3．施策の基本的方向

⑴　基本的な考え方

２に掲げた中長期的な目標を達成するためには、①商品・サービス、金融市場において環境の価値が認められ、事業者に対し環境配慮を求める意識が浸透する、②供給者が環境配慮型の事業活動を行うとともに、需要者側に分かりやすい情報を提供する、③消費者等にその情報が正確に届くことにより、環境配慮型の事業者や商品・サービスが評価・選択される、といった一連の取組により環境配慮を実施している事業者が便益を享受できる基盤の整備をさらに進めることが必要である。また、環境等の要素を評価基準として取り入れた環境金融の拡大により、資金の流れを持続可能な社会に寄与するものにしていくことが必要である。

具体的には、以下の方向性で取組を進める。

［需要側の行動を促す施策の方向性］

①商品・サービスに係る環境に関する情報の共有、コミュニケーションの促進

環境ラベリング、環境報告書などが、情報の受け手にとってさらに役立つよう、ステークホルダーとの双方向のコミュニケーションを重視しながら取組を進める。また、環境負荷の大きさに関する情報などフローに関する情報に加え、環境の質に関するストックについての情報も組み込んでいく。

②環境を重視する経済主体としての意識改革

環境教育を学校教育、消費者教育などにおいて展開し、子どもを含めた経済主体による消費行動を、環境に配慮したものにつなげるための意識の向上を図る。また、この分野における、地域コミュニティ、ＮＰＯなどの市民参画や地方公共団体の取組を支援する。

［供給側の行動を促す施策の方向性］

①事業者の環境マネジメントの促進及び取組状況に係る情報開示

事業者が経営活動の中で環境に関する方針や目標を設定し、環境マネジメントに組織的かつ計画的に取り組むことにより、自らの収益機会を拡大したり、事業リスクを回避したりすることが可能となる。

例えば、環境配慮型の商品・サービスの提供は、環境負荷の低減と付加価値の創出を両立することにつながる。また、大企業がグリーン調達などで取引先の環境マネジメントの状況を評価し、その取引先が自らの取引先にもグリーン調達を広げる取組は、大企業から中小企業まで一貫したリスク管理の徹底につながる。

このような経営活動における環境配慮の取組の広がりは、経済・社会のグリーン化を実現する上で不可欠であり、環境マネジメントの普及はその基盤となるものである。そのため、環境マネジメントシステムの導入を含む環境配慮の取組が、様々な業種や中小企業にも普及するとともに、事業者自らのメリットにつながるような仕組み、環境づくりを進める。

さらに、環境への取組状況に係る情報開示の更なる促進を図る上で、情報通信技術（ＩＣＴ）は、双方向のコミュニケーションの実現に大きく寄与するものであり、その積極的な活用を図っていく。

また、マネジメントシステムを進める上で、社員教育において組織的に環境に取り組む意識づくりを進める。

②環境ビジネスの振興・環境金融の促進

ビジネスモデルの革新を進め、環境ビジネスを促進していくため、環境投資の促進、グリーン購入の拡大、環境ビジネスを担う人材の育成などの取組を促進する。

また、環境金融の拡大によって、金融市場を通じて環境への配慮に適切な誘因を与えることで、企業や個人に対して環境に配慮した行動を促していく。

⑵　各主体の役割

国が果たすべき役割、その他の主体に期待される役割は以下のとおりである。

①国

国は、環境の価値が市場において適切に評価されるよう政策を企画立案・実施し、また、行政として、市場では供給されない公共的な財やサービスを安定的に供給する。具体的には、ルールの設定、科学的知見や基礎的な技術の基盤の整備、政府調達などにおけるモデル的取組の実施、事業者としての率先実行、各主体間の調整・連携促進といった役割を果たし、各主体の市場での取組を支援する。その際、環境への負荷、改善効果を市場に組み込むとの観点から、自主的取組手法、規制的手法、経済的手法、情報的手法など多様な政策手段を動員して、適宜施策の連携を図り、ポリシーミックスによる対策を推進していく。

②地方公共団体

地方公共団体は、国と同様、地域における行政主体としての役割を果たす。特に、各地で重要な経済主体であることから、調達での環境配慮や地域における各主体の調整・連携促進などを進める。また、各地域の特性や資源を活用した持続可能な地域づくりに主体的な役割を果たす。

③企業、消費者、投資家等

企業は、調達、製造、運搬、販売、廃棄物処理などの事業活動において、地球環境、物質循環、生物多様性などの視点から自ら能動的に環境負荷の低減に取り組み、適切な情報開示・提供を行う。

消費者は、消費行動が企業の環境に対する取組を大きく左右することを認識し、得られる情報を元に環境に配慮された商品を選好する。

投資家、金融機関は、環境に配慮した投融資活動を通じて、環境保全という社会的価値の実現に貢献する。

④ＮＰＯ

ＮＰＯは、市民が経済・社会のグリーン化に向けた取組に自発的に参加し活動を行うための受皿としての機能を有する。各主体の経済活動を環境負荷の少ないものとするため、行政、企業、消費者等に対して、情報の提示、取組の提言などを行う。

⑤研究者等

研究者等は、基礎的な科学データの提供など情報の提示・解説、取組の提言などを行う。

また、ステークホルダー間での情報交換、連携、協働により、各レベルの環境保全の取組の質を高める役割を担える人材を育成することが重要である。

⑶　重点的取組事項

⑵における各主体の主体的な取組を促すという観点から、国は、以下のことに取り組む。

［需要側の行動を促す施策の展開］

①商品・サービスに係る環境に関する情報の共有、コミュニケーションの促進

市場において、環境配慮型の商品・サービスや事業者が評価・選択されることを促すために、商品・サービスについての環境情報や事業者の環境配慮の取組に関する情報が一層的確に提供される仕組みを作る。消費者への商品・サービスについての環境に関する情報提供の促進を図るために、以下の取組を進める。

ａ．エコマークなどの環境ラベリングや、グリーン購入対象商品リストなどについて、購入者等に役立つ情報に関する調査研究を行う。また、消費者などが自ら環境に配慮した商品を選択できるような情報の提供方法を構築する。グリーン購入ネットワークなど民間団体、組織、ネットワークとも協力して、情報提供の推進を図る。