

消費者におけるエコなお買い物促進策の調査及び検討の進め方

1. 背景

平成 23 年度の環境省の事業である、グリーンマーケット⁺（プラス）研究会では、市場のグリーン化を進めていくため、環境に配慮した製品・サービスの需要の促進や、環境に配慮した行動・取組への適切なインセンティブの付与等に関する既存の施策を再評価しつつ、今後の関連施策の強化・充実の方向性が検討された。

上記研究会による調査では、環境意識は高いものの、環境配慮型製品の購入にはあまり積極的ではなく、環境意識と行動にギャップのある、いわゆる「中間層」と言われる消費者が、消費者全体の約 6 割を占めることが分かった。そこで、今後の施策として、環境配慮型製品を提供する側から「中間層」に対して消費行動につなげるための施策を行い、環境配慮型製品を積極的に購入する消費者への引き上げることや、環境配慮型製品を提供する側である事業者が「中間層」に対して施策を講じるための動機付けが必要であると考えられる。

2. 目的

1. 背景の内容より、グリーン購入法・グリーン契約法等により環境配慮型製品の利用が進みつつあるものの、一般事業者・消費者に対する環境配慮型製品の普及のための施策は十分ではない。

そこで消費者に対する施策の一つとして、消費者と接点が多く、販売方法等を工夫していくことができる小売・流通業者の中で、環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売業者を適切に評価し、インセンティブ（もしくは評価の低い小売業者に対してディスインセンティブ）を与える施策が考えられる。

本年度は、環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者を適切に評価し、その評価手法により高く評価された小売業者に対する効果的なインセンティブやディスインセンティブ（以下「インセンティブ等」という。）のあり方を検討する。

次年度以降は、本年度検討された評価手法に基づく評価、インセンティブの付与をモデル事業により検証し、販売手法をガイドラインにとりまとめ、環境配慮型製品の普及、市場のグリーン化の推進を図る。

〈主要検討課題〉

- ・①環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者を適切に評価する「評価手法」
- ・②評価手法により高く評価された小売事業者に対する効果的な「インセンティブ等」

また、補足として、市場のグリーン化に関する既存事業と本事業との違い、位置付けについて参考資料を添付する。（参考資料 1「市場のグリーン化に関する既存事業と本事業との位置付け」参照）

3. 今年度の業務内容と検討会各回での主な検討課題

----- 今年度 -----

○第1回検討会（本日）

- ・環境配慮型製品の品目
- ・対象となる小売業者の業態
- ・環境配慮型製品の定義
- ・環境配慮型製品普及策事例調査の項目の検討

- ・環境配慮型製品の品目
- ・対象となる小売業者の業態
- ・環境配慮型製品の定義
- ・国内外の先進事例調査項目

【事務局作業】事例収集

○第2回検討会（11月上旬予定）

- ・先進事例調査の報告
- ・評価項目内容の確認及び「評価手法」案の検討
- ・「インセンティブ等」の検討

・評価手法案
の検討

・インセンティブ
案の検討

【事務局作業】とりまとめ、ヒアリング

○第3回検討会（1月中旬予定）

- ・ヒアリングの報告
- ・ヒアリング結果を踏まえた「評価手法」案及び「インセンティブ等」案の策定

・評価手法案
の策定

・インセンティブ
案の策定

【事務局作業】とりまとめ

○第4回検討会（2月中旬予定）

- ・今後の事業の方向性及び、事業概要案の確認
- ・報告書案の確認

・今後の事業概要案のとりまとめ
（背景、目的、方法等）

----- 次年度以降（予定） -----

- ・評価手法に基づく評価、インセンティブの付与をモデル事業により検証
- ・販売手法をガイドラインとしてとりまとめ

環境配慮型製品の普及
市場のグリーン化の推進