

インセンティブと評価のスキーム

■インセンティブと評価の仕組み

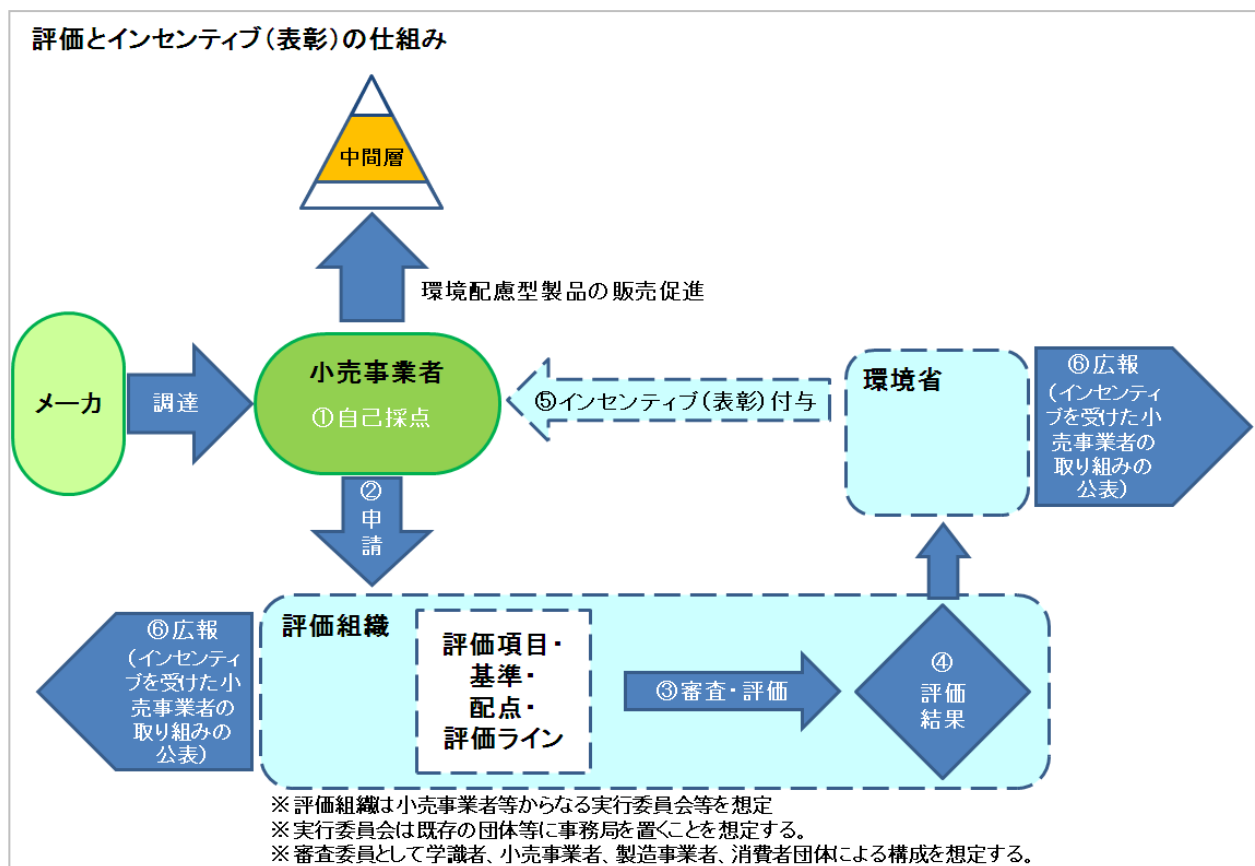
(1) インセンティブ付与と評価の目的

- ・「中間層」消費者（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消費者）による環境配慮型製品の購入を促進し、さらなる市場のグリーン化を図るために、環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者の取組を評価する。
- ・小売事業者における環境配慮型製品の販売を加速させ、「中間層」消費者による環境配慮型製品の購入を促進するために、評価手法により高く評価された小売事業者に効果的なインセンティブを付与する。

(2) 評価の仕組み

① 評価の仕組み

- ・環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者は、「調査項目」及び「評価項目」に沿って自己採点し、その結果に基づき小売事業者が応募する。評価された小売事業者は環境省から表彰を受ける。



② 評価対象者

- ・小売事業者
- ・小売事業者は、百貨店、大規模小売店舗（GMS）、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、通信販売、専門店を対象とし、業態ごとには分けず横断的に評価を行う。

③評価の対象製品

- ・食料品及び飲料・生活文化用品等の非耐久消費財

※日本標準商品分類の大分類 2（13 2 紙及び板紙）、大分類 7 及び大分類 8 に該当するものとする。

※大分類 8 のうち、86（医療用品及び関連製品）、87（医薬品及び関連製品）、90（楽器）、91（スポーツ用具）、92（印刷物、フィルム、レコード及びその他の記録物）、94（美術品、収集品及び骨とう品）、95 3（標識及び公告用品）、95 4（宗教用具）は対象から除く。

④応募区分

- ・企業として取り組みを評価する「企業部門」と個別店舗として取り組みを評価する「個店部門」の 2 部門を設ける。
- ・企業部門は、全てのフランチャイズ店を対象とした小売事業者としての取り組みを評価し、個店部門は、フランチャイズ店のうち個別店舗が独自に取り組み、成果を残した取り組みを評価する。

※グループ会社の場合、グループ全体での売上情報の把握が困難な場合があるため、企業部門での応募は売上情報の把握が可能な事業者単位での応募とする。

⑤評価者（運営者）

- ・申請の受付や審査等の評価に関連する実務は第三者もしくは実行委員会等で行う。

■インセンティブ

（1）インセンティブ

- ・表彰制度による取り組み内容の表彰

※評価手法（案）に基づき応募した小売事業者のうち、環境配慮型製品を積極的に販売促進していると評価された小売事業者が、環境大臣による表彰を受け、広く公表されることを想定する。

（2）インセンティブ付与の方法

- ・環境配慮型製品を積極的に販売促進する小売事業者が「調査項目」及び「評価項目」に沿って自己採点した結果に基づき応募し、評価された小売事業者が表彰を受ける。

※他の表彰制度との連携の模索や認定制度への発展等については、次年度の試行事業の成果をふまえて検討することとする。