
環境と経済の好循環を担う
「環境ビジネスウィメン」からの
メッセージ

～ 健やかで美しく豊かな環境先進国を目指して～

環境省
環境ビジネスウィメン懇談会

目次

1 . はじめに	2
2 . 環境ビジネスウィメンの活動の展開	3
3 . 環境ビジネスウィメンからの提言	4
(1) 温室効果ガス排出 25%削減に向けて	
(2) 生物の多様性の保全に向けて	
(3) 3R の推進に向けて	
(4) 今後の環境ビジネスの発展に向けて	
4 . おわりに代えて「真の協働に向けて」	7

1

はじめに

これまでの経済社会活動に、環境や生活に敏感な人たちのパワーを取り入れて環境を良くすることで、経済を発展させ、経済の活性化が環境を改善する環境と経済の好循環を生み出すことが必要です。

環境ビジネスウィメンは、平成 16 年以來、環境大臣との懇談を重ねるほか、メンバーそれぞれの環境ビジネスへの取組みをロールモデルとして紹介する本の出版や各種フォーラムの開催、環境政策を進めるためのキーパーソンとの対話や、エコビジネスの芽を見つけ育てるコンテスト『eco japan cup』の環境省等との共催、などの活動を行っています。

政府は、地球温暖化問題への対応を、世界をリードするようなものに根本的に変革しています。温室効果ガスの排出量を 2020 年までに 1990 年比で 25% 削減をするという野心的な目標を打ち出しました。目標達成に向けた取組を「チャレンジ 25」と名付け、政府全体の重要課題に位置付けてあらゆる施策を総動員して取組が行われています。

また、今年 10 月には、愛知県名古屋市で生物多様性条約締約国会議（「国連地球生きもの会議」）が開催されます。これを契機に、ビジネスの分野でも、例えば原材料の調達の際に生物の多様性に配慮するなど取組が始まっており、今後、取組が広がっていくことが期待されています。

このような状況の中、環境ビジネスウィメンは今年、小沢環境大臣のお声がけの下、新たに 9 名のメンバーを加え、小沢環境大臣、田島環境副大臣、大谷環境大臣政務官との懇談を行いました。懇談の場では、まず新しいメンバーから活動報告を行った後、25% 削減や生物多様性へのエコビジネスの貢献、エコビジネスを元気にするためにはどのようにすればよいか等を中心に、意見交換を行いました。

このメッセージは、懇談の中で紹介されたメンバーの活動報告や環境ビジネスウィメンの提言を取りまとめたものです。

2

環境ビジネスウィメンの活動の展開

【新メンバーからの活動報告】

カーボン・フットプリントの算定やそのオフセットのコンサルティングを行うほか、フィリピンでの NPO や地域コミュニティとの協力による天然林再生プロジェクトの開発、企業における環境リーダーの人材育成、循環型環境事業の社会実験などを展開しています。〈梅原さん〉

日本の中小企業には、珪藻土の壁、南部鉄器、風呂敷を始め、地域性に適し、より人間的で適正規模のいわゆる「中間技術」が多数存在します。優れた環境技術に自信のある中小企業が海外展開するための手助けをしています。〈大塚さん〉

要らなくなった衣料を寄付してもらい、それを売り上げた収益によって貧困支援などを行っています。活動拠点は神奈川県に 53 あり、その場はショップとしてだけでなく、地域のコミュニケーションの場、共育の場として利用され、地域を元気づけるきっかけとなっています。〈郡司さん〉

大手小売チェーンで環境対策に取り組んできました。例えば、企業のトップが、CO2 削減がコストダウンに繋がることを理解した結果、グループ全体で非常に大きな金額のコストの節約となりました。また、ドライバー全員がエコドライブの講習を受けたところ、10%前後の燃費効率改善が図られ、CO₂の削減と節約ができました。〈土谷さん〉

環境、ライフスタイルの転換から平和構築まで、幅広いジャンルで環境 NGO や市民を中心にメディアを制作しています。民意を反映し、世論を尊重し、人々の自発性を重んじています。〈マエキタさん〉

レアメタルを掘削中の鉱山の 10%、探査中の鉱山の 20%が保護価値の高い生態系エリアに存在しており、その違法採掘によって生態系が破壊され、ゴリラが殺害されています。使用済みの携帯電話のレアメタルを回収し、売却により得られたお金を現地でゴリラを保護する NGO 等に寄付しています。〈三本さん〉

森に住む人は森の恵みでしか生きていけません。ブルキナファソにおいて住民森林管理グループが生産するシアバターを使用した石鹸の販売を行っています。住民は生計が安定するため、森林資源の価値を実感し、森林管理活動の安定が期待できます。〈森重さん〉

再生可能エネルギーの促進を金融面からサポートしたり、環境価値を金融価値に変換するプロセスの支援を行っています。具体的には、温暖化ガスの削減プロジェクトを実施している国の事業者へのキャパシティビルディングや案件の発掘を行っています。〈吉高さん〉

綿花栽培では、先進国では多量の化学物質の使用による環境負荷が、途上国では農民に対する搾取、児童労働が問題となっています。エコであることが格好いいと考える顧客に対し、オーガニックコットンのあるエシカルな（倫理的な）暮らしを提案し、その普及に取り組んでいます。＜渡邊さん＞

3

環境ビジネスウィメンからの提言

（１）温室効果ガス排出 25%削減に向けて

企業に求められる CSR では、1980 年代後半まではコンプライアンス、2000 年前後まではアカウントビリティが重視されてきました。現在は、顧客や投資家から企業の取組に対して積極的な評価が行われるようになっており、環境革新（グリーン・イノベーション）と持続可能性の追求（サステナビリティ）が、企業が差別化を図るための新たな競争軸となっています。例えば、消費の現場では、プライベート・ブランド（PB）に対抗し、ナショナル・ブランド（NB）のメーカーが環境への取組を強くアピールするようになっています。

一般生活者の環境意識が高まる中、これまでの感覚的な「エコ」から、納得できる「エコ」への深化が求められてもおり、対応する企業たちは、CO₂ の「見える化」（カーボン・フットプリント）や、排出した CO₂ を相殺する「カーボン・オフセット」の取組を始めています。しかし、これらの取組が功を奏し、ブランドイメージの向上や売り上げへの貢献を実現する企業がある一方、消費者への認知が不十分で販売促進上の効果に乏しいという声もあるのが現状です。

また、日本の中小企業には、海外にも通用する「環境力」を持つところが少なくないにも拘らず、それらを表現し切れない為に強みを発揮できていないケースが存在します。

このような環境ビジネスに関わる現状を的確に収集し、ポテンシャルを見逃すことなく対策を講じマーケットを牽引していくことが、温室効果ガス排出 25%削減という大変に野心的な目標のためには最も重要だと考えられます。

環境省には、より積極的に私たち環境ビジネスウィメンのネットワークと知恵を活用していただくことを期待します。

（２）生物の多様性の保全に向けて

日本にはもともと豊かな生態系が存在していた為、馴染みやすい政策であるにも拘らず「生物多様性」という言葉の難しさから、市民にも企業にも理解され難い環境政策の

代表格とも言われています。政策を広く社会に訴えていくときには、市民に対する言葉の“根回し”が必要で、まずはそのような場を積極的に作っていくことが求められています。COP10の開催を契機に生物多様性に関する認知度は高まりつつありますが、その内容の十分な理解や取組が進んでいるとは言えない状況です。環境ビジネスウィメンは、COP10に向けて生物多様性に関する消費者や企業取組のきっかけ作りを行うため、市民、有識者、行政、政治家を集めたダイアログカフェを開催したいと考えています。

生物多様性と私たちの生活のつながりを理解し行動につなげるためには、子供のうちから日々の生活の中で、自分自身の体で生物多様性を“実感”することが必要であり、「体験型教育」の需要は確実に増加しています。体験型教育プログラムについては、民間団体やコンサル・研修企業などにノウハウが蓄積されており、これらを活用した学習機会をより多くの企業や市民に提供するために、地域で活動しているNPO等によるプログラム実施、研修生受入などを積極的に支援することが求められます。

また、日本には、環境評価や自然再生等の生物多様性関連ビジネスを既に営んでいるにも拘らず、それに気付いていない企業が少なくありません。COP10に向けてビジネスチャンスを見出そうとする企業が増える中、具体的なビジネスの事例とマーケット情報が不足しており、生物多様性ビジネスに適用できる技術やノウハウが埋もれています。世界に通用しうる技術やノウハウを持つ日本企業が自信を持てるようなマーケット情報の整備が必要です。

一方、企業にとって生物多様性保全の取組は、一般的にコストと考えられていますが、業界全体の利益につながるのであれば、取組が進む可能性もあります。例えば、COP10で大きな論点となっている遺伝資源へのアクセスとそこから生じる利益配分（ABS）では遺伝資源を利用する産業の世界市場は、年間40兆円にも上ると推計されていますが、その中でも先んじて原材料を調達する際の基準を作成し、生物多様性をはぐくむステークホルダーへのサポートを行うことで、ブランド価値を向上させ国際的にも評価を高めた事例が存在します。このような取組を含め、業界別のベストプラクティスを公表・共有し、ランキングを発表することにより、インセンティブにもなります。

今年は国際生物多様性年であることを踏まえ、日本の生物多様性の現状や取組の状況を把握・理解し、国内外にアピールするとともに、COP10の議長国である日本の取組が世界各地のロールモデルとなることができるよう、例えば、日本の生物多様性版スターンレポートを作成するといったことも考えられます。

（3）3Rの推進に向けて

日本には優れたリサイクル技術が多くあります。例えば使用済み紙おむつは一般焼却ごみの5%を占めていますが、完全に再資源化する技術を使えば（工場は無臭）質の高いパルプが90%回収可能です。分別・回収の手間は増えますが、地域の元気な高齢者

に回収ついでにお年寄り家庭を見回ってもらえば一石二鳥。焼却より CO₂ 排出も少なく（約 1/6）資源の有効利用につながります。また都市鉱山と呼ばれる希少金属を含む小型家電の回収、リサイクルシステムの確立について法の網から漏れているので、早急に対策が必要です。

産業廃棄物の中間処理業者の中には、破碎・焼却ではなく、リサイクルに転換している企業もあります。温室効果ガスを 2020 年 25%削減するにあたり、廃棄物の温暖化対策も重要になっていますが、そのためにも、また国内資源の有効利用の観点からも、3R の環境・経済的評価が求められています。廃棄物政策を大きく 3R による環境調和型に転換していただきたいと願っています。

（４）今後の環境ビジネスの発展に向けて

例えば明治から昭和にかけて日本の基幹産業であった繊維産業は、今や日本における製品の 90%が海外で生産されており今や風前の灯火になっています。オーガニック Cotton の生産・普及に日本の何十年も培ってきた技術、伝統、感性を反映させていきたいと思っても、最近では廃業、倒産、吸収によって技術の継承がなされず、又開発されずに消えていってしまっています。人と環境に優しいオーガニック Cotton のように、時代に先駆け、国際社会に先駆けた環境ビジネスを推進していくことが、成熟した日本のような国における新たな経済発展の基盤になります。政府が一体となってその支援に取り組むことを期待しています。

日本の公害経験は、国際社会に先駆けた環境ビジネスを展開する上で強みとなります。日本が経験した公害問題の歴史やその改善のために行ってきた努力をアピールすることにより、日本の環境ビジネスが海外から注目され、環境ビジネスの発展にもつながります。

企業において環境ビジネスを進める上では社内の理解と協力が必要となります。CO₂ 排出量を「トン」で換算していたときには、社内の取組がなかなか進まなかったのですが、「円」に換算しコスト意識を持ったとたん取組が進みました。また、例えば農産物など、商品によっては CO₂ の排出量ではなく、商品がいかに生物の多様性に貢献しているかを示す方が消費者に対する訴求効果が高い事例もあります。環境政策には産業界と消費者の理解と協力が必須ですが、そのためにはこのような工夫が不可欠です。

さらに、ビジネスを支援する立場にある金融界にとっては、リスクが非常に重要であり、その顕在化が必要です。CO₂ を 25%削減するというのであれば、25%削減をして日本は何で食べていくのかグランドデザインを描く必要があります。

環境ビジネスを発展させていく上で、政府の政策やメッセージは重要です。その際に必要なのが、世論と同じ目線に立ってメッセージを送るという、下からの「斜め 45 度」の視線です。環境ビジネスウィメンは、企業、行政、市民の間で十分な環境コミュニケ

ーションを図りつつ、言葉や表現の簡素化、共通化などの情報発信の方法に十分な考慮を払い、有効な環境政策の浸透をバックアップします。

4

おわりに代えて「真の協働に向けて」

環境政策がこれほど注目されている時代はかつてありませんでした。環境ビジネスに携わる私たちにとって、自らの存在意義を社会に確認していただく絶好のチャンスだと認識しています。即ち、それは、従来自らのビジネスに生かしてきた知恵とその過程で蓄積されてきた経験を「社会へ還元すること」に帰結します。

私たち環境ビジネスウィメンは2004年の発足当時から6年もの間、環境省との二人三脚で、時に他省庁を含む幅広い主体を交えつつ、いろいろな環境プロジェクトを実現してきました。その中で歯がゆさを感じているのが、共に取り組む政策であっても、その一部に国費が投入されようとすれば、一律の競争入札の壁に突き当たり、プロジェクトそのものが安売り出しの対象とされてしまうという現状です。これでは、志を一つにする協働のチームワークが成立せず、目先のコストは下がっても、本来の目的である政策の成果を年ごとに積み重ねて、質を高めていくことができません。これは、我々の活動に限ったことではないと思われます。これからの公共、税金の有効な使い方を考えた場合、単なる価格のみの競争ではなく、公益法人やNPO、社会的企業などの活動や事業目的も踏まえ、その実績も鑑みて、協働となる関係だからこそ発展的な政策になるという視点を持った、もっと柔軟な行政の調達方式、契約方式を考えるステージに来ていると考えます。

価格だけの視点では、往々にして安かろう悪かろうになってしまいます。税金投入は「シード・コスト」を負担するという考え方が重要です。発展の起点になる種銭を負担し、人々の志によってスパイラルを起こし、継続性のある公共サービスへ繋げて行く。公共とは、元来、そうあったはずです。

私たちは、環境を大切に思う志で、様々な経済社会の壁を乗り越え、ポリシーとビジネスを融合させてきました。そういう点では環境行政機関以上に日本の環境政策の成功を願っていると思います。

今、時代は新たな国の仕組みを求めています。従来の行政とも市民団体とも違うまったく新しい公共機能のあり方を、環境ビジネスウィメンは環境省と「新たな公共＝協働」として体現していきたいと思っています。