

公的な実務におけるグリーン購入促進のための革新的なノウハウ

ステイーヴン・サンドストロム

キーワード： グリーン購入、公的機関、モデル戦略、異種の関係者、商品類型のガイドライン/基準

1. 序論

日本はグリーン購入における戦略にキーとなる要素が多くあり、グリーン購入業界の中でも世界のリーダー的存在とみられている。この論文の目的はモデル戦略を提供するための日本における活動を紹介し、国際的な協力関係を通じた交流を広めることにある。

日本におけるグリーン購入促進は、グリーン購入ネットワーク（GPN）によって進められている。“異種の関係者”（様々な社会レベルの関係者）が、グリーン市場を広げ、政府、企業、消費者にいたるまでのあらゆる社会的レベルからの需要を増やすため、実践的かつ革新的ノウハウを強化する活動をしている。

2. 目的

この研究の方法としては、ヨーロッパで行われたRELIEF¹というプロジェクトを含め、論文研究¹、または6ヶ月のGPNでの実態観察期間と米国における一般購入者の全国ネットワーク集会への参加が基になっている。この研究の特徴は、川村²の分析枠組みを用いて、日本モデルを、欧州や米国のモデルとの比較を行いながら示すことにある。

3. 分析

日本の戦略で特徴的な主要素を右図に示す。

- (1) 異種の関係者のネットワークが、中心に組織されたネットワークを通して、革新的ノウハウを生み出す。
- (2) 国による援助と協力
- (3) 政府の進捗を監視するシステムおよび障害を特定するシステム

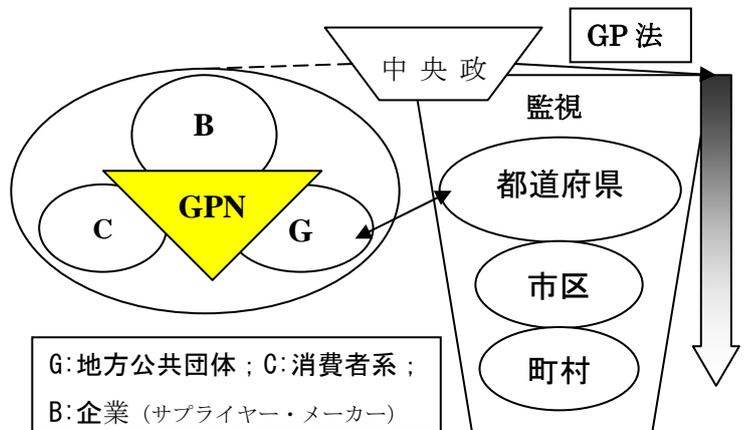


図-1 モデルとして、日本のアプローチ

4. 結論

このような方法で行った結果として、以下のような効果が得られた。

- (1) GPNの12,000以上の製品データベースにみられるグリーン市場の拡大
- (2) 製造業者や販売業者による透明性の促進、製品情報取得の利便性の向上
- (3) 地域レベルでのグリーン購入を促す政策の継続的な改善

5. 参考文献

- i) Erdmenger, Christoph ed. 2003年
- ii) 川村久美子 2003年