企業間でのデータ交換を可能とするための国際協調の動きが急速に広まっている。

一方、我が国では、これまで経済産業省において整備してきた L C A データベースの他、民間レベルで作成された二次データベースが公開されているものの、国際的な動向への対応が十分に行われていないのが現状である。

L C A データベースの整備については、カーボンフットプリントの算出や企業ベースでの環境負荷の見える化の取組等の基礎をなすものであり、企業活動における環境負荷低減の促進のために今後ますます重要になると考えられることから、国内外の L C A データベースを取り巻く実態と国内企業等のニーズの把握を行い、それを踏まえた我が国としての国際協調への対応等を図る必要がある。

b) これまでの経緯・成果

本年 1～3 月にかけて、経済産業省において、「製品 L C A データベース調査委員会」を開催し、国内外における製品 L C A データベースに関する動向等を踏まえ検討を行った結果、以下の課題が明らかになった。

- ・ 日本国内における主要な製品 L C A データベースは、全て独自フォーマットを採用しており、海外で利用されている主なフォーマットとの互換性がない状況にある。
- ・ 我が国においては製品 L C A データベースが複数存在し、統一が図られていないため、L C A の普及と信頼性確保が不十分である。
- ・ サプライチェーンがアジア全体に拡大しているにもかかわらず、アジアにおけるデータベースが不足している。

c) 新戦略

我が国におけるLCAの普及と信頼性、網羅性の確保、さらには定期的な更新と精度向上を図るため、製品LCAデータベースの一本化、統一化を図る。

また、国内データベースと海外データベースとの互換性確保のための相互合意とデータ交換の仕組みの整備を図る。

さらに、国内だけでなく、サプライチェーンが拡大しているアジア全体でのデータベースの整備を図る。

(2) 環境ソリューションビジネスの強化

① 背景・目的

環境・エネルギー分野において、我が国は従前から個別製品・技術等の「ものづくり」において強みを発揮しており、それぞれ単体としては世界最高レベルであるが、製品・技術の機能・効用の発揮という顧客ニーズに応えるサービスを提供するためのシステム化が十分になされてこなかった。

このため、「環境を『力』にするビジネス」の成長のためには、高度な環境技術とともに、その技術を活用し、環境負荷低減、コスト削減等のきめ細かな顧客ニーズに対応することによる競争力強化を図ることが必要である。このためには、多様なハードとソフトの融合により個別技術・ノウハウをシステム化し、販売先の事業者がオペレーションの最適化等を実現する付加価値の高いサービスを提供する「環境ソリューションビジネス」の強化を図ることが必要である。

② これまでの経緯・成果

環境ソリューションビジネスによる我が国企業の競争力強化に向けた方策を検討するため、昨年9月に「環境ソリューションビジネス研究会」を設置し、以下のとおり、環境ソリューションビジネスを取り巻く課題の整理を行った。

a) 供給側の課題

- ・ メーカーでは、製品の販売拡大に直接つながらないと考えるビジネス手法は評価されない風土となっているため、取組が進まない。
- ・ 企業内の個別事業部門間や企業間に垣根があり、ソリューション提供に最適な体制の構築が困難である。
- ・ 複数機器の統合制御のようなケースを考えた場合、規格化・標準化がなされておらず、他社製品とのネットワーク化が難しい。
- ・ 海外展開を行う上での事業基盤や連携のためのネットワークが脆弱である。
- ・ 機器メンテナンスが面倒だと考える多数のユーザーに対して、顧客ニーズに合致した提案ができていない。
- ・ 環境ソリューションビジネスの環境負荷低減効果の評価手法や分かりやすい評価事例（LCA等）が不足している。
- ・ ユーザーが複数事業者にまたがる場合の費用負担の考え方、データの共有化のためのルール作りができていない。

b) 需要側の課題

- ・ 環境ソリューションビジネスのメリットについての認知度が低い。
- ・ 我が国では、設備の運用改善ノウハウのような無形の商品に対価

を支払うという風土が育っていない。

- ・ 環境負荷が「見える化」された後の次の取組について、ユーザーが取り組むためのインセンティブ（環境配慮の価値化、顧客の製品・サービスの高付加価値化、コスト削減等）が不足している。
- ・ 複数事業所がグループとしてソリューションを受けられるような体制作り（協議会、窓口幹事会社）ができていない。
- ・ インハウスのエンジニアを活用してできることは外部から調達しようとはしない。

c) 国内市場における課題

- ・ 特に、水・廃棄物分野においては、これまで公共セクター自らが事業を行うケースがほとんどであったため、PFI等の制度はあるものの、ソリューションを提供しようとする事業者が実績を得る機会が極めて少ない。
- ・ 行政の現場人員の削減等につながるため、民営化・民間委託の拡大へのインセンティブが少ない。

d) 海外展開における課題

- ・ アジア各国において、環境関連制度（環境規制、省エネ推進等）が十分に整備されていない。
- ・ 環境負荷低減に係る国際的なルールが未整備である。
- ・ 相手国側に、ソリューション提供の窓口となる公的機関（「海外版」省エネセンター、NEDOのようなもの）がない。

③ 新戦略

環境ソリューションビジネスの強化のため、以下の取組を図る。

a) コンソーシアムの創設による連携促進

産学官が連携するコンソーシアムの創設により、主に海外展開を目的とした環境ソリューションビジネスの強化に向けた以下のような連携促進を図る。

- ・ 3R、温暖化、水処理等のテーマ毎に、様々な企業や研究機関が参加する研究会を開催する。
- ・ 国内外の環境規制や環境産業、市場の動向について、専門家によるセミナー等により参加企業に情報提供を行う。
- ・ 環境ソリューションビジネスを構築するために必要な要素技術を継続的に検討するため、環境・エネルギー分野の技術戦略マップに示された技術開発要素を組み合わせ、一体的なサービスシステムの中に統合する等による技術戦略マップの策定を視野に入れつつ研究会等を開催するとともに、共同研究開発を実施する。
- ・ 参加企業の製品・サービスに関する情報を収集したポータルサイトを開設し、国内外に情報発信する。
- ・ 環境ソリューションを求める企業や自治体と、技術シーズを有する企業、大学、研究機関等とのマッチング会合を開催する。また、国内外での展示会やフォーラムの開催情報を会員企業に提供し参加を促すとともに、JETRO等と連携して海外へのビジネスミッションを企画し派遣する。

b) 環境ソリューションビジネスの普及のための環境整備

- ・ ノウハウの提供に対し対価を支払う風土の醸成を図る。
- ・ 環境ソリューションビジネスを担う人材育成を図る。
- ・ 企業間連携、環境負荷低減、コスト削減に関する優良事例や事例の収集・整理と当該事例のノウハウの普及啓発を図るとともに、それを踏まえ、環境ソリューションビジネスの標準化、効果検証のための簡易な評価システムの構築、費用負担等に関する共通のルールづくり等を図る。
- ・ 表彰制度創設等による環境ソリューションビジネスへの企業の評価向上等を図る。

c) 環境ソリューションビジネスの国内外市場への展開支援

- ・ 自治体における長期のプロジェクトマネジメントスキルの構築、モデル都市における事業実施、市場化テストの対象とする等、比較的規模の大きな自治体において上下水道、廃棄物処理事業等の民間関与の拡大を図る。

- ・ 複数省庁の所管にまたがる事業分野間の連携による環境ソリューションビジネスを展開する場合には、経済産業省がトータルコーディネートを行い、民間企業の積極的な対応を引き出しながら、全体最適化を図る。
- ・ アジア各国に対する環境関連制度（環境規制、省エネ推進等）の整備及び執行体制強化支援を行う。
- ・ 政府ミッション派遣や国内外展示会（エコプロダクツ展、エコプロダクツ国際展）での出展、ビジネスマッチング・セミナー開催等を行う。
- ・ 海外で事業を展開する場合の相手国における我が国の窓口機関の明確化を図る。

(3) 資源生産性向上等による3Rの取組の高度化

① 次世代の省資源型ものづくりによる国際競争力の再強化

a) 背景・目的

近年、レアメタルをはじめとする各種資源の安定供給への懸念の高まりや、循環資源の国際的な流通の活発化といった大きな状況変化が生じてきており、特に、次世代自動車（プラグインハイブリッド等）に不可欠なレアメタル等において資源制約が顕在化している。このような状況において、価格の乱高下に負けない我が国産業における強靱な体質が必要となっている。

一方、高品質を求める我が国の川下企業の行動が、川上・川中における資源の無駄を助長しているのが現状である。例えば、川下企業の設計・仕様が工程くず削減を制約する事例や、厳しい品質要求により意図せずして歩留まりが悪化する事例が指摘されている。このような状況において、自動車製造業や電機・電子機器製造業において、川下企業が、上流まで含めて資源の無駄を見直す優良事例も出てきているが、先進的企業数社で端緒についたばかりであり、川下企業自身にとって短期的な成果につながりにくいため全体的な動きに至っていないため、資源の無駄をなくすための取組の普及拡大が必要となっている。

b) これまでの経緯・成果

産業構造審議会環境部会廃棄物・リサイクル小委員会に設置された基本政策ワーキンググループにおいて、「製品ライフサイクル全体での最適化・効率化」に関し、サプライチェーン企業間での省資源型ものづくりの高度化（リデュース対策）、再生資源の「高度リサイクル」の促進（リユース・リサイクル対策）等の提言を行った（平成20年1月報告書「世界最高水準の省資源型社会の実現へ向けて」取りまとめ）。

本内容は「新経済成長戦略改訂版（平成20年9月19日閣議決定）」においても、資源生産性の抜本的向上を実現する新たな経済産業構造の構築を図る上での具体的政策の1つとして表明されている。

さらに、平成20年度より、専門家派遣による「資源ロスの見える化」を通じて、省資源化を促進する「サプライチェーン省資源化連携促進事業」を実施している。全国の20プロジェクトを採択（平成20年10月23日報道発表）し、サプライチェーンを構成する企業間で連携した省資源化効果の最大化を図っている。

c) 新戦略

川下企業が、川上・川中企業の工程くず削減に配慮した設計・調達を行うよう、その取組を促進する。

また、サプライチェーン企業間によるMFCA、DfEを通じた省資源ものづくり（省資源・省エネ・省CO₂・コスト削減）の優良事例を創出し、その成果を産業界へ浸透させていく。

また、「サプライチェーン省資源化連携促進事業」に採択されたモデルケースの中から成功モデルを抽出し、成果報告会の開催及び優良事例集の公表により、同様の課題を抱える企業への横展開を図る。

さらに、資源制約に対処するため、3Rとともに、もう1つのRとして、リプレイス、即ち、製造において、ある資源の確保が困難な場合に他の資源で代替する取組の促進を図る。

② レアメタル等リサイクルの推進

a) 背景・目的

循環型社会の構築にあたっては、資源確保推進のほか、廃棄物焼却にともなうCO₂排出量の削減や、天然資源の採掘等にともなう生物多様性への影響の緩和を考慮する必要がある、例えば、特に以下の素材のリサイクルに取り組むことが重要である。

イ) レアメタル（都市鉱山）

レアメタルは、自動車、IT製品等の製造に不可欠な素材であり、我が国産業競争力の要であるが、資源の有効利用への関心の高まりなどを背景に、近年、使用済小型家電等からレアメタルのリサイクルに取り組む自治体や企業が出はじめている。しかし、こうした取組は始まったばかりであり、レアメタルの抽出技術の研究開発については着手されたものの、効率的・効果的な回収方法や適正処理方法等は検討途上にある。このため、適正かつ効果的なレアメタルのリサイクルシステムの構築を図る必要がある。

ロ) プラスチック（都市油田）

プラスチックは石油等枯渇性資源を原料とするとともに、現状では約8割が焼却等処分されるなど、CO₂排出源を構成している。このため、資源循環型社会（化石系資源節約）と低炭素社会（CO₂排出量削減）の両立へ向け、廃プラスチックの焼却等処分から、リサイクルまたは高効率なエネルギー回収への転換が必要である。

ハ) その他

今後、2011年の地上波デジタル放送完全移行に向けて、使用済みブラウン管テレビの排出が増加する見込みである。特にブラウン管ガラスには、鉛等有害物質が含まれているが、国内では適正処理する技術（鉛の除去）がほとんどないため、全量をマレーシア等、ブラウン管テレビを製造している海外で処理している。

他方、マレーシアでは、既に処理能力が追いつかなくなっており、2009年3月より輸入制限を開始しており、このため、国内でブラウン管ガラスから鉛を除去する技術の確立が必要である。

b) これまでの経緯・成果

新経済成長戦略（2008改訂版）に基づき、リサイクルも含めた総合的なレアメタル確保戦略策定に向けて検討を開始した。特に、携帯電話等の使用済み小型家電には、金やレアメタルといった有用金属が多く含まれており、その回収・リサイクル促進が重要な課題であることから、効果的にリサイクルを促進するため、経済産業省と環境省が共同で「使用済み小型家電からのレアメタル回収及び適正処理に関

する検討会」を立ち上げ、全国3地域でモデル事業を実施し、効果的・効率的な使用済み小型家電の回収について検討を行った。

c) 新戦略

イ) レアメタル (都市鉱山)

- ・ 使用済み携帯電話回収の実証実験と制度整備
- ・ 製造段階におけるD f E (環境配慮設計) の更なる推進
- ・ 市町村による使用済み小型家電の回収ルートの確立に向けた実証実験の実施
- ・ 携帯電話及び小型家電に含まれるレアメタルの回収技術開発の推進
- ・ 大量のユーザーを抱えるとともに、エコマインドを持った人材を輩出する責務のある大学を拠点にした携帯電話等の回収の促進

ロ) プラスチック (都市油田)

- ・ 廃プラスチックの分別回収システムの改善
- ・ 混合プラスチックを低コスト・高精度に素材別分別する革新的技術開発や用途開発の推進
- ・ 資源化率 (排出量に占める再使用、再生利用、高効率なエネルギー回収の比率) の向上

ハ) その他

- ・ ブラウン管ガラスから適正に鉛を処理し、大量のブラウン管ガラスの処理が可能となるプロセスを確立

③ 廃棄物処理・リサイクルガイドラインの見直し

a) 背景・目的

従来我が国の3R政策は、廃棄物の最終処分場の逼迫、資源の将来的な枯渇の可能性等を受けて、推進が図られてきた。しかしながら、近年、3Rと地球温暖化問題との関係、レアメタル問題、国際資源循環問題など、3Rをめぐる新たな課題が生じている。こうした新たな政策課題に対応した3R政策を推進するため、産業界における3Rの自主的取組の指針としての当ガイドラインを見直すことが必要である。

b) これまでの経緯・成果

「廃棄物処理・リサイクルガイドライン」は、事業者の自主的な取組を促進することを目的として、事業者が廃棄物処理・リサイクルとして取り組むべき事項を整理したものであり、平成2年に初めて策定された。

その後、本ガイドラインは、8度の改訂を経る中で対象品目・業種の拡大を図るほか、品目別・業種別の取組み内容の充実を図ってきている。直近の平成17年10月の改訂において10業種69品目が対象となっている。

c) 新戦略

廃棄物処理・リサイクルガイドラインを見直し、新たな時代における事業者における3Rの指針を策定する。

④ 広域リサイクルチェーンの構築

a) 背景・目的

経済産業省では、地域が一体となった廃棄物の発生の抑制やリサイクルの推進の取り組みを支援するため、環境省との連携のもとでエコタウン事業を実施してきており、各地域に、ゼロエミッションの推進に資する経験やノウハウが蓄積されてきた。

一方、リサイクル事業者の処理能力があるにもかかわらず、再生資源の受入に関する情報が十分に収集できないために、有効にリサイクルされるべき再生資源の多くが埋立てられている状況にある。また、広域地点間で需要と供給の情報マッチングがなされたとしても、広域輸送は物流コストが高いためリサイクル採算が合わない状況にある。

リサイクル事業者は、財政基盤の弱い中小企業が多いため、個々の取組ではこれらの問題が解決せず、このまま放置すれば、国内リサイクル産業の脆弱化、最終処分場の埋立量の増加が助長されるとともに、立地する地域経済への悪影響も懸念される。

このため、循環型社会の構築の観点から、既存の3Rインフラを有効活用しつつ、再生資源のミスマッチの解消や物流コスト削減等による広域的リサイクルチェーンの構築を図ることが必要である。

b) これまでの経緯・成果

経済産業省においては、平成16年度からエコタウン事業関係者等が集まり意見交換を行う「全国エコタウン大会」を開催し、各地域のリサイクル事業等の経験・ノウハウと課題を共有するとともに、課題解決に向けての連携を促進してきている。

また、平成19年度において、エコタウン事業者に対して、リサイクルの高度化の意向、条件次第で受入可能な資源、ビジネスマッチングニーズ、物流やリサイクル処理のコスト等について調査を行った結果、以下のような意向を有していることを把握できた。

- ・ 資源の受入意向：木材系、使用済み自動車、自販機、廃プラ等を条件次第（「処理量の確保」「前処理の実施」「法規制の緩和」）で受け入れたいとの回答が多かった。
- ・ マッチングニーズ：受入品の確保等の有益な情報を得ることができるので、情報マッチングが必要との回答が多い。物流：受入資源の物流は「輸送コストがかかる」との回答が多かった。
- ・ 戦略価値：分別が手間でリサイクルしないものでも、環境価値（低炭素化等）が評価されれば、高度処理を行うとの回答があった。

さらに、平成20年度においては、今後の広域連携施策の実施につなげるため、エコタウン事業者等に対し、平成19年度調査結果にて「広域リサイクルチェーン構築」に向けた課題として抽出された「情報化」、「物流効率化」、「戦略価値の評価」の具体的な中身等に係る検証を行うためのアンケート調査を実施した。その結果、以下の点が明らかとなった。

- ・ 既に国際資源循環を含む広域リサイクルに取り組んでいる事業者が全体の5割弱（44%）に及んでおり、広域リサイクルが広まりつつある。
- ・ 「情報化」については、リサイクルの高度化を実現する上でのパートナー探しともいえる「リサイクル技術に関する情報共有」や、取引先や商圈の拡大につながる「循環資源の発生源に関する情報共有」等に対するニーズが高い。
- ・ 「物流効率化」については、都道府県域にまたがる収集運搬許可等に係る「廃棄物処理法等関連規制の緩和」や、単位当たりの付加価値が低い循環資源物流の効率化を図るための「共同回収インフラの構築」等が求められている。
- ・ 「戦略価値の評価」については、単なるコンプライアンス対応にとどまらない「リサイクル率の向上等の積極的な評価」や、市況に応じて不安定になりがちな経営状況を踏まえた「補助金制度等の直接支援」に対するニーズが挙げられている。いずれも、廃棄物の適正処理並びに資源有効活用を図る上での「社会インフラ」としての機能を果たしつつ、事業としての採算性を確保しなければならないリサイクル産業に特徴的な課題と考えられる。

c) 新戦略

イ) 広域リサイクルチェーンのモデル構築と全国展開

これらのアンケート調査等を踏まえ、本年度において、既存の環境分野等の産学官のネットワークである産業クラスターにおいて、幅広い知見とネットワークを有するコーディネーターを活用した情報マッチングシステムを構築するとともに、効率的な物流システムを構築すること等により、動脈産業、静脈産業双方のリンケージを高める広域リサイクルチェーンの構築を図る。

具体的には、以下の取組により広域リサイクルチェーンのモデルを構築し、全国への横展開を図る。

- ・ 従来は最終処分されていた廃棄物を循環資源として活用するため、沿岸部に立地する複数のリサイクル事業者へ廃棄物を船舶により共同輸送することにより静脈物流のコストダウンと効率化を図り、あわせて世界初となる廃棄物専用海上コンテナの開発及び実証実験を行うとともに、排出業者とリサイクル事業者へのアンケート、ヒアリングを経て、産業クラスターのコーディネート力を活用した排出先と受入先の情報マッチングを効率的に行う仕組みの構築を図る。
- ・ 情報マッチング機能、効率的な物流機能とあわせて、受入側のニーズの高い前処理機能を兼ね備えた中継拠点が広域連携に必要であることから、このような高度な機能を有する先進事例のノウハウの分析と共有を図る。
- ・ 循環資源の有効利用は、資源制約の克服や廃棄物削減のみならず、CO₂排出量の削減にも資することから、このような価値を積極的に評価し、メリットを与えるシステムの構築を図る。

ロ) エコセンター・エコシティ（エコエリア）の構築

広域リサイクルチェーンを地域ベースで支える仕組みとして、地域内における分野横断的な一般から専門までのあらゆる情報を集約・管理し、その運用の効率化と最適化を図る情報プラットフォームとしての機能を有する拠点であるとともに、環境情報提供（常設の環境技術展示等）、環境管理サービス、資源・エネルギー循環等の運営、環境教育（セミナー、トレーニング等）等の多様な機能を有する産学官の連携によるエコセンターの構築を図る。

さらに、既存の都市または一定の基準でエリア化した区域で、エコセンターの適切なマネジメントにより、様々な環境・資源情報、関連ノウハウを共有しながらその区域内でエネルギーや資源の循環を図りサステナビリティを確保するエコシティ（エコエリア）の構築

を図る。当該区域は、一般居住区と産業が共存することで、都市部では自然共生型都市になり、農村部においては環境技術対応地域(農林を利用したバイオマス発電や自然エネルギーによるエネルギーの創出が多い区域)となる。

⑤ リサイクル産業の素材供給産業としての位置づけ

a) 背景・目的

従来、リサイクル産業等の静脈産業は、廃棄物処理の一体系、すなわちマテリアルフローの「出口」としての位置づけの要素が強かった。しかし、各種リサイクル法の整備にともない、「素材供給産業」、すなわち産業構造の「入口」としての位置づけが強まっている。

リサイクル産業の競争力強化に当たっては、循環資源の輸出制限等の規制を設けるのではなく、リサイクルに関する基盤技術開発、用途開発への支援を行うとともに、公正な競争を行うため、海外を含めたリサイクル産業の環境整備を行うことが重要である。

b) これまでの経緯・成果

3R阻害要因となっている技術等の調査・研究等を実施した。

c) 新戦略

3. (3) ②に列挙した、素材別分別・回収システムの構築、リサイクル品の用途開発等を戦略的に進める。なお、国際資源循環が高まる中、リサイクル産業については、競争制限を誘発しうる措置を安易にとるのではなく、産業としての効率性向上を図るため、一定の競争環境を維持することも重要である。

(4) ベストプラクティスの分析・啓発

① 背景・目的

環境に積極的に対応する事業展開が事業者にとって大きなメリットがあることを理解していても、具体的な実施方法、課題克服に関するノウハウ、成功要因が共有されていないため、特に中小企業においては、環境の取組が十分に拡大していないのが現状である。

このため、多くの事業者が活用可能な環境ビジネスのノウハウ、成功要因を分析、整理し、その普及・啓発を図ることにより、「環境を『力』にするビジネス」の裾野を広げることが必要である。

② これまでの経緯・成果

先進的な環境ビジネスのノウハウ、成功要因を体系的に分析、整理した「環境を『力』にするビジネスベストプラクティス集」を昨年11月に作成・公表した。

本書においては、環境負荷低減と企業利益の向上を同時に実現する先進的な環境ビジネスを遂行する企業からのヒアリング結果を踏まえ、当該企業のビジネスの中核となる技術等を抽出するとともに、ビジネスの立ち上げ期、事業展開期、事業成長期に分けてノウハウと成功要因をいくつかのパターンに類型化した上で分析し、さらにビジネスを遂行する上での障害要因をどのように克服したかについても記述する等の体系化を試みている。このように多くの成功事例を体系的に整理することにより、環境ビジネスに現在携わっている企業のみならず、これから環境ビジネスに取り組もうとする多くの企業に重要な示唆を与えることが可能になると考えられる。

③ 新戦略

本書をエコプロダクツ展や全国での環境イベント、各種セミナー等の様々な場で企業に配布・説明することにより、環境ビジネスのノウハウ・成功要因の普及・啓発を図る。

さらに、有識者の意見を踏まえつつ、事業者がマニュアルとして活用できるように内容を精査するとともに、事例や調査項目を拡充する等、随時改訂することにより、中小企業等のノウハウ取得ニーズに的確に対応する参考書としての機能を向上するとともに、本書を通じたビジネスノウハウ等の普及・啓発を継続的に行うことにより、「環境を『力』にするビジネス」の成長と拡大を図る。

4. 「環境を『力』にするビジネス」の地域における展開

(1) 背景・目的

我が国全域での環境の取組の拡充とそれを通じた地域活性化の観点からは、事業者単体による環境ビジネスの促進のみならず、地域のNPO、自治体、企業、金融機関等と市民が一体となり、高い環境意識を活かした地域ぐるみの環境ビジネスの取組を推進する必要がある。

特に、今後我が国が目指すべき低炭素社会の姿を具体的に分かりやすく示すため、温室効果ガスの大幅な削減など高い目標を掲げて先駆的な取組にチャレンジする「環境モデル都市」に現在13都市が選定されており、関係省庁が連携して支援することとしている。このため、環境モデル都市やそれ以外の環境負荷低減を積極的に推進する全国の各地域の意欲的な取組とも連携しつつ、低炭素社会の実現に向け、各地域において、エネルギー構造の変革、ビジネススタイルの変革等を推進する必要がある。

このため、地域のNPO、自治体、企業、金融機関等と市民が連携し、地域のコミュニティにおける環境への高い関心を活かしたビジネスの展開を図ることが必要である。

(2) これまでの経緯・成果

平成15年度から19年度にかけて、地域のNPO、企業等の地域コミュニティを形成する主体が連携・協働し、地域が有する環境問題の解決、地域の活性化を実践するビジネスモデルを構築する環境コミュニティビジネスモデル事業を実施した。

また、平成20年度においては、地域のNPO、企業等が一体となって、具体的な推進計画に基づき、「1人、1日、1kgCO₂削減」の国民運動を推進するビジネスを行う場合に、当該取組を効果的・戦略的に支援する「環境負荷低減国民運動支援ビジネス推進事業」を実施した。具体的には、全国で13件の事業を採択し、エコポイントやカーボンオフセット等の活用により国民にインセンティブを与えながら「私のチャレンジ宣言」のチェック項目（家庭での省エネ、公共交通利用、買物でのマイバック持参、リサイクル等）の実施を奨励する持続可能なビジネスを地域の関係者が一体となって実施する場合に、その取り組みに要するエキスパート派遣等の支援を行った。

これらの事業実施により、地域ぐるみの環境の取組に関するビジネスモデルが形成され、エコプロダクツ展等の場を活用し普及啓発を図ってきているが、他の地域への横展開をより一層図ることが必要である。

(3) 新戦略

平成21年度において、平成20年度と同様に、NPO、企業等が一体となった京都議定書の目標達成のためのビジネスへの支援を行う「環境配慮活動活性化ビジネス促進事業」を実施する。

さらに、これまでの地域ぐるみの環境ビジネスのモデル事業の成果を踏まえ、環境モデル都市やそれ以外の環境負荷低減を積極的に推進する全国の各地域を中心に、地域のNPO、自治体、企業、金融機関等と市民が連携したビジネスを以下の取組等により全国に展開することにより、持続的かつ効率的な環境負荷低減に資する地域の取組の拡充を図る。

- ・ 環境負荷低減を図るビジネスノウハウや課題の解決方法を分析・整理し、他地域で応用できるようにするためのマニュアルを作成する。
- ・ 当該マニュアルを活用し、地域において環境ビジネスを展開しようとする全国各地域のNPO等の要請に応じ、ノウハウを有する人材等を通じたビジネス立ち上げ支援を行う。
- ・ これまでの公募型のモデル事業の成果を踏まえ、環境負荷低減効果と市場競争力が高く、地域の特性、優位性を最大限に発揮した地域ぐるみの「環境を『力』にするビジネス」、全国に展開しうる汎用性の高い「環境を『力』にするビジネス」等の調査・発掘・創出を図る。

5. 「環境を『力』にするビジネス」の国際展開

(1) 「環境に優しいアジア」の実現

① 背景・目的

アジアの環境ビジネス市場規模は、2005年の64兆円から、2030年には300兆円（4.7倍）に成長すると推計している。

一方、アジアでは環境問題が深刻化しており、環境・省エネ分野の制度整備が進みつつあるものの、未だ整備途上であり、さらには執行の不徹底による制度の実効性が課題となっている。また、技術開発を行うにあたっては、制度や意識面についても調和を取る必要がある。こうした課題を解決できれば、今後アジアの環境ビジネス市場はより一層大きく伸びると考えられる。

このようにアジアにおいて環境ビジネス市場が拡大する中、世界トップレベルにある日本の環境・省エネに係る技術・ノウハウがアジア市場において十分に発揮できていないのが現状である。さらに、海外展開に意欲的な企業は存在するものの、海外とのコネクション不足や高い海外進出リスクのために躊躇しているケースも多く見受けられる。

このような状況において、アジア各国に実効性のある制度を確立し、環境・省エネ市場を高度化するとともに、我が国の環境ビジネスがアジア等の市場においてWIN—WINの関係を構築し、世界とともに成長することが可能となるための環境整備が必要となっている。

② これまでの経緯・成果

a) アジアへの制度・技術支援と我が国企業のアジア市場への展開支援

イ) ERIA環境政策レビュー

ASEANを中心とした東アジア経済統合推進を目的として、エネルギー・環境制約の克服、脆弱な物流インフラやサポーターインダストリーの整備、人材不足等に対して域内各国が一体となって取り組んでいくための地域の課題分析、政策の立案及び提言を行う新たな国際的な研究機関であるERIA（東アジア・ASEAN経済研究センター）が昨年6月に正式に設置された。

このERIAにおいて、持続的発展を促進する上で各国が取り組むべき優先課題を抽出し、その課題に取り組むために各国が取るべき政策について、2008年度に財団法人地球環境戦略研究機関をコーディネーターとして8カ国の研究者からなるワーキンググループにより研究を実施した。

ロ) アジア諸国の環境法制度整備、執行支援強化

我が国で実績のある公害防止管理者制度^{※1}のアジア諸国への普及

を図るべく、グリーンエイドプラン（GAP）^{※2}政策対話の枠組みを用いて、これまでタイ及びインドネシア西ジャワ州（水質汚濁防止分野）に対し同制度の導入に向けた支援を実施している。昨年度は政策対話の結果を踏まえ、インドネシア西ジャワ州（大気汚染防止分野）及びベトナムに対し同制度の導入支援に向けた事前調査を実施している。

また、中国に対しては、JICA技術協力プロジェクトの枠組みを用いて、1999年より公害防止管理者制度の中国版である「企業環境監督員制度」の構築のための協力を実施している。

（※1）公害防止管理者制度：「特定工場における公害防止組織の整備に関する法律」（昭和46法律第107号）に基づき、特定施設が設置されている工場に対し、国家資格を有する公害防止管理者等の選任による公害防止組織の整備等を定めた制度。

（※2）グリーンエイドプラン（GAP）：アジア地域の発展途上国における経済発展と環境保全の両立を目的に、相手国のエネルギー・環境問題に対する自助努力を支援する協力プログラム。1991年に設立されて以来、タイ、中国、インドネシア、フィリピン、マレーシア、ベトナム、インドが対象となっている。

ハ) 日中省エネ・環境相談窓口

我が国の優れた環境エネルギー技術のシーズと中国側企業等のニーズのマッチングを支援すべく、2007年末に合意した内容に基づき、中国国内10カ所に「日中省エネ・環境相談窓口」を設置した。

日中経済協会、JETRO、NEDOの3機関により実施しており、昨年10月時点で約280件の相談に対応した。

ニ) 日中省エネルギー・環境総合フォーラム

日中間の省エネルギー・環境分野のビジネスの拡大を図るべく、昨年11月、第3回日中省エネルギー・環境総合フォーラムを東京において開催した。「海水淡水化、水処理・回収等分科会」「省エネ分科会」など7分科会を実施し、日中間の省エネ・環境関連の技術、政策等について日中政府、企業関係者が意見交換を行った。

b) 3R協力

2006年12月、日中循環型都市に関する協力の実施が合意された。これを受けて、我が国がエコタウン整備を通じて蓄積した、再生資源を最大限に有効利用するリサイクル設備等の整備に関する経験・ノウハウをアジア各国に移転すべく、エコタウン協力を実施してい

る。経済産業省は、協力対象地域に関するF S調査（インフラ促進事業）、人材育成を実施している。

具体的には、北九州市と天津市・青島市、兵庫県と広東省の間でエコタウン協力を実施しているとともに、川崎市と上海市浦東新区の間で、エコタウン協力の開始に必要な調査等を昨年11月から実施している。さらに、中国以外の他のアジア諸国への協力拡大に向けても調整している。

また、東アジア各国の3 R制度整備・技術水準は十分なレベルに達しておらず、また環境汚染への影響が懸念されている。資源循環は国内だけでなく海外を巻き込んだ制度設計が重要であり、アジア各国も我が国3 R制度に高い関心を有している。このため、国内に蓄積された3 R制度を東アジア各国に移転し制度調和を図ることにより、東アジア全体における望ましい資源循環の実現が可能になると考えられることから、E R I Aを活用した我が国の3 R制度の東アジアへの移転のための方策を検討している。

③ 新戦略

a) アジアへの制度・技術支援と我が国企業のアジア市場への展開支援

5. (1)②a) の取り組みを着実に実施し、アジアにおける環境分野の法制度整備、執行体制強化を促進するとともに、我が国の環境技術のアジア市場への展開を図る。また、その際に、現地で指導を行う日本の専門家への研修等による環境意識の高揚を図る。さらに、アジア諸国がニーズを有している技術水準等を適切に踏まえた市場展開を図るとともに、知的財産等に関するルールの確立を図る。

また、我が国の産業が強みを有する「水」に関する技術について、省エネルギー性と処理効率を高める技術開発により更に高度化し、それら技術を融合した省水型・環境調和型水循環システムの開発及びその運営管理ノウハウの蓄積を推進することにより、我が国の水ビジネスの海外展開を促すことを目的とした「省水型・環境調和型水循環プロジェクト」を本年度に実施する。

b) 3R協力

ERIAを活用し、東アジア各国の3R制度の調査分析、3Rのあり方を検討するとともに、ERIA参加国におけるシンポジウムを開催し、関係各国に3R政策を発信するとともに、その検討内容を東アジア首脳会合で提言することを目指す。

また、我が国とアジア双方の利益となる経済システムを整備するために、廃棄物処理・リサイクルに関する我が国の技術・システム実証実験を実施することで、アジアにおける我が国企業のビジネスチャンスを創出するとともに、現地日系企業の事業環境整備を図る。その際、エコタウン協力、ERIA、ビジネスマッチングの場として3R国際見本市等との連携を図りながら、アジア大の資源循環型社会の形成を推進していく（アジア大の資源循環推進事業）。

(2) 欧米市場における環境基準、環境規制の我が国との整合性確保による国際競争力強化

① 背景・目的

我が国企業の活動のグローバル化が急速に進展しているが、特にEU市場、北米市場においては独自の環境基準の設定、環境規制の強化等が政府主導で進められていることから、我が国の環境基準や環境規制を遵守しても欧米市場に対応できないケースが多い状況にある。このため、我が国企業が欧米市場において十分な国際競争力を発揮できるようにするための環境整備が必要である。

② これまでの経緯・成果

EUにおけるREACH規制、ROHS指令、EUP指令、ELV規制、WEEE指令等や米国カリフォルニア州におけるPCリサイクル法等、各ライフサイクル段階における環境規制が欧米市場で強化されている。特に、EUにおいて2005年に発効したEUP指令は、家電やパソコン等のエネルギー使用製品に対するライフサイクル全体の環境配慮設計（エコデザイン）の要求事項設定の枠組みを構築する指令であり、本年には法的な規制内容が具体化することとなっている。

我が国は、EUP指令に我が国の業界等の意向を反映すべく、2005年に、国際電気標準会議（IEC）のTC111における環境配慮設計規格の作成に関する新業務項目提案（NWIP）を行い、承認を得た後、議長国として国際標準化作業をリードしており、本年には世界初のエコデザイン国際標準であるIEC62430が発行する見込みである。

③ 新戦略

I S OやI E Cにおける環境基準や環境規制に係る国際標準化の議論において、日本で育成、蓄積した技術力に基づいて、我が国が主導的な役割を果たし、積極的に調整を行い我が国の意見を表明する等を通じて、我が国の意向が十分に反映された国際標準の策定を図ること等により、我が国市場と欧米市場における環境基準・環境規制の整合性を確保し、欧米市場に進出する我が国企業の国際競争力の確保を図る。

結 び

昨今、世界の金融・資本市場がかつて経験したことのない危機的な状況に陥り、これに起因する戦後最大の世界同時不況により、我が国経済も急速に悪化している状況にある。

このような閉塞感を打破し、ピンチをチャンスに変え、不況から脱出するためには、環境負荷低減の取組を多くの企業が積極的に行い、環境をメリットに還元し、グリーンジョブを通じた雇用拡大を図ること等により、環境を軸とする新たな企業価値を創出し、環境保全と経済成長が両立した持続可能な産業・社会を早急に実現することが不可欠と考える。

本中間取りまとめにおいては、このような視点から、産業と環境小委員会における議論を踏まえ、国が取り組むべき「環境を『力』にするビジネス」新戦略を提言している。

この新戦略の遂行に当たっては、国の取組とともに、企業、消費者、投資家、金融機関、地方自治体、NPO等のあらゆる主体が、我が国及び世界が直面する環境問題についての理解を深め、それぞれの役割分担のもとで一体となって環境への取組を強化することが不可欠である。

特に、企業の環境の取組を促進するためには、企業の環境力をいかに効果的に「見える化」するかが極めて重要であることから、今回の新戦略でもその点を強調した提言を行っている。

また、国の環境政策は多くの関係省庁が取り組んでいることから、国全体の環境政策が相乗効果をもたらすよう、各省庁間の適切な役割分担のもとで連携を一層強化することが不可欠である。

さらに、我が国企業活動のグローバル化が急速に進展している中で、アジア、欧米をはじめとする国際市場において我が国企業が国際競争力を持ちながら、環境を軸に協調を図りつつ、地球規模の環境問題の解決と世界経済の再生に向けてWIN-WINの関係の構築を図ることが必要である。さらに、世界から資源調達を行うに当たっては、地球環境に十分に配慮することが必要である。

また、我が国において、従来の外需重視、商品の有形性の重視という価値観から、内需重視、商品の無形性の重視という価値観への転換を図り、顧客満足と社会満足を同時に実現する価値訴求力を企業力として持ち、産業と生活の双方において環境価値が経済価値をコントロールする成熟社会へと移行するために、関係省庁間の綿密な連携のもと、官民が一体となってイノベーションを興す21世紀型の産業基盤の構築を図ることが必要である。

併せて、我が国企業の環境力を高めていくためには、国内における環境負荷低減のみならず、途上国をはじめとする国外における環境負荷低減への貢献を積

極的に図ることが必要であり、そのための環境整備としての国の支援等が必要である。

本中間取りまとめは、現時点での政策課題を踏まえた新戦略を提言するものであるが、環境ビジネスを取り巻く状況は常に変化しているため、その内容については随時フォローアップを行い、必要に応じて改訂を行うこととしている。

最後に、本中間取りまとめの提言の内容をあらゆる関係者との連携のもとで国が着実に実施し、環境保全と経済成長が両立した持続可能な産業・社会の早期実現を目指すことを宣言する。