

## ポスト京都議定書に向けた環境経営と環境政策

河田 圭太

### はじめに

2011年12月に第16回国連気候変動枠組み条約国会議（COP16）がメキシコ・カンクンで開かれ、米中など温室効果ガスの主要排出国が加わる、新たな温室効果ガスの枠組み「ポスト京都議定書<sup>1</sup>」の早期策定を目指す決議「カンクン合意」を採決し、閉幕した。しかし、具体的な温室効果ガスの削減目標などは先送りにされた。京都議定書の枠組みは2012年で期限が切れるため、2011年に南アフリカで開催されるCOP17で最終決着を図る必要がある<sup>2</sup>。

京都議定書の削減対象期間の終わりが近づき、各国はポスト京都という新たな段階への対応を迫られている。日本も2050年に2005年比で温室効果ガスを60%から80%削減する長期目標を示している。ポスト京都に向けての動きは制約も生み出すが、さまざまな分野で巨大なビジネスチャンスも生み出す。このビジネスの変革はIT革命時を超えるものといわれている。国レベルでも企業レベルでも、いかに早く成長に向けて効果的な動きを作るかが問われている<sup>3</sup>。

本稿では、京都議定書の削減対象期間である2010年現在の、環境政策、環境ビジネスの実態について分析する。その上で、ポスト京都議定書以後の市場の変化と、その対策を考察する。そして、市場拡大は中央の政策だけでは達成できない、地方環境政策の重要性を指摘し、中央と地方の在り方を包括した、ポスト京都議定書以後の日本の施策を検討する。

### 1. 2010年現在の環境問題の実態

この節では、京都議定書の約束期間内である、2010年現在の環境問題と、それに伴う環境経営と環境政策の実態について論じる。

#### 1.1. 京都議定書、洞爺湖サミットの内容と実現可能性

##### (1) 日本に不利な京都議定書

1997年に京都で開かれたCOP3において、京都議定書は誕生した。その後、125カ国で批准され、2005年2月に発効した。合意した先進国は、第1約束機関（2008～2012年）に基準年（ガスの種類によって異なるが、基本的に1990年）と比較して、全体で5.2%の削減を目指すこととなった。削減目標は日本で6%、EU 8%、スイス 8%など、国で異なる。京都議定書の問題点と

<sup>1</sup> 京都議定書の削減対象期間である2009年～2012年以降の、世界の温室効果ガス削減の枠組みとして議論されている、気候変動枠組条約の「新たなる目標」の通称。

<sup>2</sup> 『日本経済新聞』2010年12月12日,1面。

<sup>3</sup> 井熊・足達（2008）p.126。

して指摘されているのは、米国の離脱と、中国、インドといった排出量が多い途上国に削減義務がないことである。

そして、京都議定書の内容は日本にとって不利なものである。それは、京都議定書締結時点で、各国のエネルギー効率をもとにした議論が行われなかったことによるところが大きい<sup>4</sup>。2004年の「エネルギー経済統計要覧」によると、GDP当たりの1次エネルギー消費量を1995年時点で比較すれば、日本の値100に対して、米国が303、英国が210、ドイツが148であり、中国はなんと1310であった。日本のエネルギー効率はもともと高かったのである。さらに、鉄鋼1トンを生産するのに必要なエネルギー量を2003年時点で比較すれば、日本の値100に対して、EUが110、中国と米国が120、ロシアが125である。日本の鉄鋼メーカーの生産効率は世界トップであるにもかかわらず、京都議定書の不利な約束があるために、新日本製鉄は乾いたぞうきんを絞るように、毎年1990年比10%前後のCO<sub>2</sub>削減を強いられている。

日本にとって達成が困難な目標も、EUのドイツや英国にとっては、特に大きな努力を必要としないものであることは明白であった。共産経済圏に属していた東ドイツとの統合が進んでいたドイツや、エネルギー自由化、北海油田のガス化をすでに開始していた英国は、効率の余地が大きかった。エネルギー効率が悪い東欧諸国がEUに統合されたため、1990年代のEU全体としての二酸化炭素削減余地は常に大きかったのである。日本が京都議定書の温室効果ガスの削減目標を達成するには、2006年の13億4000万トンの二酸化炭素排出量から1億5400万トンも減らさなくてはならない。二酸化炭素一トン当たりの排出量価格を50ユーロとすれば、毎年、7500億円程度の排出量を購入するのに相当する<sup>5</sup>。当時の日本政府は、事の重要性を理解せずにEUの基準を受け入れてしまった。国別のエネルギー効率性をもとに議論しないなど、交渉に戦略性がなかったことが原因というのが、今では通説となっている<sup>6</sup>。

## (2) 洞爺湖サミットの内容と実現可能性

次に洞爺湖サミットの内容について説明したい。2008年洞爺湖サミットにおけるG8首脳宣言に記載された気候変動対策の合意事項は、「2050年までに、世界全体の少なくとも50%削減を達成する目標というビジョンを、UNFCCC（地球サミット）の全締結国と共有し、(中略)ともに検討し、採択することを求める」という内容であり、一応数値目標が示された。ただ、40年も先の目標を達成するための中期目標としては、「すべての先進国で…野心的な中期の国別の総量目標を実施する」と書かれているだけで、具体性がない合意であるといえる。二酸化炭素削減問題は、G8諸国だけではコントロールできないことが図らずとも示されてしまった。

洞爺湖サミットで行われた議論の問題点としては、以下を指摘できる。

①G8で話し合われた内容では、世界の二酸化炭素排出削減が十分に達成されないだけでなく、先進国、特に日本の経済負担ばかりが過大になってしまう。日本にとっては深刻な問題である。日本政府は中期目標について触れなかったが、各国とも本質的な議論を避けた。

<sup>4</sup> 尾崎 (2009) p.5.

<sup>5</sup> 尾崎 (2009) p.6.

<sup>6</sup> 尾崎 (2009) p.7.

②途上国の参加がない二酸化炭素削減の議論は、カーボン・リンケージを生じさせる。カーボン・リンケージとは、先進国だけで二酸化炭素排出努力を行っても、世界全体では効果的な削減ができないことを指す。

③サミットでは、長期の二酸化炭素削減の数値目標が独り歩きし、それをどうやって実施するか具体的な議論が明らかに不足していた。

④サミット参加国は、二酸化炭素削減だけでなく、食糧・エネルギーといった資源の確保に関心を寄せており、G8 合意文書も経済成長、エネルギーといった安全保障、貧困、水、アフリカなどの問題に言及している。しかし、サミットでの日本政府は、温暖化問題対策に議論を集中させすぎて、エネルギー、食糧問題などの戦略が欠けていた。

企業の長期計画はせいぜい5年、国の計画も長くて10~20年である。したがって、洞爺湖サミットの行われた2008年から2050年までの42年間という期間の計画は、異例の長期計画であり、明確な予測や目標を立て、2008年との連続性を考えることは実質不可能である。2008年と40年前の1960年代を比較すると、生活水準、産業技術、社会構造などのすべてに連続性がなく、超長期計画の難しさが実感できる。超長期計画の達成のためには、複数のシナリオを用意して、シナリオごとに中期の途中目標を設定せざるを得ない<sup>7</sup>。

## 1.2. 2000年代の環境経営の実態

この項では2000年代の環境ビジネスの状況について説明する。将来世代の持続可能な社会の実現を図る産業の中心として、環境ビジネスには大きな期待が寄せられている。高度経済成長期の公害の経験から様々な環境改善措置を生み、さらに70年代の二度にわたるオイルショックによって世界に冠たる省エネ技術を開発したことを基盤として、環境ビジネスは21世紀における日本の基盤産業の一つとなり得る領域でもある。経済産業省や環境省が発表する市場予測などでは、環境ビジネスは将来的にも成長していくものとみられている<sup>8</sup>。見方を変えれば、環境ビジネスの成長なくしては、地球環境の改善は成し得ず、人類も含めた、地球上の生態系の存続も危ぶまれる。環境省は環境ビジネスの市場規模として2000年の29.9兆円から2010年で47.2兆円、2020年では58.3兆円まで伸びると予想している。2007年で、自動車産業が42兆円、建設産業が56兆円の規模であることから考えれば、環境ビジネスが主要産業の一つになることは間違いないだろう。環境ビジネスはこれまで官公需要が大きな役割を占めていたが、2007年時点で、民間需要へと拡大している。環境マネジメントシステム<sup>9</sup>（ISO14001 認証取得<sup>10</sup>）の導入により、

<sup>7</sup> 尾崎（2009）p.10.

<sup>8</sup> エコビジネスネットワーク（2007）p.14.

<sup>9</sup> 組織の環境管理を日常業務に統合して、組織の環境パフォーマンスを改善することを目標とする。具体的には、活動のもたらす環境影響を把握して、その環境負荷を低減する目標設定とプランを作り、プランを実行し、その成果を検証する仕組みである。

<sup>10</sup> 環境マネジメントシステムの仕様を定めるISO14001は、環境管理のシステムを組織的に構築することを要求し、Plan（目標設定）→Do（実施）→Check（監査）→Action（見直し）→Planのサイクルを通じて、

各企業が事業所内の環境負荷の継続的な改善を進め(リサイクル、省エネ、省資源、汚染防止など)、環境配慮型製品<sup>11</sup>の優先的な購入を図るグリーン購入制度の導入で、そこに提供される製品やサービスが創出されている。さらに、一部の生活者の中に、環境に配慮した消費行動(商品の購入・利用・廃棄)を行うグリーンコンシューマが具体的に姿を現し始めた。こうした生活者の意識変化も、環境ビジネスの民間需要を広げる要素のひとつとなっている<sup>12</sup>。

多様な広がりをもよおす環境ビジネスの背景には、新規参入する業種の多様化がある。これまで、大気・汚水対策、ごみ処理の一部の装置メーカーなどの特定企業がその恩恵にあずかってきた。しかし、農業・林業・水産業・牧畜業の第一次産業全体、鉱業・製造工業・建築業を一括した第二次産業、そしてそれ以外の産業、具体的には輸送・通信・電気・ガス・水道・商業・金融・公務・各種サービスなどの産業を一括した第三次産業など、環境ビジネスは全産業へと裾野を広げている<sup>13</sup>。

### 1.3. 環境経営の事例

前項で環境経営の実態を大まかに記した。この項では2010年までに、企業がどのような環境経営を行ってきたのか具体例を示したい。以下、リコーとキャノンの例を挙げる。

#### (1) リコーにみる環境経営

複写機メーカー、リコーは日本経済新聞が毎年実施する「環境経営度調査<sup>14</sup>」では何度も一位となり、毎年上位にランクされている。売り上げ、収益などの業績も好調で、環境と経営の両立に成功している。リコーは環境経営へ向かうステップを「環境対応」、「環境保全」、「環境経営」の3段階に分けている。

第一段階の環境対応は、主に環境規則の法規制を順守し、他社の環境への取り組みを参考にし、顧客の環境に対する欲求を経営に反映させる程度の消極的なものである。

第二段階の環境保全是、地球市民としての企業の役割を果たすため、高い目標を掲げ、省エネ、省資源、汚染防止に積極的に取り組み、社員一人ひとりの環境意識の向上を果たすものだ。具体的な取り組みとしては、ISO14001の認証取得、LCA(ライフサイクルアセスメント<sup>15</sup>)による製

---

継続的な環境パフォーマンスの改善が目指される。実体的な環境パフォーマンスによる基準が示されるのではなく、環境マネジメントシステムを構築して環境への負荷が低減される仕組みを組織に組み込むことが図られている。

<sup>11</sup> 環境側面を考慮して設計された製品。例をあげると再生紙を使用したプリンタ用紙など。

<sup>12</sup> エコビジネスネットワーク (2007) p.14.

<sup>13</sup> エコビジネスネットワーク (2007) p.15.

<sup>14</sup> 企業の環境対策を総合的に評価することを目的に、日本経済新聞が1997年から毎年1回実施している調査。「企業の環境経営度」と題し、企業が温室効果ガスや廃棄物の低減などの環境対策と経営効率の向上を、いかに両立しているかを評価している。各企業のアンケート結果をもとに「環境経営度スコア」を作成し、ランキング形式で新聞紙面に発表している。

<sup>15</sup> 製品の一生、すなわち資源採取から、製品の製造、流通、使用、リサイクル、廃棄までの全過程での環

品の環境負荷チェック、さらに環境ボランティアのリーダーの養成などがある。ただ、環境保全の段階ではかかるコストがまだ高く、経営は赤字で、利益を出すには至らない。

第三段階の環境経営こそが、「環境保全と利益創出の同時実現」である。つまり、環境保全に積極的に取り組むほど利益が伸びる段階である。リコーの場合、製品過程における部品点数の削減、工程数の削減、過剰包装の廃止、といった取り組みを強化し、省エネ・省資源を実現して、それによって利益を増やしている。

たとえば「循環型エコ包装材」だ。リコーの場合、複写機を顧客に届ける場合、以前では段ボール包装をしていた。この場合、工場側には当然包装代がかかる。顧客にとっても段ボールを開け、複写機を取り出せば、段ボールはその場でごみになってしまう。樹脂型のエコ包装材が投入されたのは、「なんとか捨てないですむ包装材はないか」と考え、工夫した現場の社員によるものであった。エコ包装材は、今日では折り畳み式になっている。複写機を届けた後、エコ包装材を折り畳んで工場に持ち帰るが、体積が5分の1程度まで縮小するので収納スペースは少なく済む。さらに、何度も使えるので資源生産性は高く効率的である。

リコーは環境経営の実施に当たり、戦略的目的管理制度、環境会計<sup>16</sup>の導入、環境経営情報システムの強化などに取り組み、具体的な数値目標を掲げている。環境対策は資源を使わないことが価値を生む。コピー機に使うトナーの生産では、従来の電力使用量を半分に減らした。コピー機やプリンターも、半分の資源で提供できるようになった。リコーの環境経営とは、資源を節約すればするほど利益を生み出す、コストダウン活動にほかならない<sup>17</sup>。

## (2) キヤノンにみる環境経営

必要な分だけつくるという考え方で環境経営を進めているのが、キヤノンである。製造部門では、「量産のための生産」ではなく、「失われたストックの補充を目的とした生産」に重点を移している。それによって新規の資源投入量が抑制され、末端での大幅な廃棄物の削減が可能になる。キヤノンは注文に応じて、必要な分だけを作るという方法で発生抑制を行っている。そのため、売れ残りの製品在庫は発生しないし、製造段階で余分な部品在庫を大量に抱え込まなくて済む。生産現場も、1人から5人程度の多能工で小集団を形成して、作業面積を節約できる。ベルトコンベアを設置した大型工場と比べれば、電気代なども大幅に節約できる。さらに、そこで使われる投入資源にも、リユースやリサイクルの活用によって、バーゲン原材料の投入を極力抑制する工夫が施されている。この小集団による生産方式は「セル（細胞）生産方式」と呼ばれている。キヤノンやリコー、ソニーなどの主力工場では、この数年間の間に、ベルトコンベアを取り

---

境負荷を定量的客観的に評価する手法のこと。

<sup>16</sup> 企業の環境保全への取り組みを定量的に計算、評価する仕組みのことをいう。すなわち、事業活動における環境保全のためのコストとその活動により得られた環境効果を認識し、可能な限り貨幣単位または物量単位に測定して公表するものである。

<sup>17</sup> 三橋（2006）p.264.

外し、セル生産方式に切り替えている。セル生産方式は、コンベアを使った「大ロット・まとめ生産」と違って、「小さな単位のモノづくり」である。

キャノンは1998年から2001年の4年間で、世界各地にある約45の工場からすべてのベルトコンベアを取り外し、セル生産方式に切り替えた。撤去したベルトコンベアの長さは約18 km。それに伴って、約54万㎡のスペースが削減できた。土地を借りている場合は、それだけでもかなりの節約になる。逆にその土地が自分のものであれば、売却や賃貸で地代を稼ぐことができる。これまで製品や部品を保管するために必要だった自動倉庫も大幅に削減でき、かなりの金額の倉庫代が不要になった。さらに、セル方式に切り替えたことによりさまざまな無駄も省け、1万8000人の人員削減が可能となり、その余剰人員をほかの部門で活躍させることができた。労働生産性は35%上昇し、総額約1188億円のコストダウンを達成した。環境面では省エネとなって、キャノンが年間に排出するCO<sub>2</sub>の量の約7%、約4万2800万トン削減できた<sup>18</sup>。

コンベアを使った「大ロット・まとめ生産」は、成熟社会には不向きである。現代の成熟社会はモノが豊富に存在する社会であり、人々の好みも多様化している。よって、すでに指摘した通り「必要なものしか作らない、必要なものしか生産しない、廃棄物は再資源化して使う」ことを旨とした循環型の生産システムの方が適しているのである<sup>19</sup>。

### (3) 環境経営で利益を上げる企業

企業はヒト・モノ・カネを総動員し、環境と経営を両立させる企業モデルに挑戦し、ビジネスチャンスを広げている。このモデルは、「環境対策を進めれば進めるほど企業に利益をもたらす」という新しいモデルでなくてはならない。

日本の企業の中には環境経営を標榜し、それに徹することで業績を上げている企業が増えている。トヨタ自動車、本田技研工業、松下電器産業、キャノン、リコー、富士ゼロックス、アサヒビールと数え上げていけばきりが無い。太平洋セメントや同和鉱業などの素材メーカーも、リサイクル産業として蘇ってきている<sup>20</sup>。

## 2. ポスト京都議定書に伴う環境市場の動き

前節で京都議定書約束機関である2010年現在の環境情勢を示した。この節では、それ以後、ポスト京都議定書に向けて市場がどのように変化していくかを論じる。

---

<sup>18</sup> 三橋 (2006) p.115.

<sup>19</sup> 三橋 (2006) p.117.

<sup>20</sup> 三橋 (2006) p.261.

## 2.1. 開発に出遅れた新エネルギー

ポスト京都による排出量の長期目標が設定され、これから企業には、限られた地球のキャパシティのなかで企業としての活力を維持していくための抜本的な改革が求められる。その範囲は商品構成だけでなく、いずれ収益構造、経営システムなどあらゆる範囲に及ぶはずである。その結果、環境による本格的な企業選別の時代になることは避けられない。2010年現在ではまだ、市場を意識し始めた段階だといえる。この先はそこからより一層グローバルな視点が求められるだろう<sup>21</sup>。企業は市場をもう一段大きな枠組みから見据えることで、企業と環境との持続的な関係を達成できるのである。

ポスト京都では2050年を長期の目標年度にした施策が展開されることから、新エネルギーが成長性の高い産業になることは間違いない。日本は環境先進国、技術立国を自任しているが、新エネルギー分野で日本は有利な立場に立てていない。風力発電は、国内市場の立ち上げが緩慢だったこともあり日本企業は完全に出遅れた。太陽光発電は日本のお家芸だったが、ドイツ、中国などから猛攻を受けている。バイオ燃料生産についても、日本は世界での重要な地位からは程遠い<sup>22</sup>。2008年の自然エネルギー事業への投資総額の内訳をみると、半分はヨーロッパ、四分の一はアメリカに流れ、残りは中国が八分の一、インドとブラジルが十六分の一ずつ分け合っている状況である。これは世界から見ると、日本の自然エネルギー事業には投資する価値がないと判断されているに他ならない。日本の行政や産業界はこうした状況を認識し、早急に自然エネルギー事業に注力すべきである。いたずらに時間だけを費やしていたら、市場参入のチャンスを逃すことになってしまう<sup>23</sup>。

日本が各国に出遅れた原因は、政府や産業界の都合で、自然エネルギーは高く、不安定で、役に立たない、というデマを国民に押し付けたことにある。日本は非常に高度な技術力を持っているにもかかわらず、国内に市場を作らなかったかがゆえに自然エネルギーの移行がうまくいかなかったのである<sup>24</sup>。これに対し、欧米諸国はその移行がうまくいっている。オバマ大統領は地球温暖化対策と経済政策を統合させ、新エネルギー政策を掲げた。これによって温暖化対策そのものが経済対策、景気対策になるのだという発想の転換が起こった。さらに、市場万能主義を否定し、新しい時代における産業の育成は市場だけに任せるのではなく、政府が適切な役割を果たしていくべきだ、という方向性を示した。日本にもこうした発想の転換が必要である。日本政府で具体的な対策として挙がってくるのは目先の対症療法ばかりである。日本政府には今後のビジネスや経済を見通して、次世代のイニシアチブを握ろうという発想が皆無なのである<sup>25</sup>。

<sup>21</sup> 井熊・安達 (2008) p.7.

<sup>22</sup> 井熊・安達 (2008) p.122.

<sup>23</sup> 飯田 (2009) p.72.

<sup>24</sup> 田中 (2009) p.148.

<sup>25</sup> 筒井 (2009) p.114.

## 2.2. 世界屈指の実力を誇る日本の革新的エネルギー技術

上述したように、日本は自然エネルギーで厳しい立場に立たされている。この項では日本が世界のトップクラスの技術を持つといわれている、革新的エネルギーについて述べる。

電気自動車に搭載する電池などで日本は世界のトップを走っている。エネルギーの効率利用に必要なヒートポンプ<sup>26</sup>の開発でも日本のレベルは世界をリードしている。水素燃料時代に向けた次世代型発電機でも日本は世界のトップにある。自動車ではトヨタ・ホンダが世界の先陣を切ったが、家庭用では東京ガス・大阪ガスが中心となり、パナソニックをはじめとする日本メーカーが燃料電池を実用化している。このように再生可能エネルギーではドイツなどに押されぎみの日本であるが、革新的エネルギー技術では間違いなく世界最高のレベルにある<sup>27</sup>。

高い技術力をもつ日本の産業界にとって、ポスト京都により生まれる市場は極めて重要なものになる。しかし、日本企業は市場という面で、再生可能エネルギーの分野で世界に大きく出遅れた。これには二つの理由がある。一つ目は、政策サイドに産業政策としての意識が不足していたことだ。二つ目は、民間企業も政策サイドばかりに目が行き、市場志向になれなかったことだ。エネルギー分野では海外進出に保守的な企業が多い。つまり、内向きな政策とそれに慣れた産業界の姿勢が出遅れの理由と考えられる<sup>28</sup>。

## 2.3. 環境負荷を廃棄物リサイクルにより低減する

持続可能な社会の実現するために欠かせないことに環境負荷の低減がある。それを達成するためには、国内だけでなく海外に目を向けなければならない。日本の企業は、ドイツ、スウェーデンなどのそれと比べ、環境問題に対して認識や対応に大きな遅れをとっている。企業の環境への配慮とは、「環境配慮型製品」を市場に供給するだけでなく、「社会の資源・エネルギーの成長を抑制すること」にも注視しなければならない。日本の政府、企業は、環境問題が市場システムにより構造的に生み出される問題であることは認めるものの、経済・社会・政治などの制度や技術改革の在り方を根本的に見直すことをしていない。生産面に力点が置かれていて、消費面の重要性にはあまり触れられていない。よって、生産工程をグリーン化し、環境調和型の製品を供給すれば、消費の拡大は問題ない、という暗黙の前提がある。しかし、環境調和型の製品を大量に

---

<sup>26</sup> 熱媒体や半導体等を用いて、低温部分から高温部分へ熱を移動させる技術。主に冷凍冷蔵庫、エアコン、給湯器に用いられる。

<sup>27</sup> 井熊・安達 (2008) p.124.

<sup>28</sup> 井熊・安達 (2008) p.128.

生産し、消費し、廃棄すれば、大量の資源とエネルギーを消費する結果、環境負荷を高めることは明らかである<sup>29</sup>。

それらの解決策として、廃棄物リサイクルについても、国内を超え海外で大きな市場を形成する必要がある。本来、廃棄物リサイクルは国内処理が原則だが、日本の法・制度の不備や物質収支をみると、国内処理だけでは無理な話で、まして、廃棄物が有効な資源として国際市場で取引されるような状況において、価格が高い市場で売買されるという経済原理が働くのは当然である<sup>30</sup>。

### 3. 市場拡充によりポスト京都で生き残る

前節でポスト京都議定書以後、より一層、環境関連の市場が生まれていくこと、そして日本はそれに対応出来ていないことを論じた。日本は世界屈指の環境技術を持っておりながら、市場が充実していないために、他国に出遅れている。国内、海外の市場拡充を早急に進めることが必要である。この節ではその進め方を示していく。

#### 3.1. 海外市場拡大のための方法提示

##### (1) 日本の技術力で市場を拡大する

成長が期待されるポスト京都の市場で成果を挙げるためには、世界中の成長企業に焦点を当てるのが重要だ。欧州はドイツを中心に今後も市場の拡大が期待できるし、アメリカでも成長が加速するだろう。先進国が環境面の協力をコミットせざるを得ない新興国、途上国の市場でも新エネルギー関連の投資が進む。国内市場の立ち上がりを待っているようでは、国内市場が拡大しても、海外市場で成功した事業者に市場を奪われかねない。技術的なリードがあるうちに、こうした技術を世界の市場で普及させるための取り組みが進むことが期待される。2000年代の代表例はハイブリッドカーを中心とした省エネルギー自動車市場でのリードだろう<sup>31</sup>。

政策面では新エネルギーの利用、開発にインセンティブを供与するための制度作りが求められる。民間企業には革新的エネルギー技術を差別化の手段に使うことを期待したい。官民の連携が成長市場での事業を拡大するのである。

##### (2) アジアへの市場拡大

海外の市場で特に重要となってくるのが、アジアであろう。アジア全体で強固な協力関係を築いていくことが重要なのである。日本、中国、韓国はともにリーマンショックに始まる不況で大

<sup>29</sup> 小澤 (2006) p.148.

<sup>30</sup> エコビジネスネットワーク (2007) p.2.

<sup>31</sup> 井熊・安達 (2008) p.128.

きな打撃を受けたが、それは輸出に依存した産業構造に要因がある。今後は三国とも国民の生活の質を高めて内需を拡大する方向にシフトしなければならない。それならば、お互いに協力関係を築き、こうした共通の課題と一緒に取り組んでいくことで、より大きな成果を挙げるができるであろう。さらにその取り組みの中で日、中、韓を中心としたアジアの経済環境共同体を作ることができれば、アジア地域での国際競争力は高まり、アジア全体のメリットとなる。ヨーロッパでも冷戦でバラバラになり、競争力を失いつつあったイギリス、ドイツ、フランスが失地回復のために手を結び、EUを発展させた。そして国境の壁を越えて環境問題や経済問題に取り組んだ結果、ヨーロッパ諸国は見事に復活を果たした。これを教訓に、アジアでも同様の取り組みを行っていくべきではないだろうか<sup>32</sup>。

### (3) アジアに廃棄物リサイクル市場を形成する

先に述べた、廃棄物リサイクル産業でも、アジアは重要な市場となる確率を秘めている。経済成長の著しいアジア諸国は慢性的な資源不足で、資源インフレが続く中、日本で排出される廃棄物がアジアへ資源として輸出される量は年を追うごとに増大している。この先も一国内資源循環社会ではない、アジアを一単位としたアジア型循環型経済社会圏の形成の動きが強まるだろう。その他の発展途上国でも BRICs (ブラジル、ロシア、インド、中国) をはじめとして、急速な経済発展により世界的な資源不足が続き、多くの資源価格が高騰している状況で、金属スクラップ、廃プラスチック、古紙などの廃棄物も有効資源として高値で売買されている。

この先もこの資源インフレ基調が続く中で、廃棄物リサイクルや使用済み製品のリユースビジネスは右肩上がりの成長が期待できる<sup>33</sup>。最終的な廃棄物を国内で消化出来ないのが 2010 年現在の状況であるので、それを需要のある発展途上国に移転するのが得策であると考えられる。

### (4) 途上国への環境支援

さらに、国際的にみた環境汚染でも、アジアは無視できない存在となっている。アジア諸国の二酸化炭素排出量は 1971 年の 15.1% から 2005 年は 35.8% と増加している<sup>34</sup>。中国は 2007 年のデータでは、19.9% のアメリカを抜き 21.0% で 1 位となっており<sup>35</sup>、インドも年々排出量を増やしている。1 人当たりのエネルギー消費量が先進国に比べて低いところをみると、経済成長に伴いますます環境負荷は増加するといわれている。

そういった開発途上国に対する環境対策で提案したいのが、コベネフィット (相乗便益) 型温暖化対策である。これは、開発途上国の開発に対するニーズと地球温暖化防止を行うニーズと両方を意識し、単一の行動から 2 つの便益を得るというものである。アジアなど開発途上国におい

<sup>32</sup> 吉田 (2009) p.48.

<sup>33</sup> エコビジネスネットワーク (2007) p.2.

<sup>34</sup> 環境省 (2008) p.49.

<sup>35</sup> 環境省 (2010) p.165.

では、環境への関心が高まりつつあるものの、経済開発に向けた開発を進めることが最優先とされており、温室効果ガスの削減対策は優先度が低いという傾向がある。そのため、温室効果ガスの削減に向けて開発途上国の積極的な取り組みを促すためには、開発ニーズを満たしつつ、地球温暖化対策にもつながる取り組みを進めていくことが有効である。

特にアジアなどの開発途上国では、開発に伴う公害の発生が地域として解決すべき重要な課題となっており、このような地域の環境問題を解決するための公害対策に取り組みながら地球温暖化対策も進めるコベネフィット型温暖化対策は、発展途上国における開発ニーズを満たしつつ地球温暖化防止への主体的な取組を促すための有効な手段である。日本が開発途上国へコベネフィット型の支援を行うことにより、国際的な環境問題の解決と、そこから同時に得られるエネルギー効率の改善や、大気汚染の改善などが、公害問題の改善につながる。

日本はこれまでに公害防止対策と同時に、石油ショックで省エネルギー対策の必要に迫られた経験がある。第一次石油ショックの起きた 1972 年から 2005 年まで、日本のエネルギー効率は 35%改善と、公害防止技術、省エネルギー技術はトップクラスである<sup>36</sup>。これまでの経験を通じた技術や仕組み、さらに公害世代の人材をアジア諸国に派遣、促進していくことで、アジア諸国を低炭素社会へと導ける。さらに日本の技術を広げることは、そのまま環境市場の拡大にも結び付く。いち早く開発途上国の環境への認識を改めさせ、そのまま市場を拡大させることが良策であろう。

以上のように、海外の市場に関してはアジアが重要なカギを握ることになる。よって、アジア全体の環境、経済、社会を見ていく視点が大切である。たとえば西日本地域は中国からの越境汚染にあっているが、この原因の一端は日本側にもある。中国に進出した日本企業が中国の安い労働力を利用し、日本並みの公害対策を行わないまま低コストで製品の生産を行っていることも、中国の公害を引き起こしている一因だからである。したがって、西日本地域の越境汚染を解決するためには、中国に日本も協力し、有効な対策を講じる必要があるのである<sup>37</sup>。

### 3.2. 国内市場拡大のための方法提示

#### (1) 「緑と経済と社会の変革」以後の国内環境対策

日本では 2009 年 4 月 20 日、温室効果ガス排出削減など環境対策を実行し、日本経済を強化するための政策案「緑と経済と社会の変革」が公表された。内容は、①社会資本②地域コミュニティー③投資④技術革新⑤消費⑥アジアへの貢献の六本柱からなり、社会資本の具体的施策としては学校施設への太陽光発電導入、消費ではエコポイントによる省エネ家電購入促進などを盛り込んでいる。環境省の試算では、この政策を通じて 2020 年には環境ビジネスの市場規模は 120 兆

<sup>36</sup> 環境省 (2008) p.50.

<sup>37</sup> エコビジネスネットワーク (2009) p.41.

円に拡大できる、同時に雇用は120万人から280万人に拡大できるとしている。このように政府による需要創出が図られる状況は、企業の環境経営の促進、とりわけ環境ビジネスへの参入や環境配慮型製品・サービスの開発といった側面に大きな追い風となることは間違いない<sup>38</sup>。

しかし市場拡大が容易に進まない分野もある。施設建設(埋立処分場造成)、環境分析措置、廃棄物処理、リサイクル装置、下水・し尿処理などの分野では、必ずしも現時点から市場規模を大きく拡大するとはいえない。この理由は、日本の人口減少と政府の財政危機にある。こう考えると、環境ビジネスの参入を事業機会にできる企業は必ずしも広域に存在するとはいえないのかもしれない<sup>39</sup>。

それであれば、有望なのは各社の本業における環境配慮型製品・サービスの拡大ということになる。ただ、ここで必ず直面する疑問の声として「果たして環境配慮型製品を売り物にして製品サービスが売れるのか」という問いがある。製造プロセスで投資資源を減らす、省エネルギーに努める、廃棄物を減らすことでコストが減らせるという筋道は比較的理解がしやすい。一方、その財の使用時点もしくは廃棄時点で環境負荷が小さい製品・サービスを開発するという領域は、顧客の側がそのメリットを評価してくれなければ売り上げの実現には結びつかないわけで、「企業の努力だけでは変えられない、顧客の意識が変わってくれないと何にもならない」ということになる<sup>40</sup>。

## (2) 国内市場を拡大させる方法

日本の国際競争力上の地位を考えると、従来の製品・サービスそのものでは新興国のメーカーと競争することがますます困難になる。新興国では廉価なコストであらゆる経営資源が調達できる。製品自体の性能や機能を知的所有権をたてに守ろうとしても競争優位を長続きさせることは必ずしも容易ではない。では、新興国製品が日本の国内市場を席卷してしまうことを少しでも食い止めるためにはどうしたらよいただろうか。それは、新興国企業にはまねできない環境配慮型製品を、日本の消費者から支持される状況を作り出せばよいわけである。「環境にやさしい製品なら、少しばかり値段が高くても購入しよう」というマーケットを作ることができれば、日本企業の競争優位は相対的に維持されるであろう。

こうした進化した市場が日本に誕生し、日本企業が率先してこれに適応する力を身につけたら、その実力は必ずや海外でも通用することになる。欧州市場はもとより、1990年代前半以来米国市場でも「グリーン・コンシューマー」の存在が認められるようになってきている。さらに新興国でも、すでに環境問題を意識する消費者も現れ始めてきている。こうした人々にとって、新たに環

---

<sup>38</sup> 足達 (2009) p.88.

<sup>39</sup> 足達 (2009) p.89.

<sup>40</sup> 足達 (2009) p.91.

境問題に立ち向かうという側面でも「ジャパン・クール（日本はかっこいい）」というイメージを形成することができれば、それは日本企業が生き残る道につながるはずだといえるだろう<sup>41</sup>。

環境経営が本当に地のついたものになるか否かは、市場の進化が現実のものになるか否かにかかっているといても過言ではない。市場の進化が現実のものになっていなければ、環境経営を実践しようとしてもそのことが報われる状況が訪れないからである。その意味では、責任は企業者経営者ばかりではなく、消費者、労働者、投資家というさまざまな顔を持つ我々一人ひとりが市場を通じて企業を適切に評価しなければならない<sup>42</sup>。

### 3.3. 市場拡大のための規則整備・支援体制

市場拡大のためには企業の努力だけでは不十分である。政府による対策が拡大成功の鍵をにぎる。具体的には有効な規則、支援制度の整備である。規制強化が企業、地域にとって追い風となる場合と、逆に規制緩和がそれとなる場合がある。必要ない規則に無駄な労力と資金を費やすのではなく、効率的な規則整備により、企業・地域を環境経営の成功に導いてことが大切である。支援体制も然りである。

#### (1) 規則強化によって環境ビジネスを支援する

規則強化によって企業の環境ビジネスが進歩する例を挙げる。92年の地球サミットでは地球環境保全を推進するために、行政、産業、市民がそれぞれの役割を果たすことが求められた。日本でも「グリーン購入法」「環境教育促進法」などにみられるように、環境保全を軸とした法整備の対象は産業からより広い範囲に広がっている。この先、日本の環境法は国際社会の動きや環境法規と連動して、社会活動全般に及ぶこととなるだろう。こうした環境へのパラダイムシフトに沿った法整備をバネとして、環境ビジネスは創出の契機をつくってきた。法整備の流れは環境ビジネスの一つの方向性を示しているともいえる。「省エネ法」「土壌汚染対策法」「食品リサイクル法」など、その対象事業者にとって対応できなければ事業の収縮を余儀なくされる反面、こうした法規制をインセンティブとしてビジネスチャンスを得られるという側面がある。

たとえば「食品リサイクル法」では、リサイクルに関わる、乾燥、醗酵、炭化などの機器・装置・プラントへのニーズが生まれ、新たな産業が創出されている。新しい環境・リサイクル・エネルギー関連法の制定やそれに基づく規制強化は、従来産業に新たな環境対応という課題を突き付けているが、同時に環境強化は多くの企業にとってビジネスチャンスともなるのである<sup>43</sup>。

<sup>41</sup> 足達 (2009) p.169.

<sup>42</sup> 足達 (2009) p.170.

<sup>43</sup> エコビジネスネットワーク (2009) p.41.

## (2) 規制緩和によって環境ビジネスを支援する

一方、環境ビジネス参入にあたり、法令や制度による規制が参入障害になっている場合がある。たとえば、大型風力発電事業の場合、計画から実施までさまざまな関連法案があり、許認可数はおよそ70件を超える。「電気事業法」にはじまり、「建築基準法」や「航空法」「消防法」などのほか、「自然環境保護法」、地域によっては景観条件をクリアして始めて事業としての許可が出る。計画から事業開始まで3年かかるのが通例である。国内の環境ビジネスがさらに拡大していくためには、こうした規制が緩和されることが重要になる。

そこで、参入障害を低くするための規制緩和が緩慢ながら進んでいる。太陽光発電によって生じた余剰電力の売買が解禁になったことで、個人でも売買が可能となり、発電装置の普及に勢いがついたのは、そのよい例だろう。激化するエネルギー間競争のきっかけをつくった電力事業の自由化は、新エネルギー事業を活性化させた。2005年の事例として、定置用小型燃料電池が「電気事業法」と「消防法」の緩和により、一般電気工作物として認められたことで、保安規定の届け出や電気主任技術者の選任の必要がなくなった。これにより、「家庭に発電所を作るようなもの」といわれるほど設置が難しかった家庭用燃料電池の導入が容易になった。

## (3) 環境関連技術の開発への補助金

規制緩和と並んで、支援制度も充実させるべき場合も数多く存在する。環境ビジネスにおいては、新しい支援制度の創設によって、投入される環境製品などを需要層が受け入れやすい条件が整えられ、新市場の創出に成功する例がある。たとえば、太陽光発電装置の普及・促進を図るために、需要側の初期投資額の一部を負担する補助金による支援制度がそれである<sup>44</sup>。

さらに、莫大な費用を要する、環境関連技術の研究・開発にも補助金による支援がなされている。その対象は省エネ、自然エネルギーの利用、温室効果ガスの削減、エコマテリアルの開発、廃棄物処理、リサイクルシステム構築など多岐にわたる<sup>45</sup>。

ここでビジネスにとって重要なことは、環境を単なる保全、規則対応にとらえるのではなく、創造的な領域としてとらえる視点であり、地球規模の長期的な展望から発想する製品開発である。さらに、補助金制度自体にも構造改革が進んでいる。従来のように申請者に措置する補助金だけでなく、研究計画について外部のレビューを行い、選択的に研究資金を配分する「競争的資金」、民間とパートナーシップを組んで普及の進まない環境対応ビジネスを支援する形態が出てきている。このような点で、積極的な環境への寄与、ビジョンの構築、共同実施のマネジメント能力などが、補助金などの公的資金を導入してビジネスを展開するうえで重要な項目となるだろう<sup>46</sup>。

<sup>44</sup> エコビジネスネットワーク (2009) p.44

<sup>45</sup> エコビジネスネットワーク (2007) p.34.

<sup>46</sup> エコビジネスネットワーク (2007) p.35.

以上のように、企業が市場を拡大でき、有益な利益を得ることができるように、規則の強化、あるいは緩和、さらに支援制度の決定を行っていく必要がある。なにが企業、さらには国全体にとって有効なのかを考えて制度決定を行っていくことが必要である。

#### 4. 中央から地域へ移転する環境事業

前節で、市場拡大の進め方と、国の支援体制の在り方を論じた。しかし、市場拡大などの環境事業は、中央の画一的な政策だけでは不十分である。環境資源は地域分散型の資源であること、それによって投じるべき対策も地域によって異なるためである。ポスト京都以後は、地域で問題解決を図る、ローカリゼーションをより進める必要がある。そして、中央と地域の柔軟な関係を形成する必要がある。この節では、地域への移転へ発展していく、日本の環境政策について論じる。

##### 4.1. 自然エネルギー産業で地域活性化を図る

有効な環境対策は地域ごとに異なっており、地方自治体、NPO、地元の中小企業が主体となって取り組むことが大切である。政府は地域の環境政策の進めやすい環境づくりと、規制の緩和を行うべきである。そこで鍵となるのが自然エネルギーである。自然エネルギーは地域分散型のエネルギーである。地域の環境経営力が日本全体の環境政策へとつながる。言い換えればそれなしに、自然エネルギー市場の拡大は望めない。

自然エネルギーへの転換を図るためにまず必要なのは、温室効果ガスの削減目標を政府が明確に打ち出すことである。そうした上で、地域にイニシアチブを渡し、様々なことにチャレンジさせる必要がある。上から「太陽光を進める」「風車を建てなさい」と押し付けても、向く地域と向かない地域がある。どこでも建てられる発電所とは違い、自分たちの地域に向く資源が何なのかを見出すのは、その地域の人たちの力量なのである。そういった意味で、自然エネルギーは地域分散型のエネルギーなのである。国に求められているのは、進む方向は地域ごとに考えさせ、余裕を持って各地域のトライ&エラーを受け止める姿勢なのである。各地域のNPOや社会企業家、あるいは地元中小企業など、地域が主体となって取り組むことにより、新エネルギー拡大の成功は成し得るであろう<sup>47</sup>。そして拡大の成功に伴い、その地域の雇用も創出される。地域のローカリゼーションが強化され、地域の安定化にも繋がる。新エネルギー拡大は、地域経済と密接に関わってくるものなのである。

<sup>47</sup> 田中 (2009) p.183.

## 4.2. 「京（みやこ）のアジェンダ 21」にみる地域環境対策

先に述べたとおり、日本の環境政策を進めていく上で大切なことは、地方で問題解決を図り、ローカリゼーションを進めていくことである。地元の自治体、NPO、企業などが中心となって地域の資源を利用し、地域の人材を雇用して、地域のエネルギーを作る。これが実現すれば、地域の経済と雇用は活性化し、限界集落のように過疎と高齢化に苦しむ地域すらなくなるかもしれない<sup>48</sup>。以下、地域環境対策の成功例といえる、「京（みやこ）のアジェンダ 21」の例を挙げる。

### (1) ローカルアジェンダ 21 から生まれた協働

京都市では 1997 年に、2010 年までに京都市域の二酸化炭素排出量を 1990 年の水準から 90% に抑制することを目標とする「京都市地球温暖化対策地域推進計画」を制定するとともに、同年 10 月には、市民生活や経済活動を消費型から循環型へ変革し、持続型社会づくりを目指す行動計画として「京（みやこ）のアジェンダ 21」を策定するなどの地球温暖化対策に取り組み始めた。

「京のアジェンダ 21」策定にあたって、京都市は 1996 年委員会を組織し、当時としては先進的に委員会の公開や約 40 回にも及ぶシンポジウムやワークショップを開催し、多くの市民、事業者の参加のもとに検討を進めた。その結果、市民と事業者と京都市（行政）のそれぞれ独立した主体が、お互いに対等な立場で協力し、活動するパートナーシップを築くことにつながった。さらに、引き続き「京のアジェンダ 21」の実現に向けて、市民、事業者、京都市が、共同でそれぞれの立場から行動を開始するとともに、1998 年 11 月には、パートナーシップで計画に揚げられてたことを具体化していくための組織として、「京のアジェンダ 21 フォーラム」が設立された。

京のアジェンダ 21 フォーラムには、「ライフスタイル」、「企業活動」、「エコツーリズム」、「環境にやさしい交通体系の創出」、「エコミュージアム」、「食の循環」、「自然のエネルギー」、「エコまつり」の 8 つのワーキンググループが設けられ、それぞれのテーマごとに、市民、企業、団体、専門家の自主的な参加により、社会実験や試行的な活動や参加を図る普及活動を行い、それらの成果と経験をもとに、これまでに、地域独自の環境マネジメントシステム規格「KES」や省エネラベルなどを生み出して、新たな取り組みを行ってきた。この経験と成果が、後の条約制定の基盤となるとともに、この「KES」を活用した審査・登録制度は、中小企業の環境経営導入の優れた仕組みとして社会的に認められたこともあり、KES 審査・登録企業は 1847 件（2007 年 11 月）と全国各地へと広がっている。さらに、省エネラベルは 2010 年現在の省エネ法にもとづくトッ

---

<sup>48</sup> 筒井（2009）p.106.

プランナー方式で生産される家電製品の省エネ性能表示制度の原形になるなど、京都発の取り組みは全国へと拡大している<sup>49</sup>。

京のアジェンダ 21 の例のようにそれぞれの地域の自治体、住民、NPO、企業により環境保全と、経済の両立的発展に向けての政策を進めていくことが必要となる。環境の変化を直接に受ける地域の声をより大切にすることが重要なのである。

#### 4.3. 中央と地方の在るべき姿

##### (1) 環境資源に恵まれた日本

ローカリゼーションを進めるにあたり重要となってくるのが、再生可能エネルギーへのシフトである。現代の日本では、大都市への一極集中が極端に進んだため、地方の荒廃と衰退が社会問題となっているが、太陽光・バイオマスなどの、エネルギーへのシフトを図ることができれば、こうした問題も解決されていくだろう。バイオエタノールなど次世代を担う再生可能エネルギーのプラントは、資源が存在する地域ごとに小規模に作られている。つまり、再生可能エネルギーの原料となる緑の資源が豊富な地方の田舎ほど、バイオエネルギーやバイオ燃料のプラントができる可能性が高いのである。バイオマス資源から様々なものを生産できればできるほど、地方経済や雇用への影響は強まるだろう。そもそも、森林の比率が7割もある日本は、緑のバイオマス資源を豊富に有している国なのである。生物はすべてバイオマス資源として利用できるので、農林漁業の廃棄物も石油の代替資源となる。そう考えると、今まで資源のないといわれていた日本は、実は環境に関しては資源大国なのである<sup>50</sup>。資源のないといわれている地域でもこのように活用できる資源はあるものなのである。

##### (2) ローカリゼーションに移行するにあたっての中央の役割

以上述べてきたように、国内の環境対策は国が画一的に推し進めるものではない。各地が地域資源を活かして試行錯誤を行い、画期的かつ効果的な解決策を見つけることにある。政府はそれを押さえつけるのではなく、資金面、制度面でそれを支援していくことが必要である。

それを行うためにまず大切なことは、「地球温暖化問題が現実にも迫っている危機だ」と日本人全員が認識することである。世界中でこれほど議論されているにもかかわらず、日本ではいまだに地球温暖化を嘘だと思っている人が多数いる。京都議定書を締結したときも、日本政府は地球温暖化を信じていなかった。コストの安い石炭火力発電を進める計画を着々と進行させていたのだ。京都議定書を受け、慌てて発電所の計画を中止しようとしたが間に合わず、石炭火力発電所は完成、その後の日本の二酸化炭素排出量はさらに増えてしまった。そしてグリーン・ニュー

<sup>49</sup> 宇都宮・田中 (2009) p.139.

<sup>50</sup> 筒井 (2009) p.107.

ディールが世界の注目を一身に集めていた2000年代後半でも、地球温暖化を信じない人は少なくなかった。信じていなければ、「環境対策が世界の流れみたいだから、適当に合わせておけばよいだろう」といううわべだけの対策になってしまう。地球温暖化問題に危機感を抱かない限り、日本版グリーン・ニューディールはまともに進んでいかないだろう。政府が危機感を持ち、それを地域に共有することがまずは大切である<sup>51</sup>。

具体的に、日本が真っ先にすべきことは、地球温暖化ガスの中期削減目標の決定である。温暖化ガスの具体的な削減目標が決まれば、自ずとバイオマスエネルギーや自然エネルギーを利用しなくてはならない量も割合も決まってくる。国内、海外の市場の開拓も具体的に進むことになる。そうすることで意味のある雇用の創出を図ることができる。たんに何百万人の雇用創出というのではなく、どのような分野で、どのような仕事生まれ、どれだけの雇用が確保できるのか、といった明確なプランを立てることが必要不可欠となってくる<sup>52</sup>。

### むすびにかえて

世界規模でおきている環境問題の解決のために、どの国も一丸となり足並みをそろえて取り組んでいく必要がある。そしてそれは、経済発展と両立するものでなくてはならない。

第1節で述べたように、環境ビジネスは21世紀における基盤産業の一つとなり得る領域でもある。2010年現在ですでに、多くの企業が対策を講じている。しかし、日本は、政府、企業共に、環境問題に対する認識と対応の遅れにより、他国に大きく出遅れている。

そして第2節で述べたように、ポスト京都では環境市場はさらに拡大する。新エネルギー、革新的エネルギー、廃棄物リサイクルなどがそれである。日本は拡大する市場に対応出来得る技術と、他国とのネットワークを持つ。それを活用出来ていないだけなのである。

第3節で、環境市場拡大の方法を考察した。国内、海外共に、市場を拡大していく必要がある。海外市場は、発展途上国、特にアジアとの関係の重要性を論じた。アジアをターゲットとした環境市場を形成するためには、アジア全体の環境、経済、社会を見ていく視点が大切である。国内市場は、他国にまねの出来ない環境配慮型製品・サービスの拡大を行っていくことが不可欠である。そして、そのマーケットを広げていくためには、消費者の環境意識の改善が必要である。それらを進めるにあたり、政府は企業の環境経営をサポートする制度改革と補助金制度の検討を行うべきである。

第2、3節でのポスト京都以後の環境対策を踏まえ、第4節では、中央による政策の限界と、地方に移転していくであろう環境政策の在り方を論じた。環境経営は大企業、大都市などが先頭に立ち引っ張っていく集中型から、地方ごとがそれぞれインセンティブをもって取り組む分散型

<sup>51</sup> 田中 (2009) p.184.

<sup>52</sup> 吉田 (2009) p.27.

へ移行していく。特に日本で成長の必要のある自然エネルギー市場がそうである。地方自治体、NPO、地方中小企業が主導となり、地域の資源を把握した上で適切な行動をとれば、環境対策と、雇用対策、経済成長を同時に達成することも可能である。国はそのローカリゼーションをサポートし、地方の政策に対し資金面でも支援する体制を整えることが重要である。そして、以上の環境対策を具体的に行っていくためには、日本は二酸化炭素の中期削減目標を決定することが不可欠である。

IT 革命を超えるといわれるビジネスの変革が起こりつつある。屈指の環境技術と環境資源を持つ日本は、環境経済大国として世界をリードしていく可能性を大いに秘めているのである。

## 参考文献

- 足達英一郎（2009）『環境経営入門』日本経済新聞社。
- 井熊均・安達英一郎（2008）『企業のための環境問題 Ver.3』東洋経済。
- 飯田哲也（2009）『グリーンニューディールで経済・雇用を立て直す』洋泉社。
- 宇都宮深志・田中充（2009）『自治体環境行政の最前線』ぎょうせい。
- エコビジネスネットワーク（2007）『新・地球環境ビジネス 2007-2008』産学社。
- エコビジネスネットワーク（2009）『新・地球環境ビジネス 2009-2011』産学社。
- 尾崎弘之（2009）『次世代環境ビジネス』日本経済新聞社。
- 小澤徳太郎（2006）『スウェーデンに学ぶ「持続可能な社会」』朝日新聞社。
- 環境省（2009）『環境白書』。
- 環境省（2010）『環境白書』。
- 田中優（2009）『自然エネルギーを普及させるための仕組みづくりを』洋泉社。
- 筒井哲也（2009）『雇用 250 万人を目指す日本版グリーン・ニューディール』洋泉社。
- 三橋規宏（2006）『サステナビリティ経営』講談社。
- 吉田文和（2009）『グリーンニューディールが求められるのはなぜか』洋泉社。
- 『日本経済新聞』2010 年 12 月 12 日。