

団体の概要 (NGO/NPO用)

団体名 **ニチム研究会 (Nichimu Research Society)**

所在地	〒811-4233 福岡県宗像郡福間町中央 6-20-13-302 TEL:0940 - 35 - 8533 FAX:0940 - 35 - 8533 E-mail:Nichimu@aol.com		
ホームページ			
設立年月	平成 13 年 5 月 * 認証年月日 (法人団体のみ) 年 月 日		
代表者	矢野忠士	担当者	野呂耕爾
組織	スタッフ 5 名 (内 専従 1 名) 個人会員 0 名 法人会員 0 名 その他会員 (賛助会員等) 17 名		
設立の経緯	H13.3 環境問題についての身近な情報収集と交換を目的として、緩やかな結びつきの中から交流を開始 H13.5 技術者、会社員、主婦などが集まり「ニチム研究会」を発足		
団体の目的	環境の保全・保護に関し、身の回りの身近な問題を吸い上げ、幅広く情報の収集と交換を行い、個々の会員が有する知識・経験を最大限に活用することによって、環境問題に直結する個別の問題から社会システムに起因する問題に至るまで、問題解決のための技術提案、ビジネスモデル構築、政策提言等を行い環境の保全保護に寄与していくことを目的とする。		
団体の活動プロフィール	<ul style="list-style-type: none"> インターネットや関連文献を通じて収集された環境政策・環境ビジネス等の情報を利用した勉強会を開催し、環境意識の継続的な啓発を実施 環境問題に寄与し得る環境関連商品等の創出 個々の会員の特性を生かして、主婦として取り組める環境活動を継続的にを行い、その取組に対して自治体より環境貢献賞を受賞 (H13) 企業との共生関係を重視し、環境ベンチャー、ISO14001 認定工場、火力、原子力発電所の見学を通じて、環境アセスメント法に基づく公聴会や技術懇談会等に参加 NGO/NPO・企業環境政策提言応募 (H14、H15) 環境政策、環境経済等の環境問題に関する Web サイトや、環境技術に関する斬新かつユニークな特許・実用新案を収集し、誰もが容易に閲覧可能なようにインターネット上に公開 (H14~) 		

活動事業費 (平成14年度) 円

政策の分野

- 個人のライフスタイルの見直し
- 環境配慮型商品の普及に関する制度・活動

政策の手段

- 家庭版環境会計の導入計画
- 家庭版環境会計の環境教育への活用

団体名：ニチム研究会

担当者名：野呂耕爾

政策の目的

環境関連の会計情報を提供するための有効なツールである「環境会計」の概念を、企業や事業体のみならず一般家庭まで広げることによって、環境保全のためのコストとその活動により得られた効果を国民一人一人が認識できるようにするとともに、可能な限りのインセンティブを与えることによって、環境行動を促進することを目的とする。また、「家庭版環境会計」そのものを環境教育のための新たなツールとして活用していく。

背景および現状の問題点**【環境会計の現状】**

環境会計とは、「企業等が、環境保全への取組を効率的かつ効果的に推進していくことを目的として、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効果を認識し、可能な限り定量的（貨幣単位又は物量単位）に測定し伝達する仕組み（環境省HPより抜粋）」であり、その機能は、内部機能（経営管理ツール）および外部機能（社会とのコミュニケーションツール）に分類される。特に、持続可能な社会の構築が危急の課題となっている昨今においては、従来の企業等の経済的活動および社会的活動に加え、「環境的側面」での取組を支える社会とのコミュニケーションツールとして大きく貢献しており、ここ数年、企業等が発行する環境社会報告書等においてその一部が紹介されている。環境問題がこれだけ注目されている今、環境会計の導入・公開は、「社会的信頼・評価の獲得 企業の発展」というインセンティブがあるからこそ、重要な役割を担うようになってきている。

【環境問題に対する意識と行動】

環境問題に対する国民の意識はますます高まっている。実際、環境問題に関するある調査の結果（参考：2002「生活者の環境意識と行動」調査報告書 - 株式会社 電通）、環境問題に何らかの関心を持っている生活者は80～90%にのぼり、生活者の環境意識は高いものと考えられる。ただし、日用品/耐久品ともに購入重視点として「環境を損なわないか」をあげる生活者は約15%であり、普段の行動として「環境に配慮した製品かチェック」する生活者は10%にも満たないとの報告がある。このような過去の調査結果も踏まえて、一般的に「日本人は、環境意識は高いものの行動が伴わない」と言われている。

【環境教育の現状】

環境意識を育成するための施設が増え、エコツアー、各種勉強会・公聴会等、環境問題に触れる機会も増加している。しかし、環境問題に対する関心は、依然一部の人間に限定されているのが現状である。ニチム研究会は、過去2回に渡って、地域通貨およびゴミリサイクルに関する提言を行ってきたが、これらはいずれも、日常生活の中で環境問題に触れる機会を増やし、環境行動へと結びつけるためのシステムを言及したものである。やはり、国民一人一人の日常生活と環境問題をリンクさせるシステムの確立が必要と考える。

政策の概要

以上のような現状を踏まえて、家庭版環境会計の導入および支援制度を検討する。

企業等は、基本的にその「発展」をインセンティブとして環境活動に取り組む（社会的信頼の獲得、利益の増大、認知度の向上等「発展」の要素はいくつかある）。同様に、国民一人一人の環境行動を喚起するためにも、インセンティブと簡単な仕組みが必要と考える。前述の調査結果に見られる環境意識と環境行動の隔たりは、共益と私益の葛藤に起因するものと考えられるため、両者を適度に満足可能なインセンティブと仕組みを確立することが重要である。

家庭版環境会計の導入

環境会計の基本である環境保全コスト（環境保全のためのコスト）および環境保全効果（活動により得られた効果）を一般家庭にあてはめた場合を、一般企業と比較して以下に示す。

		一般企業（主に製造業）	一般家庭
環境コスト		公害防止コスト（排水処理費用等）、地球環境保全コスト（空調管理費用等）、研究・開発コスト（技術開発費用等）ほか	商品購入代金のうち、企業の環境コスト配賦分（商品単位）
環境保全効果	直接	省エネルギー効果（使用電力量の低減）、省資源化効果（排水の再利用）、ISOコンサルティング収入ほか	企業の環境保全効果配賦分（商品単位）
	間接	販売商品の省エネ・省資源効果、汚染防止による浄化の回避、CO ₂ 低減効果（電力・重油削減等）ほか	

すなわち、販売商品単位で定められた環境コストおよび環境保全効果を、商品の購入ごとに積算して集計したものが各家庭の環境会計となるわけである。

支援制度の確立

複雑な制度やシステムでは、一般家庭への普及が困難となる。そこで、上記の環境会計の情報を記憶するデータ記憶用カード（ICカード等。以下「環境カード」と仮称する）を、各自治体から消費者（住民）に配布する。消費者は、買い物の際にこの環境カードを提示し、各商品固有の環境コストおよび環境保全効果を購買履歴として記憶していただくだけである（ただし、データを読み書きするための店舗用カードリーダー/ライタの普及には、別途助成金等が必要となる）。

また、企業側に対しては、環境コストの配賦方法、コスト情報や保全効果情報の商品への添付方法（バーコード、QRコード等）を含めて、本政策推進に当たってのガイドラインを環境省主導で策定する。

評価

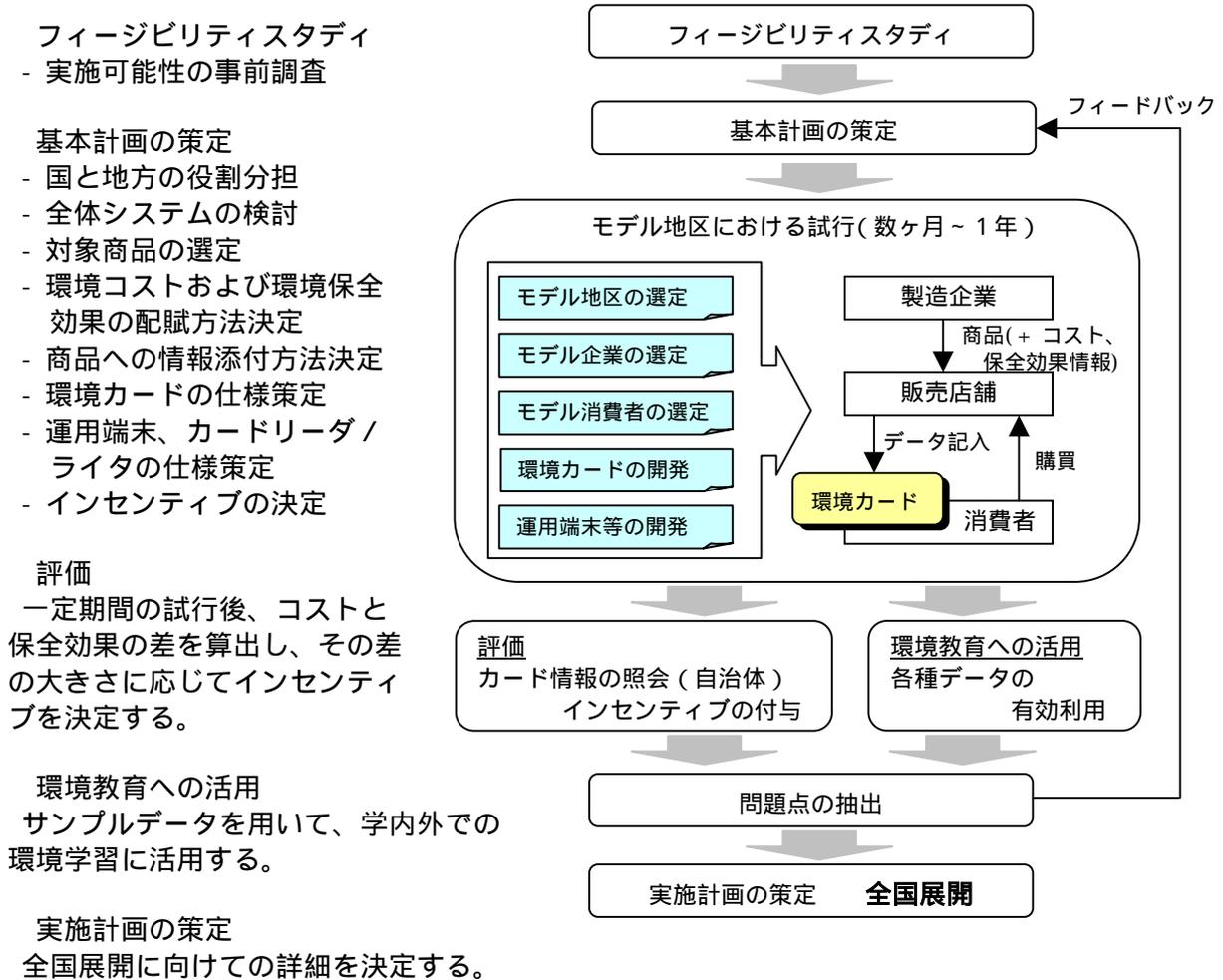
一定の集計期間経過後、累積環境保全効果が累積環境コストを上回る場合は、環境問題に対する貢献度が高かったものとみなして、当該消費者にインセンティブを与える。インセンティブとしては、環境表彰等の公共性の高いものから、環境関連活動における税制上の優遇措置（貢献度に応じた控除）等経済面でのフィードバックが考えられる。いずれの場合も、環境カードを各地方自治体の窓口や専用端末で照会することによって、評価のステップへと進むことになる。

環境教育への活用

様々な商品の購買と、その購買データに基づく評価の繰り返しにより、身近なかたちで環境問題に対する関わりを実感できるようにする。購買データに環境負荷化学物質情報等できる限り多くの情報を付加することによって、様々な側面から、学校や家庭における環境学習の素材として活用できるようにする。

本政策への企業および一般消費者の参加は任意とする。また、中小企業等環境会計の導入が不十分な事業者に対しては、その導入に向けた支援も強化するものとする。

政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）



政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

- [実施主体] 環境省（フィージビリティスタディ、基本計画、モデル試行、実施計画の策定、全国展開）、文部科学省（環境教育への活用方針）
- [提携主体] 地方自治体（モデル地区）
- [協力主体] モデル企業（販売店舗含む）、モデル消費者、教育関係者、ほか

政策の実施により期待される効果

- ・ 「環境カード」という手軽なツールを用いることにより、環境意識を容易に環境行動へと結びつける機会を得ることができる。
- ・ 日常的な購買活動の中で環境を意識する機会が増大する。
- ・ 環境問題に対する明確な目標（インセンティブ）を設定することによって、国民一人一人の環境問題への積極的な取組が期待される。
- ・ 環境関連商品の販売数量が増大すれば、企業側の利益も増大するため、企業等による環境投資のさらなる増加が期待される。
- ・ 「モノを買う」＝「その商品の環境情報を入手する」という行動を通して得られるデータは、老若男女を問わず、自らの活動として得られる貴重な学習体験になることが期待され、そのデータを新たな環境教育のツールとして活用することができる。

その他・特記事項

環境カードには、本政策に言及する環境コスト・環境保全効果に関する情報に限らず、その他様々な環境活動の履歴を蓄積して、さらなる環境意識の喚起に利用できればと考える。