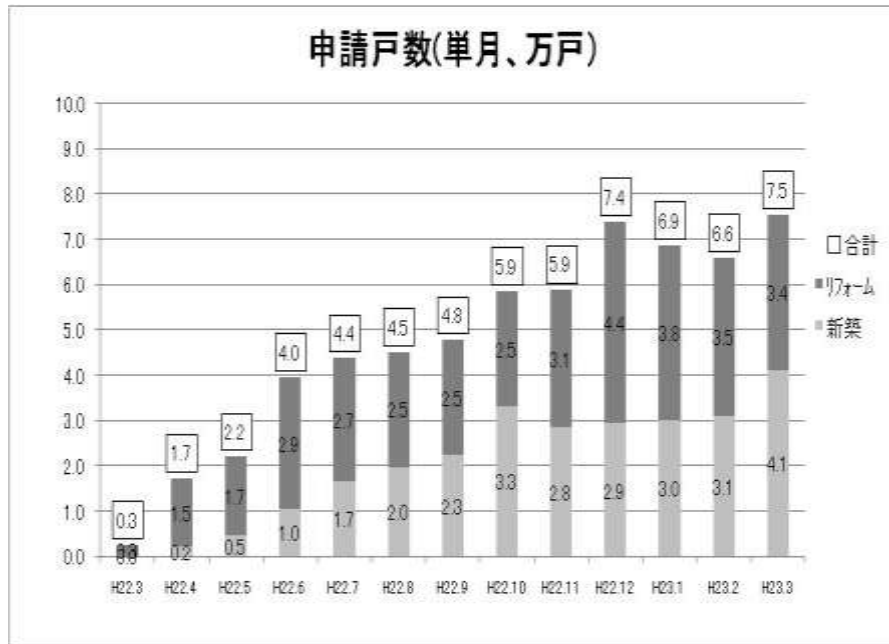


環境配慮製品・サービスについて⑦(住宅エコポイント)

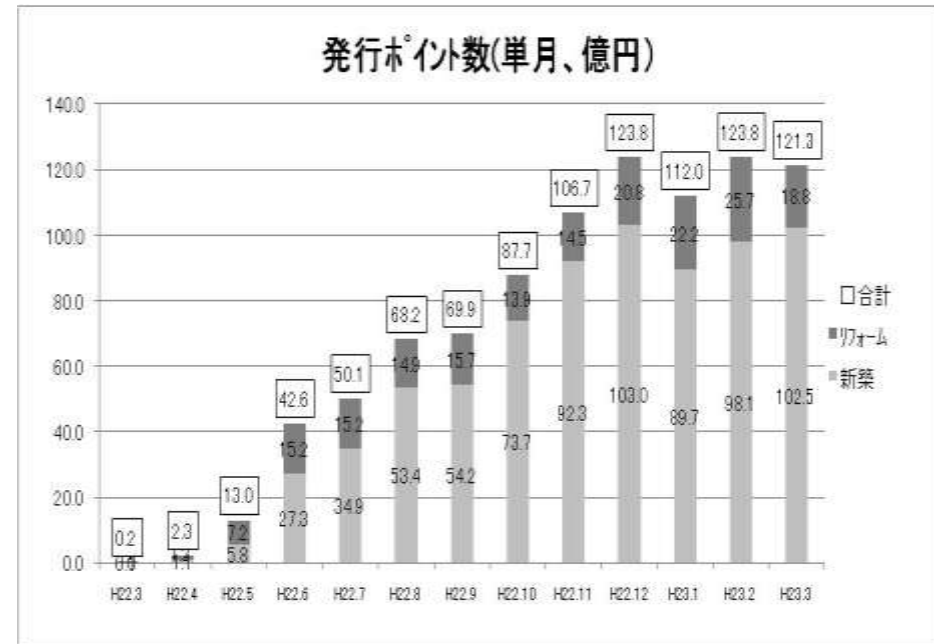
- 制度開始から1年が経過し、申請件数は順調に増加している。
- 新規着工件数の4～5割程度が対象住宅となったものと想定され、住宅の省エネ化が定着。
- 制度開始から約2,500億円の予算。

申請受付数等の推移(平成23年3月末時点)

・申請受付数は累計約62万戸



・ポイント発行数は累計約920億円

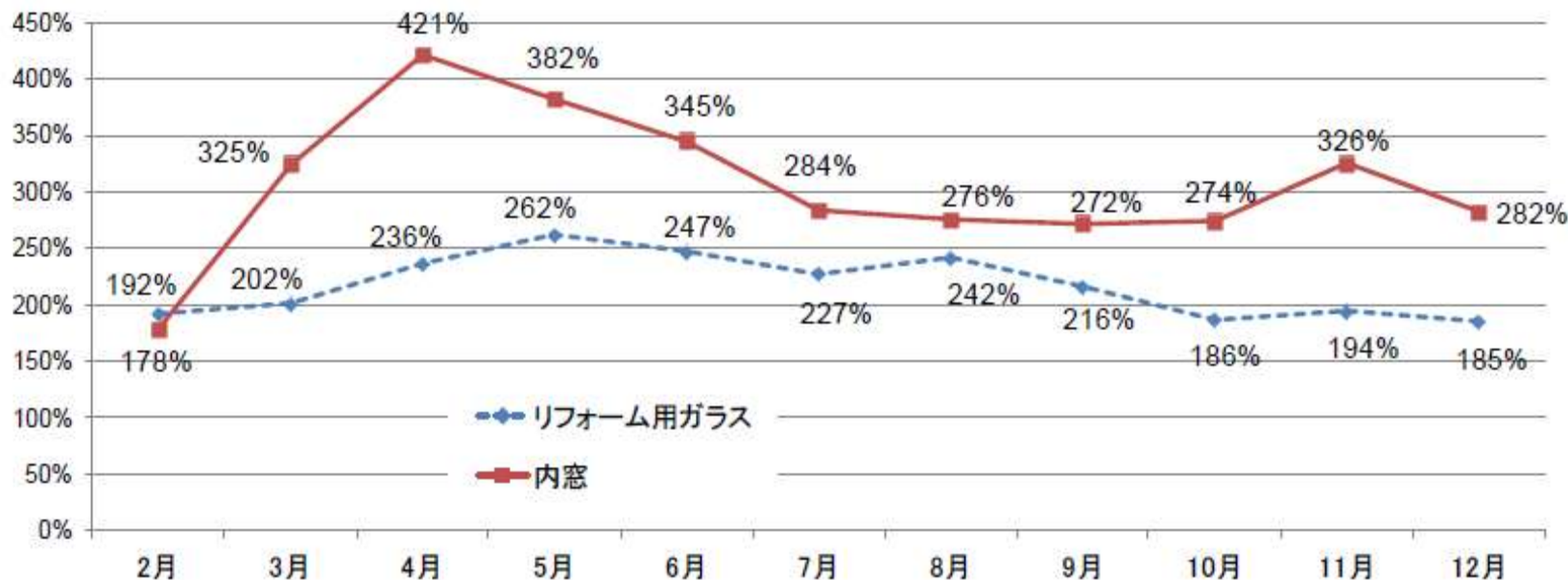


環境配慮製品・サービスについて⑦(住宅エコポイント)

○住宅エコポイント開始後、リフォーム用ガラスの出荷量は大幅に増加。

内窓・リフォーム用ガラスの出荷量の推移 (前年同月比・推計)

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
内窓※3	178%	325%	421%	382%	345%	284%	276%	272%	274%	326%	282%
リフォーム用ガラス※3	192%	202%	236%	262%	247%	227%	242%	216%	186%	194%	185%



※1 昨年度の同月の出荷量を「100%」とした場合の今年度の各月の出荷量 (前年度と出荷量が同量の場合には、100%と表記)。

※2 出荷量は、メーカーへの聞き取りに基づく経済産業省推計。

※3 内窓は枚数単位、リフォーム用ガラスは平米単位。

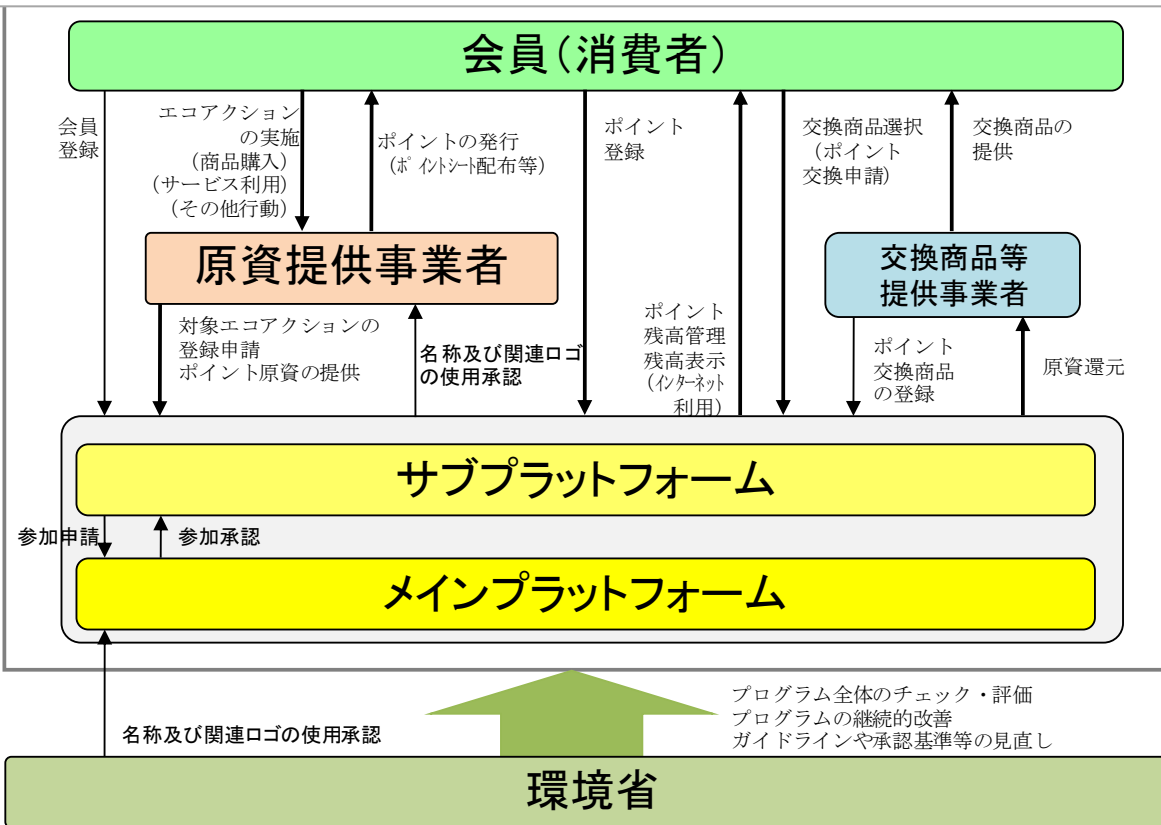
※4 再集計等により、集計値に変更がある場合があります。

※出典「住宅エコポイント開始以降の内窓とリフォーム用ガラスの出荷状況(12月)」(平成23年1月21日 経済産業省 発表資料)

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。

平成23年度以降は、民間事業者が運営主体となって実施される。環境省としては、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く予定。



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

地産地消・旬産旬消
型の飲食品の購入



自転車による通勤

電気、ガス、水の
使用量の削減



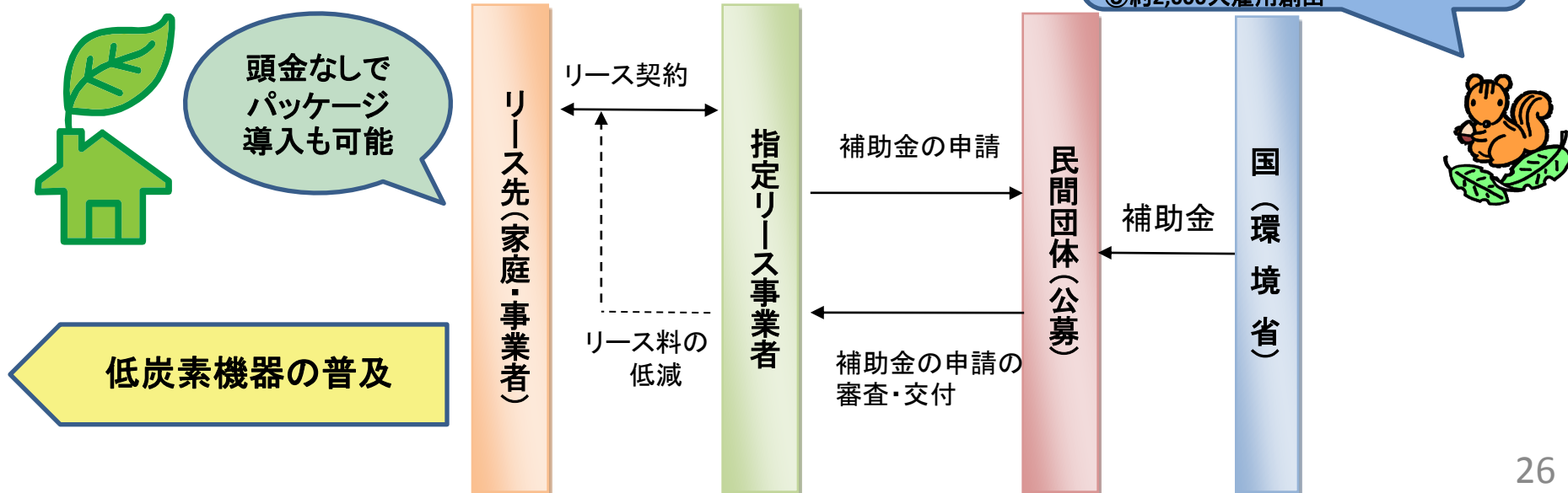
環境配慮製品・サービスについて⑨(家庭・事業者向けエコリース促進)

概要

環境省事業【H23予算:20億円】

- ◆ 導入に際して多額の初期投資(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、リース料のうち3%を目安に助成(他に補助制度がある場合にはどちらかを選択。)
- ◆ 対象機器の例
【家庭向け】 電気自動車、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、高効率照明・空調、太陽光パネル、電気自動車等

家庭・事業者向けエコリース促進事業スキーム



環境製品・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。

<日常生活CO2情報提供ツール「CO2みえ～るツール」>



- 家計のみえーる: 家計簿のように家庭の収支を管理しながらCO2を「見える化」。
- くらしのみえーる: 省エネ行動によるCO2排出量の変化や節約金額がわかる。
- 家電のみえーる: 使用している家電の消費電力や、最新家電との比較。
- 家電実測値のみえーる: 消費電力測定機器などを用いた履歴管理。
- トータルのみえーる: CO2排出量とそその変化をまとめて「見える化」。

環境配慮製品・サービスについて⑪(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。
- 「チャレンジ25宣言」をする個人、「チャレンジ25キャンペーン」の趣旨に賛同する企業・団体を登録。

個人チャレンジャー： 843,022宣言／企業・団体チャレンジャー：17,016団体(平成23年5月17日現在)

チャレンジ25キャンペーンロゴ
及びスローガン



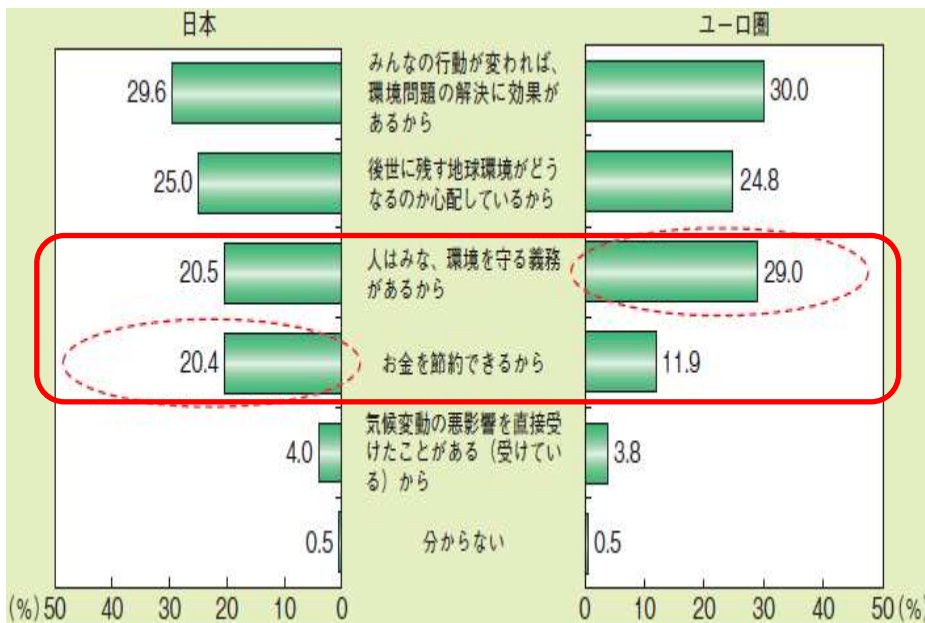
～6つのチャレンジ～

-  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

消費者の意識について①

- 環境意識について、欧州と比較して大きな差はないものの、日本では、環境を守ることを義務と感じる割合が低く、節約のために環境に役立つ行動をとっている割合が高い。
- また、環境配慮商品に対して追加的なコストを支払う意思は弱い。

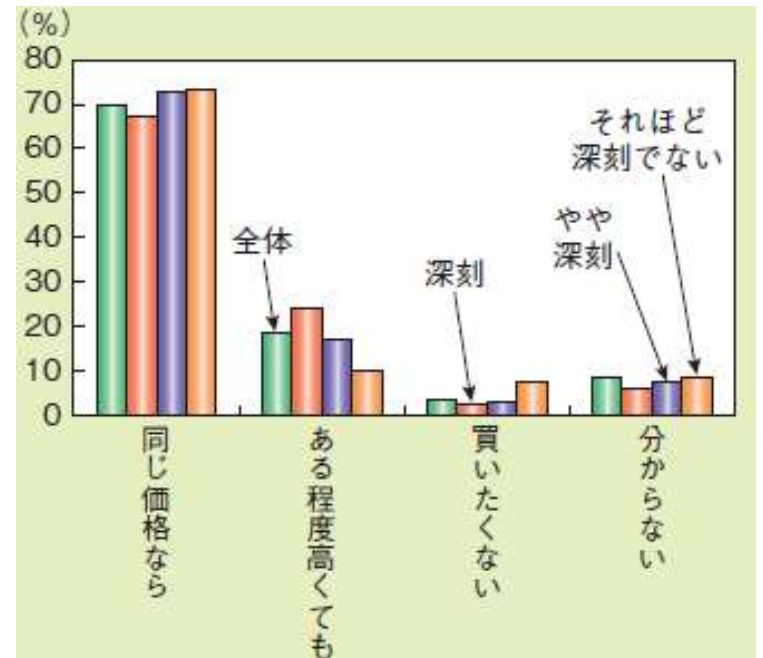
○環境意識に関する日欧比較



- (備考) 1. 日本は内閣府委託「平成21年度家計の意識に関する調査報告書」、ユーロ圏はEuropean Commission “Eurobarometer Special Surveys 300 (Europeans’ attitudes towards climate change)” (2008年9月)により作成。
 2. 気候変動の問題解決に役立つ行動を取っているか否かという質問に対し、「取っている」もしくは「おおむね取っている」と回答した者について、気候変動の問題解決に役立つ行動を取っている理由を複数回答可で尋ねたもの。全体が100%になるよう調整した。

(出典:平成21年度経済財政白書(内閣府))

○環境に配慮した商品の購入に関する意識 (100円の商品の場合)



- (備考) 1. 内閣府委託「平成21年度家計の意識に関する調査報告書」により作成。
 2. 気候変動の問題はどの程度深刻だと考えていますか、との質問に対し、1(深刻でない)～10(深刻)の10段階で回答。1～4を「それほど深刻でない」、5～7を「やや深刻」、8～10を「深刻」として集計した。

(出典:平成21年度経済財政白書(内閣府))

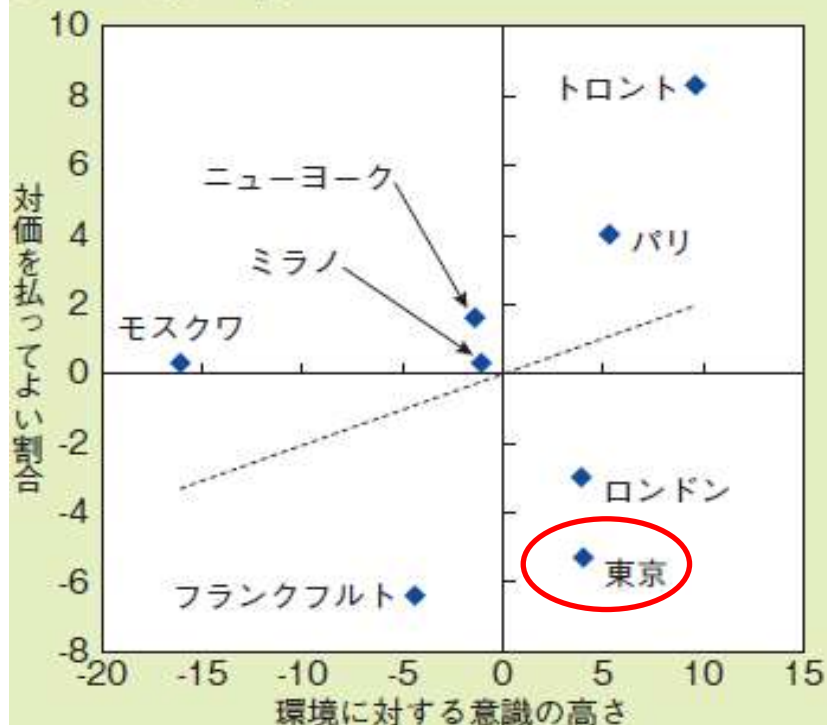
消費者の意識について②

○我が国は環境への意識は高いが、経済的負担に対する抵抗感は強い。

○環境意識の国際比較

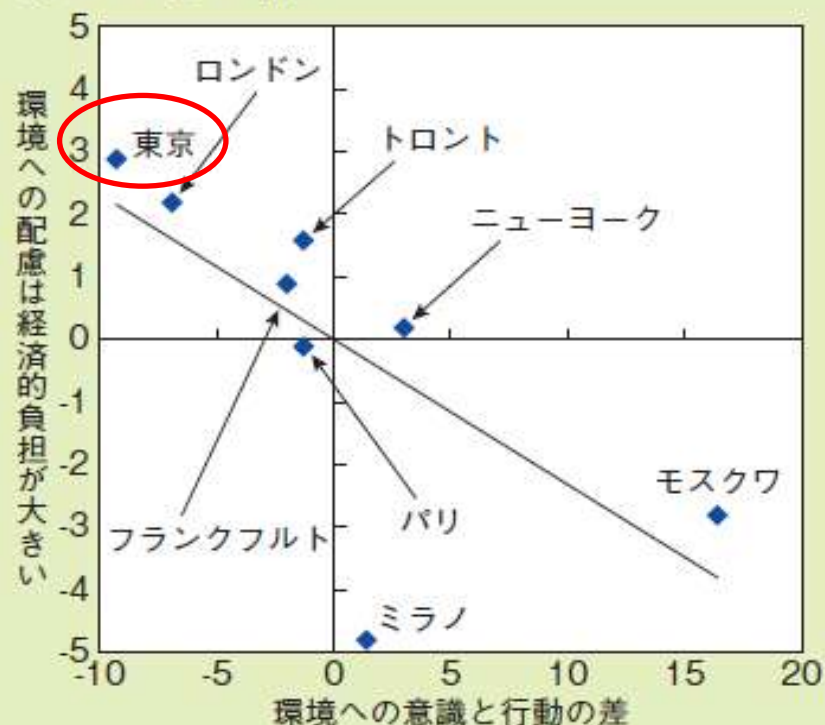
(1) 環境に対する意識と対価

(平均との差：%pt)



(2) 環境に対する意識と行動の差を産む要因

(平均との差：%pt)



(備考) 1. 博報堂生活総合研究所「世界8都市・環境生活調査」

2. 2008年3月時点で、東京、ニューヨーク、トロント、ロンドン、フランクフルト、パリ、ミラノ、モスクワの8都市の生活者、1600人を対象に実施。

3. 各項目は以下の質問項目の回答割合を利用

1) 環境に対する意識の高さ：自分には地球環境を守る責任があると思う

2) 対価を払って良い割合：地球環境に配慮した商品やサービスには余分なお金を払ってもよい

3) 環境への意識と行動の差：2)から1)を引いたもの

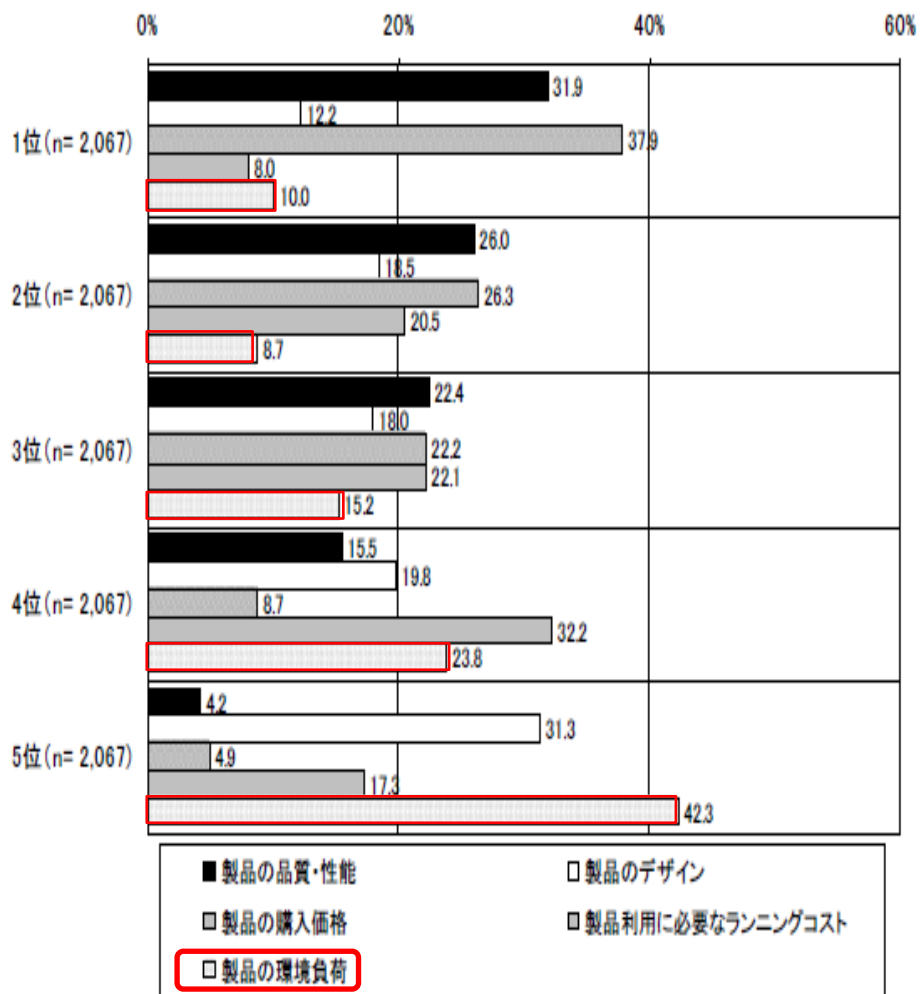
4) 環境への配慮は経済的負担が大きい：「地球環境に配慮した生活」は自分には経済的負担が大きい。

(出典：平成21年度経済財政白書(内閣府))

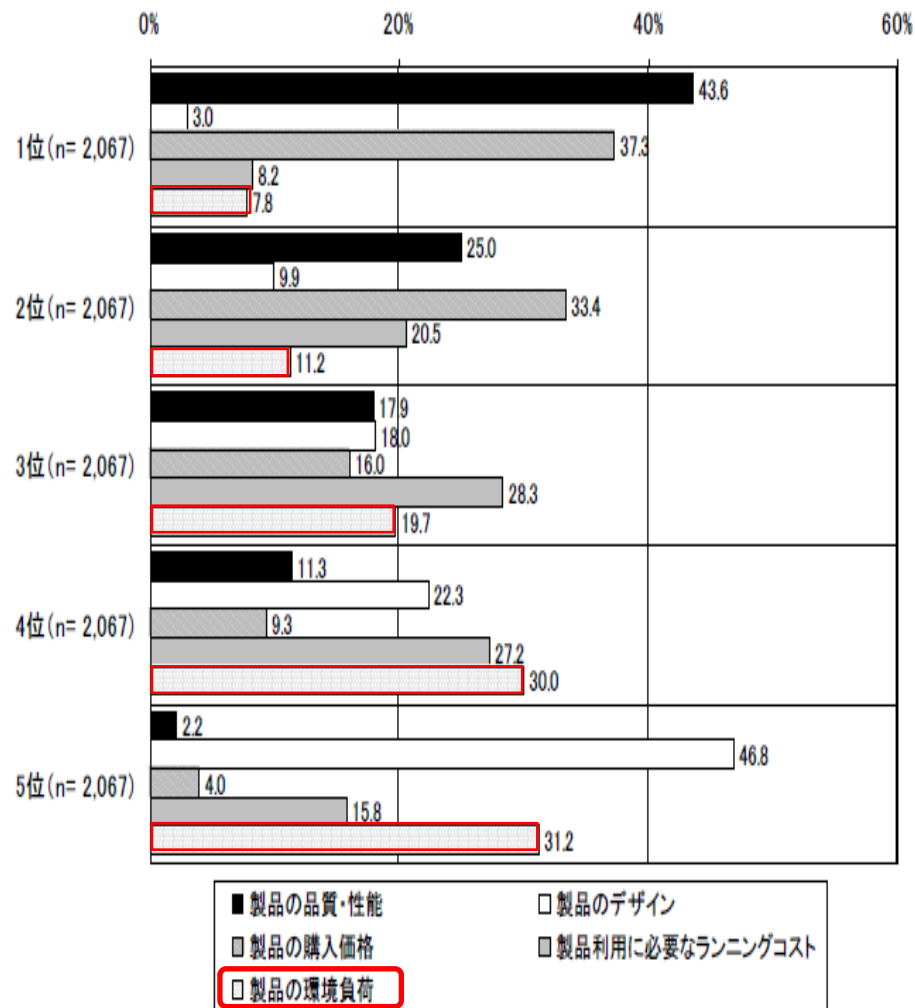
消費者の意識について③

○製品購入時に環境負荷はあまり重視されていない。

自動車購入時の重視項目



家電製品購入時の重視項目

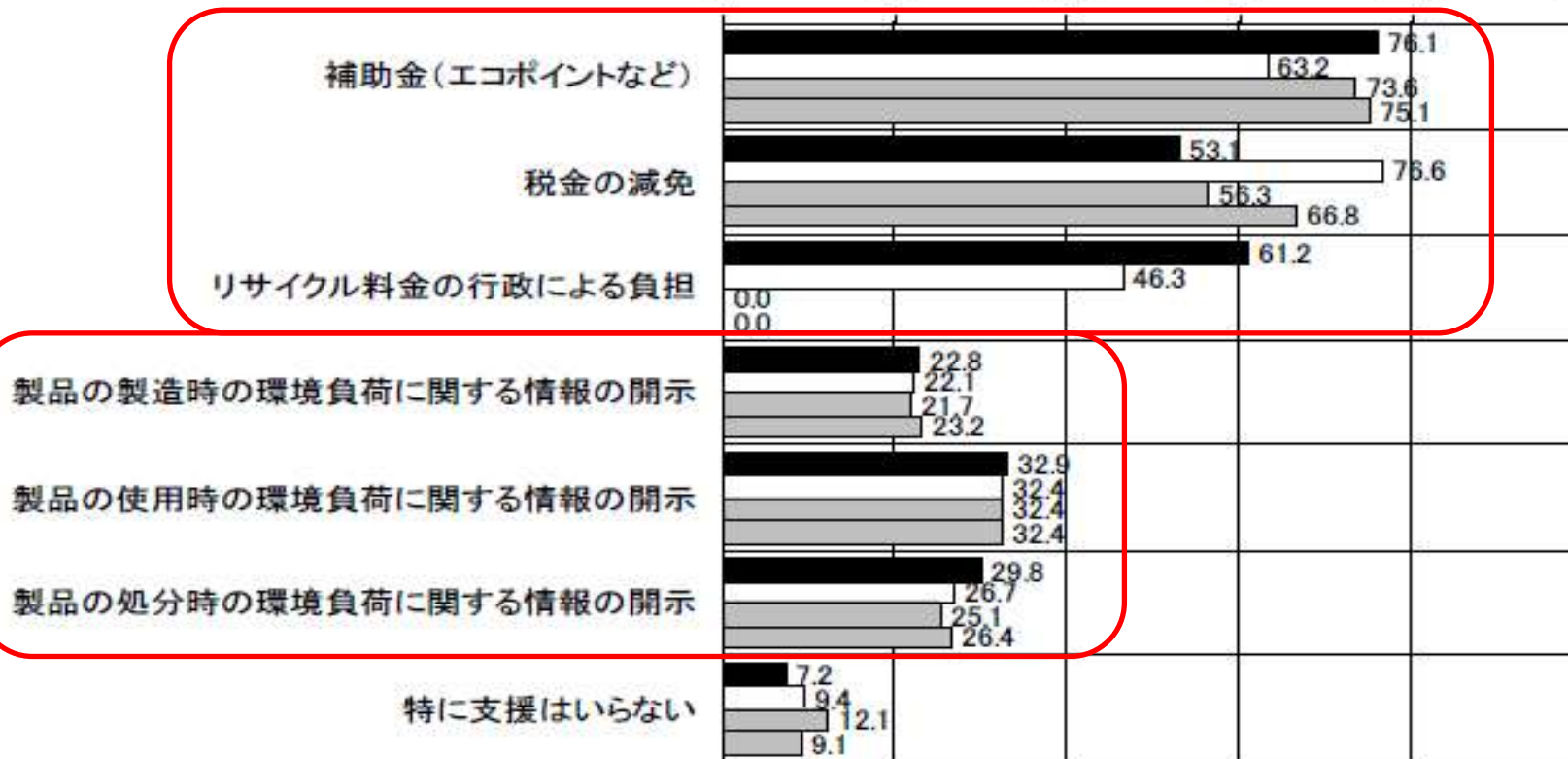


消費者の意識について④

○現時点では情報開示よりも金銭的なインセンティブが希望されている割合が多い。

環境に配慮した製品購入時に希望する支援

0% 20% 40% 60% 80% 100%



■ 省エネ家電 □ 環境配慮型自動車 ■ 高効率給湯器 □ 太陽光発電システム

事業者の環境配慮の現状について (供給側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)

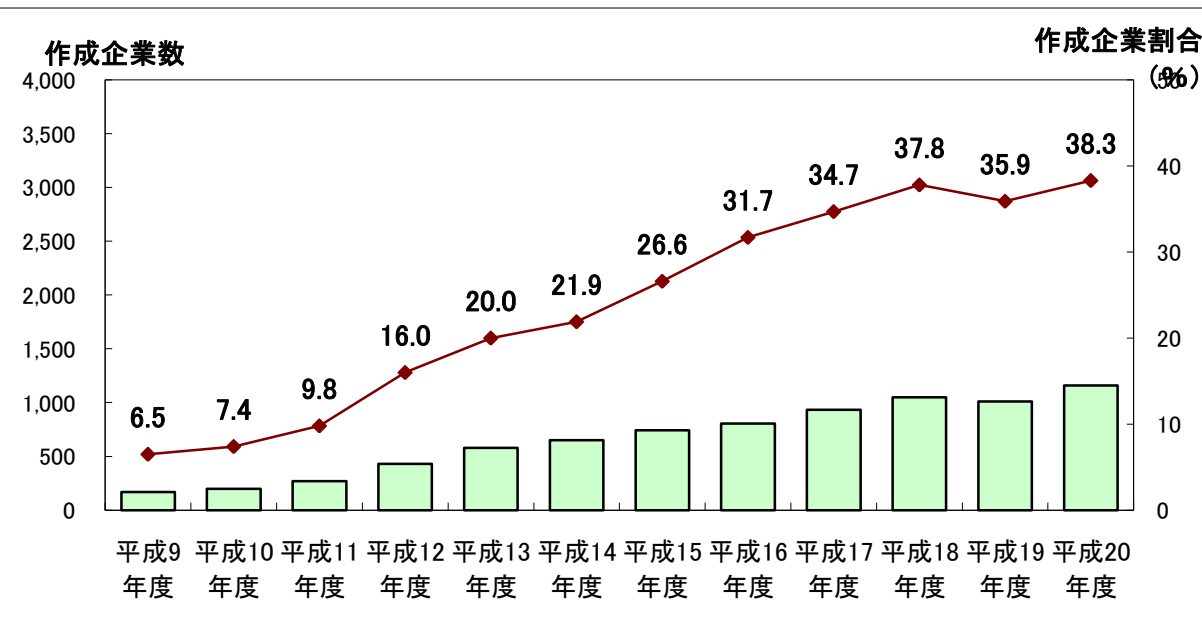
環境コミュニケーション大賞の実施

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476社)では...

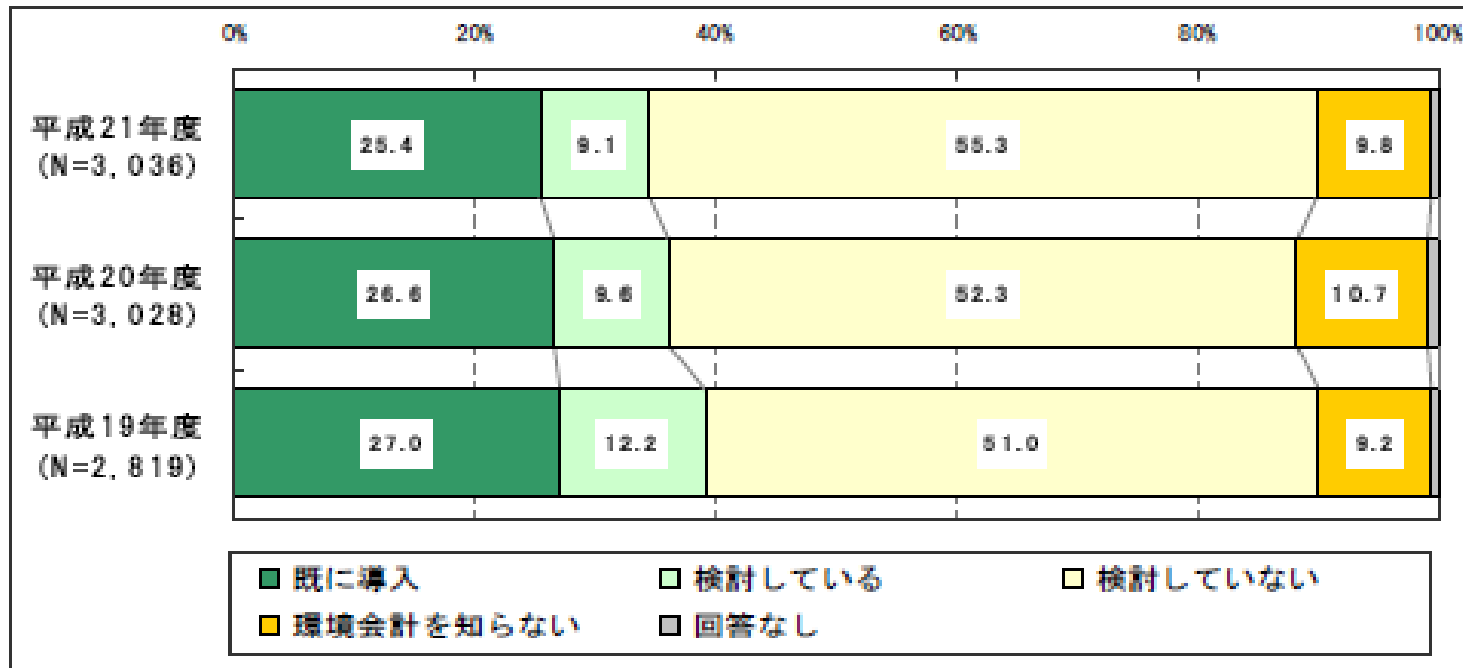
374社(78.6%)
が環境報告書を作成・公表

※2008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(3,028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

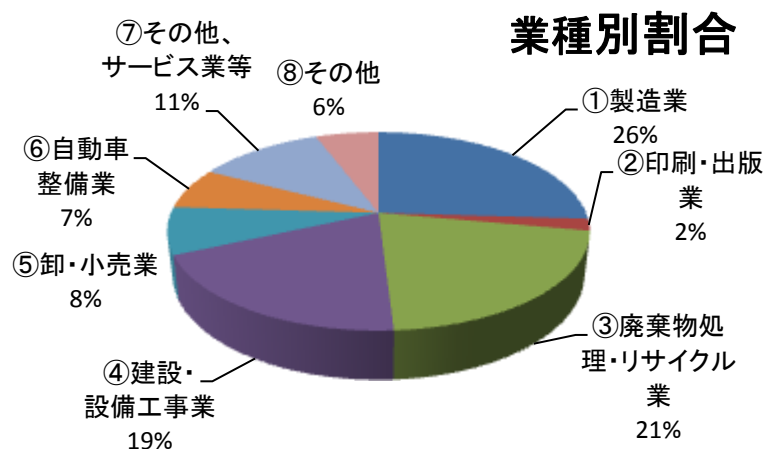
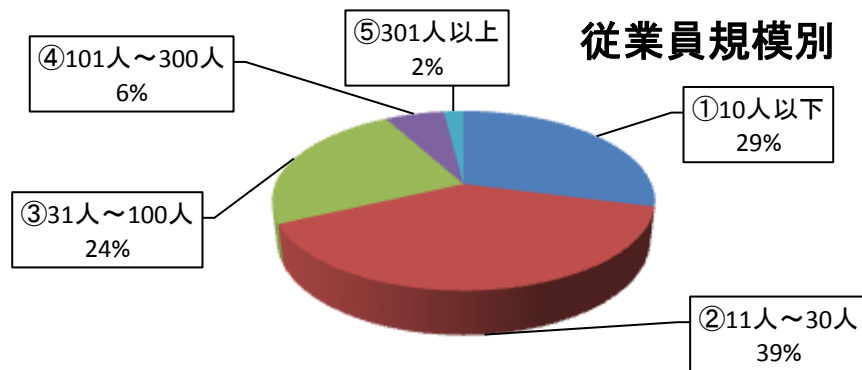
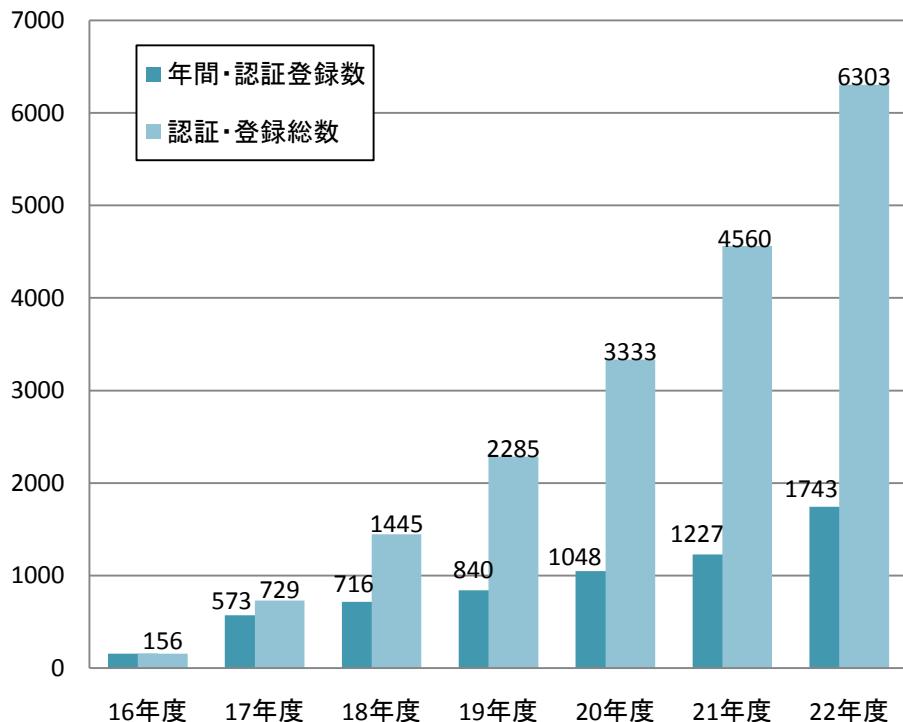


(出所)環境省「平成21年度環境にやさしい企業行動調査」

事業者の環境配慮について④(エコアクション21の普及促進と認証・登録制度)

- エコアクション21とは、国際規格のISO14001※を参考に、中小企業も取り組みやすい環境経営システム(環境省策定)。
※ISO14001適合組織は平成22年10月1日時点で20,357件(日本適合性認定協会(JAB)調べ)
- 環境省では、エコアクション21の取組を推進するため、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ともに、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。
- 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



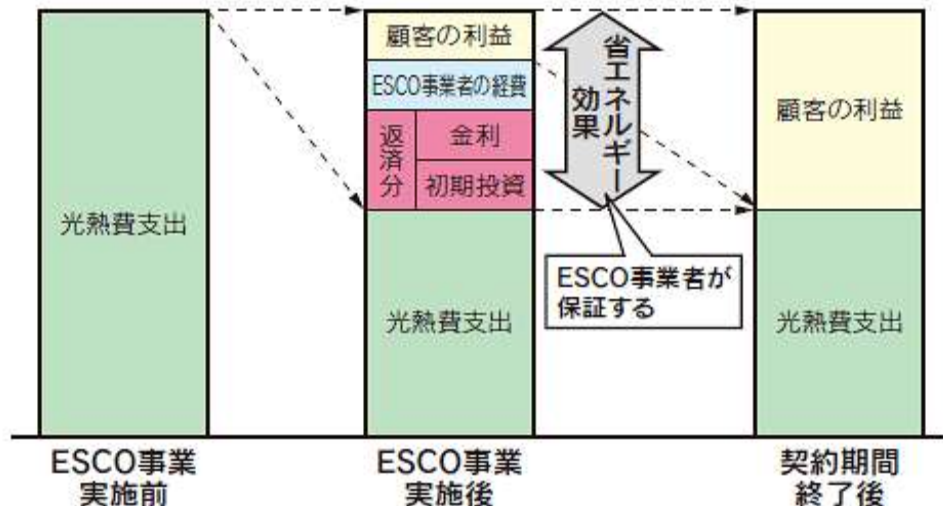
事業者の環境配慮について⑤(ESCO事業)

- 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・セイビングス契約」とESCO事業者が事業資金を調達する「シェアード・セイビングス契約」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

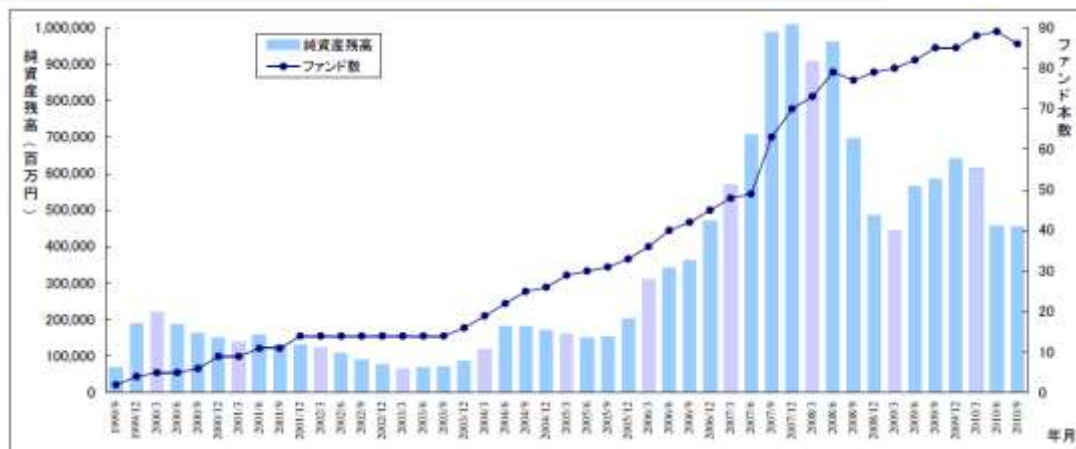


No.	契約方式 項目	ギャランティード・セイビングス契約	シェアード・セイビングス契約
1	資金フロー		
2	省エネルギー改修工事の資金調達者	顧客	ESCO事業者
3	省エネルギー設備の所有者	顧客	ESCO事業者
4	サービス料の支払い	省エネルギー効果(光熱水費の削減分)の中から一定額または一定の割合を支払う。	
5	契約期間終了後の利益の分配	省エネルギー効果(光熱水費の削減分)はすべて顧客の取り分となる。	
6	キャッシュフロー		
7	顧客の利点	<ol style="list-style-type: none"> 1) 省エネルギー量が保証されるため確実に省エネルギーを図ることができる。 2) 初期投資に関する資金調達は顧客側で行うので、省エネルギー設備は自己資産となる。 	<ol style="list-style-type: none"> 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(資産の外部的化)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(環境金融の規模)

- ◆ 環境に配慮した投資の代表的な手法として環境・社会・ガバナンスの観点から企業を評価し、投資先を選定する社会的責任投資(SRI)がある。
- ◆ 金融危機時における株価急落の影響はあるものの、SRIファンドの本数、運用総額は増加傾向にある。
- ◆ しかしながら、年金基金などの機関投資家による取組が進んでいる欧米に比べ、日本のSRIの規模は非常に小さい。

○ 公募SRI投資信託の運用残高とファンド本数の推移



出典：NPO法人社会的責任投資フォーラム(SIF-Japan)

○ 日・米・欧の社会的責任投資(SRI)の規模比較

日本(2007年)	アメリカ(2007年)	イギリス(2007年)
約0.85兆円	約2.7兆ドル(約311兆円)	約0.76兆ポンド(約175兆円)

出典：【日本】SIF-Japan「日本SRI年報2009」

【アメリカ】SIF「Report on Socially Responsible Investing Trends in the United States 2007」

【イギリス】Eurosif「European SRI Study 2008」

※ 1ドル=115円、1ポンド=230円換算(2007年12月時点)

事業者の環境配慮について⑦(環境金融に係る施策)

金融 = 経済活動の血流

あらゆる経済活動・環境対策には、金融が必要

低炭素社会への変革に向け、あらゆる施策の総動員が必要

「金融」による
「社会の低炭素化」
への積極的な取組

対策加速化

【取組の方向①】

企業、個人等の環境保全への取組に対する円滑なファイナンス

【取組の方向②】

投融資等の判断に際して、投融資先等の環境保全の取組を評価・考慮(社会的責任投資等)

■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年度予算案10億円

2. 家庭・事業者向けエコリース促進事業

リースの活用による低炭素機器の普及促進に係る事業を平成23年度政府予算案(20億円)に計上。

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

また、日本版環境金融行動原則の策定については、起草委員会で議論が行われている。

事業者の環境配慮について⑧(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8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、25の金融機関が自主的に参加する起草委員会を創設
- ◆ 環境に配慮した投融資等の拡大を目指し、金融機関が自らが署名する行動原則の策定を検討
- ◆ 環境省は事務局として日本版環境金融行動原則の策定を支援

<参加金融機関> 計25金融機関

三菱東京UFJ銀行	滋賀銀行	シティグループ証券	野村ホールディングス	日本興亜損害保険
三井住友銀行	八十二銀行	三菱UFJ信託銀行	大和証券グループ 本社	あいおいニッセイ 同和損害保険
みずほフィナンシャル グループ	京葉銀行	住友信託銀行	日興アセットマネジメント	第一生命保険
日本政策投資銀行	西武信用金庫	中央三井トラスト・ ホールディングス	三井住友アセットマ ネジメント	太陽生命保険
横浜銀行	静岡信用金庫	オリックス信託銀行	損害保険ジャパン	農林中央金庫

事業者の環境配慮について⑨(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、平成22年度補正:10億円】

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。

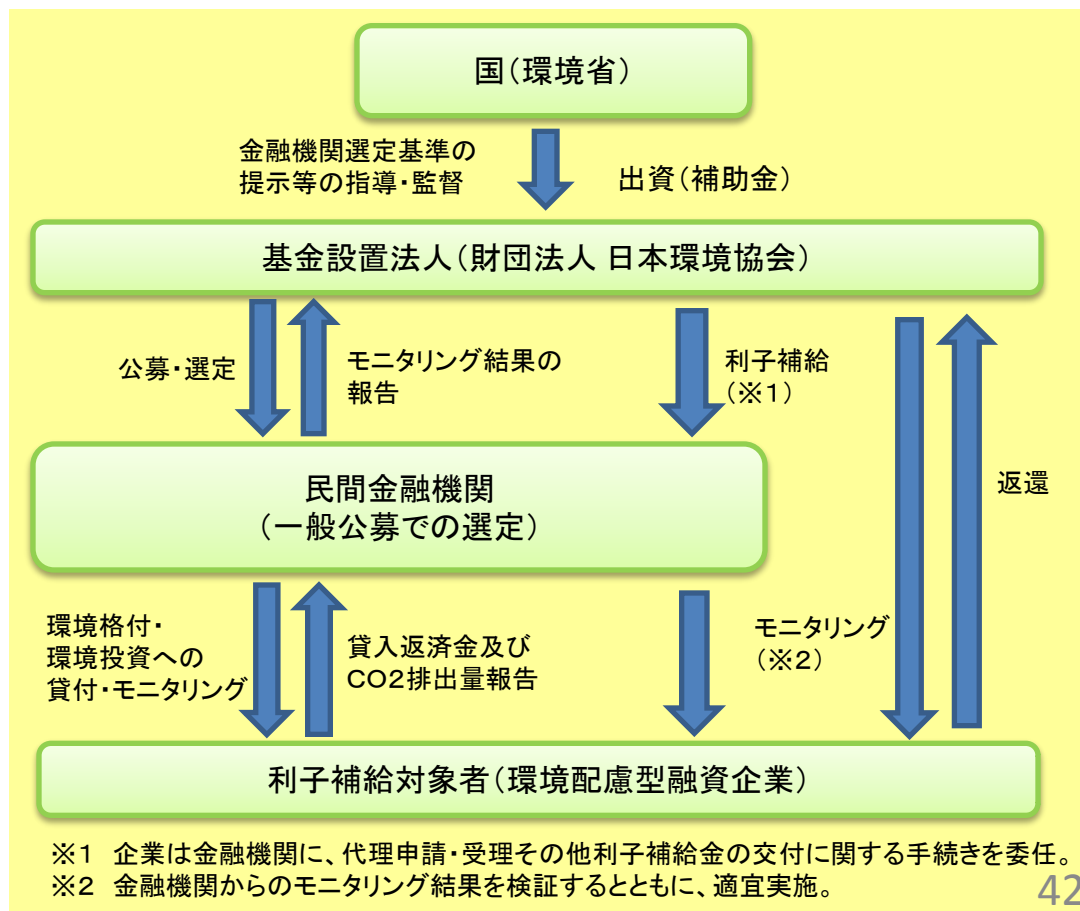


地球温暖化対策の加速化と環境投資の掘り起こしを通じた経済成長の同時推進

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りに係る利子
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

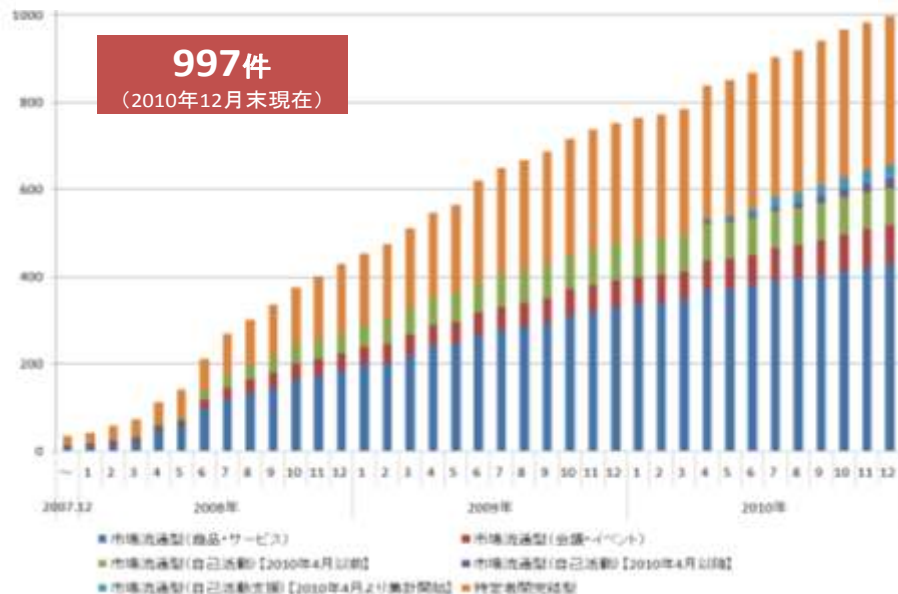
※3年分の利子補給額を基金に一括交付



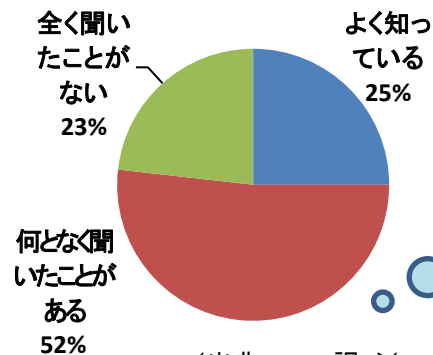
事業者の環境配慮について⑩(カーボン・オフセット)

- 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



○カーボン・オフセットの認知度



(出典: J-COF調べ(2008))

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)

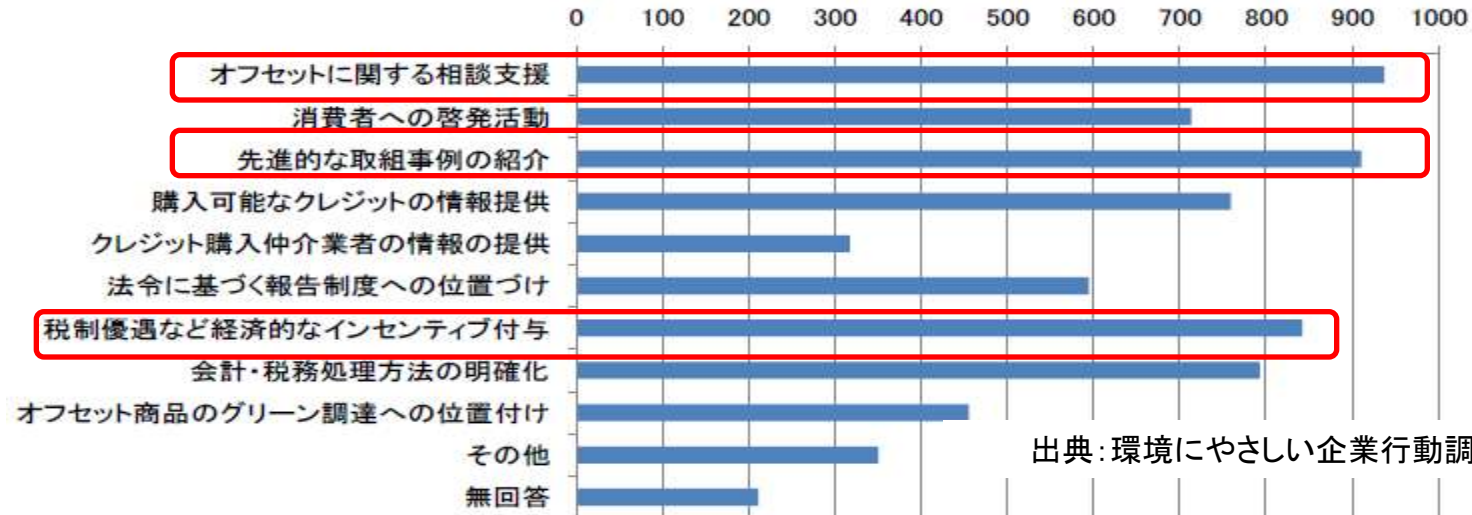
○取組事例数と第三者認証件数の比較

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%

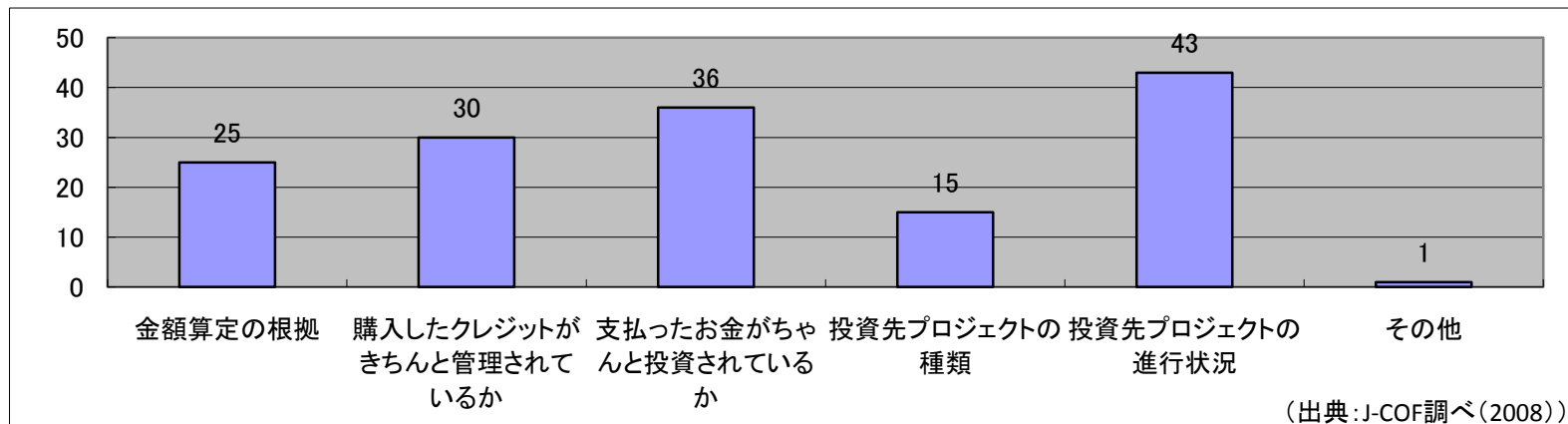
事業者の環境配慮について⑩(カーボン・オフセット)

- 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⑩(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。

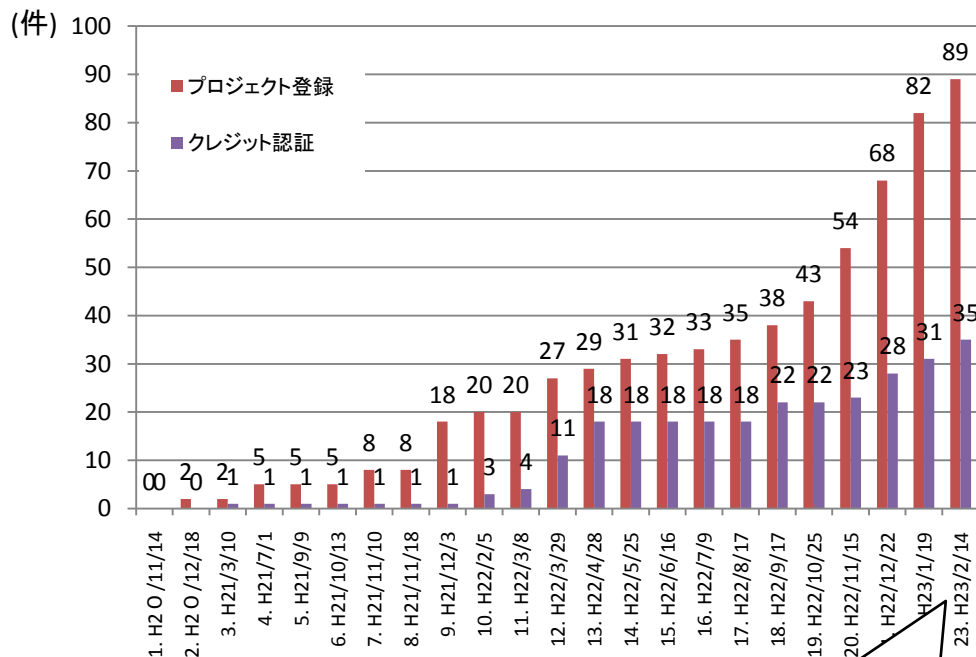
<カーボン・オフセットに関する基盤整理の状況>

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)	メルマガ配信: 2,054アドレス
カーボン・オフセット推進ネットワーク(CO-Net)	会員:95社
日本カーボンアクション・プラットフォーム(JCAP)	メルマガ配信: 780アドレス

<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>



クレジット認証量は
41,502t-CO2

事業者の環境配慮について⑪(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
CO₂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⑫(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(いわゆるエコプロダクツ)をさらにわが国に普及させるため、具体的にすぐれた環境配慮が組み込まれるとともに、独創性にあふれ、しかも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。

○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:環境省、総務省、日本政策投資銀行、三井住友銀行、環境ビジネスウィメン)

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。

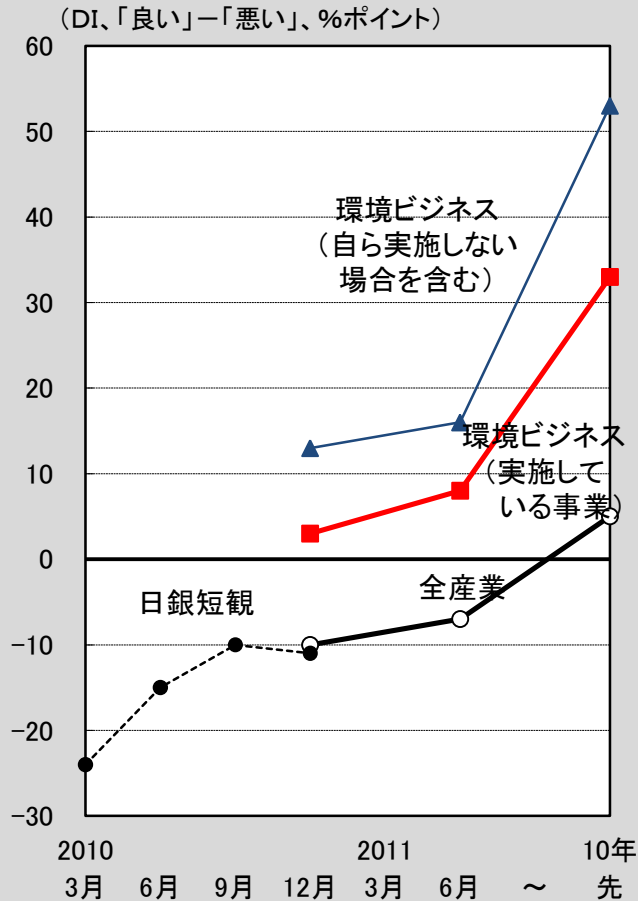
○日経広告賞贈賞式(主催:日本経済新聞社)

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。)

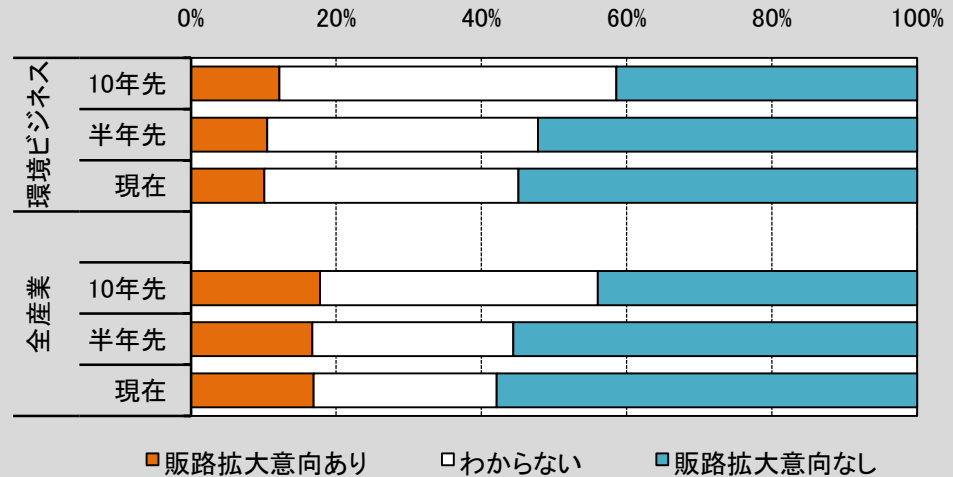
事業者の環境配慮について⑬(環境ビジネスへの展望)

○成長分野としての「環境」への期待感が高い一方、具体的な事業展開に結びつけていくためには、政策的な後押しが必要。

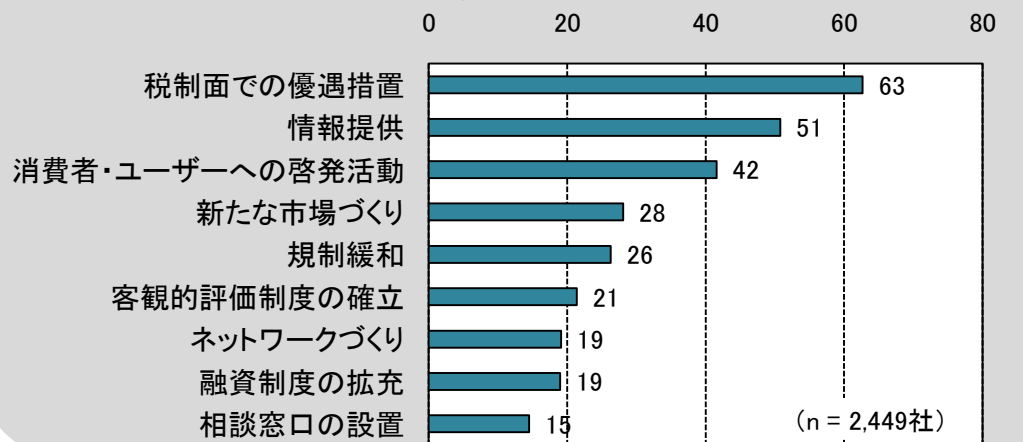
環境ビジネスの業況見通し



海外市場向け事業への展開の意向



環境ビジネス進展に向けた行政への期待 (回答割合、%)

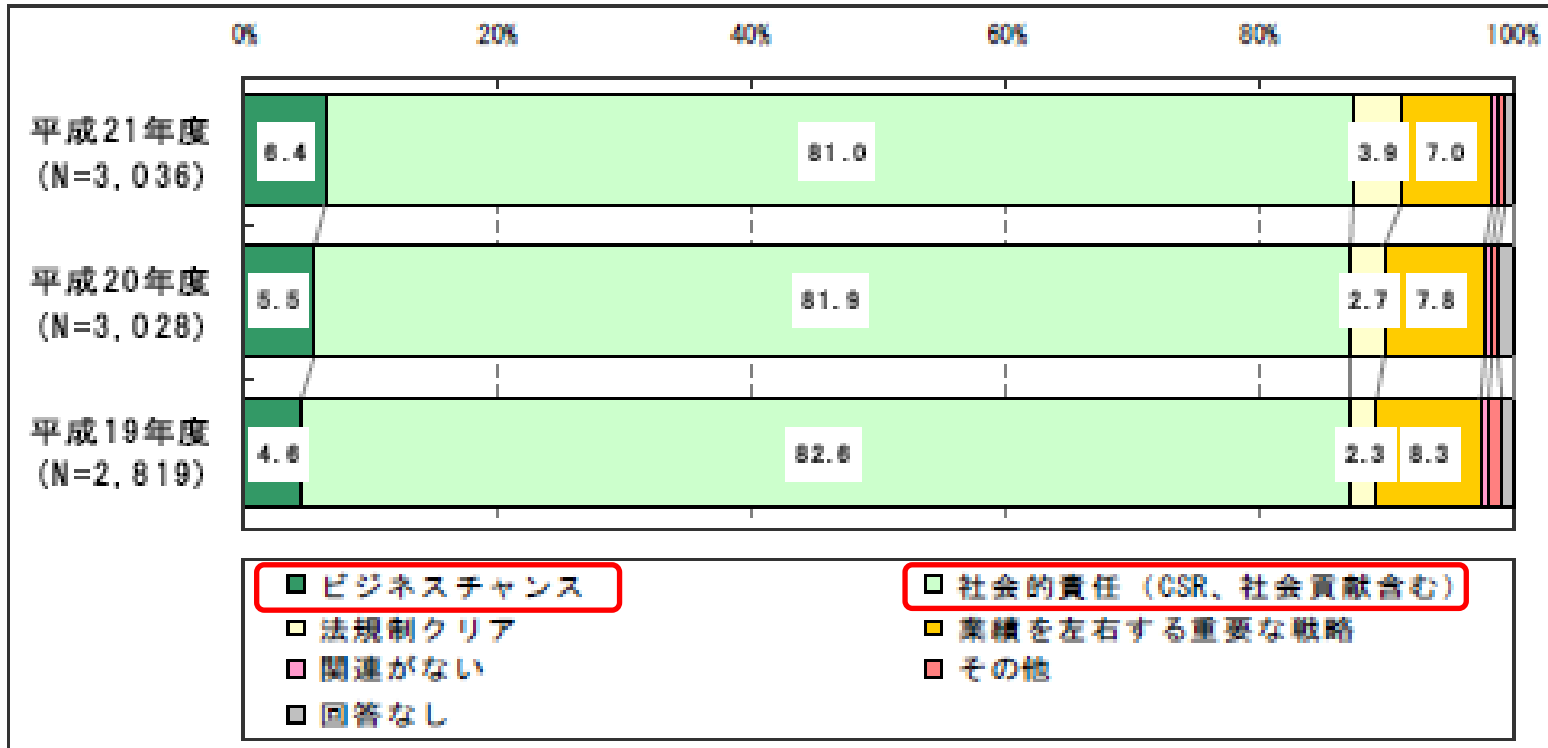


(出所)環境省「平成22年12月環境経済観測調査」、「平成21年度環境にやさしい企業行動調査」

事業者の環境配慮について⑭(環境への取組の位置付け)

- 企業にとって、環境への取組は社会的責任(CSR等)と位置づけられている割合が高い。
- ビジネスチャンスととらえる企業も増加傾向にあるが、割合は低い。

環境への取組と企業活動のあり方



(出所)環境省「平成21年度環境にやさしい企業行動調査」

環境関連市場の現状について

環境関連市場の現状について①(ビジネス市場規模)

- 環境省ではOECDの環境産業の分類に基づき、該当すると考えられる各ビジネスについて市場規模を推計。
- 雇用規模は、各種データから各業界の労働生産性(金額/人)を推計し、各ビジネスの市場規模に労働生産性の逆数を乗じることにより推計。

OECDによるエコビジネスの分類に沿った市場規模(2008年)

エコビジネス	市場規模(億円)	雇用規模(人)
A.環境汚染防止	86,863	404,485
装置及び汚染防止用資材の製造	15,175	13,021
01.大気汚染防止用	6,516	6,814
02.排水処理用	4,903	3,640
03.廃棄物処理用	3,375	1,533
04.土壌、水質浄化用(地下水を含む)	70	29
05.騒音、振動防止用	41	17
06.環境測定、分析、アセスメント用	270	987
07.その他	-	-
サービスの提供	49,282	359,368
08.大気汚染防止	-	-
09.排水処理	8,771	9,673
10.廃棄物処理	30,648	287,842
11.土壌、水質浄化(地下水を含む)	1,664	2,467
12.騒音、振動防止	-	-
13.環境に関する研究開発	-	-
14.環境に関するエンジニアリング	-	-
15.分析、データ収集、測定、アセスメント	2,738	14,273
16.教育、訓練、情報提供	915	7,125
17.その他	4,546	37,988
建設及び機器の据え付け	22,406	32,096
18.大気汚染防止設備	0	0
19.廃水処理設備	20,486	29,733
20.廃棄物処理施設	1,203	1,322
21.土壌、水質浄化設備	-	-
22.騒音、振動防止設備	717	1,041
23.環境測定、分析、アセスメント設備	-	-
24.その他	-	-

環境関連市場の現状について①(ビジネス市場規模)

B.環境負荷低減技術及び製品 (装置製造、技術、素材、サービスの提供)	251,233	290,280
01.環境負荷低減及び省資源型技術、プロセス	83,668	168,000
02.環境負荷低減及び省資源型製品	167,565	122,279
C.資源有効利用 (装置製造、技術、素材、サービス提供、建設、機器の据え付け)	411,341	1,069,447
01.室内空気汚染防止	3,821	16,181
02.水供給	28,594	46,993
03.再生素材	177,230	288,451
04.再生可能エネルギー施設	5,407	13,136
05.省エネルギー及びエネルギー管理	30,998	78,023
06.持続可能な農業、漁業	12,088	198,469
07.持続可能な林業	12,802	34,195
08.自然災害防止	-	-
09.エコ・ツーリズム	18,113	81,138
10.その他(自然保護、生態環境、生物多様性等)	122,288	312,860
総 計	749,437	1,764,211

(※一部、年度がそろっていないものがある)

環境ビジネスの市場規模

単位: 兆円

	1997年	2000年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
環境ビジネス(OECD分類に基づくものに限る。)	25	30	37	44	45	69	75
環境ビジネス(環境誘発型ビジネス※を含む。)	—	41	51	58	66		

※「環境誘発型ビジネス」は、OECDの分類例に直接的には当てはまらないと考えられるが、環境保全を考えた消費者の行動が環境に配慮した機器やサービスの需要や市場を誘発するようなビジネス(低排出・低燃費型自動車、省エネ型家電製品、リース・レンタルなど)を指す。2007年の推計からは、OECD分類に基づく環境ビジネスと区分をしないこととした。

環境関連市場の現状について②(環境経済観測調査結果)

- 環境省では、企業の環境ビジネスに対する認識や企業の供給する環境配慮型製品・サービスの業況等に関する調査として、「環境経済観測調査」(環境短観)を半年おきに実施。
- 環境ビジネスに係る「現在」(平成22年12月)の業況DI(「良い」と回答した割合－「悪い」と回答した割合、%ポイント)は+3と、全産業の－10を上回り、一定の好況感を示した。

業況DI

(DI、「良い」－「悪い」、%ポイント)

	試行調査						今回調査			
	H21年 12月	H22年 2月	3月	6月	3年先	10年先	H22年 9月	12月	半年先	10年先
環境ビジネス全体		0			31	41		3	8	33
A環境汚染防止		-12			10	22		-3	3	28
B環境負荷低減		1			37	55		5	12	43
C資源有効利用		8			43	50		6	10	38
全社的ビジネス								-10	-7	5
日銀短観 全規模	-32		-24	-15			-10	-11		
同 大企業	-23		-14	-2			5	3		

平成22年2月に実施された環境経済観測調査の試行調査結果のうち、今回の調査と同様の設問に関する調査結果を以下に示す。なお、昨年度試行調査の対象企業は、東京・名古屋・大阪の各証券取引所1部及び2部上場企業並びに従業員数500人以上の非上場企業の総数6千数百社よりランダム抽出した2,000社その他合計2,050社、有効回答数は486社であり、12月の本調査に比べて大企業中心の構成となっている。

環境関連市場の現状について③（環境保全設備投資額）

○環境省では、事業活動における環境投資額等の実態を定量的・継続的に把握し、環境ビジネス振興や環境対策促進等の政策に活かしていくため、「環境投資等実態調査」を実施。

環境保全設備投資割合

（単位：百万円）

	環境保全 設備投資額 (推計値)	全設備投資総額 (推計値)	環境保全 設備投資割合 (%)	
農業、林業	534	216,456	0.2%	
漁業	21	12,096	0.2%	
鉱業、採石業、砂利採取業	3,309	82,122	4.0%	
建設業	20,882	558,135	3.7%	
製 造 業	生活関連型産業	47,865	1,660,042	2.9%
	基礎素材型産業	426,020	5,144,692	8.3%
	加工組立型産業	264,800	9,708,737	2.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	104,412	2,095,325	5.0%	
情報通信業	17,357	9,560,250	0.2%	
運輸業、郵便業	428,790	5,116,174	8.4%	
卸売業、小売業	56,024	3,134,899	1.8%	
金融業、保険業	18,115	7,572,506	0.2%	
不動産業、物品賃貸業	13,891	926,555	1.5%	
サービス業	101,231	1,828,521	5.5%	
医療、福祉	20,026	426,641	4.7%	
合計	1,523,277	48,043,151	3.2%	

注) 網掛け部分は参考値を示す。

出典)平成21年度「環境投資等実態調査」結果(環境省)

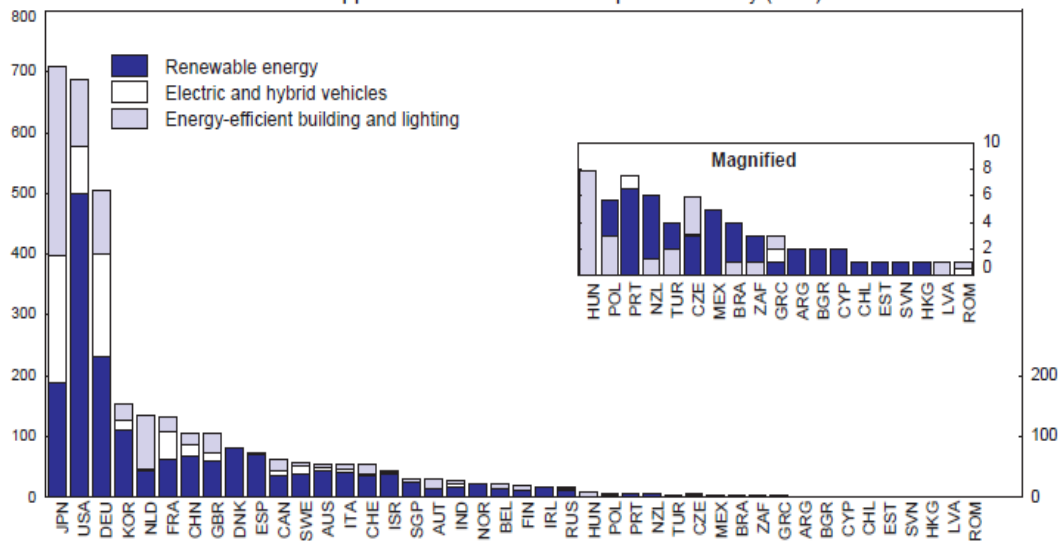
環境関連市場の現状について④（日本の技術力）

○日本の技術力(モノ)では高い評価を受けている。また日本の貢献に対する評価も総じて高い。

○日本の気候変動緩和関係特許取得数は第1位であり、技術革新力でも第7位と評価されている。
○グリーンイノベーションは、我が国の新たな科学技術基本計画の2本柱の一つに位置付けられる予定。

気候変動緩和技術の国別特許取得数（2008年見込）

Patent applications at the Patent Cooperation Treaty (PCT)



技術革新力ランキング

国名(2010年順位)	ポイント数(2010)	ポイント数(2009)及び順位
スイス(1)	0.831	0.814(1)
スウェーデン(2)	0.750	0.759(2)
デンマーク(3)	0.736	0.702(3)
ドイツ(4)	0.696	0.689(6)
フィンランド(4)	0.696	0.696(4)
アメリカ(6)	0.672	0.696(4)
日本(7)	0.641	0.646(7)

Source: OECD Patent Database, January 2011.

出典: OECD Green Growth Strategy Synthesis Report

出典: Europe Commission (PRO INNO EUROPE) : Innovation Union Scoreboard 2010

環境関連市場の現状について⑤（参考：関連データの俯瞰）

日本のGDP: 474兆円(平成21年度)

公的需要 116兆円 (25%)	中央
	地方
民間需要 354兆円 (74%)	社会保障基金 ← 37兆円(8%)
	民間最終消費支出 281兆円 (55%)
	住宅 ← 13兆円(3%)
	企業設備 64兆円 (13%)

中央政府	22兆円	5%
最終消費支出	15兆円	3%
総固定資本形成	6兆円	1%
地方政府	57兆円	12%
最終消費支出	43兆円	9%
総固定資本形成	15兆円	3%

国及び地方公共団体のグリーン購入実施率(平成21年度)

	グリーン購入
国	調達率95%以上の品目が93%
地方	組織的に取り組む団体が73%

国内家計最終消費支出	1. 食料・非アルコール飲料	41兆円	9%
	2. アルコール飲料・たばこ	8兆円	2%
	3. 被服・履物	9兆円	2%
	4. 住居・電気・ガス・水道	69兆円	15%
	5. 家具・家庭用機器・家事サービス	10兆円	2%
	6. 保健・医療	12兆円	3%
	7. 交通	28兆円	6%
	8. 通信	10兆円	2%
	9. 娯楽・レジャー・文化	28兆円	6%
	10. 教育	6兆円	1%
	11. 外食・宿泊	21兆円	5%
	12. その他	30兆円	6%
居住者家計の海外での直接購入		2兆円	
(控除) 非居住者家計の国内での直接購入		1兆円	
対家計民間非営利団体最終消費支出		6兆円	

グリーン購入法対象製品の市場占有率(平成21年度)

エアコン	98%
冷蔵庫	60%
テレビ	99%
自動車	88%
蛍光ランプ	77%
文具	26%~93%

企業の環境保全設備投資(推計)
(平成21年度)

環境保全設備投資額	全設備投資額
1兆5,233億円(3.2%)	48兆432億円

環境ビジネスの市場規模(推計)

平成21年
72兆円

財貨・サービスの輸出
4兆円(1%)