企業活動における
エコマーク認定取得の効果

―第三者認定環境ラベルを通じたグリーン市場の開拓―

2015年4月

公益財団法人 日本環境協会

■はじめに■

国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（以下、グリーン購入法）や関連施策、産業界におけるサプライチェーンのグリーン化に向けた取り組みなどを背景に、環境に配慮した商品・サービスへのニーズが拡大する中で、ライフサイクル全体の環境への影響を第三者機関が評価し認定を行うエコマークの位置づけが高まってきています。

エコマークの認定取得は、商品やサービスの環境負荷低減を通じて持続可能な社会形成に寄与すると同時に、事業の拡充や新たな事業展開につながる側面を持っています。本資料では、環境配慮商品をめぐる法規制・施策や産業界の取り組みの中でエコマークがどのように位置づけられているか、そして、企業の製品戦略やマーケティング戦略においてエコマークがどのように活用され効果を生み出しているかについて、具体的な事例を踏まえ紹介いたします。

■目　　次■

Ⅰ．国、地方自治体の調達活動、関連施策におけるエコマーク……1
　1．グリーン購入法を背景とする環境配慮商品市場の拡大……1
　2．グリーン購入法に基づく国の施策……2
　3．国等の機関における環境物品等の調達方針……4
　4．地方自治体における環境物品等の調達方針……5
　5．環境配慮商品の普及に向けた地方自治体の諸制度……8
Ⅱ．企業の調達活動、販売活動におけるエコマーク……10
　1．グリーン購入に関する方針・ガイドライン……10
　2．流通事業者の取り組み……11
　3．製品の環境配慮に関する諸制度……13
Ⅲ．一般消費者の購入行動におけるエコマーク……14
　1．環境配慮商品に関する一般消費者の意識・行動……14
　2．一般消費者のエコマークの認知度……15
　3．環境に配慮した購買行動促進に向けた地方自治体の施策……15
　4．環境教育を通じた若年層の認知度向上……16
Ⅳ．エコマーク認定取得による事業の展開・拡充……17
　1．事業活動におけるエコマーク認定取得の効果……17
　2．国際的な事業活動におけるエコマークの活用……21
環境に配慮した商品・サービスの市場拡大に向けて……23

Ⅰ．国、地方自治体の調達活動、関連施策におけるエコマーク

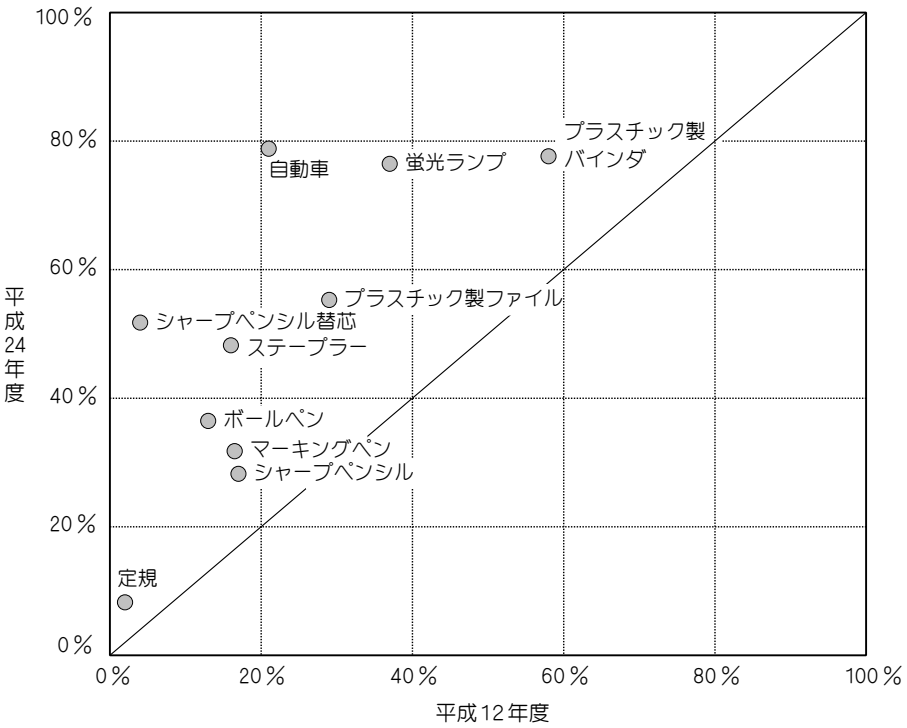
1. グリーン購入法を背景とする環境配慮商品市場の拡大

2001年４月に全面施行されたグリーン購入法では、国等の機関（各省庁、独立行政法人等）に対して、環境物品等（環境負荷低減に資する商品・サービス）の調達方針の策定、方針に基づく調達、調達実績の公表を行うことを義務づけています。また、地方自治体や地方独立行政法人に関しても、調達方針に基づく調達の実施が努力義務となっています。

グリーン購入法に基づき2015年２月に閣議決定（変更）された「環境物品等の調達の推進に関する基本方針」（以下、基本方針）では、重点的に調達を行う環境物品等の種類（特定調達品目）として21分野270品目が規定され、それぞれの品目について判断の基準が示されています。

法の施行を受け、各省庁をはじめとする行政機関において、環境に配慮した商品・サービスの調達が着実に拡大しています。2012年度の国等の機関におけるグリーン購入実績では、公共工事分野の品目を除く194品目中187品目で、特定調達品目の判断の基準に適合する物品等（特定調達物品等）が95％以上の割合で調達されています。また、グリーン購入法の施行以降、多くの商品分野において特定調達物品等の市場占有率が上昇する傾向が見られます。

グリーン購入法施行前後における特定調達物品等の市場占有率の推移（平成12年度、平成24年度の比較）



（出所：環境省「平成24年度国等の機関によるグリーン購入の実績及びその環境負荷低減効果」）

グリーン購入法の基本方針、関連のガイドライン等では、方針や基準の検討、商品の選択等にあたってエコマークを重視する旨の記述が行われています。また、同法に基づき省庁をはじめとする国等の機関、地方自治体が策定する調達方針においても、エコマークに関する内容が盛り込まれるケースが多く見られます。さらに、環境配慮商品の普及に向け地方自治体が実施する認定制度等の施策では、認定要件においてエコマーク認定基準やエコマーク認定商品の販売が重視されています。

2. グリーン購入法に基づく国の施策

(1) グリーン購入法の基本方針

グリーン購入法に基づき国が定める基本方針では、環境物品等の調達の推進に関する重要事項の中の「環境物品等に関する情報の活用と提供」において、第三者機関による環境ラベルの情報を十分に活用することを求めており、環境ラベルの具体例の中にエコマークが挙げられています。

グリーン購入法「環境物品等の調達の推進に関する基本方針」(平成27年2月)

3. その他環境物品等の調達の推進に関する重要事項
(6) 環境物品等に関する情報の活用と提供
環境物品等に関する情報については、各種環境ラベルや製品の環境情報をまとめたデータベースなど、既に多様なものが提供されている。このため、各機関は、提供情報の信頼性や手続の透明性など当該情報の適切性に留意しつつ、エコマークや、エコリーフなどの第三者機関による環境ラベルの情報の十分な活用を図るとともに、温室効果ガス削減のための新たな取組であるカーボン・オフセット認証ラベル、カーボンフットプリントマークを参考とするなど、できる限り環境負荷の低減に資する物品等の調達に努めることとする。

(2) グリーン購入の調達者の手引き

グリーン購入法の施行以降、基本方針に定める特定調達品目の対象分野・品目数は着実に増加しています(2015年度:21分野270品目)。こうしたことから、調達者が判断の基準等を踏まえ環境に配慮した商品等を容易に調達できるようにすることを目的として、2012年度から毎年、環境省により「グリーン購入の調達者の手引き」が作成されています。本手引きは、主として国等の調達者を対象とするものですが、地方自治体や事業者によるグリーン購入の推進においても活用されることを意図しています。

「グリーン購入の調達者の手引き」(平成27年2月)では、公共工事を除く分野に関して判断の基準を体系的に整理し、既存の環境ラベル等を活用した確認方法を示しており、以下に示す16分野145品目について、エコマークが「参考となる環境ラベル」として位置づけられています。

「グリーン購入の調達者の手引き」（平成27年2月）においてエコマークが「参考となる環境ラベル」として位置づけられている分野（品目数）

紙類（7）、文具類（83）、オフィス家具等（10）、画像機器等（10）、電子計算機等（1）、オフィス機器等（2）、家電製品（1）、照明（1）、自動車等（1）、消火器（1）、制服・作業服（3）、インテリア・寝装寝具（10）、作業手袋（1）、その他繊維製品（7）、設備（3）、災害備蓄用品（4）

（3）特定調達物品等の表示の信頼性確保に関するガイドライン

グリーン購入法における特定調達品目の判断の基準に適合する物品等（特定調達物品等）を企業が製造・販売する際に、その旨の表示に関する信頼性を確保すること（適合の適切な担保と適正な環境表示）を目的として、環境省では「特定調達物品等の表示の信頼性確保に関するガイドライン」（平成26年３月版）を発行しています。

本ガイドラインでは、製造事業者等が判断の基準への適合に取り組む際の枠組み（確認、表示、再評価等）を規定していますが、エコマーク認定商品のように、判断の基準と同等以上の基準等に基づき第三者機関による認証を受けた物品についてはこの枠組みを適用せず、信頼性が確保されているものとみなすこととしています。

「特定調達物品等の表示の信頼性確保に関するガイドライン」（平成26年３月版）

2.1.3. 第三者機関による認証の取り扱い

特定調達品目の「判断の基準」と同等以上の基準等に基づき、製造事業者等とは関係のない第三者機関による認証を受けた物品等（エコマーク認定製品等）については、「判断の基準」への適合の信頼性は、当該第三者機関と製造事業者等の間で確保されているものとみなすことができるため、原則として、前項の規定を適用しないこととします。（以下略）

（4）プレミアム基準策定ガイドライン

環境に配慮した商品・サービスの調達にあたり、グリーン購入法に基づく特定調達品目の判断の基準に適合していることだけでなく、より高いレベルの基準の設定とこれに基づく調達活動の実施を促すことを目的として、環境省では2013年３月に「プレミアム基準策定ガイドライン」を策定しました。本ガイドラインは国等の機関を対象としていますが、地方自治体や事業者による調達活動においても活用され、より環境性能の高い商品等を購入する取り組みが広がっていくことを目指しています。

ガイドラインの中では、プレミアム基準の要件のひとつとして、「他の制度や環境ラベル等の基準において、より高い基準が設定されている場合は当該基準を準用すること（具体的にはエコマーク認定商品のうち上位互換のもの、多段階評価基準の上位等が該当）」という項目が設けられています。

また、プレミアム基準の具体的な設定方法としては、現行の判断基準の強化という観点から「上位互換である基準の活用（例えばエコマーク商品類型の認定基準等）」、第三者等が行う認証制度等の活

用という観点から「エコマーク等のタイプⅠ環境ラベルにより認定又は同等以上の物品等」を要件とすることなどが示されています。

さらに、プレミアム基準の設定例として、紙類（コピー用紙、印刷用紙、衛生用紙等）、文具類、オフィス家具、OA 機器（コピー機等、プリンタ等、電子計算機、プロジェクタ、カートリッジ等）、家電製品（電気冷蔵庫、テレビ、電気便座、電子レンジ）、照明（蛍光灯照明器具・ランプ、LED 照明器具・ランプ）、消火器、制服・作業服、インテリア・寝装寝具、その他繊維製品の基準において、エコマークに関する内容が盛り込まれています。

3. 国等の機関における環境物品等の調達方針

グリーン購入法では、国等の機関に、環境物品等の調達方針の策定とこれに基づく調達の実施を義務づけています。各省庁や独立行政法人等の調達方針においては、エコマーク等の情報を活用すること、エコマーク認定商品等の選択に努めることなど、調達にあたってエコマークを重視する内容が記述されている事例が見られます。

具体的には、環境省、総務省、文部科学省、防衛省、法務省、農林水産省、財務省、内閣府、厚生労働省、国土交通省、復興庁等の省庁、衆議院、参議院、最高裁判所などの調達方針にこうした事項が記載されています。また、多くの独立行政法人、国立大学などでも、調達方針にエコマークを重視する内容が含まれています。

総務省　平成 26 年度環境物品等の調達の推進を図るための方針

Ⅰ．特定調達物品等の平成 26 年度における調達の目標

（略）

Ⅱ．特定調達物品等以外の平成 26 年度に調達を推進する環境物品等及びその調達の目標

1. 腕章を調達する場合には、制服・作業服・帽子の調達目標に準じて調達する。
2. 上記のほか環境物品の選択に当たっては、適切な品目についてはエコマークの認定を受けている製品又はこれと同等のものを調達するよう努める。また、OA 機器、家電製品の調達に際しては、より消費電力が小さく、かつ再生材料を多く使用しているものを選択する。

Ⅲ．その他環境物品等の調達の推進に関する事項

1. 省内にグリーン調達のための推進本部を設ける（別紙）。
2. 本調達方針は、総務省の各部局及び機関を対象とする。
3. 調達の実績は、品目ごとに取りまとめ、公表する。
4. 物品等の調達に当たっては、調達量ができる限り少なくなるように努める。
5. 機器類等については、できる限り修理等を行い、長期間の使用に努める。
6. 調達する品目に応じて、エコマーク等の既存の情報を活用することにより、基本方針に定める判断の基準を満たすことにとどまらず、できる限り環境負荷の少ない物品の調達に努める。

（以下略）

国立大学法人名古屋大学　平成 26 年度環境物品等の調達の推進を図るための方針

Ⅰ　特定調達物品等の平成 26 年度における調達の目標

（略）

Ⅱ　特定調達物品等以外の平成 26 年度に調達を推進する環境物品等及びその調達の目標

物品の選択に当たっては、エコマークの認定を受けている製品またはこれと同等のものを調達するよう努める。OA 機器、家電製品については、より消費電力が小さく、かつ再生材料を多く使用しているものを選択する。

Ⅲ　その他環境物品等の調達の推進に関する事項

1. 本調達方針は全ての部局を対象とする。
2. 機器類等については、できる限り修理等を行い、長期間の使用に努める。
3. 調達する品目に応じて、エコマークや、エコリーフなどの第三者機関による環境ラベルの情報を十分に活用することにより、基本方針に定める判断の基準を満たすことにとどまらず、できる限り環境負荷の少ない物品の調達に努める。

（以下略）

独立行政法人国立がん研究センター　平成 25 年度環境物品等の調達実績の概要

1. 平成 25 年度の方針

当センターの環境物品等の調達の推進に関する方針に基づき調達している。

2. 特定調達品目の調達状況は別添のとおりである。

（略）

3. 環境物品等の調達に当たっての配慮

調達物品に応じて、エコマーク対象商品等の既存情報を活用し、判断基準を満たす物品の調達に努めている。また、材料に紙、木質が含まれる物品のうち、使用量の多いコピー用紙、印刷物に関して、原料となる原木の合法性が証明された物品等の調達を心がけ、コピー用紙、印刷物につき、合法性を確認ずみである。

4. 特定調達物品以外の環境物品等の調達状況

特定調達物品以外の物品の調達においても、エコマークの認定を受けている製品又は、同等品で環境に配慮された物品の調達に努めている。

5. 平成 25 年度の調達に関しては、概ね環境に配慮された調達が前年度と同様出来ている。今後も環境に配慮された調達の推進に努力していきたい。

4. 地方自治体における環境物品等の調達方針

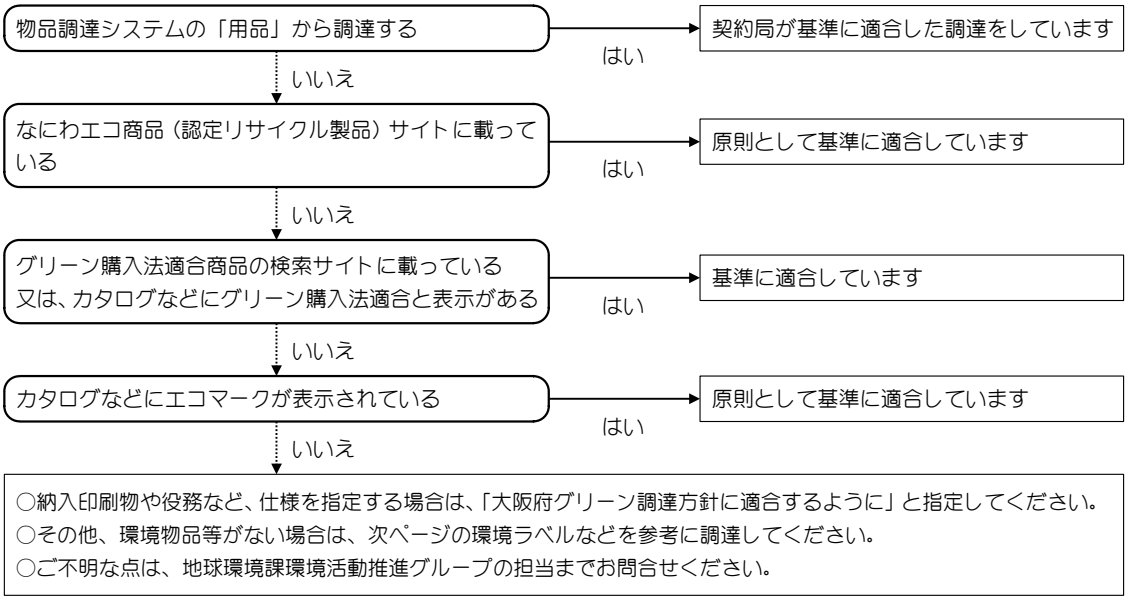
グリーン購入法では、地方自治体に対しても環境物品等の調達方針の策定に努めることを求めています。都道府県をはじめとする地方自治体が策定する方針やガイドライン等では、物品等の選定にあたってエコマークを重視するケースが多く見られます。

具体的には、エコマーク等の環境ラベル情報を活用する、エコマーク認定商品の調達を推奨する、エコマーク認定商品を適合物品とみなす、などの記述が行われています。福岡市のように、エコマーク認定をグリーン購入ガイドラインの基本的な基準としている事例もあります。

47都道府県の調達方針等において何らかのかたちでエコマークが位置づけられているケースは30以上にのぼっています。また、政令指定都市では20市中16市の方針等にエコマークに関する記述が見られます。このほか、地方自治体における入札要件の中にエコマーク認定が規定さている事例、助成金等の支給にあたって対象製品の要件にエコマーク認定が含まれている事例などもあります。

平成26年度 大阪府グリーン調達方針

5 物品等の選択の方法等



福岡市グリーン購入ガイドライン（平成26年4月改定版）

7 環境物品等の選定にあたって

本ガイドラインの基準は基本的には「エコマーク商品」となっています。

（1）「判断基準」が「エコマーク商品」となっている品目については基本的にはエコマーク商品を選択してください。

（2）「エコマーク商品」が存在しない場合には、各メーカーのカタログやホームページ（ホームページの方が最新の情報を確認できます）を活用し、「グリーン購入法適合商品」等を選択するなど、「判断基準」を満たす商品を選定してください。

（3）購入したい商品が、基準を満たしているかなどを調べたい場合には、4ページに記載しているホームページなども参考にしてください。

（以下略）

平成26年度 札幌市グリーン購入ガイドライン

5 調達方法

(1) 原則

対象品目を調達する場合は、判断基準を満たすものを選択する。

また、対象品目以外についても、「3 基本的な考え方」に基づき物品等を選定するよう努めるものとする。(以下略)

(2) 選定方法

次の方法を参考にグリーン物品を選択する。

ア 製品カタログやパンフレットで、エコマークなどの環境ラベルが付いているものを選択する。

【参考】環境ラベル等データベース(環境ラベル情報)

http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/f01.html

イ 次のデータベースに掲載されているものの中から選択する。

区分	入手先
エコマーク商品	・(財)日本環境協会 エコマーク事務局 http://www.ecomark.jp/ ・グリーンステーション http://www.greenstation.net/
グリーン購入法適合品	・グリーン購入法特定調達物品情報提供システム http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/g-law/gpl-db/index.html ・エコ商品ねっと http://www.gpn-eco.net/
省エネ機器	・省エネ性能カタログ http://www.enecho.meti.go.jp/policy/saveenergy/save03.htm

ウ メーカー、取扱事業者等に直接確認する。

滋賀県土木交通部所管の工事におけるエコマーク商品の使用について(2007年3月22日)

都市生活型公害が深刻化するとともに、地球環境問題も顕在化してきた現代社会においては、環境保全に望ましい製造方法や環境負荷が小さい製品、リサイクル製品の使用が求められています。

(財)日本環境協会のエコマーク事業は、環境保全に役立つと認められる商品に「エコマーク」を付けることで環境から見た商品の情報を提供し、環境にやさしく暮らしたいと願う消費者が商品を選択しやすいようにすることを目的に実施されています。

こうしたことから、滋賀県土木交通部所管の工事のうち県単独工事においては、以下のエコマーク商品を使用できることとしました。

対 象:財団法人日本環境協会エコマーク事務局認定・エコマーク商品
ただし、JIS等製品※と同等価格以下のものとします。

品質確認:外観および品質を証明する資料ならびにエコマーク審査結果通知書の写しを工事材料承諾願として提出する必要があります。

適 用:当分の間は県単独工事で使用できることとします。

※JIS等製品 JIS規格に適合した製品、共通仕様書に示す規格に適合した製品、設計図書に品質規格を特に明示した製品、これらと同等以上の品質を有する製品

5. 環境配慮商品の普及に向けた地方自治体の諸制度

環境に配慮した商品の普及や地域の再生資源の有効活用などを目的として、多くの都道府県が独自の認定制度を設けており、地域の行政機関が認定商品を率先調達する施策などとの連携を通じて利用促進を図っています。

現在、40近くの都道府県がグリーン製品認定制度やリサイクル製品認定制度などを運営しており、このうち30以上の制度において認定基準にエコマークに関する事項が含まれています。具体的には、エコマーク認定基準への適合を認定要件のひとつとしているケース、循環資源の配合率にエコマークの基準を用いているケース、エコマークの認定取得を当該制度における認定とみなすケース、などがあります。

また、都道府県や市などの自治体では、環境に配慮した商品の販売、容器包装の削減、資源回収などに積極的に取り組む小売店舗をエコショップ等として認定する制度を設けている事例が多数見られ、こうした制度の多くにおいてエコマーク認定商品の販売が認定基準に含まれています。

岩手県再生資源利用製品　品質基準

○品質及び安全性に関する基準

1. 次のいずれかの規格等に適合していること。
   （1）工業標準化法（昭和24年法律第185号）第17条第1項の日本工業規格
   （2）財団法人日本環境協会が定めるエコマーク商品認定基準
   （3）建築工事共通仕様書（国土交通省大臣官房官庁営繕部監修）に定める規格等
   （4）岩手県土木工事共通仕様書に定める規格等
   （5）その他認定製品の規格等として知事が適当と認めるもの

（以下略）

○再生資源の配合率

1. エコマーク商品認定基準に定めのある製品については、エコマーク商品認定基準で定める配合率の基準を概ね満たしていること（エコマーク商品認定基準で定める配合率の基準が岩手県グリーン購入基本方針（平成14年3月26日岩手県環境生活部制定）で定める配合率の基準を下回る場合を除く）。
2. エコマーク商品認定基準に定めのない製品であって岩手県グリーン購入基本方針に定めのある製品及びエコマーク商品認定基準で定める配合率の基準が岩手県グリーン購入基本方針で定める配合率の基準を下回る製品については、岩手県グリーン購入基本方針で定める配合率の基準を満たしていること。
3. エコマーク商品認定基準及び岩手県グリーン購入基本方針のいずれにも定めのない製品については、審査会において適当と認める再生資源の配合率の基準を満たしていること。

宮城県グリーン製品認定制度認定基準

<table>
<tr><td rowspan="3">認定対象製品区分</td><td>製品区分</td><td>省エネ等製品</td><td colspan="3">リサイクル製品</td></tr>
<tr><td>製品類型</td><td>エコマーク商品類型に該当するもの</td><td colspan="3">エコマーク商品類型に該当するもの</td><td>エコマーク商品類型に該当しないもの</td></tr>
<tr><td>製造場所</td><td>宮城県内</td><td colspan="2">宮城県内</td><td>宮城県外</td><td>（略）</td></tr>
<tr><td rowspan="4">認定基準</td><td>環境負荷低減に関する基準</td><td rowspan="2">該当するエコマーク商品類型の環境に関する基準に適合していること。（該当するエコマーク商品類型において環境に関する基準として区分されていない場合には、相当する基準に適合していること。）</td><td colspan="2">次のいずれかの基準に適合していること。
1 当該製品に使用されている循環資源が、製品重量の45％以上であり，該当するエコマーク商品類型に定められた使用割合に適合していること。
2 当該製品に使用されている循環資源が、製品重量の45％以上であり，該当するエコマーク商品類型に定められた使用割合の70％以上を使用し、かつ当該循環資源の全使用重量のうち県内で発生した循環資源が50％以上であること。
3 当該製品に使用されている循環資源が製品重量の10％以上であり、当該製品の年間販売重量に対して県内で発生した循環資源が1000トン以上含まれていること。</td><td>次のいずれかの基準に適合していること。
1 当該製品に使用されている循環資源が、製品重量の45％以上であり、該当するエコマーク商品類型に定められた使用割合に適合しており、当該循環資源の全使用重量のうち県内で発生した循環資源が50％以上であること。
2 当該製品に使用されている循環資源が、製品重量の10％以上であり、当該製品の年間販売重量に対して県内で発生した循環資源が1000トン以上含まれていること。</td><td>（略）</td></tr>
<tr><td>有害物質に関する基準</td><td colspan="3">1 該当するエコマーク商品類型の環境に関する基準のうち，有害物質に係る基準であって，その定量的なものに適合していること。（当該エコマーク商品類型において環境に関する基準として区分されていない場合には，相当する基準に適合していること。）
（以下略）</td><td>（略）</td></tr>
<tr><td>性能基準</td><td colspan="4">（略）</td><td>（略）</td></tr>
<tr><td>抗菌剤及び難燃剤の使用基準</td><td colspan="4">該当するエコマーク商品類型の環境に関する基準に適合していること。</td><td>（略）</td></tr>
</table>

川崎市リサイクルエコショップ認定基準

（1）適正包装の推進：レジ袋の削減、マイバックの推奨・販売、贈答品等の簡易包装、青果物などのバラ売りなど
（2）エコマーク商品の販売：ノート・筆記用具など文具事務用品、洗剤・ゴミ袋など日用品、その他エコマーク認定商品の販売など
（3）再生品及び再利用品の販売：リサイクル自転車の販売、布団の打ち直し、洋服のリフォーム、古本買取り、日用品の買取り、販売など
（4）資源化物の回収場所の提供：牛乳パック・食品トレー、缶・びん・ペットボトル、ボタン電池、充電式電池、その他資源物を店頭回収し再資源化しているなど
（5）地域リサイクルの推進に寄与：リサイクル情報誌の配布拠点となっているなど
（6）市のごみ減量化・再資源化に関する施策への協力：生ごみ処理機、生ごみコンポスト化容器等の販売、家電リサイクル品の回収など

Ⅱ. 企業の調達活動、販売活動におけるエコマーク

1. グリーン購入に関する方針・ガイドライン

グリーン購入法では、事業者に対しても環境に配慮した商品・サービスの選択に努めることを求めています。また、事業者の環境経営システム、環境パフォーマンス評価、環境報告を統合したガイドラインとして環境省が策定した「エコアクション21」では、「グリーン購入」が取り組み項目のひとつに設定されており、環境に配慮した物品等の調達に向けた方針、基準等の作成、環境ラベル認定製品をはじめとする環境配慮物品等の優先的購入など、具体的な取り組み項目が示されています。

こうした中で、事務用品や制服、機器類等、あるいは製品の生産のための原材料や部品等に関して、環境の側面を重視した調達を行う企業が増えており、グリーン購入方針やガイドライン等にエコマークに関する事項が記載される事例が多く見られます。具体的には、物品等の選定基準にエコマーク認定基準を反映させる、購入にあたってエコマーク認定商品を優先して選択する、といった内容が盛り込まれています。

TOTO株式会社　一般購入品におけるグリーン調達基準

1. 調達基準

一般購入品については、以下の条件を満たしている調達品を優先的に採用する。

①エコマーク、グリーンマーク等の環境ラベルを取得している。

②GPN（グリーン購入ネットワーク）の「GPNデータベース」登録品である。

③GPN（グリーン購入ネットワーク）の購入ガイドラインに適合している。

④TOTO購買部推奨品に登録されている。

⑤企業独自の基準にて、環境配慮商品と設定されている。

（以下略）

株式会社高島屋　グリーン購買基準

高島屋購買本部グリーン購入基準

高島屋購買本部が調達する資材・物品について、その品質・価格・納期に加え、生産～使用～廃棄にわたるライフサイクル全体を通じて環境への負荷が少なく、環境保全に役立つという視点を重視して選定していくという考え方とともに、「グリーン購入法」、「エコマーク認定基準」、「GPNグリーン購入ガイドライン」に準拠する選定基準を資材・物品ごとに「高島屋購買本部グリーン購入基準」を設定しています。調達にあたっては、この基準をマニュアル化した「グリーン購入基準書」によって行います。

また、調達先（お取引先）選定にあたっては、対象企業の環境保全活動に関する取り組み状況についても重要な判断材料にします。

東武鉄道株式会社 グリーン購入ガイドライン

1. 目的
製品等を購入する際に、環境に与える負荷ができるだけ小さいものを優先する「グリーン購入」に努めることにより、東武鉄道の環境保全活動の推進を図ることを目的とする。
2. 基本的な考え方
（1）必要性を十分考慮のうえ購入する。
（2）環境に与える負荷ができるだけ小さい製品を優先的に購入する。
法律、条例等がある場合はそれにしたがい、関係する基準がない場合は、エコマーク等環境ラベルのついている商品を優先するとともに、以下の事項を判断基準とする。
ア．環境や人の健康に影響を与えるような物質の使用が削減されている。
イ．製造、使用の段階で資源やエネルギーの消費が少ない。
ウ．天然資源（森林等）は持続可能な方法で採取・利用している。
エ．長期間使用可能である。
オ．再使用が可能である。
カ．リサイクルが可能である。
キ．再生材料や再使用部品を用いている。
ク．廃棄するときに周辺環境に与える負荷が少ないなど適正な処分が容易である。
ケ．環境負荷低減に努めている事業者から購入する。
3. 適用範囲
東武鉄道が直接購入する製品・サービスについて適用する。
（以下略）

2. 流通事業者の取り組み

流通事業者の中には、エコマーク認定商品に特化した販売サイトを運営する企業、商品販売サイトにおいてエコマーク認定商品を容易に選択購入できる仕組みの導入、販売する商品の選択においてエコマーク認定を重視する事例などが見られます。

株式会社ファインでは、エコマーク商品総合情報サイト「Green Station」を運営するとともに、専門のショッピングサイト「GS SHOP」において、エコマーク認定の紙類、文具・事務用品、OA 機器、生活用品、繊維製品を取り扱っています。

アスクル株式会社では、事務用品やOA機器をはじめ生活雑貨、食品・飲料まで幅広い商品を扱う通信販売サイトに、環境配慮商品を対象とする「グリーン商品ショップ」を設けており、エコマーク認定商品による絞り込み検索ができる仕組みになっています。また、株式会社カウネット、オフィスデポ・ジャパン株式会社が運営する通信販売サイトでも、エコマーク認定商品による絞り込み検索ができる仕組みが設けられています。

全国各地の生活協同組合や生協連合会が加入する日本生活協同組合連合会（日本生協連）では、商品の環境配慮の客観性を確保する観点から、エコマークをはじめ社会的に認知された外部基準をCO・OP

商品に積極的に導入し、さまざまな媒体を通じたPR等によりエコマーク認定商品等の普及・拡大を図っています。また、CO・OP商品の環境配慮商品のエコマーク認定取得にも力を入れています。

こうした動きは、環境の視点を反映した商品の選択・購入を促すとともに、環境配慮商品の開発・生産に力を入れる企業の取り組みを後押しすることにつながっています。

株式会社ファインのエコマーク商品専門ショッピングサイト「GS SHOP」（ウェブ画面）

日本生協連「2020年に向けた生協の新たな環境政策」CO・OP商品の環境配慮基準とマークについて

1. エコマーク、有機JAS、MSC、FSCなど、社会的に認知された外部基準を日本生協連CO・OP商品の環境配慮商品基準とします。社会的に普及・認知がすすむ外部基準で、日本生協連CO・OP商品への導入が適当と判断できるものがあれば追加します。
2. 日本生協連CO・OP商品の環境配慮商品のエコマーク取得をすすめます。エコマーク、有機JAS、MSC、FSC基準をクリアし、それぞれの認証を取得した日本生協連の環境配慮商品には、それぞれのマークをつけます。（エコマーク、有機JAS、特別栽培農産物については、当面は現在の環境マークも併記）

（以下略）

3. 製品の環境配慮に関する諸制度

エコマークは、環境に配慮した商品等の評価制度や認定制度において活用されており、エコマーク認定基準の参照や援用、エコマーク認定を要件のひとつとする、などの事例が見られます。

環境に配慮した印刷製品の普及を目的とするグリーンプリンティング認定制度（事務局：一般社団法人日本印刷産業連合会）では、購入資材の認定基準の策定にあたって、グリーン購入法の特定調達品目の判断の基準、エコマーク商品認定基準などとの整合性を確保するよう配慮しています。また、印刷用資材のメーカーの取り組みに関する基準には、エコマーク等の環境ラベルの認定取得に取り組んでいることが盛り込まれています。

建築物の環境性能の評価・格付けを行う産官学共同プロジェクト、建築環境総合性能評価システム（CASBEE）では、省エネルギー、環境負荷の少ない資機材の使用、室内の快適性、景観への配慮などの観点から総合的な評価を行っており、リサイクル材を使用した建材、給排水・衛生施設の評価の要件にエコマーク認定が盛り込まれています。

建築環境総合性能評価システム（CASBEE）ー建築（新築）評価マニュアル（2014 年版）

2-3 躯体材料におけるリサイクル材の使用

□解説

本項目は躯体材料におけるリサイクル資材の使用状況を評価する。

評価対象は（公財）日本環境協会が認定している「エコマーク商品」及び「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）（平成 12 年 5 月制定）」で認定されている「特定調達品目」の内、躯体材料でリサイクル資材のものとする。なお、間伐材など持続可能な森林から産出された木材を使用したものは「2.5 持続可能な森林から産出された木材」で評価する。

極端に少量の場合を除き、一部でも使用されていたら、使用されているものとする。

木造建築物の基礎にリサイクル資材を使用している場合も、主要構造部にリサイクル資材を使用しているものとする。

リサイクル資材の例

①グリーン調達品目（公共工事）

高炉スラグ骨材、フェロニッケルスラグ骨材、銅スラグ骨材、電気炉酸化スラグ骨材、 高炉セメント、フライアッシュセメント、エコセメント、製材

②エコマークを取得した「木材などを使用したボード」（エコマーク商品類型 111）

③エコマークを取得した「間伐材、再・未利用木材などを使用した製品」（エコマーク商品類型 115）

（以下略）

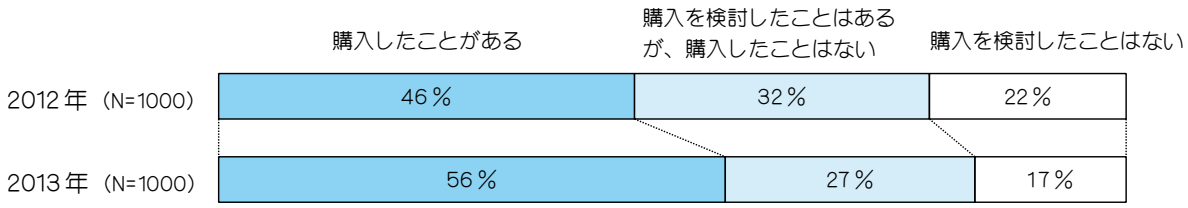
Ⅲ. 一般消費者の購入行動におけるエコマーク

1. 環境配慮商品に関する一般消費者の意識・行動

グリーン購入法では、国民に対しても環境に配慮した商品・サービスの選択に努めることを求めており、環境関連の諸制度の整備や情報の広がりなどを背景に、一般消費者の意識や行動においても環境の側面を重視する傾向が見られるようになってきています。

株式会社電通が2013年に実施した「電通グリーンコンシューマー調査2013」によると、関心がある社会問題（複数回答）として「環境問題」を挙げた人は69％で、「自然災害」（55％）や「高齢化」（53％）などを上回り、5年連続でトップの項目となっています。また、環境への配慮を訴求している商品を「購入したことがある」と回答した人の割合は56％で、前年の調査の46％から10％増加しており、「購入を検討したことがある」との回答（27％）を加えると83％に達します。

環境への配慮を訴求している商品の購入経験



（株式会社電通「電通グリーンコンシューマー調査2013」より）

消費者庁が2014年に実施した「消費者意識基本調査」によれば、環境に配慮した商品・サービスの選択を「かなり心掛けている」と回答した人の割合は8.8％（前年7.4％）、「ある程度心掛けている」は39.1％（同38.1％）、両者を合わせると47.9％（同45.5％）となります。

これらの調査結果から、環境意識や環境の側面を重視した消費行動が広がる傾向にあることが窺えますが、一般消費者による消費全体をとらえたとき、環境配慮商品の選択・購入はまだ小さな割合にとどまっているのが現状だと思われます。

環境省に設置されたグリーン・マーケット＋（プラス）研究会の消費者アンケート調査（2012年1月公表）によると、環境配慮型商品・サービス購入の阻害要因として、「環境配慮型のものか判断できない、商品・サービス間の比較ができない」という項目の回答が、飲料・食品、文具、衣料品、日用品、レストラン・飲食店、旅行・旅館・ホテルで最も多くなっており、家電製品・照明、自動車、住宅・リフォームで2番目に多い項目となっています（設定した全商品・サービス分野に関し、この項目が1番目もしくは2番目）。

こうした調査結果から、環境に配慮した商品・サービスであることをわかりやすく示す仕組みの整備・充実が、消費者の行動の転換を促すことにつながると考えられます。

環境配慮型商品・サービスの購入阻害要因

	飲料・食品	文具	衣料品	日用品1	日用品2	家電製品・照明	自動車	住宅・リフォーム	レストラン・飲食店	旅行・旅館・ホテル
売っている店舗等がわからない	22.2％	22.8％	20.8％	17.9％	19.8％	14.9％	13.3％	17.0％	22.0％	22.2％
売っている店舗等が身近にない	9.1％	10.1％	8.9％	7.2％	8.0％	6.0％	5.1％	6.8％	9.2％	8.8％
種類・サイズ等の選択肢が少ない	9.0％	8.9％	15.0％	8.2％	9.1％	6.7％	6.8％	5.2％	4.7％	4.4％
質・機能が劣る、手間がかかる	4.1％	3.9％	4.5％	7.3％	4.9％	4.2％	3.1％	3.6％	2.6％	2.4％
価格が高い	28.4％	19.6％	21.0％	26.6％	23.4％	36.3％	42.9％	36.6％	19.7％	18.5％
環境配慮型のものかの判断ができない、商品間の比較ができない	30.4％	31.4％	30.6％	27.1％	31.4％	22.2％	18.7％	24.8％	34.8％	36.5％
環境配慮型のものに興味がない	13.1％	15.5％	15.4％	12.6％	14.4％	11.4％	13.5％	15.5％	17.8％	19.0％
いつも環境配慮型のものを選択できている	11.4％	9.3％	8.1％	14.4％	9.6％	15.2％	12.5％	9.0％	7.1％	6.9％

＊日用品1：使用により消費するもの　　日用品2：一定期間使い続けるもの
＊回答数が多い項目（1番目、2番目）をアミカケで表示

（環境省 グリーン・マーケット＋（プラス）研究会 消費者アンケート調査（平成24年1月）より）

2. 一般消費者のエコマークの認知度

エコマークは、1989年の事業開始から25年以上にわたる制度運営を通じて着実に市場に定着し、消費者の認知度も高まってきました。先述のグリーン・マーケット＋（プラス）研究会の消費者アンケート調査によると、環境に関わるマークの認知度についての質問において、エコマークの「意味を説明することができる」または「意味をおおよそ知っている」と回答した人の割合が56％、「マークを見たことがある」という回答を加えると92％に達し、主な環境関連のマークの中で最も高い水準となっています。

商品やサービスへの環境ラベル表示を行う企業にとっては、どれだけ多くの消費者が表示を認識しているか、その意味を理解しているかが重要なポイントであり、認知度の高いエコマークによる表示は、環境の視点からの消費行動を促す効果が大きいと考えられます。

3. 環境に配慮した購買行動促進に向けた地方自治体の施策

地方自治体においては、エコマークを活用して消費者の環境配慮行動を促す施策を進める事例が見られます。東京都中野区が推進する「なかのエコポイント」制度では、エコマーク認定商品の購入を促すことにより家庭部門のCO_2排出削減に結びつけています。また、東海三県一市（愛知県、岐阜県、三重県、名古屋市）や長野県などでは、環境に配慮した買い物の普及に向けたキャンペーン等を実施し、エコマーク認定商品をはじめとする環境配慮商品の購入を促進する取り組みを進めています。

東京都中野区の「なかのエコポイント」制度

東京都中野区では、家庭部門におけるCO_2排出削減を促すことを目的に2011年7月から「なかのエコポイント」制度を実施しており、電気・ガスの使用量の削減に取り組む「CO_2削減コース」と、エコマーク認定商品を購入しエコマークを集める「環境商品コース」（2014年5月開始）が設けられています。これらの取り組みの実践によりポイントが貯まり、区内共通商品券やプリペイドカードとの交換、中野区環境基金への寄付ができる仕組みになっています。

「環境商品コース」では、購入した認定商品に付いているエコマークを切り取り、「エコマーク台帳」に貼って提出します（エコマークが商品に直接印刷されているケースなど切り取ることができない場合には、商品名、メーカー名、購入店名等を台帳に記入して申請）。

中野区では、「環境商品コース」においてエコマーク認定商品を対象とした理由として、エコマークがISOの規格に則った第三者機関の審査による認定制度であること、商品のライフサイクル全体の環境への影響を考慮していること、環境ラベルの中でも認知度が高いことなどを挙げています。

4. 環境教育を通じた若年層の認知度向上

学校教育において、環境に配慮した暮らしや消費行動に関する学習が行われる機会が増えており、教科書や副教材の中にはエコマークに関して記述が行われているものもあります。こうした中で、企業が学校に出向いて実際の事業活動や環境活動などを踏まえた授業等を行う機会などに、具体的な教材としてエコマーク認定商品を活用した学習を実施する事例も見られます。このような授業を通じて、環境の側面から商品をとらえる視点や商品選択のポイント、エコマークの仕組み、環境配慮商品の開発や販売に向けた企業の取り組みなどに対する若年層の理解が深まり、グリーン購入の浸透につながっていくと考えられます。

エコマーク認定商品を活用した環境教育――ヱスケー石鹸株式会社

廃食油の回収・リサイクルシステムを確立し、再生資源を原料とする石鹸の生産・販売を行うヱスケー石鹸では、精製加工する油脂メーカーとの共同研究による高純度の脂肪酸を用いて、一般使用の石けんと遜色のない品質の商品を開発し、2011年に幅広い用途のリサイクル石けん（液体・粉・固形）でエコマークの認定を取得しました（商品類型No.129「廃食用油等再生せっけん」）。

同社では、さまざまな媒体や展示会などの機会を通じてエコマーク認定商品のPRを行うとともに、認定商品を活用して小学校や保育園などで環境教育を実施しています。こうした取り組みの成果もあり、エコマーク認定のリサイクル石けんは企業、行政機関のほか全国約2,000の小学校に導入されています。特に官公庁においては、エコマーク認定商品に対して高い評価が得られる状況にあるということです。

Ⅳ. エコマーク認定取得による事業の展開・拡充

1. 事業活動におけるエコマーク認定取得の効果

エコマークの認定取得と市場における認定商品の普及は、社会全体の環境負荷の低減に寄与すると同時に、認定取得企業の事業活動にもポジティブな影響をもたらします。エコマークの認定を取得した企業の中には、認定取得を製品戦略やマーケティング戦略において有効に活用している事例が数多く見られます。

事業活動への影響という視点からエコマーク認定取得をとらえたとき、以下に述べるような効果が期待されます。エコマークを活用した事業活動の展開にあたっては、商品・サービスの特性、主要な顧客層、営業活動の形態などを踏まえ、効果的な情報発信を行うことが重要だといえます。

(1) 商品の訴求性の向上

製品開発や販売活動における企業間競争が激しさを増しており、多くの商品分野において機能や品質、価格などの面で差別化を図ることが難しくなっています。こうした状況の中で、より環境負荷の少ない商品を提供し効果的な情報発信を行うことにより、他社の商品との違いや市場における優位性を生み出すことができると考えられます。

エコマークでは、省資源・資源循環、地球温暖化防止、有害物質の制限・コントロール、生物多様性保全の４つの側面に関し、資源採取、製造、流通、使用消費、リサイクル、廃棄の各ステージを対象に認定基準を設定することにより、商品のライフサイクル全体を対象に総合的な観点から環境負荷の少ない商品を認定する仕組みを確立しています。

省エネルギー対応、軽量化やコンパクト化等による資源消費抑制、有害物質の使用回避、使用後の分別・リサイクル処理の容易性などの環境対応は、消費者にとってのメリット（利便性、安全性、経済性等）につながる側面も多く、第三者機関によるエコマーク認定を取得することで、客観性の高い評価と消費者が識別しやすい表示を通じて効果的なアピールを行うことが可能になります。

エコマークのロゴや認定情報は、認定を取得した商品のほか、当該商品の包装、カタログ、ウェブサイトなどに表示することができ、ロゴの使用回数に制限はありません。認知度の高いエコマークの表示を行うことにより、環境に配慮した商品としてのイメージを消費者に伝え、商品の差別化やブランディングを進めることができます。

※エコマークの表示に関しては、「エコマーク使用規定」および「エコマーク使用の手引」において表示方法等のルールが定められています。なお、エコマーク使用料（ライセンス料）は、認定商品の売上高に基づき決定されますので、エコマークの表示回数により料金が増加することはありません。

(2) 企業イメージの向上

エコマーク使用契約を締結している企業は、認定商品等にエコマーク表示を行うことに加え、名刺、ウェブサイト、CSR報告書などの媒体、イベントやセミナー等の普及広報活動において、エコマーク

ライセンスホルダーロゴの表示を行うことが可能です。こうした表示により、エコマーク認定商品の提供を通じて環境負荷低減に貢献している企業であることを、消費者をはじめとするステイクホルダーにアピールできます。

株式会社マイクロミルが実施した「2009年 環境意識に関する調査」の結果によると、環境に配慮した商品・サービスを提供している企業や環境保護活動に積極的に取り組んでいる企業に対して、「その企業のイメージが良くなる」と感じる人（「そう思う」「まあそう思う」の合計）は88.4％で、同様に「その企業の信頼感が高まる」81.8％、「その企業の商品を購入してみようと思う」61.3％、「その企業の商品を人に勧めたくなる」40.2％となっています。

企業として商品の環境配慮に積極的に取り組む姿勢を、日常の営業活動や関連ベントなどさまざまな機会を通じて訴求することは、環境を重視する企業としてのイメージを広く浸透させることにつながります。また、企業イメージの向上が商品・サービスの購入に好ましい影響を及ぼし、相乗効果を生み出すことが期待されます。

（3）商品購入企業・団体の環境活動の支援

環境への取り組みにおけるグリーン購入の重要性が高まる中で、環境に配慮した商品・サービスを積極的に採用していることを、実績データや購入物品等を通じて目に見える形で示す企業等が増えています。こうした情報発信は、環境への積極的な取り組みを進める企業としての評価やイメージの向上とともに、従業員の環境意識を高めることにもつながります。

商品に使用されている素材など、環境への配慮を外観から見分けることが困難な場合でも、エコマークの表示があれば環境に配慮した商品であることを容易に識別できます。このような観点から、従業員の制服・作業服、名刺、企業名等が入ったクリアファイル、ノベルティグッズなどにエコマーク認定商品を用いる事例が見られます。また、駅構内のタイルにエコマーク認定商品を使用し、利用客に見える部分にロゴマークを表示しているケースなどもあります。

事業活動において使用する物品等が環境に配慮したものであることを示す上で、認知度の高いエコマークの表示は大きな効果を発揮します。このため、ＢtoＢの事業を展開する企業においては、エコマークの認定を取得した商品を通じて、取引先の環境への取り組みを支援する形でアプローチを行うことにより、新たな事業展開が期待されます。

（4）環境の視点から新たな需要を開拓

エコマークの認定取得は、環境の側面から他社との差別化を図ることにつながります。一方、同種の商品を生産・販売する複数の企業がエコマーク認定取得に取り組むことにより、業界全体として商品の環境配慮の取り組みを促進するとともに、環境の視点からの需要の掘り起こしや市場の拡大につながる可能性があります。

商品・サービスの環境特性を踏まえ、消費者にとってのメリットや新たなライフスタイルを提示することで、従来とは異なる切り口から利用を喚起しユーザー層を広げることができます。エコマークの認定取得と環境コミュニケーションの手段としての活用は、こうしたアプローチにおいて大きな効果を発揮すると考えられます。

エコマーク認定取得により主力商品のブランド価値をさらに向上――株式会社タカラトミー

環境に配慮したおもちゃの開発・普及に向け「エコトイ」活動を展開するタカラトミーは、発売から50年を超える看板ブランドである「プラレール」の2商品、「エコ直線レール」「エコ曲線レール」について、2012年におもちゃの分野で初となるエコマークの認定を取得しました（商品類型No.118「プラスチック製品」）。その後、同ブランドの「エコブロック橋脚」も認定を取得しており、さらにエコマーク認定商品を拡大していく計画です。

同社では、アンケート調査や顧客とのコミュニケーションを通じて、おもちゃの環境配慮に対するニーズが大きいこと、再生素材を使用した商品に対して肯定的な考えを持つ消費者が多いことなどを把握し、これを踏まえ商品の開発に取り組みました。

多くの消費者を持つ主力ブランド「プラレール」（日本の2～7歳男児の7割以上が所有）の商品でエコマーク認定を取得し、パッケージや店舗をはじめ、さまざまな媒体、機会を通じて情報発信を行うことにより、商品で遊ぶ子どもたちとその家族が環境配慮商品やエコマークに対する認識を深めてもらうと同時に、ブランドの価値をさらに高めることに結びつけています。

エコマーク認定の「エコ直線レール」「エコ曲線レール」

ホテルとして第1号のエコマーク認定を取得――株式会社スーパーホテル

スーパーホテルでは、スーパーホテルLohas JR奈良駅が、2012年に商品類型No.503「ホテル・旅館」における第1号の認定を取得しました。

同ホテルでは、照明、空調、浴室、内装材等の設備、浴室の備品などに関し環境への対応を進めるとともに、独自の環境活動「エコ泊」を通じたカーボン・オフセットにも取り組んでいます。また、商品販売に比べ顧客と対面で接する機会が多いという事業特性を生かし、業界初のエコマーク認定取得ホテルであることをはじめ、環境コミュニケーションにも力を入れ、利用客の理解・協力を得ながら環境負荷低減に取り組んでいます。スーパーホテルLohas JR奈良駅の稼働率は、エコマーク認定取得以前に比べ4％上昇しており、環境への取り組みや認定取得の効果が出ているものと考えられます。

「エコマーク認定百貨店」として広範な環境活動を推進――株式会社京急百貨店

京急百貨店では、環境配慮商品の販売、容器包装削減、省エネルギー、廃棄物削減、資源回収など、小売店舗として環境負荷低減に向けた積極的な活動を進めてきました。こうした取り組みを踏まえ、2013年に百貨店として初めてエコマークの認定を取得しました（商品類型No.501「小売店舗」）。

同社では、「エコマーク認定百貨店」としてステイクホルダーとともに環境に配慮した事業活動行う旨を環境方針に明記し、取り組み方針に基づき広範な環境活動を推進しています。また、「エコマークウィーク」や認定取得1周年記念特別企画の開催など、イベントを通じた消費者の環境意識の向上にも努めています。

エコマーク認定を通じて環境への取り組みに対する第三者評価を受けるとともに、消費者に対する情報発信を行うことにより、環境への取り組みを積極的に推進する小売店舗としての姿勢を明確化し、社会の認知度向上につなげています。

エコマーク認定取得により商品・システムの環境特性をアピール――新日本流通株式会社

新日本流通株式会社では、環境負荷の少ない1.8Lリターナブルびんの流通を支える「6本プラ箱」のレンタル・リユースシステムを運営しています。回収、洗浄して繰り返し使用できる「6本プラ箱」は、作業面（軽量）、衛生面に加え、資源消費や廃棄物の抑制など環境面でも優れた特長を持っています。

同社では、飲料メーカー、流通事業者、飲料販売店などに、こうした環境特性をより効果的に発信するためにエマークの認定を取得し（商品類型No.121「リターナブル容器・包装資材」）、商品への表示やさまざまな媒体、イベント等を通じてPR活動を進めています。また、エコマーク認定取得を通じて、一般家庭にも利用が広がりつつある「6本プラ箱」のさらなる認知度向上に努めています。

エコマーク認定の「6本プラ箱」

エコマーク認定取得によりユニフォームの販路を拡大――株式会社チクマ

株式会社チクマでは、1990年代から再生素材を使用したユニフォームの開発・販売を開始し、1999年にエコマークの認定を取得しました（商品類型No.103「衣服」）。その後、同社は廃棄物処理に関わる広域指定制度の認定を業界で最初に取得し、使用済みとなった自社製品の回収システムの整備を進めました。こうした取り組みを踏まえ、認定基準の拡充が図られた改定商品類型でのエコマーク認定を取得し、資源循環システムにより使用後回収・リサイクルされるユニフォームとして拡販に努めてきました。

環境配慮商品の開発および回収・リサイクルシステムの構築、ならびにこうした取り組みを第三者が評価するエコマーク認定取得により、同社のユニフォームは環境への取り組みを重視する企業等での採用が広がっています。また、同社では環境シンポジウムの開催などを通じてエコマーク認定商品の環境負荷低減効果などを説明し、採用企業・団体の拡大に努めています。

業界各社によるエコマーク認定取得を通じた新たなライフスタイルの広がり――サーモス株式会社、象印マホービン株式会社、タイガー魔法瓶株式会社

まほうびんや弁当用ジャーなどの商品は、電気やガスなどのエネルギーを使用せずに食品・飲料の保温・保冷ができます。また、まほうびんの利用は、市販の飲料の購入に伴う資源消費の抑制や使用済み容器の発生回避にも寄与します。

商品類型No.146「まほうびん」においては、業界を代表するサーモス株式会社、象印マホービン株式会社、タイガー魔法瓶株式会社の3社が多くの商品でエコマーク認定を取得し、認定商品の普及に取り組んでいます。まほうびんや弁当用ジャーの利用が、外出先等で料理や飲み物をおいしく飲食できることや経済的側面（支出の削減）などに加え、環境に配慮したスマートなライフスタイルの実践につながるという側面を訴求することにより、商品の利用拡大に結びつけています。

サーモス株式会社のウェブサイト画面より

2. 国際的な事業活動におけるエコマークの活用

商品・サービスの購入においてサステナビリティや環境の視点を反映させる動きは国際的にも広がりを見せており、各国・地域の関連法規制や計画、プログラム等により、公共調達を中心に取り組みが進展しています。

また、国連環境計画（UNEP）では、2012年6月にブラジルのリオデジャネイロで開催された国連持続可能な開発会議（リオ＋20）を契機に、持続可能な公共調達イニシアティブ（Sustainable Public Procurement Initiative：SPPI）をスタートさせました。この活動は、政府や地方自治体のほか企業や市民も対象として想定しており、その後The 10YFP Programme on Sustainable Public Procurement Initiativeとして取り組みの拡充が図られています。

各国・地域のグリーン購入関連施策（主な事例）

国・地域	法律・施策等	開始時期
米国	Environmental Protection Agency（EPA） Environmentally Preferable Purchasing（EPP）Program	1993年
EU	Green Public Procurement（GPP）	2001年
オランダ	Sustainable Public Procurement（SPP）	2006年
英国	Sustainable Procurement Action Plan（SPAP）	2007年
フランス	National Action Plan on Sustainable Public Procurement	2007年
スウェーデン	The Swedish Action Plan for Green Public Procurement	2007年
デンマーク	Green Procurement in Denmark（Action Plan）	2008年
台湾	Government Green Procurement Act	1999年
韓国	Korean Green Purchasing Law	2005年
タイ	National Green Procurement Plan	2008年

エコマークは、国際標準化機構（ISO）の国際規格において、多様な基準に基づき第三者機関により認定が行われるタイプⅠ環境ラベルとして位置づけられます。現在、日本のエコマークを含め、世界の40以上の国・地域でタイプⅠ環境ラベルが運営されています。環境ラベルには、個別の企業などが独自の基準等に基づき表示を行うタイプⅡ（自己宣言）として位置づけられるものもありますが、第三者機関による審査・認定を受けることで、より客観性、訴求性の高い表示を行うことができます。

タイプⅠ環境ラベル制度の充実や信頼性向上を通じて環境に配慮した商品・サービスの需要・供給を喚起することを目的として、1994年に世界エコラベリング・ネットワーク（Global Ecolabelling Network：GEN）が設立され、現在、各国・地域の26の環境ラベル機関が加盟しています。エコマークはGEN設立段階から発起団体として参画し、中心的な役割を果たしてきました。また、エコマークは各国の環境ラベル機関と連携し、認定基準の国際的なハーモナイゼーションの促進や相互認証に取り組んでいます。

こうした取り組みは、環境配慮商品の国際的な流通促進に寄与すると同時に、エコマークの国際的なポジションを高めることにもつながっています。

相互認証協定（MRA）を締結している海外のラベル機関（2015年３月現在）

ロゴマーク	国・地域	ラベル名	運営機関	対象商品分野	開始時期	活用実績
	北欧５カ国	ノルディックスワン	北欧エコラベル委員会	複写機、プリンタ	2002年	62機種
	大韓民国	韓国環境ラベル	韓国環境産業技術院（KEITI）	パーソナルコンピュータ、複写機、プリンタ、DVD機器、テレビ	2010年	262機種
	中華人民共和国	中国環境ラベル	中国環境保護部環境認証センター（ECC）、中環連合（北京）環境認証センター有限公司（CEC）	パーソナルコンピュータ、複写機、プリンタ、DVD機器、テレビ	2012年	－
	ニュージーランド	ニュージーランド環境チョイス	ニュージーランド エコラベリング トラスト（NZET）	複写機、プリンタ	2004年	238機種
	タイ	グリーンラベル	タイ環境研究所（TEI）	複写機、プリンタ	2014年	－
	台湾	グリーンマーク	環境発展財団（EDF）	－	相互認証の基本契約を締結し、運用に向け協議を継続	
	北米（カナダ）	エコロゴ	UL Environment, Inc.	－	相互認証協定を締結し、運用に向け協議を継続	
	ドイツ	ブルーエンジェル	ドイツ連邦環境・自然保護・原子力安全省（BMUB）、ドイツ連邦環境庁（UBA）、ドイツ品質保証・表示協会（RAL gGmbH）	－	相互認証協定を締結し、運用に向け協議を継続	

環境に配慮した商品・サービスの市場拡大に向けて

環境に配慮した商品・サービスが市場に浸透していくためには、供給サイドの企業と需要サイドの消費者の取り組みが不可欠です。すなわち、環境負荷の少ない商品等の開発・販売に向けた取り組みと、環境配慮商品を積極的に選択・購入する消費行動の両方が広がり、深化していくことが必要であり、両者をつなぐツールとして、第三者認証の環境ラベルであるエコマークは重要な役割を担っています。

エコマーク事務局では、ウェブサイトやニューズレター、イベント等を通じた情報発信のほか、おおさかATC グリーンエコプラザ「エコマークゾーン」における新規認定商品の展示、「エコマークアワード」による表彰など、さまざまな媒体、機会を活用しエコマークおよびエコマーク認定商品の認知度向上に努めています。

より多くの企業の皆様が、環境に配慮した商品・サービスの開発・販売に取り組まれ、エコマーク認定取得を通じて持続可能な社会の構築に貢献されるとともに、環境の視点に立った事業活動の拡充に結びつけられることを期待しております。

おおさかATC グリーンエコプラザ「エコマークゾーン」

公益財団法人日本環境協会　エコマーク事務局

〒103-0002 東京都中央区日本橋馬喰町1-4-16 馬喰町第一ビル9F
ウェブサイト http://www.ecomark.jp　E-mail info@ecomark.jp

基準・認証課　TEL：03-5643-6253　FAX：03-5643-6257
総務・契約監査課　普及・国際協力課
TEL：03-5643-6255　FAX：03-5643-6257

エコマークは（公財）日本環境協会の登録商標です。