

第4期中期活動計画(2018年4月～2023年3月)のテーマと柱について (案)

運営委 39-3②「第3期中期活動計画における施策“5つの柱”とアクションアイテムに関する実績」の課題を踏まえ、第4期のテーマや骨子の方向性を整理した。

1. 第4期中期活動計画のテーマについて

第3期中期活動計画(2013年4月～2018年3月)のメインテーマは、『**エコマーク制度のさらなる信頼性強化と価値向上**』であった。このテーマにもとづき、5つの柱として、「商品類型戦略」、「信頼性の向上」、「ブランド価値等の向上」、「国際協力の推進」、「環境情報の体系化」を設定し、施策を実施してきた。第3期中期活動計画の遂行にあたっては、優先順位をつけながら、社会情勢に応じた取組を展開してきたが、その活動方針にある「環境に配慮した製品・サービスのブランドである“エコマーク”を広く社会に普及させる」ことがまだまだ達成されている状況とは言い難い。

従って、第4期中期活動計画においては、第3期中期活動計画で目指した活動方針・施策をさらに深化させていく必要があると考える。また、エコマークは2019年2月に創立30年となり、積み上げてきた長い歴史を基に、日本の環境ラベルのパイオニアとして社会を誘導していくと共に、日本の2050年温室効果ガス80%削減目標に寄与し、パリ協定や持続可能な開発のための2030アジェンダ等を踏まえた世界の情勢を見据えて事業を推進していく責務がある。第4期中期活動計画では、テーマを『**エコマークのブランド価値向上**』*とし、下記のような活動方針と5つの柱を設定し、諸々の施策を推進していく。

<活動方針>

“エコマーク”のブランド価値を向上させ、消費者と事業者をつなぐ環境コミュニケーションツールとしての活用を促進させることにより、持続可能な社会を実現する。

第4期中期活動計画における5つの柱

(1)社会を誘導する商品類型化と認定基準策定の推進

パリ協定による低炭素化社会、その後の脱炭素化およびSDGsの持続可能な開発目標の達成に向けた課題解決への要請を踏まえ、エコマークが持続可能な社会の構築への先進的な取組の指針となるように、商品類型の開拓および認定基準の策定を推進して

いく。

(考えられる施策)

- 単一のモノの販売・提供から機能やサービスの提供にビジネスモデルがシフトしていく中で、例えば、IoT(Internet of Things)などを活用した複合的なサービス・業務システムやシェアリングエコノミーによる新たなサービスなど一歩先を行く商品類型化の検討・推進を行う。
- 温暖化対策の先進的な取組の指針となる基準策定の開発など日本の 2050 年温室効果ガス 80%削減目標に寄与する取組を検討する。

(2)信頼性の強化

第三者認証の環境ラベルとして根幹をなす信頼性に関して、不断の維持・向上を追求していく。

(考えられる施策)

- 認定商品のサーベランスに関して、現在実施している基準適合性試験調査、現地監査をより効果的に実施していく。
- 信頼性の強化の観点から、一連の認証手続きも分野に応じて改良等を検討していく。

(3)国際化の推進

相互認証の拡充、途上国への実務支援、国際機関等との協力を通じ、エコマーク使用契約者の海外展開をより一層支援していくほか、世界のグリーン化、グリーン購入の拡大に貢献し、エコマークの国際的な地位向上に努めていく。

(考えられる施策)

- 事業者のニーズ等を踏まえた相互認証の拡充とその実効性の確保を図っていく。
- 相互認証や国際機関等との連携・協力の在り方などエコマークの国際化戦略を検討していく。

(4)ステークホルダーとのコミュニケーションの強化

エコマーク商品の普及を進めるため、ステークホルダーごとに戦略を持ったアプローチを実施し、きめ細かい情報発信や対話を通じて、エコマークへの認知度・理解度の向上や利用促進を図っていく。

(考えられる施策)

- 行政、消費者センター、専門機関等と連携した取組を広く実施する共に、エコマーク使用契約者とのコミュニケーションを密にし、訴求ポイント、差別化を図る普及広報活動を展開するなど、持続可能な社会の実現に向けて協働した連携を進めていく。
- エコマーク商品がもっと利用されやすい環境づくりを行うため、インターネット等を活用する事業者など今まで接点がない団体との連携した活動も取組んでいく。
- 普及活動に関する効果検証、ブランドイメージに係る調査、環境負荷低減効果の見える化などの在り方等について検討を進めていく。
- 環境問題が多様化し、社会の関心も多岐にわたっていることを鑑み、これまで「環境」という単一のワードで発信してきたが、環境をより具体的にしたブランドイメージ戦略、商品分野ごとに異なるアプローチの訴求方法を検討していく。

(5)持続可能な社会の構築に向けた多様な取組との連携の推進

パリ協定による低炭素化社会、その後の脱炭素化およびSDGsの持続可能な開発目標の達成に向けた課題解決のための有効な手段としてエコマークが広く活用されるように他団体の取組と連携した取組を強化していく。

(考えられる施策)

- 環境情報を広く発信する他の第三者認証ラベル(エコリーフ等)や持続可能な調達を推進する団体と連携し、消費者および事業者にとって分かりやすく、信頼性の高い環境情報提供の充実を図っていく。
- IoTなどに代表される情報技術の進展を踏まえ、認定商品の個別の詳細情報の提供など含め、環境情報の革新につながる検討を進めていく。
- 基準策定に関しては、先進的な科学的知見に基づいた内容を反映し、国際的および社会的な動向に対応していくために、他団体と連携しながら推進していく。

*** 『エコマークのブランド価値向上』における目指すべきブランドとは？**

エコマークは、日本で唯一の国際規格 ISO14024 に準拠したタイプ I 環境ラベルであり、その特長を訴求し、注力していくことが差別化につながり、「環境のシンボルとして広く社会に認知されるマーク」(第 3 期中期活動計画より)としてのエコマークの地位を確固たるものとしていくと考える。

*下記にイメージを示すが、中期活動計画等の検討を通じて、今後、議論がより深まっていけばよいと考えている

ブランド価値向上と 5 つの柱との関係 (イメージ)

