エコマーク運営委員会（第 54 回）議事要旨

公益財団法人日本環境協会
エコマーク事務局

日　　時：2025 年 3 月 26 日(水) 10:00-12:00
場　　所：公益財団法人日本環境協会会議室（オンラインにて開催）

出席委員：有田 芳子　　(主婦連合会)
　　○梅田 靖　　(東京大学大学院)
　　大沼 章浩　　((一社)全日本文具協会)
　　皆藤 寛　　(東京商工会議所)
　　川江 心一　　((公財)世界自然保護基金ジャパン)
　　齋藤 潔　　((一社)日本電機工業会)
　　田中 太郎　　((株)日経 BP)
　　中本 純子　　((一社)全国消費者団体連絡会)
　　西尾 チヅル　(筑波大学)
　　貫名 英一　　((一社)日本オフィス家具協会)
　　林 祥一郎　　((一社)ビジネス機械・情報システム産業協会)
　　平尾 禎秀　　(環境省[代理出席])
　　藤井 実　　((国研)国立環境研究所)
　　増田 充男　　(日本チェーンストア協会[委任状出席])
　　村嶋 二郎　　((独)国民生活センター)
　　安 光晴　　(コープデリ生活協同組合連合会)
　　柳 憲一郎　　(明治大学)
　　山口 博臣　　(日本労働組合総連合会)
　　吉田 一雄　　((一社)日本経済団体連合会)
　　(以上 19 名、50 音順、敬称略、○：委員長)

欠席委員：
　　伊坪 徳宏　　(早稲田大学)
　　上野 孝二　　((一社)電子情報技術産業協会)
　　(以上 2 名、50 音順、敬称略)

事 務 局 ：新美、小川、山縣、藤崎、大澤、漣、佐野、菅原

議　　題：１．2024 年度エコマーク事業報告について
　　２．2025 年度エコマーク事業計画および予算（案）について
　　３．年間ライセンス料（エコマーク使用料）の改定について
　　４．その他

配布資料一覧：
2024･2025 年度エコマーク運営委員会委員名簿
運営委 54-1 2024 年度エコマーク事業報告
運営委 54-2 2025 年度エコマーク事業計画・予算（案）
運営委 54-3 料金改定のお知らせ

１．2024 年度エコマーク事業報告について
〇資料「運営委 54-1」に基づき、事務局より 2024 年度エコマーク事業について報告された。
〇事務局説明後の主な質疑応答は以下のとおり。
・現地協力機関による代行で実施した海外の現地監査について、どのように評価しているのか。
事務局）海外企業の監査等では、英語だけでなく現地語によるコミュニケーションやエビデンス確認等の対応を求められることがあり、文化や習慣の違いによる解釈の差異が生じるおそれもある。そのため現地語と日本語に対応でき、双方の事情に精通しているかを踏まえて代行者を選定し、事務局はオンラインで参加して調査確認を行った。今回は、スムーズかつ適切に確認ができたため有効な手段と評価しており、今後も必要に応じて同手法を活用していきたい。
・ブランドコンセプトについて、キャッチフレーズ”Try ecologue.”はエコマークが目指すところとなっているので、積極的に活用・周知していただくとよい。
事務局）狙った通りの印象を持っていただけて嬉しく思う。１年間、事務局内で検討してエコマークの役割から見つめ直し、どうあるべきかをコンセプトとして出せたと考えている。今後もプロモーションに励んでいきたい。
・最近、リチウム電池を使用したモバイルバッテリーによるごみ焼却場の火災のニュースをよく耳にする。商品ライフサイクルの中で事故を起こさないことも重要である。エコマーク（環境に配慮した製品）の認定基準ではあるが、どのような電池を使用しているかがきちんとわかるなどの配慮があるとよい。
事務局）モバイルバッテリーについては、ご指摘のように焼却施設での火災だけでなく、不適切な使用によって膨張し火災を起こす事故などもあるので、長期的に安全に使用でき、また廃棄が適切に行われるような情報提供を含めて検討していきたい。

２．2025 年度エコマーク事業計画及び予算（案）について

〇資料「運営委 54-2」に基づき、2025 年度エコマーク事業計画および予算（案）について説明され、承認された。

〇事務局説明後の主な質疑応答は以下のとおり。

・広報・宣伝活動の推進の中でリブランディング戦略の展開、ブランドガイドブック作成・公開があるが、これはエコマーク事業としてのブランディングなのか、あるいはエコマークを使っているエコマーク認定商品・サービスのブランディングに資することも含めているのか。カーボンニュートラルに向けて多くの企業が設備投資や研究開発などに取り組む中、製品やサービスの価格は高くなってしまう傾向がある。例えば、自動車は環境配慮が社会的に理解されているので多少高くても購入してもらえるが、ものによっては、性能よりも高価格のイメージが先行して販売につながらず、企業はカーボンニュートラルに対する投資回収ができない。企業がエコマークを表示することで、消費者が環境配慮製品であると理解し、購買・サービスの利用と、企業のブランディングに繋がっていくのではないか。

事務局）2 つの視点があると考えている。一つは、エコマークの認証事業を通じて、エコマークそのものに消費者から良いイメージ、信頼性の高いラベルというイメージを持っていただくことがある。もう一つは企業の環境マーケティングを応援する視点であり、エコマークの信頼性、イメージが高まることで、エコマークを使う企業・製品の環境ブランディングがより効果的なものになることも狙いとしている。エコマークの新ロゴを効果的に使ってもらうための表示方法をまとめた冊子としてブランドガイドを用意しており、両面で取り組んでいけると良い。

・ステークホルダーとのコミュニケーション強化について、エコマークアワードを充実させるほか、具体的にどのようなことを考えているのか。

事務局）東海三県一市グリーン購入キャンペーンに継続して参画することにより、自治体との連携を図っている。また、協会内でもグリーン購入ネットワークや教育事業と連携している。最大のステークホルダーはエコマーク認定取得企業や業界団体などであるが、外部に対して開かれた制度であるために、第三者の視点で評価していただくことも重要であるため、次年度から顧客満足度調査を開始する予定である。

・ステークホルダーの考え方によるが、例えばアマゾンや旅行サイトなどの流通チャネルとの連携を進めることは大きな効果が見込め、エコマークそのものが普及されていく。ぜひとも流通チャネルとの連携を進め、様々な主体と連携し、エコマークを活用してもらうとよい。さらに消費者側の視点としては NPO や、あるいは ESG 投資での活用を念頭に金融系との連携などにより、認定企業の後押しと、更なる普及拡大につなげていただきたい。そうした積み重ねでマスコミが積極的に取り上げてくれるようになり、エコマークを環境配慮型商品の象徴として普及拡大できると思う。

・プラスチック資源循環の認証の展開において、再生材の確からしさを検証すると挙げられており、これは資源循環に係る根幹として非常に重要な試みだと思っている。ケミカルリサイクルの第２期で製品を認証していくとあるが、現在、製品認証においてケミカルリサイクルの確からしさはどのように検証しているのか。また、樹脂ペレットの認証はバージン素材ではなく、再生材を認証するということか。

事務局）樹脂ペレットの認証は再生材である。再生材は、マテリアルサイクルであってもケミカルリサイクルであっても検証方法に変わりはなく、企業から配合率証明、宣言書を提出頂いている。現在、ケミカルリサイクルの認証対象は繊維製品のみであり、他の製品はケミカルリサイクルの認証を行っていない。

・現在は自己宣言で確認されているが、次の展開としては自己宣言ではない第三者認証などの客観的な方法で仕組みを構築することを考えているのか。

事務局）サイト単位での確認を進めることによりサプライチェーンが強化され、現在の認証方法を補強していくことができると考えている。一方で試験による確認は現状では難しい。マスバランス方式について先ほど説明をしたが、これは量的管理という手法で当協会では検証できないため、ISCC などの検証結果を活用する方向としている。

・低炭素（リサイクル率を上げる）と脱炭素（循環経済の達成）ではやるべきことが全く違うが、現在のエコマークはどちらかといえば低炭素の方向である。世論もその方向ではあるものの、2050 年も近づいてきているので、今後、カーボンニュートラルや水平リサイクルを達成した製品が徐々に出てくることを見据え、グリーン購入法で採用されている２段階の基準のように「スーパーエコマーク」などを新たに設け、将来の理想的な姿になってきている商品を普及促進できる仕組みがあるとよい。

事務局）カーボンニュートラルまでは到達していないが、土木関係で脱炭素につながる新技術なども調査しており、エコマークで対象化を検討するよう努めている。なかなか商品類型化に結びついていないが、候補があれば積極的に検討して取り入れていきたい。

・欧州の動向を調査することは良いことである。エコマークがついていると様々な観点で勘案されたマークだということで、消費者や調達者、ユーザーが安心して手に取れるようなブランド作りを大いに期待したい。サーキュラーエコノミーの時代にあって、バリューチェーンというスケールで競争が始まっていくと思うが、企業で製品を調達する担当者にも環境貢献という選択をして頂く、また最終製品の消費者に循環を環境価値として理解していただき、価格に対する理解が得られるような発信が重要になってくる。エコマーク事業も時代に合わせたアップデートをしていただき、経済と環境の両立、国が目指す循環環境ビジネス市場の拡大・成長に乗って国民経済に貢献できることを期待する。

事務局）認証サービスの提供を通して、再生材の価値やエコマーク認定商品の信頼性向上につながることが大切だと考えている。ステークホルダーとの連携も含め、エコマ

ークが様々な観点を考えて表示されていることを発信していきたい。

３．年間ライセンス料（エコマーク使用料）の改定（案）について

〇資料「運営委 54-3」に基づき、年間ライセンス料（エコマーク使用料）の改定（案）について説明された。

〇事務局説明後の主な質疑応答は以下のとおり。

・新料金の年間ライセンス料が、10 万円（税別、以下同じ）以下の売上高区分では売上高に対して 3 割、次の 10～2,500 万円の区分でも 10～15 万の売上に対しては 5 割～3 割の負担になり、他の区分と比べて突出しているように思う。

事務局）10 万円以下の区分は 0～10 万円と幅を持たせてはいるが、元来、環境報告書やパンフレットなど無償配布の物品を想定した区分である。通常の製品であれば、年間売上高 10 万円以下では現行の年間ライセンス料：1 万円でも割に合わないと思われ、この区分でエコマーク認定を取得することは考えづらい。同様の理由から、10～2,500 万円の区分も、申請時点で 10 万円単位の売上を申告する製品はほとんどない。実態としては、申請時点ではそれなりの売上高があったが、認定から数年後に販売終了などで売上高が下がり、0 円に近づいていくケースがほとんどである。今回の改定にあたり、エコマーク認定取得以降のライセンス維持に係る費用を試算したところ、新料金の最低の年間ライセンス料：3 万円でも採算が取れないことがわかったので、応分の負担をお願いしたいと考えている。

・サービスの認定審査料が現行の 4 万円から倍となるが、認定事業者の方には、現地調査などの費用を踏まえた設定という説明はあるのか。小規模のサービス事業者を狙い撃ちしたかのように見られるのは残念である。適正な価格展開であるという説明を行い、納得感があれば、ブランド力を下げずにさらに普及していくと考える。

・もう少し算定根拠を示す方がよい。個別の審査では料金相当とならないとしても、審査料を安くして間口を広げて認定商品を増やし、年間ライセンス料を含めた事業全体で諸経費を賄うほうが効果的ではないか。

事務局）本年度の収入：約 26,500 万円のうち、審査料は約 800 万円である。事業全体の収入を考えた場合、審査料を改定する効果は大きくないが、サービスの審査料は原価割れの状況を解消したいと考えている。サービスは現地／オンライン確認に人件費と交通費がかかるうえ、審査委員会に提出する資料も非常に多く工数がかかるため、引き上げをお願いすることとした。

なお、サービスは審査料が値上げとなるが、年間ライセンス料は据え置いている。当初の料金設定がうまくいかず、過去に契約書の変更等を度々行っており、今回は改定が難しいと判断した。

・審査料が倍になる商品類型と、据え置いた商品類型があるので見た目にもよくない。報告事項ではあるが、事務局でもう一度検討いただきたい。

事務局）今、各委員からご指摘いただいた点をあらためて検討のうえ、改定を公表したい。

４．その他

・委員任期は 2 年で次年度が 2 年目であるため、来年度も引き続き委員をお願いする。
・次回日程について、9 月頃を目処に調整する。

以上