

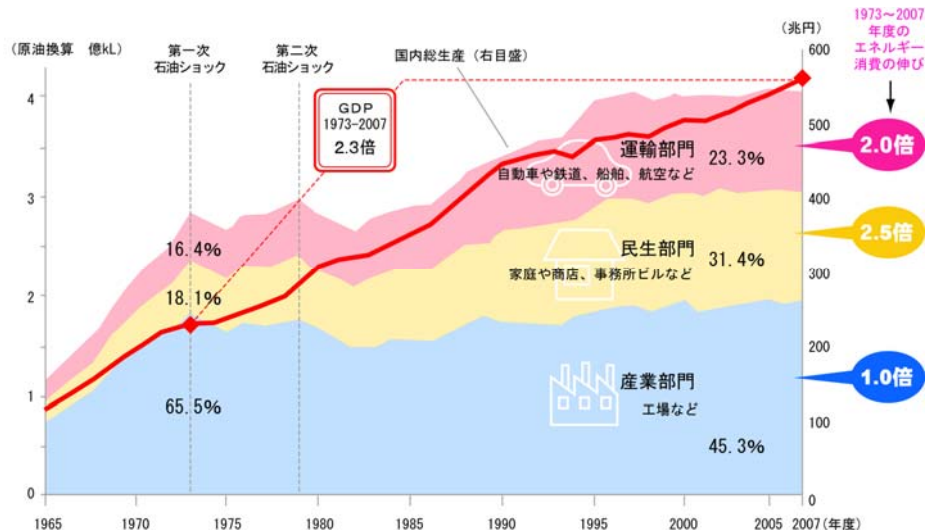
2 企業活動と環境との関わり

事業者の役割

今日の大量生産・大量消費・大量廃棄の社会経済システムでは、我々の日常生活や通常の事業活動を営むことが、資源の採取、大量のゴミの処分などの形で自然環境に対して大きな負荷を与えています。

また、日本はエネルギー資源が乏しく約96%を輸入に頼っており、もとより世界のエネルギー情勢の影響を受けやすい国といえます。しかしながら、このような状況の中、近年の日本のエネルギー消費量は、第1次石油ショックが起こった1973年と比較すると約1.3倍に増加しています。民生部門（家庭・商店・事務所ビルなど）や運輸部門（自動車・鉄道など）について見ると、これらのエネルギー消費量は石油ショック時と比べて民生部門が2.5倍、運輸部門が2.0倍と大幅に増加しています。これは、快適さや利便性を求める近年のライフスタイルや社会経済の変化によってエネルギー消費が増えたためです。

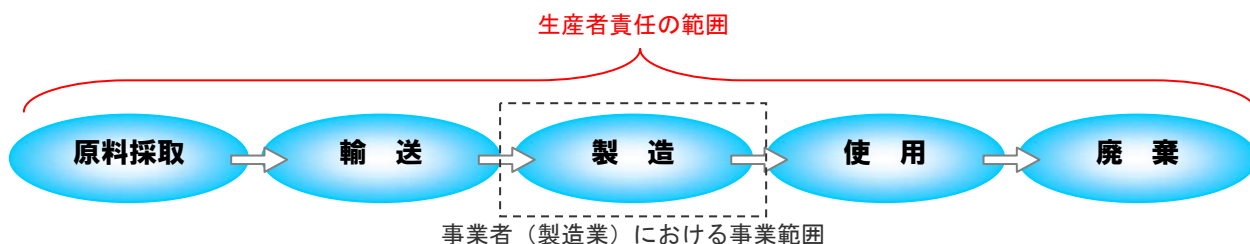
こうした中で、経済活動の枢要な部分を占める事業者にはこれらへの対応として大きな期待が寄せられています。また、経済のグローバル化によって事業者の活動領域が広がる中、事業活動が環境に与える影響も地球規模で拡大していくおそれがあります。



【日本のエネルギー消費とGDPの推移（1965年～2007年）】

出典 資源エネルギー庁「日本のエネルギー2010」

メーカーなどの生産者を例にすると、自らの活動による環境への影響範囲は、製造段階だけであると捉えがちですが、サプライチェーン（原料の調達から消費者の手に届くまでの一連の流れ）や消費者による消費や廃棄段階も含めて考える必要があります。この考え方を拡大生産者責任といいます。このため、事業者には、環境に配慮した原料調達手段や原料・製品の流通方式における工夫、環境保全のための新たな技術の開発・環境に配慮した製品設計の実施などの製造段階、消費や廃棄といった、川上から川下まであらゆる段階における環境負荷の低減を念頭にいた事業活動の推進が求められます。

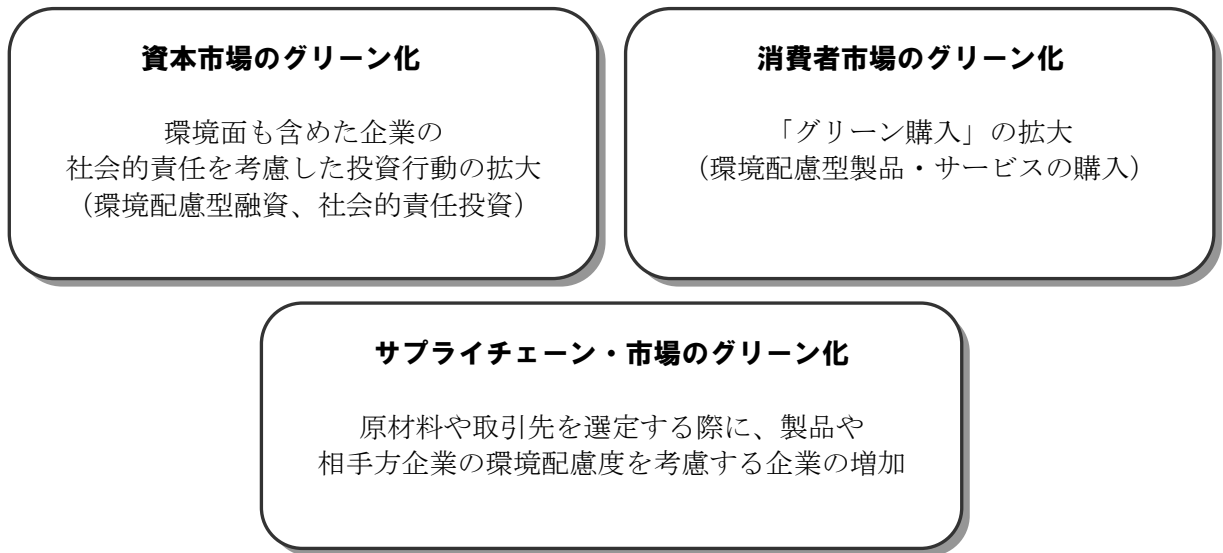


【環境負荷に対する拡大生産者責任の考え方】

社会や市場からの要請の高まり

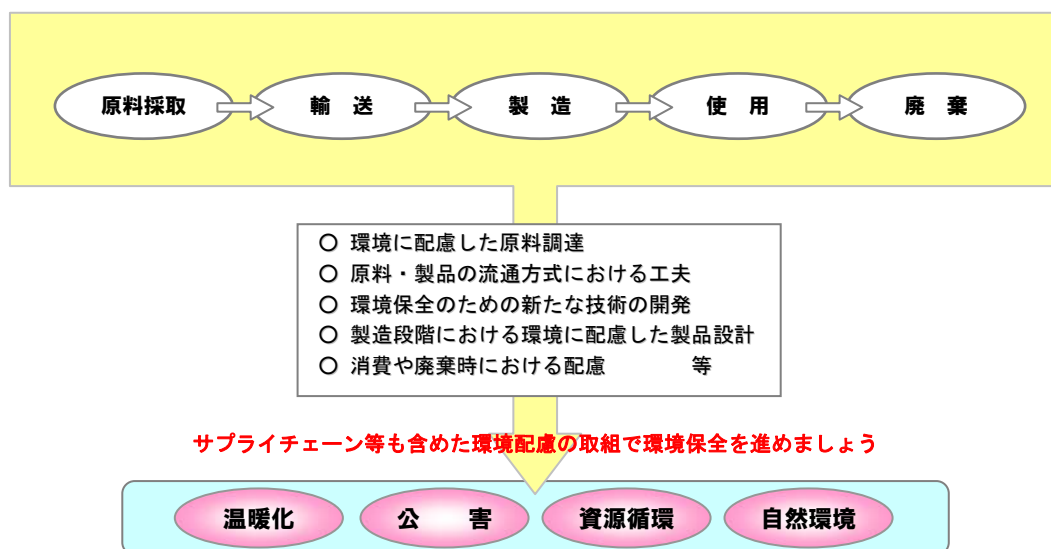
近年、事業活動と環境との関わりが増大を背景に、事業者の環境保全活動に対する国民の期待が高まってきており、市場のグリーン化も様々な局面で広がりつつあります。このことから、事業者が自らの事業戦略の中核に環境配慮を位置付け、規制順守にとどまらないさらなる自主的な環境配慮に、創意工夫を生かして取り組む重要性が高まっています。

【事業戦略における市場のグリーン化】



事業者の取組の進展

前述した事業者の役割、社会や市場からの要請の高まりを踏まえ、事業者は、自らの事業活動の中核に環境配慮を位置付け、取組を盛り込むことで、私たちを取り巻く様々な環境問題への貢献、グリーン市場における事業活動の拡大を進め、持続可能な社会の構築を目指しましょう。



【持続可能な社会の構築に向けた事業者の役割】