

## 評価対象分野と事業者

### 1. 評価対象分野について

環境配慮型製品の購入を促す制度・仕組みのある分野として、住宅（エコポイント制度）や自動車（補助金制度）がある。家電製品はエコポイント制度が終了しているが、省エネ性能の高さはランニングコストにも反映されることから、環境配慮型製品を選択するという消費者の意識が比較的高い分野であると言える。

一方で環境配慮型製品の購入を促進するための消費者へのインセンティブや制度が整備されていない製品分野として、食料品及び飲料・生活文化用品等の非耐久消費財がある。これらの製品分野は、購入頻度が高く、環境配慮型製品も存在することから、当業務の目的である、消費者に対する環境配慮型製品の普及という観点から、今回の評価対象分野として妥当であると考えられる。

**また、今回の業務において評価の対象となるのは、前述のとおり、あくまで食料品及び飲料・生活文化用品等の非耐久消費財であり、店舗の省エネや廃棄物削減といった、店舗の運営に関する評価ではない。**

#### <評価対象分野>

- ・食料品及び飲料・生活文化用品等の非耐久消費財  
（農産食品、飲料、石けん、家庭用合成洗剤等）

※日本標準商品分類の大分類7及び大分類8を参考とした

### 2. 評価対象事業者について

「評価手法」及び、「インセンティブ等」を検討するにあたり、前述の評価対象とする分野と合わせて、評価及びインセンティブを与えられる対象となる事業者を設定する必要がある。今回の検討においては、消費者との接点が多く、販売方法等を工夫していくことができる小売・流通業者がその対象となり、かつ、前述の食料品及び飲料・生活文化用品等の非耐久消費財を扱っている業態を考えると、以下の業態が妥当であると考えられる。

#### <評価対象事業者>

- ・百貨店
- ・大規模小売店舗（GMS...ゼネラルマーチャндаイズストア）
- ・スーパーマーケット
- ・コンビニエンスストア
- ・通信販売

また、調査対象とする環境配慮型製品の定義と範囲については資料5にて検討することとする。