

エコマーク認定取得による マーケティング効果



- エコマークの基本データ
- 環境ラベルによる3つのマーケティング効果
- エコマークの認知度／信頼度
- エコマークのマーケティング効果

商品の環境ブランディング

企業価値の向上

事業機会の拡大

公益財団法人日本環境協会
エコマーク事務局

■ エコマークの基本データ

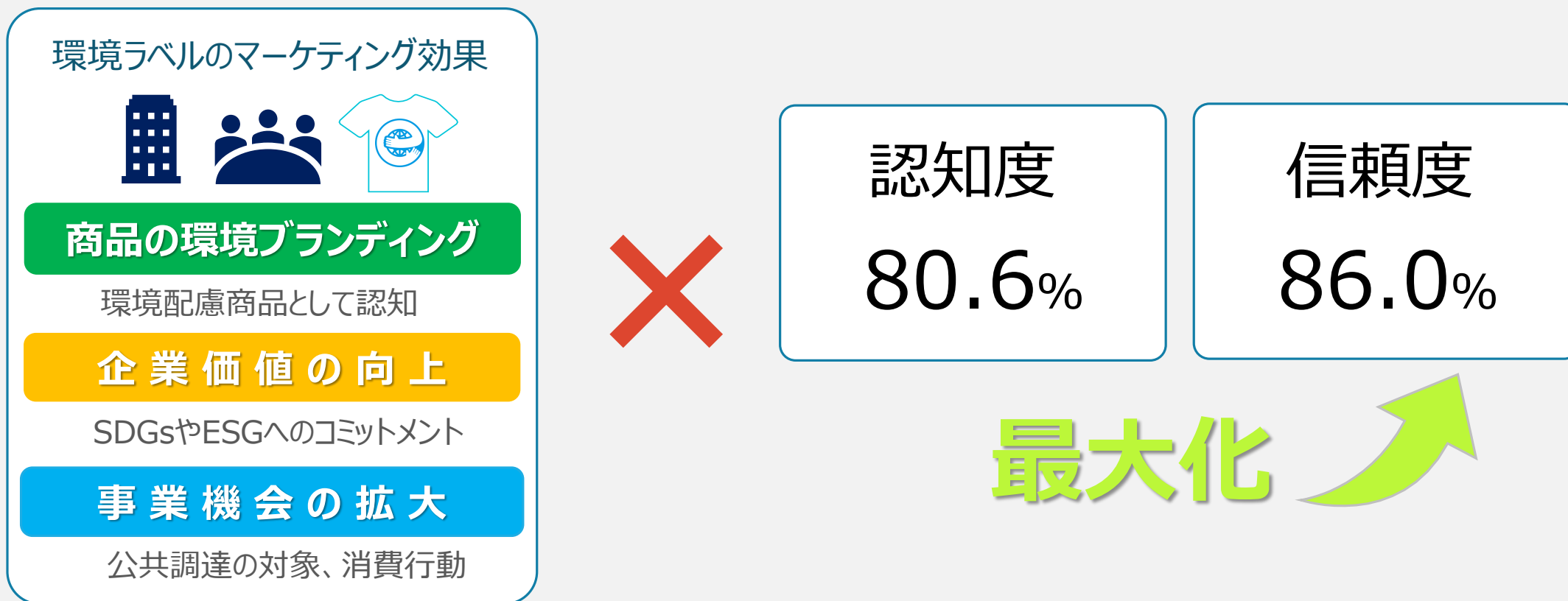
- ・1989年（平成元年）開始
- ・日本で唯一のタイプ I 環境ラベル（ISO14024）
- ・文具、日用品、電子機器、繊維、土木・建築など71分野が対象
- ・44,693商品を認定（1,344社）（2021年10月現在）
- ・2014年の1年間に市場に投入されたエコマーク認定商品の、
それらのライフサイクルにおけるCO₂削減効果 = 合計 約101 万tCO₂（推計）※
- ・世界エコラベリング・ネットワーク加盟（加盟36機関・54カ国/地域）
海外10機関・14カ国/地域のタイプ I 環境ラベルと相互認証を実施



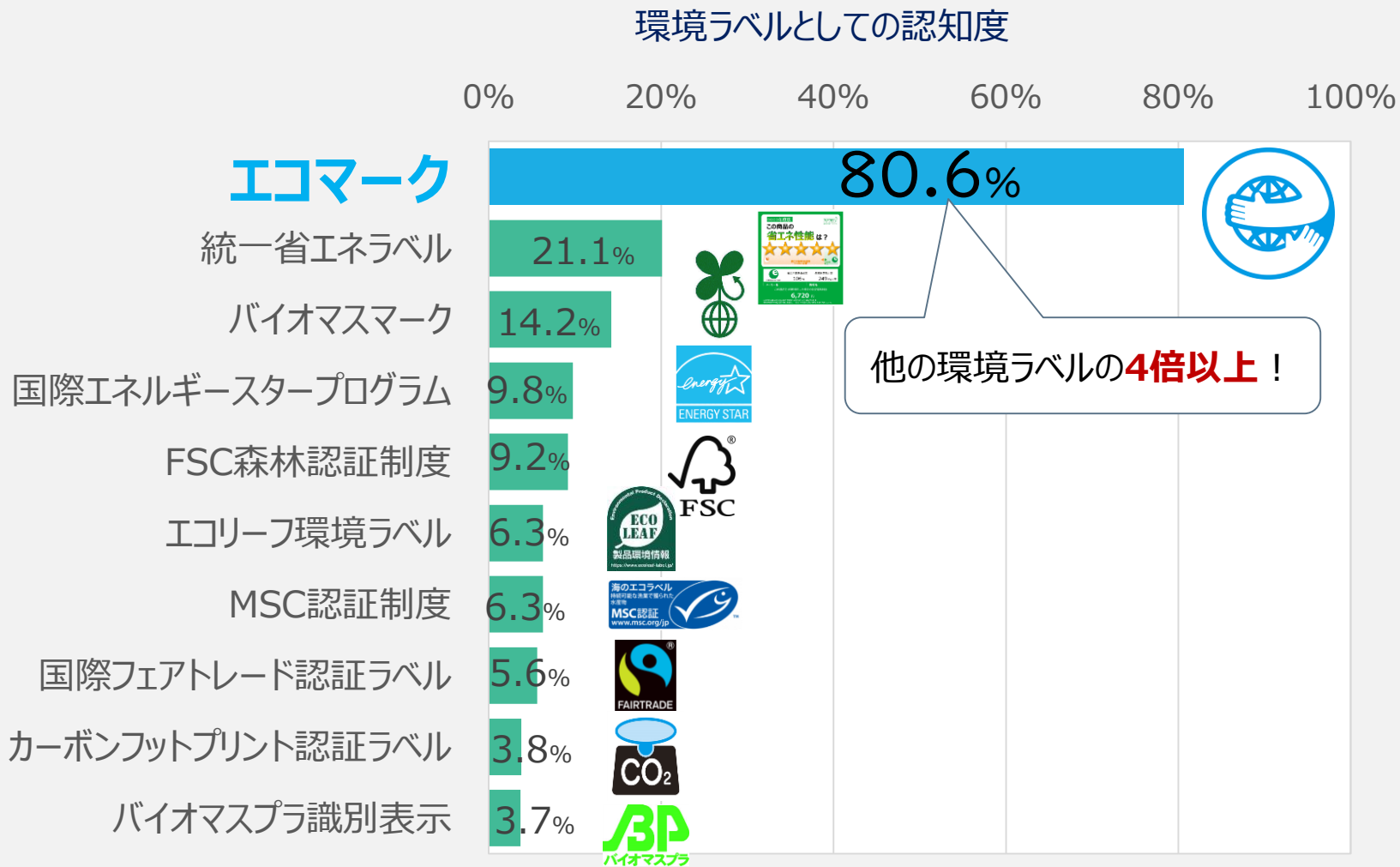
■ 環境ラベルによる 3つのマーケティング効果

環境ラベルは、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、ラベルを取得した企業自身のイメージアップや、事業機会の拡大等にもつながる側面を持っています。

その効果は、環境ラベルの**認知度**と**信頼度**により最大化されます。



■ エコマークの認知度/信頼度



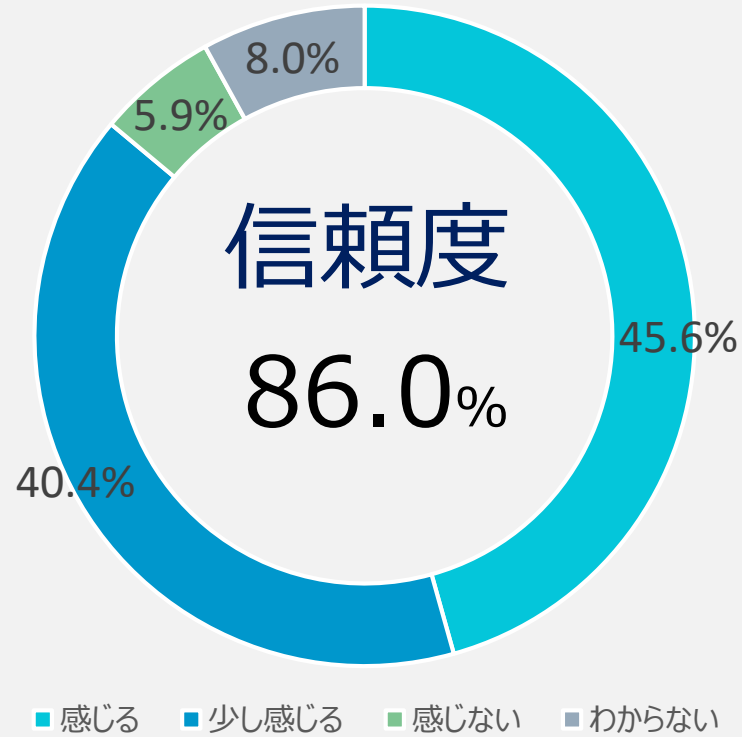
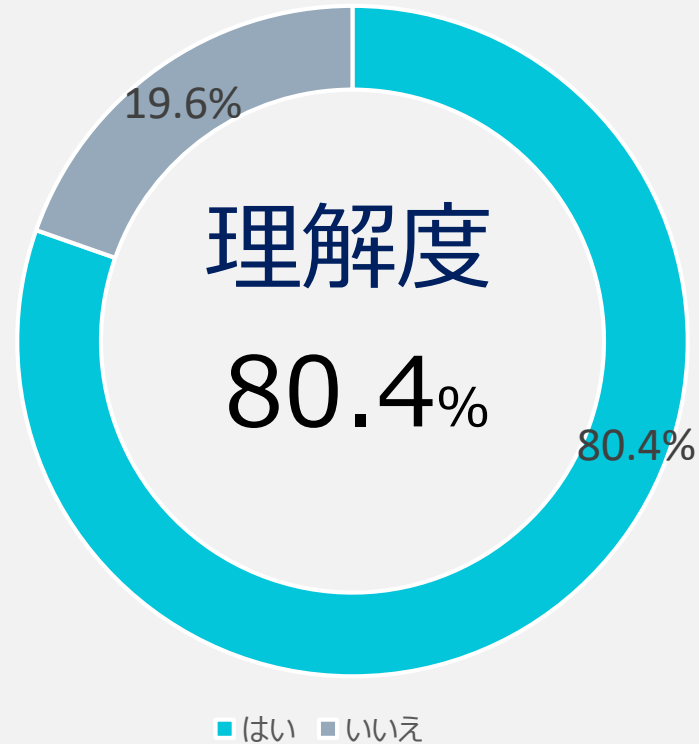
エコマークは**30年以上**にわたって認定を行ってきた実績により、環境ラベルとしての認知度を着実に高めてきました。

最新の調査でのエコマークの認知度は**8割以上**であり、他の環境ラベルと比べて**4倍以上**の認知度を誇っています。

さらに年代別においては、20～30代の**9割以上**がエコマークを知っています。

エコマークは環境のことを考えた製品やサービスにつけられるマークであることを知っているか？

エコマークがついていると、信頼できる機関から認定された商品であると感じるか？



消費者の**8割**が、エコマークが環境に配慮された商品につけられるマークであることを知っています。

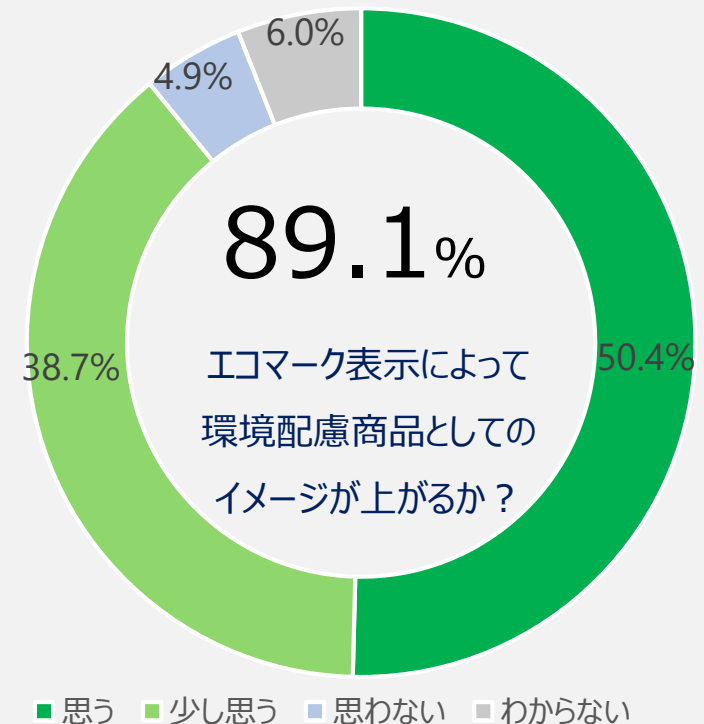
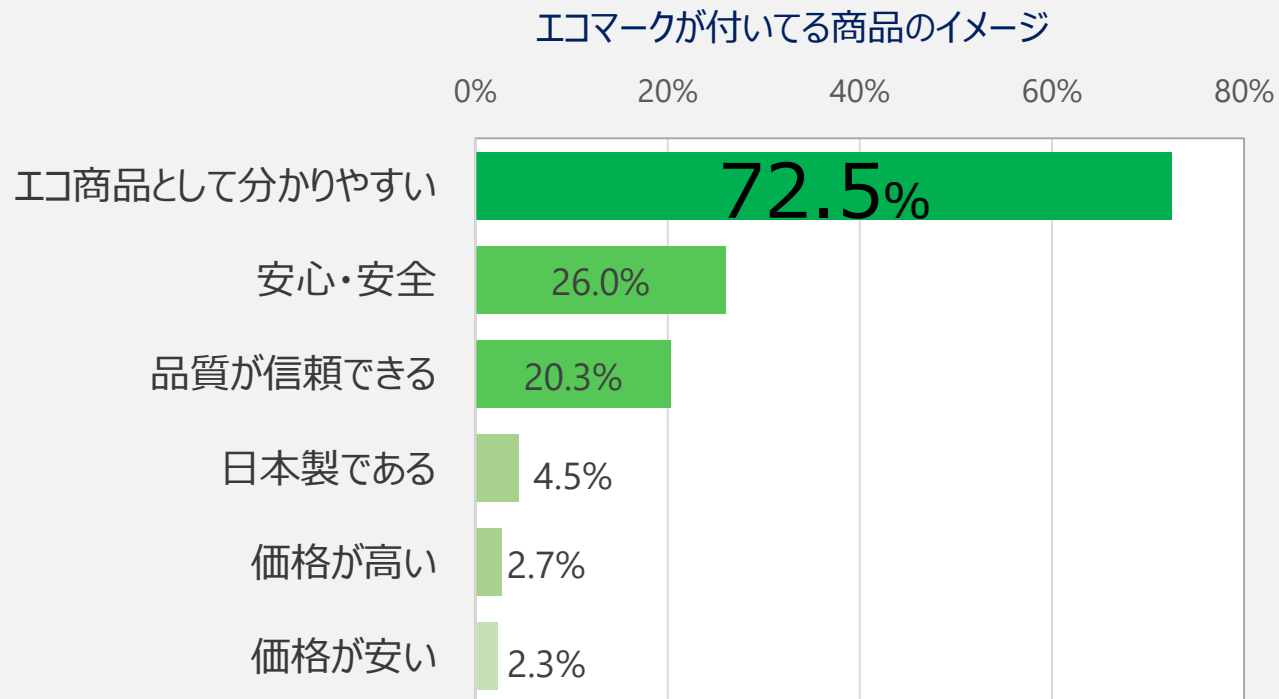
さらに、商品にエコマークが表示されていることで、消費者の**9割近く**が、信頼のおける機関から認定された商品だと感じると回答しています。

エコマークは環境ラベルとしての**認知度、理解度**および**信頼度の高いマーク**であることから、エコマークを取得することによって貴社の**環境配慮型商品のブランディングの確立**に役立てることができます。

■ エコマークのマーケティング効果

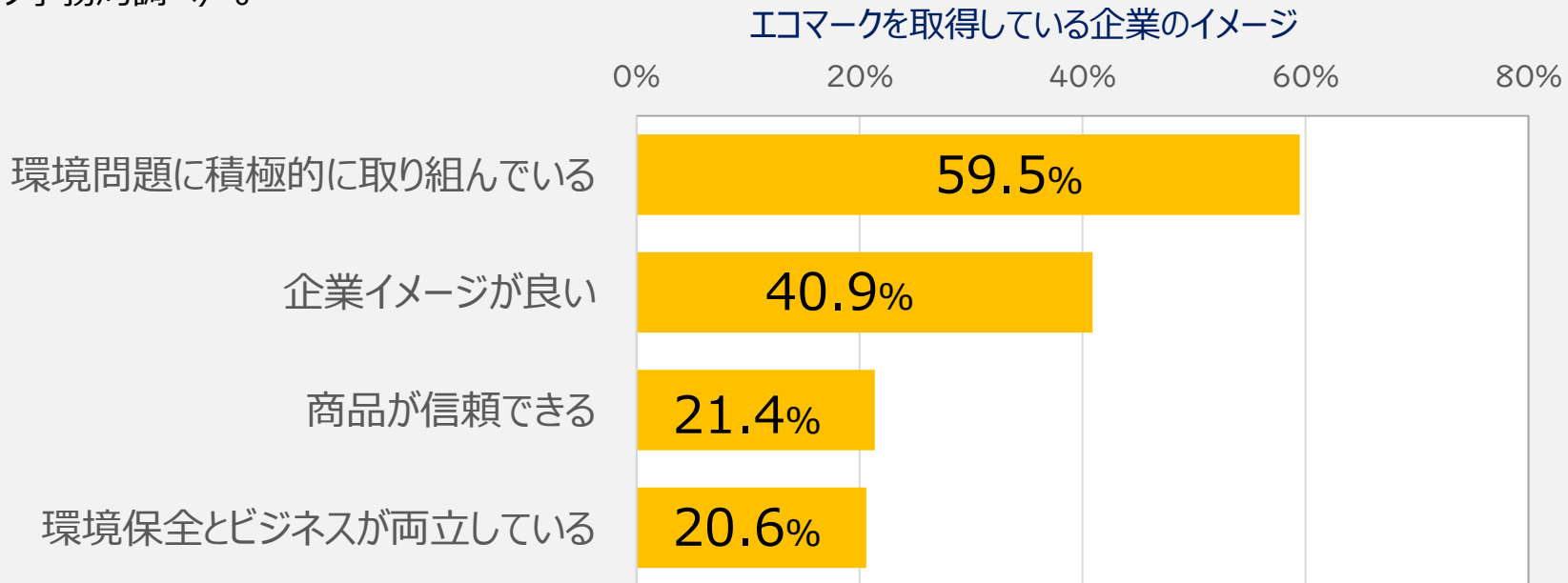
商品の環境ブランディング

- 商品にエコマークを表示することで、7割超が「エコ商品として分かりやすい」と回答。貴社の商品の環境ブランディングの確立にとっても効果的です。
- 認知度と信頼度の高いエコマークの表示は、エコマークが付いていない環境商品と比べるとイメージアップにも結びつきます。



企業価値の向上

- およそ約6割が、エコマークを取得している企業は、環境問題に積極的に取り組んでいるというイメージを持っています。
- 環境(E)、社会(S)、企業統治(G) に配慮している企業を重視するESG投資においても、環境認証の取得が評価されています。
- 2050年カーボンニュートラル、プラスチック資源循環に係る政策や新法の成立などを背景に、エコマークを新たに取得する企業が増えています。直近6カ月の新規企業数はコロナ禍前の2019年と比較して1.9倍となっています（2019年3月～8月までの同時期比較。エコマーク事務局調べ）。



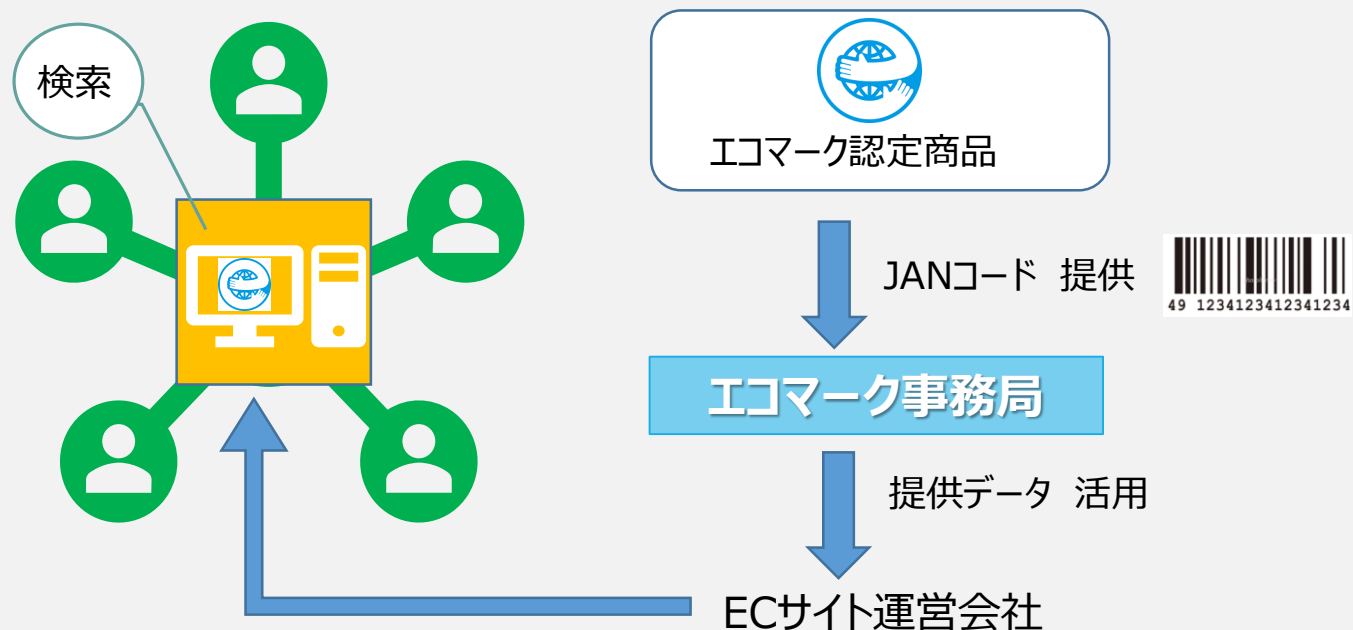
事業機会の拡大①

ECサイト×エコマーク

拡大するEC市場においても、エコマーク認定が効果を発揮します。経産省の調査によると、2019年の日本の BtoC-EC 市場規模は 19兆円を超えています（前年比 7.65%増）。コロナ禍を境に、さらに拡大が加速することが想定されます。

- エコマーク事務局から提供する認定情報は、JANコードを介して、**ECサイト事業者の製品ページ等と連携**されています。
- 製品の認定情報を最小の品番単位ごとにデータ提供できるのが、**エコマークの強み**です。

—ECサイトとの連携—

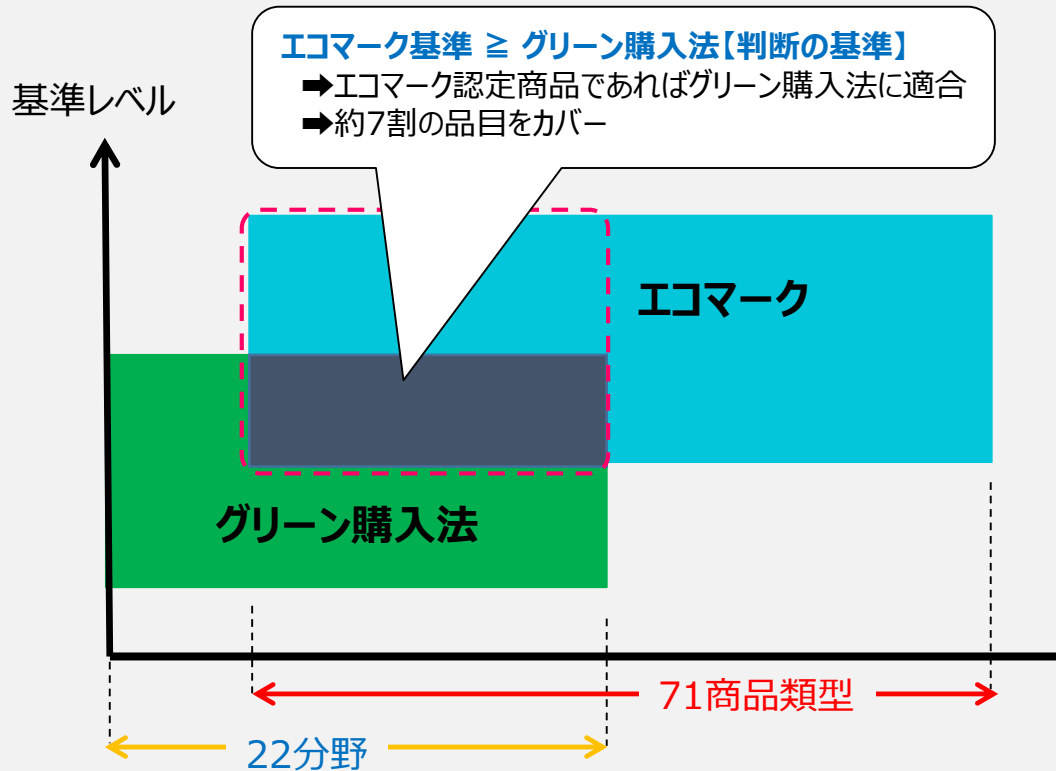


エコマーク事務局から提供のデータを
活用いただいている事業者

- アスクル株式会社 様
 - アマゾンジャパン合同会社 様
 - 株式会社カカクコム 様
 - 株式会社MonotaRO 様
 - プラス株式会社ジョインテックスカンパニー 様
- (五十音順、2021年10月現在)

事業機会の拡大② グリーン調達×エコマーク

- グリーン購入法※1【判断の基準】への適合可否の判断に、**エコマークが広く活用**※2,3されています。
- 調達者に貴社商品のグリーン購入法適合を**証明できるツール**として活用されています。
- プラスチック製ごみ袋等の品目において、**判断の基準の選択肢のひとつ**として記載されています。



「プラスチック製ごみ袋」の例

【判断の基準】

○次のいずれかの要件を満たすこと。

①次のア若しくはイのいずれかの要件並びにウ及びエの要件を満たすこと。

ア. 植物を原料とするプラスチックであって環境負荷低減効果が確認されたものが、プラスチック重量の25%以上使用されていること。

イ. 再生プラスチックがプラスチック重量の40%以上使用されていること。

ウ. 上記ア又はイに関する情報が表示されていること。

エ. プラスチックの添加物として充填剤を使用しないこと。

②エコマーク認定基準を満たすこと又はこれと同等のものであること。

参照：『環境物品等の調達の推進に関する基本方針』2021年2月(環境省)

※1グリーン購入法は、国等の機関が「判断の基準」に適合する物品等の調達目標を設定して調達を進め、実績を取りまとめて公表することを定めています。

※2エコマーク認定商品の一部には、例外的にグリーン購入法（判断の基準）に適合しないものもあります。

※3環境省「地方公共団体のグリーン購入に関するアンケート調査、令和2年度調査結果」

エコマーク取得相談/ お問合せ先

詳しい情報は、エコマークウェブサイトの
認定の対象分野、申請方法をご覧ください。



オンラインによるエコマーク取得相談

エコマーク取得に関するご相談など、エコマーク事務局員がパソコンによるオンラインでお答えします。お気軽にご利用ください。

詳しくは「[オンライン取得相談](#)」をご覧ください。



お問合せ

[基準・認証課] TEL03-5829-6284 e-mail : sinsei@ecomark.jp

エコマーク申請全般、新規商品類型提案、既存商品類型見直しについての提案

[事業推進課] TEL03-5829-6286 e-mail : kouhou@ecomark.jp

広報・取材協力、国際協力、GEN

[契約・監査課] TEL03-5829-6286 e-mail : keiyaku@ecomark.jp

エコマーク使用契約、使用料全般、不正使用等の防止、現地監査実施