

# 地方部におけるサーキュラー・エコノミーへの企業の関わり方

株式会社 野村総合研究所  
サステナビリティ事業コンサルティング部 サークュラーエコノミー戦略グループ  
副主任コンサルタント 由藤 聖利香



## 1 はじめに

### 1) 世界的なサーキュラー・エコノミーへの関心の高まり

昨今、「脱炭素」「カーボンニュートラル」「サステナビリティ」など、SDGs<sup>※1</sup>に関連する用語を聞かない日はないほど、持続可能な社会の実現に向けた意識が強まっている。

中でも、2010年代半ばごろより、SDGsを達成するための実践的な考え方であるサーキュラー・エコノミーを推進する動きが全世界的に活発化している。サーキュラー・エコノミーとは、その言葉のとおり、循環型の経済システムを指す。従来の大量生産・消費・廃棄の経済に代わり、商品・サービスの設計・生産段階から持続的な循環や長寿命化を前提にすることで資源を最大限活用する、持続可能な成長を見据えた経済の仕組みである。国際資源パネル（IRP）G7 統合報告書では、平均気温上昇を2℃以内に抑える目標の達成には、資源効率性の大幅な向上、すなわち、サーキュラー・エコノミーへの移行が重要だということが指摘されている。欧州では、EU諸国において、政策・戦略のロードマップへのサーキュラー・エコノミーの組み込みが進展している。欧州委員会は2020年3月に、サーキュラー・エコノミーを推進するための新計画「Circular Economy Action Plan（サーキュラー・エコノミー・アクションプラン）」を公表し、同年12月には計画に基づく法制度の第1弾として、ライフサイクル全

体でのCO<sub>2</sub>や資源消費の削減を求めるバッテリーの規制法案<sup>※2</sup>を公表している。また、ISO/TC323（Circular economy）が設置されるなど規格の国際標準化が進められ、商品・サービスのライフサイクル評価を求める動きも見られる。欧州のみならず、アジアでもサーキュラー・エコノミー推進の動きが見られ、例えば、中国、台湾、インドネシアなどのアジア各国が、国家戦略や経済政策においてサーキュラー・エコノミーに取り組み始めている。

このような世界的な動きを受けて、日本でもサーキュラー・エコノミーへの関心が高まっている。2020年5月に発表された経済産業省の「循環経済ビジョン2020」では、3R<sup>※3</sup>（リデュース、リユース、リサイクル）からサーキュラー・エコノミーへの発

※1 「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称。国連加盟193カ国が、2016年から2030年の15年間で達成するために掲げられた17の目標を指す

※2 あらゆる種類のバッテリーを対象とし、製品設計から生産プロセス、再利用、リサイクルに至るライフサイクル全体において、CO<sub>2</sub>総排出量や、独立した第三者検証機関の証明書などを含むカーボン・フットプリントの申告、種類別のバッテリー回収などが義務化されている

※3 リデュース（Reduce = 資源の使用と廃棄物の発生を減らす）、リユース（Reuse = 製品の再使用）、リサイクル（Recycle = 廃棄物等資源の再生使用）の三つのRの総称

展的転換が掲示されている。2020年8月の環境省「選択と集中」実行本部<sup>※4</sup>第4回会合では、コロナ以降の経済復興において、①脱炭素社会への移行、②循環経済（サーキュラー・エコノミー）への移行、③分散型社会への移行という「3つの移行」が宣言され、持続可能な社会に向けてこれまでの経済活動を見直す動きも強まっている。また、2021年3月創設の「循環経済パートナーシップ」では、環境省と経済産業省、および日本経済団体連合会による新たな連携が始まり、サーキュラー・エコノミーを推進する体制構築が進められている。

## 2) 本稿における考察

サーキュラー・エコノミーについては多様な検討がなされているが、本稿では特に、地方部におけるサーキュラー・エコノミーの実現に向けた、全国展開系プレーヤー（都市部の大企業、ベンチャー企業、研究機関など）の関わり方に着目したい。これに着目する必要性や意義としては、次の3点が挙げられる。1点目は、全国展開系プレーヤーは、国境を越えた、あるいは、日本全国規模での資源循環システムの構築に向けた取り組みを開始している一方で、可能なものは地方部に閉じた循環を実現し、輸送・移動に伴うCO<sub>2</sub>を限りなく少なくすることが求められるためである。2点目は、人口減少や消費者嗜好（しこう）の変化により、大量生産・消費型のビジネスモデルが通用しなくなる前に、地方分散型の経済社会における新たなビジネスモデルを今のうちから構築しておくことが求められるためである。3点目は、商品・サービスの原料となる地方部の資源の持続可能性を担保しておくことが、長期的に見れば、企業にとって事業継続リスクの低減につながるためである。

以上を踏まえて、本稿では、地方部におけるサー

キュラー・エコノミーの実現に向けて、全国展開系プレーヤーが取り組むべき方策について提言したい。まずは第2章において、サーキュラー・エコノミーの定義や取り組みを整理し、地方部における循環モデルおよびそれを実現する主体間連携のあり方について論じる。そのうえで第3章では、地方部の主体との連携に向けた全国展開系プレーヤーに求められる方策について考察する。

なお、本稿で考察する循環モデルにおける「資源」とは、自然に存在する資源に加えて、人が手を加えた設備・資産を含めたものである。地方部に存在するこうした「資源」を、リユースやシェアリングなど使い方の工夫によって、循環・有効活用している取り組みを先進事例として紹介する。また、本稿における「地方部」とは、「人口がおおむね30万人以下の都市または地域」と定義する。

---

## 2 サークュラー・エコノミーをめぐる動向

### 1) サークュラー・エコノミーとは

サーキュラー・エコノミーは、日本で2000年に公布された循環型社会形成推進基本法にのっとり推進されてきた3Rとは全く異なる概念である。3Rは、「廃棄物の発生を抑制し、廃棄物のうち有用なものを循環資源として利用する」など、あくまで廃棄物を出す前提に立っている。これに対してサーキュラー・エコノミーは、「廃棄物や汚染を発生させず、発生した資源を使い続ける」というように、商品・サービスの設計段階から廃棄物・汚染を出さない前提に立ち、材料や製品をできる限り長く使い続けることで自然のシステムを再生する新たな経済

※4 環境大臣直属で、環境省のあるべき姿を明確にし、社会変革に向けて事務事業の選択と集中を進める組織

システムである。このように、根本的な前提が異なるため、サーキュラー・エコノミーの概念は、これまで推進されてきた 3R を軸とする循環経済の延長線上にはないといえる。

また、サーキュラー・エコノミーの推進は、環境負荷の削減だけでなく、企業の経済成長にもつながると考えられる。例えば、循環システムを経ることで廃棄物処理にかかるコストを削減し、資源を新たな価値に転換することができる。さらに、価値転換の過程で、イノベーションの創出や事業領域の拡大につながる可能性もある。アパレルや一般消費財メーカーでは、自社製品について「持続可能性に貢献する商品」であると付加価値を発信する際に、「サーキュラー・エコノミー」というキーワードが使われ始めている。

## 2) 地方部におけるサーキュラー・エコノミー

地方部におけるサーキュラー・エコノミーとしては、①地域内に閉じた自立循環、および、②地域外も巻き込んだ広域循環の大きく二つの循環モデルが考えられる。狭い範囲で循環させることが適切なものはなるべく狭い範囲で循環させ、広域循環が適するものは地域外も巻き込んで循環させるなど、各地域・各資源に見合った最適な範囲での循環モデルの構築が必要となる。二つの循環モデルに関する取り組みとしては、次のような例が挙げられる。

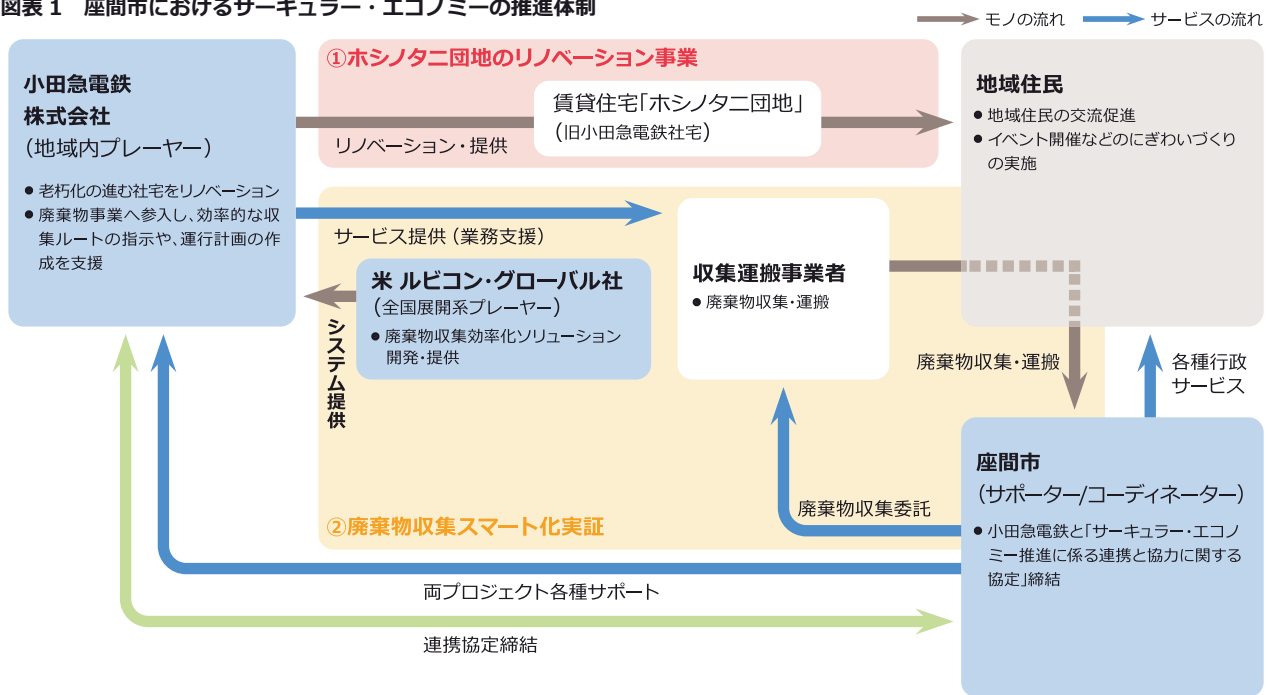
### (1) 地域内に閉じた自立循環

小田急電鉄株式会社は、サーキュラー・エコノミーの促進が、鉄道ビジネスにおいて重要な「まちづくり」と親和性・重要性の高いものと捉え、2019年6月に神奈川県座間市と「サーキュラー・エコノミー推進に係る連携と協力に関する協定」を締結。築50年が経過し老朽化対策が求められ、棟間の敷地

も有効活用されていなかった小田急電鉄の社宅を賃貸住宅「ホシノタニ団地」としてリノベーションを行い、棟間に広場や貸農園などを配置、定期的なイベント開催などのにぎわいづくりで座間市における地域住民の交流促進を図っている。環境的な意義として、既存資源の有効利用やリノベーションによる資源利用量の抑制が可能になったほか、社会的・経済的な意義として、沿線地域のコミュニティ活性化が小田急電鉄の鉄道事業に大きく関わることが挙げられる。さらに、小田急電鉄は、サーキュラー・エコノミーの実現には廃棄物事業者が抱える課題解決が不可欠であると考え、米国ルビコン・グローバル社とも連携のうえ、廃棄物の排出事業者と収集事業者のマッチングや収集ルート効率化といった、リサイクルするうえで要となる廃棄物資源回収のスマート化に関する実証実験を行っている。ルート最適化によるCO<sub>2</sub>排出削減が期待されることに加えて、収集運搬車にセンサーなどを設置して道路の亀裂を発見したり、大気汚染情報を収集したりするなど、自治体の業務支援につながるサービスの提供も計画されている。

本事例は、地域内プレーヤー（小田急電鉄）、サポーター／コーディネーター（座間市）、全国展開系プレーヤー（ルビコン・グローバル社）が連携し、機能を補完し合うだけでなく、地域の社会課題を捉えたソリューションや価値提供を検討している点が特徴である（図表1）。本事例は、企業と地方自治体とが連携したサーキュラー・エコノミーの推進により、団地再生や資源回収のスマート化などSDGsにつながる点が評価され、フィンランドの公的イノベーションファンド Sitra が選定する「世界を変えるサーキュラー・エコノミー・ソリューション」に選出されている。

図表 1 座間市におけるサーキュラー・エコノミーの推進体制



出所) NRI 作成

## (2) 地域外も巻き込んだ広域循環

地域を越えた循環モデルとしては、豊島株式会社の事例が挙げられる。豊島は、従来廃棄されていた規格外食材やカット野菜の切れ端、コーヒーの出し殻といった食品残渣(ざんし)から染料を抽出し、衣料品に活用する「FOOD TEXTILE」というプロジェクトを推進している。色の原料を提供する食品関連企業・農園、その生地で商品を展開するコラボレーション企業という地域を越えた主体の連携により成り立つプロジェクトとなっており、豊島が食品関連企業や農園から食品残渣を買い取り新たな価値を創出、企業の社会的責任(CSR)活動の領域を超え、各企業がビジネスとして取り組める流れをつくることで、長期的に持続可能な仕組みが目指されている(図表2)。

さらに、サーキュラー・エコノミーでは資源を循環・再生し続ける経済を構築するために、原材料含む商品・サービスのトレーサビリティ確保が重要と

なるが、FOOD TEXTILEでは徹底したトレーサビリティがなされている点も特徴である。使用する食品残渣は、どのような流通工程を経たのかが原材料から追跡可能な独自の追跡管理システムを構築している。

このように、食やエネルギーのみならず、ファッション業界においてもサーキュラー・エコノミーを意識した取り組みが出てきている。

## 3) 循環モデル実現に向けた連携のあり方

二つの事例で述べたように、各循環モデルを実現するには、①地域内プレイヤー(地場企業など)、②サポーター/コーディネーター(自治体、地域金融、中間支援組織など)、③全国展開系プレイヤー(都市部の大企業、ベンチャー企業、研究機関など)という三位一体の連携が大きな役割を果たす(図表3)。

まず、循環モデルの構築にあたり必要となる地域



図表 2 「FOOD TEXTILE」の事業モデル



出所) NRI 作成  
 画像提供) 豊島株式会社

資源や地域課題の把握には、地域内プレーヤーが重要な役割を果たす。次に、地域資源をさまざまな用途に転換して事業領域を拡大する際には、地域内・地域間のさまざまな主体をつなぐサポーター/コーディネーターと連携することで、関係主体の巻き込みや合意形成を進めやすくなる。全国展開系プレーヤーは、こうした地域内プレーヤーに技術・ノウハウや機能を提供する一方で、地域内プレーヤーと役割分担して身軽な事業体制を構築することで、win-win の関係を実現できる。また、蓄積した地域循環のノウハウを、各地のサポーター/コーディネーターと連携して全国展開することで、より高効率な運営体制を構築しつつ、事業規模を拡大することができるようになる。

このように、地方部におけるサーキュラー・エコノミーの推進では、三位一体の連携が重要な役割を果たす。第3章では、三位一体の連携による取り組みから見てきた、二つの循環モデルの実現に向けて全国展開系プレーヤーに求められる方策について論じていく。

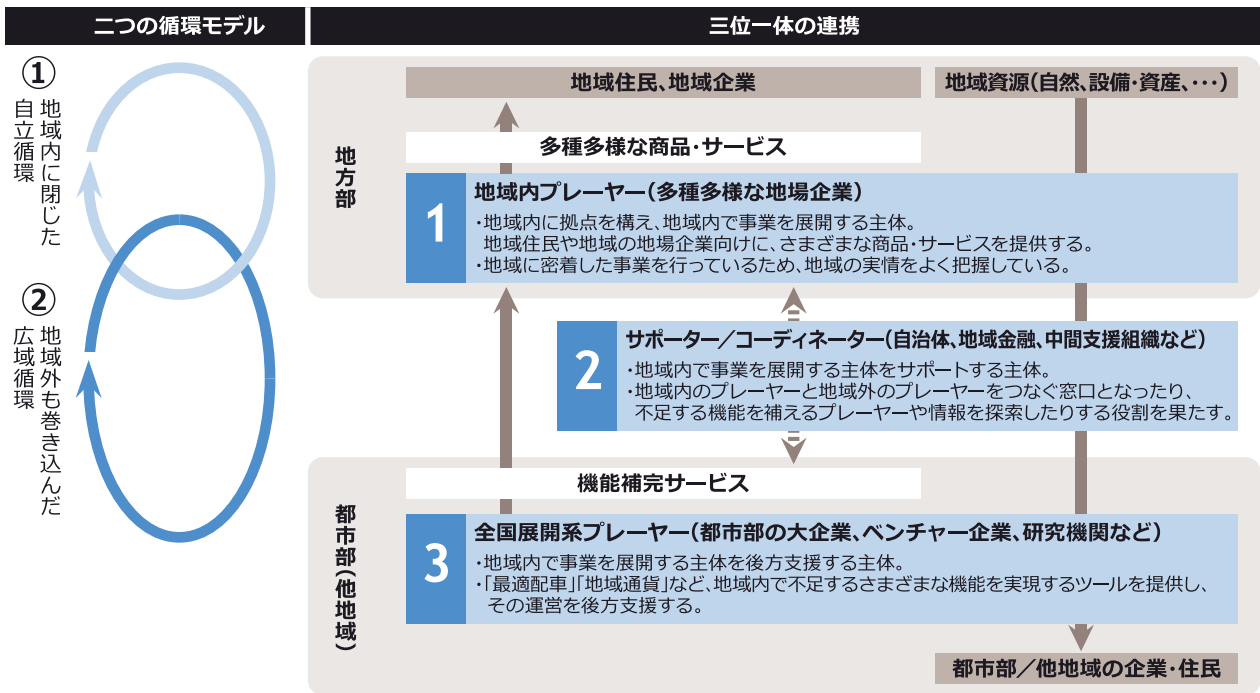
### 3 三位一体の連携から考える、全国展開系プレーヤーに求められる方策

二つの循環モデル構築の課題としては、主に次のような点が考えられる。まずは、これまでは成立しなかった循環型経済を実現するためには、高効率な事業運営体制を構築することが求められる。次に、構築した循環の価値が顧客にきちんと認識され、なおかつ価値として評価されるような状態をつくることも重要である。さらに、長期的に事業を継続するためには、廃棄物や自然由来の原料でも安定的で、さらに、一定以上の規模で原料調達・販売を行うことができる事業スキームを形成することも必要である。これらの課題を踏まえ、本章では全国展開系プレーヤーに求められる具体的な方策として、以下六つのポイントを提言する (図表4)。

#### 1) 既存の施設・設備を共用して展開し得る複数サービスを提供

「一物多役」とは、一つの資源に、複数の役割・機能を付与することを指す。例えば、貨物と旅客の

図表 3 二つの循環モデルと三位一体の連携



出所) NRI 作成

運送、運行を一緒に行う貨客混載のような空間の共用や、施設・設備の時間別での別用途利用などが例として挙げられる。また、第2章で紹介した小田急電鉄と座間市の例における、廃棄物収集とインフラ維持管理の組み合わせも一物多役の例だといえるだろう。サーキュラー・エコノミーでは、経済活動の中で資源を無駄なく活用し、効率的に使用・循環させることが必要になる。そのため、新たな商品・サービスを次から次へと生産・販売する従来型のビジネスモデルから脱却し、従来の商品・サービスにおける経済性の向上を検討する必要がある。

具体的な事例として、株式会社エムダブルエス日高は、予約送迎システムを自社開発し福祉送迎車の最適配車を実現している。福祉送迎車を施設利用者の非通所日の買い物や通院などの外出にも利用できるよう、株式会社未来シェアのAI自動配車システム「SAVS」とも連携。近隣自治体における複数の介護福祉事業者を巻き込み、送迎中の福祉輸送車の

空き座席に利用者を効率よく割り振ることで、最適な送迎サービスを実現している。送迎サービスの提供のために新たに車両購入する必要性が減り、効率的な送迎が可能になることで、CO<sub>2</sub>削減に貢献でき、最適配車・シェアリングを可能とする技術により、時間によっては未利用資源となっていた福祉送迎車の経済性を高めた事例だといえる。

このように、未来シェアのような全国展開系プレーヤーは、自社の保有する技術に加えて地域内プレーヤーの保有する資源を活用し、従来の商品・サービスにおいて活用しきれていない点を積極的に経済的価値に結びつける視点が重要である。未利用資源に機能を追加する際には、全国展開系プレーヤーの保有するデジタル技術の生きる余地が大いにあるだろう。

図表 4 全国展開系プレーヤーに求められる方策

二つの循環モデル構築の課題	解 決 策	
	何を提供するか？ — 商品・サービス — 提供価値 など	どうやって提供するか？ — 提供チャネル — パートナー など
課題① 経済的に成立しなかったサー キュラー・エコノミー実現のた めに、高効率な体制を構築する	<b>1</b> 既存の施設・設備を共用して 展開し得る複数サービスを提供 (例) エムダブルエス日高 複数の事業者が連携して保有車両を相互融 通、各施設への送迎に限らず、さまざまな用途 に利用して、地域の「モノ」の経済性を向上	<b>2</b> 地域内プレーヤーとして地域住民の力 も生かした身軽な運営体制を構築 (例) 小田急電鉄 最終的には地域が自走することを目指し、遊 休地資産活用のソフト面を地域主体が役割分 担して企画・運営する体制を実現
課題② サーキュラー・エコノミーの 価値が認識される/価値として 評価される状態をつくる	<b>3</b> ツールで見える化した環境価値も含めて 商品・サービスの価値を提供 (例) 豊島 製品タグのQRコードから再生原料などトレ サビリティ情報を発信、環境貢献を認識でき る状態にして消費者へアプローチ	<b>4</b> 先進地域と他の地域が意見交換する場 を設けて、提供価値に対する理解を促進 (例) MONET Technologies 自治体・企業が参加するコンソーシアムを発足、 勉強会・マッチングの機会を提供し、多くの地域 の悩み解決・疑問払拭(ぶっしょく)の場とする
課題③ 廃棄物や自然由来の原料でも、 安定して/一定以上の規模で 原料調達・販売を行える事業 スキームを形成する	<b>5</b> 顧客・取引先と共同で、需給双方のニー ズに沿うサービスメニューを作成・提供 (例) 三河の山里コミュニティパワー 太陽光・バイオマスなど地域資源による再エ ネを含む電力を行政施設に供給、得られる収 益で住民ニーズに応える他事業を展開	<b>6</b> 必要な情報・機能を競合企業に提供し て、業界全体の利益を向上 (例) ユニリーバ・ジャパン、花王 メーカーごとで製品素材が異なる点を踏まえ て、企業の枠を超えて連携し、持続可能なプラ 資源循環の仕組みを検討

出所) NRI 作成

## 2) 地域内プレーヤーとして地域住民の力も生かした身軽な運営体制を構築

商品・サービスの原材料調達・生産・流通・販売における運営体制の効率化・最適化も、サーキュラー・エコノミーの推進では重要なポイントである。全国展開系プレーヤーが多くの役割を担う必要はなく、役割に応じて地域内の人材に運営を担ってもらうことで、本社機能を最小限にできる。また、地域住民の空いている時間に、必要な分だけ運営を手伝ってもらうという方法もある。

例えば、前章で紹介した小田急電鉄は、行政・地域の地場企業・地域住民という3者の結びつきの強化を目指し、地域の資源をうまく活用しながら、地方部が自走できる仕組みづくりを進めている。例えば、リノベーションを行った「ホシノタニ団地」では、今では住民が主体となって地域のにぎわいづくりが行われている。また、廃棄物資源回収スマート化の実証実験においても、新たに大勢の人材を雇用した

り、収集車を増やしたりするなど資源を増やすことはせずに、今ある資源を生かした事業の効率化に重きが置かれている。今後、小田急電鉄は、廃棄物事業者や自治体との連携を拡大・強化し、座間市の取り組みで蓄積したノウハウを生かして沿線を中心とする循環型コミュニティの創出を推進する方針である。

このように、地方部の人材を活用した事業推進を行うことで、地域にとっては産業振興・雇用創出につながり、全国展開系プレーヤーにとっては蓄積した技術・ノウハウの横展開に注力することが可能になる。

## 3) ツールで見える化した環境価値も含めて商品・サービスの価値を提供

次に、いくら商品・サービスの提供価値が素晴らしくとも、顧客への訴求力がなければ事業として成立しない。特に地方部では、全国展開系プレーヤー

の関与する商品・サービスがその地域に貢献するメリットを示すことが、顧客や連携パートナーの理解獲得につながるといえる。農産物・家電製品・消費財などあらゆる商品・サービスについて、従来のように顧客ニーズに即応することを競うのではなく、「環境に良い」「持続可能な社会の実現に貢献する」という目に見えない価値を分かりやすく表現しながら、顧客の意識改革を行う責務も、全国展開系プレーヤーにあるといえる。

例えば、第2章で紹介した、豊島による食品廃棄物から抽出した染料をアパレル商品に活用するプロジェクト「FOOD TEXTILE」では、製品の札にQRコードを付与している。どのような食品残渣をどの程度衣料品に利用したのかを購入者が読み取れるようにし、さらに、売り上げの一部が桜の植樹の寄付に回る、同社オーガニックコットン普及プロジェクトを通じた取り組みも行っている。このような情報提供やイベントを通じ、消費者が環境貢献活動をイメージしやすくなるだけでなく、実際に活動に参加している意識を持たせることが、今後消費者における商品選択の意識にアプローチしていく方法の一つだと考えられる。

このように、消費者に対しては、商品・サービスの意義をいかに分かりやすくイメージできるかどうか、また、企業や金融機関、行政に対しては、環境にどれほど貢献できているかを定量的に示すことが、訴求ポイントになり得ると考えられる。

#### 4) 先進地域と他の地域が意見交換する場を設けて、提供価値に対する理解を促進

地域や業種を超えた主体間連携は、一筋縄に実現できるものではない。全国展開系プレーヤーにとっては、地域内プレーヤーへの継続的な働きかけが必要になるが、商品サービスについての理解を得る際

には、場合によっては全国展開系プレーヤー“以外”のプレーヤー同士で意見交換をしてもらうことが効果的になる場合もある。

例えば、MONET Technologies 株式会社は、車両・移動データを集約するデータ基盤を備えた「MONETプラットフォーム」を構築し、地域の課題・ニーズに沿ったオンデマンド・モビリティ・サービスを提供するなどして、交通移動に関する課題解決を目指している。効率的な輸送が可能となることで、車両という資源の有効活用および輸送に係るCO<sub>2</sub>削減につながるという環境的価値がある。同社は、同システムの展開にあたり多くの自治体や事業会社へアプローチしているが、これら地域内プレーヤーにとっては新技術・新規の取り組みに対する不安も大きいという。その際に、多様な自治体・事業会社が参加する協議会「MONET コンソーシアム」を通して、勉強会や自治体-企業間マッチングの機会を提供、さらに、新技術の導入経験のある自治体を巻き込み、自治体同士で地域の課題やニーズ、その解決方法などを情報連携することで、新技術導入に対する不安を小さくすることにつなげている。

このように、地方部において新たな取り組みを進める際のパートナーの理解獲得では、新技術の導入経験のある主体とも連携したアプローチを行う工夫も考えられる。

#### 5) 顧客・取引先と共同で、需給双方のニーズに沿うサービスメニューを作成・提供

安定的な事業スキームの形成に向けて、対顧客の観点で言えば、サーキュラー・エコノミーでは企業と顧客との関係性の変革も求められる。商品・サービスを提供して1回限りで終わる関係性ではなく、



ながる。そのため、全国展開系プレーヤーにとっては、地域内プレーヤーやサポーター／コーディネーターと連携のうえ共同で商品・サービスを検討し、賛同者を巻き込む仕掛けをつくり込んでおくことが重要である。

例えば、株式会社三河の山里コミュニティパワーは、中部電力・愛知県豊田市と連携し、再生可能エネルギーの電源開発や豊田市内の700を超える行政施設への電気小売事業を運営し、収益基盤を確保している。また、さらなる地域課題解決サービスの拡充を目指し、地域住民に株主になってもらい、住民自らが地域課題を検討し同社が支援すべきことを議論・提示してもらうなど、地域とともに新サービスを創出する姿勢を取っている。

このように、地方部において、安定的な事業スキームの形成に向けて顧客との関係継続を長期化するためには、顧客や取引先と共同でサービスをつくりこむ視点が重要である。

## 6) 必要な情報・機能を競合企業に提供して、業界全体の利益を向上

特に、食料品・飲料品・消費財など製造業に関して、商品・サービスのリユースや再流通を考えたとき、生産から消費には多様なステークホルダーが関わっており、循環モデルの構築・変革には、1企業・1主体では取り組むことが難しい。ある商品・サービスについて、原材料調達・生産・流通・販売のサプライチェーン上における各主体が、おのこのビジネスを個別に行うのではなく、連携・情報共有したうえで商品・サービスの長期的な循環モデルを検討する必要がある。たとえ競合企業でも必要な部分については連携のうえ、業界全体の利益を向上させることが、長期的な目線で見れば自社の利益にも返ってくる共存共栄の視点も忘れてはならない。

上記のような、サーキュラー・エコノミーの実現に向けた各セクター間の情報共有は進んでいるとはいえ、情報連携体制の構築という課題もある。

今後、競合企業も含めた業界全体の活性化に向けた示唆のある取り組みとして、例えばユニリーバ・ジャパンと花王株式会社は、日用品のプラスチック容器包装の資源循環推進に向けた協業を2021年6月より開始している。プラスチックの資源循環において、メーカーによってプラスチック素材が異なること、素材別に分別回収する仕組みがないこと等の問題に対して、企業の枠を超えて持続可能な使用済み容器の分別回収の仕組みを検討する狙いである。

このように、資源やノウハウを奪い合い、自社の独り勝ちを狙うのではなく、競合企業であっても必要に応じて資源やノウハウを共有し、全体で利益を得る柔軟な体制が設計できることが望ましい。また、このような他主体との資源・ノウハウの共有については、一部の情報のみで十分である場合もあるため、企業間の情報連携基盤を構築する際には、透明性と耐改ざん性の高さが重要となる。

## 4 おわりに

ここまで見てきたように、各主体が各フィールドでさまざまな工夫を施しながら、持続可能な経済・社会の実現に向けた新たな取り組みを始めている。しかしながら、地域や業種を超えた事業の推進には、依然としてさまざまな障壁も存在する。地方部におけるサーキュラー・エコノミーの実現を目指し、三位一体の連携推進に向けて政府に今後求められる方策として、具体的な提言は別の機会とするが、制度および機会の観点から以下を指摘したい。

まず、制度面では、資源循環の効率性、リサイクル率などの環境価値に関する評価基準や評価方法の

設定、および、その評価に基づく商品・サービスに対する企業への経済的インセンティブの付与を国に期待したい。民間企業からは、「環境・サステナビリティの分野は企業の利益にならない」という声も聞く。持続可能な社会の実現に向けて価値ある商品やサービスが、そうでない商品・サービスよりも、正当性・一貫性をもって評価される仕組みづくりが望ましい。場合によっては、サーキュラー・エコノミーに貢献しない商品・サービスに対する規制の設定も一案であろう。

また、機会面では、各主体の課題やニーズのマッチングや情報共有ができる場づくりを期待したい。地理的な隔たりや限られたネットワークなどを背景に、地域内プレーヤーにとっては必要な技術・サービスが明確だとしても全国展開系プレーヤーの接点をつくりづらく、連携が進めづらいという問題が起こり得る。全国展開系プレーヤーにとっても、自社の技術・ノウハウを生かせる地域との接点づくりに多くのリソースが必要になる。ニーズ側（地域内プレーヤー）とシーズ側（全国展開系プレーヤー）とのマッチングが促進されるよう各主体の課題・ニーズや保有する技術・ノウハウが発信できるような安全性・透明性の高い情報連携基盤の整備も、新たな連携体制の創出に効果的であると考えられる。

今後は、サーキュラー・エコノミーへの移行が、民間企業にさらに強く求められる。環境に対する取り組みについての情報開示が民間企業に対して求められる、投融資先の選別においても環境に配慮した経済活動に関する企業責任がより重要視される。モノだけでなくヒトという資源で見ても、人材確保の難化から、資源回収や分別など現状は人海戦術で担っている業務が、今後は立ち行きづらくなることは明白である。そのため、効率的な資源循環モデルの構築を進め、最小限の人員で事業を運営できる体制を

目指すことが必要となる。

サーキュラー・エコノミーへの移行は、現行の経済・社会システムを根底から見直す必要が出てくるため、循環モデルの構築を短期間で行うことは難しく、また、短期的・直接的な企業の利益につなげることは難しいかもしれない。一方で、長期的な目線での価値の最大化や地域連携の追求が、今後の持続可能な社会におけるビジネスのあり方、企業の姿勢として目指していくべき姿だと考える。都市部の全国展開系プレーヤーにとっても、地方部の主体との連携や協業が今後より重要な意味合いをもつことになるであろう。サーキュラー・エコノミーへの関心の高まりが一過性のもので終わるのではなく、その意義を多様な主体が理解し同じ目標を見据え、限りある資源を最大限“使い倒す”仕組みづくりに向けた動きが今後も継続することを期待したい。

●…… 筆者

由藤 聖利香 (ゆとう せりか)

株式会社 野村総合研究所

サステナビリティ事業コンサルティング部

サーキュラー・エコノミー戦略グループ

副主任コンサルタント

専門は、サーキュラー・エコノミー、環境

ビジネスの戦略立案・実行支援など

E-mail: s-yuto@nri.co.jp