

行政事業レビューシート(環境省)

事業名	消費者における環境配慮型製品購入促進策調査検討事業推進費		担当部局庁	総合環境政策局			作成責任者	
事業開始・終了(予定)年度	平成24年度		担当課室	環境経済課			環境経済課長 正田 寛	
会計区分	一般会計		施策名	8-1 経済のグリーン化の推進				
根拠法令(具体的な条項も記載)	-		関係する計画、通知等	-				
事業の目的(目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	消費者が環境配慮型製品を選択する際の選択条件を把握する事によって、流通段階での環境配慮型製品の購入促進策を検討する。 また、検討された環境配慮型製品購入促進策について、実際のモデル事業を通して、その有効性について検証を行い、実効性のある購入促進策を構築する。							
事業概要(5行程度以内。別添可)	環境配慮型製品の購入促進策について、国内外の先進的な取組事例(各地域、団体での取組事例、諸外国の動向)を流通業界へのアンケート調査(無店舗販売、有店舗販売)、ヒアリング調査、文献等で収集するとともに、データベース化をしていく。また、収集した事例を踏まえ、購入促進策に関して、製品製造業者・流通業者・学識経験者等による検討会において結果分析を行い、消費者に届く情報提供のあり方(内容、販売方法、媒体等)、環境配慮型製品の拡大等、具体的な購入促進策について検討を行う。							
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 業務委託等 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他							
予算額・執行額 (単位:百万円)	予算の状況	当初予算	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度要求	
		補正予算	-	-	-	-	-	
		繰越し等	-	-	-	-	-	
		計	-	-	-	-	21	
	執行額	-	-	-	-	-	-	
	執行率(%)	-	-	-	-	-	-	
成果目標及び成果実績(アウトカム)	成果指標		成果実績	単位	20年度	21年度	22年度	目標値(年度)
	本業務は、消費者による環境配慮型製品の購入促進策の先進事例を調査・実績・課題の検証等を行うものであり、定量的な数値目標の設定は困難。			-	-	-	-	-
	達成度		%	-	-	-	-	-
活動指標及び活動実績(アウトプット)	活動指標		活動実績(当初見込み)	単位	20年度	21年度	22年度	23年度活動見込
	同上の理由により定量的な数値による活動実績の設定は困難。			-	-	-	-	-
	算出根拠		-	-	-	-	-	
単位当たりコスト	-		(円/)	-				
平成23・24年度予算内訳	費目	23年度当初予算	24年度要求	主な増減理由				
	環境保全調査費	-	20					
	諸謝金	-	0.3					
	委員等旅費	-	0.8					
計	-	21						

事業所管部局による点検			
	評価	項目	特記事項
目的・予算の状況	○	広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業であるか。	
	○	国が実施すべき事業であるか。地方自治体、民間等に委ねるべき事業ではないか。	
	-	不用率が大きい場合は、その理由を把握しているか。	
資金の流れ、使途・費目	-	支出先の選定は妥当か。競争性が確保されているか。	
	-	単位あたりコストの削減に努めているか。その水準は妥当か。	
	-	受益者との負担関係は妥当であるか。	
	-	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	
	-	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	
活動実績、成果実績	-	他の手段と比較して実効性の高い手段となっているか。	
	-	適切な成果目標を立て、その達成度は着実に向上しているか。	
	-	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	
	-	類似の事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担となっているか。	
	-	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	
点検結果	<p>環境と経済の好循環を図り、また、いわゆるグリーン・イノベーションを創出していくにあたっては、汚染物質の排出規制のような直接規制だけでなく、環境負荷を減らせば減らすほどメリットが生じる経済的手法を含むポリシーミックスの推進が必要である。とりわけ「市場」に着眼し、そのグリーン化を図っていくための施策は、多くの主体に効率的かつ効果的に働きかけることができる特長がある。市場のグリーン化を図るための一つの施策として、環境配慮型製品の普及が必要である。国の官公庁等においてはグリーン購入法・グリーン契約法等により環境配慮型製品の利用が進みつつあるものの、一般事業者・消費者に対する環境配慮型製品の普及のための施策は十分ではない。また、グリーン購入法・グリーン契約法における対象商品は主に、国等が業務を執行するために用いる物品、サービスの調達に限られており、環境配慮型の日用製品や食品などについては特に、普及していない状況にある。一方、消費者の側でも、商品選択の際に環境配慮性を重視する傾向に近く、また、何が環境配慮型製品であるかを十分に把握していない状況にあり、流通業者においても、一部を除き消費者に環境配慮型製品の存在を認識させる状況にない。そのため、消費者が直に商品選択を行う場面において、消費者が、環境配慮型製品を認知し、また積極的に選択し、環境配慮型製品（グリーン調達基準適合品、エコマーク商品、エコアクションポイント対象商品等）の購入することによって、市場の更なるグリーン化が図られ、環境と経済の好循環を創出できると考えられる。そこで、消費者が商品を選択する際に環境配慮型製品を選択するように誘導するための施策、購入促進策について、調査検討を行う。</p>		
予算監視・効率化チームの所見			
<p>効率的な執行を心がけることは勿論、消費の動向と、環境配慮型製品の担う役割、効果を十分考慮に入れつつ、意義のある結果を導き出せるよう事業を行うこと。</p>			
上記の予算監視・効率化チームの所見を踏まえた改善点（概算要求における反映状況等）			
補記（過去に事業仕分け・公開プロセス等の対象となっている場合はその結果も記載）			

※平成22年度実績を記入

資金の流れ
(資金の受け
取り先が何を
行っているか
について補足
する) (単
位: 百万円)

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					