

環境と経済の好循環ビジョン素案
～美しく健やかで豊かな環境先進国へ向けて（副題案）～

目 次

1．はじめに	
（1）ビジョンが目指すもの	1
（2）経緯	1
2．好循環への方向と課題	
（1）好循環実現への基盤	2
好循環をつくる人々	2
好循環の実現に向けた課題	2
（2）今から始められる好循環への歩み	3
暮らしを彩る環境のわざ	4
「もったいない」が生み出す資源	5
自然がはぐくむ心と力	6
3．環境と経済の好循環が実現した2025年の将来像	8
（1）日本の経済社会	8
（2）地域とライフスタイル	
自然の恵みが人を呼ぶ里	9
ものづくりのわざが循環をつくる街	10
環境の心で生まれ変わる都会	11
（3）環境が豊かさを招く世界と日本	12
4．おわりに	13

環境と経済の好循環ビジョン素案 ～美しく健やかで豊かな環境先進国へ向けて（副題案）～

1. はじめに

(1) ビジョンが目指すもの

日本には、変化に満ちた美しい自然と世界最先端の技術があります。「環境を良くすることが経済を発展させ、経済の活性化が環境を改善するという、環境と経済の好循環」を実現できる国があるとすれば、日本はその一つとなる条件を持っています。環境と経済の好循環を実現するためには、国民、事業者、行政などが、ともに努力すれば実現する理想の将来を描き、互いに信頼感を持ってそれぞれの役割を分担しながら行動することが必要です。

このビジョンは、これに向かって具体的な努力を進めるための一歩として、明確でわかりやすい将来像を提示します。それは、日本を、「美しく健やかで豊かな環境先進国」にしようとするものです。

(2) 経緯

昨年6月、環境大臣主催の「環境と経済活動に関する懇談会」が「環境と経済の好循環へ向けて」という報告を取りまとめました。この報告は、環境と経済の好循環を築くことが重要とし、これによって実現される環境と経済が一体となって向上する社会「環境と経済の統合」が21世紀のあるべき姿だと述べました。

報告は、このための施策の方向性として、消費者や事業者の環境行動の促進、環境行動が経済的利益につながる基盤の整備、技術革新の促進と成果の普及などを示しました。そして、環境と経済の好循環を、国民、事業者、行政が一体となって実現していくため、中長期的視点に立った明確でわかりやすい将来像（ビジョン）を明らかにする必要性を指摘しました。

この提言を受けて、昨年9月、中央環境審議会総合政策部会に「環境と経済の好循環専門委員会」が設置され、ビジョン作成のための議論を行いました。

2. 好循環への方向と課題

(1) 好循環実現への基盤

好循環をつくる人々

(需要と資金をつくる消費者、投資家)

環境と経済の好循環を実現させる基盤は、環境のコストを進んで受け容れる市場です。この市場の需要を作るのが、環境保全を考えて行動し、環境に良いかどうかを見極めた上で商品・サービスを購入する消費者です。環境に良い技術を磨き、商品やサービスを開発、生産する事業者のために資金を提供する株主等の投資家も必要です。

(商品、サービス、人をつくる事業者、大学)

このような市場では、環境を良くする志を持ち顧客に環境情報を伝えて努力する事業者が売り上げを伸ばし、利益を上げ雇用を増やして経済を発展させます。そして、シェアを拡大した事業者は、さらに進んだ環境技術を開発して、環境により良い商品・サービスを市場に出し、従業員に環境管理を教え事業からの排出を減らすこと等により、環境を一層改善していきます。消費者、投資家と生産者をつなぐ流通、金融等の事業者も重要です。環境技術を研究し、人材を世に出す大学も、大きな役割を担います。

(コミュニティをつくる行政、民間団体)

一定の価値観を分かち合う人々と協力して環境保全に取り組むことは、コミュニティの一員として行動する喜びをもたらします。コミュニティのつなぎ手としてNPO等の民間団体の役割は大きくなりつつあり、市町村、都道府県や国家も、このようなコミュニティとして考えられます。行政は、国と地方が連携、分担して、すべての施策に環境の視点を組み込むとともに、住民や事業者の環境配慮行動をバックアップする社会経済システムの整備に取り組みます。国際的な協力も、重要な要素です。

好循環の実現に向けた課題

(市場が環境配慮に向かうために)

一人一人の行動は必要ですが、それだけでは効果はわずかです。様々な人々が互いに信頼感をもって、共通の目標へ向かってそれぞれの役割を果たすことによって、好循環への道が開かれます。しかし、市場メカニズムだけでは、環境配慮よりも価格の安さなどに惹かれた消費行動が起き、環境を良くする方向

につながる可能性があります。

このため、技術開発の促進、低公害車を優遇した税制等のインセンティブ・ディスインセンティブの提供や、不法投棄等の違法行為の取り締まり、公的機関による率先行動等が行われています。冒頭で紹介した報告でも施策の基本的方向が提言され、後述の各分野でも、それぞれに関連した課題を記述してあります。これからも、このような努力を一層進めていく必要があります。そして、これらすべてに共通する、環境と経済の好循環を起こすための重要な要素として、環境情報と人づくりが挙げられます。

（好循環を呼び起こす環境情報）

環境に良い商品・サービスが、正しく消費者に選択されるためには、事業者、消費者、投資家、コミュニティの間で環境情報が十分行き渡ることが必要です。たとえば、環境に良い商品はそうでない商品よりも高価な場合も多く、これが消費者に選ばれるように店頭に並ぶためには、製造業と流通業の間で情報が共有されなければなりません。消費者が商品を選ぶ時は、事業者が商品の環境上の利点についてわかりやすい情報提供に努めることに加え、消費者にもこれを知って積極的に検討する姿勢が必要です。このような消費者の動機付けには、行政やNPO等からの情報提供も役立ちます。環境に良い商品やサービスが、新しい価値観を提起し、持つ人にとっての新しいステータスとして支持されるようにすることが望まれます。

（好循環を呼び起こす人づくり）

個々の事業者や商品の情報にとどまらず、環境と経済の好循環を理解する人づくりも大切で、環境教育、環境学習は、このための重要な手段です。学校教育のみならず、消費者教育、職場の教育、大学の専門教育、地域の生涯学習等を通じ、環境への理解を深めることができます。また、自然とふれあう機会を増やすことは、自然の美しさを味わい、これを大切に思う健やかな心をはぐくむことにもなります。

このように、住民、事業者、行政などが問題意識を共有し、環境に良いことに向けて協力しあうパートナーシップ社会が構築されれば、環境と経済は好循環していくのではないのでしょうか。

（2）今から始められる好循環への歩み

環境と経済の好循環は一朝一夕に達成できることではなく、そこに至るまで

の歩みは、今から進めなければなりません。現在、好循環の実現へ向けた数多くの動きが生まれています。ここでは、既に始まりつつある好循環の事例や、明日から取り組める課題を紹介し、いくつかの数値目標を提示します。

くらしを彩る環境のわざ

「環境のわざ」と呼ぶべき、世界の環境保全に貢献することが可能な先進的な技術や、環境に配慮するための方法や仕組みが、日本で次々に生まれ、消費者の支持を得始めています。

（日本発の最先端環境商品）

例えば現在最先端の冷蔵庫は、消費電力が10年前の数分の1です。このほか液晶テレビ、エアコン等、日本の家電には、世界最高の省資源、省エネ水準を達成したものが多く出ています。燃費と加速性能を両立するハイブリッド車等の低公害車でも、日本の技術は世界で高く評価されています。また、このような環境にやさしい商品を支えるものとして、軽くて強い鋼板や高純度のシリコンなどの素材技術も進歩しています。夏涼しく冬暖かい繊維など、環境にやさしいライフスタイルを助ける商品も増えてきました。これらの製品を作る過程での環境負荷を減らす上でも、世界最高水準の技術は数多くあります。

（第三次産業で生きる環境のわざ）

「環境のわざ」は、産業技術だけではありません。省エネというサービスを提供するESCO^()のように、単にモノを売るのではなくそこから生まれるサービスや知恵を提供するようなビジネスのわざが、次々と生み出されています。金融商品でも、環境配慮で独自性を出したエコファンドなどの商品が増えてきました。断熱材や複層ガラスを使ったりリフォームなどの建築のわざや、CO₂排出が少ない鉄道や効率的な物流などの運輸のわざも、進んできています。

() Energy Service Companyの略称で、省エネに関する包括的なサービスを提供し、顧客の省エネメリットの一部を報酬として受け取る事業

（わざを後押しする環境志向の消費者）

環境にやさしく品質に厳しい日本の消費者が、これらの技術やわざの後押しをしています。個々の商品の環境性能が向上しても、1人当たりの購入数が増えたのでは全体の環境負荷が増えてしまうかもしれませんが、豊かな消費者にとって、量より質にこだわる分野も出てきています。このようなこだわりの多くが環境志向の「美しく健やかな豊かさ」を求めるものに向かえば、大きな市場を生む力になるでしょう。また、環境情報に対して能動的に建設的な質問を

する消費者が増えていることも、行政や事業者が環境コミュニケーションのわざを磨く力になっています。

（革新的技術に対する戦略的な対応）

環境のわざには、水素エネルギーの利用など、より革新的で不確実性も高く、長期的取組が必要なものもあります。このような革新的技術に対しては、事業者、コミュニティ、行政の十分な対話のもと、戦略的な技術開発や、基盤整備を行う必要があります。

（環境のわざに関連する目標）

消費者の消費行動の変化で企業の一層の技術革新を促す好循環を生み出し、環境負荷を低減させながら経済も発展（環境効率性を向上）させて、京都議定書の削減約束（1990年比で2008年から2012年の温室効果ガスの排出量を6%削減）を達成するとともに、温室効果ガスの排出削減が組み込まれた社会の構築を図り、更なる長期的・継続的な排出削減を目指します。

また、好循環を実現するためには、環境にやさしい商品やサービスを積極的に購入するグリーン消費者が、もっと増える必要があります。2002年の調査で「物を買うときは環境への影響を考えてから選択している人」は31%でしたが、2025年には、「物・サービスを買うときは環境への影響を考えてから選択している人」が65%（約3分の2）になることを目指します。

「もったいない」が生み出す資源

「もったいない」という日本語に込められた気持ちは、美しい日本を後の世代に伝える上で、大切な姿勢ではないでしょうか。

（ごみの減量化と適正処理）

多くの地方自治体でごみ処理は大きな課題となっており、ごみの減量化や適正処理に向けた取組が、あちこちで始まっています。住民、NPOなどと協力して資源回収を徹底したり、家庭ごみを有料化することなどにより、ごみの減量化に成功した自治体もあります。消費電力を減らしながら寿命を六倍にした照明器具等、製品の長寿命化技術や、物を機能を落とさずに小さく軽くする技術、紙媒体をITで代替する技術等も、ごみを減らすことにつながります。リサイクル施設を集めている地域では、廃棄物処理の適正な処理が進むだけでなく、これを評価する事業者の誘致に成功している例もあります。

（再生利用の技術）

「ごみ」を資源へと変える再生利用の技術が、活用されるようになってきま

した。例えば、使用済みプラスチックを製鉄所の高炉還元材に利用することで、ごみの埋め立て処分を減らすとともに、原料炭の使用量を減らしCO₂削減に役立てることが始まっています。また、使用済みペットボトルの一部は、制服や事務用品等に再生され、最近ではペットボトルの樹脂として再生する工場もできました。リユース、リサイクルしやすい製品も開発されています。天ぷら油を回収してバイオディーゼル燃料にしたり、生ごみを堆肥にするなど、廃棄物をバイオマス資源にする取組も行われるようになりました。ごみ焼却灰等を利用したエコセメントもあります。製造過程からの廃棄物の減量に努力する事業者も、多くなりました。

（ごみを減らす事業形態）

物を売るのではなく、物が提供する機能をサービスとして提供することも、ごみを減らす上で有効です。たとえば単身赴任期間だけ家電をレンタルしたり、製造過程等でも、物の供給に代えてその機能をサービスとして供給する産業が出てきました。また、使用済みの容器や部品等を自ら回収して再生する事業者も増えてきました。

（循環を支えるパートナーシップ社会の形成）

ごみの減量からリユース・リサイクルをさらに促進するためには、地域での住民・民間団体・事業者・行政の協力が不可欠です。例えば、家庭から出るごみの分別の徹底や、産業の垣根を越えた事業者間の協力が、リサイクルの可能性を広げます。リサイクル商品の購入を増やすためにも、お互いの情報交流と協力が重要です。これら各主体間を信頼と情報でつなぎ、住民のリサイクル活動への参加を促す役割として、行政とともにNPO等の民間団体がさらに活躍することが期待されます。

（循環社会関係の目標）

循環型社会形成推進基本計画に基づき、より少ない資源でどれだけ大きな豊かさを生み出しているかを表す指標である資源生産性（GDP / 天然資源等投入量）を、2010年度に約39万円 / トン（2000年度比で概ね4割向上）まで向上させることを目標にします。

また、2001年の調査では環境保全に関する行動に参加したり、接したりしたことがある人の割合は20%でしたが、2025年には50%（半数）になることを目指します。

自然がはぐくむ心と力

自然とのふれあいは私たちの心身を健やかにし、自然の力で化石燃料を代替

することは世界が限られた資源を使いながら平和に暮らす上で必須です。

（自然と心身）

人工物に囲まれた生活を送る現代人の大半は、自然とふれあうことで健やかな心がはぐくまれ、いやされると感じています。また、健康の保持に関心の高い中高年をはじめ、多くの人がさわやかな空気の中で野山などを歩き、自然に親しむことを趣味としています。さらに、自然とのふれあいは、自然を理解し、いとおしむ気持ちを持つきっかけになります。美しい自然を地域が誇るべき財産と考え、これを一層良くして地域活性化につなげようとするところも増えてきました。

（エコツーリズムの発展）

最近、エコツーリズムという考え方の広まりにあわせて、自然とのふれあいを求める旅行者が増え、エコツアーへの人気が高まりつつあります。エコツアーが成功するためには、地域の歴史・文化や自然の楽しみ方をわかりやすく解説するよきガイドが欠かせません。よいガイドによって、自然への関心や楽しみ方を覚え、リピーターになる旅行者も多いといわれます。また、農作業体験などで体を動かすことも、都会の日常から離れ、健やかな心身に役立つ新鮮な体験として企画されています。

（自然エネルギーの活用）

太陽光発電や風力発電等の自然エネルギーは、再生可能であり、発電過程でCO₂を排出しない、日本の数少ない国産エネルギーです。このうち、太陽光発電は、日本は導入量が世界一で、まだまだ増える可能性があります。自然エネルギーがさらに普及することで、多くの人々が、エネルギーの消費者であると同時に生産者になります。このような自然エネルギーの技術を磨き、世界に広めていくことは、地球環境の改善に大変有効です。そのためにも、国内での利用を増やし生産規模を拡大してコストを下げるのが役立ちます。

（自然関係の目標）

こういった自然とのふれあいをきっかけに、自然や環境に興味を持つ人が増え、休暇を自然の豊かな地域で過ごす人が増えることが望まれます。2025年には、日本人の半数以上が年に10日以上を自然の中で過ごすことを目指します。

また、自然エネルギー関係の技術が日本から世界に普及することを目指します。

3 . 環境と経済の好循環が実現した 2025 年の将来像

今から始める努力が実り、環境と経済の好循環が実現した社会とは、どのような姿でしょうか。ここでは、2025年の一つの理想の形を描きます。

(1) 日本の経済社会

(環境にやさしい消費者が生み出す所得と雇用)

環境に配慮して製品を選ぶことが当たり前という環境志向の消費が、新しい市場や既存市場の高付加価値化を生み出します。環境意識から生まれたこのような市場が、所得を確保し雇用を支えています。家電や日用品、食品から金融、小売りに至るまで、現在以上に激化する国内外の競争に耐えるためには、差別化が必須であり、その中で環境に配慮する消費者への訴求力や技術力が重要な役割を果たしています。

(資源・エネルギーの循環型社会)

途上国をはじめとする世界の経済が拡大し人口も増える中で、資源・エネルギーの確保はより難しくなり、地球環境もより多くの人々が危惧する問題となりました。このため、省資源、省エネルギーが、財・サービスが顧客に選択される上で、重要な要素になっています。エネルギー分野では水素の生産、流通、利用の技術開発と基盤整備が進み、水素エネルギー社会が実現しつつあります。同時に、製造業、流通業も含めた多くの産業で「静脈産業」と「動脈産業」とが融合したネットワークが生まれ、国内で資源が循環しながら価値を生み出しています。

(経済のサービス化と環境)

経済のサービス化も、引き続き進展します。高齢化が進んだ日本では、余暇関連や高齢者・健康関連のサービス業が大きな割合を占めるようになり、その中でも特に自然が有する価値が高まっています。

商品そのものの販売に代えて商品の機能をサービスとして提供する事業形態や、商品の販売に加えてそのオペレーションやメンテナンスも同時に行う事業形態が広がり、くらしや製造過程からの環境負荷の排出削減に貢献しています。省エネ診断・改善等や家庭のエネルギー管理サービスが、環境負荷を減らしています。環境効率の悪い商品を薄利で売る代わりに中古品をレンタルする事業も発達して、生産するのは高い環境技術を活かした物だけになりました。

(環境にやさしい交通)

従来の低公害車は誰でも乗る車になり、燃料電池車はかなり普及しています。

利用しやすい交通システムが整備され、鉄道、バスや船の利用割合が増えるとともに、健康への意識の高まりから自転車や徒歩での外出が増え、空気がきれいになりました。

（環境と経済の好循環）

環境を良くする方法が良いものであればあるほど、ビジネスの中で経済的に報われるようになってきているため、より良い方法や工夫を生み出す知恵が環境の分野に集まっています。その結果、日本の生み出す製品や事業形態、政策などの環境保全上の性能がなお一層良いものとなり、これらが経済的にますます成功を収めるといふ好循環が起きています。

通常と比較してより環境に配慮した製品や事業形態（環境誘発型ビジネス）の市場は日本のみならず外国にも広がり、2025年の日本の産業には〔85～115〕^()兆円の市場と、〔150～230〕^()万人の雇用を生み出しています。

（ ）現在、推計中の数字であり、変更があり得るもの

日本の姿や人々の暮らしも変わりました。都市でも農村でもそれぞれの風情があるたたずまいを見せる美しい環境の中で人々が暮らしており、地域の間の行き来も活発になっています。次に、いくつかの地域とそこに住む人を紹介します。

（2）地域とライフスタイル

自然の恵みが人を呼ぶ里

自然とふれあいながら休日を里で過ごす日本人が増えています。都会から長期滞在を目的に訪れた家族達が、のんびりと波の音に耳を傾けたり、野菜や果物の収穫を体験したり、様々な過ごし方をしています。これらの人が訪れる地域では、地域の財産である美しい自然などを資源としたエコツアーのガイドや宿泊施設による雇用が生まれました。また、地域の環境ブランド化に成功したところでは、休暇を過ごした人達がその後も農産品や地場産品を購入する効果が出ています。

環境により恩恵を受けている住民は、身近な自然環境だけではなく、地球全体の環境対策にも熱心です。日当たりの良い家の屋根には太陽電池が輝き、風の吹くところでは風力発電機が回る日本の暮らし方は、環境を大切にする世界の人々に愛され、海外からの見学者も訪れています。

【そんな里に住む52才(2004年は31才)のKさんの声】

私は第一次石油危機の年に生まれ、今は民宿をしながら農業をしています。20年近く前の観光キャンペーンをきっかけに、この地域で環境にやさしいブランドイメージを育てることにしました。うちは小さな民宿ですが、お客の駅までの送迎は最先端の低公害車にし、うちや近所の農家で作った有機野菜を食事に出しています。春にはレンゲがきれいで、生ごみや農業廃棄物のバイオマスのコージェネレーションでお風呂の湯や電気を供給しているのも、お客様に好評です。

息子が一昨年地元に戻ってきて、エコツアーのガイドを始めました。うちの民宿や有機野菜と一緒に、ネットで全国的に営業をしています。長年かけて築いてきた地域の環境イメージのおかげでアクセスは多く、うちのホームページで紹介してほしいという環境配慮型製品の生産者や、リンクさせてほしいという環境関連ネット通販業者も結構あります。

ものづくりのわざが循環をつくる街

20世紀は大量生産で発展した日本の工業都市は、今は環境配慮型製品の生産やリサイクル等で、地域の雇用を支えています。資源をわずかしか使わない製品、再生しやすい製品の開発や、リサイクル技術、物でなく機能を提供するサービス化技術などで、日本は今も世界の最先端を走っています。廃棄物の最終処分場が逼迫し、エネルギー情勢も厳しくなる中で、省資源、省エネルギーの製造技術が世界の投資家から評価されています。

環境に配慮した製品を積極的に購入したり、ごみの資源化に熱心に取り組む住民が多く、商品の機能に対して積極的に意見を出し、技術者達に問題意識を与えて、一層の進歩を励ましています。最先端の環境配慮型商品やサービスを的確な説明で販売する店、リサイクル関連の店等が開店し、地球温暖化への理解が進む中で、鉄道を利用したり、自転車・徒歩で買い物をする客を惹きつけて、駅前商店街にも活気が出ています。

【そんな街に住む35才(2004年は14才)のSさんの声】

環境配慮の経営で世界の顧客や投資家に評価された我が社で、私は中堅のエンジニアとして忙しく働いています。我が社のある工業団地は、私が生まれたバブル経済時代に造成されて売れ残っていました。でもその後、

地域内の連携による産業廃棄物処理等が評価されて誘致が成功したり、環境配慮型製品がグリーン購入で伸びた工場の拡張があったりで、私も地元で就職できました。

家では、子供の成長にあわせて必要な機能をもった家具や省エネ家電のレンタルのほか、燃料電池コージェネレーションで暖房・給湯や電気の一部をまかなったり、エネルギー管理サービスを便利に使っています。先月は休暇で、夫や子供と島で過ごしました。自分で掘ったアサリを味わう子供達は、不思議と普段よりかわいく思えました。私も潮の香りの中で新しい意欲がわいたのか、帰ってきたら環境効率を更に向上させる技術のアイデアが浮かびました。

環境の心で生まれ変わる都会

環境志向の消費者が多い日本の大都会は、最先端の環境技術を生み出す市場として、世界のトレンドを先取りしています。流通分野での競争も激しく、環境情報を的確に提供することで消費者の支持を得る小売店が増えました。金融業では、環境を意識した資金運用で預金者、投資家の支持を得た金融機関が、国際競争の中で伸びています。

道路には街路樹が続き、建物の多くが太陽光発電を備え、高断熱となって冷房の排熱が減ったため、夏になると川辺から涼しい風が吹き抜けて、庭の木立の枝先やベランダの草花を揺らします。秋には紅葉の下を人々が公園に向かい、屋外芸術や演奏会などを楽しんでいます。低調だった住民交流も、リサイクル、自然再生等の活動がきっかけとなって活発になりました。この他にも、消費者運動との連携、農村との交流、国際的な協力等、環境関係の活動の幅は広がっています。

【そんな都会に住む77才(2004年は56才)のYさんの声】

退職金の一部で、我が家をエコハウスに改築しました。快適で光熱費いらずで安心と、妻にも感謝されています。近頃は、この辺でも緑が増えて、トンボや鈴虫などが戻り、マンション住まいの孫が虫取りにやって来ます。私も身近な場所の自然再生やごみを減らすNPOで活動したり、昔卒業した小学校で環境関係の勉強会に参加するなど、若い人達も含めた交流を楽しんでいます。美しい地球を次の世代に残したくて、貯えの一部は、環境にやさしい企業の株や債権で運用する年金基金にしています。

時々、団塊の世代の仲間と、いくつかあるなじみの山のどれかに行き、

木の葉のそよぐ音や川のせせらぎを聞きながら歩きます。そんな環境のいい地域から、有機野菜や乳製品などを、鉄道を經由し駅から家までは低公害車で、毎週宅配してもらう契約をしています。おいしいし、帰りに牛乳びんなどを回収していってくれるので、ごみ出しの手間も減りました。

グローバル化が一層進展する中、このような日本は、世界とより密接に関わるようになっていきます。次に、その姿を紹介します。

(3) 環境が豊かさを招く世界と日本

世界に先行して開発されてきた日本の環境技術は、世界の環境保全に貢献しています。NPOの活動や国の援助、事業者の社会貢献や地方自治体の姉妹都市交流などで、環境面の国際協力も活発です。環境にやさしいハイテク技術国という日本のイメージは、定着してきました。

外国から日本に輸出する商品は、エネルギー効率、環境規制も含む日本の法律を守ることに加え、日本の消費者に支持される環境配慮を行わなければ、シェアの獲得は困難と考えられます。日本の環境重視のライフスタイルは豊かさを増すアジアの大都市の消費者にも影響を与え、日本の投資家の環境志向の動向は投資資金を求める事業者の関心事です。このため、アジアの企業にも環境配慮で日本と競争するところが増え、産業育成の観点から環境政策を重視する途上国が出てきました。アジア市場の動きは欧米の企業にも影響し、企業間競争を通じて、世界の環境効率性・資源生産性は格段に上がっています。

【2004年に生まれた21才のTさんの声】

大学の夏休みに途上国を旅行して、環境を良くする日本の技術が生きているのを目にしました。荒野に広がる太陽光発電施設は、圧巻でした。街を走る電車や郊外の風力発電所にも、日本の技術が使われたと聞きました。現地で知り合った大学生は、別れ際に握手しながら、「日本の環境技術と環境にやさしいライフスタイルは魅力的だけれど、この国もいつか追いつき追い越すから」と言いました。

今世紀の初め、新しい価値観を模索していた世界に対して日本が提示したのが「環境と経済の好循環」という目標です。20世紀の技術を牽引したのは軍事だったと言う人がいますが、今世紀は環境ではないでしょうか。環境で豊かになることを目指し、技術を磨き人を育ててきた日本に生まれた

ことを、私は誇りに思っています。

4 . おわりに

環境と経済の好循環の実現を目指して、美しく健やかで豊かな環境先進国への歩みを進めようではありませんか。

2025年の理想の形には、今日の動きの継続だけでは実現できないことも含まれています。それは、この報告が、これまでの延長線上に将来を描くのではなく、むしろ、将来の理想に照らして現在の行動を考えていこうとしているからです。この理想と現実のギャップを埋めるために期待されるのが、2005年度を目途に策定される次期環境基本計画です。この計画に、政府が一体となって具体的な施策を盛り込み、2025年の理想に向かい、日本全体で様々な動きが活発化して世界に広がることを期待します。