

事後評価シート

【評価年月】 平成15年 4月
 【主管課・室】 環境経済課
 【評価責任者】 環境経済課長 佐野郁夫

施策名、施策の概要及び予算額

施 策 名	-4-(2)環境保全型産業活動の促進
施策の概要	<p>今日の環境問題に対処するためには、従来型の規制的手法のみでは解決が困難であり、産業活動に環境配慮が組み込まれ、市場メカニズムの中で環境に配慮した製品・サービスの提供が進んでいく必要がある。このため、次の事業を推進する。</p> <p>ア．環境に配慮した製品・サービスの普及促進 国及び地方公共団体においてグリーン購入を推進するとともに、技術開発の動向等を勘案しつつ特定調達品目及び判断の基準の見直しを実施する。また、一般の消費者に対してグリーン購入の普及・啓発を図るため、グリーン購入地域ネットワークの構築の促進、環境ラベル等の環境配慮型製品に関する情報提供の推進、LCA（ライフサイクルアセスメント）手法の検討・確立を推進する。</p> <p>イ．環境ビジネスの振興 環境ビジネスの将来展望を明確に示し、環境ビジネスに対する事業者の取組を促進するため、環境ビジネスの市場規模等に関する調査など環境ビジネスに関する基礎調査を実施するとともに、その促進方策の検討を進める。</p>
予 算 額	102,989千円（14年度予算）

目標・指標、及び目標の達成状況

目 標	環境に配慮した製品・サービスや環境保全に貢献する事業活動を促進する。
達成状況	<p>ア．環境に配慮した製品・サービスの普及促進 平成14年度においては、グリーン購入法の対象となる国、独立行政法人等の公的機関全てが調達方針を作成し、これに基づいた環境物品等の調達が実施された。また、科学的知見の充実や市場の状況等を踏まえて特定調達品目の追加・見直しを行い、24品目を追加して15分野176品目とする基本方針の一部変更を2月28日に閣議決定した。</p>

	<p>地方公共団体等が主導する地域ネットワーク設立を支援するとともに、既存のネットワークの拡充のためのフォローアップに務めた。また、消費者による環境配慮型製品の選択を促すため、グリーン購入フェアを開催するとともに、平成13年度から運用を開始している環境ラベル等情報データベースの情報量の拡充及びデータベースへのアクセスの向上を図った。</p> <p>製品評価においてLCAを実践的に適用するための検討・比較評価を実施した。</p> <p>イ．環境ビジネスの振興</p> <p>環境ビジネスについては、「環境ビジネス研究会」を開催し、その普及促進方策について検討したほか、わが国の環境ビジネスの市場規模及び雇用規模についての推計調査を実施した。</p> <p>また、金融のグリーン化の促進策を検討するため、日米英の一般投資家や機関投資家を対象とした意識調査を実施した。</p>
--	---

下位目標1	環境ビジネスの市場規模及び雇用規模を平成9年比でそれぞれ2倍にする。				
指 標	H9年度	H12年度	H13年度	目標値	H22年度
環境ビジネスの市場規模	約25兆円	約30兆円			約50兆円
指 標	H9年度	H12年度	H13年度	目標値	H22年度
環境ビジネスの雇用規模	約70万人	約77万人			約140万人
達成状況	平成9年度現在の市場規模は約25兆円、雇用規模は約70万人（平成11年度調査）であったものが、平成12年度現在では、市場規模が約30兆円、雇用規模が（平成14年度調査）約77万人に増加した。				

下位目標2	より幅広い分野・品目でグリーン購入を推進するため、特定調達品目を適宜追加していくとともに、すべての地方公共団体においてグリーン購入が制度的に実施されることを目指す。また、民間におけるグリーン購入の取組の一層の拡大を目指す。				
指 標	H12年度	H13年度	H14年度	目標値	H22年度
地方公共団体、企業におけるグリ	地方公共団体 - 上場企業	地方公共団体 約23% 上場企業	地方公共団体 約26% 上場企業		地方公共団体 100% 上場企業

グリーン購入実 施率	11.2% 非上場企業 -	15.3% 非上場企業 11.8%	22.9% 非上場企業 17.8%		約50% 非上場企業 約30%
達成状況	3月以降全国13ヶ所において国等及び地方公共団体の環境調達担当者を対象とした基本方針等説明会を実施することにより、グリーン購入法及び基本方針に対する理解の醸成を図った。また、全ての地方公共団体を対象としてグリーン購入に関するアンケート調査を実施した。また、事業者における取組については、平成14年度環境にやさしい企業行動調査によると、上場企業において平成13年の15.3%から平成14年の22.9%へと増加し、非上場企業についても、平成13年の11.8%から平成14年の17.8%へと増加しており、民間事業者においてもグリーン購入の動きが着実に進展している。				

評価、及び今後の課題

評 価	<p>[必要性] (公益性、官民の役割分担等)</p> <p>今日の環境問題に対処するためには、従来型の規制的手法のみでは解決が困難であり、産業活動に環境配慮が組み込まれ、市場メカニズムの中で環境に配慮した製品・サービスの提供が進んでいく必要がある。このため、次の事業を推進する。</p> <p>ア．環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <p>環境配慮型製品等の普及を図るためには、各主体が環境配慮型製品等に対する認識を共有することがまず必要である。そのうえで消費者は環境配慮型製品の選択に務め、事業者はその選択を促すための製品の環境情報を消費者に提供することや事業者自身が環境に配慮した製品やサービスを積極的に購入・調達することが求められる。国はこのような情報の受発信が適切に行われるよう、環境物品等情報収集・整理を行うとともに、国内市場に大きな影響力を有する購入主体として、環境物品等を調達を推進することによりこれらの初期需要を創出し、需給ギャップの解消を図る必要がある。</p> <p>イ．環境ビジネスの振興</p> <p>今日の環境問題の解決のためには、環境保全に資する事業者の自主的な取組を促進し、産業活動に環境配慮を織り込んでいくことが必要不可欠であり、このことは「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」にある「経済活性化戦略」の中でも、環境産業の活性化により民間の技術・製品開発の活性化、新たなビジネスモデルの形成、新規需要や雇用の創出が図られ、経済社会システムの抜本的改革の牽引的役割を果たすとされている。</p> <p>本施策は、民間での自主的な取組を促進するものであるが、国全体として</p>
-----	--

共通に活用しうる施策を企画立案するものであり、公益性は高く、また、官、特に国が担うべき施策である。

【効率性】（効果とコストとの関係に関する分析等）

ア．環境に配慮した製品・サービスの普及促進

環境に配慮した製品やサービス、企業活動の市場規模の拡大を図るうえで肝要なのは、各主体に対して環境配慮に取り組むことのメリットをいかに効果的に認識させるかであり、情報提供ツールの選択が費用対効果を大きく左右する。特に、インターネット等の活用は低コストかつ汎用性の高いツールとして必須であり、環境物品等に係る情報提供を推進するうえでもこのような媒体を採用することのメリットを最大限活用できるような体制の整備を行ってきたところである。また、公的機関によるグリーン購入推進による環境物品等市場形成効果を最大化するためには、調達範囲及び調達規模の拡大が必要不可欠であり、品目の追加や地方公共団体における取組の拡大が求められる。

イ．環境ビジネスの振興

近年、企業は環境に関する取組を最も重要な戦略の一つとして位置付けるなど、より積極的なものへと変化している。こうした背景の一つに、環境に配慮した商品や店を選ぶ消費者や、投資を行う際に企業の環境配慮行動を考慮する投資家の出現が挙げられる。

さらに最近の法制度や計画の中には、企業の自主的な環境保全活動を積極的に位置付けたものも多くあり、これに対応したビジネスが見られるようになってきている。

このように、企業を取り巻く市場、市民、政府の意識や取組の変化といった様々な要因により確実に環境とビジネスの関わりは深まっており、環境ビジネスの市場規模の急激な拡大が期待される。

こうした状況において、規制等の施策ではなく情報提供、基盤整備等の、施策の展開を通じて企業の自主的な取組を促し、環境産業の活性化により、持続可能な社会の構築を目指すとともに、我が国の経済活性化にも資するものであり、効率的な手法である。

【有効性】（達成された効果等）

目標に対する総合的な評価

ア．環境に配慮した製品・サービスの普及促進

基本方針に定める特定調達品目の拡大を図り、国及び地方公共団体を対象としたグリーン購入法の取組に係る説明会等を開催することにより、公的機

関による環境物品等の調達の対象となる製品等範囲及び取組み機関数の大幅な拡大が図られた。これによってグリーン調達の対象となる予算規模は実質的に拡大し、市場に対して与えるインセンティブもより大きなものとなっている。

また、環境物品等需要の拡大に呼応してこれら製品等に関する情報需要も増大しつつあり、環境物品等情報データベースへの掲載申請件数も増加する傾向にある。

広く一般からの提案募集及び学識経験者からの意見聴取を行うことにより、24の新規品目の追加及び既存品目の判断の基準の見直しを実施することにより、国等のグリーン購入の対象範囲の拡大及び基準の適正化が図られた。

国等によるグリーン購入の推進による環境配慮型製品等の市場形成状況等の評価を実施することにより、環境物品等市場の短期的変動等の把握が可能となった。これにより、平成13年度における国等の取組の結果として、国等による環境配慮型製品の調達状況が極めて高い水準に在ること 環境配慮型製品市場が急速に拡大する傾向にあることなどが改めて確認された。

地域ネットワークの設立や各種情報提供体制の整備により、各主体による環境配慮型製品等に関する情報の共有化が図られつつあるところであり、今後も継続的に実施していく必要がある。また、製品等の環境負荷の評価手法として実践的にLCAを活用していくための課題を認識し、今後の検討の方向付けを行ったところである。

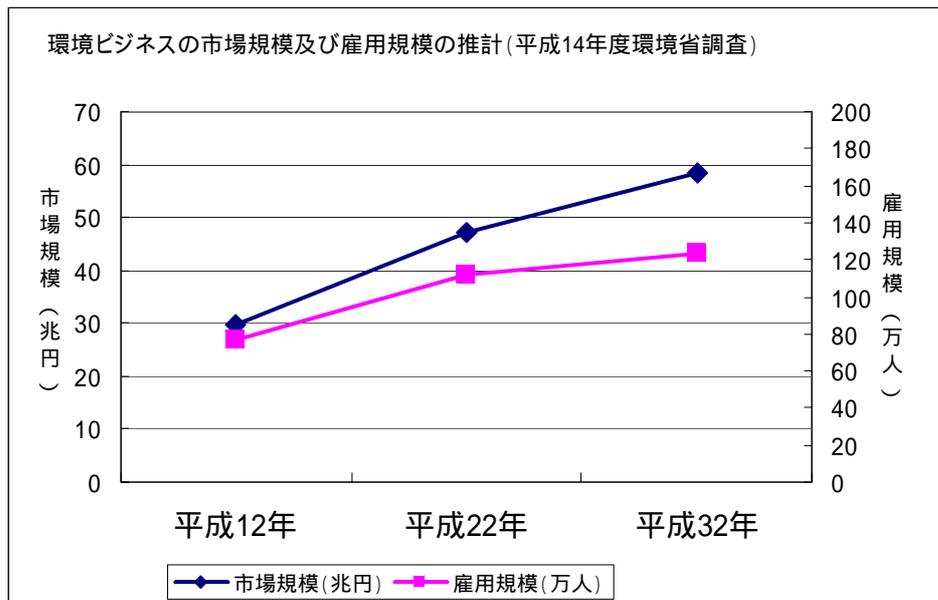
イ．環境ビジネスの振興

環境ビジネスの市場規模及び雇用規模は、平成14年度の調査によれば、平成12年には約30兆円、約77万人、平成22年には約47兆円、約112万人、平成32年には約58兆円、約124万人になると推計しており、今後も着実に拡大すると考えられるが、目標の達成のためには一層の普及促進を図るための施策展開を図る必要がある。今後は、基礎調査等だけでなく、環境ビジネスへの振興、金融分野における環境配慮の促進等に関する具体策を検討し、展開していくことが必要と考えられる。

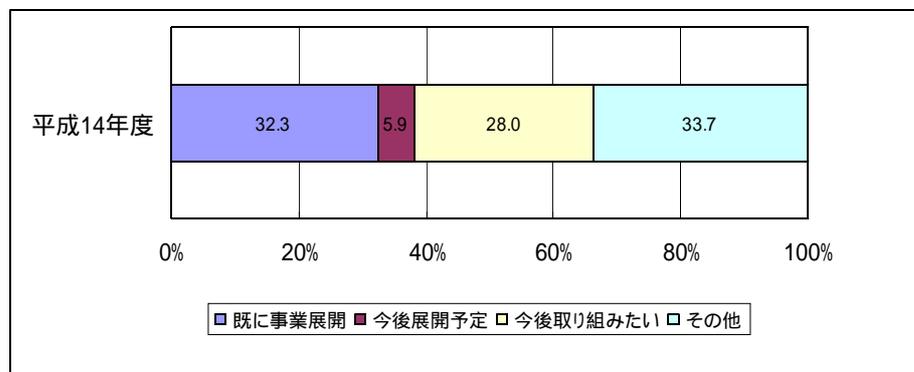
下位目標毎の評価

(下位目標1)

平成9年度現在の市場規模は約25兆円、雇用規模は約70万人(平成11年度調査)であったものが、平成14年度の調査では、平成12年度現在で、市場規模が約30兆円、雇用規模が約77万人(平成14年度調査)に増加したものの、さらなる拡大を図るため積極的な事業展開が必要と考えられる。



また、平成14年度の環境にやさしい企業行動調査では、既に事業展開をしている(する)、又はサービス・商品等の提供を行っている(予定がある)とした事業者は、合わせて38.2%であり、現状では何もしていないが、今後取り組みたいと答えた事業者の割合も28%にのぼる。



こうしたことに鑑み、これまでの基礎研究による情報提供に加え、モデル事業の実施により環境ビジネスの有効性を実証することなどを通じて、さらなる拡大を図るための積極的な事業展開が必要と考えられる。

(下位目標2)

全国約3,300の地方公共団体を対象としてアンケート調査を実施したところであり、その調査結果から市区町村等における取組の進捗状況を把握し、今後の施策に反映することとしている。

また、事業者における取組については、上場企業において平成13年の15.3

	<p>%から平成14年の22.9%へと増加し、非上場企業についても、平成13年の11.8%から平成14年の17.8%へと増加しており、民間事業者においてもグリーン購入の動きが着実に進展している。</p>
<p>今後の課題</p>	<p>ア 環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 特定調達品目の一層の拡充。特に、役務（環境保全に資するサービス）の指定拡充の検討。役務の市場規模及びそれに対して占める公共調達の割合を考慮すれば、公的機関によるグリーン購入の取り組みを役務にまで拡大することにより期待される市場へのインセンティブ付与の効果は極めて大きい。これらの課題を専門的見地から検討し、適切な役務の環境負荷低減のための基準のあり方を検討するための体制を整備する必要がある。 ・ 消費者ニーズが多様化する現在の国内市場にあって、需要側と供給側のミスマッチが、環境配慮型製品・サービスの一層の普及促進を図る上での障害要因となっていると考えられるため、今後、環境配慮型製品・サービスの市場動向調査及び要因分析を行い、その結果を広く世の中に公表するとともに、今後の施策展開に生かしていくことが必要となっている。 ・ 地方公共団体、特に市区町村における取組を促進するため、調達方針の策定などにかかる情報提供を軸とした更なる支援が必要である。 ・ 環境物品等に関する情報提供については、内容や方法などが様々であり必ずしも分かりやすいものとなっていないこと、更には不適切な表示が行われている場合があることが課題となっている。そのため、環境ラベルを整理分析した情報などの提供のより一層の拡充を図ることが必要であり、そのための体制強化が必要である（グリーン購入法附則でも検討課題として位置付けられている。） ・ また、民間によるグリーン購入の一層の促進を図るため、一般消費者へのインセンティブ付与の在り方の検討が必要である。 ・ 複合的な環境負荷を有する製品等について、LCAガイドラインを整備するとともに原単位情報のデータベースを構築し、客観的評価手法の確立に向けた検討を引き続き実施する必要がある。 <p>イ 環境ビジネスの振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 環境ビジネスに関する環境省のこれまでの取組は、グリーン購入の促進策以外は、主として調査・研究（環境ビジネスの市場規模及び雇用規模等の基礎調査の実施と調査結果の公表等）が中心であり、環境ビジネスを実際に振興していくための具体的な施策展開を図れなかったのが現状。 ・ 環境と経済の統合を今後の環境省の柱の一つとして位置付けていく上で、環境省として、具体的な環境ビジネス振興策を積極的に打ち出すことが課題となっている。

政策への反映の方向性

事業の改善・見直し	<p><u>理由の説明</u>（新規、<u>拡充</u>、縮小、廃止等）</p> <p>ア．環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p> <p>国等の公的機関による取組を質量両面から拡充強化し、市場に対して与えるインセンティブをより大きなものとしていくためには、国の取組分野を拡大していくとともに、市場において大きな位置を占める地方公共団体による取組を拡大することが必要不可欠である。また、消費者による環境物品等の選択を促すためには、環境物品等情報を適切かつ効率的に提供することが必要であり、そのための措置について引き続き検討を行う。さらに、これらの市場を志向した措置を講ずるうえで、拡大を続ける環境物品市場の現状を的確に把握し、これを政策立案にフィードバックすることは必要不可欠な要素であり、今後既存の市場調査等の手法を用いたツールの開発を検討していく。</p> <p>イ．環境ビジネスの振興</p> <p>これまでは、環境ビジネスの普及促進のための基礎的な調査が中心であったが、今後は、具体的な支援策を展開していく。</p>
現行のまま継続	<u>理由の説明</u>

【別紙】

事務事業シート

施策名	-4-(2)環境保全型産業活動の促進	
事務事業名 (関連下位目標番号)	事業の概要	主な関連予算事項等 (14年度予算)
ア．環境に配慮した製品・サービスの普及促進 (下位目標2)	国及び地方公共団体においてグリーン購入を推進するとともに、技術開発の動向等を勘案しつつ特定調達品目及び判断の基準の見直しを実施する。また、一般の消費者に対してグリーン購入の普及・啓発を図るため、グリーン購入地域ネットワークの構築の促進、環境ラベル等の環境配慮型製品に関する情報提供の推進、LCA(ライフサイクルアセスメント)手法の検討・確立を推進する。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定調達品目に関する検討会の開催等 (9百万円) ・ グリーン購入法関係省庁等連絡 会議の開催 (2百万円) ・ 環境物品等調達セミナー (2百万円) ・ 地方の取組状況に関する調査等 (4百万円) ・ グリーン購入推進効果評価等 (7百万円) ・ 環境保全型製品購入促進事業 (15百万円) ・ 環境物品等情報提供体制整備費 (30百万円) ・ 物品等の複合的な環境負荷低減効果評価 (21百万円)
イ．環境ビジネスの振興 (下位目標1)	環境ビジネスの将来展望が明確でないことなど企業が環境ビジネスに関心を持ちにくい状況にあることから、環境ビジネスの市場規模等に関する調査など環境ビジネスに関する基礎調査を実施する。	環境と経済の統合のための産業活動のグリーン化促進に関する調査検討費 (8百万円)

【別紙】 政策効果把握の手法及び関連指標

(施策名) - 4 - (2) 環境保全型産業活動の促進 (下位目標番号) (下位目標1)	単位	現況値(時点)	目標値(目標年次)		
(指標名) 環境ビジネスの市場規模及び雇用規模	市場規模 兆円 雇用規模 万人	市場規模 約30兆円 雇用規模 約77万人 (平成12年度)	市場規模 約50兆円 雇用規模 約140万人 (平成22年度)		
指標の解説(指標の算定方法) 我が国における環境ビジネスの市場規模及び雇用規模を算定する。					
評価に用いた資料(インターネットの公開・非公開の別) わが国の環境ビジネス市場規模の現状と 将来予測についての推計(公開予定)	関連する事務事業名 環境ビジネスの振興				
目標値設定の根拠 循環型社会形成推進基本計画における循 環型社会ビジネス市場の目標に準じた。					
特記事項 (外部要因の影響など)					
目標値の実績値 (表・グラフにより、過去5年間の目標値の推移を記載)					
指 標	H 9	H 10	H 11	H 12	H 13
市場規模	24.7兆円	-	-	29.9兆円	-
雇用規模	69.5万人	-	-	76.9万人	-

<p>(施策名) - 4 - (2) 環境保全型産業活動の促進 (下位目標番号) (下位目標2)</p>	<p>単位</p>	<p>現況値(時点)</p>	<p>目標値(目標年次)</p>		
<p>(指標名) 地方公共団体、企業におけるグリーン購入実施率 (指標の算定方法) 地方公共団体、上場企業、非上場企業におけるグリーン購入の組織的な実施状況をアンケート調査により把握する。</p>	<p>%</p>	<p>地方公共団体 約23% (平成13年度) 上場企業 22.9% 非上場企業 17.8% (平成14年度)</p>	<p>すべての地方公共団体、上場企業の約50%及び非上場企業の約30%が組織的にグリーン購入を実施する。 (平成22年度)</p>		
<p>評価に用いた資料(インターネットの公開・非公開の別) 環境省「グリーン購入に関するアンケート調査(平成14年5月)」(公開) 環境省「平成14年度環境にやさしい企業行動調査」(公開予定)</p>	<p>関連する事務事業名 環境に配慮した製品・サービスの普及促進</p>				
<p>目標値設定の根拠 循環型社会形成推進基本計画におけるグリーン購入の推進の目標に準じた。</p>					
<p>特記事項 (外部要因の影響など)</p>					
<p>目標値の実績値 (表・グラフにより、過去5年間の目標値の推移を記載)</p>					
<p>指標</p>	<p>H9</p>	<p>H10</p>	<p>H11</p>	<p>H12</p>	<p>H13</p>
<p>地方公共団体</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>約23%</p>
<p>企業</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>上場企業 11.2% 非上場企業 -</p>	<p>上場企業 15.3% 非上場企業 11.8%</p>