

2007年10月5日

第二期エコマーク中期活動計画を策定しました

(お知らせ)

(財) 日本環境協会
エコマーク事務局

このたび、エコマーク事務局では、2007年4月から2012年3月までの5年間を対象とした「第2期エコマーク中期活動計画」を策定しました。これは、2007年3月までの第1期計画の終了を受けて策定したものです。

第2期計画では、「社会情勢の変化に対応したエコマーク改革」をテーマとして、エコマーク事業が、持続可能な社会の構築に向けたドライビングフォース（原動力）としての役割を的確に果たしていくため、諸般の改革を行いつつ戦略的な商品類型づくりやステークホルダーとのコミュニケーションを積極的に進めていくこととしています。

本計画の概要は以下のとおりです。（詳しくは、<http://www.ecomark.jp/pdf/long.pdf>）

エコマーク事務局では、本計画にもとづき、ステークホルダー（消費者・企業）との連携を図りつつエコマーク事業を展開していく所存ですので、皆様方からのご支援・ご協力をお願い致します。

1. 目指すべきエコマーク事業の姿と計画目標

第2期計画では、新たなエコマーク事業の使命（目的）として“事業を通じて、持続可能な社会の形成に向け企業の行動ならびに消費者の行動を変え、もって環境負荷を低減する”ことを、明確に位置づけています。

具体的な計画目標については、消費者の選択肢の拡大、市場への影響度の向上に向け、市場におけるエコマーク商品の普及に努め、2012年に認定商品数6,600、商品類型数51を達成することとしています。また、ステークホルダーへのエコマークの影響度の向上に向け、一般消費者の購買行動に対する影響度、及び企業の環境配慮行動に対する影響度の向上に係る数値目標を、今年度中に設定して、その達成に向けて事業を展開していきます。

2. アクションプラン

第2期計画期間中に実施していく、具体的なアクションプランは、以下のとおりです。

- 商品類型毎の市場特性に応じた柔軟な認定基準の設定を図るべく、“一律トップランナー”方式を改め、認定基準策定の目的達成に相応しい基準を設定していくとと

もに、新規商品類型の戦略的な選定を行います。具体的には、「消費者に身近な製品・サービス」を重点方針とし、計画期間中に10の新規商品類型の制定を旨とします。

- 消費者とのコミュニケーションの強化のため、千人規模の“エコマークサポーター”を組織する等、消費者との協働を強化し信頼関係を深めていきます。また、基準策定プロセスに一般から意見を募る手続きを導入するなどの参加強化を図ります。
- 取得企業とのコミュニケーション強化を図るとともに、基準の有効期限の集中による申請者の事務負担の平準化をはかります。
- エコマーク事業運営体制の見直しにより機動性の強化を図るとともに、エコマークに付随する環境情報について、消費者が環境負荷の少ない行動をとるために必要な情報を盛り込むことや、商品自体へのエコマーク表示の促進策を検討します。
- 国際協力の推進については、海外の環境ラベル制度との相互認証の推進、世界エコラベリングネットワーク（GEN）との連携による国際的な活動の強化を進めてまいります。

(以上)