

# その他参考資料

平成16年4月16日

## 目 次

( 指標 1 ) 温室効果ガスの削減	2
( 指標 2 ) 環境配慮型製品・サービスを積極的に購入する人の割合	3
( 指標 3 ) 資源生産性の向上	4
( 指標 4 ) 環境保全行動に参加する人の割合	5
( 指標 5 ) 自然とふれあう人の割合	6
( 指標 6 ) 環境誘発型ビジネスの市場規模と雇用人数	8
( 指標参考 ) 「環境にやさしいライフスタイル実態調査」の概要	10
( 参考資料 ) 環境と経済の好循環ビジョン ( セクター別の整理 )	11

## (指標1) 温室効果ガスの削減

### 指標の内容

1990年比で2008年から2012年の温室効果ガスの排出量を6%削減します。

### 【京都議定書の概要】

#### ポイント

- ・先進国の温室効果ガス排出量について、法的拘束力のある数値目標を設定。
- ・国際的に協調して、目標を達成するための仕組みを導入  
(排出量取引、クリーン開発メカニズム、共同実施など)。
- ・途上国に対しては、数値目標などの新たな義務は導入せず。

#### 数値目標

対象ガス：二酸化炭素、メタン、一酸化二窒素、HFC、PFC、SF6

基準年：1990年 (HFC、PFC、SF6 は、1995年としてもよい)

目標期間：2008年から2012年

目 標：日本 6%、米国 7%、EU 8%等。

ビジョンにおける目標の考え方  
京都議定書の目標。

# (指標2) 環境配慮型製品・サービスを積極的に購入する人の割合

## 指標の内容

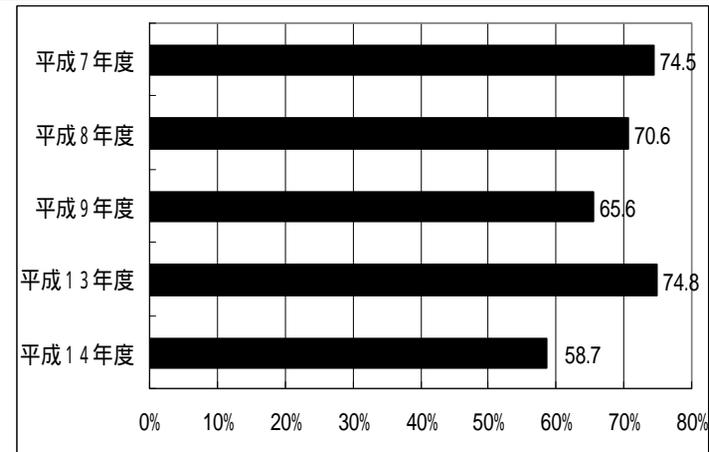
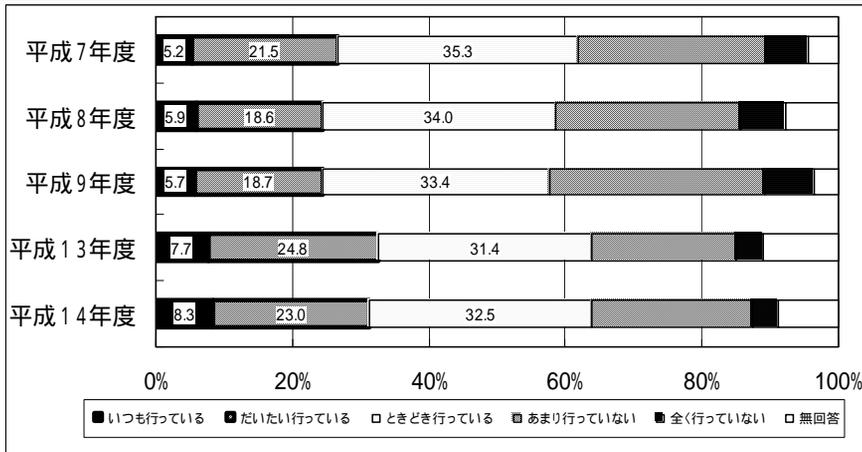
環境にやさしいライフスタイル調査結果 において、「物・サービスを買うときは環境への影響を考えてから選択している」人の割合(「いつも行っている」+「だいたい行っている」の割合) 2025年度に80%以上となることを目標とします。

10頁参照。

## 現状

「物を買うときは環境への影響を考えてから選択している」人の割合(「いつも行っている」+「だいたい行っている」)  
 平成7年度 26.7%      平成14年度 31.3%

「あまり行っていない」「全く行っていない」と答えた人のうち  
 今後はもっと行いたいと答えている人の割合  
 平成7年度 74.5%      平成14年度 58.7%



出典：環境省『環境にやさしいライフスタイル実態調査』

## ビジョンにおける目標の考え方

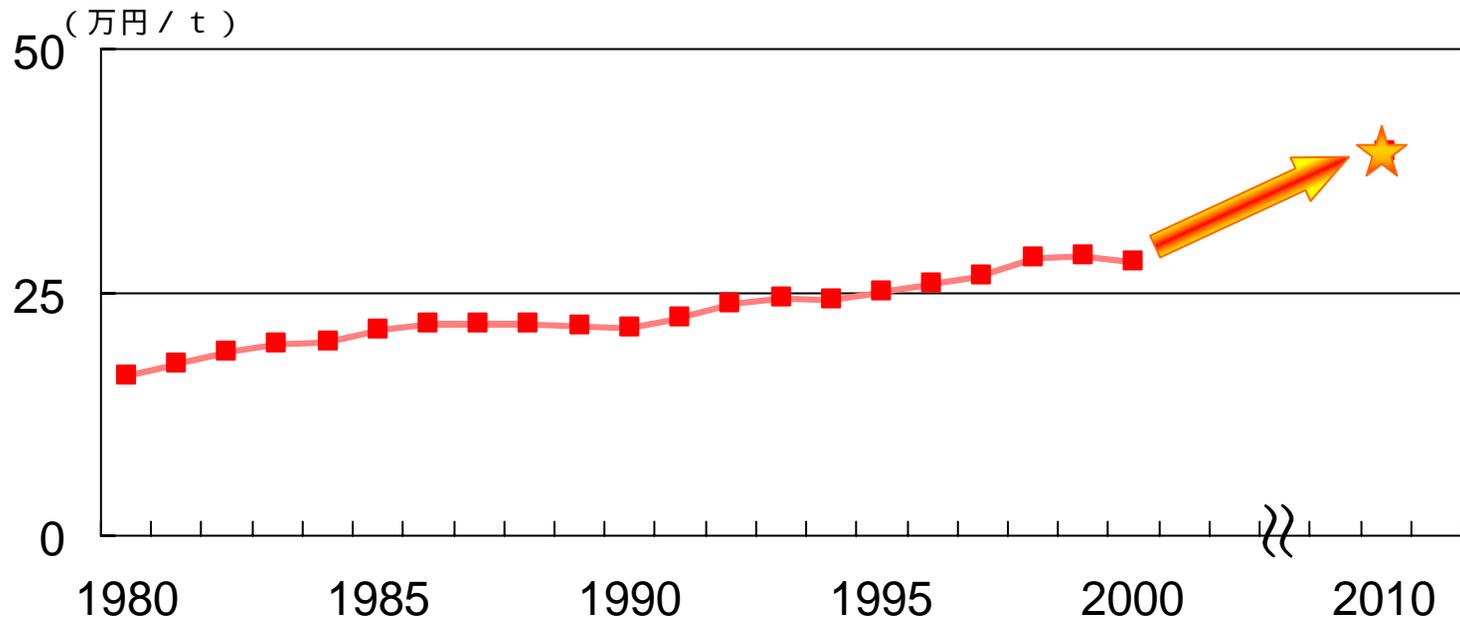
現状、環境を意識して物を買う消費者の割合は約3割にとどまっていますが、「ときどき行っている」人の全員と、「あまり行っていない」「全く行っていない」と答えた人のうち「今後はもっと行いたい」と答えている人が、グリーンコンシューマーとなるよう80%以上を目標とします。また、サービス化が一層進展することを踏まえ、「物・サービス」を対象とします。

## (指標3) 資源生産性の向上

### 指標の内容

資源生産性を平成22年度において約39万円/トンとすることを目標とします。  
(平成2年度《約21万円/トン》から概ね倍増、平成12年度《約28万円/トン》から概ね4割向上)

### 現状と予測



出典：循環型社会形成推進基本計画

ビジョンにおける目標の考え方

循環型社会形成推進基本計画の目標。

## (指標4) 環境保全行動に参加する人の割合

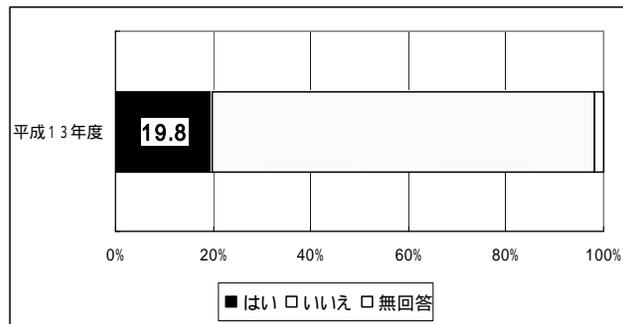
### 指標の内容

環境にやさしいライフスタイル調査結果 において、「過去1年間に、環境保全に関する活動等に参加したことがある」人の割合を2025年度に50%以上となることを目標とします。

10頁参照。

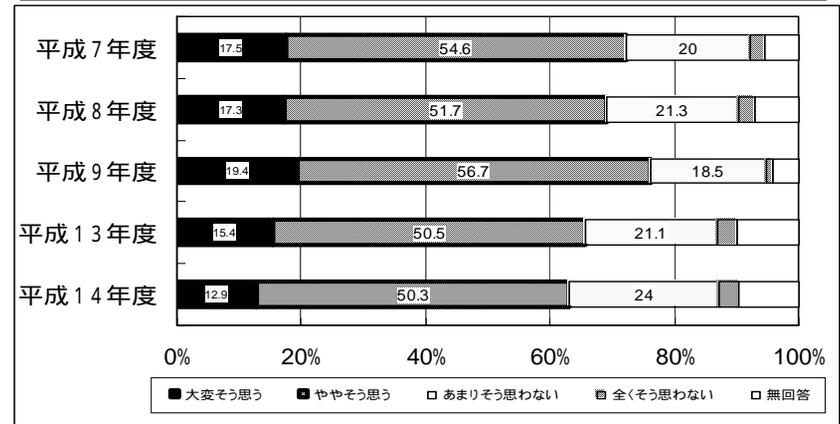
### 現状

環境保護団体(環境NGOなど)や地域の団体(自治会など)の環境保全に関する活動等に参加したり、接したりしたことがありますか。



「環境保全に関する行動に積極的に参加したいと考える」人の割合(「大変そう思う」+「ややそう思う」)

平成7年度 72.1%      平成14年度 63.2%



出典: 環境省『環境にやさしいライフスタイル実態調査』

### ビジョンにおける目標の考え方

現状、環境保全活動に参加したり、接したりしている人の割合は約2割にとどまります。一方、6割強の人が行動に積極的に参加したいと考えていることから、これらの人の約8割が実際に参加することを目指して、全体の半数にあたる50%以上を目標とします。また、最低でも年に1回は活動することが望ましいことから、過去の経験ではなく、直近1年間の行動で把握することにします。

# (指標5) 自然とふれあう人の割合

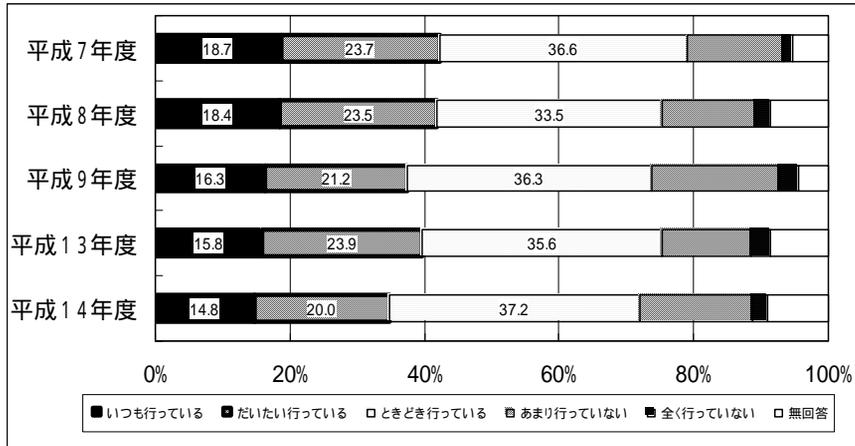
## 指標の内容

環境にやさしいライフスタイル調査結果 において、「年に、10日以上を自然とふれあって過ごしている」人の割合を2025年度に50%以上となることを目標とします。

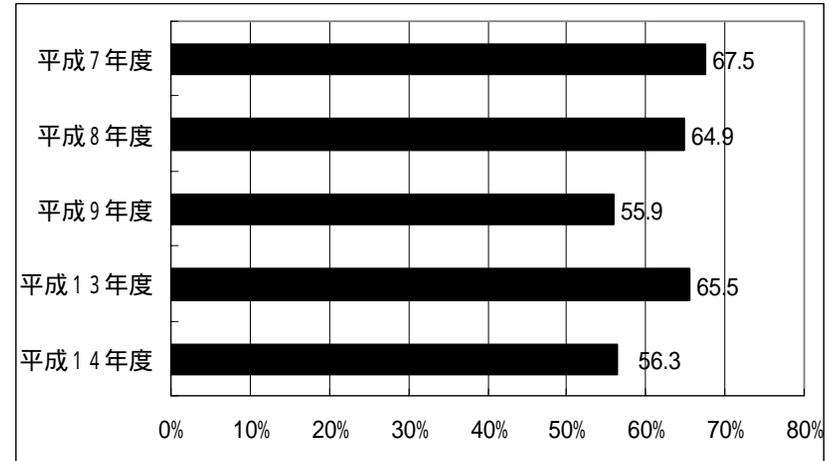
10頁参照。

## 現状

「余暇には、自然とふれあうように心がけている」人の割合  
 (「いつも行っている」+「だいたい行っている」)  
 平成7年度 42.4%          平成14年度 34.8%



「あまり行っていない」「全く行っていない」と答えた人のうち  
 今後はもっと行いたいと答えている人の割合  
 平成7年度 67.5%          平成14年度 56.3%



出典：環境省『環境にやさしいライフスタイル実態調査』

## (指標5) 自然とふれあう人の割合

1年間に以下のような活動を(1)どの位行いましたか。  
また、行った方は、それらの活動に際して、(2)主として宿泊を伴いましたか。(平成9年度調査)

	行った頻度(%)									宿泊を伴ったか(%)		
	行わなかった	年に 1～4日	年に 5～9日	年に 10～19日 (月1回)	年に 20～39日 (月2～3回)	年に 40～99日 (週1回)	年に 100～199日 (週2～3回)	年に 200日以上 (週4日以上)	無回答	主として宿泊 した	主として宿泊 しなかった	無回答
自然風景や動植物などの写生・ 写真撮影、生け花や染色、俳 句、木工などの趣味	48.6	11.5	6.7	8.8	8.0	4.3	2.4	2.0	7.9	7.8	46.9	45.3
バードウォッチング、昆虫・動植 物・岩石の採集など自然の観察 や採集	64.5	12.2	4.9	3.9	1.8	2.0	0.5	0.9	9.4	11.1	49.4	39.5
田植えや稲刈り、菜園づくり、森 林での下刈りや間伐などの農林 漁業体験	60.2	8.0	3.3	4.8	4.9	4.1	3.3	3.9	7.5	3.5	44.2	52.2
自然風景の観賞	29.3	31.3	11.1	8.8	4.1	2.0	1.2	3.1	9.1	15.9	41.6	42.4

出典：環境省『平成9年度環境にやさしいライフスタイル実態調査』

### ビジョンにおける目標の考え方

現状で、自然とふれあうように心がけている人全て(約35%)と「ときどき行っている人」の半分程度(約19%)が、年に最低10日以上を自然とふれあって過ごすことを目指して、本ビジョンでは全体の半数にあたる50%以上を目標とします。

## (指標6) 環境誘発型ビジネスの市場規模と雇用人数

### 指標の内容

環境を保全する行動によって誘発される「環境誘発型ビジネス」の2025年の市場規模が100兆円以上となり、200万人以上の雇用を生み出すようになることを目標とします。

### ビジョンにおける目標の考え方

環境と経済の好循環を起こす力をより具体的に見るため、現在、推計されているOECDの分類に基づく環境ビジネスよりも広範囲に、従来型の財・サービスと比較して環境配慮が行われているものを対象とする環境誘発型ビジネスの市場規模と雇用人数を環境と経済の好循環ビジョンにおける目標とします。

### 環境誘発型ビジネスの定義

環境誘発型ビジネスとは、「環境保全を考えた消費者の行動が需要を誘発するビジネス」と定義するものであり、従来、環境省で推計していたOECD分類に基づいた環境ビジネスよりも広範囲に捉えたもの(次頁図:「現在の環境ビジネスと環境誘発型ビジネス」参照)である。

例えば、省エネ型家電製品の開発・販売は、従来型の家電製品より省エネ型であることから、環境保全が需要を誘発するビジネスと捉えている。

また、既存の環境ビジネスの推計は国内に限った市場規模であることから、環境誘発型ビジネスの市場規模を推計するにあたっては輸出分の市場規模も推計している。

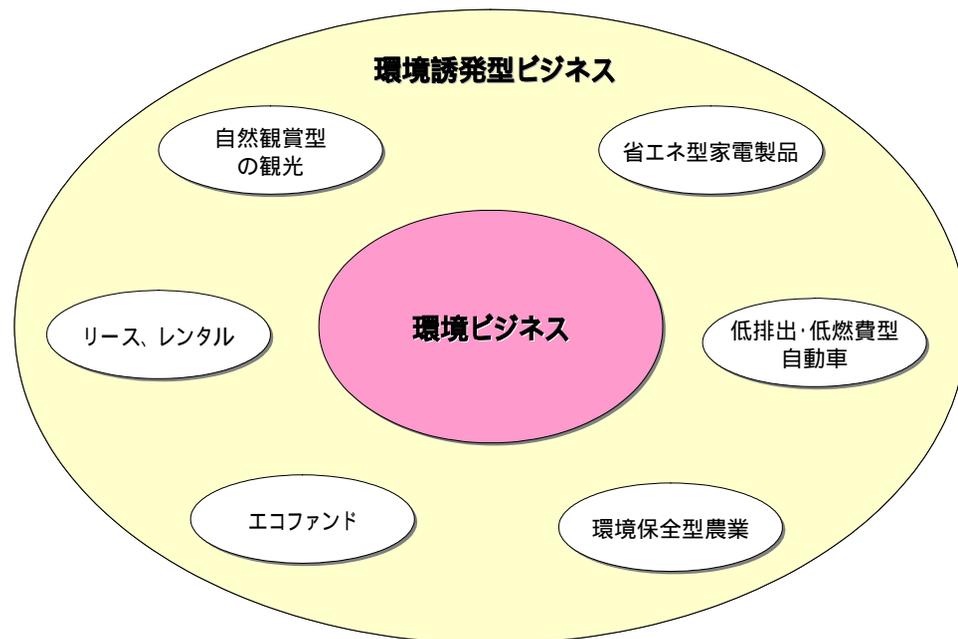
## (指標6) 環境誘発型ビジネスの市場規模と雇用人数

(参考1) OECDの分類に基づく環境ビジネスの市場規模及び雇用規模の推計結果(国内市場分のみ)

	調査年	2000年 (平成12年)	2010年 (平成22年)	2020年 (平成32年)
市場規模 (兆円)	平成14年	30兆円	47兆円	58兆円
雇用人数 (万人)	平成14年	77万人	112万人	124万人

出典:環境省資料

【図:現在の環境ビジネスと環境誘発型ビジネス】



(参考2) 上記以外の分野の環境誘発型ビジネスの市場規模及び雇用規模の現状と目標についての推計(輸出分を含む)

環境誘発型ビジネス	市場規模(兆円)		雇用規模(万人)	
	2000年	2025年	2000年	2025年
省エネ型家電製品	0.8	1.4	2.5	4.4
低排出・低燃費型自動車	0.0	12.0	0.0	23.0
環境保全型農業	0.4	1.0	6.5	16.0
リース・レンタル・エコファンド	6.5	8.5	4.8	5.6
観光関係	1.9	4.5	8.3	20.0
その他(エコマーク付き文房具など)	0.7	0.7	4.9	4.1
合計	10.3	28.4	27.1	73.1

(参考3) 環境誘発型ビジネス全体の市場規模の現状についての推計(輸出分を含む)

	2000年
市場規模(兆円)	41兆円
雇用人数(万人)	106万人

## (指標参考)「環境にやさしいライフスタイル実態調査」の概要

### 目的

環境基本計画に掲げる「国民の取組」の状況等を把握し、環境基本計画の効果的実施を図るための基礎資料を得ることを目的に実施しています。

過去に5回(平成7・8・9・13・14年度)実施し、今後も国民が環境問題にどのような意識を持ち、どのような行動をしているかを定期的に調査していく予定です。

### 実施状況

全国20歳以上の男女3,000人(平成8年度のみ4,000人)を無作為抽出し、郵送によりアンケート調査を実施。

回答率は、30～40%台で推移。

#### (過去の回答率)

平成7年度	33.4%	平成13年度	41.6%
平成8年度	30.5%	平成14年度	40.4%
平成9年度	32.3%		

# 環境と経済の好循環ビジョン～セクター別の整理

## 生活

省資源、長寿命など環境に良いかどうかを見極めた上で商品・サービスを購入  
環境情報が簡単に得られる  
貯蓄の一部は環境にやさしい企業に投資  
ごみの減量など地域での活動に参加  
家はエコハウス  
長期休暇は積極的に自然とふれあう  
公共交通機関もしくは低公害車を利用  
自転車の利用や歩く生活で健康に

## 教育

学校や職場、地域などいろいろな場所で環境を学べる  
最先端の環境技術とそれを生み出す人をつくる

## 金融

エコファンドを含む社会的責任投資の普及  
環境保全への取組を投資、融資の判断材料に

## 地域

地域内、地域間交流が活発化  
資源循環のための仕組みが整う  
安全で利用しやすい鉄道、バス等  
緑豊かで美しく、個性豊かなまち  
NPO活動やコミュニティビジネスが発展

## 産業

環境を良くする技術を開発し、最先端の環境商品・サービスを提供  
自然の有する価値を活かすビジネス

新しい市場の創出、既存市場の高付加価値化が所得と雇用を生み出す

## 行政

技術開発、インセンティブ等の提供、違法行為の取り締まり、環境情報へのアクセス整備などの基盤づくり  
環境にやさしいまちづくり  
すべての施策に環境の視点を織り込む

事業者間、地域で協力し、事業、製造過程からの環境負荷を削減  
自然エネルギー等の普及  
顧客に環境情報を伝えるよう努力

**健やかで美しく豊かな  
環境先進国**