

「経済・社会のグリーン化とグリーン・イノベーションの推進」の構成のイメージ（案）

重点検討項目：経済・社会のグリーン化

環境と経済・社会の関わりが一層広く深いものになり、経済活動における環境保全を織り込んだ取組が環境保全上のみならず経済活動自体のためにも重要であることが明確化してきたことを踏まえ、環境と経済を統合的に捉えた取組を進める必要がある。

このため、経済活動のあらゆる場面において環境への配慮を織り込む取組を一層進めていくなど、経済との関係を意識した環境政策を進めていくことが重要である。

特に、環境教育や消費者教育における環境配慮型商品等の消費選択の促進に加え、経済的インセンティブの付与によって各経済主体が商品の製造及び選択等に際して環境配慮行動を選択することの促進や、我が国の強みである環境技術・製品の海外展開は世界全体の環境保全と我が国の成長・雇用両面に寄与することから、必要な支援等を行うことが重要である。

このような観点から、以下の a) から c) の項目について、関係行政機関の取組状況を確認した。

- a) 環境配慮型の商品・サービスに関する情報の的確な提供の取組
- b) 各経済主体が環境に配慮して商品の製造及び選択等を行うための税制のグリーン化等の経済的インセンティブの付与を含めた環境配慮行動促進のための取組
- c) 我が国企業の環境対策技術・製品の国際展開を支援するための規格・基準の国際調和や貿易投資の自由化に関する取組

(1) 環境基本計画における施策の基本的方向

グリーン化がより一層進められた経済・社会において、各主体の活動が環境負荷を出る限り削減した持続可能なものとなるためには、環境配慮を実施している事業者が便益を享受できる基盤の整備をさらに進める必要がある。

(2) 現状と取組状況

国は、環境の価値が市場において適切に評価されるよう政策を企画立案・実施し、市場では供給されない公共的な財やサービスを安定に供給することが必要である。具体的には、ルールの設定、科学的知見や基礎的な技術の基盤の整備、政府調達などにおけるモデル的取組の実施、事業者としての率先実行、各主体間の調整・連携促進といった役割を果たし、各主体の市場での取組を支援することが必要である。

このような観点の下に、以下のような取組を行っており、これらに関連する現状は以下のとおりである。

a) 環境配慮型の商品・サービスに関する情報の的確な提供の取組

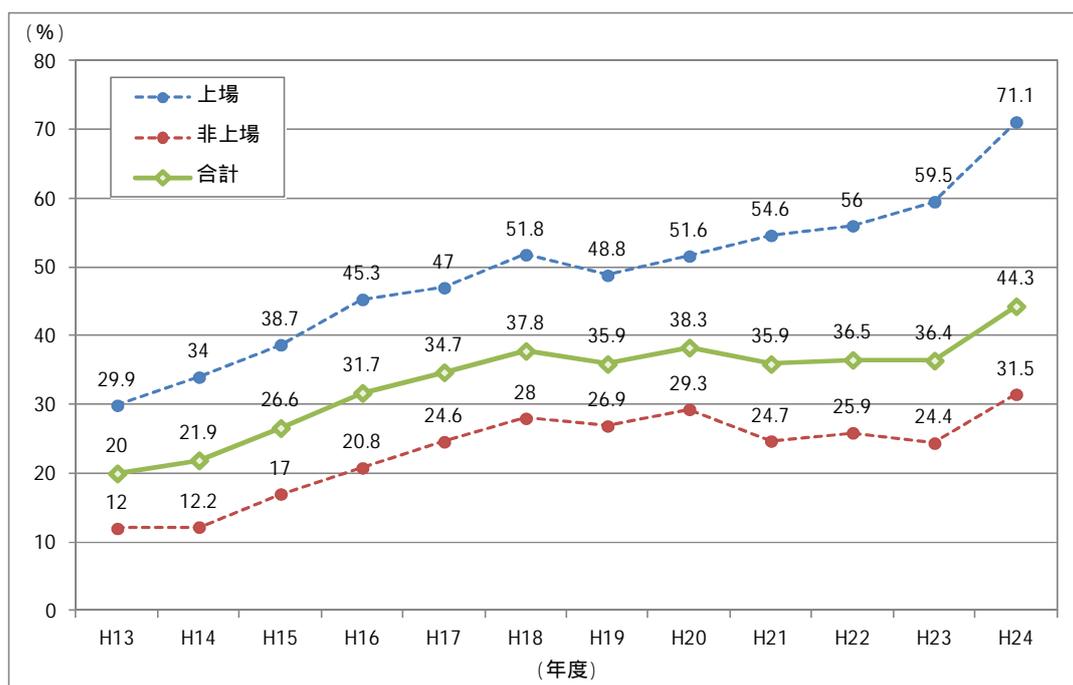
現状

環境配慮型の商品・サービスに関する情報を示す取組の一つである「環境報告書を作成・公表している企業の割合」は年々増加傾向にあり、特に上場企業では平成24年度では7割以上である（図表1）。

環境ラベルの一つであるエコマーク製品の認定商品数等は一度は減少したものの、近年再度増加傾向にある（図表2）。このような製品・サービスの環境負荷に関する情報についての国民の満足度は、横ばい傾向にあったが、平成24年度から平成25年度にかけて増加し、平成25年度では満足している人の割合は約3割である（図表3）。

また、エコマーク等の各種環境ラベルの認知度は総じて低いが、エコマーク、低排出車認定については、意味をおおよそでも知っている人が5割を超えている（図表4）。

図表1．環境報告書を作成・公表している企業の割合

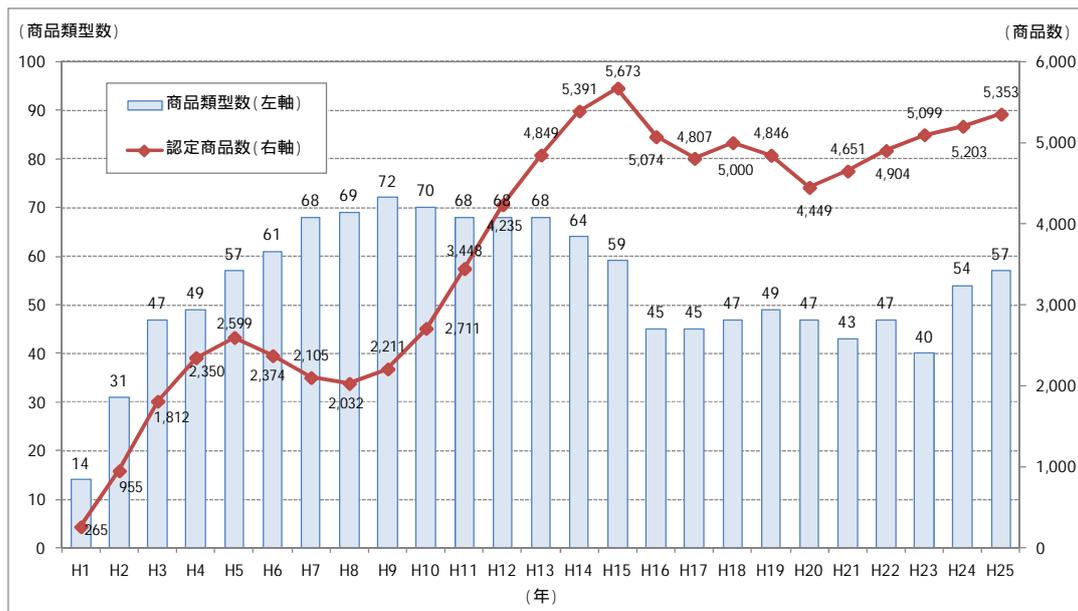


注1 「環境報告書を作成・公表している企業の割合」は「環境に対するデータ、取組等の情報を公表している」と回答した企業のうち、「環境報告書を作成・公表している」又は「CSR報告書、持続可能性報告書等の一部として作成している」と回答した割合である。

注2 平成24年度調査から、全数調査から標本調査へと変更されている。

出典) 平成15～24年度は環境省「平成24年度環境にやさしい企業行動調査 調査結果」より作成、
平成13・14年度は環境省「平成17年度環境にやさしい企業行動調査 調査結果」より作成

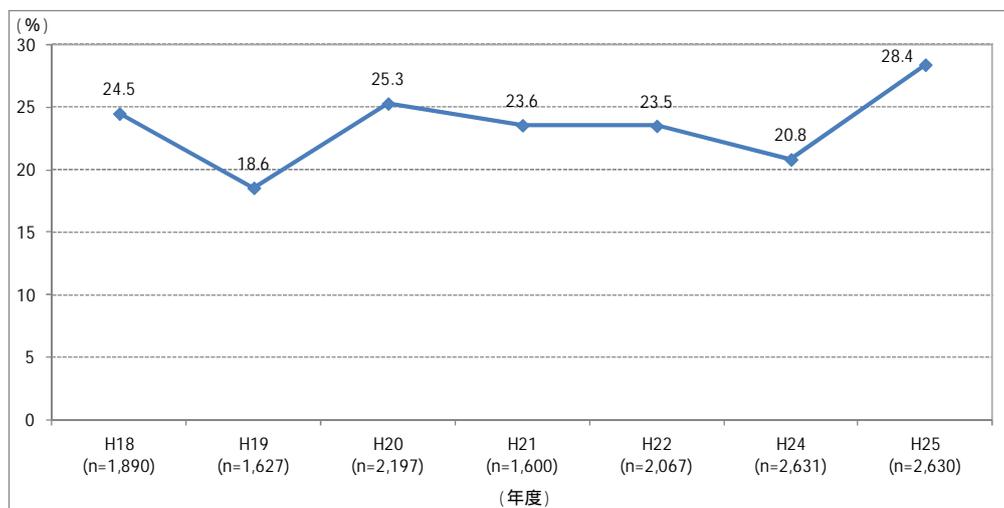
図表2 . エコマーク商品類型数及び認定商品数



出典) 公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局ホームページ「事務局について・沿革」

(<http://www.ecomark.jp/office/history/>) より作成

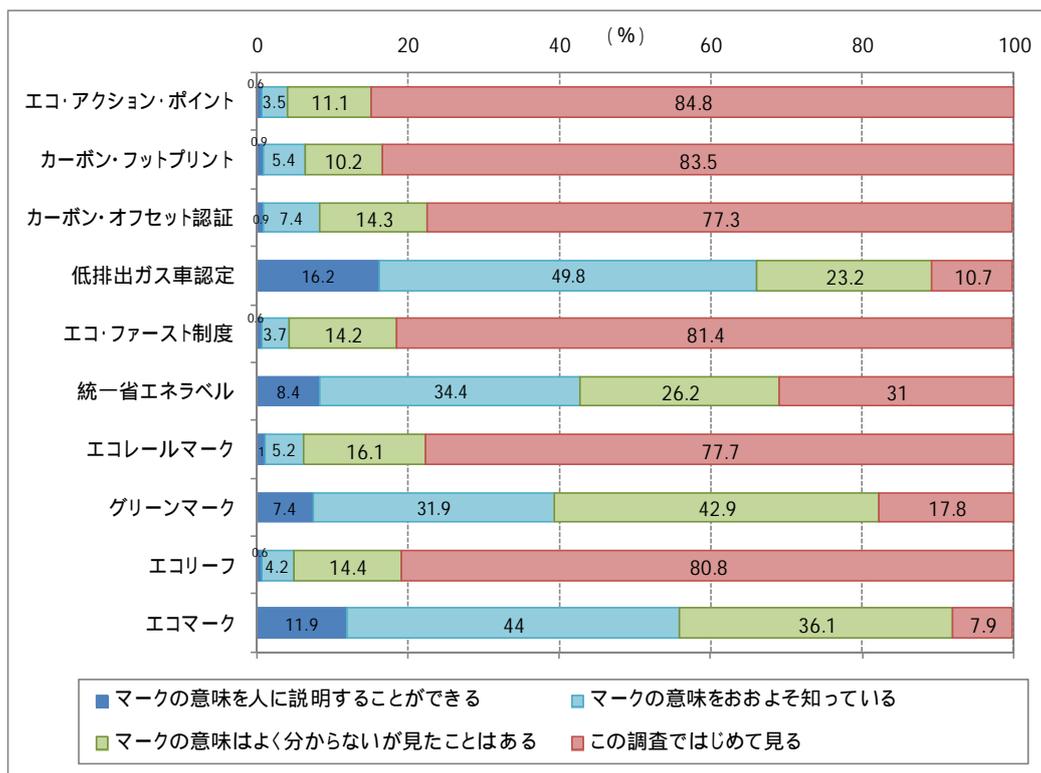
図表3 . 購入する製品・サービスの環境負荷に関する情報についての満足度



注 「購入する製品・サービスの環境負荷に関する情報についての満足度」は、「十分満足している」又は「まあ満足している」と回答した人の割合である。

出典) 環境省「環境にやさしいライフスタイル実態調査」より作成

図表4 . 各種環境ラベルの認知度



注1 「各種環境ラベルの認知度」は、「グリーン・マーケット+（プラス）研究会」で実施した、全国の20歳以上70歳未満の男女を対象としたインターネットアンケート調査の結果である。

注2 平成17年度国際調査に基づき推計した都道府県別・性別・年齢別人口構成を母集団とし、それに準拠した層化無作為抽出を実施した。

注3 有効回収率は38.4%、有効回収数は20,574サンプルであり、平成23年5月に実施した。

出典)環境省 「第2回グリーン・マーケット+（プラス）研究会 資料3-1消費者アンケート調査（1次調査）の結果（速報）」より作成

取組状況

【環境配慮型製品の的確な情報提供の促進】（環境省）

本施策は、「環境表示ガイドライン」と「環境ラベル等データベース」を活用し、環境配慮型製品等に関する的確な情報提供を促し、環境配慮型製品の消費選択の促進を図るものである。「環境表示ガイドライン」とは、事業者及び消費者双方に有益な環境情報を提供するために事業者等が取り組むべき内容を取りまとめたものであり、「環境ラベル等データベース」とは、環境物品（環境負荷の低減に資する物品・サービス）を選ぶ際に参考となる環境ラベル等の趣旨や内容等を紹介するものである。

平成24年度は、「環境表示ガイドライン」の国際規格（ISO）への準拠を含めた見直しを行い、平成25年3月に改訂を行った。平成25年度は、「環境表示ガ

イドライン」について、業界団体等での活用状況の調査、冊子の配布による普及啓発を行うとともに、「環境ラベル等データベース」について、改訂された「環境表示ガイドライン」に準拠した内容でデータベースを整理・公表した。平成26年度は、継続して、「環境表示ガイドライン」の活用状況を調査するとともに、「環境ラベル等データベース」の最新情報への更新等を行う。

今後は、業界団体等において、「環境表示ガイドライン」の内容を踏まえた取組が実施されており、一定の効果がみられるものの、事業者等の環境表示の取組状況を継続的に把握し、必要に応じて、適宜、ガイドラインの改訂等を行う必要がある。

【経済社会における生物多様性の主流化に向けた国内施策の調査・検討】（環境省）

本施策は、経済社会における生物多様性の保全と持続可能な利用の主流化を図るため、国内外の先進的な取組事例を収集し、事業者や消費者に必要とされる取組を促すとともに、行動を促進するために必要な措置を検討しつつ、情報発信や普及啓発を図るものである。

平成24年度は、事業者による取組の実態調査、取組事例の収集、生物多様性とビジネスに関連する国際的な動向の把握、生物多様性と経済活動に関連するウェブサイトの作成・公表を実施した。平成25年度は、事業者による取組の評価手法・促進策の検討、地方公共団体による事業者との連携状況に関する情報の収集、意見交換会の開催、国際的な動向の把握、事業者向けの普及啓発資料の作成、ウェブサイトの更新等を実施した。平成26年度は、これまでの成果を活用しつつ、事業者団体や事業者における行動指針や取組事例集の作成・公表の促進策の検討など、愛知目標の達成に向けた更なる施策の実施を予定している。

今後は、引き続き、生物多様性民間参画ガイドラインの普及や先進的・模範的な取組事例の収集・公表等により、個々の事業者によるサプライチェーンも考慮した自主的な取組の促進を図るとともに、事業者間及び多様な主体間の連携・協働を促進する。

【「カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット」制度の推進】（経済産業省）

本施策は、カーボンフットプリント制度で「見える化」されたCO₂排出量をクレジットで相殺する「製品等のカーボン・オフセット制度」の基盤整備を実施するとともに、カーボン・オフセットを行う企業の支援等を行い、カーボン・オフセット製品の普及促進を進めるものである。具体的には、カーボン・オフセット製品・サービスの購入により、ポイントが還元される制度を通じ、環境配慮製品の購買を促し、協賛企業等の省エネ化・低炭素化に向けた取組の促進と、環境配慮製品・サービスに対する消費者意識の向上等が同時に実現される、自律的な仕組みを構築する。

「製品等のカーボン・オフセット制度」は、平成24年度に8事業者の12製品、平成25年度に27事業者の57製品・サービスの参加があり、ポイント制度は、平成25年度に13事業者の23製品・サービスの参加があった（平成25年度開始）。このように、「製品等のカーボン・オフセット制度」の取組事業者及び製品・サービス数は拡大し、ポイント制度も一定数の参加を得ている。

今後は、制度の更なる普及や認知度の向上を図るため、事業者及び消費者双方への一層の働きかけを行う。

【農林水産分野における「CO₂の見える化」】（農林水産省）

本施策は、農林水産分野において「CO₂の見える化」を推進するため、農林水産業関係者が自らの温室効果ガス排出量を正しく把握するための各種データを調査し、生産段階における温室効果ガス排出量を簡易に算定するためのツールを整備するものである。また、農林漁業者の努力により達成した温室効果ガス排出削減量等の効果的な表示方法を検討するため、表示を行った農産物の試験的販売や消費者に対するアンケート調査等を実施する。

温室効果ガス排出量を簡易に算定するツールについて、平成24年度までの整備により、45品目の農産品等の生産段階での温室効果ガス排出量をウェブ上で簡易に算定することが可能となっている。平成25年度は、3か所の農業者を対象として、温室効果ガス削減量等の効果的な表示方法等に関する調査を実施した。

今後は、平成25年度に取りまとめた3か所の調査事例の成果を基に、引き続き農林水産分野の「CO₂の見える化」の普及を推進していく。

b) 各経済主体が環境に配慮して商品の製造及び選択等を行うための税制のグリーン化等の経済的インセンティブの付与を含めた環境配慮行動促進のための取組

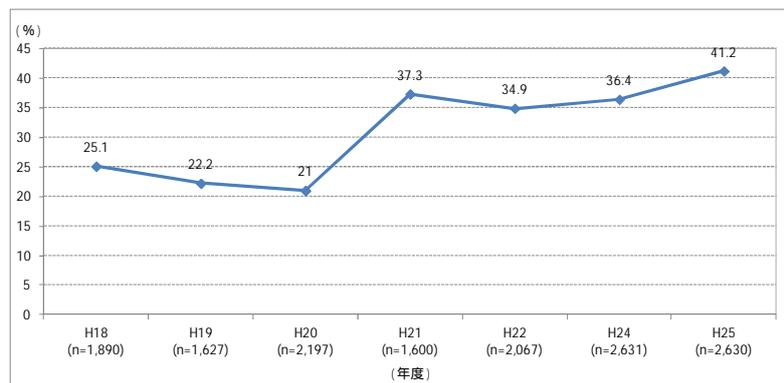
現状

国民のグリーン購入に対する意識は、「物・サービスを購入するときは環境への影響を考慮してから選択している」人の割合は4割を超えており、今後「物・サービスを購入するときは環境への影響を考慮してから選択したい」と考えている人の割合は7割以上である（図表5、6）。意識が高い反面、行動に結びついていない。

グリーン購入法に基づく特定調達物品等の市場占有率は、品目により傾向の差はあるものの、近年一定の市場占有率を維持している物品が多い（図表7）。

乗用車におけるEV、PHV、HV、CNGVの次世代自動車（乗用車）の販売割合は増加し、普通・小型乗用車の約3割を占めている（図表8）。前述の環境ラベル等の認知度においても、「低排出ガス車認定」の認知度は高い（図表4）ことから、自動車のグリーン化の取組の進展がうかがえる。

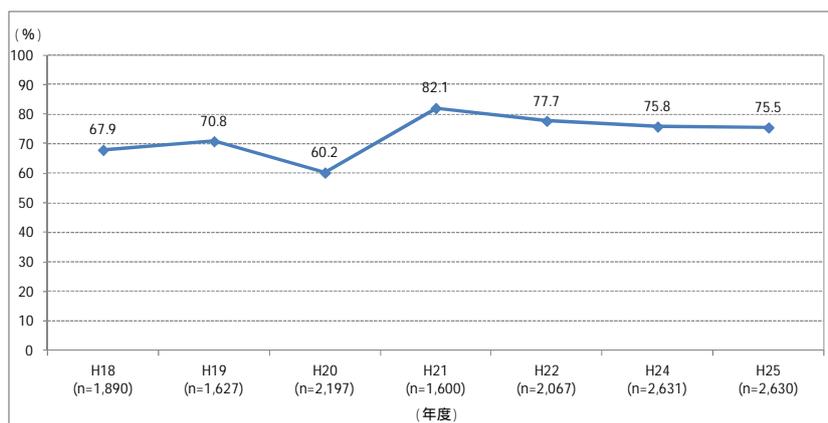
図表5. 「物・サービスを購入するときは環境への影響を考えてから選択している」人の割合



注 「物・サービスを購入するときは環境への影響を考えてから選択している」人の割合は、「既に行っており今後も行いたい人」及び「既に行っているが今後は行いたくない人」の割合である。

出典) 環境省「環境にやさしいライフスタイル実態調査」より作成

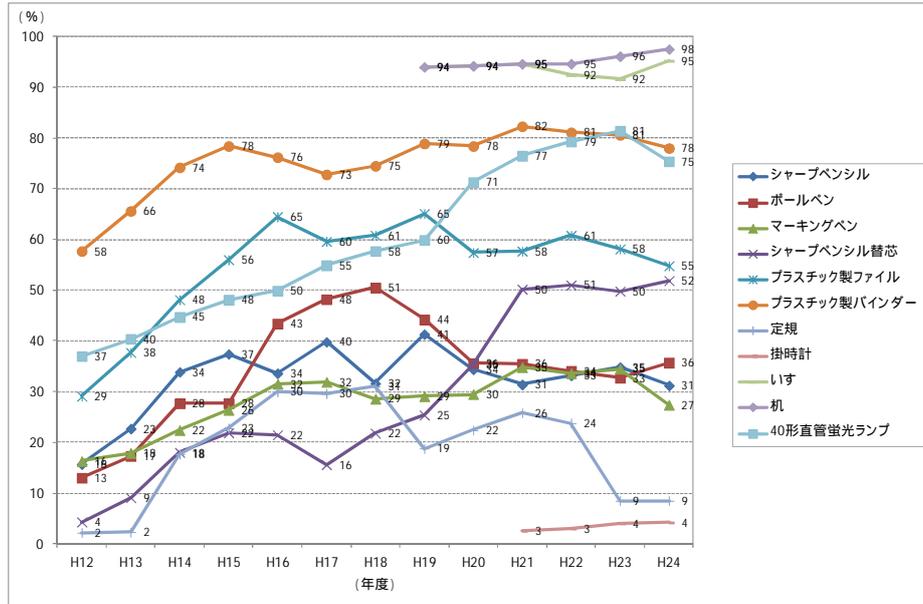
図表6. 「物・サービスを購入するときは環境への影響を考えてから選択したい」人の割合



注 「物・サービスを購入するときは環境への影響を考えてから選択したい」人の割合は、「既に行っており今後も行いたい人」及び「これまでに行っていないが今後は行いたい人」の割合である。

出典) 環境省「環境にやさしいライフスタイル実態調査」より作成

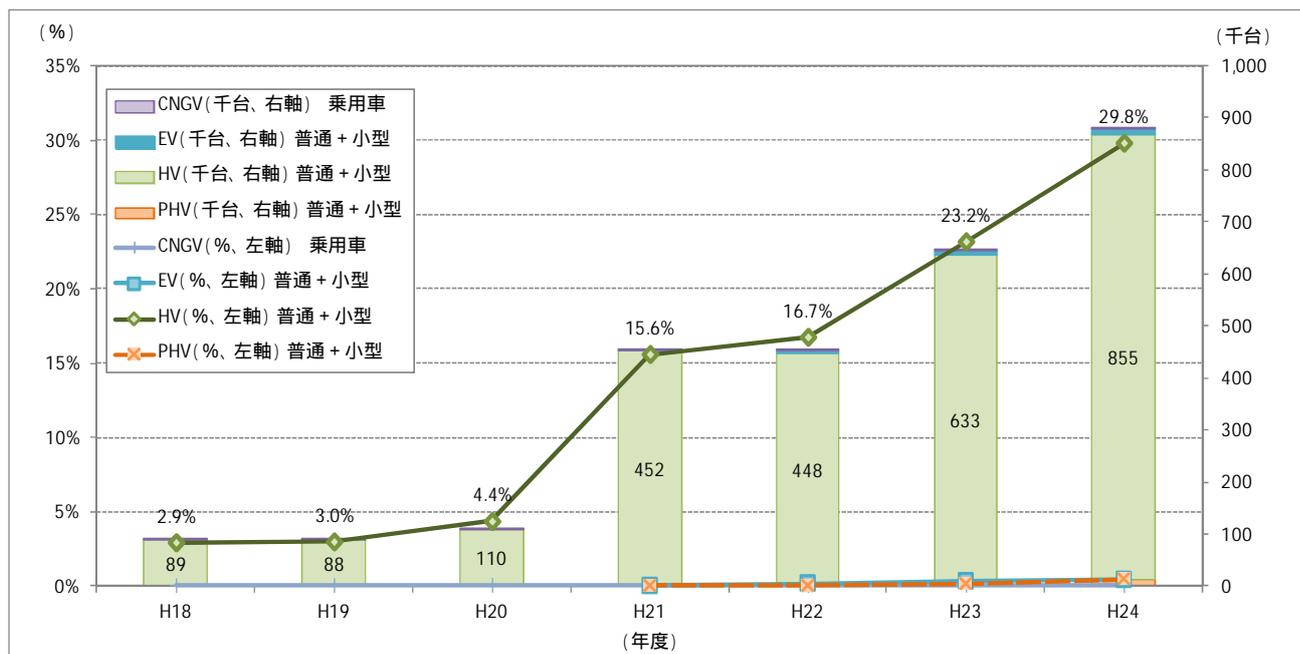
図表 7 . 特定調達物品等の市場占有率



- 注 1 市場占有率とは、各品目の特定調達物品の国内出荷量あるいは国内販売量を特定調達物品以外も含む全国内出荷量あるいは国内販売量で割った値である。「特定調達物品等の市場占有率」は、アンケート調査結果等からの推計値である。
- 注 2 シャープペンシル、シャープペンシル替芯、ボールペン及びマーキングペンについては、日本筆記具工業会企業の特典調達物品等の国内販売量に占める割合である。シャープペンシル、シャープペンシル替芯、ボールペン及びマーキングペンの国内販売量については、暦年の我が国における販売量であり、アンケート回答企業の販売量ではない。
- 注 3 プラスチック製ファイル及びプラスチック製バインダーは日本ファイル・バインダー協会会員の国内主要企業に対するアンケート調査結果による国内出荷量である（一部推定）。
- 注 4 定規は、全日本文具協会会員の国内主要企業に対するアンケート調査結果回答企業の国内出荷量である。
- 注 5 いす及び机は、日本オフィス家具協会会員企業の国内出荷量である。
- 注 6 掛時計は、一般社団法人日本時計協会調査による国内出荷量である。
- 注 7 40 形直管蛍光ランプは、一般社団法人日本照明工業会調査による国内出荷量である。

出典：環境省資料「平成 24 年度国等の機関によるグリーン購入の実績及びその環境負荷低減効果等」より作成

図表8．次世代自動車（乗用車）の販売台数及び販売割合



出典) 「一般社団法人日本自動車工業会のデータベース」、「一般社団法人次世代自動車振興センターホームページ 統計 電気自動車等販売台数統計」、「一般社団法人日本ガス協会ホームページ 「環境への取り組み 天然ガス自動車 天然ガス自動車普及状況」」より作成

取組状況

【税制全体のグリーン化】（環境省）

本施策は、環境汚染物質の排出削減やエネルギー使用の効率化を図るため、エネルギー課税や車体課税等の環境関連税制による経済的インセンティブを働かせることで、企業や消費者が商品を製造・購入する際に、より環境負荷の少ない技術や商品の選択を促進するものである。

我が国の温室効果ガス排出量の約9割を占めるエネルギー起源CO₂の排出削減を図るため、化石燃料に対しCO₂排出量に応じて一定の税率を上乗せする「地球温暖化対策のための課税の特例」を平成24年10月に導入し、その税収を省エネ・再エネ対策に活用している。同税については、急激な負担増を避けるために税率を3年半かけて段階的に引き上げることとしており、平成26年4月に第2段階目の引上げを行った。また、平成24年度以降、環境性能に優れた自動車に対するエコカー減税（自動車重量税及び自動車取得税）、グリーン化特例（自動車税）を累次強化した。そのほか、平成24年度に廃棄物処理施設や最終処分場に係る税制優遇措置の適用期限の延長等を、平成25年度に環境関連投資促進税制（グリーン投資減税）の対象設備の拡充及び適用期限の延長等を行った。平成26年度には、ノンフロン製品や温室効果ガス排出抑制設備等の投資の促進を図る税制優遇措置の創設等を行うこととした。

今後も、環境汚染物質の排出削減やエネルギー使用の効率化を図るため、引き続き税制全体のグリーン化を推進する。

【環境性能に優れた自動車の普及促進】（経済産業省、国土交通省、環境省）

本施策は、新車の環境性能向上が自動車分野の主要な環境対策であることを考慮し、環境性能に応じた税制優遇措置や補助制度、技術開発・実証事業等を通じて、環境性能に優れた自動車の普及促進を図るものである。

具体的には、環境性能に優れた自動車に対するエコカー減税（自動車重量税及び自動車取得税）やグリーン化特例（自動車税）の実施、電気自動車をはじめとした次世代自動車の導入を促す補助事業を行っており、平成24・25年度の実績は以下のとおりである。

エコカー減税（自動車重量税及び自動車取得税）対象車の販売台数

- ・平成24年度：約365万台（販売台数全体の約73%）
- ・平成25年度：約440万台（販売台数全体の約82%）

クリーンエネルギー自動車等導入促進対策費補助金

- ・平成24年度：約8万台
- ・平成25年度：約11万台

地域交通のグリーン化を通じた電気自動車の加速度的普及促進による事業の採択数

- ・平成24年度：48件
- ・平成25年度：57件

環境対応車普及促進対策による補助台数

- ・平成24年度：1,158台
- ・平成25年度：977台

また、燃料電池自動車や電気自動車といった次世代自動車の性能向上に関する技術開発・実証事業を通じて、次世代自動車の普及の促進を図っている。実施事業及び実施年度は以下のとおりである。

小型ソーラー水素ステーションと燃料電池自動車を組み合わせたCO₂排出ゼロシステム開発事業（平成23～26年度）

大型トラック用統合型新HVシステムの研究（平成22～26年度）

大型路線用燃料電池バスの開発（平成25～27年度）

燃料電池フォークリフトの実用化と最適水素インフラ整備の開発・実証事業（平成26～28年度）

今後、車体課税については、平成26年度与党税制改正大綱等に沿って、エコカー減税の基準の見直し、自動車税の環境性能課税、軽自動車税の負担軽減等について検討を行う。導入補助については、電気自動車等の次世代自動車の価格が従来車と比べて依然高価であることから、量産効果による価格低減に向けて、より一層普及を促進していく。また、技術開発・実証事業に関しては、燃料電池自動車や電気自動車等の次世代自動車の性能向上・普及促進に向けてより一層促進していく。

【経済社会における生物多様性の主流化に向けた国内施策の調査・検討】（環境省）

（P5の再掲のため、内容は省略）

c) 我が国企業の環境対策技術・製品の国際展開を支援するための規格・基準の国際調和や貿易投資の自由化に関する取組

現状

我が国企業の環境対策技術・製品の国際展開の支援につながる環境ラベルの相互認証協定は、徐々に増加してきており、公益財団法人日本環境協会は、「エコマーク」について、平成14年に北欧5カ国（ノルウェー、デンマーク、フィンランド、アイスランド、スウェーデン）の「ノルディックスワン」、平成16年にニュージーランドの「ニュージーランド環境チョイス」、平成22年に韓国の「韓国環境ラベル」、平成24年に中国の「中国環境ラベル」との相互認証協定を締結している。さらに、現在の4環境ラベルとの相互認証協定に加え、タイのグリーンラベル及び台湾のグリーンマークの2環境ラベルとの相互認証協定に向けて具体的な取組を進めている。

取組状況

【環境ラベルの相互認証の拡大・基準の調和等】（環境省）

本施策は、国際的な市場のグリーン化の実現のため、各国の独自基準に基づき環境ラベル等の制度が展開されている現状を踏まえ、相互認証の拡大や基準の調和等を進めるものである。

平成24年度は、日中韓の環境ラベルの相互認証の現状把握を行った。平成25年度は、業界団体等のニーズ、各国の環境ラベル等の基準及び相互認証の状況等についての現状把握とともに、環境配慮型製品の海外展開に当たり環境ラベルの相互認証の拡大や基準の調和等に向けた官民での連携方策について検討した。平成26年度は、各国での環境ラベル等の基準等について継続的に状況把握するとともに、業界団体等のニーズを踏まえた官民の連携体制を創設するほか、日本のグリーン購入の取組の海外への情報発信や国際機関におけるグリーン公共調達推進のプロジェクト等への積極的な参加などを通じて、アジア各国へのグリーン購入の普及に貢献する。

今後は、各国の環境ラベル等の制度及び基準等について、国内の環境ラベル機関や民間事業者と情報共有を行い、国内での連携体制を強化しつつ、環境ラベルの相互認証の拡大や基準の調和等を目指す。

【欧米の農業・食品業界及び流通業界におけるウォーターフットプリントの国際規格の活用戦略の調査分析事業】（農林水産省）

本施策は、我が国の農林水産物や食品の輸出の拡大・定着に際し、欧米の農林水産事業者、食品製造事業者、流通事業者、国際NGO等がウォーターフットプリント及び総合的環境情報表示（環境フットプリント）に対して、どのような考えと活用戦略を有しているのかについて、調査・分析を行うものである。

平成25年度は、欧州の主要団体を対象とした現地調査、ウォーターフットプリント等の食品への表示に対する文献調査を実施し、検討委員会において、我が国の今後の対応等を検討した。

今後は、我が国の主要な輸出先として期待される近隣アジア諸国へのウォーターフットプリント等の影響や当該地域におけるその活用戦略の検討が必要である。

【環境物品の貿易自由化へ向けた取組】（外務省）

平成24年（2012年）9月に開催されたアジア太平洋経済協力（APEC）首脳会合において、環境物品54品目について平成27年（2015年）末までにその実行関税率を5%以下にまで引き下げることが合意された。現在、合意の着実な実施に向け、能力構築等が計画されている。

APECの上記合意等をきっかけに、世界貿易機関（WTO）において環境物品自由化交渉についての議論が開始され、平成26年（2014年）1月に、日米EU中等の有志14か国・地域が、WTO環境物品交渉の立ち上げに向けた声明を公表した。

本交渉は、日本企業の競争力強化、地球環境問題への貢献、交渉の場としてのWTOの再活性化という観点から重要であり、今後は、本交渉の推進に、関係国と連携しつつ積極的に取り組んでいく。