



エコマーク ニュース

Eco Mark News

エコマークは(財)日本環境協会が自主的に運営している事業です。エコマークの活動予算は、すべて認定企業の皆様からのエコマーク使用料および商品認定申込者の皆様からの商品認定審査料で賄われています。この「エコマークニュース」では、「エコマーク事業実施要領」に基づき、新規選定のエコマーク商品類型、認定基準案など、エコマーク事業に関する情報を提供しています。

2004.7.1 No.51



寄本勝美 早稲田大学教授による基調講演



エコマーク対話集会 東京会場の様子
(2004年3月26日、星陵会館) 関連記事2~7ページ

目次・CONTENTS

特別報告

- ・エコマーク対話集会2004開催(2)
「消費者の視点からグリーン商品の普及を考える
商品流通段階でできること」東京会場 2

委員会報告/決定事項

- ・エコマーク類型・基準制定委員会(第29回) 7
- ・認定基準の動き 8

認定基準案の公表ならびに商品類型の廃止予告

- ・認定基準案の公表ならびに商品類型の廃止予告 9

重要なお知らせ

- ・エコマーク商品類型No.112「文具製品Version1.0」およびNo.113「包装用紙Version2.0」制定の延期について 9
- ・エコマーク商品類型No.116「節水型機器」有効期限の延長について 9
- ・エコマーク下段表示の扱いについて 10
- ・エコマーク料金体系の改定に係る説明会 開催のご案内 10

お知らせ

- ・世界エコラベリングネットワーク(GEN)の動き 11
- ・エコマーク商品紹介リーフレット「発見!あなたの身近にエコマーク」シリーズに第11号「消火器」が出ました 11
- ・子ども向けワークブック「エコマークをみつけてみよう!(第4巻)」が完成しました 11
- ・エコマーク商品データベース「グリーンステーション」説明会 開催のご案内 12
- ・「信州環境フェア2004」「環境デーなごや2004」出展のお知らせ(同時開催:エコマーク取得相談会) 12・13

トピックス

- ・エコマーク事務局作成のパンフレットを、6月の環境月間にイトーヨーカドー各店舗で配布しました 13

海外からの報告

- ・地球温暖化セミナーがインドネシア国内5都市で開催されました 14

- 別添1 エコマーク商品類型化調査(1次調査:第29回分)結果
- 別添2 エコマーク商品類型No.111「木材などを使用したボードVersion2.0」
- 別添3 エコマーク商品類型No.114「紙製の包装用材Version2.0」
- 別添4 エコマーク商品類型No.115「間伐材、再・未利用木材などを使用した製品Version2.0」
- 別添5 エコマーク商品類型No.128「日用品Version1.0」
- 別添6 エコマーク商品類型No.129「廃食用油再生せっけんVersion1.0」
- 別添7 エコマーク商品類型No.130「家具Version1.0」
- 別添8 エコマーク商品類型「土木製品Version1.0(認定基準案)」
- 別添9 エコマーク商品類型No.109「タイル・ブロックVersion2.0」(改定箇所のみ抜粋)

なお、別添は関連する認定商品を保有される方など、関係者におのみお送りしています。ご関心のある方は事務局までご請求ください。また、ホームページ上に公開していますので、そこからダウンロードすることも可能です。

消費者の視点からグリーン商品の普及を考える 商品流通段階でできること

東京会場

3月19日に大阪会場(クレオ大阪西)、3月26日に東京会場(星陵会館)にて、標記のテーマによるエコマーク対話集会を開催しました。前号では、大阪会場での基調講演について報告しましたが、今号では、東京会場における寄本勝美 早稲田大学教授による基調講演ならびに対話集会の概要を紹介します。

基調講演「リサイクル社会の建設とエコマークの役割」

早稲田大学 政治経済学部教授 寄本勝美氏

循環型社会の構築に向けた取り組み

循環型の社会を構築していくためには、ごみの発生段階、排出段階、処理段階のそれぞれにおける取り組みを充実させていく必要があります。

まず、ごみの発生抑制に向けては、事業者がごみになりにくい商品の開発・販売に努めることが重要です。一方、消費者サイドにおいては、こうした商品を選択したり、購入した商品を大切に長く使うという行動が求められます。

次に、使用済みとなった商品が排出された段階では、事業者による回収・再資源化の推進が求められます。現在、家電製品、パソコン、自動車などに関し事業者による回収が義務づけられていますが、それ以外の製品分野においても回収・再資源化を進めていくことが期待されます。また、地域のコミュニティによるごみの回収やフリーマーケット、個人間のリユースなども重要な取り組みだといえます。

これらの方法で回収・再利用されなかったごみに関しては、市町村による資源ごみの回収、分別収集等が行われます。さらに、ごみの中間処理や焼却処理などの段階で、さまざまな資源やエネルギーとして再利用が行われます。こうしたプロセスの結果、最終的に残ったものが埋立処分されるわけですが、処分場の埋立が完了した段階で自然にもどしたり、公共用地として有効利用するといった可能性が考えられます。

このように、ごみの発生から最終処分までの各段階における取り組みを強化することにより、循環型社会を目指していくことが求められているといえます。

「3つの柱」と「3つの市民」

循環型社会を構築するためには、「3つの柱」と「3つの市民」という視点が重要になると考えられます。



寄本勝美
早稲田大学教授

柱の1つ目は経済です。現状ではリサイクルを行うと多くのコストがかかるといったケースが見られますが、このように経済をベースにリサイクルを考えるのではなく、リサイクルを支えるための経済の仕組みを構築していくという視点が必要だといえます。また、市場メカニズムに委ねていたのでは循環型のシステムの構築が難しい場合には、政策を通じてこうした方向に誘導していくことも必要だといえます。

2番目の柱は技術です。産業界においては、これまで生産のための技術の開発に重点が置かれてきましたが、これからは、ものを大切にする技術、改良する技術、廃棄物を少なくする技術などの開発に、より一層力を入れていく必要があります。

3つ目の柱として、職場、学校、地域社会などのコミュニティの活動が重要であると考えられます。最新の技術や大規模設備でリサイクル処理を行うだけでなく、多少手間がかかっても、地域の構成員の協力や参加により問題を解決していくことで、住民相互のつながりが強まったり、高齢者の活動の場ができるなど、さまざまなメリットが生まれてきます。

以上の「3つの柱」を支え、実際の活動を推進する主体として「3つ市民」の存在があると考えられます。1つ目は生活者市民。すなわち、住民あるいは消費者と呼ばれるものです。2番目は企業市民です。企業も市民としての意識をより明確にもち、地域社会に貢献していくことがますます求められるようになってきています。そして3つ目として公務員市民、あるいは行政市民というものが挙げられます。公務員がより市民的な感覚を持って仕事をするにより、地域や住民のニーズに的確に答えていくことが期待されます。

生活者市民、企業市民、公務員市民が社会の中で積極的に活動していくとともに、これら3つの市民の役割を組み合わせることにより循環型社会を実現していくような政策が求められているといえます。

エコマークの機能と課題

「3つの柱」と「3つの市民」により循環型社会を目指していく上で、エコマークは非常に重要な役割を担っており、こうした観点から、エコマークの位置づけ、エコマークへの期待、エコマークが抱える課題について考えてみたいと思います。

エコマーク商品は多くの分野に広がってきましたが、普及という面ではやや頭打ちの状況にあるのも事実です。エコマーク商品をさらに普及させるためには、例えば、原料や半製品などのように最終製品の前の段階において事業者間で取引されるものや、高級品と呼ばれるような製品分野に対象範囲を広げていくことなども、検討の余地があるのではないかと考えています。

また、先に述べた3つの市民をつなぐ媒体としてのエコマークの役割が、今後さらに重要になると考えられます。企業は商品を通じて消費者との接点をもっているといえますが、エコマーク認定商品を市場に供給することによって、環境に対する企業の考え方や取り組みを消費者にアピールするとともに、消費者からのフィードバックを商品開発に活かしていくことが期待されます。

リサイクルの推進にあたっては、素材としてのマテリアルリサイクルを進めていくことが重要ですが、再生された素材が有効に活用されるためには、これらを使った商品が市場に提供され、消費者によって購入される必要があります。こうした資源循環を促進していく上で、エコマークが大きな役割を果たすと考えられます。これまでリサイクルにおいては、廃棄物として排出された資源をいかに集めるか、ということが中心課題になっていましたが、資源をいかに使うかということに重点を置き、再生素材等の利用やリサイクル製

品の購入が拡大していけば、集めるほうの課題は自ずと解決していくものと思われる。

環境問題への取り組み推進や循環型社会の構築に向けては、「参加感」というものが非常に重要だといえます。環境に配慮した商品を購入することは、これらの商品やそれを生産・販売する企業に一票を投じていることを意味し、こうした行動を通じて、自分も循環型社会の構築に参加・貢献しているという意識が生まれてくると考えられます。このような仕組みを整備していく上で、エコマークは重要な役割を果たすことができると思われます。

アンケート調査の結果を見ると、エコマークの認知度は90%程度まで高まってきましたが、信頼度という点では必ずしも高い水準にあるわけではありません。今後、事業者や消費者の信頼度をさらに高めていくことが、エコマークの機能を向上させ、エコマーク商品を社会に普及させていくことにつながると考えています。

「役割相乗型社会」とエコマークに期待される役割

循環型社会の実現に向けては、社会を構成する各主体が積極的な取り組みを進めると同時に、こうした努力をうまく掛け合わせることによって、より大きな成果を生み出していくことが重要だといえます。この場合の効果というのは、物理的な側面だけでなく、精神的な充実度ややりがいなども含めたものであり、3つの市民の役割をうまく掛け合せ、大きな効果を生み出している社会を、私は「役割相乗型社会」と呼んでいます。そしてエコマークも、役割相乗型社会を構築するためのものであると考えています。

エコマークには、人と人をつなぐ媒体機能、コミュニケーションを促進させる機能、人を感動・感動させる機能、一体感・連帯感を生み出す機能など、さまざまな機能があります。したがって、環境に配慮した商品の普及やリサイクルの促進という側面のみからエコマークをとらえるのではなく、社会のあり方を変えていく重要なツールとして認識し、今後の取り組みを進めていくことが重要であるといえます。

【寄本勝美氏プロフィール】

早稲田大学政治経済学部教授。生活環境審議会、中央環境審議会、経済審議会、東京都清掃審議会などの委員を歴任され、廃棄物学会をはじめ多方面で活躍されている。「自治の現場と参加」(学陽書房)、「ごみとリサイクル」「リサイクル社会への道」(岩波新書)、「地球時代の環境政策」(編著、ぎょうせい)など著書多数。

対話集会

「消費者の視点からグリーン商品の普及を考える 商品流通段階でできること」

コーディネーター	原 早苗氏	(埼玉大学非常勤講師)
パネリスト	有田芳子氏	(全国消費者団体連絡会)
	上山静一氏	(イオン(株))
	砂川明美氏	((社)全国消費生活相談員協会)
	中沢寿子氏	(生活協同組合コープとうきょう)
	西垣内義則氏	(NPO 法人グリーンコンシューマー東京ネット)

後半の対話集会においては、環境に配慮した商品の普及に向けた流通段階の工夫、消費者の意識と行動のギャップ、グリーンコンシューマーの育成などのテーマに関し、会場の参加者も交え活発な意見交換が行われました。パネリストの方々からは、それぞれの団体、企業の取り組みを踏まえた話題提供や提言がなされました。また会場からも、消費者の意見のフィードバック、環境配慮の必要性に関する合意形成、エコマークの取り組み状況、PR活動の充実などに関する意見・質問が出され、有意義なディスカッションが行われました。(以下、敬称略)

流通段階における取り組みの充実

原 環境配慮商品やエコマーク商品を普及させていくためには、生産者や消費者の取り組みに加え、両者の間に位置する流通段階においていろいろと工夫できる部分があるのではないかと、という観点から議論を進めていきたいと思えます。

消費者サイドからは、環境配慮商品を購入しようと思っても店舗に置いていない、あるいはなかなか見つからないという声がよく聞かれます。まずこのような点に関し、それぞれの立場でどのような認識をもっておられるか、お話しいただけますでしょうか。

中沢 コープとうきょうの店舗で販売している日用雑貨品約3,000品目のうち、エコマーク商品は60品目で2%、取扱い商品全体に対しては0%に近い水準にとどまっています。このため、消費者の目につくことが非常に少ない状況にあります。日用雑貨品に関しては、トイレトーパー、紙おむつ、ラップ、ホイルなど、購入頻度の高い商品分野においてエコマーク認定商品が増えていくと、消費者もより身近に感じるようになるのではないかと考えています。

生協では独自ブランドのコープ商品において、安全に関する自主基準に加え、環境配慮についてもミニマムスタンダードを設け、マークを付けて推奨しています。日用雑貨品のうち環境配慮商品の数は現在約200品目となっていますが、その中でエコマーク商品は15品目程度にとどまっており、日本生協連ではエコマーク認定商品の拡大に向け検討を始めていると聞いています。

上山 イオンでは商品の環境配慮充実に向け、プライベートブランド「トップバリュ」の育成、販売拡大に努めています。「トップバリュ」においては「5つのこだわり」として具体的な数値基準を設定しています。またサブブランドとして、リサイクルという観点から徹底して環境配慮を追求した「共環宣言」、自然環境と健康を重視した食品「グリーンアイ」などを設けています。この他、エコロジーとファッショ性の両方を追求したブランド「SELF + SARVICE」の展開も進めています。

残念ながら今の日本の市場では、環境配慮という視点のみから商品を開発してもなかなか支持されないという状況にあり、通常の商品と同等以上の付加価値を付けていくことが必要だと考えています。人と人、人と商品、人と企業のいずれの関係においても、信頼というものを地道に築いていくことが重要であり、このような観点から、お客様に信頼されるブランドの確立に力を入れています。

砂川 全国展開している大手の流通業者に比べ、一般の小売店や中小規模の事業者においては、環境配慮商品の普及に取り組むことが難しい側面があります。私が住んでいる地域のスーパーでは以前、環境配慮商品専門のコーナーが設置されていたのですが、残念なことに、しばらくしてそのコーナーがなくなりました。中小の小売店でも環境に配慮した商品を継続的に取扱っていけるようにするためには、こうした事業者の声を的確に吸い上げ、メーカーなどとの連携を図っていくことが重要なポイントだと考えています。

環境に対する意識が高い消費者はまだ少数派で、環



環境配慮商品を集めたコーナーなどがあっても、多くの人はあまり関心を示しません。したがって、こうした売場を設ける際には、環境の側面をアピールするだけでなく、小ざれいさや楽しさなど一般の消費者の興味を引くような工夫が必要であると思います。

有田 エコマーク商品をはじめ環境に配慮した商品はまだ数が少なく、店頭で探そうとしてもなかなか見つからないというのが現状です。例えば、省エネ型の家電製品などにもエコマーク商品が広がっていけば、消費者の関心も高まっていくのではないのでしょうか。

再生素材を使用した衣料品などは、品質がかなりよくなってきましたが、ファッション性という面ではまだ改善の余地があると思います。ユニフォームなどであれば、再生PETを使用しているということで利用されても、一般の衣料の場合はそれだけでなかなか購入されにくいのではないかと思います。

エコマークに関しては、ライフサイクルの視点を導入するなど認定基準の見直しが行われてきましたが、こうした取り組みや認定の仕組みが消費者に十分に知られておらず、より一層情報提供に努めていくことが必要であると考えています。

西垣内 現在、市場に出ているエコマーク商品というのは、どちらかというとな法人向けの分野が中心となっているように思われます。例えば、眼鏡や腕時計、靴、家電製品など、日常的に使う商品においてはエコマーク商品が少なく、またスーパーやコンビニなどに行っても、ほとんど目にするのが現状です。消費者にとって身近なところでエコマーク商品を多く見られるような状況にならないと、認識の向上や消費行動につながっていかないと思います。

また消費者の多くは、環境ラベルやエコマークというものを漠然と知ってはいるものの、さまざまな自己宣言型のラベルなどが存在する中で、きちんと区別して理解していない人も多いようです。こうした状況

が、環境配慮商品に対する認識や実感を薄めている面もあるのではないかと思います。

意識と行動のギャップを埋めるために

原 消費者に対するアンケート調査などでは、購買行動において環境配慮を意識する人が高い比率を示しているのに対し、実際の消費の現場ではこうした行動を取る人は少数に限られており、両者の間に非常に大きなギャップが見られます。このような状況および改善のための方策について意見を伺わせていただけますでしょうか。

砂川 例えば消費者に対するアンケートなどにおいて、「環境に配慮した買い物をしようとしていますか」と聞かれたら、実際の行動に関わらず、多くの回答者が「しています」と答えてしまうのではないかと思います。したがって、こうした調査結果のみから7~8割の人が環境に対する高い意識をもっているといったとらえ方をしてもよいのか、という問題があります。

より多くの消費者に環境に配慮した購買行動を促していくためには、具体的な形でのアピールが必要であると思います。どのような面で環境に良い影響があるのか、また消費者がその商品を購入することによって何らかの満足が得られるということが分かるように、店頭できちんとした説明をすることが重要です。またエコマークに関しては、より目立つような表示の工夫も必要なのではないかと思います。

有田 環境問題への取り組みは、1990年代以降盛り上がりを見せましたが、最近では「もうある程度やっているから」とか、「これ以上はできない」といったように、やや下火になってきた面があると思われます。また、生活の全ての側面において環境配慮を徹底させるのはなかなか難しいため、無理をしない範囲で取り組むという考え方も出てきています。

最近では、企業を退職された方などが環境関連のNGOやNPOに参加されるケースも増えてきており、市民参加の形にも変化が表れてきています。環境配慮商品の普及においてもこうした動きをとらえ、対象商品分野の拡大やきめ細かな情報提供を行うことが、取り組みの広がりにつながるのではないのでしょうか。

上山 例えばレジ袋の削減について見てみますと、ヨーロッパではすでにマイバッグの持参が70%台に達しており、ライフスタイルとして定着し、それが格好いいという状況が生まれています。日本においても

マイバッグ運動やレジ袋削減の取り組みが進められており、当社でも地道な活動を続けていますが、持参率は平均で8.5%程度にとどまっています。

わが国では、食品のトレーサビリティのような問題に対しては企業に厳格な対応を求める一方、レジ袋の有料化や課税に対しては、多くの消費者が前向きな姿勢をもっていません。環境への取り組みを進める上では、こうした意識や社会的な背景などの違いも考慮する必要があるのではないかと思います。

中沢 商品の中でも食品に関しては、安全性やアレルギー物質の使用状況、有機栽培などの表示に関する規制が厳しくなり、メーカーや流通事業者の対応も進んできています。こうした表示に対する消費者の信頼度も高まってきており、表示内容を参考にしながら商品を選ぶケースが多いのではないかと思います。

一方、環境に関する表示は任意の制度になっているため、ラベルが付いていない商品が、環境負荷が大きくて認定を受けられないのか、それとも基準を満たしているが認定を受けていないものなのか、消費者は分からないわけです。こうした任意性という側面が、環境ラベルに対する消費者の信頼度や、意識と行動のギャップにつながっているのではないかと思います。

環境価値の表示というのは規制にはなじまない面もありますが、信頼できる環境表示の確立に向け、すべてのメーカーや流通事業者が参加するような仕組みをつくるのが重要であると思っています。

環境に配慮した消費行動の広がりに向けて

原 環境に配慮した商品が市場に普及していくためには、やはり消費者が変わっていく必要があるのではないかと思います。今後、環境に配慮した購買行動をとる消費者が増えていくためには、どのような視点や取り組みが求められるのかということについて、ご意見を伺いたいと思います。

西垣内 環境ラベルのもつ意味というものが、まだまだ消費者に十分に理解されていないように思われます。われわれとしても、行政と協力してこうした点を伝える活動に力を入れ、学校教育の中で実施することなども検討していきたいと思っています。

消費者が毎日の購買行動を行う場合は店舗であり、店長や店員の方が環境配慮や環境ラベルの意味を十分に理解し、POPやチラシなどに分かりやすく記載するようになれば、消費者が日常生活の中で教育される環境がつくられると思います。



また、エコマークに関しては、各国の環境ラベル制度と連携を図り、国際的な視点から取り組みを強化していくことが重要ではないかと考えています。

中沢 例えばコープとうきょうの店舗では、食品用ラップに関し、塩化ビニル素材の商品の棚に「このラップは燃やすと塩素系のガスが出ます」という表示をして販売しています。そうすると、おおよそ95対5の割合で、非塩ビ系のポリエチレン等のラップの方が売れるんです。だからといって、塩ビ素材のラップを店頭に置かないというのではなく、お客様の選択の自由という点を重視し、きちんとした情報を提供した上で両方の商品を販売しています。

このように、お客様が商品を購入する際に分かりやすく正確な表示がなされていることが、グリーンコンシューマーを増やしていく上で最も重要な点ではないかと考えています。

砂川 環境教育や情報提供に関しては、行政や企業、民間団体などがさまざまな取り組みを行っており、その中には重複している部分もあるように思います。こうした取り組みに関する情報を公開したり集約することにより、お互いに有効活用できる仕組みも考える必要があるのではないのでしょうか。

また、マイバッグ持参運動に関しては、エコポイントのような取り組みを行っている店舗のほうが、実施していないケースより効果があがるという実態が見られます。こうした取り組みを個々の店がバラバラに行うのではなく、統一した仕組みをつくることにより、消費者の行動が促進されるものと思います。

上山 なぜ環境配慮をするのかということに関する根本的な議論が不足しており、この点についての認識が共有化されないと、運動はそのときそのときだけで終わって継続していきません。また、努力した人や企業が報われる仕組みをつくるのが重要だといえます。

今後、発展途上国の経済成長が見込まれる中で、経済成長と環境保全が両立する社会システムを構築することが不可欠であり、その中の1つがグリーン商品の普及であると考えています。イオンでは、環境配慮をはじめとする活動に関し社会から高い評価を受け、こうした面で世界の小売業のトップ10に入ることを目指し取り組みを進めていきたいと考えています。

有田 さまざまな環境ラベルが存在し、それによって環境に配慮した商品の開発や購入が進んでいくことは良いことだと思いますが、やはり共通の認証システムのようなものをつくるのが望ましいのではないかと思います。またエコマークに関しては、他の環境ラベルシステムとの相互認証などの連携を進めていくことが、信頼性の向上につながると考えています。

環境配慮商品の普及に向けては、購入者層の拡大が

不可欠であり、そのためには商品の環境配慮だけではなくファッション性なども重視していく必要があります。また、消費者団体は情報発信により一層力を入れていく必要があると思っています。

このような取り組みを通じて、消費者が日常生活の中で気軽に環境配慮商品を購入できるような状況がつけられることを期待したいと思います。

原 「企業の努力が足りない」とか「消費者の行動が伴っていない」というように1つの側面から問題をとらえるのではなく、寄本先生のお話の中にありましたように、お互いにできることを持ち寄ってそれを積み重ねていく役割相乗型の社会を目指し、環境に配慮した社会の実現に向け一歩ずつ前進していきたいと思っています。本日はどうもありがとうございました。

委員会報告 / 決定事項

エコマーク類型・基準制定委員会 (第29回)

第29回エコマーク類型・基準制定委員会(委員長:郡嶋 孝 同志社大学教授 [委員長代行:平尾雅彦 東京大学大学院助教授])が2004年6月10日、(財)日本環境協会において開催され、審議の結果、以下のことが決まりました。

決定事項

- ・エコマーク商品類型 No.111 「木材などを使用したボード Version2.0」、No.114 「紙製の包装用材 Version2.0」、No.115 「間伐材、再・未利用木材などを使用した製品 Version2.0」、No.128 「日用品 Version1.0」、No.129 「廃食用油再生せっけん Version1.0」およびNo.130 「家具 Version1.0」の制定が決まりました。(制定日2004年7月1日)
- ・既存商品類型 No.2 「台所流し台水切り用三角コーナー」、No.3 「台所流し台水切り用ストレーナー」、No.4 「台所流し台水切り用濾紙袋」、No.5 「廃食用油吸収材」、No.11 「廃食用油再生せっけん」、No.20 「セルローススポンジ」、No.32 「無漂白のコーヒーフィルター」、No.34 「食用油ろ過器」、No.36 「空き缶回収機器」、No.41 「再生パルプを使用した電気掃除機用フィルター袋」、No.43 「家庭用ゴム手袋」、No.68 「部品の交換修理の容易な事務用およ

び学校用椅子」、No.111 「木材などを使用したボード」、No.114 「紙製の包装用材」、およびNo.115 「廃木材・間伐材、小径材などを使用した木製品」の廃止が決まりました。(廃止日2004年7月1日)

- ・第29回エコマーク類型・基準制定委員会に提案のあった新商品類型提案「使用済み製品を再生したリユースポンプ」は、リユース製品全般として継続検討することになりました。今回提案のあった提案概要、審査結果は別添1のとおりです。
- ・エコマーク審査委員会から上程された、エコマーク商品類型No.109 「タイルブロック Version2.0」の認定基準を一部改定する案は承認され、改定されることが決まりました。(改定日2004年6月10日)
- ・100番台のエコマーク商品類型について、契約期間中に生産された在庫品に関するエコマーク下段表示の取扱いを一部改定する案は承認され、改定されることが決まりました。(改定日2004年7月1日)
- ・エコマーク商品類型認定基準案の公表、ならびに既存商品類型の廃止予告を行うことが、次ページの「認定基準の動き」のとおり決まりました。(制定、廃止予定日ともに2004年11月1日)

認定基準の動き (2004年7月1日現在)

分類	類型番号	類型名	公表期間	制定 / 改定 / 廃止日	認定基準	パブリックコメント等
制定	111	木材などを使用したボード Version2.0	2004.3.1 ~ 2004.4.29	2004.7.1	別添 2	終了
	114	紙製の包装用材 Version2.0			別添 3	
	115	間伐材、再・未利用木材などを使用した製品 Version2.0			別添 4	
	128	日用品 Version1.0			別添 5	
	129	廃食用油再生せっけん Version1.0			別添 6	
	130	家具 Version1.0	2004.3.15 ~ 2004.5.13		別添 7	
廃止	2	台所流し台水切り用三角コーナー	2004.3.1 ~ 2004.4.29	2004.7.1	-	終了
	3	台所流し台水切り用ストレーナー				
	4	台所流し台水切り用濾紙袋				
	5	廃食用油吸収材				
	11	廃食用油再生せっけん				
	20	セルローススポンジ				
	32	無漂白のコーヒーフィルター				
	34	食用油ろ過器				
	36	空き缶回収機器				
	41	再生パルプを使用した電気掃除機用フィルター袋				
	43	家庭用ゴム手袋				
	111	木材などを使用したボード				
	114	紙製の包装用材				
	115	廃木材・間伐材、小径材などを使用した木製品				
68	部品の交換修理の容易な事務用および学校用椅子	2004.3.15 ~ 2004.5.13				
公表	-	土木製品 Version1.0	2004.7.1 ~ 2004.8.29	2004.11.1	別添 8	受付中
廃止予告	22	使用済タイヤ・チューブの再生品	2004.7.1 ~ 2004.8.29	2004.11.1	-	受付中
	30	高炉スラグ微粉末、高炉セメント				
	37	雨水浸透型排水施設				
	56	再生舗装材				
	65	石炭灰 (フライアッシュ) を利用した建材				
一部改定	109	タイル・ブロック Version2.0	-	2004.6.10	別添 9	

認定基準案の公表ならびに商品類型の廃止予告

前記の認定基準案の公表、ならびに既存商品類型の廃止予告に関して、2004年7月1日(木)より8月29

日(日)まで意見の受付を行います。意見の受付については下記をご参照下さい。

「認定基準案公表ならびに商品類型の廃止に関する意見の受付について」

(1) 郵送およびFAXによる受付

・住所、氏名、性別、職業、連絡先、電話番号、FAX番号
 ・意見を述べるエコマーク商品類型の認定基準名
 ・上記認定基準についての意見の要旨
 を書面(A4)にて、2004年8月29日(日)(同日消印有効)までに下記宛にお送り下さい。

(財)日本環境協会 エコマーク事務局
 〒106-0041 東京都港区麻布台1-11-9
 プライム神谷町ビル2階
 TEL: 03-5114-1255 FAX: 03-5114-1257

(2) E-mailによる受付

・住所、氏名、性別、職業、連絡先、電話番号、FAX番号、E-mailアドレス
 ・意見を述べるエコマーク商品類型の認定基準名
 ・上記認定基準についての意見の要旨
 をE-mailにて、2004年8月29日(日) 17:00までに下記宛にお送り下さい。

(なお添付ファイルを送付される場合は、MS-WORD、一太郎、エクセルでお願いします)

E-mail (ecomark@japan.email.ne.jp)

重要なお知らせ

エコマーク商品類型 No.112 「文具製品 Version 1.0」および No.113 「包装用紙 Version 2.0」 制定の延期について

エコマーク商品類型 No.112 「文具製品 Version 1.0 (認定基準案)」および No.113 「包装用紙 Version 2.0 (認定基準案)」は、公開した認定基準案に寄せられたご意見を踏まえ再度審議し、7月1日付けで制定を実施する予定でしたが、現在、ワーキンググループにお

いて継続審議中であるため、制定日を延長します。したがって、廃止予告を行っていた現行の商品類型 No.112 「紙製の事務用品」および No.113 「包装用の用紙」認定基準は、それぞれ新しい認定基準が制定される前日まで有効期限を延長します。

エコマーク商品類型 No.116 「節水型機器」有効期限の延長について

現行のエコマーク商品類型 No.116 「節水型機器」は、本年9月1日で制定より5年を経過するため、認定基準の見直しを実施する予定でしたが、現在、ワー

キンググループにおいて継続審議中であるため、新しい認定基準 (Version 2.0) が制定される前日まで有効期限を延長します。

エコマーク下段表示の取扱いについて

100番台のエコマーク商品類型について、新認定基準で契約を取り直した場合における既認定商品の既契

約期間中に生産された在庫品に関するエコマーク下段表示の取扱いを、以下のとおり改定します。

1. エコマーク商品類型（100番台）の個別の認定基準書を、以下のとおり改定する。（太字下線部分を追加）

（商品類型 No.111「木材などを使用したボード Version2.0」の記載例）

.....（略）..... 環境情報表示は、左揃えの二段表示を矩形枠で囲んだものとし、一段目に「木質部に再・未利用材を100%使用」二段目を実施した試験方法により「ホルムアルデヒド放散量平均値0.3mg/l以下」と記載すること。**なお、既認定商品の既契約期間中に生産された在庫品に限っては、本商品類型のマーク下段表示においても、原則として新契約日から1年間を期限として、これまでどおりのマーク下段表示およびその認定番号を記載することも可とする。**

*ただし、個別の認定基準書に別途エコマーク下段表示の取扱いの記載事項がある場合には、それに従うこととする。

2. 改定日 2004年7月1日

エコマーク料金体系の改定に係る説明会 開催のご案内

エコマーク認定商品保有企業様を対象にした標題の説明会を、以下のとおり開催します。本説明会は、来年4月のエコマーク料金体系の改定実施に先立ち、エ

コマーク使用料の算定基準および支払方法等の内容について、補足的にご説明させていただくものです。

【開催日程および場所】

開催地	日時（開場は開始時間の30分前）	場所
岡山	7月22日(木) 14:00~16:00	岡山国際交流センター 国際会議場 (岡山市奉還町2-2-1)
福岡	7月23日(金) 14:00~16:00	福岡県中小企業振興センター 403会議室 (福岡市博多区吉塚本町9-15)
大阪	7月29日(木) 第1回 10:00~12:00 第2回 14:00~16:00	ATC グリーンエコプラザ ビオトーププラザ (大阪市住之江区南港北2-1-10 ATCビル ITM棟11階)
名古屋	7月30日(金) 14:00~16:00	名古屋市消費生活センター 第一研修室 (名古屋市中区栄1-23-13 伏見ライフプラザ12階)
東京	8月3日(火) 第1回 10:00~12:00 第2回 14:00~16:00	内幸町ホール (東京都千代田区内幸町1-5-1)
札幌	8月6日(金) 14:00~16:00	北海道環境サポートセンター 多目的ホール (札幌市北区北7条西5-5 札幌千代田ビル1階)

【申込方法】

FAX (03-5114-1257) か E-mail (setsumeikai@japan.email.ne.jp) で、参加希望開催地名（東京、大阪は開催回も記入）、貴社名、参加される方の代表者名と代表者を含む参加人数、ご連絡先電話番号、FAX番号を明記の上、7月20日(火)17時までにお申込ください。

勝手ながら、お申込状況により、日時・会場の変更や他会場との統合をお願いする場合がございますので、予めご了承ください。

【問合せ先】

(財)日本環境協会 エコマーク事務局 普及課「説明会」係

TEL 03-5114-1255 E-mail setsumeikai@japan.email.ne.jp

お知らせ

世界エコラベリングネットワーク (GEN) の動き

年次総会を日本で開催します

世界のタイプI環境ラベルで組織される世界エコラベリングネットワーク (GEN) の会員総会を、10月5日(火)~9日(土)に東京で開催します。総会では、年度計画などの重要な事項を話し合うほか、エコラベル制度を立ち上げる団体などを主にアジア各国から招聘し、セミナーも行います。

「第1回グリーン購入世界会議 in 仙台」において GEN による特別分科会を開催します

10月6日(水)には、仙台市とグリーン購入ネットワーク (GPN) で共催される「第1回グリーン購入世

界会議 in 仙台」において、GEN による特別分科会を GPN と共同で開催します。

このセッションでは、ドイツ・ブルーエンジェルや北欧ノルディックスワン、EU フラワー、中国環境表示、韓国環境マークそれぞれの担当者を海外から迎え、各制度の現状や今後の展開、ならびに相互認証の動向などについて講演を行います。また、インドネシアにおけるタイプI環境ラベルの開発状況などの最新情報も盛りだくさんです。是非ご参加ください(事前参加申込制)。入場は無料です。

詳しくはホームページをご覧ください。

<http://www.ics-inc.co.jp/icgps/>

エコマーク商品紹介リーフレット「発見!あなたの身近にエコマーク」シリーズに第11号「消火器」が出ました

エコマーク商品の背景にある環境問題や、環境保全上の効果などの情報を掲載したシリーズリーフレット「発見!あなたの身近にエコマーク」に、新たに「消火器」を追加しました。

エコマーク商品紹介リーフレット No.11 「消火器」



子ども向けワークブック「エコマークをみつけてみよう! (第4巻)」が完成しました

小学生を対象としたワークブック「エコマークをみつけてみよう! (第4巻)」が完成しました。今回は、身近な「ペットボトル」とそのリサイクルについて採り上げ、イラストやクイズを中心に、楽しみながら環境のことが学べる内容となっています。

子ども向けワークブック「エコマークをみつけてみよう! (第4巻)」



エコマーク商品データベース「グリーンステーション」説明会 開催のご案内



(株)ファインが運営し当協会が監修するエコマーク商品データベース「グリーンステーション」が、開設3周年を迎え、事業活動の状況などについての説明会

を開催します。自治体やオフィス通販会社など、利用者の声を直接お聞きいただける機会ですので、ぜひご参加ください。

【開催日】

東京会場 ((株)大塚商会 3F ホール) 7月 7日(水)
大阪会場 (ATC グリーンエコプラザ) 7月 9日(金)
名古屋会場 (安保ホール) 7月14日(水)
各会場とも事前申込制 (申込期限: 7月5日まで)
参加費無料

【問合せ先】

(株)ファイン エコ事業部 担当: 山内・徳野
TEL 06-4704-5725
E-mail info@greenstation.net
URL <http://www.greenstation.net>

「信州環境フェア2004」出展のお知らせ (同時開催: エコマーク取得相談会)

来たる7月17日(土)、18日(日)の2日間、長野市・ビッグハットにて開催される標記フェアに、エコマーク事務局もブースを出展いたします。このフェアでは、長野県内外の企業や団体が集い、環境配慮型商品の展示・実演・販売や、環境全般に関する取り組みなどが幅広く紹介されます。お近くにお越しの際は、是非お立ち寄りください。入場は無料です。

日 時: 2003年7月17日(土) 10:00~17:00
18日(日) 9:00~16:00

会 場: 長野市・ビッグハット
(長野市若里多目的スポーツアリーナ)

問合せ先: 信州環境フェア実行委員会事務局
TEL 026-235-7169

同時開催: エコマーク取得相談会 (長野)

上記「信州環境フェア2004」の会期中、エコマーク事務局ブースにおいて「エコマーク取得相談会」を開催します。

時 間: 初日、2日目ともに 10:00~12:00 13:00~16:00

会 場: 「信州環境フェア2004」エコマーク事務局ブース

参加を希望される方は、右記の項目を明記のうえ、FAXにて7月9日(金)までにお申込ください。お申込受付後、当方よりご連絡を差し上げます。なお、申込多数の場合や相談内容によっては、ご相談をお受けできない場合もありますので、予めご了承ください。また、ご希望の日時につきましても調整させていただく場合がございます。

企業名・団体名 ご担当者名

ご連絡先電話番号・FAX番号

相談内容 (認定申込を希望される商品類型名と、商品の具体的な内容)

希望日時 (第1・第2希望を必ずご記入ください)

申込先 (財)日本環境協会 エコマーク事務局 認証課

FAX: 03-5114-1257

「環境デーなごや2004」出展のお知らせ (同時開催：エコマーク取得相談会)

市民・事業者・行政の協働のもと、環境問題についてともに考え、具体的な行動を実践する契機として開催される「環境デーなごや2004」に、エコマーク事務局も出展します。お近くにお越しの際は、是非お立ち寄りください。

日 時：2004年9月19日(日) 10:00~16:00
 会 場：久屋大通公園(名古屋市中区丸の内三丁目)
 問合せ先：環境デーなごや実行委員会
 TEL 052-972-2398

同時開催：エコマーク取得相談会(名古屋)

上記「環境デーなごや2004」の会期中、会場内において「エコマーク取得相談会(名古屋)」を開催します。

時 間： 午前の部 10:00~12:00 午後の部 13:00~16:00
 会 場：「環境デーなごや2004」会場内

参加を希望される方は、12ページ(エコマーク取得相談会(長野))の項目を明記のうえ、FAXにて9月3日(金)までにお申込ください。お申込受付後、9月6日(月)以降に当方よりご連絡を差し上げます。

トピックス

エコマーク事務局作成のパンフレットを、6月の環境月間にイトーヨーカドー各店舗で配布しました

エコマーク事務局では6月の環境月間中、(株)イトーヨーカ堂のご協力を得て、同社の全国約180店舗においてパンフレット「はじめようエコライフ」を配布しました。

このパンフレットでは、エコマーク商品の購入やごみの分別、レジ袋の辞退など、お店ですぐに実行できる環境を考えた行動をPRしています。また、パンフレットのクイズに応募いただいた方の中から抽選で300名に図書券が当たる懸賞企画(応募締切：7月15日消印有効)も行い、大きな反響が寄せられています。



パンフレット
 「はじめようエコライフ」

海外からの報告

地球温暖化セミナーがインドネシア国内 5 都市で開催されました

インドネシア環境省と独立行政法人国際協力機構は、インドネシア国内における国民レベルでの地球温暖化対策の普及啓発を図るために、今年度手始めに国内 5 都市でセミナーを開催しています。このセミナーは行政、企業、NGO、大学、高校の先生等を対象に 2 日間のスケジュールで実施するもので、温暖化対策のためには日常生活の中で何をすべきかということテーマにしたセミナーとしては、おそらくインドネシア国内で開催された最初のセミナーです。セミナーはインドネシア各地、メダン市（スマトラ島）、バンジャルマシン市（カリマンタン島）、パタム市（パタム島、シンガポールの近く）、マナド市（スラウェシ島）およびパンカルピナン市（パンカルピナン島）で開催しました。

(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）の環境委員長を務められ、エコマーク類型・基準制定委員会委員でもある辰巳菊子さんには、消費者・生活者の視点に基づいた日常生活における温暖化対策について、省エネ行動、グリーン購入をはじめとした日常誰でも可能な取り組みに関する詳細な講義をしていただきました。

講義の中では、当日多数会場に展示したエコマーク商品の紹介、および、それら商品の環境負荷削減に関するお話もしていただきました。さらに受講者がグループに分かれて、太陽光を利用して調理をする「ソーラークッカー」の製作方法の講義、実演およびソーラークッカーを使用してのゆで卵の調理の指導もしていただきました。講義の終わりに実施した温暖化対策クイズの優秀グループには、日本から持参されたエコマーク商品を記念品として贈呈しました。

(報告：インドネシア環境省 藤塚哲朗)



エコマークニュース 第51号 2004年7月1日発行

編集・発行 / 財団法人 日本環境協会 エコマーク事務局
 〒106-0041 東京都港区麻布台 1-11-9 プライム神谷町ビル 2F
 認証課 TEL: 03-5114-1253 FAX: 03-5114-1257
 基準課・普及課 TEL: 03-5114-1255 FAX: 03-5114-1257
 Homepage: <http://www.ecomark.jp>
 E-mail: ecomark@japan.email.ne.jp



この印刷物はエコマーク認定の印刷用紙、印刷インキを使用しています。