

(財) 日立環境財団助成事業

「成長」神話脱却への挑戦を促す方策の調査研究  
報告書

2008年5月

NPO法人 環境文明21

# 目 次

1. はじめに	2
2. 活動の内容	2
3. 検討結果	3
3-1. 検討に当たって	3
3-2. アンケートから見えてきたこと	4
3-3. 「成長」概念とその中身の転換の方向性	5

## 1. はじめに

様々な環境問題が深刻化する中、各方面で、持続可能な社会の構築に向けた「環境と経済の調和」の重要性について言われるようになったが、実際の経済活動においては、大量生産・大量消費型の「成長」重視の経済システムから脱するには至っていない。

実際、企業の環境への取り組みも以前に比べれば確かに進んだものの、環境技術の開発・利用などの部分的な取り組みが多く、企業活動全体での本質的な取り組みにはなっていないのが現状である。そのため、リサイクルが進んで廃棄物の最終処分量は減ったものの、総排出量自体の減少はわずかであり、温暖化に関しても、このままでは京都議定書の達成は困難な状況にある。

しかし、「環境」「経済」「人間社会」のバランスの取れた持続可能な社会を形成していくには、現在の部分的な取り組みが、質・量ともに体系だった全体的な取り組みへと移行していくことが不可欠であり、そのためには従来の量的拡大成長から、脱化石・省物質を基本として質的成長に移行していくことが重要であると考えられる。

本活動では、日本の企業が世界にも誇れる環境技術を可能にした要因は何か、また「企業の成長」についてどのような意識を有しているかを明確にするとともに、現在の部分的な取り組みから、環境と経済の統合を目指した総合的な取り組みに移行させるために、国としてどのような政策（推進策）が必要か、企業自身どのような価値を持ち、社会に対してアピールすべきかを検討することを目的として実施した。

## 2. 活動の内容

上記の目的を達成するために、以下の活動を実施した。

- 1) 日本が得意とする製品や生産プロセスの省エネ化等が進んだ要因、また「企業の成長」についての意識、さらには環境技術が進んでも大量生産・大量消費型で成長を求める経済システムから本質的に脱却できない要因等を把握するために、アンケート調査並びにヒアリング調査を行った。アンケート調査については、会員企業を中心に110社に行ない、55社から回答を頂いた。
- 2) ヒアリング調査、アンケート調査結果をもとに、どのような政策や企業の意識改革が進めば本質的な変革に向かうか、またその中でNPOの役割は何かについての検討を行った。検討に当たっては、企業関係者、学識者による検討会を開催した。

### 【検討会メンバー】

一方井誠治 京都大学経済研究所先端政策分析研究センター教授  
宇郷 良介 日本電気株式会社CSR推進本部環境推進部  
埋田 基一 NTT-GP エコ株式会社環境マネジメント部  
小野 五郎 埼玉大学教授  
増井 利彦 (独)国立環境研究所社会環境システム研究領域室長

- 3) 検討の結果を踏まえ、「環境と経済の統合」について、ともに考える場として、シンポジウムを開催した。

### 3. 検討結果

#### 3-1. 検討に当たって

- (1) 地球上の限られた資源と空間のなかで、資源とエネルギーを使いながら物的成長（通常、GDPの成長によって表現される）を無限に続けることはあり得ない。まして、そのエネルギーは、化石燃料を主体としているだけに、その強力な駆動力とともにCO<sub>2</sub>を含む汚染物質の環境空間への排出と蓄積とが不可避である。
- (2) このような懸念から、「成長の限界」や「Small is beautiful」が指摘されてから、35年余を経過している。しかし、その間も、先進国、途上国ともに技術の革新を続けながら物的な成長を止めることはなかった。特に、人口が増え続けるなかで貧困からの脱出が国政の最喫緊の前提であり、それを政治的にも社会的にも必要としている途上国においては、そのニーズは極めて大きく、強いものがある。
- (3) このような中であって、物的成長から非物的成長への転換（しばしば「脱工業文明化」とも呼ばれる）は、少数ではあるが心ある識者によって説かれ、試みられてきたが、それはほとんどが知的関心だけの領域に留まっていた。
- (4) しかし、その転換を促す決定的な契機が今世紀に入って二つのところから出てきたと考えられる。一つは、1世紀余の化石燃料の膨大な利用によってもたらされた地球温暖化についてのメカニズムと脅威に関する科学的な知見の集積であり、今一つは、物的成長によっても達成されない人間社会の不平等、不幸などの無視し得ない規模と程度の福祉の劣化である。（そのいずれもが、従来の経済学の対象外にあることは、今後の「経済学」のあり方を構想する上で、極めて興味深い。）
- (5) 第一の温暖化問題からの制約は、IPCCの最新の科学的知見に基礎を置くものである。すなわちIPCCが1988年以来の科学的知見の集積と分析を基に2007年2月に明らかにしたところを信頼する限り、人類の文明社会が破綻せず持続可能であるためには、2050年までには、世界のCO<sub>2</sub>などの温室効果ガスの排出を少なくとも半減する必要がある。この削減は、温暖化に関する科学の最新・最良の知見を受容する限り、望ましいか望ましくないか、あるいは適切であるか否かを問わぬ、いわば絶対的な要請である。
- (6) このことが意味するものは、CO<sub>2</sub>、メタンなどの温室効果ガスをもたらず化石燃料を駆動力とする経済成長を短期間のうちに転換すること、つまり脱化石経済の不可避性である。特に先進国は、「共通だが差異ある責任原則（1992年リオ宣言）」から、2050年までには現状から8割前後の削減が要請される。このことは、一世紀余続いた化石（炭素）経済の終焉の始まりを意味する。しかし、今はまだ、特に日本ではそのことについてのコンセンサスは全くできていない。
- (7) 問題は、今後40年～50年ほどの時間をかけて先進国がCO<sub>2</sub>などを8割前後削減する場合の経済「成長」の姿が、今は明瞭には見えてこないことである。つまり、それは経済の「成長」なのか「縮小」なのかといった全体像、さらにはそのための道筋や手段が必ずしも明確には見えず、まして、それが政治的な、また社会的なコンセンサスになるには、さらに長い道のりが必要である。
- (8) 一方、経済の「成長」がもたらした豊かな筈の先進世界においてすら、富める者、貧しい者の二極化現象は今世紀に入っていずれの国においても深刻となり、また成長

の過程で生じた倫理性の喪失も重なって、社会の分裂や不安は耐えがたい程度になりつつある。また貧しい途上国においては、テロ、内乱、紛争などが貧富の格差や宗教、宗派の問題と絡み合っただけでなく、国の秩序どころか存立そのものすら危うくする事態も多くの国や地域で見うけられる。

- (9) これらの現象が強く示唆するものは、これまでの経済「成長」路線の延長線上で、先進国も途上国も社会の持続性を確保し得ないことである。つまり、経済の「成長」の概念とその中身を転換することの決定的な必要性である。
- (10) (財) 日立環境財団の助成を得た本プロジェクトは、このような思いで構想され、その第一段階として、環境問題の重要性に気づき、各々の立場で企業における環境対策に携わりつつも、日本の企業の現実の下で幹部として働いている人たち（一部OBも含む）が、日本経済の現状や今後をどのように展望し、特に「成長」についてどのように考えているかを明らかにし、これからの「成長」論考の方向性を探り出そうとするものである。

### 3-2. アンケートから見えてきたこと

世界的にも評価される日本企業の生産性の高さや高品質化が進んだ要因として、多くの回答者が、市場における優位性確保のためのコスト削減や企業間競争など経済的要因を挙げていた。加えて、もともとの技術力の高さや技術者の職人気質など各企業の努力によって解決してきたという、技術国日本の企業らしい自負のようなものが感じられる回答が多かった。それに対して、法や規制、さらに消費者ニーズなどはその要因としてはほとんど考えられていないことがわかった。

これまでの日本の環境技術の進展には、1970年代の排ガス規制や公害対策関連の立法など、法律や規制が大きく影響したと考えられているが、企業関係者はそうは考えず、あくまで経済的要因と内部の組織的要因が主な要因と考えている点は、意外な結果であった。

しかし、90年以降のグローバル化の進展、環境対応へのニーズの高まりなど時代の要請に対して、環境に先進的に取り組む企業人からは、今後は、環境対策と経済成長が両立するような制度や仕組みの創設が不可欠であるという意見が圧倒的に多く出され、これまでの企業の自主的取組みだけでは対応できないという認識が強く見られた。しかし、追加的に行ったヒアリングによれば、環境に先進的に取り組み、制度導入に積極的な企業でも、経団連など業界の中にあっては、「横並び」を意識せざるを得ず、積極的意見を述べにくい雰囲気があるため、ケースバイケースで意見を使い分けざるを得ないということであった。

1992年の地球サミット以降、一旦は盛り上がった企業の環境対応・環境ビジネスブームが落ち着き、多くの企業が、環境対応は社会貢献の一つとして横並びの対応をとる中で、継続的に環境対策に先進的に取り組んできた企業人の中から出てきた、「環境と経済が両立する制度が必要」とする今回の結果は、重視すべきものであり、こうした企業を後押しする制度・システムが早急に構築されなければ、環境と経済が統合した持続可能な社会構築は困難なものになると予測される。

また、今回のアンケート調査の大きな柱であった「成長」の考え方については、これまでの量や規模の成長ではなく、社会的信頼という倫理面での成長の重要性を認識している回答がわずかの差ながら最多であったことは注目に値する。すなわち、「成長」を従来型の量

的・経済的なものとする者と、質的・社会的なものとする者とはほぼ二分されていた。このことから企業人の中にも、従来の市場第一の成長のあり方を問い直す意識があることが見て取れる。ただし、実際の経済活動の中では、いまだそれは意識のレベルであり、企業の環境対応がなかなか本質的なレベルに達し得ていない理由もそこにあると思われる。今後、質的・社会的「成長」をめざす企業が十分に存続し得ることを実証していく必要があり、消費者や市民社会を代表するNPO等が、そうした企業の存在価値を認め、購買行動も含め支援を明確に打ち出し評価していくことも重要ではないかと考える。

さらに、環境と経済の統合が本質的にできない要因としては、企業間競争からの脱落という経済的要素、消費者の意識が未だ不十分という社会的要素、他社の動向等多様な要因が挙げられていたが、自らの変革の必要性を指摘するものはあまり見られなかった。すなわち、これまでは各企業の自助努力により企業の環境対応は継続できたが、今後の環境と経済の本格的な統合に向けては、税制、規制の強化、経済的支援策、普及啓発など総合的な制度や仕組みの創設が不可欠であると認識しつつも、自らそれを積極的に行う意識は希薄であった。同様に、消費者や社会が変われば企業も変わるという、いわば他者の動きを待つという立場である。このことは、企業にとってなぜ環境対応が重要なのか、環境と経済の統合が必要なのかについての基本認識が、環境に先進的に取り組む企業においても充分には浸透していないことを示すものである。そして、地球温暖化の危機を科学的に真摯に受け止め、その対応だけでなく適応策まで考え企業戦略に組み込みは始めている欧州企業に比べて、日本企業の環境認識の甘さが専門家により指摘されていることをも裏付けるものである。

しかし、今回のアンケート結果から、環境と経済の統合に向けた総合的な制度の構築を求める意見や、これまでの拡大成長型とは異なる「成長」を求める意識も出てきていることは事実である。

今後、環境NPOとして、環境の危機の実態や環境対応の重要性について企業研修などを通じて各企業活動と関連づけながら伝えていくこと、環境と経済の統合にむけて努力する企業を発掘・公表し購買行為などを通じて社会的・経済的に支援していくこと、また環境の持続性と企業の持続性を確保するのに必要な制度（例えば、化石燃料使用抑制と再生可能エネルギーの利用拡大を推進する制度、製品の長寿命化を促進する制度、多様な働き方を推奨する制度）づくりに、自らが積極的に関与するだけでなく、企業も巻き込む努力等が求められよう。さらに、「成長とは何か」という本質的議論を行ないつつ、経済状況を評価する指標として、従来のGDPではなく、経済の持続性を評価する新たな指標を開発し、普及していくことも重要なことと考える。

### 3-3. 「成長」概念とその中身の転換の方向性

上記のまとめから、具体的に導き出された施策等は以下のとおりである。

#### (1) 「経済」「成長」の中身を根本的に変える

①税制、規制、財政政策などを変えることにより、「化石」経済から「脱化石」経済へ移行する

→ 化石燃料の使用抑制

- 非化石エネルギー源、特に再生可能エネルギーの利用拡大
- 農林業の再構築
- ② 循環・再生利用の強化を含め「省物質化」を推進する
  - 税制等による製品の長寿命促進
  - 消費者意識の転換
- ③ 教育の目的を、経済成長を担う人材の育成から、持続性の確保を担う人材の育成へと転換する
  - 企業研修の中身の転換
- ④ 働き方の多様性を確保し、それを促進する制度を整備する
- ⑤ 経済の状況を評価する指標として、従来の GDP から、経済の持続性を評価する SEI (Sustainable Economy Indicator) を国連や OECD が共同して開発し普及させる。また NPO も独自の指標を開発し社会に発信する。
- ⑥ 18 世紀後半以来、西洋で確立された「自由」「平等」「公正な競争」などの理念を見直し、21 世紀の新たな状況にふさわしいものに組み直す

## (2) 新たな企業価値・企業理念を創造する

- 企業が継続的に存在するためには、絶え間のない「成長」が必要だが、その成長とは、質的成長であり、変化する社会への不断の「適応」である。こうした成長を可能にするには、その過程を通じて、社会の満足と信頼を継続的に確保することが必要である。
- 質的成長を企業に促すためには、公平で強制力のある税・規制などの制度や仕組みの創設が必要である。また消費者側の理解と支持も不可欠であることから、NPO 等は消費者への情報提供や教育を行なうとともに、企業と消費者のネットワーク作りを進める必要がある。
- 企業が変わるもう一つの要素は、社内のガバナンスの見直しと再建である。そのためには社会の人材教育を再編することと、経営トップの認識や価値観の転換も必要である。この点で、環境文明 21 が最近推奨している「21 世紀をリードする経営者の 12 項目の資格」による自己点検と研鑽も有効である。