

2016年度(平成28年度)

エコマーク事業計画・予算 (案)

2016年3月9日

公益財団法人日本環境協会
エコマーク事務局

2016年度（平成28年度） エコマーク事業計画・予算（案）

1. 2016年度の事業計画

中期活動計画（2013年度～2017年度）に沿って事業を展開し、エコマークが消費者や組織購入者の購買場面において広く利用される環境ラベルとなるようその価値を一層高めるとともに、エコマークに対する認知度・理解度・利用度を向上させるため、以下の取組を進め、グリーン購入の普及を推進することにより、2020年東京オリンピック・パラリンピック事業への貢献も念頭に置きつつ、市場の一層のグリーン化に寄与することを目指す。

具体的には、国などと連携しつつ、より広い範囲の製品・サービスにエコマークの認定を拡大していくとともに、既存商品分野については、欧州環境規制など国際的な動向なども注視し、関係業界などと連携して、基準値の見直しや引用規格との整合を図るなどの確な基準設定に努めてエコマークの価値を高めていく。特に、インバウンドツーリズムへの対応を進めるため、ホテル・旅館、小売店舗などの施設に対する認定の充実を強化する。また、これまで実施してきた認定後の定期確認、現地監査、商品試験などによる基準適合性の確認、エコマーク取得企業などへの基準適合に関するコミュニケーション促進などの取組をより強化し、エコマークの信頼性の向上に努める。

普及啓発については、エコマークへの理解を深め、利用拡大を図るために、多様な主体と連携・協働した幅広い情報発信を展開するとともに、様々な機会を捉えてステークホルダーとのコミュニケーションを強化し、消費者や組織購入者にわかりやすく利用しやすい製品環境情報の提供に注力する。また、消費者が持続可能な消費を実践するためのエコマークの役割について、消費者関係機関などと連携した取組を進める。組織購入においては、グリーン購入法とエコマークの連携性を高め、より円滑なグリーン購入の導入・推進に役立つものとなるよう取り組んでいくものとする。

国際協力については、国際社会における日本のエコマークの信頼性や認知度をより高めるため、海外環境ラベル機関との相互認証の推進や途上国における環境ラベル制度の立上げ支援などを推進し、エコマーク認定商品・サービスの国際市場における必要性を高めるとともに、事業者の国際展開や環境ビジネスの拡大などに貢献する。また、グリーン公共調達や環境ラベルを国際的に推進または調和させる取組が進んでおり、これらの国際的な動向に的確に対応できるよう、世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）や国際グリーン購入ネットワーク（IGPN）などを通じ国際的な動向や海外情報の収集に力を注ぐとともに、国などとも連携した取組を進める。

1.1 認定基準の策定計画

インバウンドツーリズムへの対応強化を念頭に、ホテル・旅館や小売店舗に続く施設型サービス（例えば飲食店など）の商品類型化について検討を進める。また、既存商品類型の的確な見直しを進め、市場の誘導（環境性能のレベルアップ、取得インセンティブの創出）を図っていく。基準策定着手やその後の進捗に際しては、関係者と十分に調整し実行していく。

新規商品類型については、新規商品類型提案募集に寄せられた提案などを基に継続検討している新規商品類型候補群の中から数類型を選定して、新規商品類型の設定および認定基準の策定を進める。

既存商品類型の見直しについては、2015年度から検討している「パーソナルコンピュータ」、「太陽電池を使用した製品」および「家具」の全面見直しに加え、2016年度は新たに、既存商品類型のうち制定から長期間が経過した基準、ならびに対象商品の拡大や基準項目の追加が必要な基準について全面見直し（新 Version の策定）を検討する。現在、「プロジェクタ」、「生分解性潤滑油」などを全面見直しの候補として検討を進めている。また、2015年度に取り纏めた「エコマーク認定基準における植物由来プラスチックの取扱いについて」（基本方針）に基づき、植物由来プラスチックの採用が進んでいる分野の認定基準を水平展開し、適用範囲の拡大を進める。

2016年度の商品類型認定基準の新規策定計画を下表に示す。なお、2017年度以降の新規商品類型の選定については、下表に記載の計画も含め、企画戦略委員会で戦略的な商品類型選定を進める。

表 2016年度の商品類型認定基準の策定計画

商品分野別「基準策定委員会」	
1. 2015年度からの継続	「パーソナルコンピュータ」、「太陽電池を使用した製品」、「家具」
2. 2016年度に新規設置	<新規商品類型> 新規類型化の候補として継続検討している案件から数類型を選定し商品類型化に着手する。 主な候補：「飲食店」、「会議運営/会議施設」、「シュレッダー」、「宿泊プラン/エコツアー」、「バイオディーゼル燃料」 <全面見直しの候補> 「プロジェクタ」、「生分解性潤滑油」

1.2 普及啓発活動

エコマークの特長は、①「第三者認証」による信頼性・公平性と、②「商品のライフサイクルに則して、4つの環境評価項目（省資源と資源循環、

地球温暖化の防止、生物多様性の保全、有害物質の制限とコントロール)を重点領域とした認定基準」に照らして的確に製品環境性能を評価するところにある。これらの特長やグリーン購入の考え方(行動)などの一層の浸透を図るため、エコマーク取得企業など多様な主体と連携・協働した幅広い情報発信を展開するとともに、様々な機会を捉えてステークホルダーとのコミュニケーションを強化し、エコマークの認知度の向上に役立てる。

(1) 「エコマークアワード」の実施と「エコマークフォーラム」の開催

2010年度より実施している表彰制度「エコマークアワード」の実施と「エコマークフォーラム」の開催を通じ、エコマーク取得企業をはじめとするステークホルダーとのコミュニケーションの強化・充実を図る。

(2) 多様な主体との連携・協働による情報発信

2004年度より自治体・事業者などと連携して取り組んでいる「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」に主催者メンバーとして参画する。また、エコマーク取得企業やマスメディア、自治体、団体(GPN、こどもエコクラブ(JEC)、環境カウンセラーなど)、消費生活センター、消費者団体と連携・協働して、環境フェア・イベント、セミナーなどによる情報発信を展開する。その際、エコマークの普及啓発とグリーン購入の考え方(行動)などの浸透を図るとともに、消費者や組織購入者にわかりやすく利用しやすい環境情報の提供に注力する。

(3) エコマークゾーンの充実

エコマークゾーン(おおさかATCグリーンエコプラザに常設)では、「エコマーク取得関連コーナー」および「エコマークデスク(2014年度新設)」を設置し、認定基準書や申込書類などをわかりやすく提供しているほか、エコマークセミナーの開催、エコマーク認定やグリーン購入などに関する相談に直接応じるなど、西日本での情報発信の拠点として来場者への対応体制の強化を図っている。エコマークゾーンをさらに浸透、充実させ、ステークホルダーとのコミュニケーション強化とタイムリーな情報発信に努める。

(4) 認定基準等説明会による事業者への取得促進

既存商品類型に対する潜在的需要の掘り起こしと、新規制定あるいは見直し改定した商品類型などに対する新規申請を促進するため、関連する工業会の会員企業、業界誌などマスメディアなどへの広報のほか、業

界フェア、セミナーなどへの出展・参加を進め、認定取得促進に向けた活動を展開する。

特に、「ホテル・旅館」や「小売店舗」については、2015年度に現地確認に軸足を置いた審査方法への変更による申請書類の軽減や、料金規定の改定などの抜本的な見直しを実施しており、これらの制度を普及する機会の創出に優先的に取り組み、エコマーク認定施設増に結び付ける。

(5) 消費者などへの環境情報提供の強化

より多くの人々にエコマークが視認され、購買場面で広く活用されるよう、商品分野に関わらず一律となっているエコマークの表示ルールを見直し、商品分野ごとの商習慣や商流を踏まえてきめ細かくルールを設定することにより、様々なアイテムにエコマークの表示を広げる。

また、エコマークはグリーン購入法の調達の目安としても活用されていることから、国・地方自治体などにおける調達実態や要望などを調査し、調達者に向けたウェブサイトなどを通じた環境情報の提供を充実させる。

(6) 普及ツールの拡充

2013年度にリニューアルを行ったホームページについて、必要な情報を更にわかりやすく入手しやすいサイトを目指して随時更新を行う。特に「ホテル・旅館」、「小売店舗」紹介ページを拡充し、サービス分野に関する情報をわかりやすく発信する。また、英語サイトのリニューアルを進め、海外ラベル機関との相互認証の推進や海外に向けた情報発信を強化する。このほか、外部貸出用として提供しているエコマーク紹介パネルなど環境フェアやイベントなどで活用するツールの充実や、刷新を進める。

1.3 現地監査などのエコマーク信頼性確保の方策

環境偽装問題などの再発防止および消費者の信頼性確保のため、エコマーク認定商品を対象として市場から抜き取り購入し、購入商品が認定基準に適合していることを確認する方策として基準適合試験を実施する。

また、地域性・公正性・分野などを考慮して現地監査を行うとともに、監査概要をホームページで周知することにより、環境偽装の抑止およびエコマークへの信頼性の向上につなげる。

これまで実施してきた認定後の定期確認、現地監査、商品テストに加え、更なる信頼性向上のため、2014年度より「総点検」を実施している。有効期

限延長により認定期間が長期にわたっているエコマーク商品を対象に基準適合性を確認するため、認定商品に係る申請データの点検、スクリーニングを行い、必要性の高い案件について照会やヒアリング、現地監査などの調査を実施する。

1.4 国際協力活動

経済のグローバル化、グリーン化が進展する中、エコマークが国際的に通用することも重要な機能として求められている。相互認証の推進は、事業者の負荷軽減や国際的な基準の調和化が図られるだけでなく、エコマーク基準が各国の環境ラベル基準で参考にされるなど、エコマークの信頼性や認知度向上に大きく寄与している。このため、海外環境ラベル機関との相互認証の推進や途上国における環境ラベル制度の立上げ支援、国際的な動向や海外情報の収集など、国などとも連携した取組を進める。

(1) 海外環境ラベル機関との相互認証の推進

(i) 日中韓三カ国環境ラベル制度間の相互認証の推進

環境省の推進する日中韓の政府間の取組である「日中韓環境産業円卓会議 (RTM)」の下、2005 年度より環境配慮製品の市場流通性を高めることなどを目指し、3 カ国間の環境ラベル基準の調和化と相互認証の推進に取り組んでいる。

2016 年度は、「塗料」、「文具・事務用品」の共通基準策定、中国の「複合機 (複写機)」基準改定に伴う共通基準項目の改定および新たな対象品目 (カテゴリー) として「シュレッダー」の共通基準の検討を進める。また、相互認証の現状および課題の把握を行い、より一層の活用が進むよう相互認証スキームの必要な措置についても 3 カ国で検討を進める。

(ii) その他の環境ラベル機関との相互認証の推進

北欧 5 カ国「ノルディックスワン (NS)」とは他のラベルに先駆けて 2002 年より「複写機、プリンタ」分野で相互認証を実施しており、2016 年度は新たに「テレビ」、「プロジェクタ」の共通基準策定を進める。

また、ドイツ「ブルーエンジェル (BA)」とは、2014 年に相互認証合意書を締結し、2015 年より「複写機、プリンタ」分野で相互認証を開始しており、2016 年度は新たに「プロジェクタ」の共通基準策定を進める。このほか 2015 年に相互認証を締結している香港、シンガポールとも「複写機、プリンタ」分野の共通基準策定を進める。その他の相互認証合意

書を締結していないラベル機関（ベトナム、マレーシア、フィリピンなど）についても事業者などのニーズを踏まえ、相互認証の実現に向けた取組を進める。

(2) 世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）への参画

引き続きドイツブルーエンジェル（BA）、北欧諸国、中国、韓国、北米などのタイプ I 環境ラベル運営団体で構成する「世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）」の会計責任者および総務事務局として、GEN の会議などに参画し、GEN を通じた国際協力活動に積極的に取り組む。

(3) 国際的な市場のグリーン化への対応

国や IGPN などとも連携しつつ、グリーン公共調達や環境ラベルに関する国際的な議論に参画するとともに、日本のエコマークやグリーン公共調達について積極的に情報発信を行う。また、国際的な動きに的確に対応していくため、国などと連携し、グリーン公共調達および環境ラベルの制度・基準の国際整合性を図っていくための現状把握・分析、課題抽出および対応案の検討を進める。

2. 2016年度(平成28年度)予算

2.1 収入の部

2016年度の収支予算書を下表に示した。

2016年度の収入予算においては、エコマーク事業収入 285,000 千円と想定し、収入予算を計上している。

2016年度 エコマーク事業 収支予算書
2016年4月1日から2017年3月31日まで

△減 (単位:千円)

科目	2016年度 予算額 A	2015年度 実績予想 B	増△減 A - B	(参考) 2015年度 予算額
I. 収入の部				
1. エコマーク事業収入	285,000	267,000	18,000	275,000
収入合計	285,000	267,000	18,000	275,000
II. 支出の部				
1. エコマーク事業費	49,000	80,327	△31,327	82,600
認定事業費	21,900	28,300	△6,400	23,300
普及啓発費	17,800	18,667	△867	28,800
調査研究費	4,300	28,007	△23,707	26,000
国際協力費	5,000	5,353	△353	4,500
2. 管理費	196,265	187,181	9,084	159,979
人件費	105,313	103,930	1,383	103,517
事務費(賃借料などの協会共通 経費含む)	90,952	83,251	7,701	56,462
支出合計	245,265	267,508	△22,243	242,579
収支差額(収入-支出)	39,735	△508	40,243	32,421

2.2 支出の部

エコマークに対する社会的活用を一層進め、購買場面において広く利用される環境ラベルとなるため、関係機関等との連携、国民への普及と信頼性確保を着実に進める内容の計画としている。

主な支出予算とその活動内容を以下に簡潔に説明する。

2.2.1 認定事業費

(1) 商品類型（認定基準）の検討<継続> 予算額 3,350 千円

新規商品類型について、選定された商品分野に関して環境負荷低減効果や定量的な基準化の可能性などについて検討し、実現可能と判断されるものについて商品類型化（認定基準の策定）を進める。また、有効期限が到来する認定基準など既存商品類型の的確な見直しを進める。

(2) システム保守管理費<継続> 予算額 13,600 千円

エコマーク業務システムの更新を行う時期に来ているため、システムのリプレイス、保守などを行う。

2.2.2 普及啓発費

(1) 「エコマークアワード」実施と「エコマークフォーラム」開催

<継続> 予算額 1,650 千円

「エコマークアワード」の実施と、「エコマークフォーラム」を開催し、エコマーク取得企業をはじめとするステークホルダーとのコミュニケーション強化を図る。

(2) 各種フェア・イベント参加運営費<継続> 予算額 5,450 千円

エコマークの意義や内容、グリーン購入の考え方などの一層の浸透を図るため、「エコプロ 2016」、「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」、「消費者教育関連事業」などに参画、出展し、エコマーク取得企業をはじめ多様な主体との連携・協働により消費者などに有効な環境情報を提供する。

(3) おおさか ATC 常設展示運営費<継続> 予算額 4,450 千円

おおさか ATC（アジア太平洋トレードセンター）のグリーンエコプラザ内において「エコマークゾーン」を運営し、消費者、事業者などへのエコマークの周知・理解・活用などの拡大を図る。

(4) 普及ツールの拡充による情報発信<継続> 予算額 5,300 千円

ホームページ、エコマークニュース（レター）、エコマーク広報（メールマガジン）、紹介パンフレット・動画などを活用してタイムリーな情報発信を行い、消費者をはじめステークホルダーにエコマークの特長や優位性などを分かりやすく伝える。

2.2.3 調査研究費

(1) 適正使用周知・監査費および基準適合試験費

<継続> 予算額 2,000 千円

認定後の定期確認、現地監査、基準適合試験などに加え、総点検を実施し、基準適合性を確認する取組をより一層進める。

2.2.4 国際協力費

(1) 海外環境ラベルとの相互認証の推進<継続> 予算額 1,950 千円

日中韓三カ国をはじめ世界各国・地域の海外環境ラベル機関との相互認証の推進に取り組む。

(2) GEN 関連活動費<継続> 予算額 2,050 千円

GEN（世界エコラベリング・ネットワーク）の会計責任者、総務事務局として GEN の会議などに参画し、GEN を通じた国際協力活動に取り組む。

以上