

## 平成21年度環境省政策評価書（事後評価）要旨

評価実施時期：平成22年4月

担当部局：総合環境政策局

施策名：（施策8）環境・経済・社会の統合的向上

施策体系：（目標8-1）経済のグリーン化の推進

### 評価結果の概要

#### 【達成の状況】

- 環境産業の市場規模及び雇用規模については、最近の傾向として継続して拡大基調にある。
- 平成21年度においては、環境配慮促進法の評価・検討に関する報告書に沿って、環境報告書の表彰制度の実施や環境報告書に関する情報提供サイトの開設等、環境に配慮した事業活動を一層促進するための施策を実施した。また、特に中小企業の環境配慮型経営を促進する仕組みである「エコアクション21」については、5年ぶりに内容の見直しとガイドラインの改訂を行い、質の向上と更なる普及拡大に取り組んだ。認証登録事業者数も年々増加しており、厳しい経済情勢の中でも中小企業における環境配慮型経営は徐々に普及してきている。環境報告書作成割合については、増加傾向に回復した。
- グリーン購入法の対象品目として、11品目の追加、1品目の削除と41品目の基準の見直しを行うとともに、地方公共団体の事業者向けの説明会を開催し、約2,000人の参加を得た。また、環境情報の適切な提供方法について整理した環境表示ガイドラインの普及促進に努めた。これらの施策により、目標達成に向け一定の進展があった。
- 環境配慮契約法制度について全国で説明会を実施し、国・独立行政法人・地方公共団体の調達担当者等3000名程度の参加を得、一定の進展があった。○エコ/SRIファンドの公募投資信託の純資産残高は平成17年度の3,084億円から平成21年度に6,148億円へと増加し、設定数は36から80へと大幅に伸びている。エコ/SRIファンドの普及に向け、エコファンド組成に係る調査費等の費用への補助や、中央環境審議会に「環境と金融の在り方について」諮問し、「環境と金融に関する専門委員会」において新たな金融的手法の検討など、環境金融の促進策について検討を行った。
- 税制上の措置を通じて環境配慮の向上に資することができ、平成22年度税制改正大綱(平成21年12月22日閣議決定)においても、「地球温暖化対策のための税については、(中略)平成23年度実施に向けた成案を得るべく、更に検討を進めます。」とされ、所得税法等の一部を改正する法律(平成22年法律第六号)においても同様の規定が盛り込まれた。
- 平成21年度のエコ・アクション・ポイントモデル事業においては、全国型事業3件、地域型事業6件が公募で採択され、昨年度に開始したエコ・アクション・ポイントの本格展開に向け、システムの立ち上げ及び拡充を支援した。
- グリーン家電エコポイント事業の開始(平成21年5月中旬)から平成22年3月末における3品目(エアコン、冷蔵庫、地デジ対応テレビ)合計の売上が、前年同期比1.3倍に増加した。また、LED電球等への交換割合は0.15%、交換件数は約2万件であった。また、対象製品販売台数(平成22年3月までの見込み)による、本事業のCO2削減効果は69万t-CO2/年と見込まれた。なお、平成22年3月に申請等受付を開始した住宅エコポイントについては、今後の事業の進捗を踏まえ、達成状況を把握するよう努めていく。

#### 【必要性】

- 地球温暖化問題や廃棄物・リサイクル問題をはじめとする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、税制等の活用や、環境等の社会的課題に対して積極的に取り組む事業者に必要な資金が流れやすくなるための金融機能の活用、環境報告書や環境会計のガイドライン等を活用した事業者の自主的な環境保全活動を促進するためのツールの作成・普及による、事業者の自主的取組の一層の促進が必要となっている。環境基本計画においても、環境的側面・経済的側面・社会的側面の統合的な向上が、環境政策の大きな柱として位置付けられているところであり、経済活動における環境配慮の徹底に資する本施策が必要である。
- 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発展が果たす役割は大きい。「21世紀環境立国戦略」(平成19年6月閣議決定)においても「車の両輪として進める環境保全と経済成長・地域活性化」として環境と経済の両立を図ることの重要性を訴えており、また「戦略8 環境立国を支える仕組みづくり」として環境保全の取組が市場で適正に評価される仕組みづくりや政府の率先した取組の推進等により、環境立国に向けた人々の自主的積極的な取組や創意工夫を最大限に引き出すために、市場メカニズムの活用等の検討と企業行動等における環境配慮の普及・促進が挙げられている。

- 持続可能な社会経済を実現するには環境負荷の低減に資する環境配慮型製品等の普及を図る必要があるが、そのためには、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、また事業者自身も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。
- 持続可能な社会経済を実現するために、契約の段階において環境負荷の低減に配慮することによって、温室効果ガス等の排出の削減を図ることは大変重要な課題である。国等は、通常の経済主体として国民経済に大きな位置を占めており、また国等の契約の在り方は他の主体の契約の在り方に対しても大きな影響力を有しているため、国等が温室効果ガス等の排出の削減に配慮した契約を行うことによる市場への波及効果は極めて大きい。そのため、国等が具体的に取り組む環境配慮契約の種類や内容、手続等を基本方針等において示して、その普及を図る必要がある。
- 低炭素社会形成のためには、特に近年の増加が著しい業務・家庭部門の温室効果ガス削減が必要不可欠であり、そのためには、国民一人ひとりのライフスタイル等の変革を図っていくことが必要不可欠である。
- 家庭部門からの温室効果ガス排出量を削減し、経済活性化を図るため、高い省エネ性能を持つ家電の購入や、断熱性に優れた住宅の新築・リフォームを促す必要がある。

#### 【有効性】

- 事業者の自主的な環境保全活動の推進については、環境報告ガイドラインを通じた普及促進等により、環境報告書を作成する企業が概ね増加傾向にある。
- 環境マネジメントシステムの構築については、代表的な規格である ISO14001 の認証取得件数は 2 万件を超えており、世界的に見ても取組が進んでいる。また、エコアクション 21 に取り組む事業者数については、財団法人地球環境戦略研究機関持続性センターが実施している認証制度における認証登録数が、平成 22 年 3 月末現在で 4,500 件を超えている。
- 環境に配慮した製品・サービスの普及促進については、平成 20 年度に全国 1,852 の地方公共団体を対象としてグリーン購入の取組状況についてアンケート調査を実施したところ、町村のみでは 64.4% (平成 18 年度 63.5%) と若干遅れているものの全体では 76.0% (平成 18 年度 76.1%) の実施率となっている。(※なお、平成 18 年度からアンケートの設問を、紙類や文具など品目別に分けて実施率を問うものに変更しており、どれか一つ該当すれば実施しているものとみなした。) 環境物品等の市場形成状況では、平成 20 年度における特定調達物品等の市場占有率が、調査等から把握可能な品目については全て、グリーン購入法施行前の平成 12 年度より上昇しているなど、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は、平成 12 年度現在の市場規模は約 41 兆円、雇用規模が約 106 万人(平成 14 年度調査)であったものが、平成 20 年度現在で、市場規模が約 75 兆円、雇用規模が約 196 万人(平成 21 年度調査)に増加している。具体的には、例えば、太陽光発電システムについては、平成 20 年度の市場規模は約 4,700 億円であり、電力買取制度や住宅補助金制度など環境政策の導入の効果もあって、12 年度比 7 倍近くに成長している。国際的にも環境ビジネスのうねりが見られ、近年の環境ビジネスの世界市場は年率 4% 強の割合で伸びているとする推計もある。さらに、地球温暖化に関する社会的な関心が高まる中で、消費者の環境問題に対する意識や企業の CSR に対する意識などが変わってきたことにより、環境配慮が企業の競争力につながるようになり、そうした中で、様々な産業において生産プロセス・製品・サービスの環境配慮が進み、環境ビジネスは環境規制を超えて多様化・拡大している。
- 経済的手法の活用については、例えば、環境性能に優れた自動車に対する税制優遇措置等により、低公害車の保有台数が、平成 20 年度末で 1,765 万台と増加している。
- 環境配慮契約の基本方針等の内容を、地方支分部局を含めた国の機関や独立行政法人、地方公共団体等に周知して、取組みを普及する必要があるとあり、周知するための説明会を全国 47 都道府県で開催し、合計 3000 人以上の参加を得た。
- 国民一人ひとりのライフスタイル等の変革を図るためには、21 世紀環境立国戦略や京都議定書目標達成計画に盛り込まれた、国民一人ひとりの温暖化対策行動に経済的インセンティブを付与する取組であるエコ・アクション・ポイントが有効である。
- グリーン家電エコポイント事業は、高い省エネ性能を持つ家電の普及促進により、地球温暖化対策だけでなく、経済活性化や地上デジタル放送対応テレビの普及を図るものであり、有効な手法である。住宅エコポイント事業は、断熱性に優れた住宅の新築・リフォームの促進により、地球温暖化対策だけでなく、経済活性化を図るものであり、有効な手法である。

## 【効率性】

- 事業者の自主的な環境保全活動の推進に関する施策の成果は、様々な分野での環境政策の一層の展開にいかされるものである。また、事業者の自主的な環境保全活動の推進に関する施策は、国が調査研究やガイドライン策定等の環境整備を行うことで、企業等に対し環境配慮への取組を促進するよう働きかけるものであり、実際の環境保全活動そのものは事業者の自主的な取組により行われるという点において、効率的である。
- 環境ビジネスの振興については、指標①にあるとおり、環境ビジネスの市場規模が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り、実際の環境保全活動は事業者の自主的な取組により行われるという点において、効率的である。
- 環境に配慮した製品・サービスの普及促進については、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等又は公的部門が、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。
- 地球温暖化対策税等の経済的手法は、市場メカニズムを通じて制度の対象者全体の対策費用を最小化することが可能であるとともに、直接的に事業を実施するものではなく、必要最低限の行政コストで実施できるものであるため効率的と考えられる。
- 環境配慮契約については、その考え方は、まだ普及していない。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、かつ他の主体の契約の在り方にも大きな影響を有する国が、環境配慮契約に率先して取り組むことは、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。
- エコ・アクション・ポイントは、ポイント原資や運営費を公に依存していないことを前提としており、ビジネスモデルの中で自立的に循環するという点で事業効率が高い。
- グリーン家電エコポイント事業、住宅エコポイント事業は、高い省エネ性能を持つ家電の購入や、断熱性に優れた住宅の新築・リフォームを促すことにより、地球温暖化対策の推進と経済の活性化を図るものであるが、様々な商品と交換できるエコポイントを付与し、さらなる消費を促すことで経済活性化を図るものであり、効率的な手法である。

## 【今後の展開】

- 事業者の自主的な環境保全活動の推進においては、事業活動に環境配慮を組み込む手法や取組内容の評価手法の開発・普及、環境に配慮した「お金」の流れを拡大するための金融グリーン化の更なる促進及び環境配慮促進法等に基づいた公的法人、民間事業者等あらゆる主体による環境配慮の取組を促進することを課題としている。
- 平成 22 年度においては、平成 21 年度に改訂したエコアクション 21 について、環境マネジメントの促進を図るため引き続き普及推進を図ると共に、更なる普及拡大のための方策調査を行う。また、中小企業の環境マネジメントシステムであるエコアクション 21 について、産業廃棄物の適正処理などの環境法令の遵守の把握など審査の一層の適正化に努めつつ、その普及を推進する。なお、エコアクション 21 を持続可能な形で運営していくことができるよう、中央事務局・地域事務局による自主的な運営に対して一定の助言や支援を行っているところであり、引き続きこのような取組を続けてまいりたい。
- 環境に配慮した金融については、財政投融资や利子補給等を活用することで環境に配慮する企業への低利融資を引き続き行うと共に、中央環境審議会環境と金融に関する専門委員会の報告書を踏まえ、①リースの活用による低炭素機器の普及促進、②年金基金による環境配慮投資の促進、③有価証券報告書等を通じた投資家への環境情報開示の促進、④日本版環境金融行動原則の策定支援等の金融のグリーン化を推進する。
- さらに、平成 20 年度に行った環境配慮促進法の評価・検討も踏まえ、更なる環境情報の有用性や開示情報の利活用を図るため、環境報告ガイドラインや環境会計ガイドラインの改訂等も含めた環境報告書の普及促進策を図る。
- 環境ビジネスの振興については、引き続き環境ビジネスの市場規模及び雇用規模についての調査や、「環境にやさしい企業行動調査」、「環境経済観測」等の調査を行い、現状の把握を行うとともに、エコジャパンカップの開催等を通じ、優れた環境ビジネスのアイデアを発掘する。
- 環境に配慮した製品・サービスの普及促進については、さらに効果的かつ効率的に持続可能な社会の構築を図っていくため、環境負荷低減効果、環境物品等の市場形成への効果の観点から国等によるグリーン購入の効果を評価し、今後の取組に反映する。また、製品テストの実施等により、環境配慮製品の信頼性確保を図る。
- 環境配慮契約については、その環境負荷低減効果や普及状況を踏まえ、環境配慮の内容・手続を具体的に定める契約類

型の追加も含め、基本方針等の内容を見直していく。あわせて、地方公共団体等への環境配慮契約の普及を図る。

○経済的手法の活用については、環境配慮の促進に効果を挙げている税制上の措置を引き続き実施するとともに、地球温暖化対策税を含めさらに効果的な方策について、検討する。

○エコ・アクション・ポイントについては、全国型のモデル事業では、多様な企業の参画を得た事業として本格展開し、幅広い国民の参加を促進する。地域型事業では、20年度モデル事業の成果を踏まえ、採択事業の周辺地域や関連事業者内での拡大等を通じて他地域での普及・拡大を図る。

○高い省エネ性能を持つ家電の購入や、断熱性に優れた住宅の新築・リフォームに対し、様々な商品と交換できるエコポイントを付与するグリーン家電エコポイント、住宅エコポイントを引き続き推進。

**【達成すべき目標、指標、目標年度、実績値等】**

指標の名称及び単位		①環境ビジネスの市場規模[兆円] ②環境ビジネスの雇用規模[万人] ③地方公共団体及び民間団体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 ④(間接) ISO14001、エコアクション 21 等の登録事業者数[事業者] ⑤(間接) エコ/SRI ファンドの設定数、純資産残高[億円]及びその割合[%] ⑥(間接) 環境報告書公表企業(上場/非上場) [%] ⑦(間接) 環境会計実施企業(上場/非上場) [%]						
指標年度等		H17 年度	H18 年度	H19 年度	H20 年度	H21 年度	目標年	目標値
指標	①	約 58	約 66	約 69	約 75	調査中	H32 年度	約 50 増
	②	約 137	約 144	約 130	約 176	調査中	H32 年度	約 140 増
	③ ア	44.2	(※) 76.1	76.2	76.0	76.0	H22 年度	100
	イ	60.8	66.8	77.5	77.8	調査中	H27 年度	約 50
	ウ	52.2	56.5	70.3	70.7	調査中	H27 年度	約 30
	④	18,809	21,224	22,836	24,035	25,043	平成 27 年度 ※エコアクション 21 登録事業者	6,000 社 ※エコアクション 21 登録事業者
	⑤	36/3,084 億円/0.35%	48/5,682 億円/0.52%	73/9,063 億円/0.86%	80/4,432 億円/0.55%	80/6,148 億円/0.63%	—	—
	⑥	47.0/24.6	51.8/28.0	48.8/26.9	51. 6/29.3	調査中	—	—
⑦	37.5/22.7	39.8/22.4	37.2/20.0	36.4/19.9	調査中	—	—	
目標を設定した根拠等	基準年	① ②H 18 年度 ③、⑥、⑦H13 年度			基準年の値	① 70                      ②約 140 ③ア 23.6   イ 15.3   ウ 11.8 ⑥約 30/約 12   ⑦約 23/約 12		
	根拠等	① ②:新成長戦略、⑥、⑦:循環型社会推進基本計画						