

グリーン購入の拡大・深化による 持続可能な社会の構築 第5次環境基本計画への期待

2017年10月30日（月）
グリーン購入ネットワーク
会長 平尾 雅彦



グリーン購入ネットワーク

【設立】 1996年

【活動目的】

グリーン購入活動の促進、環境負荷の小さい製品やサービスの市場形成の促進、持続可能な社会経済の構築

【組織】

会員数・・・1,456団体

(企業1,205、行政120、民間団体131)

地域ネットワーク・・・6地域

(北海道、宮城、埼玉、横浜、大阪、九州)

【活動内容】

商品 選択	商品選択のための指針づくり 商品情報データベース
啓発 教育	表彰制度(グリーン購入大賞) セミナー・研修会、会報誌等 地方公共団体ランキング
地域	地域ネットワークと協働
提言	グリーン購入法他への提言
国際	UNEP10YFP参画・情報収集



グリーン購入活動の成果と展望

成果

取り組みの**定着**

- グリーン購入法施行(2001年)
- 組織的取り組み
 - 国等 …89.6%¹⁾
 - 地方公共団体…67.3%²⁾
 - 企業 ……66.6%³⁾

1) 調達率が95%以上の品目数(2015年 環境省)

2) 地方公共団体のグリーン購入に関する調査(2017年 環境省)

3) 環境にやさしい企業行動調査(2015年 環境省)

展望

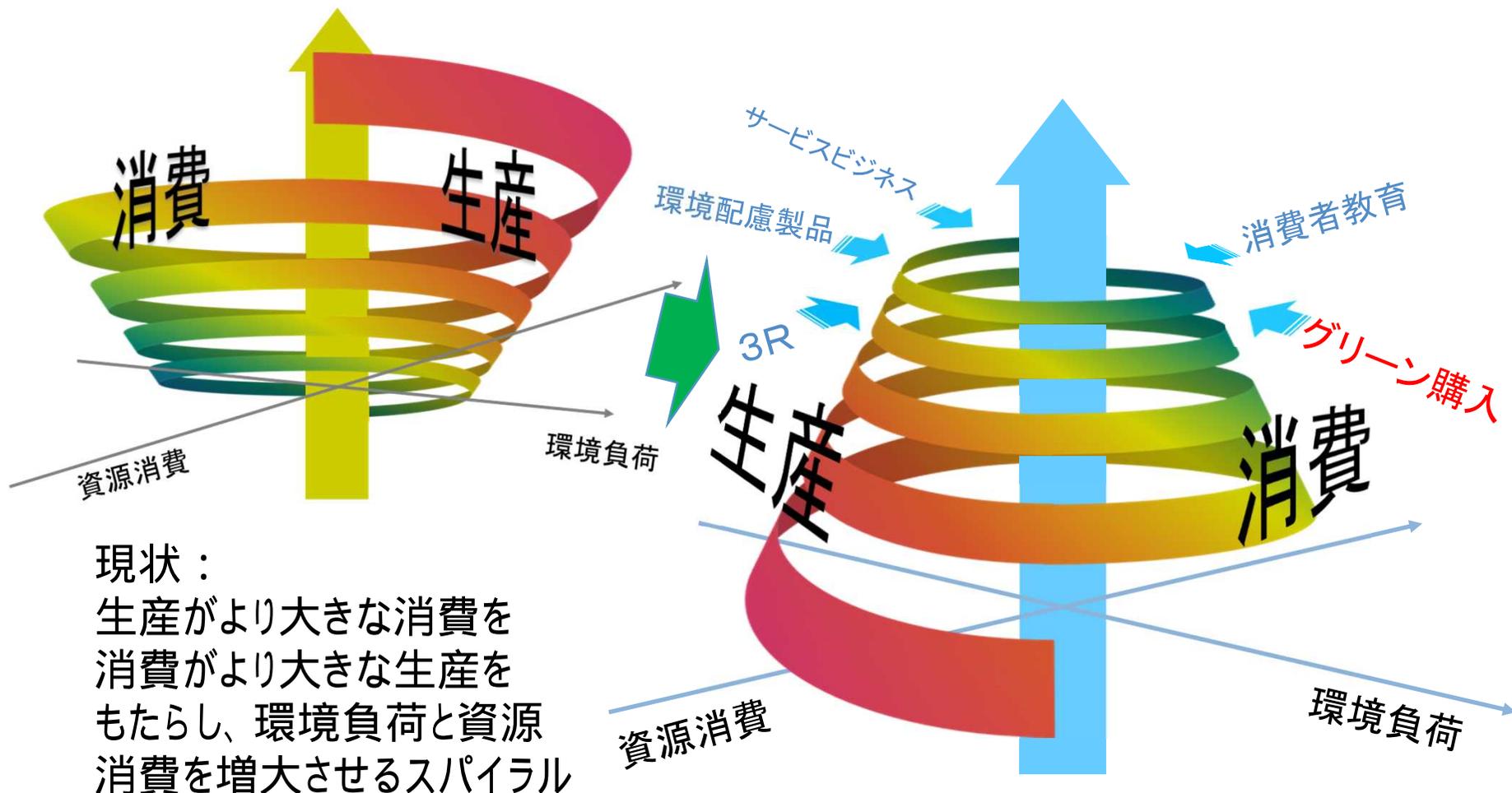
取り組みの**深化**

持続可能な経済社会への貢献

取り組みの**拡大**

パートナーシップによる**協働**

グリーン購入が消費と生産の環境負荷・資源消費増大スパイラルをPlanetary Boundaries (地球1つ分)の活動に変えていく





第5次環境基本計画への要望

「グリーン購入」活動を持続可能な経済社会の構築につなげるために

1. 消費に対する取り組みの強化
2. 生産者と調達者のコミュニケーションの強化

第5次環境基本計画への意見

1. 消費に対する取り組みの強化

P6 < 環境に関する取り組み状況 >

循環型社会形成推進基本法の元でのグリーン購入法の取り組み状況への言及が必要。

第5次環境基本計画への意見

1. 消費に対する取り組みの強化

P14～18 3. 重点戦略

【経済社会】

持続可能な経済社会の構築に向けて、「**持続可能な調達**」の必要性が言及されている。

他の重点戦略についても、目標達成のためにグリーン購入を強化することを追記する。



【国土】

グリーン購入としての**未利用材の利活用**による国土の価値向上
例) 間伐材や竹材等の利用による森林等の整備促進、国土の強靱性や多様性の保全

【地域】

グリーン購入による**地域経済の活性化**
例) 地域に伝統的にある自然資本を活用した製品・サービスの地域内での消費

【暮らし】

モノから**コト消費**による心豊かな暮らしの実現
例) 製品を購入するだけでなく、サービサイジング(モノの消費からコトの消費へ)へ

第5次環境基本計画への意見

1. 消費に対する取り組みの強化（続き）

P14～18 3. 重点戦略

【技術】

グリーン購入が牽引する技術開発

消費側がグリーン購入へと意識を変えることによって、生産がそれに応える製品開発を行う

【国際】

グリーン購入を推進力とする国内市場の形成と国際展開

例) 途上国等への国際貢献を果たすためには、海外から望まれるような技術や市場を、まず国内で育成し、それらを国際展開につなげていく

第5次環境基本計画への意見

2. 生産者と調達者のコミュニケーションの強化

P14 パートナーシップの充実・強化

中心的な主体として、NPO、NGOの積極的な活用が必要

P15 3 . 重点戦略 (1)持続可能な経済社会の構築

4段落目 「製品・サービスがもたらす環境負荷をライフサイクル全体で捉える」ために、生産者によるグリーン購入を促すために必要な情報（製品のライフサイクル全体の環境負荷情報等）の提供と購入者による情報の活用によるコミュニケーションの強化



参考資料

グリーン購入法の現状認識

- 特定調達品目の判断基準がゆるやかなため、どの物品を購入してもグリーン購入法適合商品となっている。
- その結果、国等の機関はいつも調達率がほぼ100%となっており、「選ぶ」という意識が薄れている。
- 生産者は、より高い環境性能の製品を開発するインセンティブになっていない。
- このため、多くの製品や事業者が満たす条件が判断の基準となっており、製品やサービス、市場の環境配慮を引き上げる役割を果たしていない。
- グリーン購入に取り組む組織内担当者の理解が不足している。継続的な教育が行われていない。
- 地方自治体や企業のグリーン購入が義務化されていない。

製品の環境情報の現状認識

- 生産者はグリーン購入を促すための環境情報の発信が十分でなかったり、必要な情報（製品のライフサイクル全体の環境負荷情報等）が盛り込まれていない。
- エコマーク、エコリーフ、カーボンフットプリント、カーボンオフセット制度等、環境省と他省が別々に事業化することで事業者の参加が分散したり、調達者の理解も促されない。
- 調達者は、生産者が発信する情報に辿り着けなかったり、読み解けなかったり、入手した情報を活用しきれていない。

参考) 第5次環境基本計画の位置付け



- 環境基本計画の賞味期限：約6年

➡ 第5次環境基本計画（2018～2023年）

パリ協定、SDGsを達成するための基本計画

- 環境・経済・社会の統合的向上は持続可能な社会を構築する上で重要であるが、環境が経済、社会の基盤をなすものである。

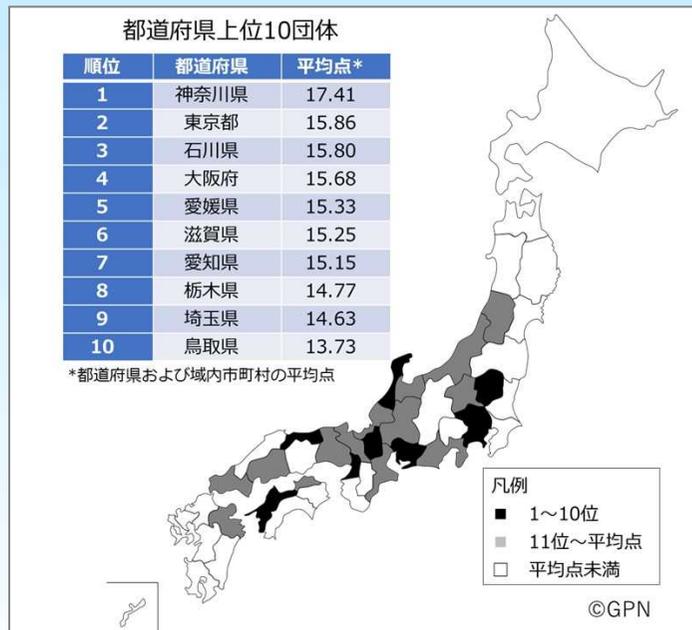
とりわけ環境保全対策が重要であることが人々に認識できる計画であるべき。

参考) GPNの活動(1)

課題

取り組み
を向上さ
せる動機

地方公共団体のグリーン購入取り組み ランキング(2016年～)



グリーン購入法の強化に関する要望書

1. 地方公共団体の「義務」化
2. 事業者の「努力義務」化
3. 特定調達品目及びその判断の基準への要望
 - 環境配慮型製品・サービスの製造販売を加速させる観点から、より広範な物品等を対象に加えること。
 - 温室効果ガス排出量の削減のために、より低炭素な製品・サービスの技術開発と製造・販売が促されるような先駆的な基準への引き上げ。
 - 製品やサービスの環境配慮度の向上を促すために、配慮事項で定められている事項を数年後に判断の基準へ引き上げること。
 - 判断の基準及び配慮事項の表現を分かりやすくすること。
4. 調達者が適切にグリーン購入を実施できるようにするための要望
 - 調達担当者に、判断の基準を満たしていることを適切に確認することを求めること。
 - 新任の調達担当者でも負担なく取り組むことができる情報提供と継続的な普及啓発、運用状況の定期的な検証。

参考) GPNの活動(2)

課題

調達者の
理解不足



これまでに寄せられた主な質問

- 該当商品がグリーン購入品目なのかを簡単に確認する方法
- 役務(印刷、会議運営)のグリーン購入法適合の判断のポイント
- 調達実績の具体的な集計方法
- 自社製品がグリーン購入法適合商品であることのPRの仕方

グリーン購入研修会

(基礎編、課題解決編)

- 対象：新任担当者、実務担当者
- 地域ネット6地域と連携、150名以上が参加
- 内容(基礎編)
 - グリーン購入の基礎
 - グリーン購入法の仕組みと対象品目・判断基準
 - 環境配慮型製品の探し方
 - 組織的に取り組むポイント
 - 参加者による意見交換



参考)「持続可能な消費と生産」を通じたSDGsへの貢献

