

平成 18 年度事後評価シート（平成 17 年度に実施した施策）

施策番号	- 4 - (2)	評価年月	平成 18 年 4 月
施策名	環境保全型産業活動の促進	担当部局	総合環境政策局
		評価者	環境経済課長 鎌形 浩史

施策の位置づけ

第二次環境基本計画における位置づけ(第3部)			平成 17 年版環境白書における位置づけ(201ページ以降)		
政策(章)	2 章	環境保全施策の体系	政策(章)	7 章	各種施策の基盤、各主体の参加及び国際協力に係る施策
施策(節)	3 節	1 各主体の取組	施策(節)	3 節	社会経済のグリーン化の推進に向けた取組
その他関連する個別計画		-			

環境白書内「平成 17 年度環境の保全に関する施策」より該当箇所を記載

施策について

施策の目標	< 施策の概要及び求める成果 > 環境に配慮した製品・サービス等や環境保全に貢献する事業活動及び環境ビジネスを促進する。				
予算動向		H15 年度当初	H16 年度当初	H17 年度当初	< 備考 >
	金額(単位:千円)	198.672	200.006	131.087	
	一般会計	98.672	100.006	81.087	
	特別会計	100.000	100.000	50.000	

施策の目標に対する総合的な評価

グリーン購入法の対象品目等について、13 品目の追加及び 68 箇所の既存品目の基準の見直しを実施した。環境ビジネスについては、鉄道業界や化学業界など産業界の経営者と環境大臣との懇談会を開催し、意見交換を行った。また、平成 16 年度現在の我が国の環境ビジネスの市場規模及び雇用規模の推計調査を実施した。さらに、第 5 回日中韓環境産業円卓会議において、各国の中小企業が環境配慮の推進が重要であるという合意がなされた。その他、ISO 等の国際会議に参加し、環境配慮手法の国際動向について情報収集を図った。以上のことから、目標達成に向け進展があった。

残された課題・新たな課題

環境に配慮した製品・サービスの普及促進について、より効果的なグリーン購入のための特定調達品目及びその判断の基準を見直す。地方公共団体、特に町村における取組を促進するための簡易なガイドライン等を作成する。また、国際的なグリーン購入の推進を図る。平成 16 年度「環境にやさしい企業行動調査」によると、消費者やユーザの関心がまだ低いこと、各産業分類ごとの市場規模が分からないこと、関連する情報が十分に入手できないこと、等が環境ビジネスの課題。また、第 5 回日中韓環境産業円卓会議において、中小企業の環境マネジメントが、サプライチェーンを通じ国境を越えて要求されてきているにもかかわらず、その施策等には三カ国間で多くの隔りがある、と確認された。

今後の取組

環境に配慮した製品・サービスの普及促進について、国等の公的機関による取組を質と量の両面から拡充し、市場に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、市場において大きな位置を占める国等による取組を拡大する。また、地方自治体向けのガイドラインを作成し、モデル事業を実施することにより、地方公共団体への取組の促進を図る。さらには、日中韓円卓会議で提案されている環境ラベルの調和化の検討を踏まえ、各国のグリーン購入の基準の調査を行うとともに、世界的なグリーン購入を推進するために、基準の調和化のための課題の整理・検討を行う。環境ビジネスの市場規模及び雇用規模について引き続き調査し、環境ビジネス振興のための具体的施策について検討していく。また、日中韓環境産業円卓会議において、大企業における取引先中小企業に対する環境マネジメントについて引き続き議論を続けるとともに、三カ国の状況を踏まえ、中小企業のための環境マネジメントのあり方について検討する。

施策の方向性		施策の改善・見直し
	-a	施策の重点化等
	-b	施策の一部の廃止・完了・休止・中止
		取組を引き続き推進
		施策の廃止・完了・休止・中止
		機構要求を図る
		定員要求を図る

今後の施策の方向性	予算要求等への反映	-a
	機構・定員要求への反映	-

当該施策の中の下位の目標及び指標等

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 年度比でそれぞれ 2 倍にする。					
指標の名称	環境ビジネスの市場規模 環境ビジネスの雇用規模					
指標年度・単位	単位	H9 年度	H12 年度	H16 年度	目標値	H22 年度
指標	兆円	約 25	約 30	約 37		約 50
	万人	約 70	約 77	約 96		約 140
目標を設定した根拠等	基準年	平成 9 年度	基準年の値	約 25 兆円	約 70 万人	
	根拠等	循環型社会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。				
達成状況	平成 12 年度現在の市場規模は約 30 兆円、雇用規模は約 77 万人(平成 14 年度調査)であったものが、平成 16 年度現在では、市場規模が約 37 兆円、雇用規模が約 96 万人(平成 17 年度調査)に増加しており、環境ビジネスの市場規模及び雇用規模は着実に拡大している。					

下位目標 2	国及び地方公共団体におけるグリーン購入の推進、グリーン購入地域ネットワークの構築、環境ラベル等の環境配慮型製品に関する情報提供、LCA(ライフサイクルアセスメント)手法の検討・確立の推進による一般消費者に対するグリーン購入の普及・啓発を図るとともに、民間においてもグリーン購入の取組の一層の拡大を目指す。						
指標の名称	地方公共団体等におけるグリーン購入実施率 ア. 地方公共団体 イ. 上場企業 ウ. 非上場企業						
指標年度・単位	単位	H15 年度	H16 年度	H17 年度	目標値	H22 年度	
指標	%	ア	38.4	41.5		44.2	100
		イ	29.4	64.7		調査中(H18.9)	約 50
		ウ	21.7	51.5	調査中(H18.9)	約 30	
目標を設定した根拠等	基準年	H13 年度	基準年の値	ア. 23.6	イ. 15.3	ウ. 11.8	
	根拠等	循環型社会形成推進基本計画					
達成状況	地方公共団体においては、平成 13 年度の 23.6%から平成 17 年度の 44.2%へと増加。上場企業においては平成 13 年の 15.3%から平成 16 年の 64.7%へと増加、非上場企業においては平成 13 年の 11.8%から平成 16 年の 51.5%へと増加しており、グリーン購入の動きが着実に進展している。 環境ラベル等データベースの情報の更新・追加を行った。 消費者の商品選択において容易に CO ₂ 排出量が把握出来るデータベースを作成し、試験運用した。						

評価・分析（必要性・有効性・効率性等の観点から簡潔に分析）

【必要性】

環境に配慮した製品・サービスの普及促進について、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第一に必要である。その上で消費者は環境配慮型製品の選択に努め、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し、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に、環境物品等の情報収集・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、環境物品等の調達を推進することによりこれらの需要の拡大を図る必要がある。

環境ビジネスの振興について、今日の環境問題を解決し、持続可能な社会経済を実現するためには、環境保全に資する技術・製品・サービス等を提供する環境ビジネスの推奨が重要である。「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、環境産業が活性化することにより、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、それによって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。また、同基本方針 2003 において積極的に推進することが求められている「530 万人雇用創出プログラム」においても、「環境サービス分野」が大きな柱の一つとして挙げられている。

このように、本施策は、民間での自主的な取組を促進するために、国全体として共通に活用しうる施策を企画立案するものであり、公共性が高く、特に国が担うべき施策である。

【有効性】

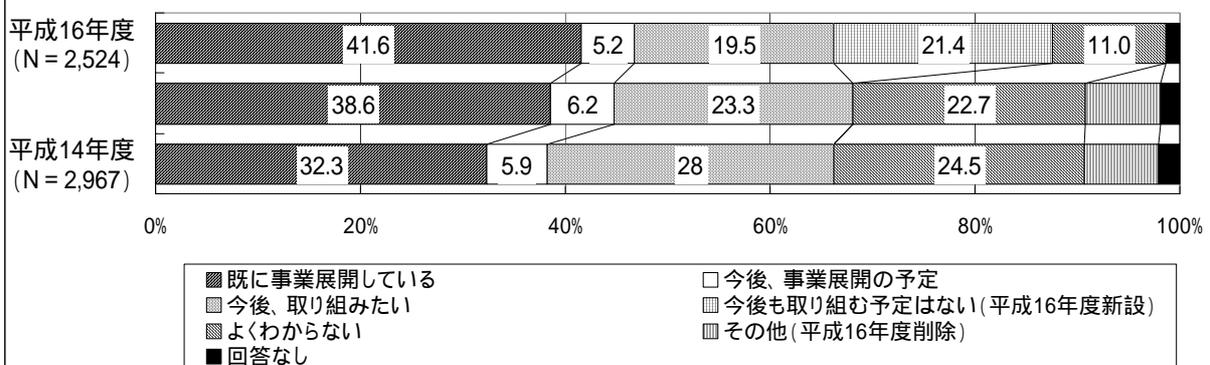
環境に配慮した製品・サービスの普及促進について、全国 2,240 の地方公共団体を対象としてアンケート調査を実施したところ、地方公共団体全体での取組状況については、平成 13 年度の 23.6%から平成 17 年度の 44.2%へと増加しているものの、町村での取組は 23.7%と遅れている。また、事業者については、上場企業は平成 13 年の 15.3%から平成 16 年の 64.7%へと増加、非上場企業は平成 13 年の 11.8%から平成 16 年の 51.5%へと増加するなど、取組が着実に進展している。

環境物品等の市場形成状況については、例えばコピー用紙における特定調達物品の占有率が、平成 12 年の 11.6%から平成 16 年の 33.5%へと約 3 倍に増加するなど、環境物品等の市場の拡大は着実に進展している。

環境ビジネスの振興について、平成 12 年度現在の市場規模は約 30 兆円、雇用規模が約 77 万人(平成 14 年度調査)であったものが、平成 16 年度現在で、市場規模が約 37 兆円、雇用規模が約 96 万人(平成 17 年度調査)に増加している。

環境ビジネスについて既に事業展開をしている(予定がある)、またはサービス・商品等の提供を行っている(予定がある)とした企業は、あわせて平成 14 年度の 38.2%から平成 16 年度には 46.8%に増加しており、事業者における環境ビジネスへの関心も着実に高まりつつある。

< 図：環境ビジネスの位置付け >



【効率性】

環境に配慮した製品・サービスの普及促進について、環境への配慮に関して意識の高い一部の事業者や消費者がグリーン購入に取り組んでいるものの、社会全体での取組は十分とは言えない。このような状況において、経済活動の主体として国民経済に大きな位置を占め、かつ、他の主体にも大きな影響力を有する国が、環境物品等を率先して購入することは、市場規模の拡大など、その波及効果が市場にもたらされるとともに、その取組が地方公共団体や民間部門へ普及する呼び水となるものであり、効率的な手法である。

環境ビジネスの振興について、下位目標 1 の指標 にあるとおり、環境ビジネスの市場規模については、今後とも拡大することが期待される。このような状況において、本施策は規制等ではなく、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、環境産業を活性化することにより、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、さらには雇用の創出にも資するものである。

特記事項

< 昨年からの変更点 >

目標及び下位目標において、より分かりやすくするため見直しを図った。

< 内閣としての重要施策等 >

-

予算事項（事務事業）について

当該施策に関する主な政策手段等（法律・税制等）				
国等による環境物品等の調達等の推進等に関する法律（平成 12 年法律第 100 号）				
下位目標 番号	関連する予算事項名及びその予算額（千円）	H17 当初	H18 当初	H19 反映
		1	環境と経済の統合に関する調査検討経費	11,690
2	国等におけるグリーン購入推進等経費	30,672	34,193	
	製品対策推進経費 事業活動に伴うエネルギー起源二酸化炭素排出自主管理促進事業 (再掲: -1-(1))	38,725 -	28,613 -	x

終期を迎えた予算事項についての分析・検証

予算事項 番号	分析・検証	今後の対応策
2-	消費者が商品を選択する際、容易に CO ₂ 排出量が把握出来るデータベースを作成し、試験運用を開始するため、特別会計による事業は、予定どおり終了する。	左記のデータベースについては、今後は2- 国等におけるグリーン購入推進等経費の中で運営・拡充を図っていく予定である。

< 別紙 > 政策効果把握の手法及び関連指標

施策番号 及び施策名	- 4 - (2) 環境保全型産業活動の促進	下位目標 1
指標名	環境ビジネスの市場規模 環境ビジネスの雇用規模	
指標の解説	OECD の環境ビジネスの分類に基づき、わが国の環境ビジネスの市場規模について算出したもの OECD の環境ビジネスの分類に基づき、わが国の環境ビジネスの雇用規模について算出したもの	
評価に用いた 資料等	「平成 17 年度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業務」報告書	



指標に影響を 及ぼす外部要因	-
-------------------	---

施策番号 及び施策名	- 4 - (2) 環境保全型産業活動の促進	下位目標 2
指標名	地方公共団体等におけるグリーン購入実施率	
指標の解説	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した割合	
評価に用いた 資料等	環境省「グリーン購入に関するアンケート調査」(平成 18 年 3 月公表) 環境省「平成 17 年度環境にやさしい企業行動調査」(平成 17 年 9 月公表)	



指標に影響を 及ぼす外部要因	市町村合併
-------------------	-------