

エコマーク20周年記念講演会

2009年10月8日(木)東京ウィメンズプラザ・ホール

エコマークの発展のために

東京大学 工学系研究科

平尾雅彦



東京大学
THE UNIVERSITY OF TOKYO





今日の話題

- エコマークの紹介・現状
- エコマークの特徴
- エコマークの課題
- これからのエコマークのあり方

エコマークの

持続可能な社会を構築するための役割を認識し、
さらなる発展を目指す



エコマークとは



「私たちの手で地球を、環境を守ろう」という願いを込めて、「環境 (Environment)」および「地球」 (Earth) の頭文字「e」を表した人間の手が、地球をやさしくつつみ込んでいるすがたをデザインしたものです

持続可能な社会構築を目指し、
消費者と事業者の環境配慮行動を誘導し、
第三者機関が評価する環境ラベル



世界のタイプ I 環境ラベル

エコマークは日本で唯一の『タイプ I』環境ラベル

GEN (Global Ecolabelling Network)





エコマーク商品と参加事業者

◆現在4,557商品を認定(1,635社)

2009年9月末時点

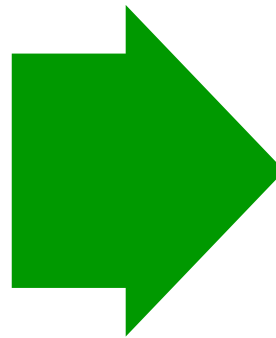
1989年
(制度開始)

2009年
(現在)

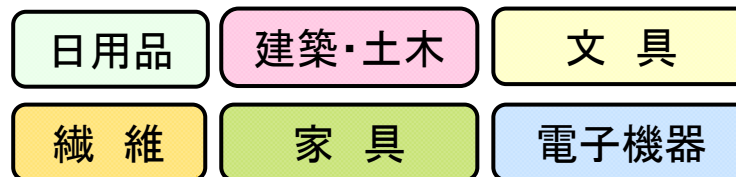


身の回りの環境に対する
意識を変えるような商品

日用品

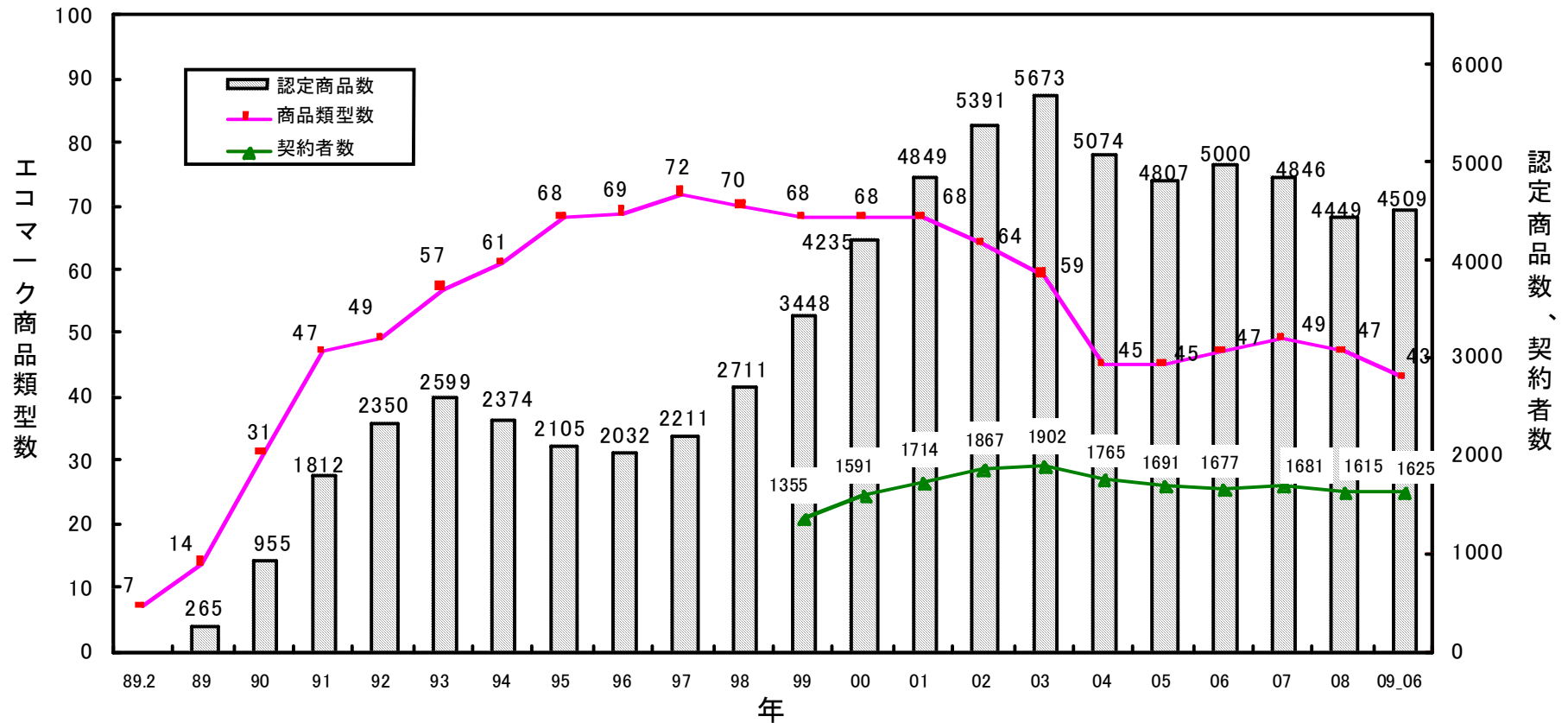


さまざまな分野に広がり、組織購入者の
目安にもなっている(43類型)





エコマークの類型・認定品目数の推移





エコマークの特徴

1. 事業者、消費者、中立者の三者の議論
2. 中立の第三者機関が運営
3. 商品のライフサイクルを考慮
4. 多視点からの考慮

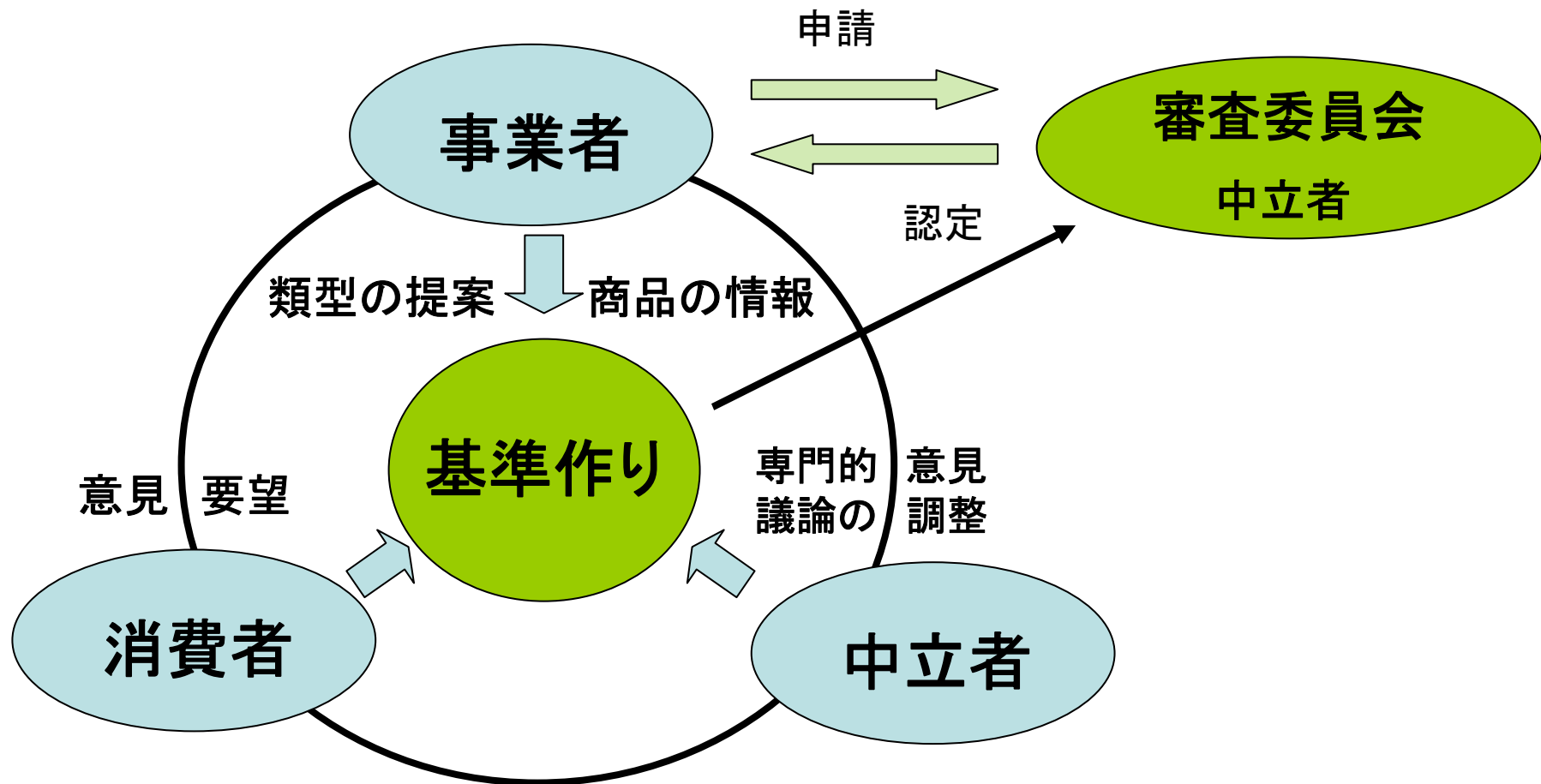


エコマークの特徴

1. 事業者、消費者、中立者の三者の議論
2. 中立の第三者機関が運営
3. 商品のライフサイクルを考慮
4. 多視点からの考慮



事業者、消費者、中立者





エコマークの特徴

1. 事業者、消費者、中立者の三者の議論
2. 中立の第三者機関が運営
3. 商品のライフサイクルを考慮
4. 多視点からの考慮



様々な自主判断による環境ラベル — 勝手ラベルとも称される

R70

古紙配合率 70%
再生紙 70% 再生紙を使用しています

ECO 低電力回路技術により
待機時消費電力2.3W
(当社従来機種
DMR-E100H比34%削減)



エコロジークラスでいきましょう。シャープ。



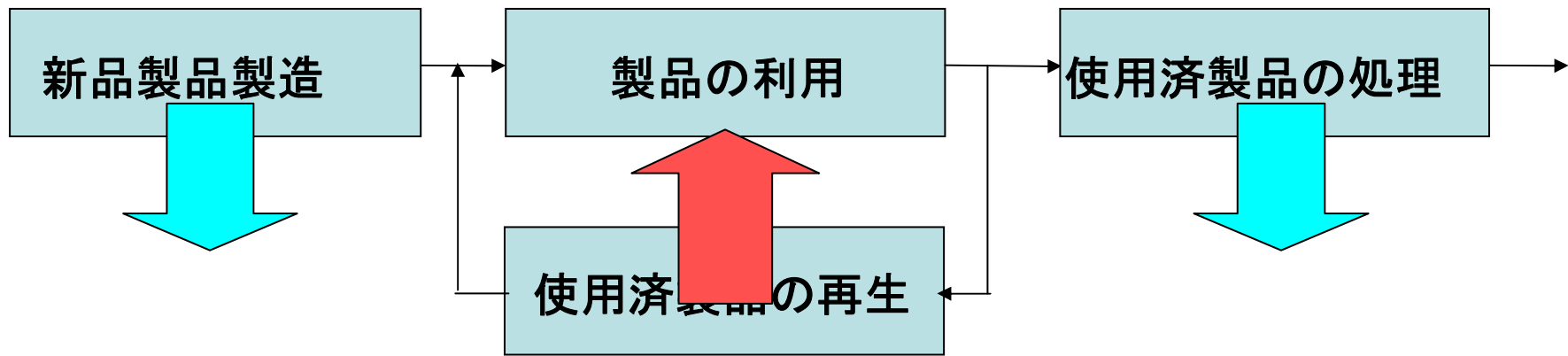


エコマークの特徴

1. 事業者、消費者、中立者の三者の議論
2. 中立の第三者機関が運営
3. 商品のライフサイクルを考慮
4. 多視点からの考慮



リサイクル材料の利用による環境 負荷は見えないところで変わる



製品の利用量は不変とすると

新品製品の製造と使用済製品の処理は減る

再生(リサイクル)に伴うエネルギーが増える

私たちには見えないところで環境負荷が増えたり減ったりしている



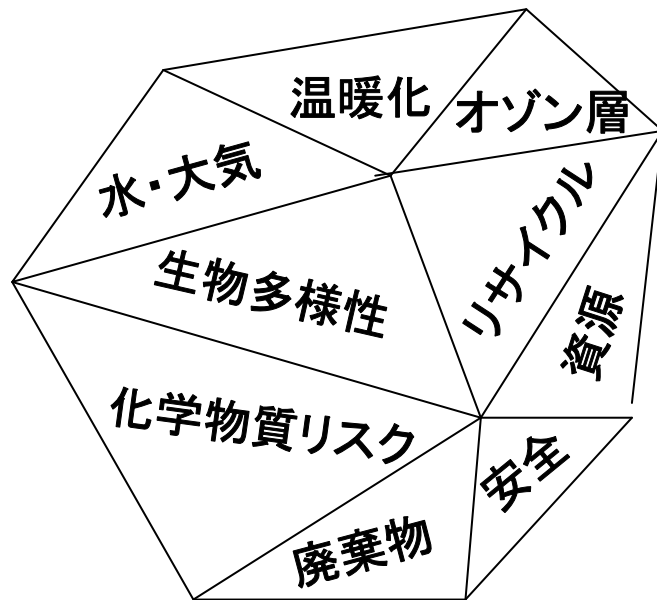
エコマークの特徴

1. 事業者、消費者、中立者の三者の議論
2. 中立の第三者機関が運営
3. 商品のライフサイクルを考慮
4. 多視点からの考慮



多視点の考慮

環境問題は複雑で一面から見て
いては正しい判断ができない



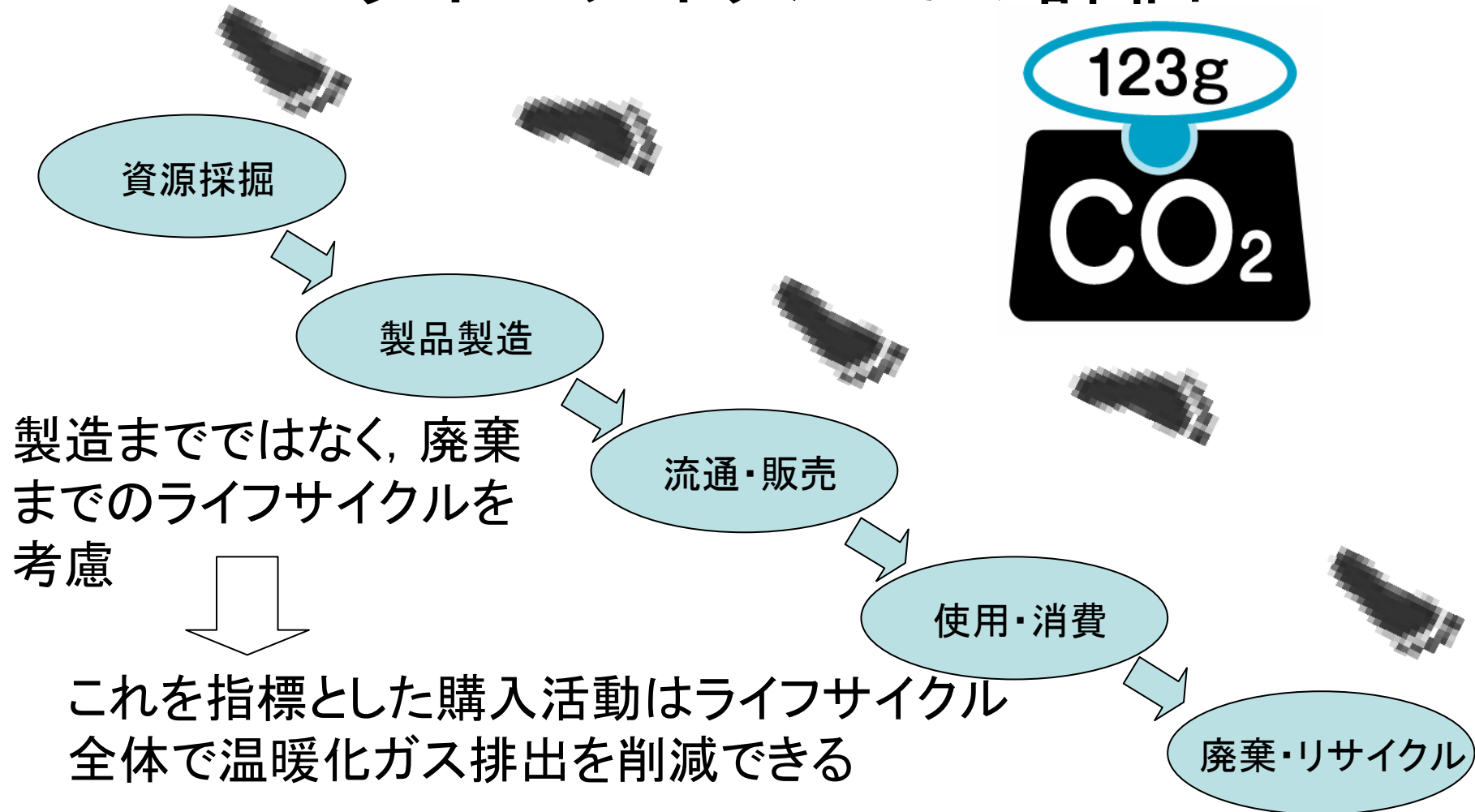
例：再生紙の製造によって化石燃料の使用が増える場合があるが、森林の保護、廃棄物の削減につながる

例：難燃剤は、健康に影響を与える可能性があるが、製品の火災を防ぎ、安全性を高める

エコマーク基準作成では、多様な側面から判断を行っている



カーボンフットプリントも ライフサイクルでの評価

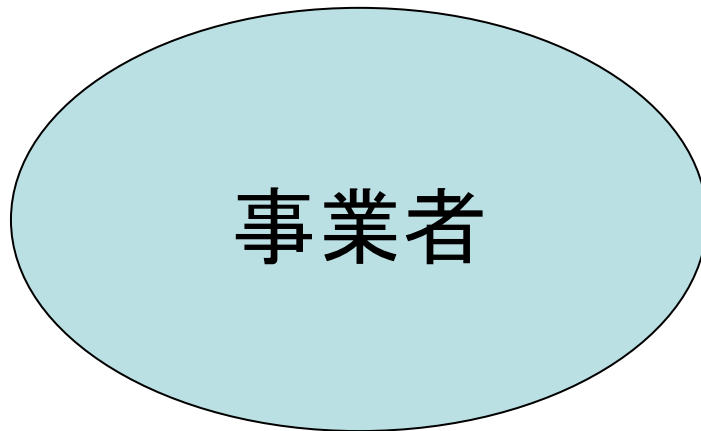




環境ラベルの役割

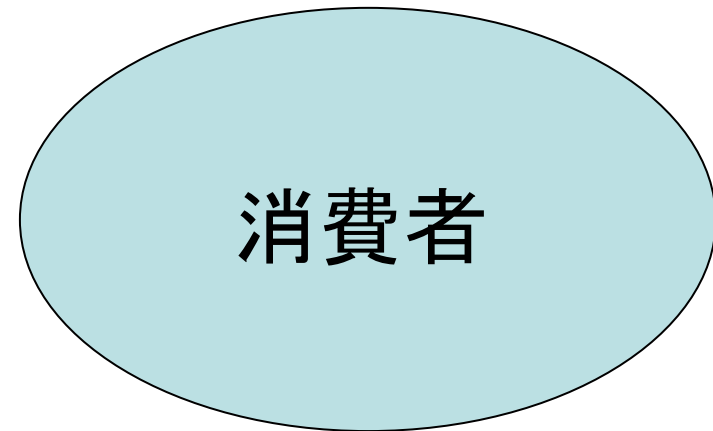
もの作り

もの選び



事業者

環境ラベル



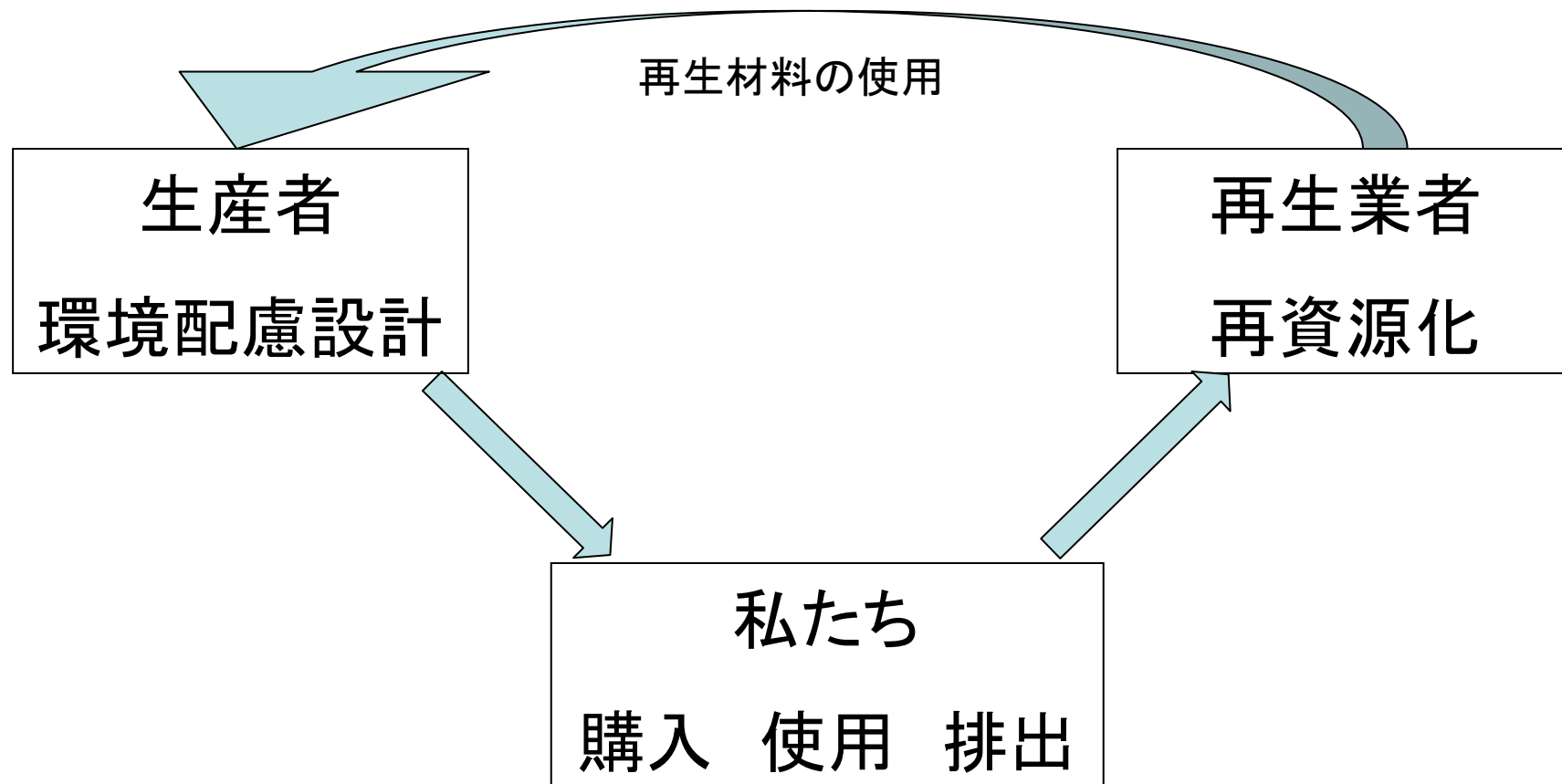
消費者

- 製品設計・製造の目標
- 証明のための管理
- 消費者からの優遇

- 製品選択の判断
- 循環型社会への参加
- 製品・企業への信頼



私たちの行動：購入・使用・排出は 資源循環の要



資源循環の要



グリーン購入は環境配慮行動の入り口



燃費のいい自動車を選んだぞ！

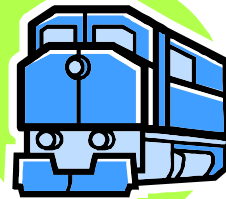
さあ、環境対策は完璧！ドライブだ！



でもちょっと考えてみよう



走ればガソリンを消費するぞ
CO₂も出るぞ



やはり電車で行くことにしよう！



エコマークの課題(1)

- エコマークが生活の中で見つからない
 - 家電製品、自動車、サービスが対象ではない
 - 事業者向け商品(土木製品など)も多い
 - 認定商品でも表示されていない(プリンタなど)
- ラベルの氾濫の中への埋没
 - 自分の周辺の安心・安全に関心
 - 温暖化問題だけが大きく取り上げられている
 - 多視点・ライフサイクルのわかりにくさ



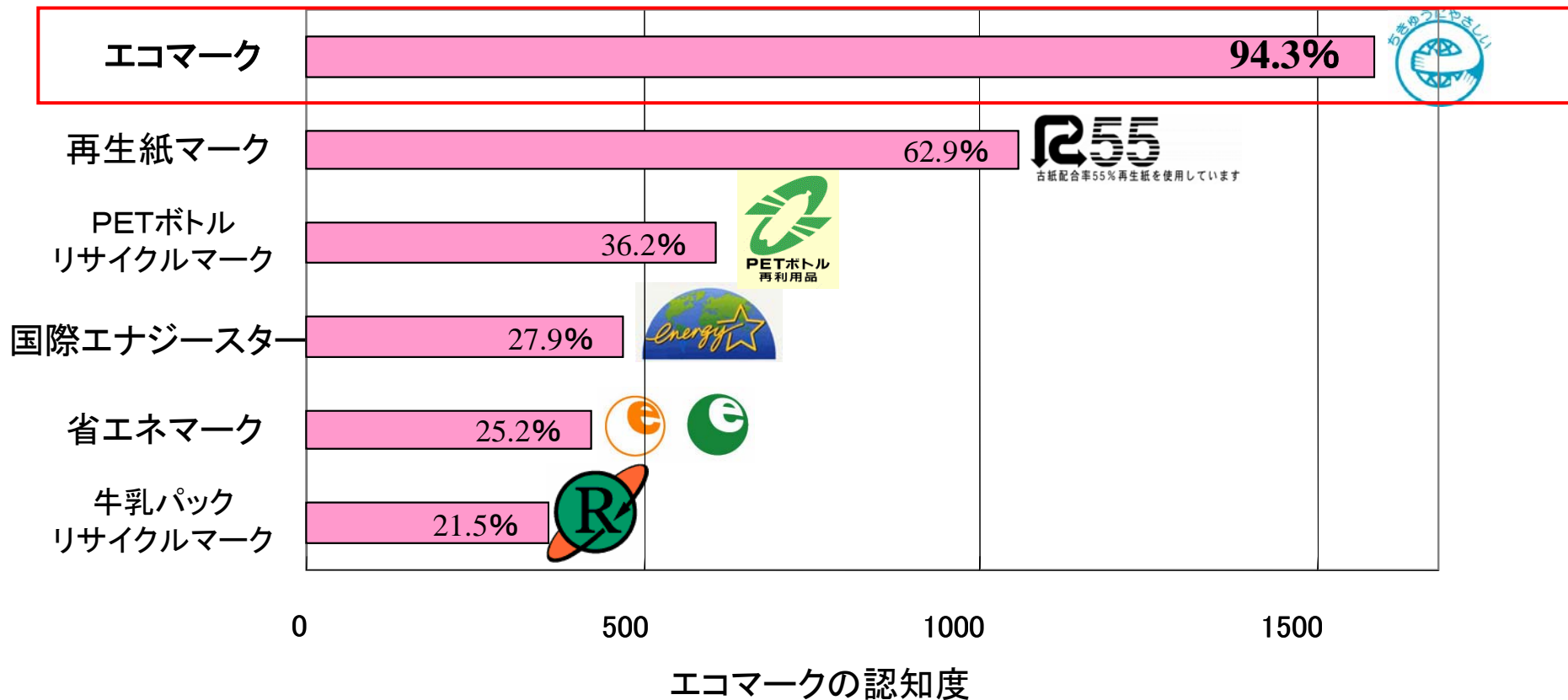
エコマークの課題(2)

- ラベルが購買に結びつかない
 - 認知度が高いが、消費者メリットが見えない
 - 古紙など偽装問題による信頼性の低下
 - 広報の不足
- 対象類型選定の停滞
 - 事業者のメリットが見えない
 - 自主ラベルで十分にアピールできる
 - 煩雑な基準制定
 - 中途半端な下段表示



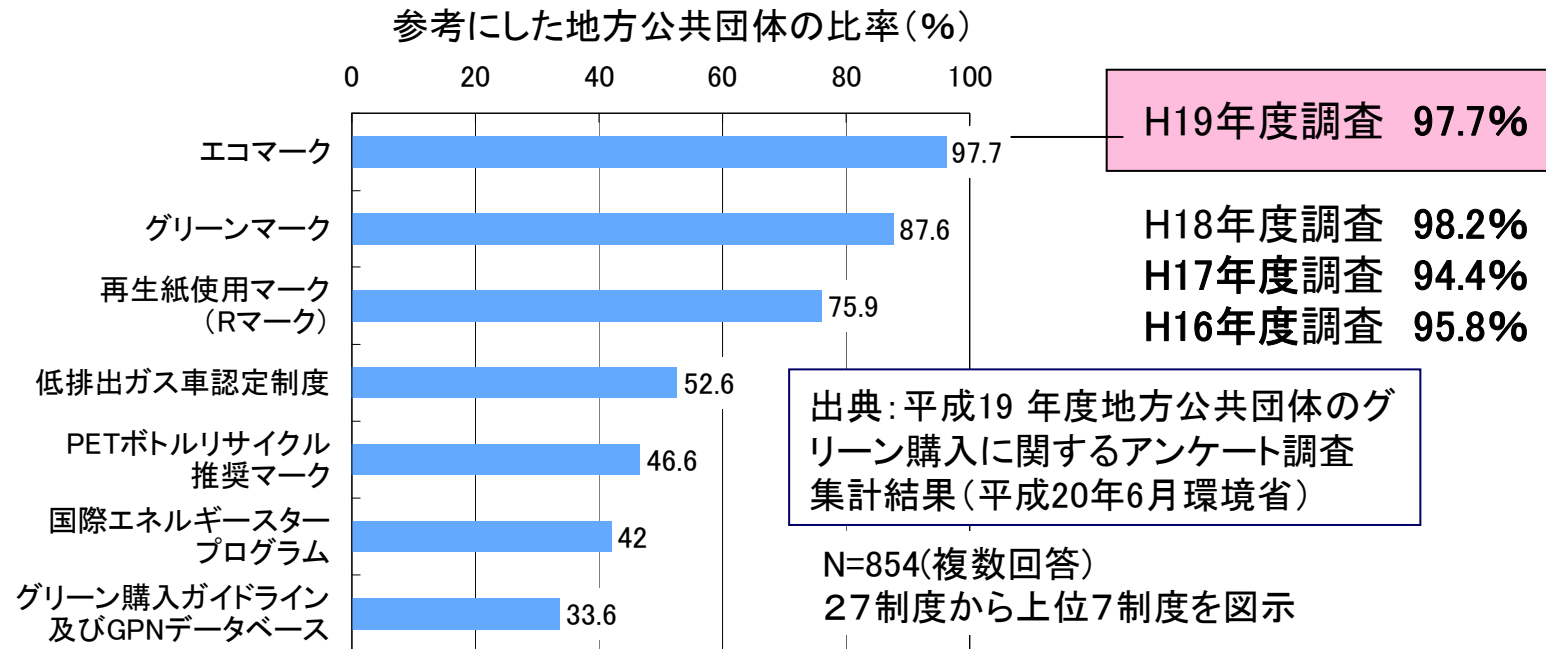
消費者認知がもっとも高いが...

Q. 次のマークの中であなたが知っているものはどれですか？





公共調達には利用されているが・・・

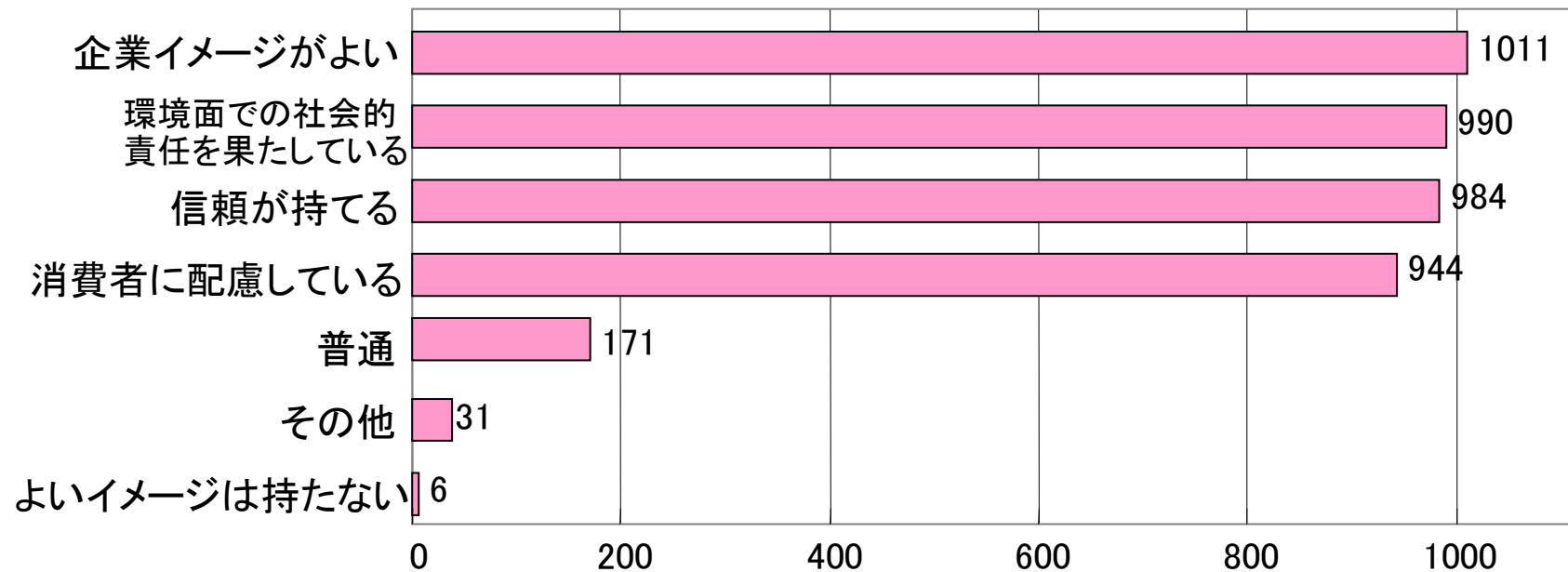


- ・調査対象: 全国1,874地方公共団体(47都道府県、17政令指定都市、788区市、1,022町村 平成19年6月20日現在)の環境担当部局または調達担当部局
- ・調査時期: 平成19年7月～平成19年8月
- ・回収状況: 1,408地方公共団体(回収率75.1%) ただし、上記設問での回答数(母数)は854



エコマーク取得企業の イメージは良いが・・・

Q.エコマーク商品を提供・供給している企業に対するイメージは？



エコマーク商品を提供する企業に対するイメージ

「第2回エコマーク商品の消費者モニタリング調査および認知度・信頼性調査」結果報告書
調査対象：全国一般消費者 n = 1680 複数回答 (2003年度)



これからのエコマーク(1)

- 第三者機関としての客観性のアピール
 - 地道な広報活動・環境性能の見える化
 - 表示の義務化
 - 現地監査・不正使用摘発などによる信頼性向上
- 消費者のライフスタイルに影響を与える商品
 - 日用品の拡大(最近の例:靴、かばん、衣料)
 - 食品、住宅機器、耐久消費財
 - サービスへの展開
 - クリーニング、金融、保険、公共交通、流通、改装



これからのエコマーク(2)

- 事務局・委員会の意識改革
 - PDCAと新たな発想による自主的な改革
 - 委員会に依存しない事務局の攻めの運営・実行
 - 新規参加企業の掘り起こし
 - 外部組織・流通との連携
 - アジア各国への展開・リード

アクションパネルの設置と議論



できることから実行を



「ちきゅうにやさしい」にこだわる

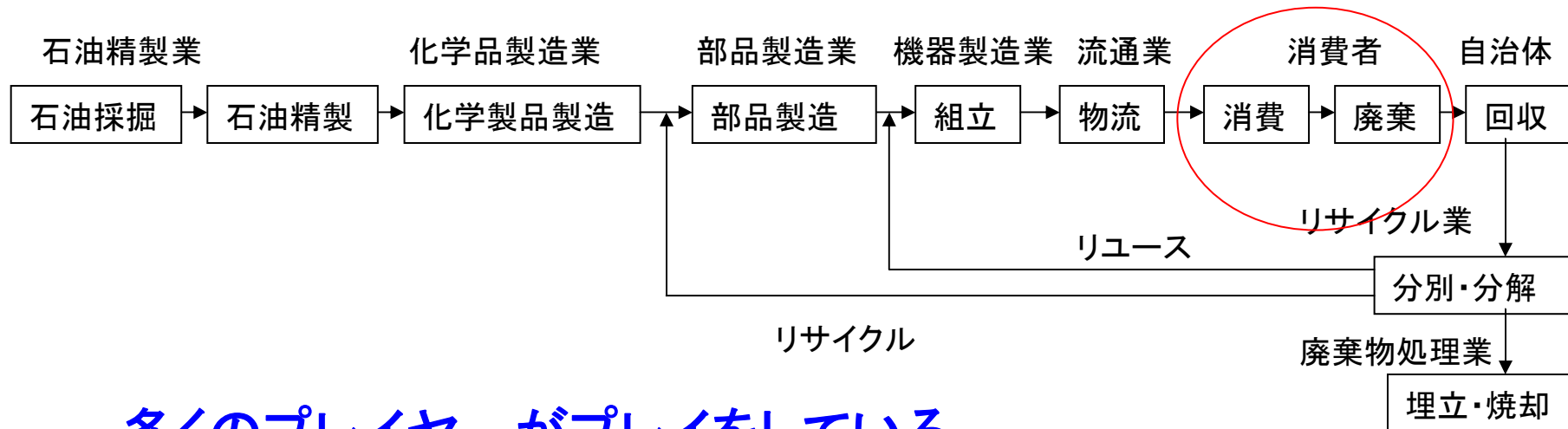
「ちきゅうにやさしい」が「じぶんによさしい」

- 持続可能な社会への参加者を増やす役割
- 参加者の行動を真の「エコ」に誘導する役割
- 参加者同士を結びつける役割





団体競技としての 持続可能な社会システム構築



多くのプレイヤーがプレイをしている

隣のプレイヤーくらいしか見えていない

ルールが違うプレイヤーがいる



まとめ

- 消費者と事業者を結びつける、持続可能社会構築の担い手としての環境ラベルの重要な役割を再度認識し、次のステップに向かって行動し、協働しよう

