

エコマーク運営委員会（第 50 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：2023 年 3 月 17 日(金) 13:00-14:55

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[委任状出席]）  
○梅田 靖 （東京大学大学院）  
大下 英治 （東京商工会議所）  
大沼 章浩 （(一社)全日本文具協会）  
加藤 敦史 （神奈川県[代理出席]）  
鎌田 環 （(独)国民生活センター[委任状出席]）  
川江 心一 （(公財)世界自然保護基金ジャパン）  
木村 司 （(一社)電子情報技術産業協会[委任状出席]）  
齋藤 潔 （(一社)日本電機工業会）  
鈴木 人司 （日本労働組合総連合会）  
田中 太郎 （(株)日経 B P）  
田中 博敏 （(一社)ビジネス機械・情報システム産業協会  
[委任状出席]）  
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 [委任状出席]）  
貫名 英一 （(一社)日本オフィス家具協会）  
長谷川 雅巳 （(一社)日本経済団体連合会[委任状出席]）  
波戸本 尚 （環境省[委任状出席]）  
藤井 実 （(国研)国立環境研究所）  
柳 憲一郎 （明治大学）  
山内 明子 （コープみらい・コープデリ生活協同組合連合会）  
(以上 20 名、50 音順、敬称略、○：委員長)

欠席委員：

伊坪 徳宏 （東京都市大学）  
増田 充男 （日本チェーンストア協会）  
(以上 2 名、50 音順、敬称略)

事務局：新美、小澤、山縣、藤崎、大澤、漣、菅原、本間、佐野

- 議 題： 1. 2022 年度エコマーク事業報告について  
2. 2023 年度エコマーク事業計画及び予算（案）について  
3. 2030 年に向けた中長期戦略（案）について  
4. 「エコマーク事業実施要領」および「エコマーク事業に関する事業実施要領、ガイドラインおよび規程集」の一部改定について  
5. その他

配布資料一覧：

- 2022・2023 年度エコマーク運営委員会委員名簿  
運営委 50-1 2022 年度エコマーク事業報告  
運営委 50-2 2023 年度エコマーク事業計画・予算（案）  
運営委 50-3 2030 年に向けた中長期事業戦略について（案）  
運営委 50-4 「エコマーク商品類型・認定基準の制改定等に関する諸ガイドライン」の一部改定について（認定申請で受け入れる試験結果の要件に係る改定）

#### 1. 2022 年度エコマーク事業報告について

○資料「運営委 50-1」に基づき、事務局より 2022 年度エコマーク事業について報告された。

○事務局説明後の主な質疑応答は以下のとおり。

- ・資料説明にあった自動車販売関連企業（商品類型 No. 501「小売店舗」で新規認定）は、どのようなモチベーションでエコマーク認定に取り組んだのか。

事務局) 日本国内の各地域店舗において環境対応を推進するための全社的なメルクマールとしてエコマーク認定を活用いただいたものと思う。今回の認定にあたり、店舗での認定証掲示、名刺へのエコマーク表示、その他プロモーションでエコマーク認定を PR されると聞いている。

- ・チェーン店のエコマーク認定・使用申込については、店舗によって様々な条件が異なるため、認定基準に照らしてひとつひとつスクリーニングをしていかなければならず手間がかかり、普及の反面、時間と労力がかかるということであれば、さらに事務局の層を厚くし、審査業務を十分に手当てする必要がある。

また、信頼性確保は重要であり、不正使用の対応に関する報告があったが、振り返る

と無断使用が1件の年もあれば、5,6件の年もありコンスタントに不正使用が生じている。不正使用は能動的に確認しなければ見つからず、対応においても1件あたりに割く手間は相当程度あると考えられる。不正を跋扈させないための対応はかなりの手間であるが、普及において必要な事項であり、絶やさず対応頂きたい。不正使用について、どのような商品類型で多いのか、認定商品において非認定の型式にまでエコマークを表示してしまったということなのか、まったく認定を受けていない者がエコマークを付けてしまっていたのかをお聞きしたい。後者であれば、情報のないところから不正使用を見つけ出していく作業となり、非常に大変な作業であったと思われる。

事務局)不正使用に関して、本年度は、認定商品を製造・販売する企業において無断使用などが見つかった事案が多かった。発見経緯としては、事務局による発見と企業の自己申告のケースが多く、後者では、社内のコンプライアンスチェック時にエラーを発見したことが多く報告されている。いずれの事案も是正に誠実に対処頂いていると捉えている。不正使用においては、ヒューマンエラーによる事案もありゼロに抑えることは難しいものの、エコマークの使用契約を結んでいない者が無断使用をする類の事案は相当程度減っている。エコマークが登録商標であることなどを周知し、引き続き予防に努めていきたい。

要員体制の問題については指摘と同様の問題意識を持っており、認証や不正対応はシステムで対応できる事項ではなく人的資源を投入して対応せざるを得ない。昨年度から本年度にかけて、7年ぶりに新職員3名を採用した(その間、1名減員があったため実質的には2名増員)。新職員の育成を踏まえて、審査などの業務の充実を図るとともに、不正対応についても一層の対応を進めたい。

- ・CO<sub>2</sub>の排出削減効果の見える化については、今後、社会全体でCO<sub>2</sub>の排出削減を進めて2050年カーボンニュートラルの方向へ向かって取組を進めていく過渡期において、同じ製品であってもCO<sub>2</sub>排出削減の効果が変わり、評価が段々と難しくなる可能性がある。使えるエネルギー源、材料が多様化し、選択肢が増えてきている中で、何を基準にするかによっても結果が変わってくる。再生可能エネルギーであっても、多くの土地を必要とし、結果的に自然破壊に繋がることから、CO<sub>2</sub>排出削減効果よりも省エネルギー・省資源があらためて重要になると考えられ、取組の進展に応じて、効果の評価基準が変わっていかねばいけない。現在はまだその段階ではないと思われるが、日々意識しながら、認定基準の改定などを考えて頂きたい。

事務局)ご意見を踏まえて、CO<sub>2</sub>だけではなく認定基準の策定を進めていきたい。

- ・今年度、合成燃料の新たな認定基準を制定した件について、合成燃料のうち、作物由来のバイオディーゼルに関しては、先に策定されたバイオマスプラスチックの認定基準と同様にRSB(Round Table for Sustainable Biomass)などの先進的な認証制度を参考にすべきと考えるが、どのような認定基準としているのか教えて頂きたい。

事務局)合成燃料についてはバイオマスプラスチック同様、持続可能性の観点に関して

発生源などを含めた確認を行っている。チェックリスト方式で土地改変などを網羅的に確認している。

## 2. 2023年度エコマーク事業計画及び予算（案）について

○資料「運営委 50-2」に基づき、2022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。

○事務局説明後の主な質疑応答は以下のとおり。

- ・赤字予算であるが、年度末には黒字になるということか。

事務局) 昨年度は大幅なマイナス予算であったが、計画に比して増収となったため最終黒字となった。今年度は事業を順調に進められれば約800万円の最終赤字と計画している。赤字部分は協会全体の収支に組み込まれることとなる。

- ・オンライン申請が簡便になれば、中小の事業者にとっても利便性が高まる。中小企業も環境への取組を大切なアピールポイントにしたいという考えが相当程度高まってきている。今後、中小企業の利用拡大に向けて考えているところはあるか。

事務局) エコマークの認定企業は約7割が中小企業であるため、日頃から中小企業に向けた事業展開を行っている。例えば、電子申請によって、関係書類の作成に係る手間を大幅に軽減でき、通知をメールとすることなどで業務効率の向上が期待できる。すでに、メールによって認定決定後すぐに認定証が届く通知方法への変更を実装しており、非常に好評を得ている。さらに、ウェブ上で必要事項を入力すれば申請書類を整えられる仕組みを構築中であるので、中小企業をはじめ、エコマーク認定に関わる企業などに大きなメリットがあるものと見込んでいる。

- ・オンラインですべて完結できるのはいつ頃の見通しか。

事務局) 今年度中に大枠ができあがる予定である。現時点では、細部の実行テストが残っている程度で、新年度早々に申込頻度の高い事業者に試行して頂き、不具合などを修正して本格稼働に入る計画である。

- ・リリースの際に、各地の商工会議所と連携して中小企業へのPRのお手伝いをさせて頂きたい。

事務局) ぜひ協力をお願いしたい。

- ・資料3ページのCO2削減効果の見える化について、CO2排出量の算出と記載しているが、これはCFPのISOに準拠した算出方法で求めることを想定しているのか。それとも事務局による簡易的な算出方法などを考えているのか、確認したい。

事務局) どのISOやガイドラインに準拠するかは、まだ決まっているものではない。この1年間でCFPの普及、社会の関心が高まってきている。現在の構想では、事務局による算出はハードルが高く、CO2排出量については各企業からの任意提供データを用いて、事務局にてECサイトなどに連結する方向があり得ると考えている。事務局が

簡易な方法でCO2削減貢献量を算定することはできるが、全商品の計算をすることは現実的でないため、例えば文具のマーキングペンという品目を採り上げ、マーキングペンの認定製品全体の平均値としてCO2削減貢献量を示し、消費者も含めて参考として活用頂く方法などがあり得ると考えている。

- ・文具業界では、商品ごとのCO2排出量を流通業界から求められており、算出の方向性を考えているところである。民間企業では三井物産のLCA Plus やアスゼロなど様々な算定ツールが出てきているが、算定結果等を検証できておらず、計算方法によって誤差が出ると予測している。エコマーク事務局でCO2削減貢献量の算定を行うのであれば、その算定方法を参考とし、文具業界の算定方法を構築したい。

事務局) 計算方法を含め、外部シンクタンクの協力も得ながら検討したい。今後、文具業界へも相談に伺いたい。

- ・グリーン購入法との関連においてエコマーク認定基準が活用される場面が増えてきたという説明があった。令和5年度でみると22分野287項目の一部であるが、分野が今後さらに拡大する可能性もあり、事業者の選択性を向上させることは大きな利点であるため、引き続き積極的な働きかけをお願いしたい。

事務局) 環境省のグリーン購入法ブロック説明会が今年は現地開催も再開されたため、全会場で直接訪問によるエコマークのプロモーションを行っている。併せて、自治体との意見交換において、エコマークを活用するための課題などが明らかになってきており、今後のプロモーションに活かしていきたい。

### 3. 2030年に向けた中長期戦略(案)について

○資料「運営委50-3」に基づき、2030年に向けた中長期戦略(案)について説明された。

○事務局説明後の主な質疑応答は以下のとおり。

- ・説明資料は公開するものか。

事務局) 資料は各委員会で承認後に公表する予定である。

- ・6ページに記載の目標12「つくる責任つかう責任」は、プラスチック資源循環戦略だけに当てはめるのではなく、狭義に解釈していると感じられてしまう。含めることは差し支えないが、本来はより広い範囲に係る事項である。

事務局) ご指摘のとおりであり、中長期戦略において特に注力すべきこととしてプラスチック資源循環戦略を挙げたが、表現が誤解を招くため修正する。

- ・ライフサイクルを考慮した環境ラベルであることは重要な要素である。諸事を記載することで、重要な要素がわかりにくくなってしまうこともある。
- ・過去のピーク水準に回復するという予測について、企業にとっては、エコマークを付けた効果がなければ継続的に認定を取らないため、効果を出すことが、今後さらに重要になっていく。そのためには、消費者に十分にPRすることが大切である。自動車

販売関連企業の例では、消費者から見たときに、施設（サービス）に付いているのか、自動車に付いているのかがわかりにくい。十分な説明のできる体制にすることは、ピーク水準に進めていくための考え方である。

事務局) エコマークを取得するメリットは問われ続けてきたところであり、ご意見のとおり、エコマークを付けるメリットを確認できる仕組みや、エコマーク認定商品を選ぶ動機付けに繋がる説明を確実に進めていかなければならない。エコマークを取得するとCO2情報などの世の中で求められている情報開示に繋がる、最も認知度の高いマークである、使い勝手が良いなどの取組を進め、環境に配慮した製品普及の動きに繋がっていききたい。

- ・人々からの見え方が重要であり、鉛筆、消しゴムなどに付いているエコマークと施設（サービス）に付いているエコマークが、同じエコマークであることに疑問を持たれないようにすることも大事である。
- ・2030年にCO2排出量を46%削減としているが、エコマーク製品は少なくとも平均的な製品より環境性能の高い物であることから、さらに率先して高いレベルを目指していくことを目標にするべきであり、社会が掲げる将来の姿を目指していることでよいのか疑問に思った。これ自体が大変な目標であるが、さらに上を目指す意識があってもよいのではないか。

事務局) エコマークは、商品類型によっても異なるが、概ね市場の上位2~3割を目指すこととしており、ご意見のとおり、社会の目標プラスアルファを目指していかなければならない。

- ・方向については賛同する。「より多くの人に選ばれ、活用されるエコマーク」と言葉化したことは、わかりやすく良いメッセージである。消費者と日頃触れている中で、エコマークをどのように感じているのか情報提供をしたい。トイレットペーパー・ティッシュペーパーなどについては、エコマークの有無に関して、明確にエコマーク認定商品を好んで買う方がいて、増えてきたと感じている。ホテルなどは、消費者が求める好み、機能があり、それらが優先的な選択根拠となっているものと思われる。ペットボトルを再生利用して包材に使用したレトルトカレーなどでエコマーク認証を得ており、消費者に情報を示すと高い評価を得られる。カレーを選ぶ基準ではないが、選んだ結果、包材が環境に配慮していることについて「支持する」と表明する方は多い。最終的に、圧倒的多数の商品にエコマークが付き、エコマーク認定がなくなって持続可能な配慮が普通のことになっている社会を目指していると思うが、途中のプロセスにおいて、エコマークを通じて消費者に方向を示すことはとても重要である。引き続きこの取り組みを強化し、かつ消費者にうまく伝えていくことが必要である。

事務局) 商品を購入した結果、すべての商品にエコマークが付いているということが将来の目標ではあるが、過渡期として、エコマークが付いているものは環境に配慮した商品であるという目印であり、非認定品との差別化になるという役割を担っている。

また、2030年、2050年に向けて徐々に世の中の環境意識、レベル、環境配慮設計の質が上がることと合わせて、エコマークを付ける意義についても運用しながら考えていかなければならない。

- ・エコマークは資源循環のイメージがあるが、気候変動対策のイメージが薄い。気候変動対策のイメージも十分に浸透させ、認定数を増やしていく考えであれば、ブランドの変化を事業者・消費者にさらに積極的にアピールしていかなければならない。
- ・計画などを公表する際、タイトルや見出しがないものをよく見かける。2030年に向けての中期計画であれば、2030年に向けて進んで行く目標を「気候変動に役立つエコマークになります」、「環境情報開示の強力な第一歩になります」など、この計画が示していることをひとりで表すものを明示できるとよい。

事務局) エコマークのイメージという点について、様々なアンケート結果では、委員のご意見のとおり、再生材を使っている商品だという印象が大きい。今回の戦略でC02の観点を組み込んだことは世の中の流れとして避けて通れず、エコマークも取り組んでいかなければならない事項であるため、ご意見を踏まえ、気候変動に役立つというメッセージをさらに発信していきたい。

- ・本ビジョンについて賛成する。時代に即して、認定基準の定期的な見直しを進めてほしい。エコマーク認定・使用申込が上昇基調であり、一旦やめた企業が再度申請してくることもあると考えられ、特に再申請する企業から、認定基準が時代に合わせてバージョンアップされているという認識を持って頂ければ、価値が再認識される。施設型サービスについては、現段階ではエコマークがついていることを理由に選ぶ人は少ないと思うが、エコマーク認定とは知らずに利用しても、利用時にエコマークを見つけることで施設の評価・印象が向上し、次に利用を検討する際に、選択の候補順位が上がることに繋がっていくと考えられる。即効性はないが、消費者が徐々に認識し利用に繋がる効果があると思われるので、息長く取組を進めて頂きたい。
- ・ご意見をもとに戦略をブラッシュアップし公開を進めて頂きたい。

#### 4. 「エコマーク事業実施要領」および「エコマーク事業に関する事業実施要領、ガイドラインおよび規程集」の一部改定について

○資料「運営委 50-4」に基づき、「エコマーク事業実施要領」および「エコマーク事業に関する事業実施要領、ガイドラインおよび規程集」の一部改定について説明され、承認された。

○事務局説明後の主な質疑応答は以下のとおり。

- ・申請者が申請する時ではなく、認定基準を策定する時点、バージョンアップする時点で本ルールに基づいて、認定基準を策定するということか。

事務局) 理解の通りである。ISO 17025 認定試験所は土木建築、鉄鋼製品、化学品分野

に一定程度の認定施設があるものの、エコマークの求める環境性能に関する試験所は少ないため全商品類型に一律に適用することはできない。

- ・ ISO17065 のルールに従って明文化する意図であり、対応可能な試験機関が普及してくれば、実態に合わせていくということか。

事務局) 可能な限り世界標準である ISO17025 に適合する試験所を活用していく方針を確認しておきたいということである。

## 5. その他

○次回日程について、9月頃を目処に調整する。

以上