



エコマークの社会的側面



2012年9月5日

財団法人日本環境協会 エコマーク事務局
基準・認証課 下平勇毅



財団法人日本環境協会について

◆環境省の外郭団体として1977年に設立

◆協会が目指す姿(ビジョン)

持続可能な社会の実現を目指す人々を結ぶ架け橋となり
多くの主体が参加し活用できる『しくみ』づくり 及びその
支援を行う

◆協会の4つの重点分野

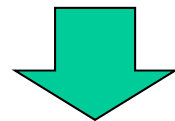
- ・環境教育・環境学習
- ・グリーンマーケット実現
- ・地球温暖化防止
- ・土壌環境保全対策





エコマーク事業の目的

環境保全に役立つと認められる商品(製品およびサービス)に「エコマーク」を付けることで、商品の環境的側面に関する情報を広く社会に提供し、**持続可能な社会の形成に向けて事業者ならびに消費者の行動を誘導していく。**



- ▶ **事業者と消費者とをつなぐコミュニケーション手段です**



環境ラベルの分類と特徴

ラベルの特徴により、**タイプⅠ**・**タイプⅡ**・**タイプⅢ**の3種類

タイプⅠ (ISO14024) “第三者認証”

第三者が『資源の採取から廃棄まで』**全ライフサイクル**における環境影響を一定の基準に基づいて**認定**



ブルーエンジェル
(ドイツ)

タイプⅡ (ISO14021) “自己宣言”

事業者の一定の基準を満たしている製品に対して表示される**自己宣言**



など

タイプⅢ (ISO14025) “環境情報表示”

製品が環境に与える負荷を、技術報告書等で**定量的に表示**



▶ **エコマークは我が国唯一のタイプⅠ環境ラベルです**



エコマークの特徴

ISO14024「タイプI 環境ラベル」に従う制度

- ▶ 「自主的で多様な基準に基づいた、第三者機関によってラベルの使用が認められる制度」

特徴1: ライフサイクルの考慮

(資源採取から製造、流通、使用・消費、リサイクル、廃棄)

特徴2: 商品分野ごとに認定基準を策定

特徴3: 消費者、事業者、中立者の参加

⇒ 基準策定作業への参加、パブリックコメントの実施など

特徴4: 第三者機関が運営

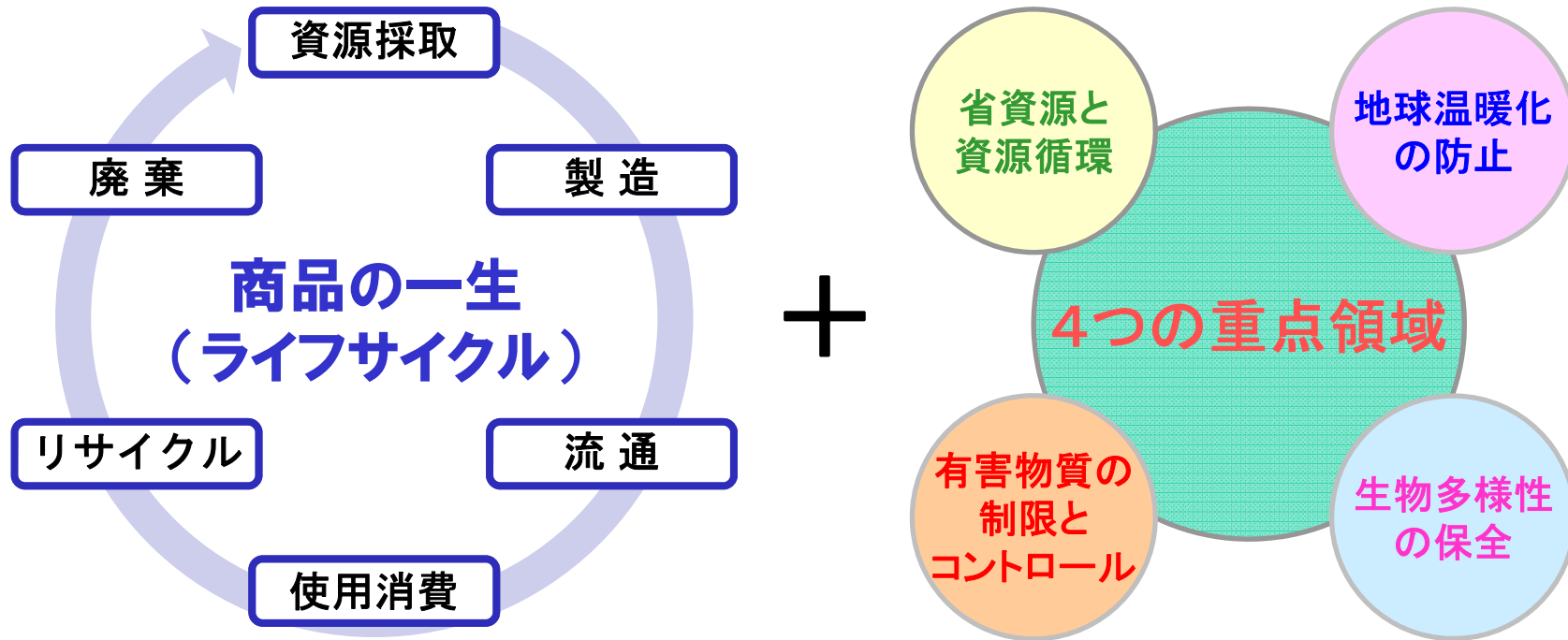
⇒ (財)日本環境協会

予算の独立(国等の委託事業ではなく、
エコマーク使用料と審査料による運営)



エコマークの特徴(ライフサイクル)

ライフサイクルと多様な環境側面の考慮



- ▶ 地球環境を総合的に考慮してエコマーク認定基準を策定



エコマークの特徴(商品分野毎の基準)

52の商品類型(分野)の認定基準

衣服、繊維製品、文具事務用品、用紙、節水機器、複写機、プリンタ、パソコン、プロジェクタ、インクカートリッジ、塗料、生ごみ処理機、石けん、家具、消火器、時計、詰替容器、まほうびん、自動車保険、革製衣料品、太陽電池製品、日用品、土木・建築製品、....

認定商品数 5,144 企業数 1,706 (2012年7月現在)

2011年度以降に制定された商品類型

【製品】

BD/DVDレコーダー・プレーヤー、電球形LEDランプ、楽器(消音ピアノユニット)、建築製品(タイルカーペット、耐火鋼材、デッキプレート)

【サービス】

小売店舗、カーシェアリング

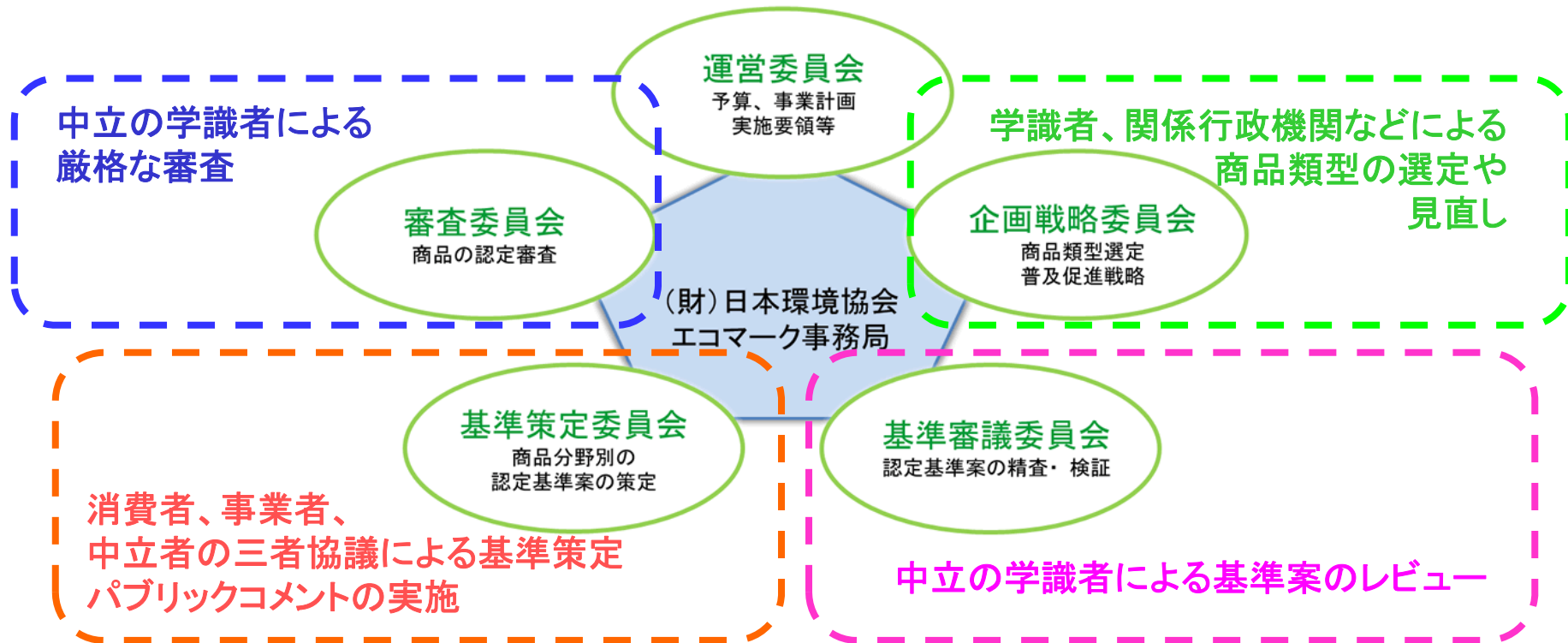
▶ 多様な商品類型(分野)毎に認定基準を策定



エコマークの特徴(関係者の参加)

委員会制度による運営

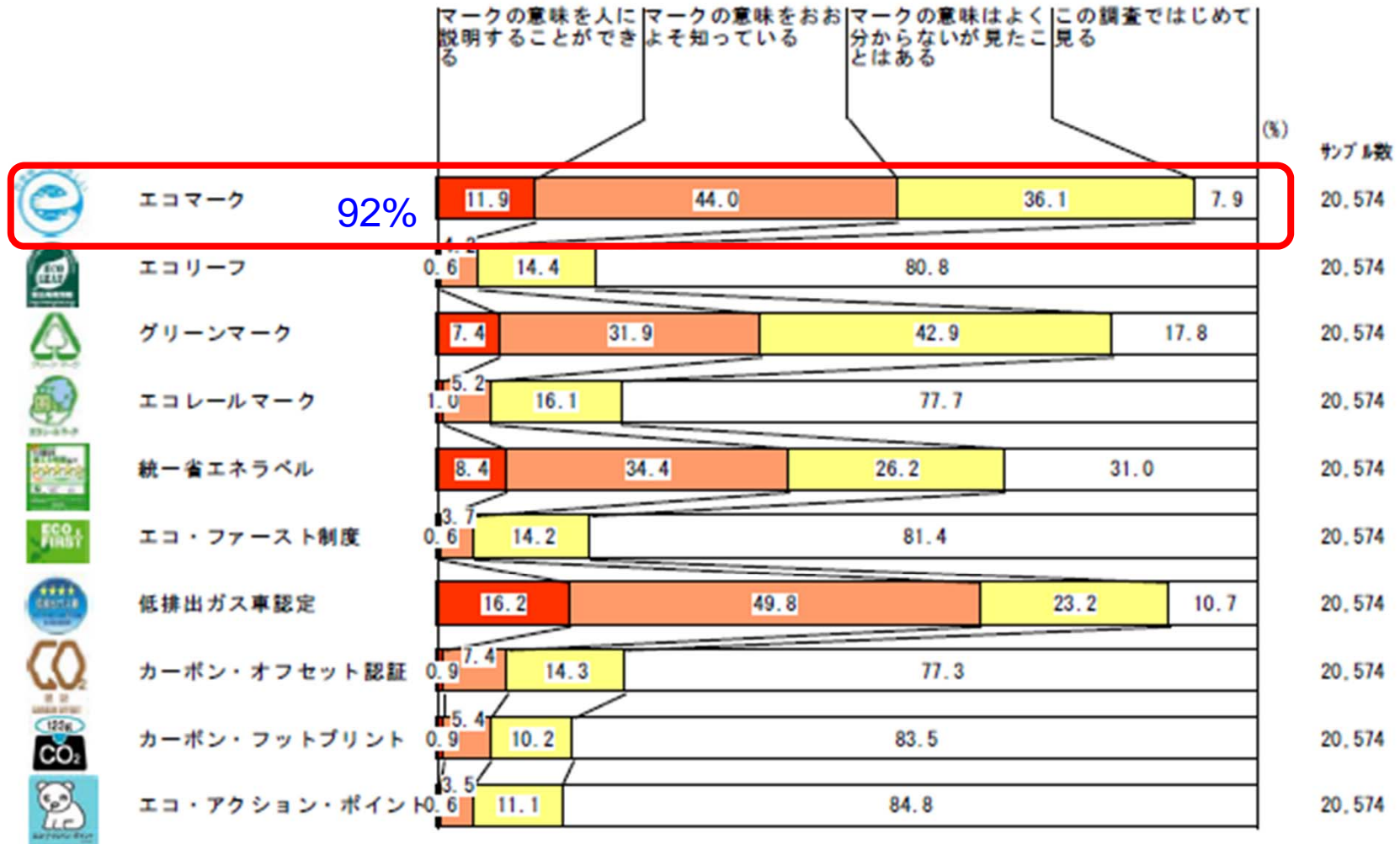
- ▶ 委員会制度及び多様なステークホルダーの参加で
公平性・透明性を確保





エコマークの認知度

◆エコマークは日本の環境ラベルで最も認知度が高い。















エコマークの影響力

◆組織購入の際、環境配慮型商品の選択の目安に広く利用されるようになってきた。

地方自治体がグリーン購入に際して参考に行っている環境ラベリング制度等

環境ラベル	%	環境ラベル	%
 エコマーク	97.6	 間伐材マーク	20.4
 グリーンマーク	87.3	 森林認証制度	19.0
 再生紙使用マーク(Rマーク) <small>古紙パルプ配合率70%再生紙を使用</small>	85.9	 PCグリーンラベル	19.0
 国際エネルギースタープログラム	41.4	 エコリーフ環境ラベル	5.1
 PETボトルリサイクル推奨マーク	35.5	グリーン購入ガイドライン及びエコ商品ねっと	33.2
 省エネラベリング制度(省エネ性能タログ)	35.1	グリーン購入法特定調達物品情報提供システム	22.6
		地域独自のラベリング制度、情報提供制度	3.4
		家電製品環境情報提供制度	2.5
		その他のラベリング制度、情報提供制度	1.7

出典：平成22年度地方公共団体のグリーン購入法実態調査(環境省)

○調査対象：全国1,797地方公共団体 回収率：79.6%

○調査時期：平成22年9月～12月



グリーン購入法とエコマークの関係

「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律
(グリーン購入法)」(2000年成立、2001年4月施行)

国等の公的機関が率先して環境物品等(環境負荷低減に資する製品・サービス)の調達を推進するとともに、環境物品等に関する適切な情報提供を促進することにより、需要の転換を図り、持続的発展が可能な社会の構築を推進することを目指している。

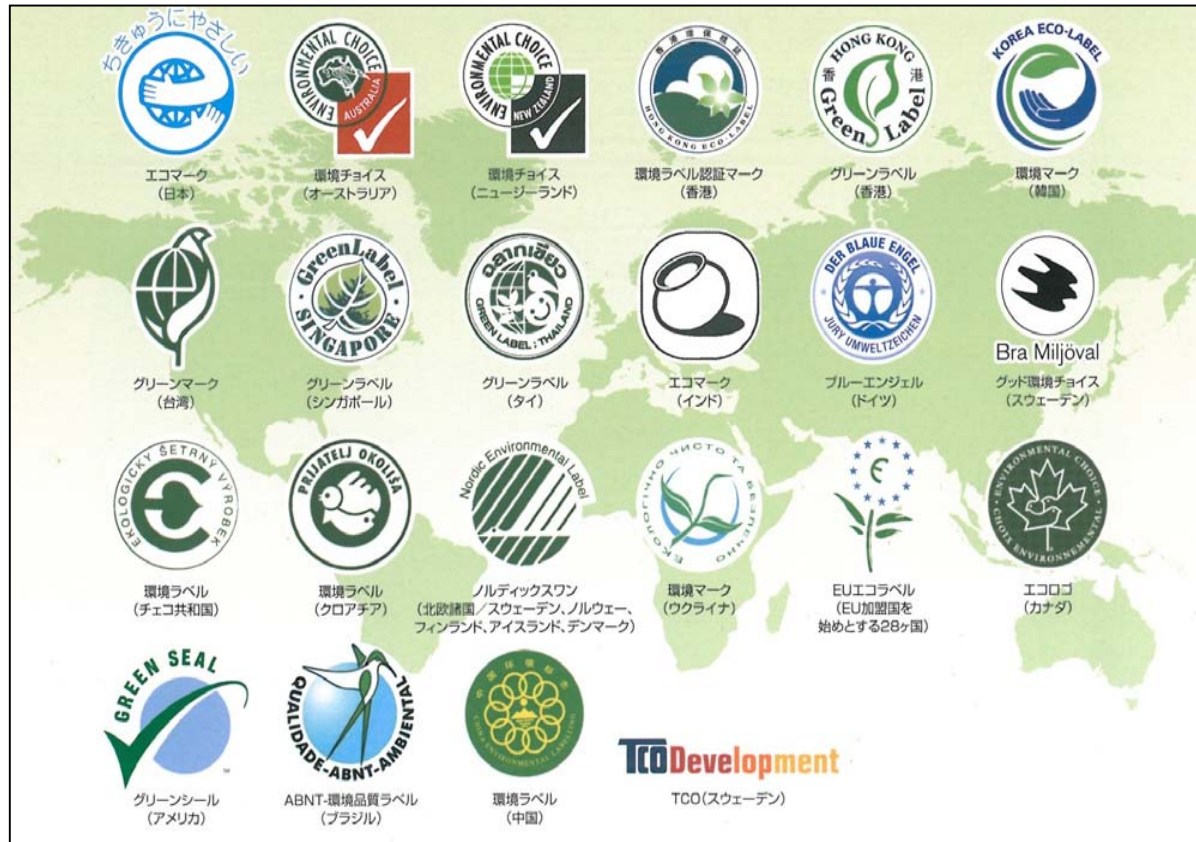
特定調達品目: 19分野261品目

- ▶ **エコマークの基準は、原則、グリーン購入法の基準を上回るように設定しています。**
- ▶ **調達時の基準適合の確認方法として、エコマークが参考にされています。**



世界のタイプ I 環境ラベル

・環境ラベルは各国のグリーン購入等での判断の目安となる
・国によっては政府調達等で法的にエコラベル購入を義務化



1978年 ドイツで
「ブルーエンジェル」
開始
「エコマーク」は1989年
から開始

GEN (Global Ecolabelling Network)



エコマークの社会的側面

ISO26000 社会的責任

- 組織の決定及び活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して、次のような透明かつ倫理的な行動を通じて組織が担う責任:
- 健康及び社会の反映を含む持続可能な開発への貢献
 - ステークホルダーの期待への配慮
 - 関連法令の順守及び国際行動規範の尊重
 - 組織全体に取り入れられ、組織の関係の中で実践される行動

エコマークの事業の目的

商品の環境的側面に関する情報を広く社会に提供し、持続可能な社会の形成に向けて事業者ならびに消費者の行動を誘導

➤ エコマークは環境的側面での商品認定により、事業者と消費者とをつなぐコミュニケーション手段として、持続可能な社会に貢献



ISO26000における社会的責任の7つの原則と7つの中核主題

社会的責任の原則

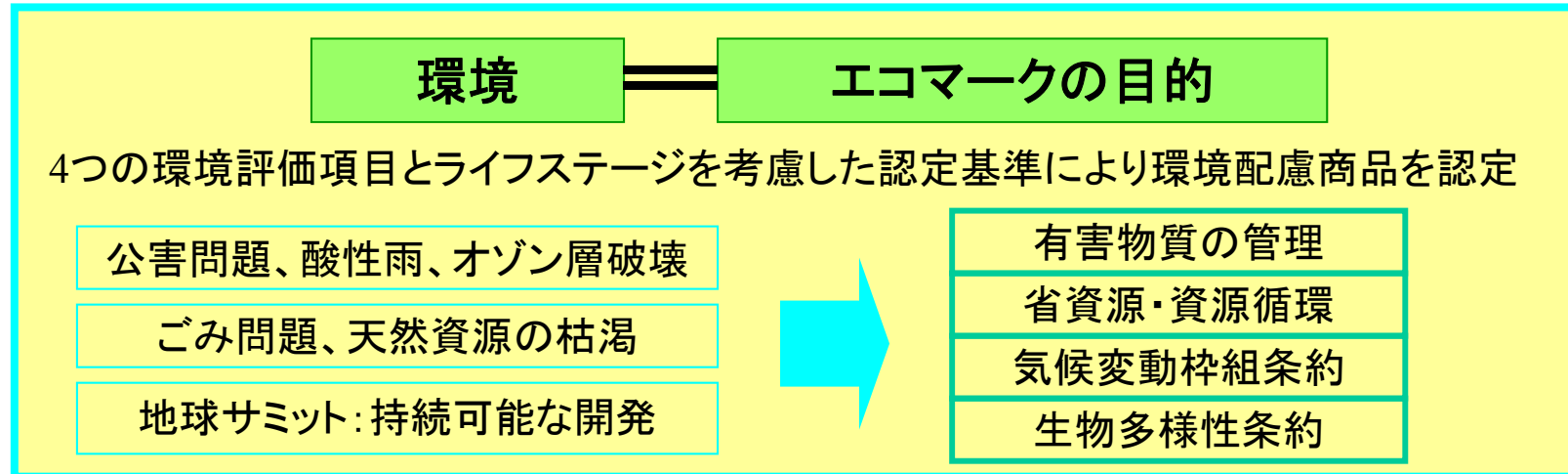
- ・説明責任
- ・透明性
- ・倫理的な行動
- ・ステークホルダーの利害の尊重
- ・法の支配の尊重
- ・国際行動規範の尊重
- ・人権の尊重

社会的責任の中核主題

- ・組織統治
 - ・人権
 - ・労働慣行
 - ・環境
 - ・公正な事業慣行
 - ・消費者課題
 - ・コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
- ← エコマークが担う社会的責任の中核主題



エコマーク認定と持続可能な社会の形成



多様な環境評価による商品認定により、企業の社会的責任を誘導

“環境”以外の安全、機能、デザイン、ユニバーサルデザインなどの商品要素や、雇用・労働、人権、製品事故などの製造者要素などは、昔から意見はあるが、基本的にエコマークの評価軸とはしていない。

ただし
エコマークは原則“環境”の評価であるが、その特徴から
“環境”に密接に関連した他の社会的側面への基準項目もある

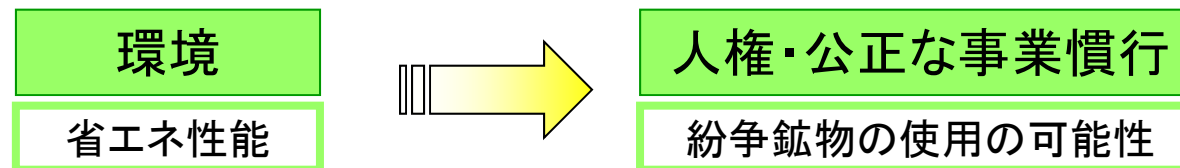
安全性、人への健康影響、人権、サプライチェーンマネジメントなどの考慮



“環境”に密接に関連した社会的側面の例①

重要な環境評価項目に関する社会的側面の考慮

エコマーク認定基準の検討においては、4つの環境評価項目のライフステージ全体での環境負荷低減を考慮して検討するため、基準項目とする観点にトレードオフなどのネガティブ要素も考慮して策定する特徴がある。



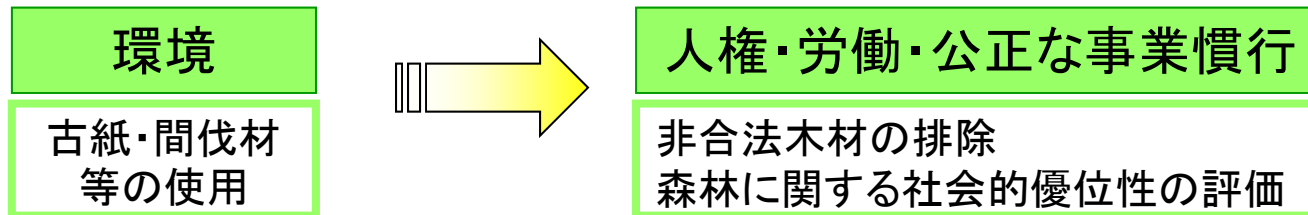
○電化製品における紛争鉱物の検討事例

エコマーク認定基準の重要な項目として省エネ基準を設定する場合、より厳しい省エネ基準の設定は、省エネ性能を上げるためにレアアースや紛争鉱物の使用増を促しかねないという可能性が挙げられた。エコマークで基準を設定することにより、間接的に人権や公正な事業慣行などの社会的責任に反する行為の加担につながってはならないという視点から、サプライチェーンにおける紛争鉱物の使用の回避を配慮事項として取り上げるか検討がなされている。



“環境”に密接に関連した社会的側面の例②

重要な環境評価項目に関する社会的側面の考慮



○紙・木材における非合法木材の排除、持続可能性を目指した原料調達

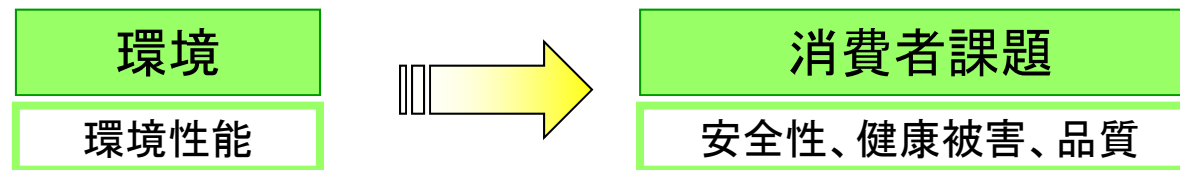
文具事務用品など、再・未利用木材の使用率を定めた認定基準では、残りの部分の木材に非合法の木材が使用される可能性がある。合法的に伐採された木材を使用することは、環境優位性として特に評価されるものではなく公正な事業慣行（法令順守）の問題であるが、非合法伐採木材は主たる認定基準項目に相對する概念であるため、ネガティブチェックとして排除基準を策定した。用紙の認定基準においては、古紙の使用率を基本にしているが、同時にライフサイクル全体を通じた環境負荷低減を鑑み、古紙以外に推奨すべき材料として、原料木材の持続可能性を採り上げ、適切な森林資源の利用に繋がるよう、森林の環境的優位性と社会的優位性の両面の指針に基づいて調達された原料について評価する基準を策定した。



“環境”に密接に関連した社会的側面の例③

消費者視点の考慮

エコマーク認定基準の検討においては、ステークホルダーである事業者、消費者、中立者の三者による協議によって行われる。このことから、業界の事情だけでなく、消費者側の視点からの認定基準が設定されることも多い。



○消費者被害の回避

環境配慮に優れた製品であっても、それに反して品質が低下することは、環境配慮製品のイメージを損ないグリーン購入全体への悪影響を招きかねない。さらに、それによって消費者が被害にあうことは、社会的にも問題がある。このため、消費者課題にも対応するよう、必要に応じて環境性能に相反する可能性のある安全性や品質に関する基準も設定している。

再生トナーカートリッジ:⇒ 新品同等の印刷処理能力(トナー容量)を設定

電球型LEDランプ:⇒ 直管型LEDランプのちらつきによる健康影響の事例から、電気用品安全法技術基準への適合を規定

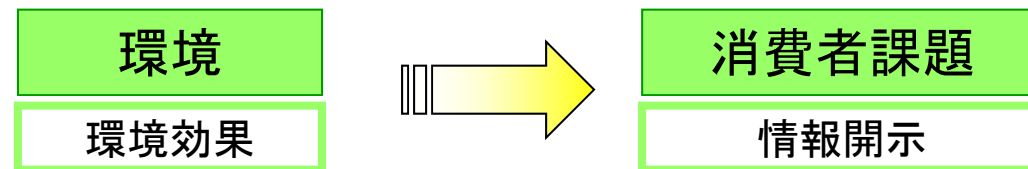
繊維製品:⇒ 皮膚感作性など健康被害の懸念される有害物質を制限



“環境”に密接に関連した社会的側面の例④

事業者と消費者をつなぐコミュニケーションツールの役割

エコマークは、事業者と消費者をつなぐコミュニケーションツールであるため、環境ラベルとして購入選択となるだけでなく、使用方法などの消費者への情報提供についての認定基準を設定することが多い。



○消費者への積極的な情報開示

情報開示は、再生材料の使用や有害物質の不使用など環境性能のアピールだけでなく、製品の使用時の消費者の環境行動を促すため、環境効果を正しく発揮するための使用方法などの情報や、消費者課題としての製品の安全性に関する注意情報などの情報提供を認定基準で設定している。

生ごみ処理機: ⇒ 十分な生ごみ処理性能を発揮するため、マニュアルへの記載事項を具体的に認定基準として設定

生分解性プラスチック: ⇒ 生分解の条件や正しい使用方法、生分解を不適切な処理に用いると不法投棄に該当する旨の記載を要件

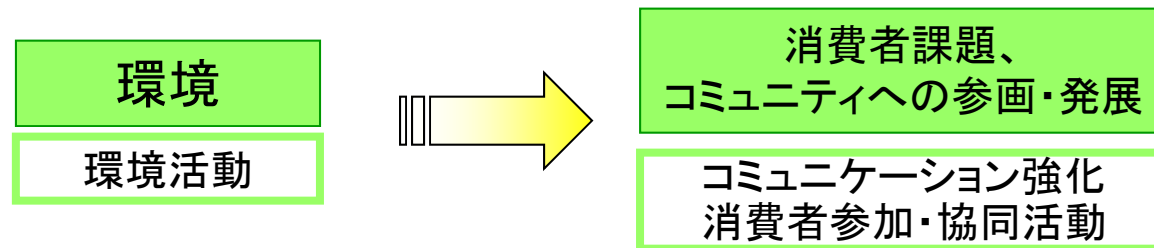
複写機・プリンタ: ⇒ 製品からのVOC等の放散値の基準化と共に、長時間使用や大量印刷にあたっての換気を励行する旨の記載を要件



“環境”に密接に関連した社会的側面の例⑤

広く社会を巻き込む環境活動の評価

サービス系の認定基準では、企業と消費者の環境行動を誘導する目的から、より多くの関係者を巻き込んだ環境活動を環境評価項目としている基準もある。



○消費者や地域参加型の環境活動の評価

サービスはその本業部分の環境保全だけでなく、そのサービスが橋渡しとなって消費者や地域参加型の環境活動を展開するという形で、多くの消費者や地域の環境行動を誘導する可能性を秘めており、このような活動も評価項目としている。

自動車保険: ⇒ 保険商品に付帯されるサービスとして、保険契約者が自ら選択や参加できる環境保護活動を提供していることについて評価。

小売店舗: ⇒ 消費者と一体となった環境活動として、消費者とレジ袋の削減や資源回収に取り組んでいること、消費者への環境の普及啓発活動や、地域・自治体との連携による環境活動の実施を基準として策定。



まとめと課題

エコマークは、環境のシンボルとして広く社会に認知され、持続可能な社会を形成していくために、適切な認定基準と認定審査により、企業の「社会的責任の中核主題」の一つである“環境”を誘導していく責務がある。

さらに、エコマークが社会に与える影響が大きくなるに伴い、環境評価を原則としつつも、エコマークが取り扱う環境評価に密接に関連し、影響を与え得る他の「社会的責任の中核主題」についても配慮し、社会的側面もより重視していく必要がある。



ご清聴ありがとうございました

【お問合せ先】

財団法人日本環境協会 エコマーク事務局

〒103-0002

東京都中央区日本橋馬喰町1-4-16馬喰町第一ビル9F

Web: <http://www.ecomark.jp>

E-mail: ecomark@japan.email.ne.jp

Phone: 03-5643-6255 Fax: 03-5643-6257



エコマークはグリーンマーケット形成と実現を目指します