

事後評価シート

【評価年月】 平成16年4月

【主管課・室】 総合環境政策局環境経済課

【評価責任者】 環境経済課長 佐野郁夫

施策名、施策の概要及び予算額

施策名	- 4 - (2) 環境保全型産業活動の促進
施策の概要	<p>今日の環境問題に対処するためには、従来型の規制的手法のみでは解決が困難であり、産業活動に環境配慮が組み込まれ、市場メカニズムの中で環境に配慮した製品・サービスの提供が進んでいくことが必要である。このため、次の事業を推進する。</p> <p>環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国及び地方公共団体においてグリーン購入を推進するとともに、技術開発の動向等を勘案しつつ、特定調達品目及び判断の基準の見直しを実施する。 また、一般の消費者に対してグリーン購入の普及・啓発を図るため、グリーン購入地域ネットワークの構築、環境ラベル等の環境配慮型製品に関する情報提供、LCA（ライフサイクルアセスメント）手法の検討・確立を推進する。 <p>環境ビジネスの振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境ビジネスの将来展望を明確に示し、環境ビジネスに対する事業者の取組を促進するため、環境ビジネスの市場規模等の調査など環境ビジネスに関する基礎調査を実施するとともに、その促進方策の検討を進める。
予算額	98,672千円

目標・指標、及び目標の達成状況

目標	環境に配慮した製品・サービスや環境保全に貢献する事業活動を促進する。
達成状況	<p>環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成15年度においては、グリーン購入法の対象となる国、独立行政法人等の公的機関全てが調達方針を作成し、これに基づいた環境物品等の調達が実施された。また、科学的知見の充実や市場の状況等を踏まえて特定調達品目の追加・見直しを行い、23品目を追加して16分野199品目とするグリーン購入法の基本方針の一部変更を平成16年3月16日に閣議決定し

た。

- ・地方公共団体、地域の事業者や住民等の連携による、グリーン購入推進のための地域ネットワーク設立を支援するとともに、既存の地域ネットワークの取組強化の推進に努めた。また、消費者による環境配慮型製品の選択を促すため、環境に配慮した製品等の購入に関する情報提供やグリーン購入に関する啓発活動を行うグリーン購入フォーラムを開催するとともに、平成13年度から運用を開始している「環境ラベル等データベース」における情報量の拡充を図った。
- ・製品評価においてLCAを実践的に適用するためのマニュアルを策定するなど、製品の環境負荷に関する定量的な評価手法・情報提供方法を検討した。

環境ビジネスの振興

- ・環境ビジネスについては、金融業界、家電業界、商社業界、住宅業界といった産業界のトップの方々と環境大臣との懇談会を開催し、環境ビジネス振興のみならず、より幅広い観点から、環境と経済の統合に向けた基本的考え方、具体的施策についての意見交換を実施した。このほか、主としてアジア地域における環境ビジネスの市場規模調査を実施した。
- ・金融のグリーン化促進の一環として、環境に配慮した投資や融資を促進するため、環境面から投融資を行う際に対象事業者を選定するためのスクリーニング手法について調査を行ったほか、銀行業界、証券業界、保険業界といった金融界と環境省との意見交換の場を設置し、金融機関に対する情報提供や意見交換を実施した。

下位目標1	環境ビジネスの市場規模及び雇用規模を平成9年比でそれぞれ2倍にする。				
指標 環境ビジネスの市場規模	H12年度	H13年度	H14年度	目標値	H22年度
	約30兆円				約50兆円
指標 環境ビジネスの雇用規模	H12年度	H13年度	H14年度	目標値	H22年度
	約77万人				約140万人
達成状況	平成9年度現在の市場規模は約25兆円、雇用規模は約70万人（平成11年度調査）であったものが、平成12年度現在では、市場規模が約30兆円、雇用規模が約77万人（平成14年度調査）に増加しており、環境ビジネスの市場規模及び雇用規模は着実に拡大している。				

下位目標 2	より幅広い分野・品目でグリーン購入をするため、特定調達品目を適宜追加していくとともに、すべての地方公共団体においてグリーン購入が制度的に実施されることを目指す。また、民間におけるグリーン購入の取組の一層の拡大を目指す。				
指 標	H13年度	H14年度	H15年度		H22年度
	地方公共団体 23.6%	地方公共団体 38.7%	地方公共団体 38.4%		地方公共団体 100%
	上場企業 15.3%	上場企業 22.9%	上場企業 29.4%		上場企業 約50%
	非上場企業 11.8%	非上場企業 17.8%	非上場企業 21.7%		非上場企業 約30%
	<p>平成16年3月以降全国12カ所において国等及び地方公共団体の環境調達担当者を対象としたグリーン購入法の基本方針等説明会を実施することにより、グリーン購入法及び基本方針に対する理解の醸成を図った。</p> <p>全ての地方公共団体を対象としてアンケート調査を実施したところ、組織的にグリーン購入に取り組む団体は平成13年度の23.6%から平成15年度の38.4%へと増加。</p> <p>事業者における取組については、上場企業において平成13年の15.3%から平成15年の29.4%へと増加し、非上場企業についても、平成13年の11.8%から平成15年の21.7%へと増加しており、民間事業者においてもグリーン購入の動きが着実に進展している。</p>				

評価、及び今後の課題

評 価	<p>【必要性】(公益性、官民の役割分担等)</p> <p>今日の環境問題に対処するためには、従来型の規制的手法のみでは解決が困難であり、産業活動に環境配慮が組み込まれ、市場メカニズムの中で環境に配慮した製品・サービスの提供が進められる必要がある。</p> <p>環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <p>・環境配慮型製品等の普及を図るためには、各主体が環境配慮型製品等に対する認識を共有することが第一に必要である。その上で消費者は環境配慮型製品の選択に努め、事業者はその選択を促すための製品の環境情報を消費者に提供し、事業者自身が環境に配慮した製品やサービスを積極的に購入・調達することが求められる。国はこのような情報の受発信が適切に行われるように、環境物品等の情報収集・整理を行うとともに、国内市場に大きな影響力を有する購入主体として、環境物品等の調達を推進することによりこれら</p>
-----	---

の需要の拡大を図り、需給ギャップの解消を図ることが必要である。

環境ビジネスの振興

・今日の環境問題の解決のためには、環境の保全に資する技術・製品・サービス等を提供する環境ビジネスの推奨が重要である。「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」にある「経済活性化戦略」の中でも、環境産業の活性化により民間の技術・製品開発の活性化、新たなビジネスモデルの形成、新規需要や雇用の創出が図られ、経済社会システムの抜本的改革の牽引的役割を果たすとされている。

・「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2003」において、その着実な実施が求められている「530万人雇用創出プログラム」においても、「環境サービス分野」が大きな柱の一つとして挙げられている。

・本施策は、民間での自主的な取組を促進するために、国全体として共通に活用しうる施策を企画立案するものであり、公益性は高く、特に国が担うべき施策である。

【有効性】(達成された効果等)

環境に配慮した製品・サービスの普及促進

・全国約3,200の地方公共団体を対象としてアンケート調査を実施したところ、ほとんど全ての都道府県・政令指定都市で、調達方針を作成し、グリーン購入を実施している。地方公共団体全体での取組状況については、平成13年度の23.6%から平成15年度の38.4%へと増加しているものの、市町村での取組の動きは遅れている。

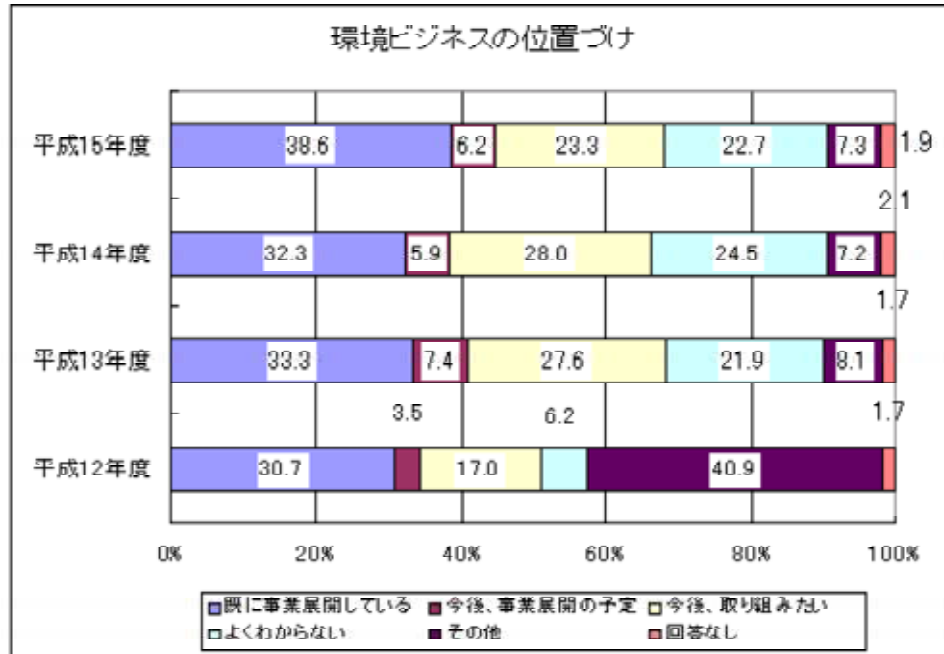
・事業者に対しても、グリーン購入フォーラム等を通じてのグリーン購入の啓発活動を行っているところであり、上場企業において平成13年の15.3%から平成15年の29.4%へと増加、非上場企業において平成13年の11.8%から平成15年の21.7%へと増加するなど、民間事業者におけるグリーン購入の動きが着実に進展している。

・環境物品等の市場形成状況についても、例えば文具類のうちボールペンにおける特定調達物品の占有率が、平成12年の13.0%から平成14年の27.8%へと2倍以上増加するなど、環境物品等の市場の拡大は着実に進展している。

環境ビジネスの振興

・平成9年度現在の市場規模は約25兆円、雇用規模は約70万人(平成11年度調査)であったものが、平成14年度の調査では、平成12年度現在で、市場規模が約30兆円、雇用規模が約77万人(平成14年度調査)に増加している。

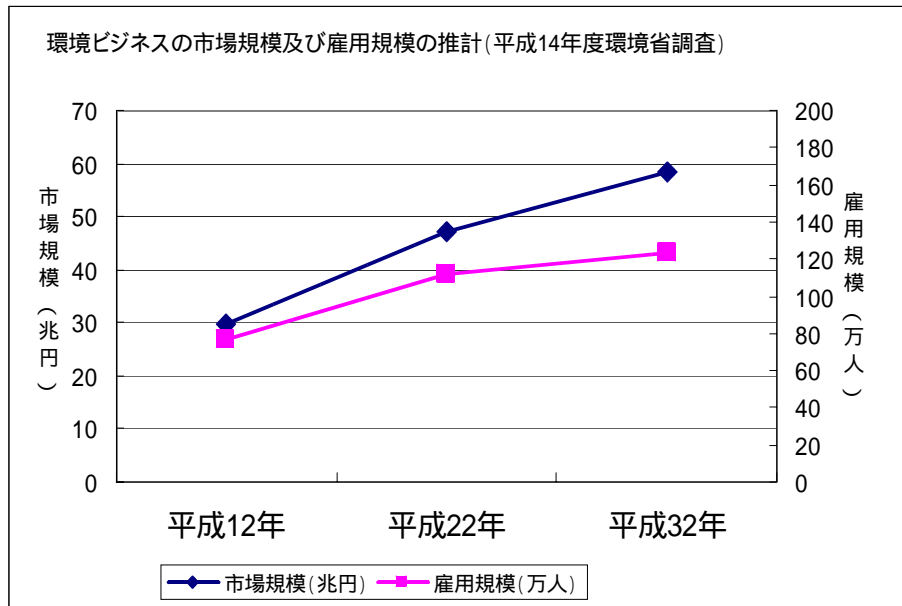
・環境ビジネスについて既に事業展開をしている（予定がある）又はサービス・商品等の提供を行っている（予定がある）とした事業者は、合わせて平成12年度の34.2%から平成15年度には44.8%へ増加しており、事業者における環境ビジネスへの関心も着実に高まりつつある。



・近年、環境に関する取組を最も重要な戦略の一つとして位置付ける企業が増加するなど、企業の環境問題への姿勢はより積極的なものへと変化している。また、環境に配慮した商品や店を選ぶ消費者が平成9年の65.6%から平成13年の74.8%となっている（環境にやさしいライフスタイル調査）ほか、「環境問題への対応」を考慮に入れるべきとする個人投資家が62.7%（平成14年度環境省調査）となっており、投資を行う際に企業の環境配慮行動を考慮する投資家も出現している。

・環境基本法や環境基本計画に見られるように、最近の法制度や計画の中には、企業の自主的・積極的な環境配慮の取組を積極的に位置付けたものも多くあり、これらの制度・計画に対応したビジネスが見られるようになってきている。

・我が国において環境ビジネスはこれまで着実に進展しており、平成22年には、市場規模が約4.7兆円、雇用規模が約11.2万人、平成32年には、約5.8兆円、約12.4万人になると推計されている（平成14年度調査）。



【効率性】(効果とコストとの関係に関する分析等)

環境に配慮した製品・サービスの普及促進

・環境の配慮に関して意識の高い一部の事業者や消費者によってグリーン購入が取り組まれているものの、社会全体での取組としてはまだ十分とは言い難い状況にある。このような状況において、通常の経済活動の主体として国民経済に大きな位置を占め、かつ、他の主体にも大きな影響力を有する国が、環境物品等の購入を率先して行うことは、市場規模の拡大など、その波及効果が市場にもたらされるとともに、その取組が地方公共団体や民間部門へ普及する呼び水となるものであり、効率的な手法である。

環境ビジネスの振興

・企業を取り巻く市場、市民、政府の意識や取組の変化といった様々な要因により、確実に環境とビジネスの関わりは深まっており、環境ビジネスの市場規模の急激な拡大が期待される。

・こうした状況において、本施策は規制等の施策ではなく情報提供、基盤整備等の施策の展開を通じて、企業の自主的な取組を促し、環境産業を活性化することにより、持続可能な社会の構築を目指すとともに、我が国の経済活性化、さらには雇用の創出にも資するものである。それらの施策を通じて、環境ビジネスの市場規模、雇用規模は着実に拡大していることから、効率的な手法であると判断される。

目標に対する総合的な評価

環境に配慮した製品・サービスの普及促進

・グリーン購入法基本方針に定める特定調達品目の拡大を図り、国及び地方公共団体を対象としたグリーン購入法の取組に係る説明会等を開催することにより、公的機関による環境物品等の調達の対象となる製品等の範囲及び実施機関数の大幅な拡大が図られた。これによってグリーン調達の対象となる予算規模は実質的に拡大し、市場に対して与えるインセンティブもより大きなものとなっている。

・環境物品等の需要の拡大に呼応して、その物品等の情報の需要も増大しつつあり、環境物品等の情報提供システムへの掲載申請件数も増加する傾向にある。

・グリーン購入法の対象品目等について、広く一般からの提案募集及び学識経験者からの意見聴取を行い検討し、23新規品目の追加及び既存品目の判断の基準の見直しを実施したことにより、国等のグリーン購入の対象範囲の拡大及び基準の適正化が図られた。

・国等によるグリーン購入の推進による環境配慮型製品等の市場形成状況等を評価することにより、環境物品等の市場の短期的変動等を把握することが可能となった。これにより、平成14年度における国等の取組の結果として、

国等による環境配慮型製品の調達状況が極めて高い水準にあること、環境配慮型製品市場が急速に拡大する傾向にあることなどが改めて確認された。

・グリーン購入推進のための地域ネットワークの設立や「グリーン購入法特定調達物品情報提供システム」などの各種情報提供体制の充実により、各主体による環境配慮型製品等に関する情報の共有化が図られつつある。また、LCAの評価手法の検討を進め、冷蔵庫やエアコンなどの11製品分野におけるLCA評価マニュアルを作成した。

・以上より、目標達成に向けて進展があったと評価できる。

環境ビジネスの振興

・環境ビジネスの市場規模及び雇用規模は着実に拡大しており、平成15年5月に公表した「わが国の環境ビジネスの市場規模及び雇用規模の現状と将来予測の推計」に対する事業者からの問合せも多く、事業者における環境ビジネスへの関心の高まりがうかがえる。一方、例えば「物を買うときは環境への影響を考えて選択している」消費者が、平成9年度の65.6%から平成13年度には74.8%に増加しているほか、エコファンドをはじめとする社会的責任投資ファンドが設定され、その後ファンド数も増加（平成15年12月末現在、11ファンド、純資産額845億円）しており、商品や投資先の選定に当たって環境に配慮する消費者や投資家も現れている。

・環境ビジネスの供給側及び需要側の双方において環境ビジネスへの関心が高まっており、環境ビジネスがさらに進展する環境は整いつつある。

	<ul style="list-style-type: none"> ・以上より、目標達成に向けて進展があったと評価できる。
今後の課題	<p>環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国を始めとした各機関が効率的かつ効果的にグリーン購入に取り組めるよう、既に充分普及した特定調達物品等については、特定調達品目及びその判断の基準の見直しを行う必要がある。 ・地方公共団体、特に市区町村における取組を促進するため、調達方針の策定などにかかる情報提供を軸とした更なる支援が必要である。 ・環境物品等に関する情報提供については、内容や方法などが様々であり必ずしも分かりやすいとは言えないこと、さらには不適切な表示が行われていることがあることが指摘される。そのため、環境ラベルの整理分析などの情報提供を、より一層拡充することが課題である（グリーン購入法附則でも検討課題として位置付けられている）。 ・複合的な環境負荷を有する製品等について、環境負荷に関する定量的環境情報データベースを構築する等、引き続き客観的評価手法であるLCA手法の確立とその活用策を検討することが課題である。 <p>環境ビジネスの振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境ビジネスに関する環境省のこれまでの取組は、グリーン購入の促進策以外は、主として調査・研究（環境ビジネスの市場規模及び雇用規模等の基礎調査と調査結果の公表等）が中心であり、環境ビジネスを実際に振興していくための具体的な施策展開が十分ではなかった。 ・これまでの環境ビジネスに関する調査研究に加えて、今後は更に海外における環境ビジネスの現状などについても調査を進めることが課題である。 ・環境と経済の好循環のまちモデル事業や環境技術実証モデル事業などのモデル的な事業を通じて、各府省における取組との連携も図りながら、更に環境ビジネスの振興を図るための具体的な施策を展開することが必要である。

政策への反映の方向性

反映方向分類	理由の説明
1	<p>環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国等の公的機関による取組を質と量の両面から拡充・強化し、市場に与えるインセンティブをより大きなものとしていくためには、市場において大きな位置を占める国や、特に地方公共団体による取組を拡大することが必要不可欠である。また、消費者による環境物品等の選択を促すためには、環境物品等の情報を適切かつ効率的に提供することが必要であり、そのための措置について引き続き検討を行う必要がある。 <p>環境ビジネスの振興</p>

・これまでの、環境ビジネスの普及促進のための基礎的な調査が中心であったが、今後は、環境ビジネスの更なる振興を図るための具体的な施策を展開していく必要がある。

【別紙】

事務事業シート

施策名	- 4 - (2) 環境保全型産業活動の促進	
施策共通の 主な政策手段等		
事務事業名 (関連下位目標番号)	事業の概要	主な政策手段等
ア．環境に配慮した 製品・サービスの普 及促進 (下位目標1)	<ul style="list-style-type: none"> ・国及び地方公共団体におけるグリーン購入の推進。 ・技術開発の動向等を勘案しつつ特定調達品目及び判断の基準の見直し。 ・一般の消費者に対してグリーン購入の普及・啓発を図るため、グリーン購入地域ネットワークの構築、環境ラベル等の環境配慮型製品に関する情報提供、LCA(ライフサイクルアセスメント)手法の検討を推進。 	<ul style="list-style-type: none"> ・国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律 ・国等におけるグリーン購入推進等経費 (40百万円) ・製品対策推進経費 (43百万円) ・事業活動に伴うエネルギー起源二酸化炭素排出量自主管理促進事業のうち製品等に係る二酸化炭素排出量評価事業 (100百万円)
イ．環境ビジネスの 振興 (下位目標2)	<ul style="list-style-type: none"> ・環境ビジネスの市場規模等の調査など、環境ビジネスに関する基礎調査を実施。 	