



2030年に向けた中長期事業戦略について (案)

2023年xx月xx日

公益財団法人日本環境協会
エコマーク事務局

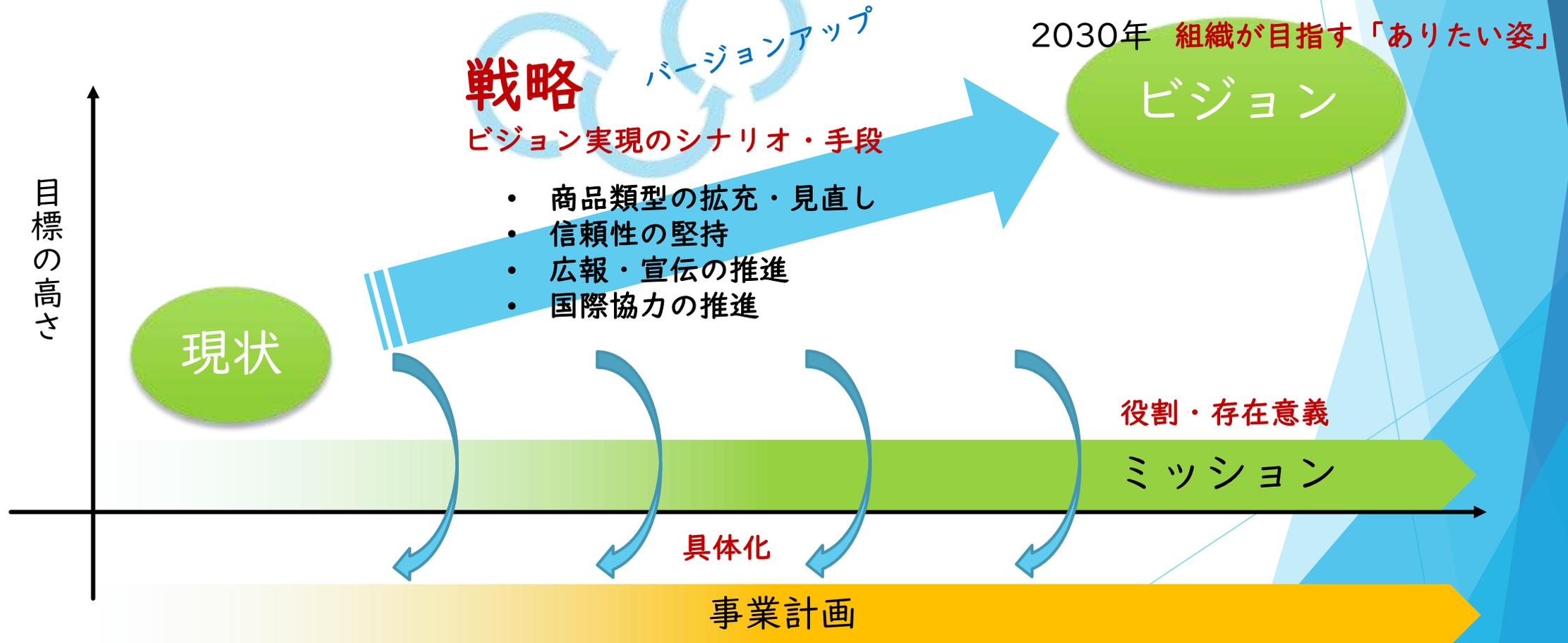


世の中の不確実性の高まりや急速な社会変化が起こっている現状を踏まえ、従来型の積み上げ型による計画ではなく、バックキャスト思考で将来のエコマーク事務局のありたい姿を見定め、**2030年に向けた中長期事業戦略の策定と理念体系の再整理**を行った。

2030年に向けた中長期事業戦略の位置づけ



本戦略は2030年の「**ありたい姿**」を実現するために、どのように行動していけばよいかを示す**シナリオ**や**手段**である。本戦略に基づき、各年度の事業計画において**具体的な行動計画**を立案・実行していく。





エコマーク基準と認証活動を通じて

企業の環境活動を加速させることによって、

持続可能な社会の実現に向けた

消費者の行動変容を促す

エコマーク事務局が直接消費者に働きかけるリソースには限界がある。
企業の取り組みを後押しすることで、結果としてより多くの消費者の環境意識の向上を達成することができる。



2030年は、価格・品質・機能+エコの観点で選ばれる社会

気候変動対策と資源循環のニーズに応える価値提供が望まれる

**「より多くの人に選ばれ、
活用されるエコマーク」**

より多く人に選ばれる…購買場面における消費者の選択条件として、またサステナビリティの推進を図る事業者視点でも、広くエコマークが認識される
活用される…透明で公平な審査のもとで評価された環境価値・情報が、あらゆるタッチポイントでわかりやすく伝わり、利用される



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です

17の目標と169のターゲット

- ✓ 目標 12 「つくる責任 つかう責任（持続可能な生産消費形態を確保する）」
- ✓ 目標 13 「気候変動に具体的な対策を」

GHG削減

46%削減（2013年度比）

さらに、50%の高みに向け、挑戦を続けていく

プラスチック資源循環戦略

- ✓ ワンウェイプラスチックを累積25%排出抑制
- ✓ 容器包装の6割をリサイクル・リユース
- ✓ 使用済プラスチックを100%有効利用
- ✓ 再生利用を倍増、バイオマスプラスチックを約200万トン導入

資源循環



多様化・複雑化する社会ニーズの変化を的確に捉え、
3つの基本戦略でビジョンの実現を目指す。

商品類型戦略

- ① 社会変化に即応する商品類型の開発
- ② プラスチック関連基準及び認証の拡大・深化
- ③ グリーン購入法におけるエコマーク活用の推進

ブランド戦略

- ① エコマーク＝“ライフサイクル”環境ラベルの周知
- ② CO₂情報を付加し、気候変動対策への貢献を訴求
- ③ 施設型サービスにおいても環境ラベルのNo.1ブランドへ
- ④ “国内で最も信頼できる認証機関”のステータスを確立
- ⑤ 国際協力と相互認証の推進

DX戦略

- ① 電子申請の実装による利便性向上と効率化
- ② オンラインを駆使したコミュニケーション強化



新たな生活様式、消費行動にフォーカスした分野の商品類型化と既存商品類型の再編・細分化を進める。
また、GX実現に向けた新サービス、時流を捉えたテーマを検討していく。

- withコロナの生活様式、消費行動にフォーカスした商品類型化、再編・細分化
- GX実現に向けた土木・建築分野の対象拡大と基準の強化、製品×サービス×システムへの拡張、ICTソリューション、水素、蓄電池、カーボンリサイクル、製造工程のCNなど



資源循環戦略や脱プラの流れから、**バイオマスプラスチック／再生プラスチック**の市場拡大が継続と予想。
国の政策、社会課題の解決と市場拡大に寄与するため重点的に対応していく。

- バイオマスプラスチックと再生材料に係る基準の大幅拡充
- バイオマス由来のプラスチックにおけるマスバランス方針の導入
- ケミカルリサイクルの社会実装を進めるための商品類型化
- 再生材料等のトレーサビリティ認定など



グリーン購入法(G法)「判断の基準」におけるエコマーク活用の推進、およびエコマークで未整備のG法特定調達品目を商品類型化していく。

- G法「判断の基準」に「エコマーク認定基準を満たすこと」の導入が拡大されるように上位基準としての位置づけを強化
- エコマークで未整備のG法特定調達品目を商品類型化



原料の持続可能性や生物多様性など、社会を取り巻く環境課題は複雑化。単一側面の評価だけではグリーンウォッシュを招くおそれもある。エコマークが、**ライフサイクルを考慮**した「環境」の基準に照らして製品・サービスを認証する制度であることが広く社会に認知され、消費者が安心して選択できるようにする。

- 「ライフサイクルを考慮した」という特徴の訴求、差別化
- 認定企業やマスメディア、自治体、団体と連携・協働
- 情報発信の強化（業界フェアへの出展・セミナー開催等）



商品のライフサイクルにおけるCO₂排出量、および
エコマーク商品の購入によるCO₂削減貢献量に関する
データを整備するとともに、JANコードとの紐づけに
よりECサイトでの活用を進める。

- エコマーク認定を通じたCO₂削減効果の見える化
- エコマーク商品情報データ（+JANコード）の整備と新たな活用方法の開発



日本のGDPの約7割を占めるサービス産業は事業者数も多く、グリーンな事業活動への転換が持続可能な経済成長に不可欠。消費者の行動変容にもインパクト大。

「小売店舗」「ホテル旅館」等の施設型サービスは、エコマーク認定施設数も近年急速に伸長。この分野を製品認証と並ぶ、エコマークのもう一つの柱 = **エコマークの象徴**へと育てる。

- 既認定企業のフォローアップ
- 認定企業が継続的にレベルアップするような仕組み、認証方法の改良



認定基準を策定するプロセスの**透明性を確保するとともに、客観的で公平な認定審査を追求し、認証機関としての信頼性を高める。**

- 世界エコラベリング・ネットワーク (GEN) による監査システム
GENICESの認証～ISO 14024に則った基準策定、組織体制の評価
- ISO/IEC 17065 「適合性評価-製品、プロセス及びサービスの認証を行う機関に対する要求事項」の認定・維持
- 原材料のトレーサビリティ認証の開発、実施



今後の日本との経済連携が重要視されている地域と相互認証を進めることにより、**エコマークのプレゼンス**をさらに向上させる。

- EUとの相互認証、またはEU GPP(グリーン公共調達)基準とエコマーク基準の共通化の推進
- ベトナム、インドネシア等の新興国への技術支援を強化、エコマーク基準との整合を働きかけ
- 代理認証、海外環境ラベル取得支援業務等の開発



政府が進めるデジタル改革、テレワークの普及等による社会全体のデジタル化に対応するため、**電子申請**を実装するためのシステム開発を急ピッチで進める。

- ウェブ上での手続き（新規申込、各種変更届など）実現
- 認定企業担当者の「マイページ機能」追加
- セキュリティ対策の強化



認定企業担当者との接点を増やし、**コミュニケーション**
／ネットワークを強化するための仕組みを構築していく。

- オンライン相談の拡充による取得促進
- オンラインセミナーの開催による広報・宣伝、認知度向上
- SNS等のオンラインツールを活用した双方向コミュニケーションの実現

本戦略の進捗、実績をはかる方法として、次の指標について今後の見通しを予測する。

認定企業数

認定企業の純増数

商品類型戦略による拡充と新規の掘り起こし、ブランド戦略による新たな価値創出による申込増、解約抑止の効果などが測られる。

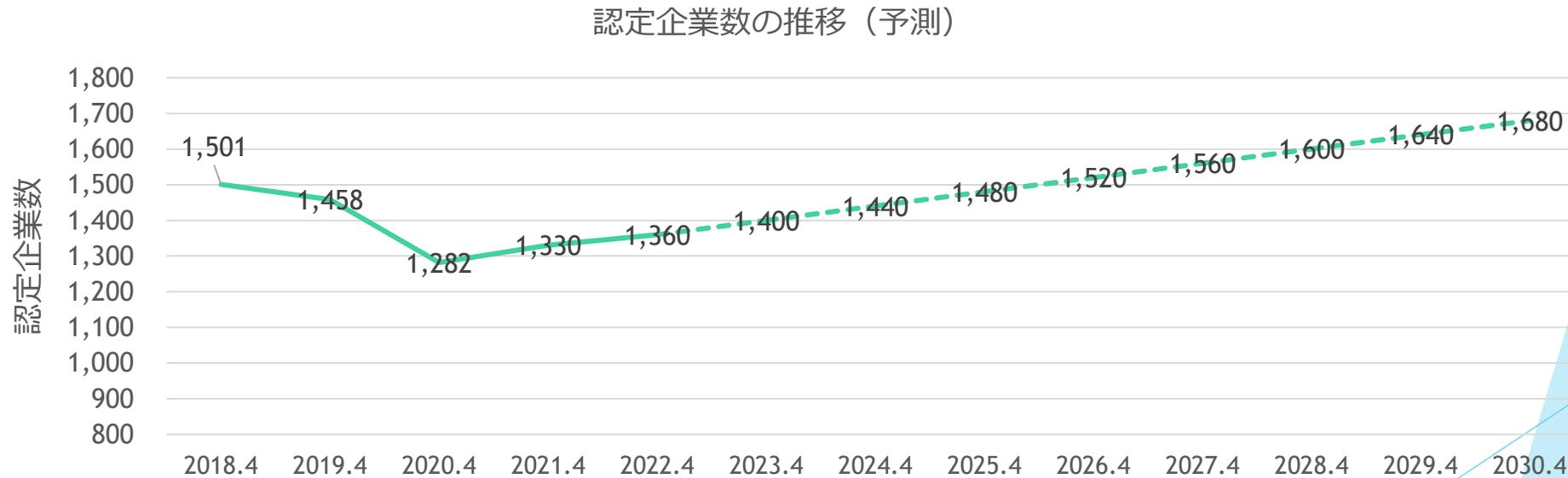
サービス系
ライセンス数

ライセンス数（≡屋号、ブランドの数）

サービス類型の拡大が測られる。



近年の脱炭素の大きな潮流を背景に、下がり続けてきたトレンドが反転し、2030年頃には**過去のピーク水準に回復**すると予測する。



※2022年4月時点のデータをもとに予測した結果

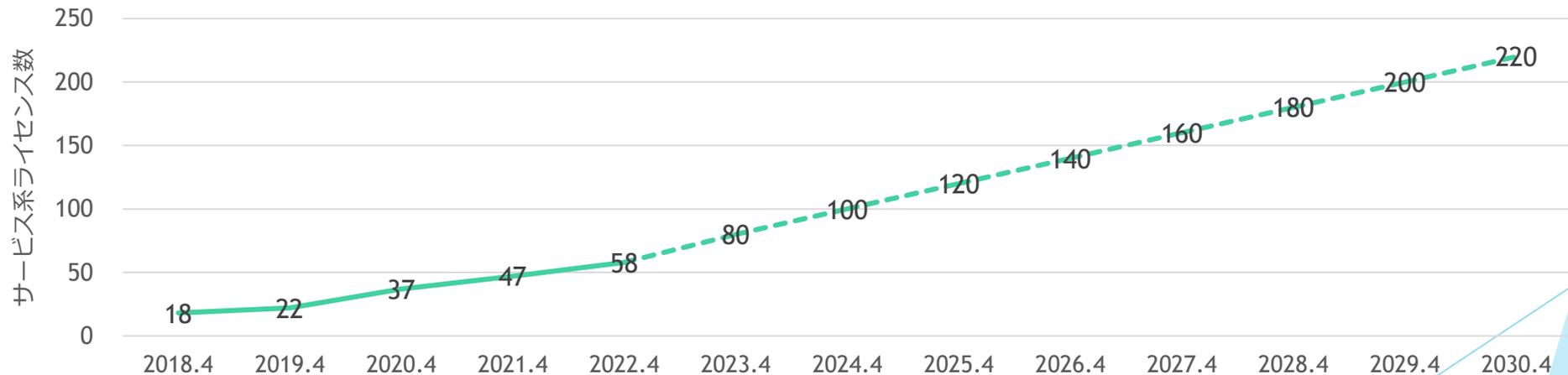
※増加傾向に反転して以降の2020.4～2022.4までの平均増加率1.030が直線的な傾向で続くと仮定して予測



サービス系認定ライセンス数の予測

企業の環境への取り組み姿勢の変化、及び前期中期活動計画の施策が奏功し、ここ数年のライセンス数は大きく伸長している。この流れを加速させ、2030年には**200ライセンスを超す一大商品類型(群)**への成長を見込む。

サービス系ライセンス数の推移（予測）



※2022年4月時点のデータをもとに予測した結果

※2018.4～2022.4までの平均増加率1.340が直線的な傾向で続くと仮定して予測

次の観点から都度状況判断し、必要に応じて素早く、柔軟に戦略をバージョンアップさせていく。



- 社会情勢の変化・新たなニーズ
- 国等による新たな政策、法整備
- 事業の見通しに対する進捗状況