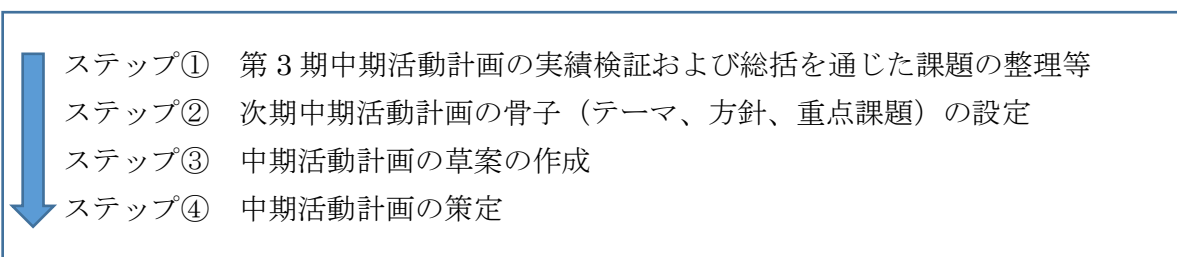


第4期エコマーク中期活動計画の策定について

2017年度は、現行の第3期中期活動計画の最終年度にあたり、今年度末までに次期中期活動計画を策定することになっている。エコマーク事業における中期活動計画は、策定時より今後5年間で目指すべき、重点をおいて活動を行う方針をステークホルダーの方々にお示しすることを目的としている。そして、中期活動計画で設定した取組方針をもとに、年度ごとの事業計画にブレークダウンして事業を進めている。

中期活動計画の策定に関しては、7/12 企画戦略委員会、9/28 運営委員会にてご審議いただき、多角的な御意見等を賜るとともに、次期中期活動計画の骨子・方針案をご確認いただいた。その後、12/18 企画戦略委員会に中期活動計画の草案をご審議いただいております。その後、頂戴した御意見等を基に修正した中期活動計画案を本日提出している。

中期活動計画の策定のステップごとの検討事項とスケジュールは、次のとおり進行しており、本日の運営委員会では、ステップ④(最終)の中期活動計画案を審議いただきたい。



スケジュール

日程	検討場所	検討項目
2017年7月12日	企画戦略委員会(1)	①②事務局案の審議
2017年9月28日	運営委員会(1)	検討経過の報告と①②事務局案の審議
2017年12月18日	企画戦略委員会(2)	③中期活動計画の草案の検討→御意見等反映
2018年3月20日	運営委員会(2)	④中期活動計画の策定（とりまとめ）
2018年4月	中期活動計画の公表	

9/28 運営委員会および 12/18 企画戦略委員会における、主な御意見・御提案と対応内容は次頁のとおりである。

9/28 運営委員会における御意見・御提案内容と対応内容

【消費者とのコミュニケーションについて】

1. 何がエコなのか、エコマーク商品の環境配慮が見えづらい。何がエコなのか、コミュニケーションをしてほしい。
ブランド価値向上のイメージについて、消費者が対象に入っていないのはおかしい。全体として消費者視点がない。消費者に対する発信、どのように環境によいのか、発信方法なども検討すべき。全ての世代に向けた消費者教育も重要である。

(対応方針案)

消費者視点が欠けているとの御指摘を踏まえ、中期活動計画のテーマを「消費者に身近で活用されるエコマーク」に変更し、柱の1つも「消費者視点でのコミュニケーションの強化」に改めました。また、具体策の中にも、消費者により活用されることを目指した内容を盛り込むとともに、伝え方に関しても、「環境情報提供の進化」として今後施策を進めていきます。

【国際化の推進について】

2. 国際化の推進について、エコマークがついた優れた商品を後押しするのは一定の役割があるが、相互認証は、幅広いなかから優先事項を明確にしていくことが望ましい。
アジア、日中韓など進めているが、今後の新たな実務支援を考える場合、これまでの既存の製品で考えるのではなく、今力を入れているサービス、シェアリングなど新たな展開も考えられる。

(対応方針案)

「国際化の推進」の中で、事業者ニーズを踏まえ相互認証を進めていくことや国際化戦略という形で今後体系的に検討を進めていく旨を盛り込みました。

【SDGs について】

3. SDGs について、企業で取組を進めようという段階で発展段階である。エコマークでどう取り組んでいくのかという課題はある。
エコマークが SDGs にどう貢献していくかを示すこと以外に、エコマークが企業の取組を手伝うようなことも考えられる。エコマークという第三者認証ラベルを使って、企業のブランディングに活用されるようなことも考えられる。

(対応方針案)

ステップ③の草案において、先ずエコマークの事業領域と SDGs との関係を整理しました。今後、貢献の可視化などの検討を進めていくとともに、より発展的な活用を目指していきたい考えです。

12/18 企画戦略委員会における御意見・御提案内容と対応内容

【全体について】

1. エコマークは事業者と消費者をつなぐ環境コミュニケーションツールなので、消費者にとってのわかりやすさやニーズを捉えることは大事だと考えるが、少し消費者に寄り過ぎていないか。本来はエコマークの使用者である事業者にとっても分かりやすく、実態に則し、扱い易いものという視点も取り入れていくべきで、事業者に公平で信頼性のあるエコマークを目指すべきである。全体的に事業者との関係性等の記載をもっと明確にすべきである。

(対応方針案)

御指摘を踏まえ、「Ⅰ. 第4期中期活動計画のテーマ」および「Ⅱ. 第4期中期活動計画における施策“5つの柱”および取組方針」の章に事業者との関係性についても追記しました。

2. 事務局の説明では、柱ごとの適切な数値設定は困難ということであったが、事業の推進をはかるツールとしては有効で、エコマーク使用契約者数などの視点を持つことは重要だと考える。例えば、取得している事業者数が増えた方がよいのかなどの方向性は事務局として持つべきだと考える。取得する事業者が増えてはじめて消費者が商品選択に活用できる状況となる。

(対応方針案)

エコマークに参加する事業者が増加する方向は、環境負荷低減の推進および持続可能な社会の実現を目指す事業者を増加することにも結びつくため望ましいですが、一方でエコマークとして社会への役割を果たすために、適切な基準レベルの維持（基準の見直し等）を行うため、使用契約者数は時期により増減します。従いまして、中期活動計画の目標として、新規の使用契約者数の数値を設定しました。

3. 5つの柱の中でも優先順位があるのではないかと。すべての内容はできないので、選択と集中の上、重点化して注力する必要がある。

中期活動計画におけるステークホルダーは誰を指しているのか。ステークホルダーの整理をしてもよいのではないかと。

(対応方針案)

御指摘を踏まえ、「Ⅰ. 第4期中期活動計画のテーマ」の章に追記し、また、柱ごとの詳細の取組内容の説明を＜具体策＞から＜年度ごとの事業計画で検討すべき内容＞に改め、事業計画の中で優先順位等を勘案して進めることが分かるようにしました。

【柱 1. 社会を誘導する商品類型化について】

4. 今までは店頭でのコミュニケーション中心であったが、IoT、シェアリングエコノミーなどのサービス、ネット環境下の物流などを踏まえ、今後のエコマークの基準やコミュニケーションを考えていかないといけない。第4期の中でも大きな柱となると考えられ、もう少し強調したほうがよい。事業者の実態にも則して、事業者や社会、モノからサービスへのビジネスモデルへの変化などをもう少し丁寧に記載すべきである。

(対応方針案)

御指摘を踏まえ、「I. 第4期中期活動計画のテーマ」の章に追記しました。

【柱 2. 信頼性の堅持について】

5. 信頼性の堅持には情報公開がしっかりなされていることが重要であり、信頼できる認証制度は、サーベランスの結果などの情報公開をしっかり実施している。
消費者視点もちろん重要だが、事業者のこともきちんと記載し、普及啓発を進めていかないとエコマークは広がっていかない。

(対応方針案)

御指摘を踏まえ、事業者の企業価値の引き上げなどに資することを追記しました。
なお、サーベランスの結果の概要は、現在も Web サイトを通じて情報公開をしていますが、今後、他機関を参考に更なる改良を検討していきたい考えです。

【柱 3. 国際化の推進について】

6. 海外の事業者が日本のエコマークの認定基準に適合し、日本のエコマークを取得して海外で展開するようなことも考えられるのではないかと。
海外ラベルの相互認証について、例えば、東南アジアでエコマークの認定基準がどこまで活用されるかなどを整理した上で検討を進めるようにしたほうがよい。

(対応方針案)

中期活動計画を基に、今後の事業計画の推進において検討していきたい考えです。

【柱 4. 消費者視点でのコミュニケーションの強化について】

7. 例えばトクホ(特定保健用食品)はマークがついているだけで、消費者は信頼している。
どうしてこれが良いのかを分かりやすく説明できているからだと思う。エコマークも同様に、ライフステージ全体を考慮して基準を考えているなど、消費者教育の中でどう

して環境によいのかをセットで考えてもらうツールとらないといけない。マークだけではだめである。

(対応方針案)

中期活動計画を基に、今後の事業計画の推進において検討していきたい考えです。

8. 2015 年度に 2014 年のエコマーク商品の環境負荷低減効果の調査を実施したということだが、CO₂にフォーカスしたものであるため、資源そのものを扱う指標があつてよいのではないか。フル LCA により資源でどれくらいの効果があるのかを数値化できればよく、リサイクル材を使用すると CO₂排出量がいくら減少したかでは効果は少なくなる。

(対応方針案)

CO₂削減量以外にも資源効率性なども検討を進めることを追記しました。

【柱 5. 持続可能な社会の構築に向けた多様な取組との連携について】

9. 「4. 消費者視点でのコミュニケーションの強化」の中でもいろいろ記載されていると思うが、想定される団体等をもっと記載してはどうか。

(対応方針案)

中期活動計画を基に、今後の事業計画の推進において、他団体との連携を適切に進めていきたい考えです。

【進捗管理について】

10. 進捗管理の中で、中間年度に中期活動計画全体を見直すということか。ウェブショッピングなどは 5 年先にどうなっているかは分からない。中古品を Web で購入することが広がるなど、予想もつかない時代なので、社会の流れに合わせて計画も検討すべきだと考える。

(対応方針案)

中期活動計画を基に年度ごとの事業計画を進めていく中で、社会の変化に機敏に対応していくことを「I. 第 4 期中期活動計画のテーマ」の章に追記しました。