

サーキュラーエコノミー構築に向けて

東海大学政治経済学部経済学科教授

細田衛士

ほそだ へいじ



世界をリードしてきた 日本の資源循環政策

日本は2000年に循環型社会形成推進基本法を施行し、循環型社会の形成に向けて大きく舵を切った。EUによる循環経済パッケージの提示が2015年だから、日本の資源循環政策は世界をリードしていたといえる。日本の得意技である産学官民の協力が功を奏したこともあり、また順次導入された個別リサイクル法が機能したこともあり、日本は廃棄物の発生・排出抑制に成功した。GDPとごみ(一般廃棄物)排出量との関係を見るとそれが読み取れる。いわゆる、デカップリング(経済が成長しても環境負荷量が減少すること)に成功したのである(図表)。

循環型社会と サーキュラーエコノミーの違い

しかし、これから日本がサーキュラーエコノミー(以下、CE)の実現を目指すとき、リユース・リサイクルなどによる廃棄物の発生・排出抑制は必要条件ではあっても十分条件とはいえない。ここに、循環型社会と循環経済すなわちCEとの違いが表れる。CEの定義は人によっても異なるが、概ね、「資源の高度な循環利用によって資源効率性を高めるとともにビジネスを活性化し、新しい付加価値を創出するような経済」と理解してよいだろう。さらに言えば、「資源の高度な循環利用を契機として構築される新たな資本主義経済」、それがCEと考えてよいのではないだろうか。ところで、CE(循環経済)という考え方が日本では既に1999年に存在したことは注

目に値する。『循環経済ビジョン1999』が策定されていたのである。この経済と環境・資源のウィンウィンを目指す発想はさらに、『循環経済ビジョン2020』の中に受け継がれ、より明確な形で展開されている。

もとより、ワンウエー、使い捨て型経済に限界があることは明らかである。天然資源および埋め立て処分場という2つの資源のピークアウト、すなわち二重の資源制約に直面して、経済は根本的な転換を迫られている。この転換を実現し、経済と環境・資源のウィンウィンを目指すのがCEというわけである。これからは、さらにカーボンニュートラル(以下、CN)の制約が加わり、経済構造の転換はもはや避けられないものとなっている。ここで、これらを単なる制約と考えるのではなく、新たな経済社会構築のためのバネとポジティブに考えることが重要である。まさに、

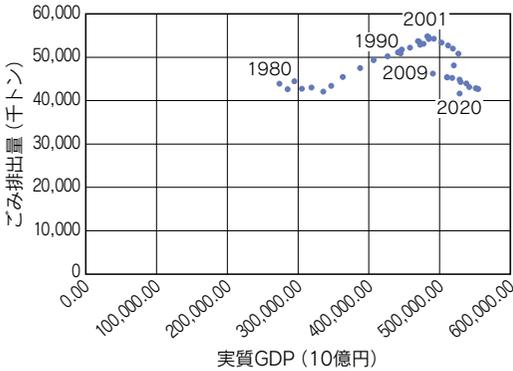
経済学者ケインズの言うアニマルスピリットが求められているのだ。

産業構造の変革…生産・販売方式を資源循環型へ徹底

さて、CEを構築するためには、2つの面での経済改革が必要である。1つは産業構造の変革であり、もう1つは需要構造の変革である。前者は語られる機会が多いが、それと比較すると後者についての言及は少ないように思われる。

まず前者だが、従来型の生産・販売方式を徹底的に資源循環型に変革することが必須である。極端なケースで言うと、製品・部品・素材などの所有権の移転を伴わない市場取引の実現が考えられる。使用済み製品・部品・

図表 ごみ排出量とGDPとの関係



素材は必ず生産者のもとに戻ることによって、効率的な資源の循環利用が進む。Paas(モノを売るのではなくモノによって提供されるサービスを売る方式)というビジネススタイルも既に始まっている。そこまでいかずともリース、レンタルはごく普通の商取引になりつつある。また、サブスクリプションなども新しい経済スタイルである。もちろん、使用済み製品・部品のリユース、リサイクル、アップサイクルなども含めた循環ビジネスが一層成熟化することも不可欠である。

モノからコト(サービス)へのグリーンな有効需要の創出が不可欠

ただここで1つ留意すべきことがある。それは、このように産業構造を変革しさえすれば経済成長率は上昇し、雇用が増加するというわけではないということである。もちろん、産業構造の変革はCE構築の重要な一側面には間違いない。だが、需要を無視した経済変革は実現しない。経済は、結局は需要と供給のバランスによって成り立つのであって、どちらが欠けてもうまく動かない。

要点はこうだ。産業構造をCE型に変えたところで、グリーンな有効需要が創出されない限り、雇用の純増はあり得ないし経済成長もないということなのだ。新しいグリーンな需要が創出されなければ経済は発展・成長しないのである。ライフスタイルの変革に伴って、資源の高度な循環利用を実現する需要の創出がなければならない。モノからコト(サービス)への需要の変化の誘導が不可欠なのだ。

産業構造の変革とライフスタイルの変化を同期させる工夫

実は、その兆しがないわけではない。若者は既に大量消費に飽きてはいるもののコトには興味を示し、消費スタイルを変えている。また高齢者世帯を中心に、低環境負荷製品の購入が増えているという事実もある。こうしたライフスタイルの変化に即した需要の掘り起こしが不可欠なのだ。例えば、海外ではGAFAGが巨額の利益を得ているが、彼らはモノを売っているのではなくコトを売っているのである。それが人々に受け入れられ、巨額の支払い意思が実現されている。耐久消費財がほぼ飽和した日本経済でも、モノよりもコトで稼ぐ時代になったといえよう。

このモノからコトへのライフスタイルの変化に合わせて、よりグリーンな需要を創出することが喫緊の課題なのだ。そして、産業構造の変革とライフスタイルの変化を同期させる工夫が今求められている。

最近では、グリーンボンドやサステナビリティボンドなど金融面からグリーンな需要の創出を支援する動きが出てきた。それによって、CEとCNが調和しながら進む可能性もある。まだまだCEの動きは速やかとはいえないが、プラスチック資源循環促進法や個別製品のリサイクル法も整備され、ようやく全体的な動きが同期しつつある。確かにCEとCNの両立には高いハードルがあるけれど、産業構造の変革とグリーンな需要の創出が相伴えば、このハードルは越えられないことはない。