

# 市場のグリーン化に関する施策の現状

平成24年1月

# 目次

## ○消費者の行動を促す施策の現状

- 環境配慮製品・サービスについて①(グリーン購入法対象製品) P 4
- 環境配慮製品・サービスについて②(トップランナー対象機器) P11
- 環境配慮製品・サービスについて③(エコマーク) P14
- 環境配慮製品・サービスについて④(省エネラベル) P16
- 環境配慮製品・サービスについて⑤(環境ラベル) P18
- 環境配慮製品・サービスについて⑥(家電エコポイント) P20
- 環境配慮製品・サービスについて⑦(住宅エコポイント) P23
- 環境配慮製品・サービスについて⑧(エコアクションポイント) P26
- 環境配慮製品・サービスについて⑨(家庭・事業者向けエコリース促進事業) P27
- 環境配慮製品・サービスについて⑩(見える化) P28
- 環境配慮製品・サービスについて⑪(しんきゅうさん) P29
- 環境配慮製品・サービスについて⑫(流通段階での環境保全型製品の普及) P30
- 環境配慮製品・サービスについて⑬(チャレンジ25キャンペーン) P31
- 環境配慮製品・サービスについて⑭(環境カウンセラー事業) P32

# 目次

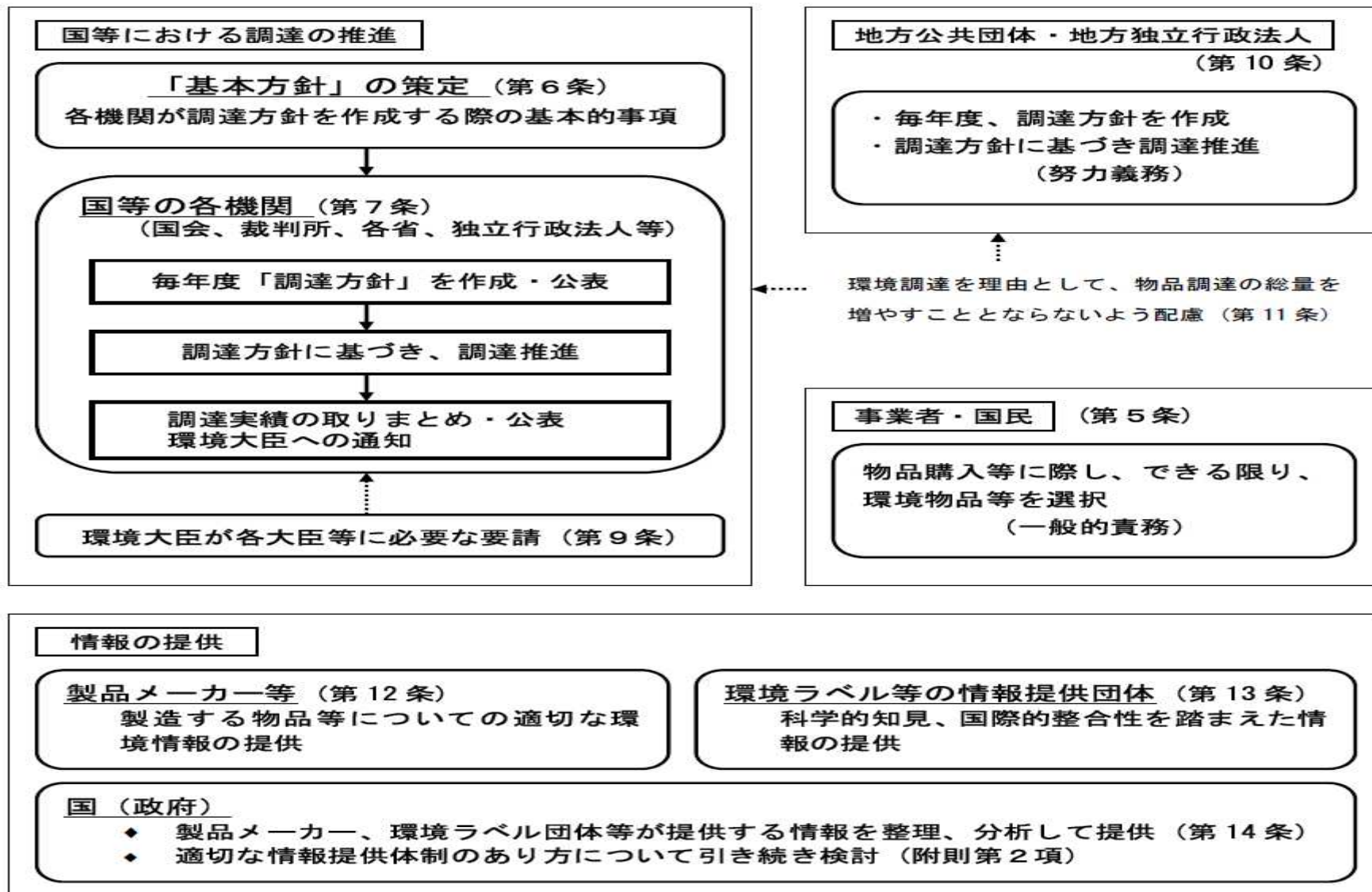
## ○事業者の行動を促す施策の現状

- 事業者の環境配慮について①(環境報告ガイドライン) P34
- 事業者の環境配慮について②(企業等の環境コミュニケーションの推進) P35
- 事業者の環境配慮について③(環境会計) P36
- 事業者の環境配慮について④(エコアクション21) P37
- 事業者の環境配慮について⑤(ESCO事業) P38
- 事業者の環境配慮について⑥(環境金融に係る施策) P39
- 事業者の環境配慮について⑦(日本版環境金融行動原則) P40
- 事業者の環境配慮について⑧(温暖化対策設備投資に係る各種利子補給事業) P41
- 事業者の環境配慮について⑨(カーボン・オフセット) P42
- 事業者の環境配慮について⑩(地域における市場メカニズムを活用した低炭素化推進事業) P45
- 事業者の環境配慮について⑪(先進対策の効率的実施による業務CO2排出量大幅削減事業) P46
- 事業者の環境配慮について⑫(エコ・ファースト制度) P47
- 事業者の環境配慮について⑬(各種表彰) P48

# 消費者の行動を促す施策の現状

## 環境配慮製品・サービスについて①(グリーン購入法対象製品)

○国等が率先してグリーン購入を推進する等により、環境物品への需要の転換を図ることを目的として、平成12年に「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）」が制定された。



## 環境配慮製品・サービスについて①(グリーン購入法対象製品)

- グリーン購入法対象製品は拡大している。(101品目(平成13年度)→261品目(平成23年度))
- 国等が調達する製品が対象(食品や食器、石けんといった日用品などは含まれない。)

特定調達品目数										
H13年度	H14年度	H15年度	H16年度	H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度
101	152	176	199	201	214	222	237	246	256	261

分類	特定調達品目(平成23年2月4日閣議決定)
紙類(7品目)	コピー用紙、トイレトペーパー、ティッシュペーパー 等
文具類(83品目)	シャープペンシル、ボールペン、鉛筆、定規、消しゴム、ステープラー、粘着テープ(布粘着)、はさみ、のりファイル、バインダー、事務用封筒(紙製)等
オフィス家具類(10品目)	いす、机、棚等
OA機器(19品目)	コピー機、複合機、電子計算機、プリンタ、ファクシミリ、スキャナ、一次電池又は小型充電式電池等
移動電話(2品目)	携帯電話、PHS
家電製品(6品目)	電気冷蔵庫、テレビジョン受信機、電子レンジ等
エアコンディショナー等(3品目)	エアコンディショナー、ガスヒートポンプ式冷暖房機、ストーブ
温水器等(4品目)	ヒートポンプ式電気給湯器、ガス温水機器、石油温水機器、ガス調理機器
照明(5品目)	蛍光灯照明器具、LED照明器具、LEDを光源とした内照式表示灯、蛍光ランプ、電球形状のランプ
自動車等(5品目)	自動車、ETC対応車載機、カーナビゲーションシステム、乗用車用タイヤ、2サイクルエンジン油

分類	特定調達品目(平成23年2月4日閣議決定)
消火器(1品目)	消火器
制服・作業服(3品目)	制服、作業服、帽子
インテリア・寝装寝具(10品目)	カーテン、布製ブラインド、タフテッドカーペット、タイルカーペット、織じゅうたん、ニードルパンチカーペット、毛布、ふとん、ベッドフレーム、マットレス
作業手袋(1品目)	作業手袋
その他繊維製品(7品目)	集会用テント、ブルーシート、防球ネット、旗、のぼり、幕、モップ
設備(6品目)	太陽光発電システム(公共・産業用)、太陽熱利用システム(公共・産業用)、燃料電池、生ゴミ処理機、節水機器、日射調整フィルム
防災備蓄用品(6品目)	ペットボトル飲料水、缶詰、アルファ化米、乾パン、レトルト食品等、非常用携帯燃料
公共工事(67品目)	間伐材、高炉セメント、断熱材、照明制御システム、排水性舗装、透水性舗装、屋上緑化等
役務(16品目)	省エネルギー診断、印刷、食堂、クリーニング、飲料自動販売機設置 等
合計:19分野 261品目	

## 環境配慮製品・サービスについて①(グリーン購入法対象製品)

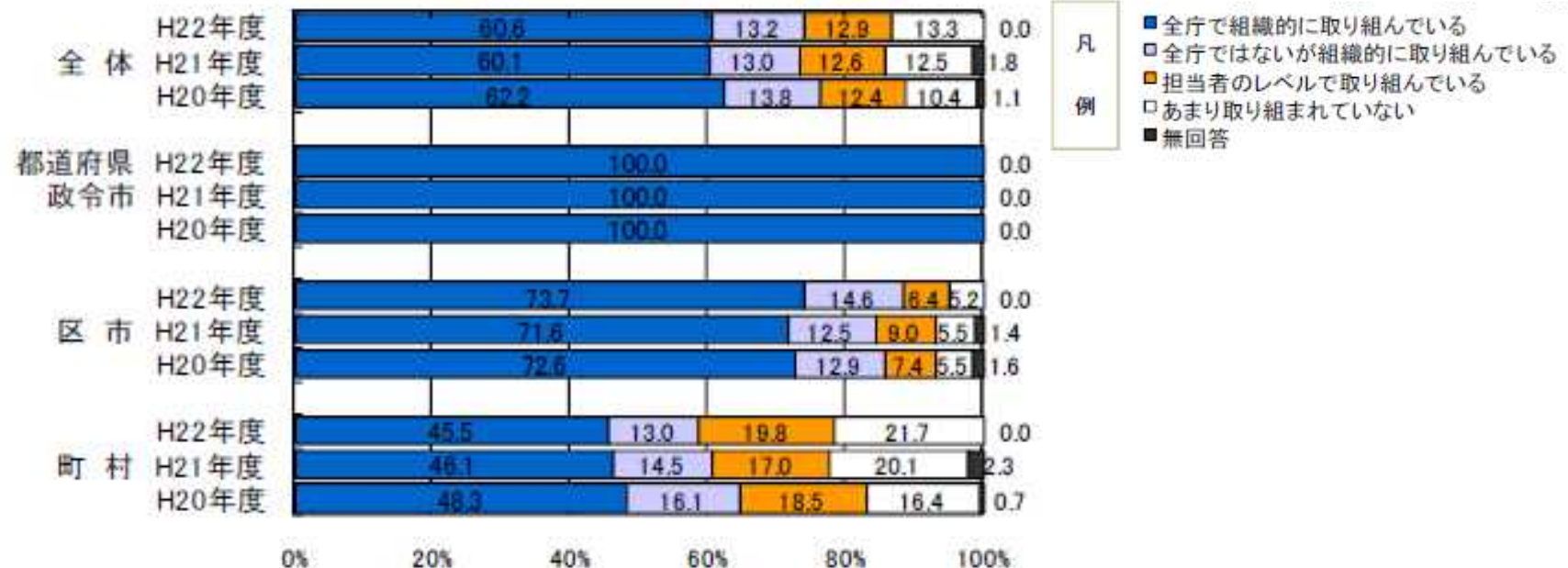
- 特定調達品目が、その製品の市場全体に占める割合(市場占有率)は概ね順調に拡大している。
- 市場占有率が9割を超えるものもあれば、あまり伸びていないものもある。

	特定調達品目	12年度市場占有率	21年度市場占有率
文具類	ステープラー	15.60%	93.30%
	紙製ファイル	81.30%	91.90%
	紙製バインダー	73.90%	92.20%
	プラスチック製バインダー	57.70%	82.30%
	プラスチック製ファイル	29.10%	57.70%
	ボールペン	13.00%	35.50%
	シャープペンシル替芯	4.30%	50.20%
	シャープペンシル	15.70%	31.40%
	マーキングペン	16.30%	34.80%
	定規	2.20%	25.80%
家電製品	テレビ4つ☆以上(平成23年3月31日以前の区分)		99.00%
	冷蔵庫4つ☆以上(平成23年3月31日以前の区分)		60.00%
エアコンディショナー等	エアコン4つ☆以上(平成23年3月31日以前の区分)		98.20%
照明	直管型40形蛍光ランプ	37.00%	76.50%
	Hfインバーター方式器具	22.40%	67.10%
	高周波点灯専用形(Hf)	11.10%	38.80%
自動車等	新規登録台数に占める電気自動車、天然ガス自動車、メタノール自動車、ハイブリッド自動車及び低燃費かつ排出ガス75%低減レベルの自動車の割合	0.90%	87.70%
公共事業	高炉セメント	24.40%	25.80%
		18年度市場占有率	20年度市場占有率
文具類	インクカートリッジ	90.50%	96.60%
	トナーカートリッジ	69.80%	68.20%
消火器	消火器	46.00%	65.40%



## 環境配慮製品・サービスについて①(グリーン購入法対象製品)

- 地方自治体については、全ての都道府県・政令市において、何らかのかたちでグリーン購入が取り組まれている。
- 町村については、取組状況が低い。
- 取り組んでいる自治体についても、どの程度の製品を対象としているのかまでは把握できていない。



出典)地方公共団体のグリーン購入に関するアンケート調査結果について  
(平成23年度 環境省)

## 環境配慮製品・サービスについて①(グリーン購入法対象製品)

- 7割以上の企業が環境に配慮した購入を行っている。
- 非上場企業については、検討していない企業が2割弱ある。

経年集計結果 (平成19～21年度)			①購入ガイド ライン等を作 成して選定	②業界団体 等の購入ガイ ドライン等を 活用して選定	③購入ガイド ライン等を作 成していない が考慮	④検討中	⑤その他	⑥検討してい ない	回答なし	サンプル数
上場	平成21年度	件数	421	102	403	99	15	97	5	1,142
		%	36.9	8.9	35.3	8.7	1.3	8.5	0.4	100.0
	平成20年度	件数	419	127	408	114	26	122	11	1,227
		%	34.1	10.4	33.3	9.3	2.1	9.9	0.9	100.0
	平成19年度	件数	413	105	374	120	19	108	12	1,151
		%	35.9	9.1	32.5	10.4	1.7	9.4	1.0	100.0
非上場	平成21年度	件数	399	146	777	200	37	320	15	1,894
		%	21.1	7.7	41.0	10.6	2.0	16.9	0.8	100.0
	平成20年度	件数	438	140	696	191	42	264	30	1,801
		%	24.3	7.8	38.6	10.6	2.3	14.7	1.7	100.0
	平成19年度	件数	406	143	624	206	25	237	27	1,668
		%	24.3	8.6	37.4	12.4	1.5	14.2	1.6	100.0
合計	平成21年度	件数	820	248	1,180	299	52	417	20	3,036
		%	27.0	8.2	38.9	9.8	1.7	13.7	0.7	100.0
	平成20年度	件数	857	267	1,104	305	68	386	41	3,028
		%	28.3	8.8	36.5	10.1	2.2	12.7	1.4	100.0
	平成19年度	件数	819	248	998	326	44	345	39	2,819
		%	29.1	8.8	35.4	11.6	1.6	12.2	1.4	100.0

## 環境配慮製品・サービスについて①(プレミアム基準(特定調達品目の拡充))

### <背景>

グリーン購入法による特定調達品目の判断基準は現在、調達する際の最低基準であり、必ずしも環境性能の観点から先駆的ないわゆるトップランナー基準とは言えない品目が多くなっている。



文具類

目的:より高い環境性能に基づく基準を示し、  
市場の更なるグリーン化を図る。



自動車

### <事業内容>

- ・環境配慮型製品の市場を牽引、イノベーションの促進を図る。
- ・物品等の製造・提供事業者に対し、環境配慮型製品の開発目標となり得る、基準の考え方、内容を設定する。
- ・環境負荷情報の確認・表示方法を策定する。



オフィス家具

### <施策の効果>

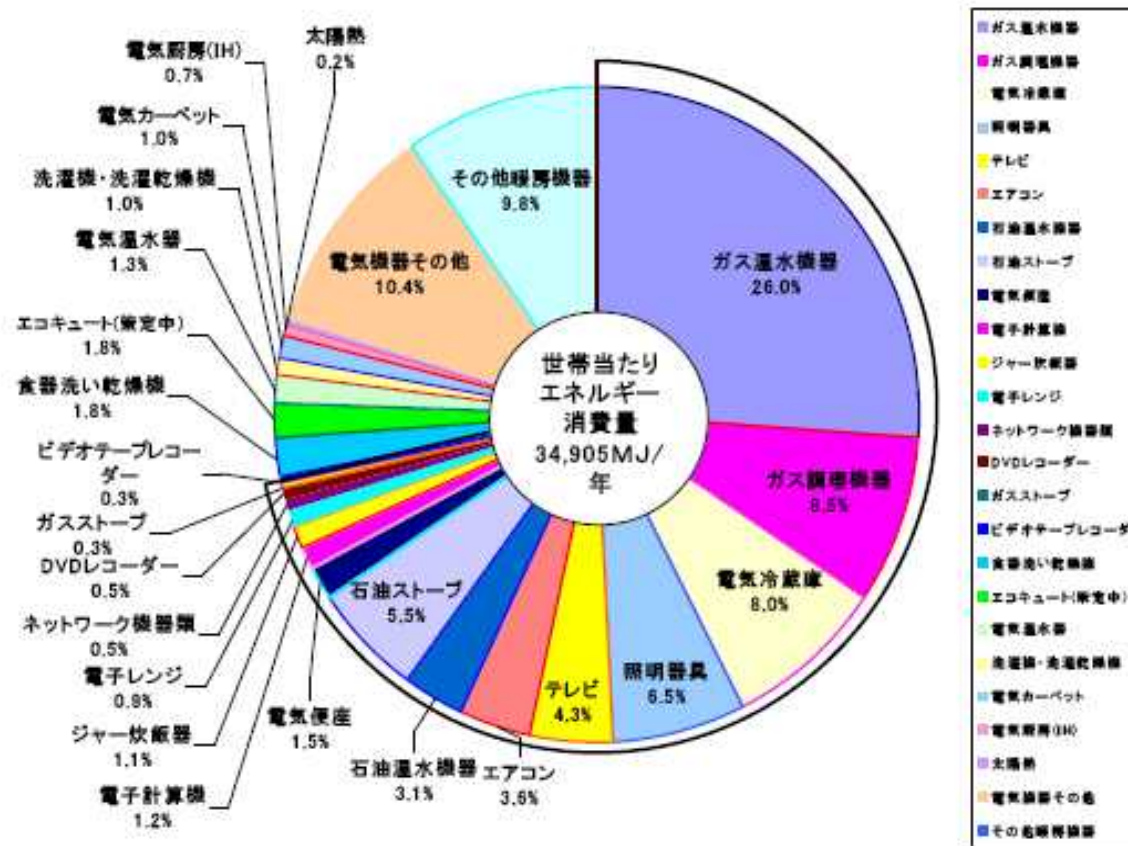
- ・物品の製造・提供事業者に対して、環境配慮型製品の開発目を標示していくことにより、多角性のある環境配慮型製品の開発につながるが見込まれる。
- ・より環境に配慮した物品等が市場に供給されることが期待される。
- ・それらの環境物品等が選択される市場の形成(市場の更なるグリーン化)が図られる。

## 環境配慮製品・サービスについて②(トップランナー対象機器)

- トップランナー対象機器は拡大してきている(当初は自動車やエアコン等11品目→現在23品目が対象)
- 最終エネルギー消費量ベースのカバー率は家庭部門で約70%となっている。
- ただし、省エネ法に基づくものであることから、使用時にエネルギーを使用する製品に限られる。

<暫定版>

【H21年 家庭部門機器別エネルギー消費量の内訳(合計)】



※資源エネルギー庁平成21年度民生部門エネルギー消費実態調査(有効回答10,040件)および機器の使用に関する補足調査(1,448件)より日本エネルギー経済研究所が試算

出典)平成23年1月24日 第16回総合資源エネルギー調査会省エネルギー基準部会資料5

## 環境配慮製品・サービスについて②(トッランナー対象機器)

○エネルギー消費効率の改善も進んでいる。

### 機器毎の効率改善状況一覧表

機器名	エネルギー消費効率の改善(実績)	内訳
エアコンディショナー(ルームエアコン)※	67.8%(1997→2004冷凍年度)	COP(3.01→5.05)
電気冷蔵庫	55.2%(1998→2004年度)	年間消費電力量(647.3kWh/年→290.3kWh/年)
電気冷凍庫	29.6%(1998→2004年度)	年間消費電力量(524.8kWh/年→369.7kWh/年)
ガソリン乗用自動車※	22.8%(1995→2005年度)	燃費(12.3km/l→15.1km/l)
ディーゼル貨物自動車※	21.7%(1995→2005年度)	燃費(13.8km/l→16.8km/l)
自動販売機	37.3%(2000→2005年度)	年間消費電力量(2,617kWh/年→1,642kWh/年)
蛍光灯器具※	35.7%(1997→2005年度)	ルーメン/ワット(63.1lm/W→85.6lm/W)
電子計算機	99.1%(1997→2005年度)	ワット/メガ演算(0.17→0.0015)
磁気ディスク装置	98.2%(1997→2005年度)	ワット/ギガバイト(1.4→0.0255)
複写機	72.5%(1997→2006年度)	消費電力量(155Wh→42.7Wh)
電気便座	14.6%(2000→2006年度)	年間消費電力量(281kWh/年→240kWh/年)
ガス温水機器(ガス瞬間湯沸器・ガスふろがま)	5.5%(2000→2006年度)	熱効率(77.7%→82.0%)
ガス調理機器(こんろ部)	15.7%(2000→2006年度)	熱効率(48.3%→55.9%)
ガスストーブ	1.9%(2000→2006年度)	熱効率(80.9%→82.4%)
石油ストーブ	5.4%(2000→2006年度)	熱効率(78.5%→82.7%)
テレビジョン受信機(液晶・プラズマテレビ)	29.6%(2004→2008年度)	年間消費電力量(179.7kWh/年→126.5kWh/年)
DVDレコーダー(地デジ非対応)	40.9%(2004→2008年度)	年間消費電力量(66.0kWh/年→39.0kWh/年)
電子レンジ	10.5%(2004→2008年度)	年間消費電力量(77.2kW/年→69.1kWh/年)
ジャー炊飯器	16.7%(2003→2008年度)	年間消費電力量(119.2kW/年→99.3kW/年)

※を付した機器については省エネ基準が単位当たりのエネルギー消費効率(例:km/l)で定められており、※を付していない機器についてはエネルギー消費量(例:kWh/年)で定められている。上表中の「エネルギー消費効率の改善」は、それぞれの基準で見た改善率を示している(例:10km/lが15km/lとなれば50%改善とし(100km走った場合の燃料消費量10リットルが6.7リットルに33%改善という考え方ではない)、10kWh/年が5kWh/年となれば50%改善としている)。

## 環境配慮製品・サービスについて②(トップランナー対象機器)

○トップランナー基準の達成機種割合は増加。

### (1) 家庭用エアコンディショナー

	現行基準 設定時	平成 22 年 10 月時点	増加割合
トップランナー基準達成 機種割合	35.6%	96.1%	60.5ポイント

### (2) テレビジョン受信機

	現行基準 設定時	平成 22 年 10 月時点	増加割合
トップランナー基準達成 機種割合	19.6%	53.5%	33.9ポイント

### (3) 電気冷蔵庫

	現行基準 設定時	平成 22 年 10 月時点	増加割合
トップランナー基準達成 機種割合	55.5%	91.1%	35.6ポイント

### (4) 電気便座

	現行基準 設定時	平成 22 年 10 月時点	増加割合
トップランナー基準達成 機種割合	40.2%	78.5%	38.3ポイント

### (5) 家庭用蛍光灯器具

	現行基準 設定時	平成 22 年 10 月時点	増加割合
トップランナー基準達成 機種割合	52.3%	78.7%	26.4ポイント

## 環境配慮製品・サービスについて③(エコマーク)

- エコマークは、「生産」から「廃棄」にわたるライフサイクル全体を通して環境への負荷が少なく、環境保全に役立つと認められた商品につけられる環境ラベル((財)日本環境協会が実施)。
- 1989年2月から開始。2007年6月末現在、47種類の商品類型、約4,600ブランドの商品をカバー。
- 国際標準化機構の規格ISO14020(環境ラベル及び宣言・一般原則)およびISO14024(環境ラベル及び宣言・タイプ I 環境ラベル表示・原則及び手続き)に則って運営。
- エコマーク製品は、グリーン購入法対象製品と範囲は異なるが、同じ分類に属する製品については、原則としてグリーン購入法の基準に適合

エコマーク商品類型名	グリーン購入法特定調達品目分類
かばん・スーツケース	
印刷インキ	
衣服	制服・作業服、作業手袋
家庭用繊維製品	インテリア・寝装寝具、その他繊維製品
工業用繊維製品	その他繊維製品
情報用紙	紙類
印刷用紙	
衛生用紙	
タイル・ブロック	
生分解性潤滑油	
木材などを使用したボード	
文具・事務用品	文具類、OA機器等
包装用紙	
紙製の包装用材	文具類
間伐材、再・未利用木材などを使用した製品	
節水型機器	家電製品
複写機	OA機器等
プラスチック製品	文具類、インテリア・寝装寝具

エコマーク商品類型名	グリーン購入法特定調達品目分類
パーソナルコンピュータ	OA機器等
紙製の印刷物	
リターナブル容器・包装資材	
プリンタ	OA機器等
建築製品(内装工事関係用資材)	
ガラス製品	
生ごみ処理機	
塗料	
消火器	消火器
日用品	文具類、その他繊維製品
廃食用油再生せっけん	
家具	オフィス家具等、インテリア・寝装寝具
土木製品	
トナーカートリッジ	OA機器等
デジタル印刷機	OA機器等
時計	OA機器等
太陽電池を使用した製品	OA機器等
リユース製品	
建築製品(外装・外構工事関係用資材)	
建築製品(材料系の資材)	
建築製品(設備)	
詰め替え容器・省資源型の容器	
生分解性プラスチック製品	
インクカートリッジ	OA機器等
靴・履物	
革製衣料品・手袋・ベルト	
プロジェクタ	OA機器等
まほうびん	
損害保険	



## 環境配慮製品・サービスについて④(省エネラベル)

○トップランナー基準に対応したラベルの付与もされている。

### 機器毎のラベル対応一覧表

制度 製品名	トップランナー 基準	省エネラ ベルラベ リング制 度 	統一省エ ネラベル (*) 	制度 製品名	トップラン ナー基準	省エネラ ベルラベ リング制 度 	統一省エ ネラベル (*) 
エアコンディ ション	○	○	○	ガス調理機器	○	○	△
電気冷蔵庫	○	○	○	ガス温水機器	○	○	△
電気冷凍庫	○	○	△	石油温水機器	○	○	△
照明器具	○	○	○	変圧器	○	○	
電気便座	○	○	○	ジャー炊飯器	○	○	△
テレビジョン受 信機	○	○	○	電子レンジ	○	○	△
電子計算機	○	○		ビデオテーブ レコーダー	○		△
磁気ディスク装 置	○	○		DVDレコー ダー	○	○	△
乗用自動車	○			複写機	○		
貨物自動車	○			ルーティング機 器	○	○	
自動販売機	○			スイッチング機 器	○	○	
ストーブ	○	○					

(\*) △印は多段階評価による表示のない簡易版ラベル

# 環境配慮製品・サービスについて④(省エネラベル)

○機器の効率改善に対応し、ラベルの見直しも進んでいる。

《現行の多段階評価基準》

多段階評価	トップランナー基準 達成率	平成22年10月 時点	
		機種数	割合
☆☆☆☆☆	100%以上	289	53.5%
☆☆☆☆	83%以上 100%未満	186	34.4%
☆☆☆	66%以上 83%未満	42	7.8%
☆☆	49%以上 66%未満	14	2.6%
☆	49%未満	9	1.7%
基準達成機種割合			53.5%



《新・多段階評価基準(案)》

多段階評価	トップランナー基準 達成率	平成22年10月 時点	
		機種数	割合
☆☆☆☆☆	155%以上	14	2.6%
☆☆☆☆	128%以上 155%未満	71	13.1%
☆☆☆	100%以上 128%未満	204	37.8%
☆☆	70%以上 100%未満	220	40.7%
☆	70%未満	31	5.7%
基準達成機種割合			53.5%

《現行の多段階評価基準》

多段階評価	トップランナー基準 達成率	平成22年10月 時点	
		機種数	割合
☆☆☆☆☆	144%以上	66	30.8%
☆☆☆☆	122%以上 144%未満	39	18.2%
☆☆☆	100%以上 122%未満	90	42.1%
☆☆	83%以上 100%未満	11	5.1%
☆	83%未満	8	3.7%
基準達成機種割合			91.1%



《新・多段階評価基準(案)》

多段階評価	トップランナー基準 達成率	平成22年10月 時点	
		機種数	割合
☆☆☆☆☆	198%以上	14	6.5%
☆☆☆☆	165%以上 198%未満	26	12.1%
☆☆☆	133%以上 165%未満	37	17.3%
☆☆	100%以上 133%未満	118	55.1%
☆	100%未満	19	8.9%
基準達成機種割合			91.1%

《現行の多段階評価基準》

多段階評価	トップランナー基準 達成率	平成22年10月 時点	
		機種数	割合
☆☆☆☆☆	109%以上	73	22.1%
☆☆☆☆	100%以上 109%未満	244	73.9%
☆☆☆	90%以上 100%未満	3	0.9%
☆☆	80%以上 90%未満	9	2.7%
☆	80%未満	1	0.3%
基準達成機種割合			96.1%



《新・多段階評価基準(案)》

多段階評価	トップランナー基準 達成率	平成22年10月 時点	
		機種数	割合
☆☆☆☆☆	121%以上	19	5.8%
☆☆☆☆	114%以上 121%未満	14	4.2%
☆☆☆	107%以上 114%未満	45	13.6%
☆☆	100%以上 107%未満	239	72.4%
☆	100%未満	13	3.9%
基準達成機種割合			96.1%

図7 新基準におけるテレビジョン受信機のトップランナー基準達成率の分布

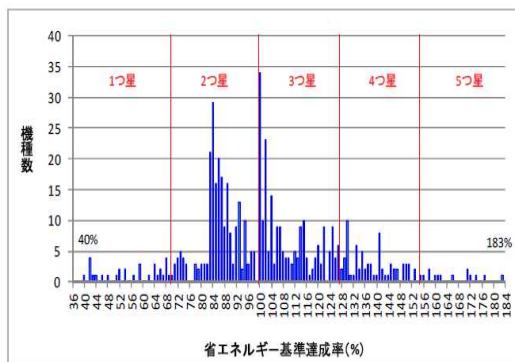


図8 新基準における電気冷蔵庫のトップランナー基準達成率の分布

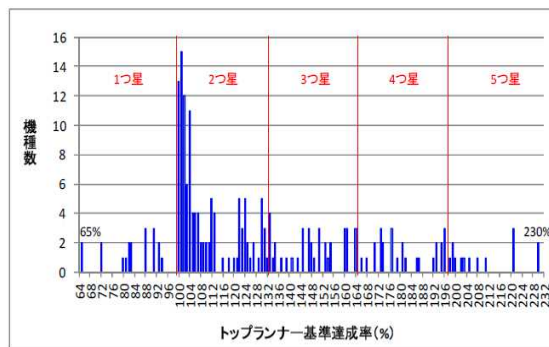
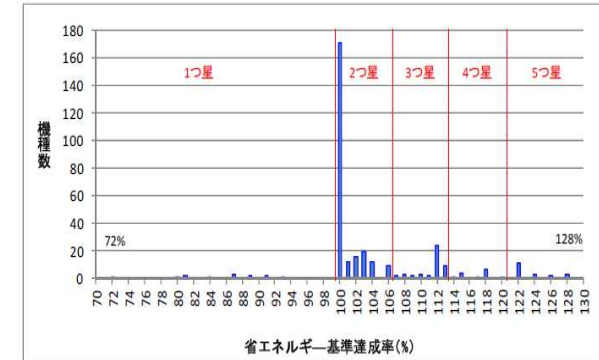


図6 新基準における家庭用エアコンディショナーのトップランナー基準達成率の分布



出典) 平成22年12月24日 第9回総合資源エネルギー調査会小売事業者表示判断基準小委員会  
注) 平成23年4月1日より、案の通り新たな多段階基準が施行されている

## 環境配慮製品・サービスについて⑤(環境ラベル)

○環境ラベルの種類は多く、増加傾向にある(環境等ラベルデータベース登録数:116(平成16年度)→152(平成23年9月時点))。

### 環境表示に関する国際規格と種類

ISOにおける名称および該当規格	特徴	内容
ISO14020 : 1998 環境ラベル及び宣言 —一般原則—	指導原則	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ISO14020番台の他の規格(タイプ I、II、III)とともに使用することを要求</li> <li>・認証・登録のためには使用できない</li> </ul>
タイプ I “第三者認証” ISO14024 環境ラベル 及び宣言—タイプ I 環境ラベル表示— 原則及び手続き 	第三者認証による環境ラベル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第三者実施機関によって運営</li> <li>・製品分類と判定基準を実施機関が決める</li> <li>・事業者の申請に応じて審査して、マーク使用を認可</li> </ul>
タイプ II “自己宣言” ISO14021 環境ラベル及び宣言 —自己宣言による環境主張—	事業者の自己宣言による環境主張	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品における環境改善を市場に対して主張する</li> <li>・宣伝広告にも適用される</li> <li>・第三者による判断は入らない</li> </ul>
タイプ III “環境情報表示” ISO14025 環境ラベル及び宣言 —タイプ III 環境宣言— 原則及び手順 	製品のライフサイクルにおける定量データの表示	<ul style="list-style-type: none"> <li>・合格・不合格の判断はしない</li> <li>・定量的データのみ表示</li> <li>・判断は購買者に任される</li> </ul>

タイプ II 規格に準拠した環境ラベルの例  
(タイプ II 規格への準拠が事業者によって宣言されているもの)



(引用：環境省「環境ラベル等データベース」)

# 環境配慮製品・サービスについて⑤(環境ラベル(フットプリント))

○環境ラベルの中でも、製品・サービスのライフサイクルでの環境負荷(フットプリント)を表示するものがある。

## ＜カーボン・フットプリント(CFP)＞

～カーボンフットプリント制度の概要～

カーボンフットプリント制度は、商品やサービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るライフサイクル全体の温室効果ガス排出量をCO2量に換算して算定し、マークを使って分かりやすく表示する仕組み。



### カーボンフットプリント貼付商品の事例

○平成21年10月から現在までに食品や洗剤、文房具・衣服等で73商品(確認中)が市場に登場。



出典:「CO2の見える化」に向けて～カーボンフットプリント制度試行事業の成果と今後の取組～(2011年2月経済産業省産業技術環境局環境調和産業推進室)

## ＜ウォーター・フットプリント(WF)＞

～ウォーターフットプリントとは～

商品やサービスなどがライフサイクル全般で水環境(水質と水量)に与える影響。

グリーンウォーター (雨水)      ブルーウォーター (河川水、地下水)      グレーウォーター (排水の希釈)



(平成21年度第4回LCA日本フォーラムセミナー「エネルギー・マネジメントと環境マネジメントに関する国際規格最新動向」(伊坪徳宏)発表資料から)

～ウォーターフットプリントの動向～

2009年6月にWFのISO化作業が決定し、2012年の国際規格(ISO14046)発行に向けて議論が行われているところ。

### ウォーターフットプリントの事例



(出典:日経エコロジーWeb サイトより抜粋)



(出典:Coca Cola Enterprises 2009 Corporate Responsibility and Sustainability Report) 19

## 環境配慮製品・サービスについて⑥(家電エコポイント)

【目的】①地球温暖化対策の推進、②経済活性化、③地上デジタル放送対応テレビの普及

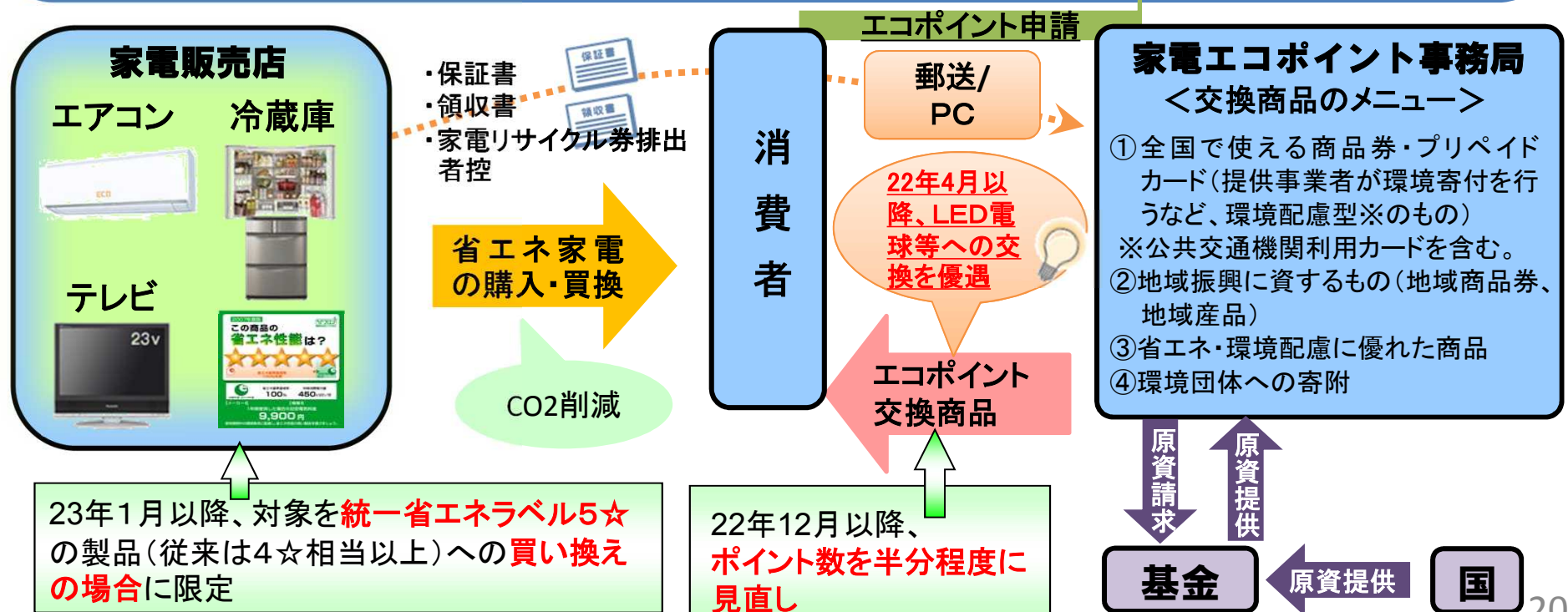
【実施期間】

- ・家電エコポイント発行対象期間 : 平成21年5月15日～平成23年3月31日購入分
- ・家電エコポイント登録申請受付期間 : 平成21年7月1日～平成23年5月31日(当日消印有効)
- ・家電エコポイント交換期間 : 平成21年7月1日～平成24年3月31日(当日消印有効)

※法人の登録申請受付・交換は平成21年8月7日より開始。

【予算額】合計：約6,930億円 ※四捨五入しているため、内訳と合計が一致しない。

- ・平成21年度第1次補正予算：約2,946億円
- ・平成21年度第2次補正予算：約2,321億円
- ・平成22年度経済危機対応・地域活性化予備費：約885億円
- ・平成22年度補正予算：約777億円



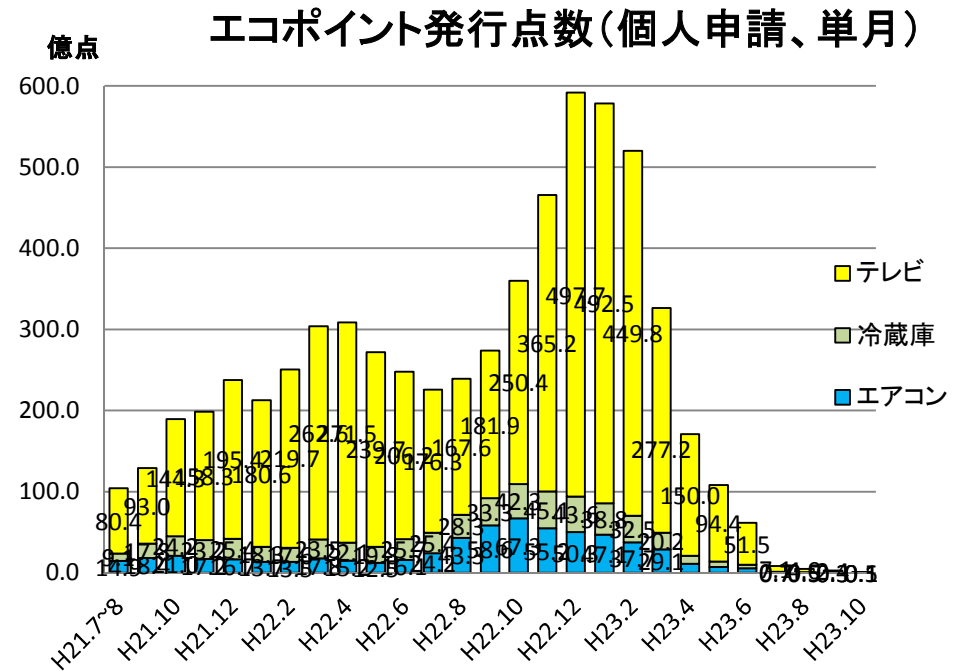
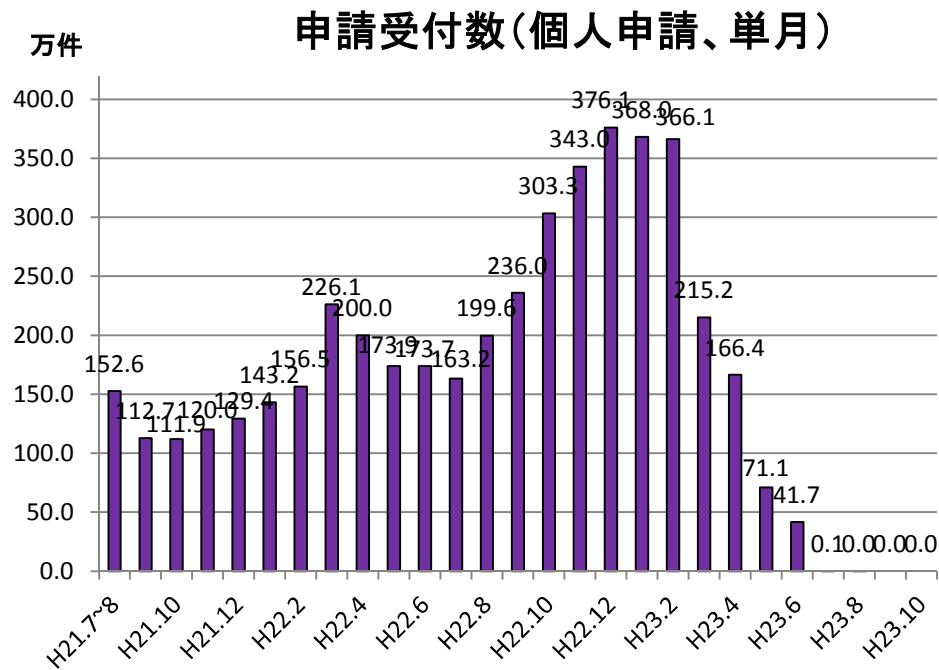
## 環境配慮製品・サービスについて⑥(家電エコポイント)

- 約4,550万件と、非常に多くの申請があり、家電の省エネ化と、「エコポイント」制度の認知度向上に貢献。
- 2年間で約7,000億円の財政経費が生じている。

### 申請受付数等の推移(平成23年10月末時点)

・申請受付数は累計約4,550万件

・ポイント発行点数は累計約6,394億円



## 環境配慮製品・サービスについて⑥(家電エコポイント)

### 「地球温暖化対策の推進」の観点

○統一省エネラベル4☆相当以上の省エネ家電製品の全出荷台数に占める割合は、家電エコポイント制度開始以降、大きく増加

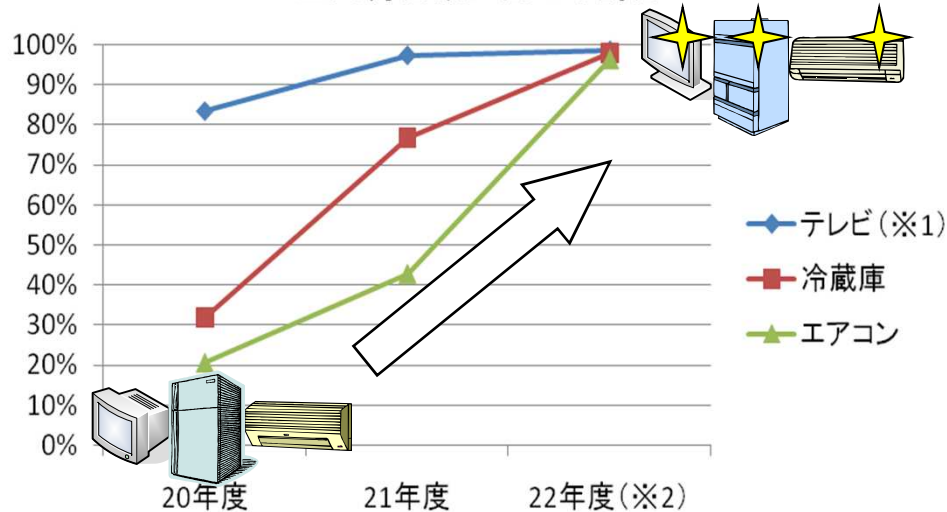
平成22年4～12月の平均 **エアコン 約96%、冷蔵庫 約98%、テレビ 約99%**

※平成23年1月以降は、エコポイントの発行対象を統一省エネラベル5☆の製品への買い換えの場合に限定

○制度実施期間(平成21年5月～平成23年3月)における家電エコポイント制度等による省エネ家電製品の普及に伴うCO2削減効果

**約 270万 t-CO2/年** と推計

統一省エネラベル4☆相当以上製品の  
全出荷台数に占める割合



※1 テレビは22年4月から多段階評価基準が変更

※2 22年度は4～12月までの値(1月以降は、対象を5☆に限定)  
(業界ヒアリングを元に作成)

### CO2削減効果の内訳

(万t-CO2/年)

エアコン	冷蔵庫	テレビ	合計
79	129	65	<b>273</b>

※「省エネ性能カタログ」、「使用済家電4品目の経過年数等調査」等を元に、買い換えや、新規購入時の対象省エネ製品へのシフトによる消費電力削減量を推計し、環境省試算。  
なお、排出係数は0.000561t-CO2/kWhを使用。

## 環境配慮製品・サービスについて⑦(住宅エコポイント)

### ■ ポイントの発行対象

#### エコ住宅の新築

- ・平成21年12月8日～平成23年7月31日(\*)  
に建築着工したもの

#### エコリフォーム

- 窓の改修工事、外壁、天井・屋根又は床の改修工事
- ・平成22年1月1日～平成23年7月31日(\*)  
に工事着手したもの

(なお、これらに併せて、バリアフリー改修を行う場合、ポイントを加算)

(\*)平成22年9月10日に閣議された「新成長戦略実現に向けた3段階の経済対策」において、1年延長が決定されたが、想定以上の申請があったことから着工・着手の期限を平成23年7月31日に変更



平成23年1月1日以降に建築着工(工事着手)し、エコ住宅の新築・エコリフォームの工事と併せて、以下の省エネ性能が優れた住宅設備の設置を行う場合について、それぞれ2万ポイントを発行



太陽熱利用システム

※エコ住宅の新築・  
エコリフォームで対象



節水型トイレ

※エコリフォームの  
場合のみ対象



高断熱浴槽

※エコリフォームの  
場合のみ対象

平成22年10月8日に閣議された「円高・デフレ対応のための緊急総合経済対策」において、対象拡充が決定。

### ■ 発行ポイント数

- エコ住宅の新築 1戸あたり300,000ポイント (太陽熱利用システムを設置する場合は、320,000ポイント)
- エコリフォーム 工事内容ごとに、2,000～100,000ポイント (1戸あたり300,000ポイントを限度とする。)

### ■ ポイントの申請期限等

#### ○ポイント発行の申請期限

エコ住宅の新築

一戸建て住宅:H24.6.30

共同住宅等(階数が10以下):H24.12.31 共同住宅等(階数が11以上):H25.12.31

エコリフォーム :H24.3.31

#### ○ポイントの交換申請期限

H26.3.31まで

(エコ住宅の新築、エコリフォーム問わず)

### ■ ポイントの交換対象

- ・省エネ・環境配慮商品等
- ・地域産品
- ・商品券・プリペイドカード
- ・環境寄附
- ・エコ住宅の新築又はエコリフォームを行う工事施工者が追加的に実施する工事(即時交換) など



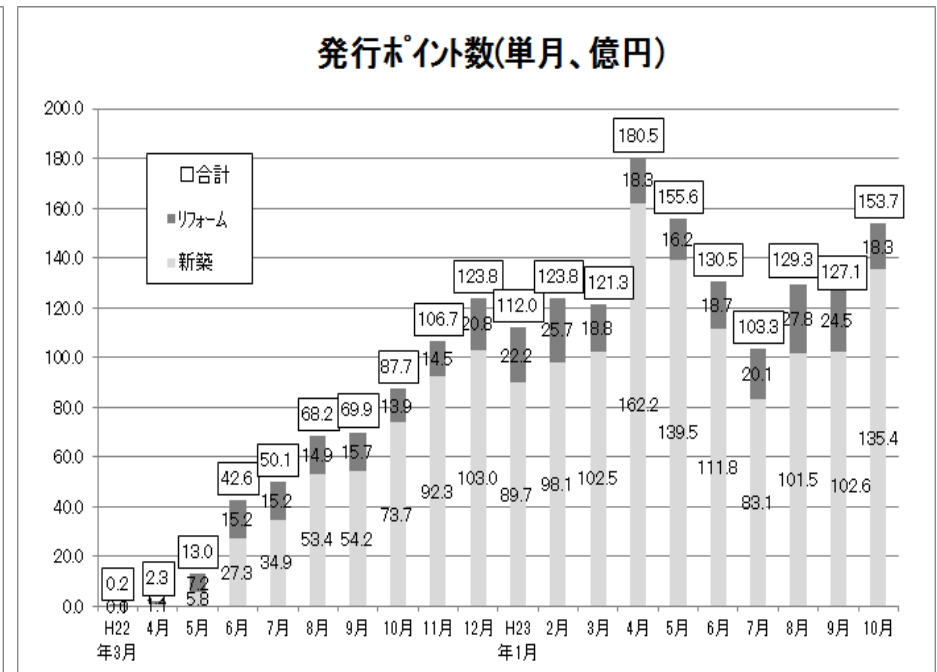
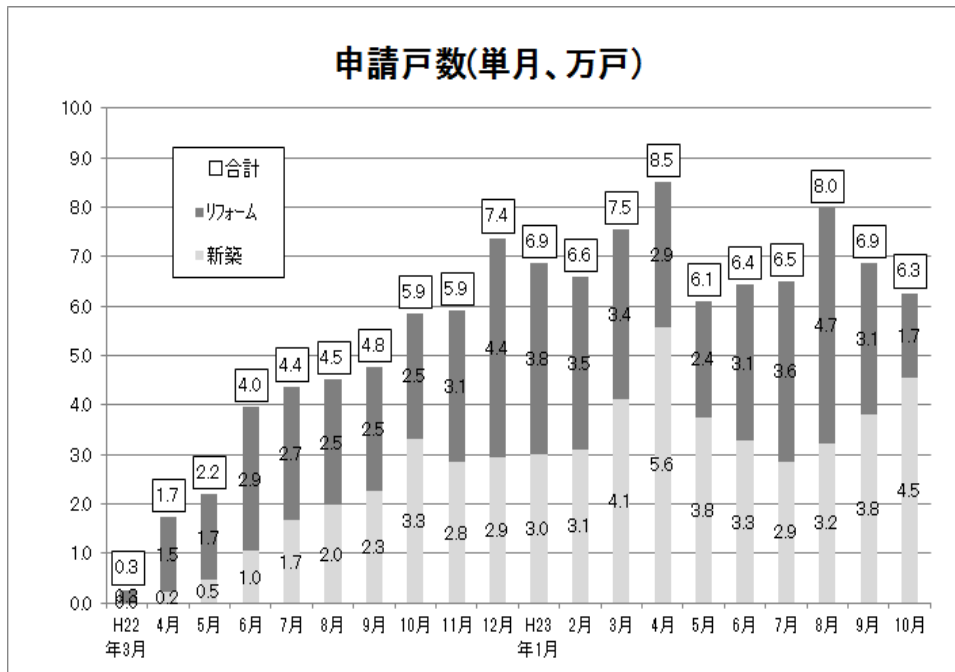
## 環境配慮製品・サービスについて⑦(住宅エコポイント)

- 制度開始から1年半が経過し、申請件数は順調に増加している。
- 新規着工件数の4～5割程度が対象住宅となったものと想定され、住宅の省エネ化が定着。
- 制度開始から約2,500億円の予算。

### 申請受付数等の推移(平成23年10月末時点)

・申請受付数は累計約110万戸

・ポイント発行数は累計約1,900億円



# 環境配慮製品・サービスについて⑦(住宅エコポイント)

## 復興支援・住宅エコポイント（平成23年度第3次補正予算事業）

住宅市場の活性化と住宅の省エネ化を推進しつつ、あわせて東日本大震災の復興支援を図るため、平成23年7月末に終了した住宅エコポイントを再開する。

### 事業の内容

#### ■ ポイントの発行対象

##### エコ住宅の新築

<工事内容>

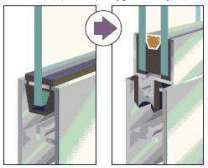
- ①省エネ法のトップランナー基準(住宅事業建築主の判断の基準)相当の住宅
  - ②省エネ基準(平成11年基準)を満たす木造住宅
- (なお、太陽熱利用システムを設置する場合は、ポイントを加算)

##### エコリフォーム

<工事内容>

窓の改修工事、外壁、天井・屋根又は床の改修工事

<断熱改修の例>



複層ガラスへの交換



天井の断熱改修

エコリフォームに併せて、以下の工事等を行う場合は、ポイントを加算

バリアフリー工事

省エネ住宅設備の設置

耐震改修工事

リフォーム瑕疵保険への加入

※工事対象期間 新築 H23.10.21~H24.10.31

リフォーム H23.11.21~H24.10.31

#### ■ ポイント数

##### エコ住宅の新築

被災地の経済活性化を進めるため、被災地のポイントを  
をその他地域の倍に。

被災地 : 1戸あたり30万P  
その他地域 : " 15万P

※太陽熱利用システムを設置する場合、2万Pを加算

##### エコリフォーム

###### 省エネ改修

工事内容に応じて2千~10万P

バリアフリー改修(5万P限度)  
工事内容に応じて5千~2万5千P

省エネ住宅設備設置(太陽熱利用シ  
ステム・節水型トイレ・高断熱浴槽)  
一律2万P

リフォーム瑕疵保険加入  
一律1万P

耐震改修 15万P

1戸あたり  
30万Pが  
限度

別途加算

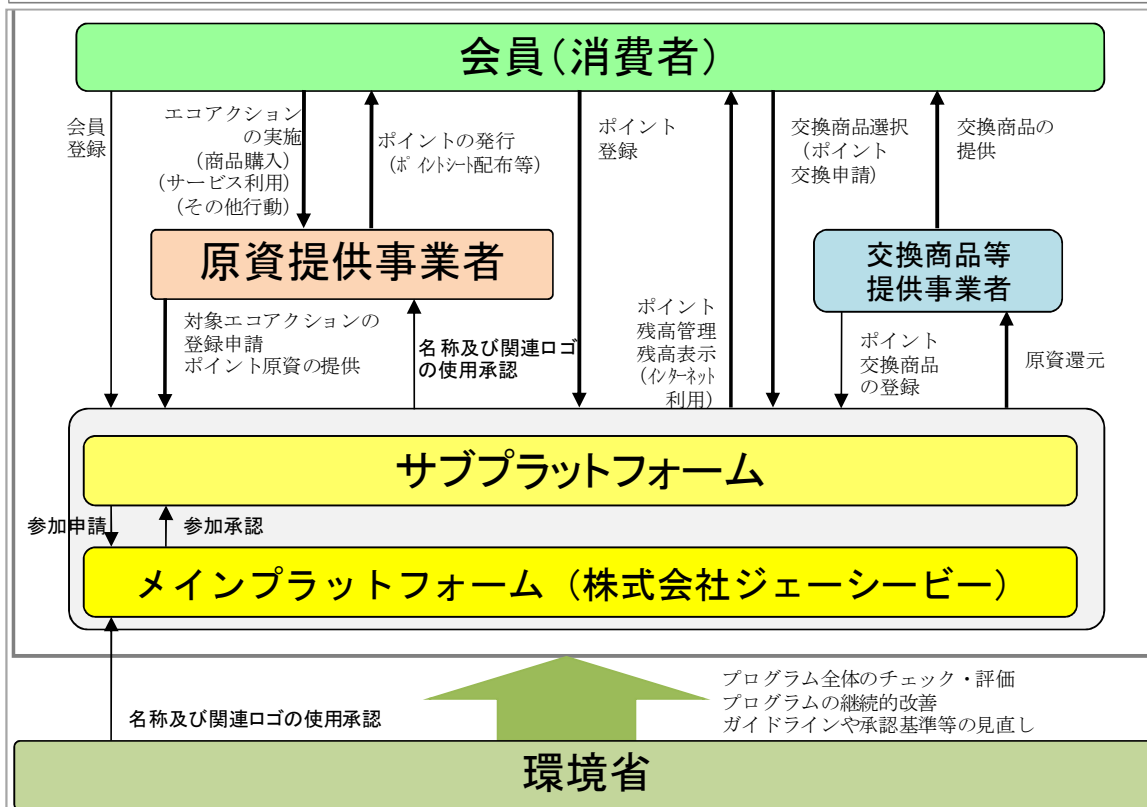
#### ■ 商品交換

ポイント利用の1/2を「被災地産品」や  
「被災地への義援金・募金」など被災地の  
支援・活性化に資するものに限定。

## 環境配慮製品・サービスについて⑧(エコアクションポイント)

国民一人ひとりの環境配慮行動（エコアクション）に経済的インセンティブを付与する取組を進めるため、環境省が平成20～22年度にモデル事業を実施したポイントプログラム。環境配慮型の商品・サービスの購入・利用等の環境配慮行動を行った場合に、様々な商品等に交換できるポイントが貯まるもので、全国のあらゆる業種・業態の事業者が参加できる仕組みが構築されている。永続的な取組とするため、**ポイント原資を参加事業者自らが支出する仕組み**としている。

平成22年度末時点で、参加会員数約30万人・参加事業者数約60社・累積発行ポイント数約1.5億ポイントに達し、平成23年度からは民間事業者が運営主体となって実施している。環境省は、プログラムの信頼性及び公平性を確保するため、プログラムの運用状況のチェック・評価や、必要に応じてガイドライン等の見直しを行っている。



### 対象エコアクションの例

◆カーボン・オフセットされた商品の購入



◆レジ袋や包装の辞退



◆電気・ガス・水の使用量削減



### ポイント還元メニューの例

◆生活雑貨・環境配慮商品



◆商品券・チケット類



◆環境保全活動への寄附



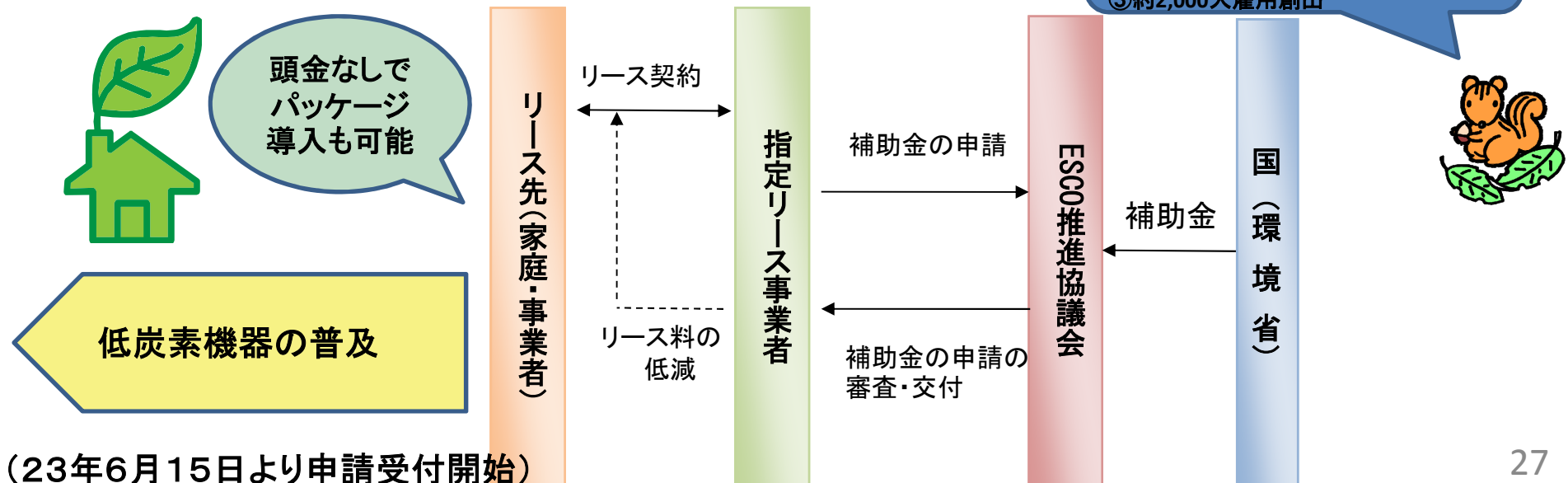
# 環境配慮製品・サービスについて⑨(家庭・事業者向けエコリース促進事業)

## 概要

【H23予算:20億円】

- ◆ 導入に際して多額の初期投資費用(頭金)を負担することが困難な家庭及び事業者(中小企業等)について、頭金なしの「リース」という手法を活用することによって低炭素機器の普及を図り、もって「エコで快適な暮らし」を実現。
- ◆ 具体的には、低炭素機器をリースで導入した場合に、リース料の3%をリース事業者に対して助成。(ただし、岩手県、宮城県、福島県の東北3県については補助率10%。)
- ◆ 対象機器の例  
【家庭向け】 既築住宅向け太陽光パネル等(家庭用高効率給湯器等低価格製品は対象としない。)  
【事業者向け】 高効率ボイラー、高効率冷凍冷蔵庫、太陽光パネル、ハイブリット建機等

## 家庭・事業者向けエコリース促進事業スキーム



# 環境配慮製品・サービスについて⑩(見える化)

## 見える化の推進

### 温室効果ガス排出量「見える化」推進戦略会議

#### ①家庭での「見える化」

家庭内の主要なエネルギー消費機器のCO2排出量を「見える化」することの削減効果の把握方法について検討

#### ②日常生活CO2情報提供ツール

CO2家計簿やCO2排出量削減のヒントを提供する等の機能を持った「日常生活CO2情報提供ツール」の概要をとりまとめ

#### ③商品・サービスの「見える化」

事業者の提供する商品・サービスにおいてCO2排出量の「見える化」を行っているものの調査等を実施

平成21年度～平成22年度  
家庭内にCO2排出量等を計測・表示する機器を設置し、CO2削減効果を把握。

平成21年度  
「日常生活CO2情報提供ツール」の試行版の作成

平成22年度  
一般公開

平成21年度～平成22年度  
使用段階でのCO2排出量が即時的に「見える化」された商品・サービスについて、CO2削減効果を把握。

## 家庭におけるエコ診断の推進

- 地球温暖化対策に係る中長期目標の達成に向け、1990年比で3割以上増加している家庭部門の温室効果ガス排出量を抜本的に削減する必要
- 「新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～」において位置付けられた「環境コンシェルジュ制度」の基盤整備を行う



家庭

確かな  
行動変容

家庭のエネルギー消費情報

CO2排出量の「見える化」  
&  
実情に合致した行動アドバイス



うちエコ診断員

対話型  
の診断

平成23年度～

国による、中立性、信頼性を確保した、きめ細やかな診断を促進するための基盤整備

- ・診断ソフトの開発
- ・民間企業等による診断試行実施及び制度検討
- ・うちエコ診断の効果定量化と診断手法の精度向上の検討

# 環境配慮製品・サービスについて⑪(しんきゅうさん)

省エネ製品 買換ナビゲーション



<主な販売店等での店頭展開・普及状況>

- 量販店(50音順)  
 (株)エディオン、(株)ケーズホールディングス、  
 (株)コジマ、上新電機(株)、(株)ノジマ、  
 (株)ビックカメラ、(株)ベスト電器、(株)ヤマダ電機、  
 (株)ヨドバシカメラ、ラオックス(株)
- 団体(50音順)  
 秋葉原電気街振興会、全国電機商業組合連合会

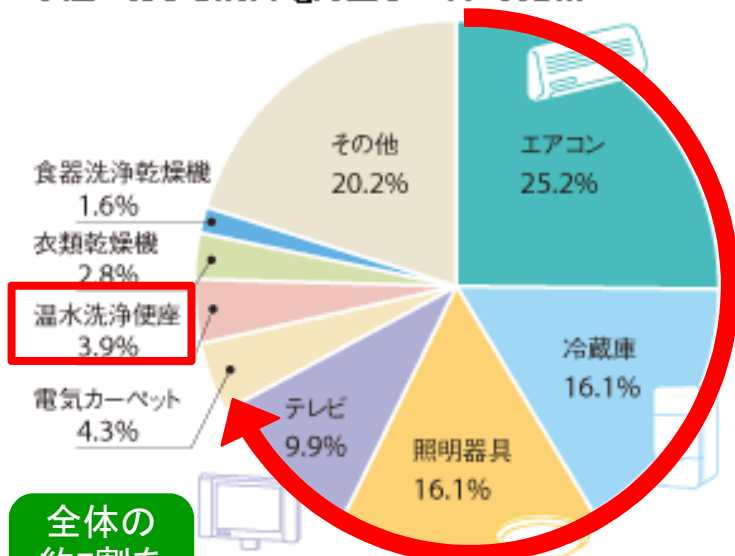
## ●概要

環境省では、国内の家電メーカーや家電販売店、業界団体、省エネ家電普及促進フォーラム等との連携の下、省エネ製品買換ナビゲーション(愛称:しんきゅうさん)を構築し運用しています。

「しんきゅうさん」は、家庭での消費電力量上位4品目の、**エアコン**、**冷蔵庫**、**照明器具**、**テレビ**について、携帯電話やパソコンを利用するな省エネ製品への買換えによるCO<sub>2</sub>削減効果やランニングコストの低減効果などをどして店頭や自宅等で簡単に把握できるシステムです。

さらに、**温水洗浄便座**を新たに追加することで、計5製品について買換えによる「CO<sub>2</sub>削減効果の見える化」を図っているところです。

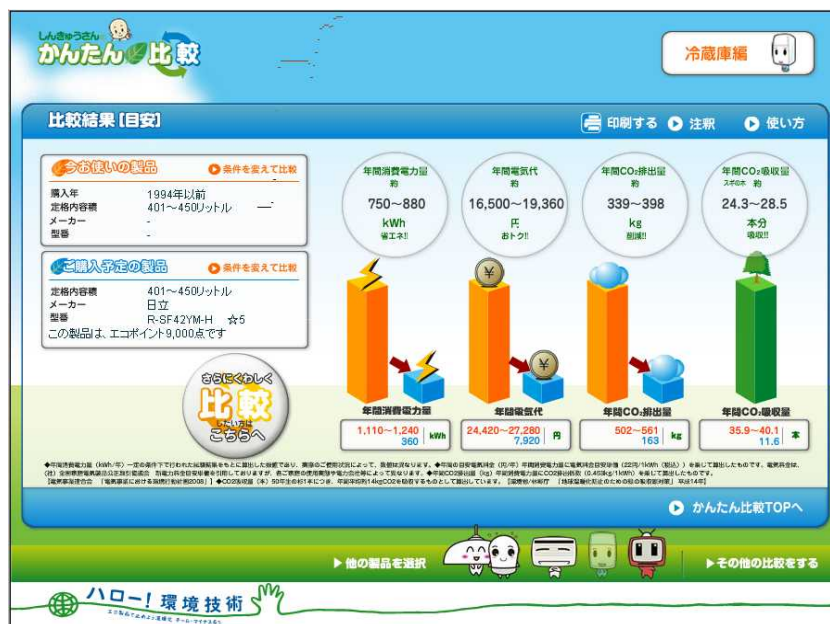
## 家庭における消費電力量ウェイトの比較



全体の約7割をカバー

出典:資源エネルギー庁 平成16年度 電力需給の概要

## ★パソコン版画面



## ★携帯版画面



## 環境製品・サービスについて⑫(流通段階での環境保全型製品の普及)

目的  流通段階で環境配慮型製品の普及を推進ことにより市場のグリーン化を図る。

### 事業内容

H24年度: 民生部門での環境負荷軽減を進めるため、消費者が環境配慮型製品を選択する際の選択条件を、国内外の事例を調査し把握する。その事例を基に流通段階での環境配慮型製品の購入促進策を検討する。

#### <内外事例調査等>

◆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、ヒアリング調査(無店舗販売、有店舗販売)、文献調査により収集。その集めた事例を基にデータベース化

◆事例を基に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の検討を行う。

#### <モデル事業>

◆ポイント付与などの経済的なインセンティブを与える購入促進方法の実施

◆表彰などの非経済的なインセンティブを与える購入促進方法の実施

◆検討された環境配慮型製品の環境に対する効果の消費者への見せ方(販売方法、陳列方法)の実施

#### <事業結果検証>

◆インセンティブの効果検証

◆POSシステムを利用した、購入者の属性の把握

◆環境配慮型製品の売上の変化を見ることによる効果検証

◆環境配慮型購入促進に係る販売ガイドライン等の作成・周知

## 環境配慮製品・サービスについて⑬(チャレンジ25キャンペーン)

- 25%削減に向けて、政府も国民も一緒になって温暖化防止に取り組み、我が国を新しい経済社会、すなわち低炭素社会に転換するため、内閣総理大臣をリーダー、環境大臣をサブリーダーとして、地球温暖化防止の国民運動「チャレンジ25キャンペーン」を展開。
- 「チャレンジ25キャンペーン」では、家庭、オフィス、地域で、私たち一人ひとりがCO2削減に向けて実践できることを「6つのチャレンジ」として提案し、その行動の実践を広く国民の皆さんに呼びかけている。
- 個人チャレンジャー： 865,803宣言／企業・団体チャレンジャー：22,467団体(平成23年12月1日現在)



### チャレンジ25での省エネ製品への買い換えの呼びかけ

・6つのチャレンジで省エネ製品の選択を呼びかけ

・省エネ製品買い換えナビゲーション「しんきゅうさん」の運営を通じ、省エネ家電への買い換えを呼びかけ

・節電アクション！で省エネ型の電化製品、照明器具への買い換えを呼びかけ

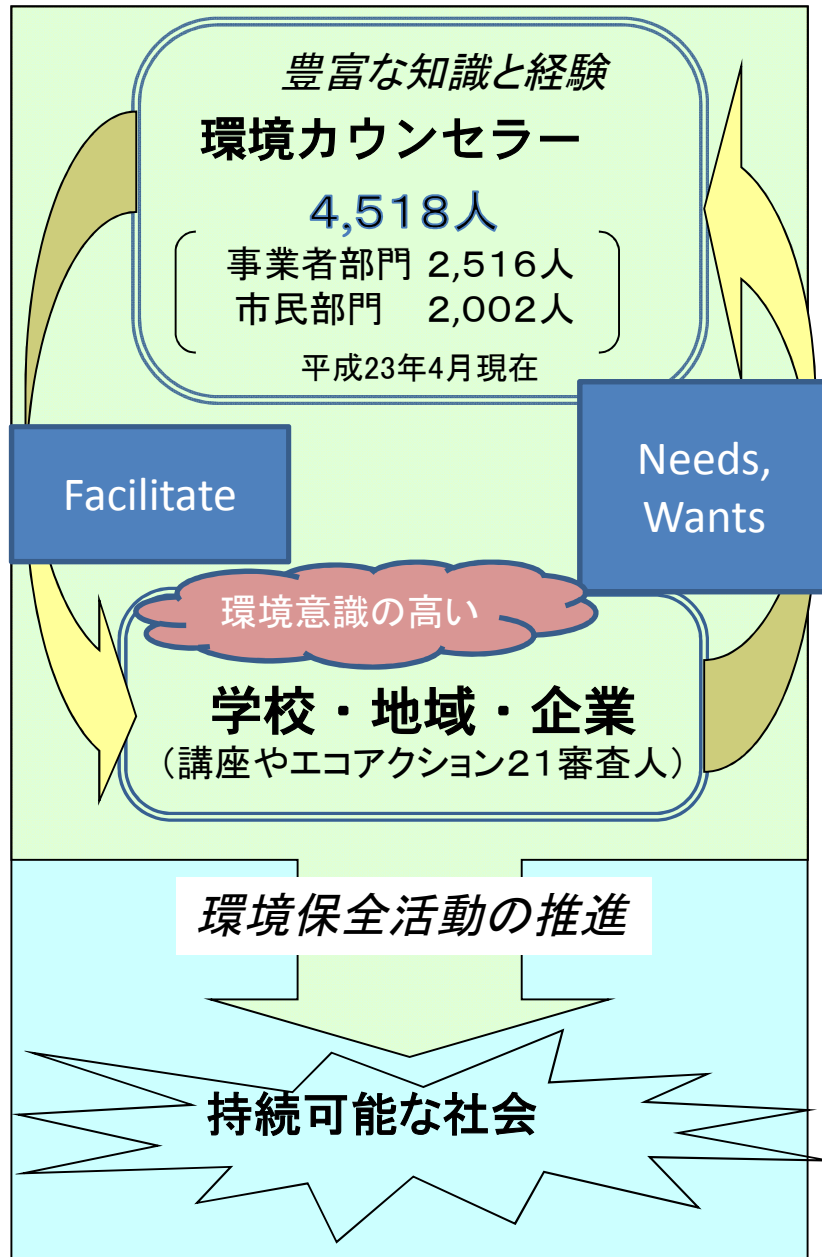


### ～6つのチャレンジ～

- 🛒 エコな生活スタイルを選択しよう
- 🏠 省エネ製品を選択しよう
- 🌿 自然を利用したエネルギーを選択しよう
- 🏡 ビル・住宅のエコ化を選択しよう
- 🌱 CO2削減につながる取組や商品を応援しよう
- 👥 地域で取組む温暖化防止活動に参加しよう



## 環境配慮製品・サービスについて⑭（環境カウンセラー事業）



### ◎環境カウンセラーの専門分野に「消費者教育」を設定

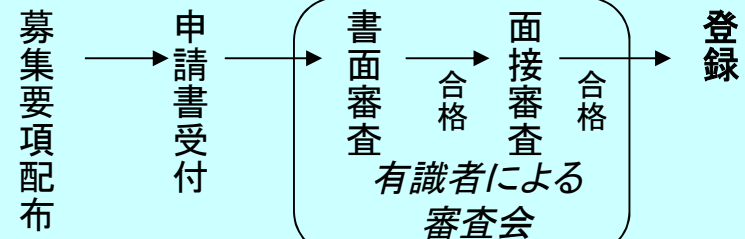
- ・環境カウンセラーの22の活動専門分野の1つに「消費者教育」を設定し、581人が登録（平成23年4月現在）
- ・省エネにつながる消費活動の出前授業などを通じて、市民などの環境保全活動を促進

（平成23年度予算額） 9,640千円

### ※環境カウンセラー登録制度とは

市民活動や事業活動の中で環境保全に関する取組について豊富な実績や経験を有し、環境保全に取り組もうとする市民や事業者等に対して環境保全及び環境保全活動に関する知識の付与・助言又は指導（環境カウンセリング）を行うことのできる人材を「環境カウンセラー」として登録する制度

#### <審査・登録手順>



# 事業者の行動を促す施策の現状

## 事業者の環境配慮について①(環境報告ガイドライン2007年版 記載事項)

○環境省では、環境報告書の作成を促進するため、環境報告ガイドラインを策定

○ガイドラインにより、環境経営の促進と開示内容の質の向上を促進。

### 1. 基本的項目 (BI, Basic Information 5項目)

BI-1 : 経営責任者の緒言

BI-2 : 報告にあたっての基本的要件

BI-2-1: 報告の対象組織・期間・分野

BI-2-2: 報告対象組織の範囲と環境負荷の捕捉状況

BI-3 : 事業の概況(経営指標を含む)

BI-4 : 環境報告の概要

BI-4-1: 主要な指標等の一覧

BI-4-2: 事業活動における環境配慮の取組に関する目標、計画及び実績等の総括

BI-5 : 事業活動のマテリアルバランス(インプット、内部循環、アウトプット)

### 2. 「環境マネジメント等の環境経営に関する状況」を表す情報・指標

(MPI, Management Performance Indicators 12項目)

MP-1 : 環境マネジメントの状況

MP-1-1: 事業活動における環境配慮の方針

MP-1-2: 環境マネジメントシステムの状況

MP-2 : 環境に関する規制の遵守状況

MP-3 : 環境会計情報

MP-4 : 環境に配慮した投融資の状況

MP-5 : サプライチェーンマネジメント等の状況

MP-6 : グリーン購入・調達状況

MP-7 : 環境に配慮した新技術、DfE等の研究開発の状況

MP-8 : 環境に配慮した輸送に関する状況

MP-9 : 生物多様性の保全と生物資源の持続可能な利用の状況

MP-10: 環境コミュニケーションの状況

MP-11: 環境に関する社会貢献活動の状況

MP-12: 環境負荷低減に資する製品・サービスの状況

### 3. 「事業活動に伴う環境負荷及びその低減に向けた取組の状況」を表す情報・指標

(OPI, Operational Performance Indicators 10項目)

OP-1 : 総エネルギー投入量及びその低減対策

OP-2 : 総物質投入量及びその低減対策

OP-3 : 水資源投入量及びその低減対策

OP-4 : 事業エリア内で循環的利用を行っている物質量等

OP-5 : 総製品生産量又は総商品販売量

OP-6 : 温室効果ガスの排出量及びその低減対策

OP-7 : 大気汚染、生活環境に係る負荷量及びその低減対策

OP-8 : 化学物質の排出量、移動量及びその低減対策

OP-9 : 廃棄物等総排出量、廃棄物最終処分量及びその低減対策

OP-10: 総排水量等及びその低減対策

### 4. 「環境配慮と経営との関連状況」を表す情報・指標

(EEI, Eco-Efficiency Indicators)

### 5. 「社会的取組の状況」を表す情報・指標

(SPI, Social Performance Indicators)

## 事業者の環境配慮について②(企業等の環境コミュニケーションの推進)

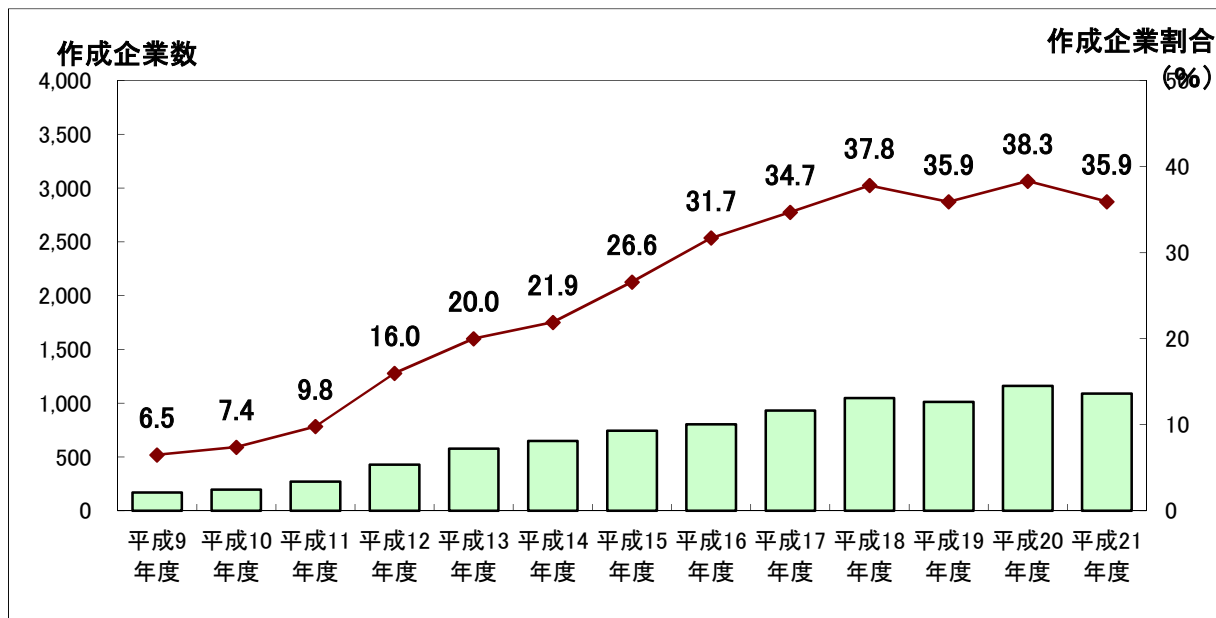
### 環境コミュニケーション大賞の実施

環境省では1997年から、企業等の自主的な環境情報の開示を促進するため、「環境コミュニケーション大賞」を設定し、優れた環境報告書、活動レポート、テレビCM等を表彰している。

第14回 環境コミュニケーション大賞 (応募総数 386団体)

「環境報告大賞」	パナソニック株式会社
「環境活動レポート大賞」	ウエスタン塗装株式会社
「テレビ環境CM大賞」	株式会社 日立製作所

### 環境報告書作成・公表企業数



このうち  
売上高1000億円以上の  
上場企業(計455社)では...

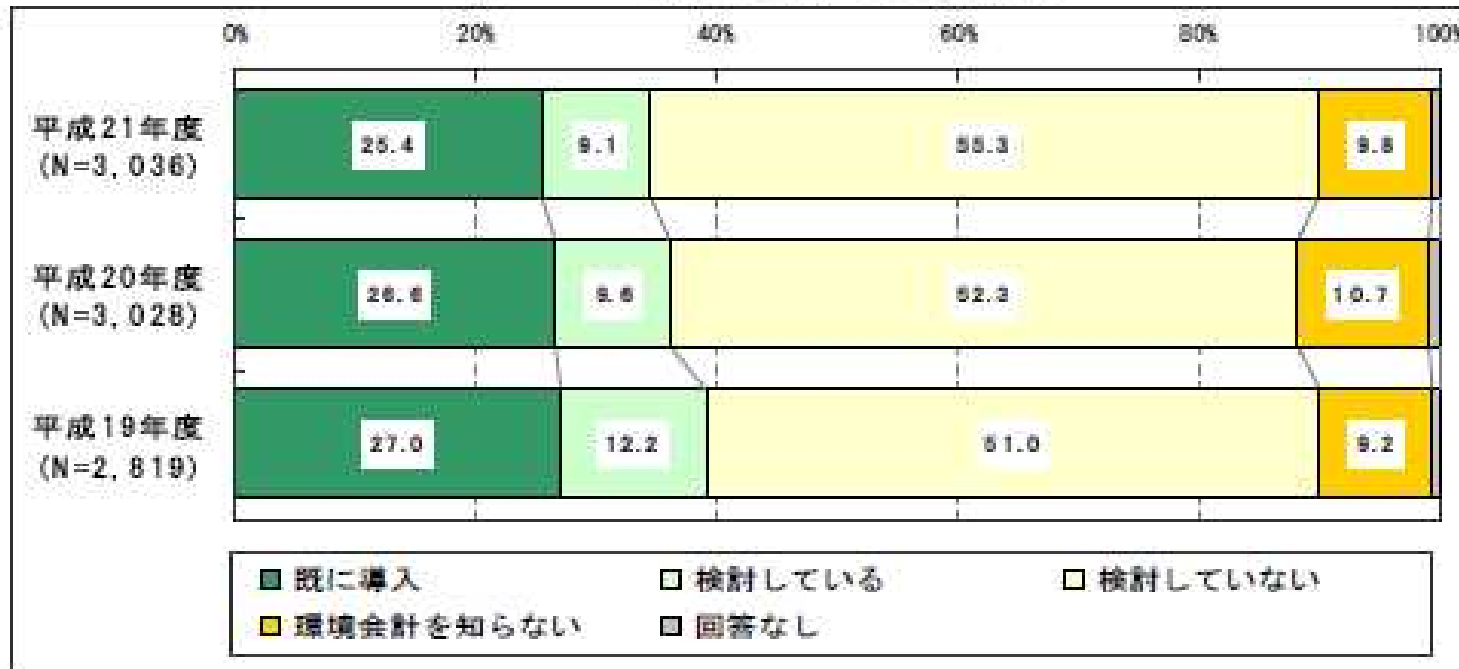
**378社(83.1%)**  
が環境報告書を作成・公表

※2009年度環境省「環境にやさしい企業行動調査」より作成。数値はアンケート回答企業(3,036社)をベースとしている。

## 事業者の環境配慮について③(環境会計)

- 環境会計とは、企業等が、持続可能な発展を目指して、社会との良好な関係を保ちつつ、環境保全への取組を効率的かつ効果的に推進していくことを目的として、事業活動における環境保全のためのコストとその活動により得られた効果を認識し、可能な限り定量的(貨幣単位又は物量単位)に測定し伝達する仕組み。
- 環境省では、環境会計への取組を支援するために、環境会計に関する共通の枠組みを構築することを目的として、環境会計ガイドラインを策定。
- アンケートによると、導入企業は横ばい、やや減少傾向。

### 環境会計の導入状況



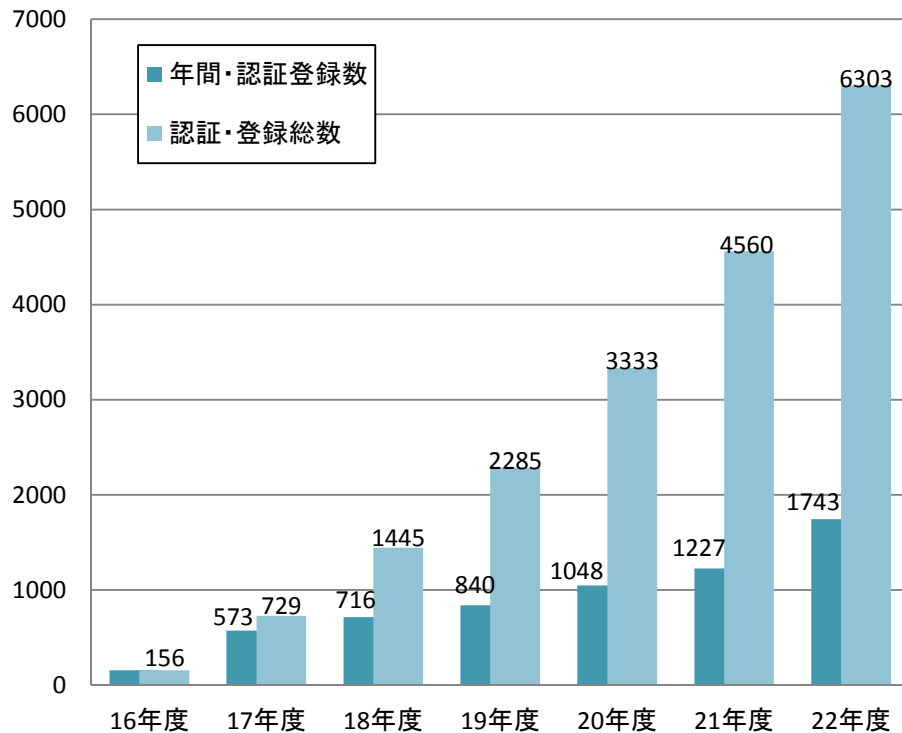
(出所)環境省「平成21年度環境にやさしい企業行動調査」

## 事業者の環境配慮について④(エコアクション21)

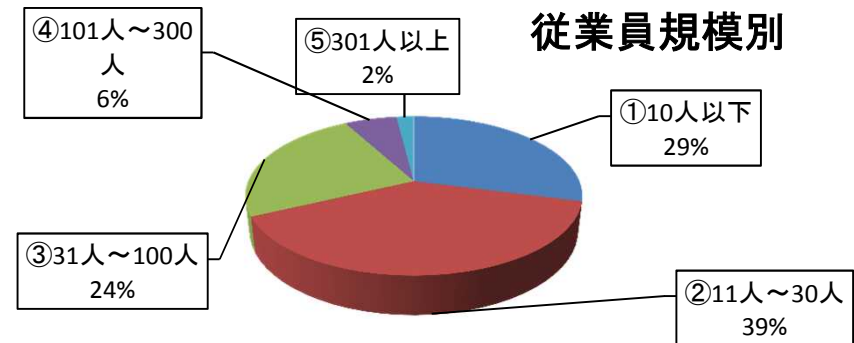
**エコアクション21とは、環境省がガイドラインを策定した「様々な環境問題への対処に有効な環境マネジメントシステム」です。**

- ・13の要求事項とPDCAサイクルにより、環境に関する方針や目標を自ら設定し、これらの達成に向けて取り組み、その結果を確認・評価し、継続的に改善していく仕組み。
- ・環境省では、取組推進のため、その要求事項等の解説や取組のチェックリスト等を加えたガイドラインを策定。
- ・事業者の環境への取組を適切に評価して必要な指導・助言を行うと共に、適切な取組を行う事業者に対し、第三者がガイドラインに適合していることを認めることにより、社会的な評価や信用を得られるようにする仕組みとして、「認証・登録制度」を平成16年より実施。
- ・認証・登録制度は、現在、「エコアクション21中央事務局」が自主事業として運営。
- ・環境省では、平成20年より、認証・取得(見込み)事業者を対象に、日本政策金融公庫による低利融資制度を設け、普及を推進。

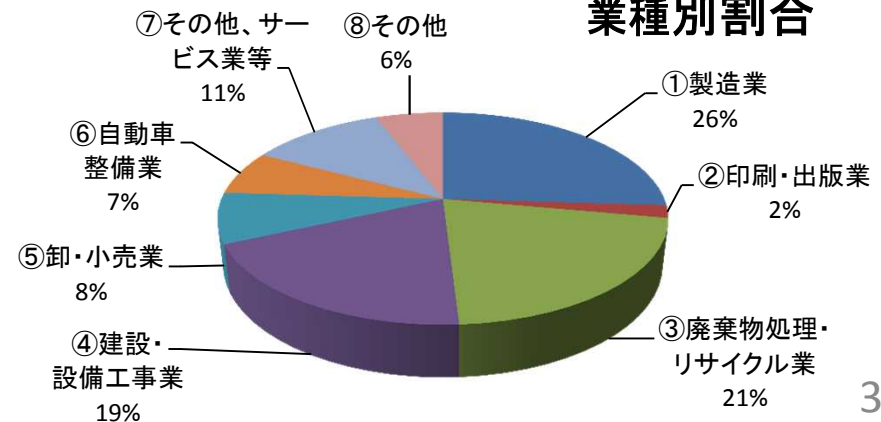
エコアクション21認証・登録の推移と現状



従業員規模別



業種別割合



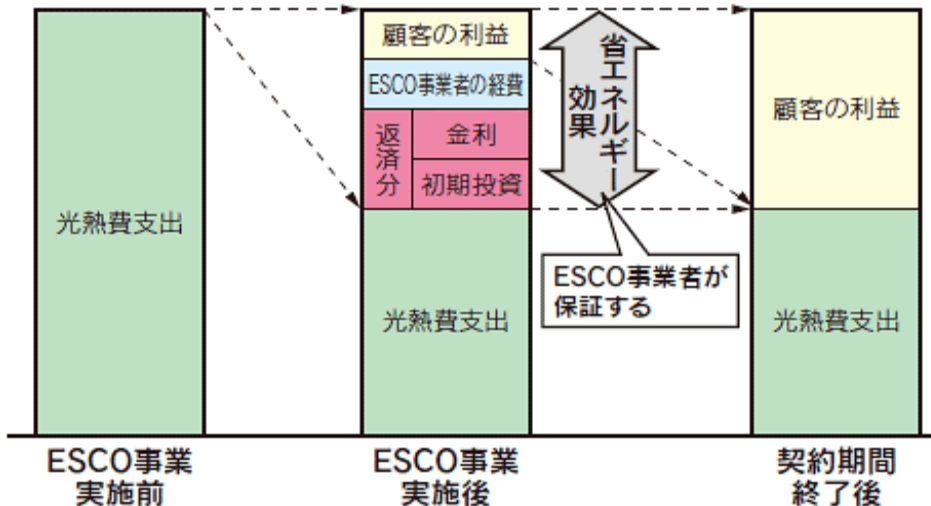
## 事業者の環境配慮について⑤(ESCO事業)

- 省エネルギーに関する包括的なサービスを提供し、その顧客の省エネルギー・メリット(光熱費の削減等)の一部を報酬として享受する事業。
- 顧客が事業資金を調達する「ギャランティード・セイ빙ス契約」とESCO事業者が事業資金を調達する「シェアード・セイ빙ス契約」の2種類の契約形態。顧客のニーズに応じた対応が可能。

### ESCO: Energy Service Company の略

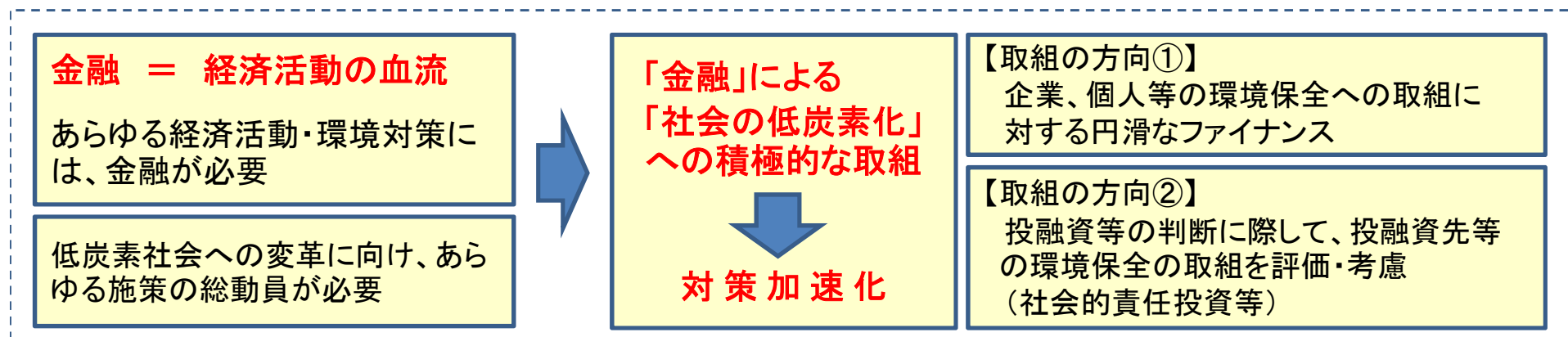
#### ESCO事業の包括的サービス

- ①省エネルギー方策発掘のための診断・コンサルティング
- ②省エネルギー方策導入のための計画立案、設計、施工、施工管理
- ③導入後の省エネルギー効果の計測・検証
- ④導入した設備やシステムの保守・運転管理
- ⑤事業資金の調達(ファイナンス)、金融機関のアレンジ等



No.	契約方式 項目	ギャランティード・セイ빙ス契約	シェアード・セイ빙ス契約
1	資金フロー		
2	省エネルギー改修工事の資金調達者	顧客	ESCO事業者
3	省エネルギー設備の所有者	顧客	ESCO事業者
4	サービス料の支払い	省エネルギー効果(光熱水費の削減分)の中から一定額または一定の割合を支払う。	
5	契約期間終了後の利益の分配	省エネルギー効果(光熱水費の削減分)はすべて顧客の取り分となる。	
6	キャッシュフロー		
7	顧客の利点	1) 省エネルギー量が保証されるため確実に省エネルギーを図ることができる。 2) 初期投資に関する資金調達が顧客側で行うので、省エネルギー設備は自己資産となる。	1) 省エネルギー量が保証されるため確実に省エネルギーを図ることができる。 2) 省エネ設備のオフバランス化(資産の外部化)が図れる。 3) ESCO事業者が省エネ設備に必要な資金調達を行うので、顧客は金融上のリスクを一切負わない。

## 事業者の環境配慮について⑥(環境金融に係る施策)



### ■環境金融促進のための環境省の主な施策

#### 1. 温暖化対策投資に係る利子補給事業

意欲的なCO2削減を誓約する企業の地球温暖化対策設備投資に対し、環境格付融資(融資先の環境保全の取組を評価し、評価結果を踏まえ利率を決定する融資)を行う金融機関を通じて、利子補給を実施する。

- ・ 地球温暖化対策加速化支援無利子融資事業:平成21年度一次・二次補正予算計60億円
- ・ 環境配慮型設備投資促進利子補給事業:平成22年度補正予算10億円
- ・ 環境配慮型経営促進事業利子補給事業:平成22年度予算3.5億円、平成23年度予算10億円

#### 2. 家庭・事業者向けエコリース促進事業:平成23年度予算20億円

リースの活用により低炭素機器の普及促進を図る。

#### 3. 企業の環境情報の開示促進

企業の環境報告書の作成を促進するとともに、投資家等に有用な環境経営の情報開示方法及びその促進策について検討委員会にて検討中。

### ■環境金融の更なる促進策の検討

「持続可能な社会の形成に向けた金融行動原則」の趣旨に則った金融機関の自主的な活動を環境省として支援。 39



## 事業者の環境配慮について⑦(日本版環境金融行動原則)

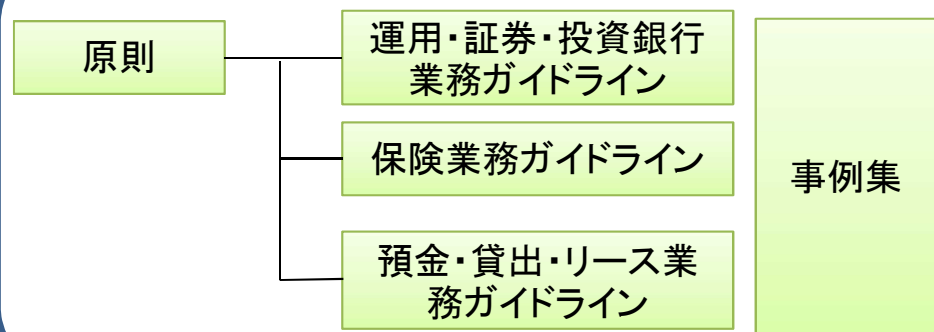
### 概要

- ◆ 平成22年6月にとりまとめられた中央環境審議会「環境と金融に関する専門委員会」報告書において、環境金融の取組の輪を広げていく仕組みとして提言
- ◆ 平成22年9月に末吉竹二郎氏(国連環境計画 金融イニシアティブ特別顧問)の呼びかけにより、金融機関が自主的に参加する起草委員会を創設
- ◆ 環境省は事務局として支援
- ◆ 平成23年10月に金融機関が自らが署名する「**持続可能な社会の形成に向けた金融行動原則(21世紀金融行動原則)**」を起草委員会にて採択
- ◆ 平成23年11月より署名受付開始
- ◆ 今後、全ての署名金融機関が参加する総会や業務別のワーキンググループを通じて、勉強会や情報交換の場を設ける予定。

### 原則(要旨)

1. 自らが果たすべき責任と役割を認識し、予防的アプローチの視点も踏まえ、事業を通じ最善の取組みを推進する
2. 金融商品・サービスの開発・提供を通じ、持続可能なグローバル社会の形成に貢献する
3. 地域コミュニティの持続可能性をサポートする
4. 多様なステークホルダーが連携に主体的な役割を担う
5. 環境負荷の軽減に積極的に取り組み、サプライヤーにも働き掛ける
6. 取組みの情報を開示する
7. 役職員の意識向上を図る

### 構成



# 事業者の環境配慮について⑧(温暖化対策設備投資に係る各種利子補給事業)

【平成21年度第一次補正:45億円(終了)、第二次補正15億円(終了)、平成22年度補正:10億円(終了)】

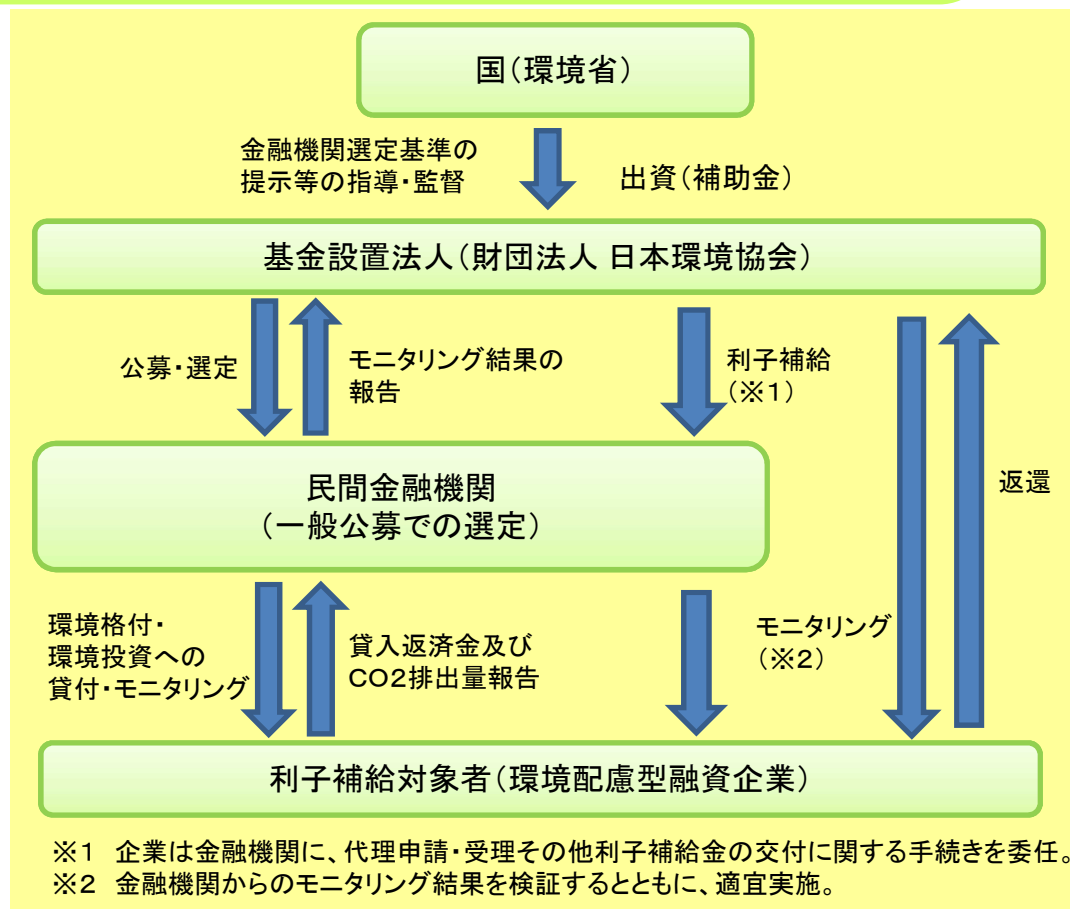
3年間でCO2排出6%削減等の意欲的な目標を誓約した企業の地球温暖化対策設備投資について、環境格付融資(環境対策に積極的に取り組む企業を評価し、評価結果に応じて利率を決定する融資)を行う金融機関を通じ、利子補給を3年間行う。



地球温暖化対策の加速化と環境投資の掘り起こしを通じた経済成長の同時推進

制度の詳細	
利子補給の条件	3年間でCO2排出量6%削減、又はCO2排出原単位6%改善の誓約を行った企業(H22補正予算は、大企業を除く)
利子補給の対象	上記誓約を行った企業による、地球温暖化対策設備投資のための金融機関からの借入に係る利子
利子補給の内容	当該企業に対し、上記借入れの3%分の利子補給を3年間行う。ただし貸付利率を上限とする(H22補正予算は、2%分を利子補給)
対象となる融資(借入れ)	地球温暖化対策に係る環境格付融資を実施する金融機関が行う融資に限る

※3年分の利子補給額を基金に一括交付

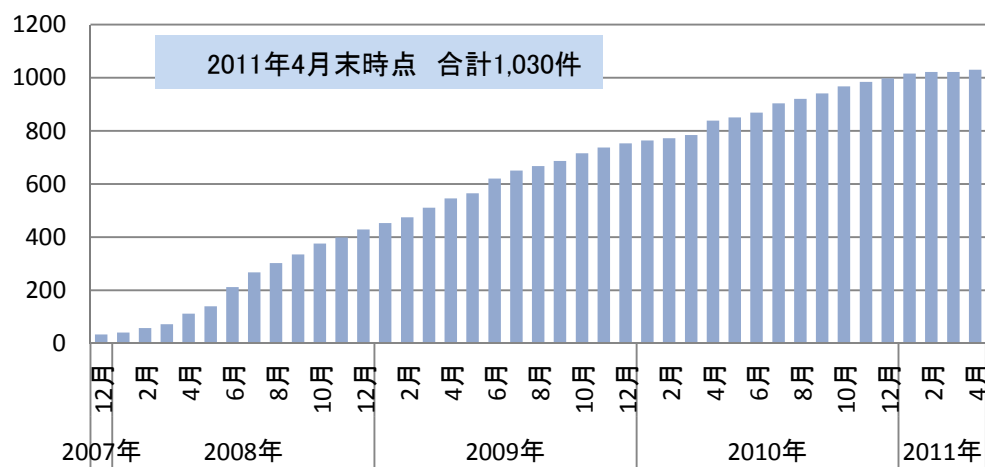


\* なお、通常予算において大企業も対象とした1%分の利子補給も実施(5年間でCO2排出量5%削減、又は排出原単位5%改善を誓約) 41

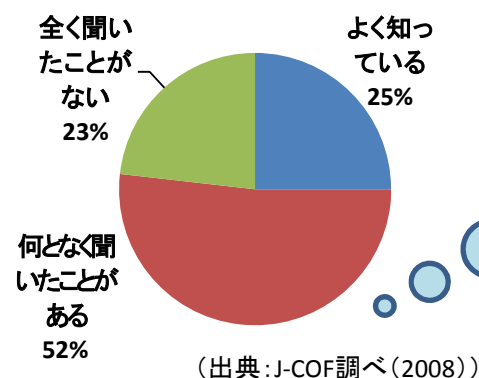
## 事業者の環境配慮について⑨(カーボン・オフセット)

- カーボン・オフセットの取組は一定の増加傾向にある。
- 消費者における認知度も広がりつつあるが、企業における取り組みの拡大は限定的。

○カーボン・オフセット取組状況(報道発表ベース)

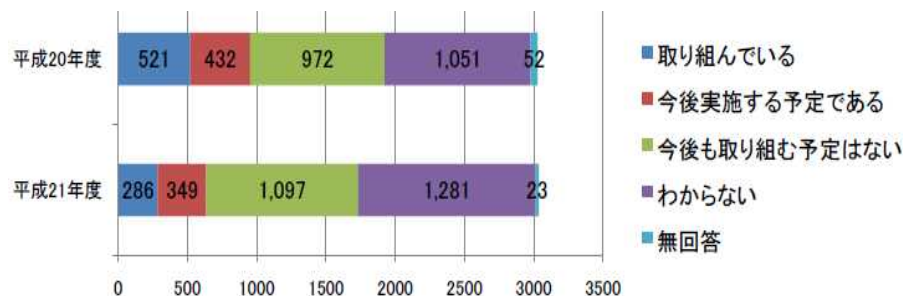


○カーボン・オフセットの認知度



環境にやさしい生活をテーマとするイベントにおけるアンケート結果。一般的な認知度は更に低くなると考えられる。

○企業のカーボン・オフセット取組状況



出典: 環境にやさしい企業行動調査(環境省)

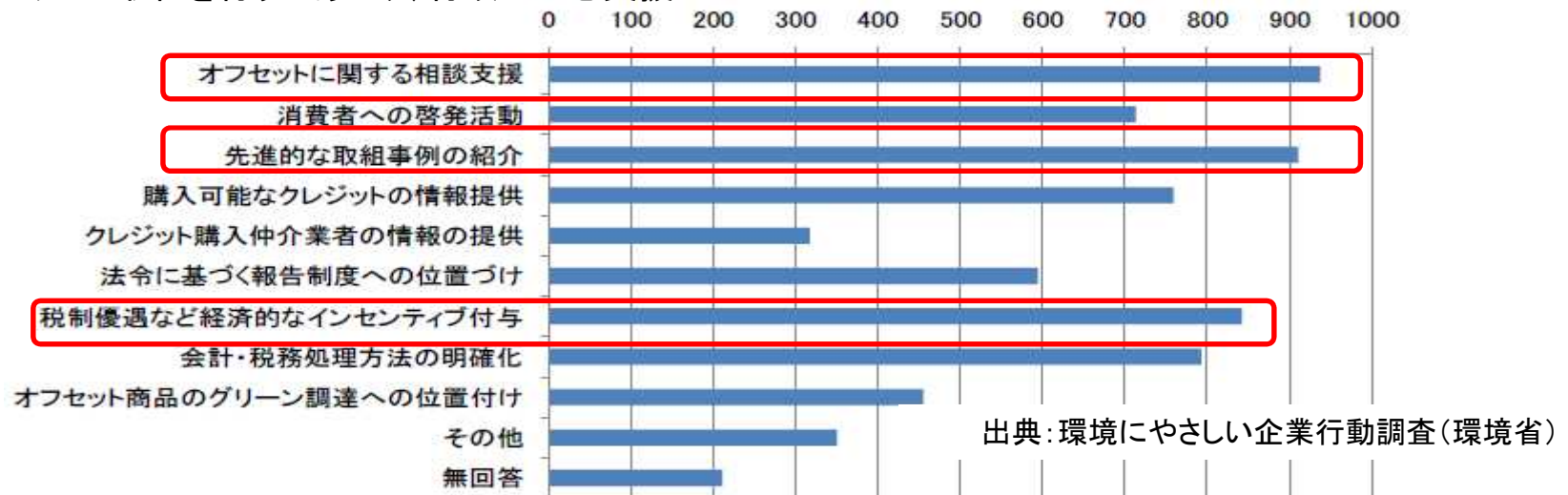
○取組事例数と第三者認証件数の比較

オフセット区分	国内事例件数(約)	認証件数	割合(認証/事例)
I-1 商品・サービス	420件	40件	9.5%
I-2 会議・イベント	90件	7件	7.7%
I-3 自己活動	100件	4件	4%
II 自己活動支援	30件	9件	30%

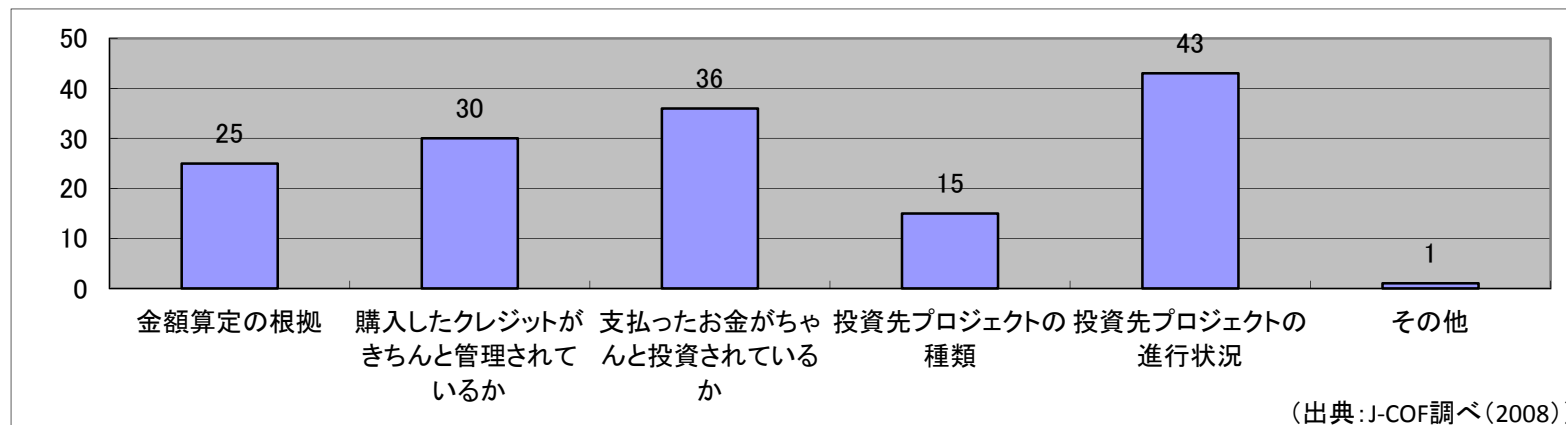
## 事業者の環境配慮について⑨(カーボン・オフセット)

- 企業において求める施策として、第1位に「相談支援」、第2位に「事例紹介」が挙げられており、カーボン・オフセットに取り組む方法についての理解の拡大が必要。
- 消費者においても、オフセットの価値を一定程度負担する意識があるものの、市場において十分に商品が流通していないことが想定される。

○今後オフセットの取組を行うにあたり、行政に望む支援



○オフセットの取組みに費用を払う場合、気になる情報



## 事業者の環境配慮について⑨(カーボン・オフセット)

- 「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について(指針)」(2008年)を始めとして、カーボン・オフセットを実施するに当たっての各種ガイドライン等を整備。
- カーボン・オフセットの仕組みを活用して、国内における排出削減・吸収を一層促進するため、国内で実施されるプロジェクトによる削減・吸収量を、オフセット用クレジット(J-VER)として認証するJ-VER制度を運用。

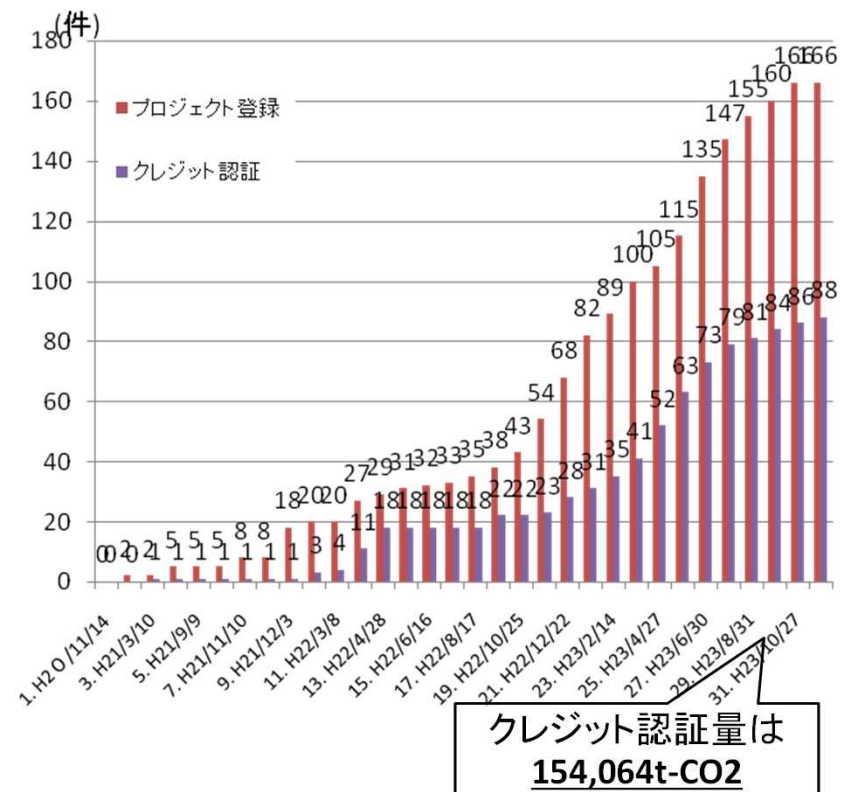
### <カーボン・オフセットに関する基盤整理の状況>

基盤	我が国におけるカーボン・オフセットの在り方について(指針)
	カーボン・オフセットの取組に対する第三者認証機関による認証基準
手続き	カーボン・オフセットの対象活動から生じるGHG排出量の算定方法ガイドライン
	カーボン・オフセットの取組に係る信頼性構築のための情報提供ガイドライン
分野別	特定者間完結型カーボン・オフセットガイドライン 会議・イベントにおけるカーボン・オフセットの取組のための手引き

### <カーボン・オフセットを推進するネットワーク>

カーボン・オフセットフォーラム(J-COF)
カーボン・オフセット推進ネットワーク(CO-Net)
日本カーボンアクション・プラットフォーム(JCAP)

### <オフセット・クレジット(J-VER)制度におけるプロジェクト登録・クレジット認証件数の推移>



# 事業者の環境配慮について⑩(地域における市場メカニズムを活用した低炭素化推進事業)

## 背景

市民を巻き込んだ温暖化対策の充実の必要性や東日本大震災を契機とした電力需給逼迫への対応のため、地域ぐるみで地域の活性化も視野に入れつつ、市場メカニズムを活用した取組を行う先進事例がみられている。

このため、これを継続的な取組へつなげつつ、全国的に広めていくことが必要。

## 事業内容

### 地域ぐるみの取組を支援

市場メカニズムを活用した温室効果ガス削減等の取組を地域ぐるみで行うものに対し、実施体制の構築・効果検証等を支援。

## 効果

先行事例を基に課題・成果を共有・整理し、他地域でも活用可能な取組手法・評価手法の確立を図ることにより、取組の全国展開を目指す。

- 費用効率的な取組の実証による地域の参加の促進
- 課題・成果の共有、制度運営コストの低減
- 地域を越えた連携のための共通的な基盤の整備

## <地域ぐるみの自主的な取組の例>



# 事業者の環境配慮について⑪(先進対策の効率的実施による業務CO2排出量大幅削減事業)

## 必要性

- ① CO2排出増に歯止めのかからない業務部門(90年比32%増)における対策が急務
- ② 排出量の大部分を占める膨大な数の既存ストックへの対策が最重要

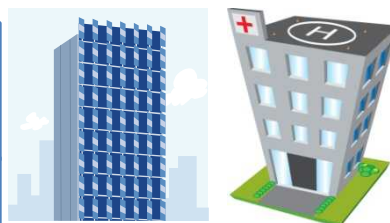
- ③ 対策の費用効率性を高め、かつ総量削減を担保することにより、大量の既存ストックにおいて安く、大量かつ確実にCO2を削減することが必要

## 概要

関係者全員の削減努力を最大限引き出すため、市場メカニズムを活用

### リバースオークションによる費用効率的な先進対策導入

- 事業者は、環境省指定の先進対策BAT(高効率照明、高効率空調、断熱等)を組合せ、削減約束値とともに申請
- 1トンの削減に必要な補助額の小さい順から採択(リバースオークション)し、補助することで、費用効率的な削減対策を実施。



先進対策

運用改善

排出量  
大幅



### 約束の超過削減への排出枠付与による運用改善のインセンティブ

- 見える化機器を活用し、テナントや従業員等が運用改善に努力
- 削減約束量を上回る削減を達成した場合に排出枠を付与することにより、運用改善のインセンティブ強化



### 排出枠取引による総量削減

- 削減が約束量を下回る場合には排出枠購入により目標達成に活用

設備導入と運用改善により、業務部門の既存建築物から費用効率的に大幅な総量削減

## 事業者の環境配慮について⑫(エコ・ファースト制度)

- 企業の環境保全に関する業界のトップランナーとしての取組を促進していくため、企業が環境大臣に対し、地球温暖化対策、廃棄物・リサイクル対策など、自らの環境保全に関する取組を約束する制度として「エコ・ファースト制度」を運営。
- 平成20年の開始以来、現在38社が認定を受けている。

### 【エコ・ファースト認定の効果】 (企業の活用方法)

- 認定企業によるエコ・ファースト・マークの使用  
例: 環境報告書、製品カタログ、チラシ、名刺、CM等への使用(届け出制)
- 認定企業同士のコラボレーションによる事業活動の推進 等



(エコ・ファースト・マーク)

### ＜エコ・ファースト・マークの活用事例＞

#### 【認定企業の声】

- 「環境大臣との約束」という扱いのため、社長以下社内にとって強い発信力・浸透力を持つ。
- エコ・ファースト・マークの使用は顧客や同業他社に対する強いアピールとなる。
- 認定企業同士が業界の垣根を越えて環境関連事業を展開する、いいきっかけとなった。

環境大臣認定 **ビックカメラ**  
環境先進企業として  
『エコ・ファースト』第1号に選ばれました



自らの環境保全に関する取組を約束し、『エコ・ファースト・マーク』の使用を認定されました。

**ビックカメラ**の環境保全活動  
**エコ・ファーストの約束**

1. 家電リサイクルを適正かつ積極的に推進します。
2. 循環型社会の形成に向けた取組を積極的に推進します。
3. 地球温暖化の防止に向けた取組を積極的に推進します。

環境と家計にやさしい 省エネ家電に買い替えて  
**CO<sub>2</sub>排出量を削減しよう!!**

**ビックカメラ**



(エコ・ファースト・マーク入りの緑色ANA機)



## 事業者の環境配慮について⑬(各種表彰)

○事業者の取組を促進するため、以下のような表彰制度がある。

### ○グリーン購入大賞(主催:グリーン購入ネットワーク)

グリーン購入に関する先進事例を表彰し広く紹介することで、全国の各種団体にグリーン購入の取り組みを普及させていくことを目的としたもので、1998年から実施。

### ○エコプロダクツ大賞(主催:エコプロダクツ大賞推進協議会)

環境負荷の低減に配慮した製品・サービスをさらにわが国に普及させるため、具体的に優れた環境配慮が組み込まれるとともに、独創性にあふれ、社会的にも評価の高いエコプロダクツを表彰するもので、2004年から実施。

### ○エコマークアワード(主催:(財)日本環境協会)

エコマーク商品をはじめとする環境配慮商品の製造や販売あるいは普及啓発を通じて、積極的に活動している企業・団体等の特に優れた取組を表彰するもの。

### ○環境コミュニケーション大賞(主催:(財)地球・人間環境フォーラム、環境省)

優れた環境コミュニケーションを表彰するもので、1997年から実施。

### ○eco japan cup(主催:環境ビジネスウィメン、環境省、国土交通省、総務省、日本政策投資銀行、三井住友銀行)

エコビジネスの芽を見つけ育てるコンテストで、ロールモデルというべき環境ビジネスに成功した企業や、個人事業者及びNPOを含む中小企業・ベンチャー企業の環境ビジネスプランを表彰するもので、2006年から実施。

### ○日経広告賞(主催:日本経済新聞社)

時代を先取りし、これからの時代にあった広告活動の指針になるすぐれた作品に日経広告賞を授与するもので1952年から実施。(その中で環境大臣賞が授与されている。)