

# 企業による自主的な環境ラベルの 仕組みの在り方<sup>1</sup>

---

中央大学 FLP 横山彰研究会 環境分科会

青木陽子 佐藤珠美 渡邊智

2009年12月

---

<sup>1</sup>本稿は、2009年12月12日、13日に開催される、ISFJ日本政策学生会議「政策フォーラム2009」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては、横山彰教授（中央大学）をはじめ、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

## 要約

本論文で主張することは、企業による自主的な環境ラベルの自主基準ならでの可能性が、環境ラベルの目的の達成に活かされるための、仕組みの在り方である。その仕組みの在り方とは、「自主基準の見直しが目標の設定と目標設定の継続と連動する仕組み」を企業が取り入れるということである。

ここで、活かされるべき自主基準ならでの可能性を簡潔に述べると、  
「エコマークに該当しない商品類型を対象商品にできること」  
「同一基準とは異なる環境性能のレベルを評価できること」  
「環境性能の向上に即して商品に環境ラベルを表示できること」  
の3つである。

以上のことが私たち独自の分析で導き出した事柄であり、本論文で最も主張したい、企業による自主的な環境ラベルの仕組みの在り方である。

以下、章ごとの要約を記載する。

第一章では、まず、環境ラベルの必要性和、環境ラベルにはタイプⅠ・Ⅱ・Ⅲの3種類があることを述べる。アンケート結果から、消費者は製品購入の際、タイプⅡラベルより、タイプⅠラベルであるエコマークを参考にする割合が高いことが分かった。また、消費者と環境省が各企業で自主的に基準を定めるタイプⅡラベルに対し、同一の基準を求めていることが明らかになった。しかし、企業による自主的な環境ラベル(タイプⅡラベル)の特徴である自主基準を同一基準にすることが、本当に環境ラベルの目的を達成することにつながるのかということの問題意識とする。

第二章では、公的機関による、タイプⅡラベルに対する要求事項を述べる。続いて、エコマークと企業による自主的な環境ラベルの認定基準に関して比較を行い、自主基準ならでの可能性を導いた。しかし、自主基準の可能性を活かすためには、より環境負荷の低い商品を開発し製造する取り組みを企業が継続的に行うことが、前提条件となる。この前提条件を満たすために、企業の行動特性である、目標設定、目標の再設定の継続が必要であることを主張する。

第三章では、公的機関が定めているタイプⅡラベルの要求事項を、現行の企業による自主的な環境ラベルが満たしているかを、各企業のホームページを利用し調査する。この調査により、多くの、企業による自主的な環境ラベルがこの要求事項を満たしていることが明らかになった。

第四章では、企業による自主的な環境ラベルが自主基準であるがゆえの可能性を活かすための仕組みが、「判定基準の見直し」「目標の設定」「目標達成に向けた継続的な取り組み」の3項目を実施していることを前提として、分析する。その結果から私たちが重点を置いたことは次のとおりである。自主基準ならでの可能性を環境ラベルの目的に際して有効に活用するためには、企業が先の3項目を連動した仕組みを取り入れることが必要である、ということである。このことが本論文で最も主張することである。

最後の第5章では2つの政策提言を行う。1つ目は、第4章で主張した「判定基準の見直し、目標の設定、目標設定の継続の連動」という仕組みが、ほとんど実施されていないという現状を踏まえ、それを実施すべきであるという提言である。2つ目は、消費者のグリーン購入には環境

ラベルの情報提供が不可欠であるにもかかわらず、企業による自主的な環境ラベルの情報を複数の企業に渡って調査することは消費者にとって容易ではないという現状を踏まえて政策提言を行う。

## 目次

### はじめに

## 第1章 問題意識

- 第1節 グリーン購入法
- 第2節 環境ラベルの定義
- 第3節 環境ラベルの目的
- 第4節 国際標準化機構：ISO で設立された環境ラベル
- 第5節 タイプIIラベル(事業者の自己宣言による環境主張)とは
- 第6節 経済産業省による消費者アンケート
- 第7節 環境省による消費者アンケート
- 第8節 比較可能性について
- 第9節 問題意識

## 第2章 現状把握

- 第1節 公的機関による要求事項
  - 第1項 ISO14021 の要求事項
  - 第2項 「環境表示ガイドライン」の要求事項
- 第2節 エコマークの認定基準から見えるエコマークの限界と、その限界を超える可能性をもつ企業による自主的な環境ラベル
  - 第1項 エコマークの認定基準「商品類型」と統一の認定基準
  - 第2項 「エコマーク商品類型」の選定により生じる、環境優位性を示せない商品の存在
  - 第2項 同一基準から生じる、環境負荷低減への弊害
  - 第3項 企業による自主的な環境ラベルの可能性
- 第3節 本章のまとめ

## 第3章 第一分析

- 第1節 分析の概要
  - 第1項 分析の方向性
  - 第2項 分析方法
  - 第3項 分析する企業
  - 第4項 調査内容
- 第2節 調査結果
- 第3節 調査の考察
- 第4節 本章のまとめ

## 第4章 第二分析

- 第1節 分析の概要
  - 第1項 分析内容
  - 第2項 調査する企業
- 第2節 調査結果
- 第3節 第2分析の詳細と考察
- 第4節 見解と本分析の主張
- 第5節 本章のまとめ

## 第5章 政策提言

- 第1節 はじめに
- 第2節 政策提言① 自主基準をより有効にするための仕組み
- 第3節 政策提言② 環境省「環境ラベル等データベース」の活用
  - 第1項 環境ラベル等データベースの必要性
  - 第2項 データベースの概要
  - 第3項 データベースの問題点
  - 第4項 政策的インプリケーション
- 第4節 結論

## 先行論文・参考文献・データ出典

## 参考資料1、2

# はじめに

---

昨今、環境問題の解決への取り組みとして、企業の社会的責任(CSR)が重視されている。その中でも、メーカー企業では、CSR の取り組みとして環境配慮型商品の製造を行っている。博報堂 2008 年実施アンケート 1 では、「企業が『環境問題』に対応するための活動として、あなたが期待する項目をお選びください」という問いに対し、「環境に配慮した商品・サービスを製造・販売する」という回答が 88.5%で最も高い割合であり、その次に「商品を製造する際に環境に配慮する」が 78.9%となっている。このことから生活者は企業に対して環境商品・サービスや商品が環境に配慮されていることを求めていることが分かる。環境商品を消費者が購入する際の指標として環境ラベルがある。環境ラベルにはその仕組みの特徴の違いにより、タイプ I・II・III の 3 種類に分けられている。いずれの環境ラベルにせよ、企業がその製品やサービスが環境にどのような負荷をかけているかという情報を、環境負荷の少ない製品およびサービスが購買されることを期待して、消費者に開示し、市場経済の原則に則った継続的な環境改善を実現することが環境ラベルの目的である。

そこで、消費者がそれら環境ラベルを参考に商品選択を行っているかを消費者アンケートで見ると、タイプ II ラベルを利用している消費者は少なく、タイプ II ラベルに求めていることもタイプ II ラベルの自主基準を否定することになる同一基準を求めていることがわかった。また環境省も消費者と同様にタイプ II ラベルに対して同一の基準を設けることを求めている。このことから、タイプ II の主たる特徴である各企業の自主基準は、環境ラベルの目的を果たせないのだろうかという問題意識を持った。

そこで本論文では、タイプ II 環境ラベルを企業による自主的な環境ラベルと名付け、企業による自主的な環境ラベルならではの特徴を活かした意義を主張する。エコマークとの比較から、企業による自主的な環境ラベルの自主基準のメリットを導き出し、自主基準を活かす独自の仕組みを述べる。分析では各企業のラベルの仕組みを調査していき、その調査結果から政策提言を行う。

キーワード・・・タイプ II 環境ラベル、企業による自主的な環境ラベル、環境負荷の低減の継続、エコマーク、自主基準

---

1 博報堂2008年「環境に関する生活者の意識調査2008」18 歳以上男女 800 名(有効回答)、調査方法: Web サイト型アンケートより引用

# 第1章 問題意識

---

本章ではまず初めに、グリーン購入法によって企業と消費者に求められていることを見ていく。そしてグリーン購入の指標となる環境ラベルの概要を説明する。環境ラベルにはタイプⅠ・Ⅱ・Ⅲがある。その中でもタイプⅡ環境ラベルの特徴である自主基準に着目した。

## 第1節 グリーン購入法<sup>1</sup>

昨今企業に対し環境配慮型商品の製造が求められている。環境配慮型商品の購入に関して定められているグリーン購入法では、消費者と事業者(企業)に関して次のようなことが明記されている。

第5条では、事業者・国民は物品購入に際し、出来る限り環境物品を選択(一般的義務)と明記されている。一方、第12条では物品の製造、輸入若しくは販売又は役務の提供の事業を行う者は、当該物品の購入者等に対し、当該物品等に係る環境への負荷の把握のため必要な情報を適切な方法により提供するよう努めるものとする。<sup>2</sup>

つまり消費者と事業者に求められるのは以下のことである。

消費者 商品選択の際に出来る限り環境配慮型商品購入すること。

企業 消費者に商品の適切な環境情報を提供すること。

## 第2節 環境ラベルの定義

グリーン購入法で求められる商品の環境情報を示す手段には環境ラベルがある。

環境省は環境ラベルの定義を次のように定義している。

「環境ラベルとは製品やサービスの環境側面について、製品や包装ラベル、製品説明書、技術報告、広告、広報などに書かれた文言、シンボルまたは図形・図表を通じて購入者に伝達するもの。」

環境省はこのように定義しているが、本論文では、サービスに関しては扱わず、製品に関して扱っていく。また環境ラベルには文言や図形・図表なども含むが、私たちの研究対象はロゴマークとする。

---

<sup>1</sup> グリーン購入法：国等による環境物品等の調達等の推進等に関する法律。平成12年5月24日に成立し、同月31日に公布され、平成13年4月1日から全面施行

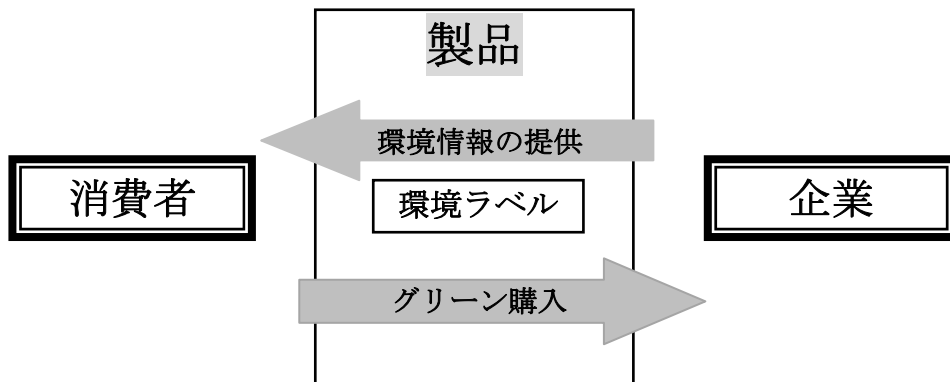
<sup>2</sup> グリーン購入法第5条・第12条 参考

### 第3節 環境ラベルの目的

次に環境ラベルの目的を説明する。JIS Q 14020 環境ラベル及び宣言—一般原則—では環境ラベルの目的を次のように定めている。「環境ラベルおよび宣言が全体としてめざすところは、製品およびサービスの側面に関して検証可能で、正確で、誤解を招かない情報のコミュニケーションを通じて、環境負荷の少ない製品およびサービスの需要と供給を促進し、それによって、市場主導の継続的な環境改善を喚起することである。」<sup>1</sup>

つまり、環境ラベルの目的は企業がその製品やサービスが環境にどのような負荷をかけているかという情報を、環境負荷の少ない製品およびサービスが購買されることを期待して、消費者に開示し、市場経済の原則に則った継続的な環境改善を実現するためのものであるといえる。

【消費者と企業との、製品を通じた環境ラベルの目的】



【図 1-1】 出典；赤堀勝彦 2007 より筆者作成

<sup>1</sup> JIS Q 14020 環境ラベル及び宣言—一般原則—より引用



## 第4節 国際標準化機構：ISO<sup>1</sup>で設立された環境ラベル

環境ラベルは、ISO(国際標準化機構)のISO14020 番台の規格で設立されており、タイプ I、II、IIIが定められている。<sup>2</sup>日本における環境ラベルはそれら ISO(JIS Q)規格を取得しているものは極一部であるが、タイプ別分類にあてはめることは可能である。

ここでは【表 1-1】で ISO14020 で規定される環境ラベルのタイプ分類、【表 1-2】では日本における代表的なタイプ別の環境ラベルに関して見ていく。

---

<sup>1</sup>国際標準化機構(ISO)：1947年、当時は18カ国で発足した組織で、国家間の製品やサービスの交換を助けるために、標準化活動の発展を促進すること、知的、科学的、技術的、そして経済的活動における国家間協力を発展させることを目的としている。中央事務局がスイスのジュネーブにある。

<sup>2</sup> それら環境ラベルのタイプの番号はその順でISO14024、ISO14021、ISO14025である。それらはいずれもそれらを基に作成したJIS(日本工業規格)Qがあり、JIS Q14020、タイプIのJIS Q14021には国際規格ISOにない事項も一部含んでいるが、それ以外は技術的内容及び規格表の様式を変更することなく作成されている。このことは、日本工業標準調査会(JISC)ホームページ(<http://www.jisc.go.jp/>)の「JIS検索」の該当箇所にある添付資料である『環境ラベル及び宣言一般原則』、『環境ラベル及び宣言タイプI 環境ラベル表示一般原則及び手続』、『環境ラベル及び宣言自己宣言による環境主張(タイプII 環境ラベル表示)』、『環境ラベル及び宣言タイプIII環境宣言一般原則及び手続』のそれぞれの序文の初めに記載されている。



【表 1-1】ISO14020 規格で規定される「環境ラベル及び宣言」のタイプ分類表

ISO における該当規格及び名称	特徴	内容	備考
ISO14020 環境ラベル及び宣言 一般原則	指導原則	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ISO14020 番台の他の規格（タイプ I、II、III）と共に使用することを要求</li> <li>・ 認証・登録のためには使用できない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1998 年 制定（2000 年に軽微な改定）</li> <li>・ 同内容の JIS Q 14020 を 1999 年に制定</li> </ul>
タイプ I ISO14024 環境ラベル表示 原則及び手続き	<u>第三者認証</u> による環境ラベル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第三者実施機関によって運営</li> <li>・ 製品分類と判定基準を実施機関が決める</li> <li>・ <u>事業者の申請に応じて審査して、マーク使用を許可</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同内容の JIS Q 14024 を 2000 年に制定</li> </ul>
タイプ II ISO14021 自己宣言による環境主張（タイプ II 環境ラベル表示）	<u>事業者等の自己宣言</u> による環境主張	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>自社基準への適合性を評価し</u>、製品の環境改善を市場に対して主張する</li> <li>・ 宣伝広告にも適用される</li> <li>・ 第三者による判断は入らない</li> <li>・ 製造業者、輸入業者、流通業者、小売業者、その他環境主張から利益を得るすべての人が行える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同内容の JIS Q 14021 を 2000 年に制定</li> </ul>
タイプ III ISO14025 環境宣言 原則及び手順	製品の環境負荷の <u>定量的データ</u> の表示	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 合格・不合格の判断はしない</li> <li>・ 定量的データのみ表示</li> <li>・ <u>判断は購買者に任せられる</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同内容の JIS Q 14025 を 2008 年に制定</li> </ul>

出典：環境省『環境表示ガイドライン』2007 より筆者作成

【表 1-1】に示した環境ラベルのタイプ分類より、日本におけるタイプ I とタイプ III の具体的事例を示す。タイプ I・II・III の比較をするために、それぞれの運営主体と審査手続を表記する。

**【表 1-2】 ISO(JIS Q)14020 規格「環境ラベル及び宣言」の各タイプの代表例の運営主体、審査手続に見られる特徴**

タイプ別	(1) 運営主体 (2) 審査手続
タイプ I の代表例 「エコマーク」 	(1) 日本で唯一 ISO14024 規格(タイプ I 環境ラベル)にあたるエコマークは、環境省所管の公益法人である(財)日本環境協会が運営主体であり、企業の申請に対して第三者の立場で審査・認定を行っている。 (2) エコマークの使用手続は、該当する商品タイプの確認→認定審査の申請→エコマーク審査委員会の審査→結果通知→エコマーク使用契約の締結、となっている。また、ISO 規格を取得していないものは多くあり、ごく少数を除いては運営主体が審査・認定を行っている。
タイプ II : 各企業の自主基準による環境ラベル	(1) 各企業 (2) 環境性能に対して企業が各々自主基準を設け、それに合致しているかの審査も自社で行い認定をしている。
タイプ III の代表例 「エコリーフ」 	(1) 日本で唯一 ISO14025 規格(タイプ III 環境宣言)を取得しているエコリーフは、経済産業省所管の公益法人である(社)産業環境管理協会が運営主体である。 (2) 製品分類別基準に基づいて企業から申請された LCA 手法の原案や補助書類の審査・認定を当局が行い、現地調査を実行し、エコリーフ事業室がそれらを審査・認定する。

出典：山本良一、山口光恒 2001 より筆者作成

表 1 と表 2 から、日本における環境ラベルのタイプ I と III は第三者機関の審査・認定が義務付けられていることがわかる。これに対して、タイプ II の自己宣言型環境ラベルは企業の自主基準による判断に任せられているものである

## 第5節 タイプⅡラベル(事業者等の自己宣言による環境主張)とは

タイプⅡ(ISO 14021/JIS Q 14021)は、「事業者等が製品やサービスの環境側面に関する情報を、自らの責任において宣言する際の国際標準」<sup>1</sup>の事を指す。タイプⅡは第三者による認定や認証を受ける必要がなく、主張内容は、すべて事業者の判断に委ねられている。具体的には、各事業者は、自社製品に対し、環境負荷の低減のための自社基準を設ける。そして、その適合性を自社で評価する。現在、市場にはタイプⅡに準拠した環境表示が多数存在しているが、現実には市場に出回る製品やサービスの中には、タイプⅡの企画に準拠しない事業者による環境表示も数多く存在する。

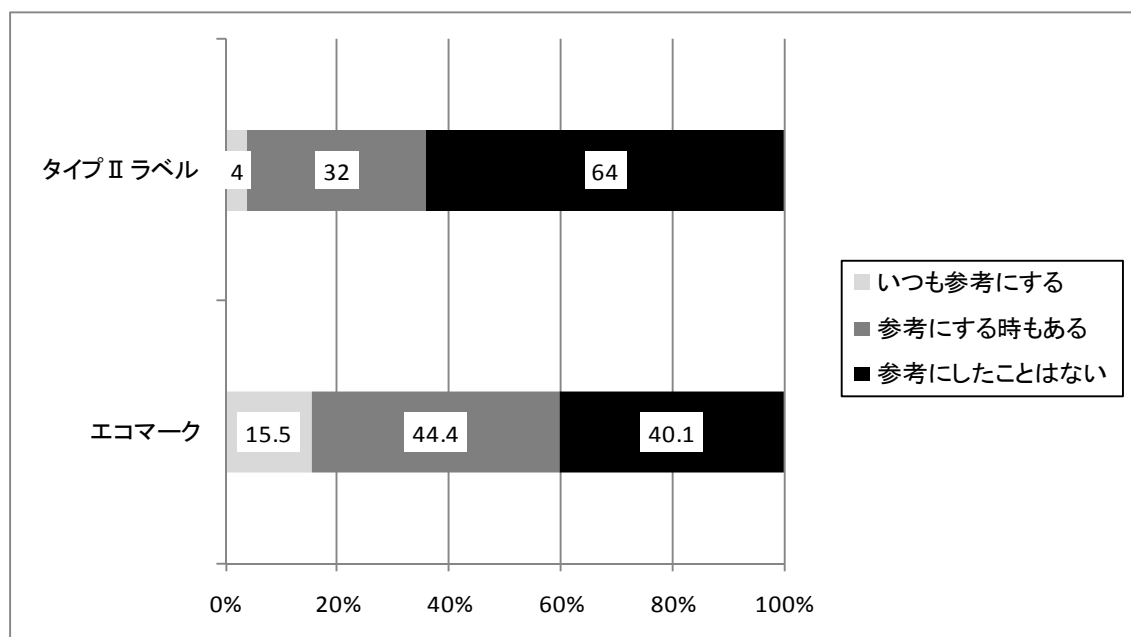
---

<sup>1</sup> 「環境表示ガイドライン」16頁より引用。

## 第6節 経済産業省による消費者アンケート

環境ラベルにはタイプⅠ・Ⅱ・Ⅲがあることを述べたが、消費者は環境ラベルを商品購入の際に参考にしているのだろうか。ここでは、経済産業省のアンケート1を用いて、タイプⅠラベルの代表例であるエコマークとタイプⅡラベルの製品購入の際の参考の有無の割合を比較する。

【図 1-2】 製品購入の際の参考の有無



経産省アンケート(2007)より筆者作成

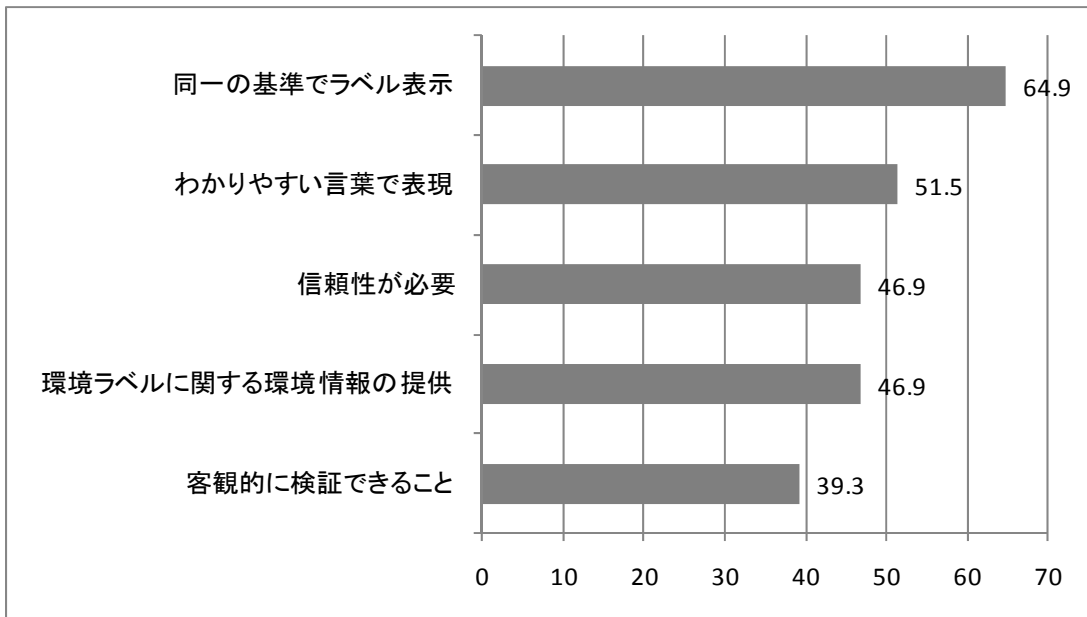
エコマークは「いつも参考にしている」、「参考にする時もある」という回答を合わせると59.9%となり、約6割の消費者がエコマークを商品購入の際に参考にしていることがわかる。一方、タイプⅡラベルは「いつも参考にしている」、「参考にする時もある」という回答を合わせても36%にとどまるという結果となった。このことから、エコマークとタイプⅡラベルでは商品購入の際の参考の有無に差があることが言える。

- ・ 1 経済産業省『平成18年度経済産業省委託調査報告書 製品の環境配慮情報提供の在り方に関する調査研究事業 報告書』の第2章「既存の製品環境情報提供スキームの分析・評価」
- ・ 回収数2000件、調査方法インターネット  
[khttp://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/data/research/h18fy/180605-3\\_jema-mri/](http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/data/research/h18fy/180605-3_jema-mri/)

## 第7節 環境省による消費者アンケート

先のアンケート結果はエコマークとタイプⅡラベルで商品購入の際の有無に差がみられた。では、消費者はタイプⅡをどのように捉えているのだろうか。ここでは、環境省によるアンケート1について見ていく。消費者アンケートの調査項目は、「環境ラベル(タイプⅡ)に求めること」となっている。

【図 1-3】 環境ラベル(タイプⅡ)に求めること(複数回答)



出典：『環境表示ガイドラインの策定経緯について』（2008）より筆者作成

このアンケートから消費者は、タイプⅡラベルに求めることは「同一の基準でラベル表示」という回答が最も高い割合となっている。

<sup>1</sup>環境省が2007年に全国4都市圏の30~40代の専業主婦、会社員等に調査したもので回収数は262となっている。アンケート結果に関しては、環境省(2007)『環境表示ガイドラインの策定経緯について』（<http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/guideline/mat01.pdf>）で詳しく見ることができる。

## 第8節 比較可能性について

環境省(2007)「環境表示ガイドライン」では、タイプⅡラベルに関して「将来的に他社製品との比較ができるよう基準を考慮する」という要求事項を掲げている。この要求事項を要約すると、次のようになる。タイプⅡラベルに準拠する限り、事業者は独自の基準やシンボルを設置し、それを用いて環境表示をすることが可能であるが、消費者の立場から考えた場合、より環境に配慮された製品やサービスの選択が容易に行えることが求められている。そのため将来的に比較ができるような取り組みとして、統一のラベル設定や事業者団体に基準の策定を行うなどの準備に着手する必要がある。なお、統一の基準や環境ラベルが設定されるまでの間は、可能な限り比較可能性を優先して基準を設定することが必要である。

このことから第7節の消費者アンケートの消費者の回答と同じように、環境省もタイプⅡラベルに関して統一のラベル設定や同一の基準を求めていることがわかる。

## 第9節 問題意識

消費者は、タイプⅡラベルに対し、「同一の基準でラベル表示」することを求めている。また環境省もタイプⅡラベルに対し、将来的には他社製品と比較できるような同一の基準を設けることを求めている。言い換えると、消費者や環境省は「環境性能に対して企業が各々自主基準を設ける」という、タイプⅡラベルの特徴を、タイプⅠラベルのように、商品ごとに同じ基準で評価するラベルに変えることを望んでいると言える。しかし、タイプⅡラベルを同一基準に変えるということは、タイプⅡラベルが各企業の自主基準による環境ラベルではなくなる事を意味している。つまり、消費者や環境省の要求を満たそうとすると、タイプⅡラベルの存在を全否定することになる。タイプⅠ・Ⅱ・Ⅲという3種類の環境ラベルは、ISO14020 番台の規格で定められた。ISO の規格で環境ラベルに3つの特徴を持たせ背景には、何か理由があるのではないか。つまり、タイプⅠ・Ⅱ・Ⅲそれぞれ全ての特徴が、環境ラベルの目的である、「企業がその製品やサービスが環境にどのような負荷をかけているか」という情報を、環境負荷の少ない製品およびサービスが購買されることを期待して、消費者に開示し、市場経済の原則に則った継続的な環境改善を実現する」ために必要なのではないかと考えた。そこで、本論文では、この様に考えるきっかけとなった消費者アンケートや環境省の要求を受けて、タイプⅡラベルとタイプⅠラベルに注目する。そして、タイプⅡラベルの唯一の特徴である各企業の自主基準をタイプⅠラベルのように同一基準に変えることが、環境ラベルの目的の達成に本当につながるのだろうか、という疑問を問題意識とした。尚、今回は、タイプⅡラベルが各企業の自主基準である事に注目する。そこで、本論文では、ISO の規格(ISO 14021/JIS Q 14021)に準拠している環境ラベル(タイプⅡラベル)だけでなく、ISO の規格に準拠していない企業による環境表示も含めることにする。そのため、以後両者をまとめて、「企業による自主的な環境ラベル」と呼ぶこととする。

## 第2章 現状把握

---

前章の問題意識では、企業による自主的な環境ラベルの自主基準が有効か否かを問いかけた。これを問う前に、企業による自主的な環境ラベルに対する要求事項として公的に定められたものが、どのような内容であるかを把握する必要がある。そこで、本章第1節ではそれに関して述べる。

つづく第2節以降では問題意識を受け、同一基準の代表例であるエコマークと、企業による自主的な環境ラベルとの比較を行っていく。

### 第1節 公的機関による要求事項

#### 第1項 ISO14021 の要求事項

第一章で環境ラベルのタイプⅠからⅢに関して ISO で規格化されていると述べた。では、タイプⅡラベルを定めた ISO14021 にはどのようなことが規定されているのだろうか。ここでは、社団法人産業環境管理協会(2001)「環境ラベル—一般原則&タイプⅠ,Ⅱ,Ⅲ—」を参考にする。

タイプⅡ環境ラベルは、第三者の認証なしに行う、環境自己宣言であるため「正確で誤解を与えるものでないこと」、「実証されており、検証が可能なこと」が強く要求されていると規格にもうたわれている。

また、曖昧で非具体的主張を行ってはならないとして「環境にやさしい」「環境に安全」「地球にやさしい」「汚染がない」「グリーン」「オゾンに優しい」などの環境主張はしてはならないとなっている。

そして自己宣言による環境主張は、検証可能で、検証を示す評価は、完全に書類化しなければならないとその書類は情報公開の責務があるとの旨もうたわれている。

#### 第2項 「環境表示ガイドライン」の要求事項

第1項に関連して、環境省(2007)「環境表示ガイドライン」では ISO14021 の要求事項を補う具体的な要求事項をまとめている。第三者機関による認証や選定を必要としないタイプⅡでは、情報の信頼性の確保が非常に重要な問題となっている。そのため自主基準を設定しそれに適合した製品やサービスに環境表示(環境ラベル)を行う場合は、少なくともその基準について詳細な情報が公開されていなければ消費者に納得することができない。特に、ロゴマークを用いて環境表示を行う場合は、自主基準への適合評価を正確に実施して宣言することが望まれる。



また情報公開の方法として、タイプⅡラベルに関する情報(自主基準、基準の項目等)を自社のウェブサイトやカタログ等に公表することが非常に重要となっている。

### 第3項 要求事項のまとめ

第1項と第2項からタイプⅡ環境ラベルは第三者機関の認証なしに行う自己宣言であるため情報が正確であることが重要な問題となっている。そして自主基準を公開する必要がある、その自主基準への適合評価を正確に実施することが望まれる。また情報の検証制度及び体制の構築が必要であり、消費者からの問い合わせに迅速に対応する必要がある。

## 第2節 エコマークの認定基準制度から見えるエコマークの限界と、その限界を超える可能性をもつ企業による自主的な環境ラベル

第一章において、消費者と環境省がタイプⅡ環境ラベルに対し同一基準を求めているという事が明らかになった。この現状を受け、第3節では、タイプⅡ環境ラベルを含む企業による自主的な環境ラベルを同一基準にすることは、環境ラベルの目的を果たすために無条件に有効なのか、同一基準には環境ラベルの目的を果たす際問題がないのか、を考察する。この考察のため、同一基準であるタイプⅠ環境ラベルの認定基準と、企業による自主的な環境ラベルの認定基準の比較を行う。また、ここでは、タイプⅠ環境ラベルの中でも、同一基準であるエコマークの認定基準を用いることにする。<sup>1</sup>

### 第1項 エコマークの認定基準「商品類型」と統一の認定基準

認定基準の比較に入る前に、エコマークの特徴的な認定基準の制定について、確認を行う。エコマークの認定基準の作成は、大きく分けて2段階となる。まず初めに「エコマーク商品類型」の選定を行い、その後商品類型ごとに「認定基準」の策定・制定を行う。「エコマーク商品類型」とは、商品の用途や特徴などによって分類されたカテゴリーの事であり、「エコマーク類型・基準制定委員会」において選定される。その後、その「商品類型」毎に、商品の全ライフステージ(資源採取、製造、流通、使用、廃棄、リサイクル)の環境負荷を考慮したうえで、認定基準が策定、制定される。そのため、エコマークの認定基準は、商品類型毎に同一の認定基準となっている。また、「商品類型」として選定された商品が、エコマーク付与の対象となる。<sup>2</sup>

<sup>1</sup> エコマークを比較の対象とした理由は、第1章6節のグラフから明らかな様に、消費者がタイプⅡラベルとは対照的に高い割合で、商品選択の際にエコマークを参考に行っているからである。

<sup>2</sup> 財団法人日本環境協会エコマーク事務局 HP、商品類型とは を参考・一部引用。

商品類型には制定から原則5年、最大7年間の有効期限が設定されている。通常有効期限日到来の約2年前に見直しを行い、「全面的な改定」「有効期限を持って終了」「有効期限の延長」を判断する手続きを行っている。

## 第2項 「エコマーク商品類型」の選定により生じる、環境優位性を示せない商品の存在

### 1. エコマークの役割を果たすために欠かせない「商品類型」

前述より、事業者が、エコマークを取得するためには、その事業者が取得したい商品が「エコマーク商品類型」に含まれていることが前提となる。つまり、「エコマーク商品類型」に現在含まれていない、家電製品・自動車・サービス等を商品としている事業者は、その商品に対しエコマークを取得することができないのである。このように、「エコマークの商品類型」数を有限にしているのには、次のような背景がある。エコマークの役割は、使用される消費者に信頼された上で、「環境優位性」を的確に伝え、事業者と消費者間のコミュニケーション手段となる事である。この役割をエコマークが的確に果たすためには、多くの「(人的)資源の投入や時間が必要」である。しかし、今日市場には膨大な種類の商品がある。そのため、限られた資源を用いて的確にその役割を果たし合理的に維持できる商品は有限であるとの立場をとり、エコマークでは有限の「商品類型」をもうけているのである。<sup>1</sup>つまり、有限の「商品類型」の存在は、エコマークの認定制度において欠かせないといえる。

### 2. 「商品類型」が生み出すエコマークの限界

「商品類型」は、エコマークがその役割を果たすために欠かせない。しかし、その有限性は、エコマークで環境優位性を消費者に示すことができない商品が市場に存在してしまうという、エコマーク制度の限界も同時に生み出す。この限界を受け、エコマーク事務局は、商品類型は固定的ではなく、社会情勢に応じて「柔軟性を持って選択し、見直していくことが重要」<sup>2</sup>であると考えている。そのため、商品類型には「制定から原則5年、最大7年間の有効期限」<sup>3</sup>がある。又、エコマーク事務局では、現時点で商品類型に含まれていない類型を、取り込むための検討を行っている。例えば、「家電製品」が検討に上がっているが、「商品類型」に新たに取り入れるためには、まだ多くの問題点と解決すべき課題が存在する。エコマーク事務局(2006)において上がっている問題点を一部挙げる。

②複雑な機能・環境側面を有する製品であるため、1. エコマークという単一のラベリング制度によって、十分な情報提供が可能か疑問 2. 環境負荷低減を図る技術的アプローチが多様であり、認定基準として具体的な技術面の制約を行うことは、望ましくない。3. 環境性能の評価に高度な専門知識が要求される製品があるため、現在のエコマーク実施体制では、判断が困難。

③家電製品のうち、商品のモデルチェンジが激しい商品では、負担(認定基準の策定、マークの申し込み、審査に関わる提案者の負担)や時間的ずれの大きいマーク制度では、事業者としては対応しづらい。

④製品の環境配慮は自主的に実施されており、エコマークを取得する事業者にとってのメリットが不明確である。<sup>4</sup>

<sup>1</sup> エコマーク事務局(2006)「エコマーク商品類型の体系的整備」2頁 参考・一部引用

<sup>2</sup> エコマーク事務局(2006)「エコマーク商品類型の体系的整備」5頁より引用

<sup>3</sup> エコマーク事務局 HP 「商品類型とは」参考「エコマーク事業実施要領」より引用

<sup>4</sup> エコマーク事務局(2006)「エコマーク商品類型の体系的整備」15頁参考

これらの問題点に対し、対策が考えられている。②の問題点に関しては、審査制度・審査体制の変更し、製品の環境性能を評価する第三者機関や、大学の研究者のネットワークを設立し、専門家が評価に関与できる体制を整える事、③の問題点に関しては、審査制度・審査体制の変更し、認定基準の策定や審査等を迅速化する事が考えられている。<sup>1</sup>

### 3. 問題点を解決する方法 企業による自主的な環境ラベルを用いる

エコマーク事務局は、上記の問題点を、エコマークの審査制度・体制を変更する等の方法で改善し、家電製品をエコマークの対象商品に入れる事を検討している。しかし、エコマークで商品類型にすることが困難である「家電製品」には、企業による自主的な環境ラベルにその評価を任せるという方法を検討することも有効ではないかと考えた。なぜなら、これらの問題点は、企業による自主的なラベルを付与する場合には、自主基準であるために発生せず、寧ろ環境優位性を的確に示せると考えたからである。エコマーク事務局は②の問題点を製品の環境性能を評価する第三者機関や、大学の研究者のネットワークを設立し、専門家が評価に関与できる体制を整えるという方法で解決する案を提案している。しかし、その方法を実現するには多くのコストがかかると考えられる。また、③の問題点に対しては、審査制度・審査体制の変更し、認定基準の策定や審査等を迅速化するという方法を提案しているが、頻繁に生じるモデルチェンジに的確に対応するには、エコマーク事務局の負担が大きくなると考えられる。一方で、企業による自主的な環境ラベルは、各企業内で基準を設定し、企業内で評価するため、迅速に対応できる。またラベルを付与する商品について熟知しているのは、その商品を作成した企業であると考えられるため、企業はその商品を的正しく評価できると考えられる。更に、②の問題点は、エコマークのように同一の基準で評価すると、各企業により特徴のある環境負荷低減への取り組みを的確に評価できない。そのため②の問題点を解決するために、企業による自主的なラベルを用い、環境負荷の低減をした当事者である事業者が評価することで、各企業独自の環境優位性を評価し、消費者に伝えることができると考えた。よって、企業による自主的な環境ラベルは、エコマークによって生じるこれらの問題点を解消し、エコマークの商品類型から外れた商品を、的確に評価できるという可能性を持っているといえる。<sup>2</sup>

また、企業による自主的な環境ラベルのもう一つの可能性として考えられるのが、各企業のペースで、商品の環境負荷を低減し、それを消費者に示せるということである。

## 第3項 同一基準から生じる、環境負荷低減への弊害

### ① エコマーク「同一基準」のメリット

先に述べたように、エコマークでは、商品の全ライフステージの環境負荷を考慮し、商品類型毎に同一の認定基準を用いている。そのため、各商品類型に適した、総合的な環境優位性を示すことが、エコマークにより可能であるといえる。また、商品毎の環境性能の比較が企業間で可能なため、消費者がより環境負荷の低い商品を比較しながら選択することが容易である。そのため、エコマークの特徴の一つである同一基準は、事業者と消費者のコミュニケーションを円滑にしていると考えられる。

### ② 同一基準の弊害

<sup>1</sup> エコマーク事務局(2006)「エコマーク商品類型の体系的整備」20頁参考

<sup>2</sup> エコマーク事務局(2006)「エコマーク商品類型の体系的整備」20頁参考

前述のように、同一基準のエコマークは、総合的な環境優位性を示す事が出来、消費者のグリーン購入を容易にする可能性を持つ。しかし、同一基準の環境ラベルのみにすると、二つの弊害を生み出すのではないかと考えた。

一つ目は、消費者が本当のグリーン購入(商品選択の際に出来る限り環境配慮型商品購入すること)をすることができない状況に置かれるという弊害である。同一基準である場合、その基準より高い基準に該当する製品と、その基準より低い基準に該当するを評価ができない。竹濱(2003)によると、「パソコン、プリンタ、コピー機の分野では、ほとんどの製品がグリーン購入法適合基準および国際エネルギー・プログラム基準に適合しているため、これらの基準によって、自社製品を競合製品から差別化することは困難となっている。一方、この製品分野のエコマークの認定基準は厳しいため、認定を得ることは容易ではなく、エコマークの認定機種は市販製品の一部にとどまっている。」<sup>1</sup>と述べられている。つまり、パソコン、プリンタ、コピー機の分野では、グリーン購入法および国際エネルギー・プログラムの基準と、エコマークの基準の間に該当する商品を、環境ラベルで評価することができないのである。同一の基準のラベルは、一度基準を決めたら、市場に存在する多種多様な商品を、その一定の基準で評価する。パソコン等の分野では「エコマークの認定基準は厳しい」ため、エコマークにより、多様な商品存在する市場で、より厳しい基準をクリアした環境負荷の低い商品を示す事が出来る。しかし、商品類型ごとに、同一の基準であるため、その時同時に存在する、エコマークの基準にギリギリ届かなかった商品や、エコマークの基準以上の環境優位性を持つ製品の評価をすることができないのである。

例えば、消費者の目に触れる店頭において、グリーン購入法適合基準を軽々と認定しエコマークの基準にギリギリ届かなかった商品 A と、グリーン購入法適合基準をギリギリ満たし、エコマーク基準には程遠い商品 B は、環境優位性の観点で見分けがつかない。又、エコマーク基準をギリギリ満たしエコマークを認定された商品と、エコマーク基準を遥かに超える環境優位性を持ちエコマークを認定した商品も、消費者は見分けることができない。

つまり、同一基準の環境ラベル(エコマークとグリーン購入法適合基準、国際エネルギー・プログラム)のみでは、消費者が、グリーン購入できないという事を示している。又、パソコン、プリンタ、コピー機の分野に限らず、他の商品においても、このような問題は生じると考えられる。

二つ目は、企業が、より環境負荷の低い商品を開発し製造する意欲を削ぐ可能性があるという弊害である。

エコマークの場合は統一基準であるため、企業がある自社商品に一度ラベルを取得すると、さらにその商品の環境負荷を低減しても、エコマークの基準がより高く改定されるまで、その負荷の低減は評価されない。エコマークは商品類型設定から3年後に認定基準の見直しを行うため、3年以内負荷の低減を行っても、その実績を環境ラベルで評価し、消費者に示す事が出来ない。よって、企業の環境負荷の低減行動に、メリットが生じなくなるため、企業が環境負荷を低減できても低減しないという状況が発生する可能性が予想できる。

### 3. 企業による自主的な環境ラベルの可能性～消費者がグリーン購入をよりし易くするために～

上記の2つの弊害を解決するために、自主基準である企業による自主的な環境ラベルの存在は有効であると考えた。

一つ目は、より低い基準とより高い基準の間に該当する環境優位性を持つ商品と、より高い基準以上の環境優位性を持つ商品を、各企業の自主基準により評価することで、解消することにある。竹濱(2003)によると、「多くの場合、各社の自主基準ラベルの判定基準は、グリーン購入法基準および国際エネルギー・プログラム基準より厳しいが、エコー

<sup>1</sup>(2003年) 竹濱朝美「タイプⅡ環境ラベルによる自己適合宣言の課題」『立命館産業社会論集』55頁より引用

ク基準と同等,あるいはエコマーク基準よりやさしい難易度で設定している」と述べている。<sup>1</sup>より低い基準の環境ラベル(グリーン購入法基準および国際エネルギー・プログラム)と、より高い基準の環境ラベル(エコマーク)の間に位置する製品を製造している企業は、企業による自主的な環境ラベルを用いて、自社製品評価している。つまり、パソコン、プリンタ、コピー機を商品としている企業は、企業による自主的な環境ラベルを用いて、商品の評価することで、前述のような、消費者がグリーン購入を不可能にする状況を防いでいるといえる。

二つ目は、企業による自主的な環境ラベルは、各企業が自主的に商品に付けるラベルであるため、商品の環境負荷低減をすぐにラベルに反映させることで解消できる。商品の環境負荷低減を行えた度に、それを消費者に示す事が出来るため、環境負荷を低減するメリットが企業に生じる。よって、企業による自主的な環境ラベルによって、企業が継続的に商品の環境負荷低減を行う可能性を期待できるといえる。

## 第4項 企業による自主的な環境ラベルの可能性

### 1. 3つの可能性 環境ラベルの目的達成を補完する

前節で、同一基準のエコマークとの比較により、企業による自主的なラベルが自主基準であるがゆえに生まれる可能性について述べた。その可能性を整理すると、以下の3つとなる。一つ目は、「エコマーク商品類型」に該当しない商品を環境ラベルで評価できること、二つ目は、同一基準とは異なる環境性能のレベルを評価できるため、消費者が本当のグリーン購入を行えること、3つ目は、企業の環境に配慮した商品開発すぐに評価できるため、企業が、継続的に環境に配慮した商品を開発し製造する可能性を期待できるということ、である。これら3つの可能性により、消費者がより多くの商品の環境性能の情報を知り、より環境負荷の低い商品を選択できるようになる事を期待できる。そのため、自主基準の可能性は、環境ラベルの目的をよりの確に果たすために必要不可欠であると考えた。

### 2. 自主基準の可能性を活かすために 企業の行動特性を用いる

これら3つの自主基準の可能性を活かすためには、より環境負荷の低い商品を開発し製造する取り組みを、企業が継続的に行うことが前提条件となる。なぜなら、自主基準の可能性は、この前提条件を満たすことで、ようやく環境ラベルの目的を達成できるからである。その前提条件を企業が満たすためには、企業のどのような行動特性を活かしたら良いだろうか。ここでは、利益のために、目標を立て、目標達成を目指し、次年度に向け目標の再設定を行うという企業の行動に注目した。企業について、デジタル大辞泉によると、「営利を目的として、継続的に生産・販売・サービスなどの経済活動を営む組織体。」と説明されている。つまり、企業は「営利を目的として」、経済活動を「継続的に」行っている。企業が経営を続けていくためには、利益を生み出すことが必要不可欠である。そのため、どの企業も、毎年売上目標を立て、目標達成を目指し、その達成具合を考慮し次年度に向け目標の再設定を行うという行動を、継続的に行っている事が考えられる。そこで、このような、目標を立て、目標達成を目指し、次年度に向け目標の再設定を行うという、企業の行動特性を、商品の環境負荷低減の継続的な取り組みに用いることを考えた。というのは、これにより企業が環境負荷の低い商品を開発し製造する取り組みを継続的に行うことができ、前提条件を満たす事が可能になることを期待できる、と考えたからである。よって、目標設定、目標再設

<sup>1</sup>竹濱朝美(2003)「タイプII環境ラベルによる自己適合宣言の課題」『立命館産業社会論集』55頁より引用

定、これらの継続的な取り組みという、企業の行動特性を用いることで、企業による自主的な環境ラベルの自主基準の可能性を活かすことができると言える。

### 第3節 本章のまとめ

第 1 節では、企業による自主的な環境ラベルに求められる事項を把握した。この要求事項が満たされていないならば、企業による自主的な環境ラベルは有効に機能しないだろう。

続く第 2 節から第 4 節では、消費者や環境省に求められるのが同一基準であることに対して、エコマークとの比較を行った。それを通して、企業による自主的な環境ラベルならではの自主基準の可能性が期待できることが分かった。そして自主基準を活かすためには企業が目標を立てることが有効であると考えた。

そこで分析では公的機関による要求事項と、自主基準を活かした取り組みが、現行の企業による自主的な環境ラベルに取り入れられているかを調査する必要があると考えた。

## 第3章 第一分析

---

### 第1節 分析の概要

#### 第1項 分析の方向性

本章の分析は、企業による自主的な環境ラベルに対する公的機関が定めた要求事項が、現状では満たされているかを把握する目的で行う。既存の、企業による自主的な環境ラベルがどのような仕組みで実施されているかを調査して考察する。具体的には 2 種類の調査を行う。

1 つ目は、現状把握で分かった、企業による自主的な環境ラベルに対する要求事項と先行研究による主張を踏まえて考察し、企業による自主的な環境ラベルに取り込まれるべき項目を設定する。そしてそれが実際に取り組まれているかを調査する。具体的な調査項目は後に示す。

#### 第2項 分析方法

分析方法は、各企業のホームページを参照して行うこととする。これは、近年インターネット普及率が高まりつつある現状を把握したためである。「インターネット普及率の推移」<sup>1</sup>は 2008 年末では世帯数の 91.1%となっている。このことから、現在日本人の多くは、インターネットを利用できる状況下にあると言える。

そこで私たちは、企業による自主的な環境ラベルの情報を見る媒体として、消費者が見ることが可能なものに対して情報提供すべきであると考えたため各企業のホームページを調査対象とした。<sup>2</sup>環境報告書は、企業によっては発行していないため、どの企業も作成して

---

<sup>1</sup> 出典) 総務省 情報通信統計データベース「インターネット」  
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/field/tsuushin01.html>

平成 18 年度末からは、『「自宅」で「パソコン」を使ってインターネットを利用したことがある人が少なくとも一人いる世帯にお尋ねします』又は、『インターネットを利用したことがある人が少なくとも 1 人はいる世帯にお尋ねします』と設問分において回答者を限定した設問に回答した世帯の割合

<sup>2</sup> なお、その中で公正を保つため、各企業のホームページを調査対象とする。ここで留意しておくべきことは、調査するいずれの項目も、各企業が実施しているか否かに関わらず、ホームページ上に記載がない場合は、私たちが把握する対象外とする。従って、後に示す調査結果は、

いたホームページであれば、公平に情報が見られることもあり、そのように決めた。尚、環境報告書をホームページに記載している場合は、そちらも参照する。

### 第3項 分析する企業

分析する、企業による自主的な環境ラベルの範囲を説明する。

私たちが分析の範囲としたものは、環境省による「環境ラベル等データベース」に記載されているロゴマークと、先行研究である竹濱朝美氏が研究対象としたロゴマークの計 23 個である。以下にそのロゴマークを策定している企業を記載する。

【企業名】（「株式会社」略、50 音順）

- イケン技研
- INAX
- 内田洋行
- NEC(日本電気株式会社)
- エプソン
- 岡村製作所
- キヤノン
- キングジム
- コクヨ
- 三洋電機
- シャープ
- セイコーインスツル
- ゼブラ
- ダイドーリミテッド、ニッケ、大東紡織(この 3 社は、共同で 1 つの環境ラベルを策定している。)
- 東芝
- TOTO
- 凸版印刷
- パナソニック
- 日立製作所
- 富士通
- ブラザー工業
- ペンてる
- リコー

---

ホームページ上で記載があったものに限っているので、実際に企業が行っていないということを意味しない。



## 第4項 調査内容

第一分析では、企業による自主的な環境ラベルに対する公的な要求事項が満たされているのかを把握するため、第2章の2節3項を参考にして調査項目を設定した。

第2章の第1節の第3項内容は、「ISO14021 と環境省の要求事項からタイプII環境ラベルは第三者機関の認証なしに行う自己宣言であるため情報が正確であることが重要な問題となっている。そして自主基準を公開する必要がある、その自主基準への適合評価を正確に実施することが望まれる。また情報の検証制度及び体制の構築が必要であり、消費者からの問い合わせに迅速に対応する必要がある。」である。この内容を踏まえて私たちが設定した調査項目は以下になる。

環境監査に関しては、情報の検証制度及び体制の構築の必要性から調査項目とした。調査したのは23企業の企業による自主的な環境ラベルについてである。

### 調査項目

- 判定基準が開示されているか
- 判定基準についての説明があるか
- 環境監査に関する記載はあるか
- 環境活動に関する問い合わせ先があるか
- 対象商品
- 制度概要

## 第2節 調査結果

調査結果の具体的内容は、本論文の末尾に参考資料(表1)として添付したので、そちらをご覧ください。幸いである。

各項目をまとめると次のようになる。今回は「あり」の企業に関してカウントした。

- 判定基準が開示されているか  
23社中20社
- 判定基準についての説明があるか  
23社中18社
- 環境監査に関する記載はあるか  
23社中21社 (環境監査には、ISO14001 認証の環境マネジメントシステム<sup>1</sup>がある場合を含める。)
- 環境活動に関する問い合わせ先があるか  
23社中16社

<sup>1</sup> ISO14001 認証の環境マネジメントシステムとは、ISO 認証規格の1つで、そのマネジメントの1つとして環境監査が行われている。これを実施している企業は、企業による自主的な環境ラベルに関する内部監査も外部監査もあるとみなす。

## 第3節 調査の考察

ISO14021 の要求事項や環境省の要求事項を参考にして調査を行ったが、大半の企業がこれらの項目を満たしていることが分かった。これらの項目を満たしているということは、ISO や環境省の望む、企業による自主的な環境ラベルを現状では企業が作成しているといえる。

次に、この結果の詳細を述べる。尚、番号は優先順位を意味しない。

### ① 判定基準の説明に関して

数字のとおり、多くの企業には判定基準の説明が記載されていた。しかし、判定基準の項目に数値基準を設けたり、自社の特定製品と比較したときの省エネ度の違いを記載したりしている企業もあれば、抽象的なことしか記載していないものも存在していることが分かった。環境表示ガイドラインや ISO14020 や 14021 ではどこまで詳細に説明を加えるべきなのかについては詳細がない。よって、要求事項は満たしていると言える。

### ② 環境監査に関して

自社の自主的な環境ラベルの環境情報に対する環境監査を実施している企業は、判定基準の説明を記載している数よりも多い。ここでいう環境監査とは、自社の社員で構成した環境監査専門のメンバーが行う内部監査や、他者の組織に依頼して実施される外部監査を共に含めている。

第1章第4節の[表 1-1]で、タイプⅡ環境ラベルは第3者の判断を入れないものであることを表記しているが、この調査から、タイプⅡ環境ラベルを含む企業による自主的な環境ラベルには、外部監査が実施されていることがあるということが分かった。内部と外部の監査のどちらの方が環境情報の正確さを証明できる、とはこの調査では言えない。いずれにせよ、環境監査の中身が公正を保つ仕組みであれば、企業による自主的な環境ラベルの情報は正確であると証明されえるものと言える。

### ③ 環境活動に関する問い合わせに関して

環境活動に関する問い合わせが無かった 5 社すべてについて、その企業の全体に対する問い合わせ先の記載はあった。なので、すべての企業に対し環境活動のこと、ここでは企業による自主的な環境ラベルのことを問い合わせることは可能である。ただ、その企業が大規模であればある程、「環境活動」に特化した対応部門が設置されていないと、環境活動に関する責任の度合いが低く、すぐに回答できるような体制が整っていないとも考えられる。しかし、調査した企業に関しては多くが特化した対応部門を持っているため、概ね問い合わせに関する要求事項を満たしていると言える。

## 第4節 本章のまとめ

ISO14021 の要求事項や環境省の要求事項を参考にして調査を行ったが、大半の企業がこれらの項目を満たしていることがわかった。中には要求事項を一部満たしていない企業があり、課題は残っている。しかし、あくまで少数であるので、ここでは特に問題視しない。それから、要求事項を満たした中で、その具体的な中身は企業によって異なっている。このことは企業に見られる特徴と位置づけられるので問題はない。つまり、現行の企業による自主的な環境ラベルの多くが、要求事項を満たしているので、ISO や環境省という公的機関によって認められるものだと判断できる。

## 第4章 第二分析

第一分析では、企業による自主的な環境ラベルに対する要求事項が満たされているかを調査した。そこでは、これらの企業のうちの多くがそれを満たしていることが分かったので、企業による自主的な環境ラベルの現状は、十分に機能し得る状態だと言える。それゆえに、企業による自主的な環境ラベルの自主基準の有効性について、ここで初めて分析条件が整ったと考えられる。

前章 2-5 で述べたとおり、企業による自主的な環境ラベルの自主基準が実際に有効に活用されているかを、本節で分析し考察する。

### 第1節 分析の概要

#### 第1項 分析内容

第 2 章第 4 節でまとめた、企業による自主的な環境ラベルの自主基準をより有効に活かすための仕組みは、「判定基準の見直し」、「目標の設定」、「目標設定の継続」の 3 つの事項である。

次の調査でこれらの事項、つまり、私たちの現状把握で独自に導いた、企業による自主的な環境ラベルの自主基準を活かした仕組みを、実際企業が取り入れているのかを把握する。

調査項目はこの仕組みをそのまま用いて、①判定基準の見直し、②目標の設定、③目標設定の継続とする。

本調査では、前章で判定基準があり、かつ、その判定基準の記載があった企業が判断材料となるので、該当する 17 社のラベルを調査対象とした。①は、ラベルの判定基準を見直したことがある企業は○、したことがない企業は×とした。②は、企業の自主的な環境ラベルに関して目標を設定している企業は○、していない企業は×と表記した。③は、今回現時点で目標を設定し、且過去に目標を設定したことがある企業を○とし、そうでない企業を×とした。過去に目標を設定したことがある企業は継続して今後も目標を設定する可能性が高いと考えたからである。調査結果は【表 3-1】にまとめた。

#### 第2項 調査する企業

【企業名】（「株式会社」略、50 音順）

イケン技研、INAX、NEC、エプソン、岡村製作所、キングジム、コクヨ、三洋電機、シャープ、セイコーインスツル、ダイドーリミテッド、東芝、TOTO、凸版印刷、富士通、日立製作所、リコー

## 第2節 調査結果【表 3-1】

企業名	環境ラベル	①判定基準の見直し	②目標の設定	③目標達成に向けた継続的取り組み
セイコーインスツル		○	○	○
TOTO		×	○	○
リコー		×	×	×
凸版印刷		×	○	×
イケン技研		×	×	×
ダイドーリミテッド		×	×	×
岡村製作所		○	○	○
INAX		×	×	×
富士通		○	○	○
三洋電機		○	○	○
NEC		○	○	○
東芝		○	○	○
コクヨ		○	○	○
エプソン		○	○	○
キングジム		×	×	×
シャープ		○	○	○
日立製作所		○	○	○

調査結果より筆者作成

### <○の企業>

- ① 判定基準の見直し  
18社中 10社
- ② 目標の設定  
18社中 12社
- ③ 目標に向けた継続的取り組み  
18社中 11社

第一分析の結果と比較すると、第二分析の調査項目を満たす企業が少ないことがわかる。また①・②・③すべて○の企業が 11社、すべて×の企業が 5社という結果になった。このことからこの 3項目が連動していることが伺える。

## 第3節 第二分析の詳細と考察

第二分析では企業により結果にばらつきが見えた。では、企業は具体的にラベルにどのような目標を設定し継続的に取り組んでいるのか、またそれが環境負荷の低減につながっているのかに関して第二分析の調査項目の具体的な内容を見て考察していく。

調査した結果は、本論文の最後に添付しているので、詳しい結果はそちらを参照していただければ幸いである。

ここでは、調査内容から各企業の特徴が見られ、企業による自主的な環境ラベルを、環境負荷の低減の継続のためにより有効的に実施していると評価できるものを挙げる。尚、挙げている番号は優先順位を意味しない。

### ① 目標の内容に関して

各企業の目標の内容をみると、2種類の目標内容が多くみられた。

1つは、新規開発製品における「製品比率の数値目標」である。これは、12社中 6社にあてはまり、富士通、三洋電機、NEC、日立製作所、TOTO、コクヨがその企業である。もう1つは、同じく新規開発製品における「売上比率の数値目標」である。これは、12社中 5社にあてはまり、セイコーインスツル、東芝、シャープ、日立製作所、TOTOがその企業である。

この目標内容に関して私たちが考察したことは、この目標内容は環境負荷の低減のために有効であるものだと考えられる、ということである。その理由は、企業が自社の製品を販売する際に、その製品のうち、企業による自主的な環境ラベルの認定製品の比率が高くなれば高くなるほど、消費者は必然的にその認定製品を購入することになるためである。たとえ、消費者が環境配慮型製品を購入しようという意識を持っていなかったとしても、その効果は期待できるといえるからである。

よって、このような、製品比率や売上比率の数値目標は環境負荷低減のために有効である。

### ② 目標の再設定に関して

数年に一度、環境行動計画を発行している企業がある。環境負荷の低減の継続に有効的であるということである。この計画の中に、企業による自主的な環境ラベルに関する目標が設置され、発行のたびに目標が再設定されている。前回の目標設定期間の実績をもとに、最新の発行分の目標設定は向上されている。これを行っているのは、12社中 4

社であり、岡村製作所、東芝、富士通、TOTO がその企業である。

③ 目標達成に対しての、判定基準の見直しに関して

目標が達成されるとともに、判定基準の見直しを行っている企業がある。12 社中 2 社で、NEC と三洋電機がそれにあたる。

NEC は、毎年の目標の内容が、新規開発製品における「エコシンボル」という NEC の自主的な環境ラベルの認定製品比率の数値目標であり、毎年向上している。

【表 3-2】 NEC の自主的な環境ラベルの目標と実績

年度	エコシンボル		環境トップランナー	
	目標	実績	目標	実績
2003	30%	28%	—	—
2004	40%	83%	—	—
2005	85%	78%	—	—
2006	95%	不明	1件	2件
2007	100%	98%	1件	2件
2008	100%	99%	3件	3件
2009	100%	—	7件	—
2010	100%	—	—	—

出典：NEC HP 環境報告書より筆者作成

そこで、2005 年から 2 項目の数値目標を新規に追加している。1 つが新規開発製品のエコシンボル認定比率を 100% にすること、もう 1 つが「エコトップランナー」というエコシンボルよりも判定基準が高いラベルの認定数を向上することである。これは、目標達成に応じて判定基準を見直したという、企業の継続的な取り組みだと言える。

三洋電機も同様で、目標内容が新規開発製品のうちの三洋電機の自主的な環境ラベル認定製品の比率を毎年向上させるものである。それとともに向上した比率に対し、現在判定基準を上げようとする改定を行っている段階である。目標設定の記載欄に、2010 年以降は改定が終わって運用まで行くことが分かる表記がある。具体的には、2010 年以降の数値目標は、新基準の決定に則って設定する、ということである。

④ 判定基準の見直しに関して

エプソンは、判定基準が、最初「レベル 1.0」であったのを後から「レベル 2.0」に上げている。最初に 1.0 を設定したということは、これから 2.0、3.0・・・というように見直しを継続することが見込まれていた、ということが予測できる。継続的な取り組みを計画して定められた判定基準だと言える。

⑤ 継続的な取り組みの姿勢に関して

目標設定とその達成に関する、企業の継続的な取り組みを行うという趣旨の展望を記載している企業がある。これは 12 社中 2 社で、エプソンとコクヨである。

エプソンでは、その自主的な環境ラベルの目的を 2 つ、明記している。その内容が、

1. 環境調和型製品の継続的改善
2. 製品の環境情報の公開

であり、環境ラベルの目的を達成しようとする姿勢が表れている。

またコクヨでは、その自主的な環境ラベル「エコバツマーク」が既に取りれている自社製品のテープのり「ドットライナー」という商品について、さらに環境負荷を低減させるにはまだ改良の余地が残っていると示している。商品の改良は、環境への配慮という視点でも、メーカーにとって重要なテーマであり、エコバツマークがなくなったとしても、コクヨのエコマル商品(環境性能の判定基準を満たした商品)づくりは終わらない、という姿勢を明記している。

企業による自主的な環境ラベルの商品に関して、このように継続的な取組みを示している企業は、今後その明記通りに実施することが期待できる。

## 第4節 見解と本分析の主張

①～⑤の考察の中でも、私たちが 1 番注目したことは、③番の「目標達成に対しての、判定基準の見直しに関して」である。これの特徴は、自主基準の見直しをするタイミングが、目標達成に即した時期となっていることである。

特に顕著なのが NEC の仕組みである。この企業は、目標設定を何年も連続で行っている。新規開発製品における NEC の自主的な環境ラベルの認定製品比率の数値目標を掲げ、実績を出し、結果として製品比率がほぼ 100%となった。このことは、その後同様の目標を立てても、現状のほぼ 100%からはほとんど向上しないことを表している。もちろん、対象が新規開発製品であるから、企業としては常に最大限の環境技術で新規開発を行うだろう。しかし、今以上の環境技術から向上しようというインセンティブが働かず、その企業による自主的な環境ラベルの環境性能は留まってしまう恐れがある。

しかし NEC は、製品比率がほぼ 100%になる手前で新たな判定基準の環境ラベルを策定し、その認定製品数を向上する数値目標を立て始めた。これは、目標達成に応じた判定基準の見直しだと捉えることができ、目標達成の次のステップへ進むために、NEC はあえて基準の見直しを行ったのではないかと考えた。これは、結果から考察した私たちの予測にすぎず、NEC がこのような意図をもって行ったのではないかもしれない。しかし、目標達成の際に基準の見直しを行い、新たな基準に関しての目標を再設定したので、NEC は今以上の環境技術を今後も開発していくという取組みを行っていく、と捉えることはできる。加えて言えば、これは、その企業の目標達成に即した自主基準の見直しとなるので、向上していく環境技術を常に最新の情報でその環境ラベルに示すことができる。よって、企業による自主的な環境ラベルの特徴である、自主基準であるからこそ有効的な仕組みだと言える。

つまり、企業が現在の目標を達成する際に、そこに留まることなく今以上の環境技術を今後開発していくという取組みを行っていくとする意図を持つことは、継続的な環境改善に寄与するのだと考えられる。NEC がそのような意図をもとに行ったかはこの分析では分からなかった。しかし、企業がこの意図を持った上で、目標の設定と再設定の継続と判定基準の見直しを連動させた仕組みを実施した場合、環境ラベルの目的の達成の上で大変評価できると考えた。

ところが、私たちが調査した 23 社のうち、「判定基準の見直しと目標の設定と目標設定の継続」という仕組みを実施しているのは NEC と三洋電機の 2 社のみであった。そのうち三洋電機は現在判定基準の見直しをしている途中なので、この仕組みの取組みはやはりほとんど行われていないというのが現状である。

## 第5節 本章のまとめ

2 章 5 節で述べたとおり、環境ラベルにおける自主基準ならではの可能性を簡潔に述べると、

「エコマークに該当しない商品類型を対象商品にできること」

「同一基準とは異なる環境性能のレベルを評価できること」

「環境性能の向上に即して商品に環境ラベルを表示できること」

の 3 つである。

ただ、これらの可能性を機能させるためには、企業は環境配慮型商品を生産し、その環境性能の向上を継続的に行うことが前提条件となる。そこで、この前提条件が実現されるために必要だと考えた 3 つの項目が、

「判定基準の見直し」

「目標の設定」

「目標設定の継続」

である。そこで本章の第二分析で、現行の企業による自主的な環境ラベルにこの 3 つの項目が実施されているかを調査した。そこで私たちが考察したことが次のとおりである。

企業は環境配慮型商品を生産し、その環境性能の向上を継続的に行うという前提条件のために有効なことが、この 3 つの項目を連動させるという仕組みを企業が取り入れるということである。

ただし、環境ラベルの目的(=企業の製品がどのような環境負荷をかけているかを情報を、消費者のグリーン購入を期待して、消費者に開示し、市場経済の原則に則った継続的な環境負荷の低減を実現すること)を達成するためには、消費者が企業による自主的な環境ラベルを商品選択の際に利用することが必須となる。

つまり、環境ラベルにおける自主基準ならではの可能性を実現化させるために、「自主基準の見直しが目標の設定と目標設定の継続と連動する仕組みを企業が取り入れること」が大変重要である。

よって、企業による自主的な環境ラベルの仕組みの在り方とは、「自主基準の見直しが目標の設定と目標設定の継続と連動する仕組み」を企業が取り入れることであり、環境ラベルの目的において自主基準であることを活かすために大変有効である。そして環境ラベルの目的を達成するために、企業がこれを取り入れることが大変重要である。

これが私たち独自の分析を行ったことによって新たに導いたものであり、本論文で最も主張したいことである。

また、前節で述べたとおり、「自主基準の見直しが目標の設定と目標設定の継続と連動する仕組み」を現在取り入れている企業は少ない。企業による自主的な環境ラベルが環境ラベルの目的を達成するために、より多くの企業がこの仕組みを取り入れる必要があると考える。

したがって私たちは、企業がその自主的な環境ラベルにおける取り組みに対して課題を言及し、さらにこのラベルの仕組みを利用されることを期待して、消費者に情報公開することが必要であると考えた。



## 第5章 政策提言

---

### 第1節 はじめに

本章では、第4章の考察より、企業による自主的な環境ラベルがどのように活用されるべきかに関して政策を2点提言していく。

現状分析で企業による自主的な環境ラベルの自主基準を活かすためには「自主基準の見直しが目標の設定と目標設定の継続と連動する仕組み」が重要であることを述べた。そしてこのことが環境負荷の低減につながることもわかった。しかし自主基準を活かしているラベルは一部にとどまっている。また、第1章で述べたが、消費者は企業による自主的な環境ラベルに対して同一基準を求めているのが現状である。このことから私たちは2点の政策を提言していく。

### 第2節 政策提言① 自主基準をより有効にするための仕組み

現状分析より「自主基準の見直しが目標の設定と目標設定の継続と連動する仕組み」を取り入れている企業は一部に留まることが分かった。そこで私たちは自主的な環境ラベルを作成している企業に対して以下のことを提言する。企業は自主的な環境ラベルに対して目標を設定し、その目標を継続的に取り組み達成できたら基準を見直すというを行うべきである。これを行うことによって自主基準が有効に活用され、環境負荷を低減することが期待できる。

### 第3節 政策提言② 環境省「環境ラベル等データベース」の活用

#### 第1項 環境ラベル等データベースの必要性

第1節では、目標設定を行いそれを継続的に取り組むことが望ましいと述べた。そのことにより企業の環境改善が期待できる。しかし問題意識で述べたように消費者は企業による自主的な環境ラベルに対して同一基準を求めているのが現状である。環境ラベルの目的は製品やサービスが環境にどのような負荷をかけているかという情報を、環境負荷の少ない製品お

よびサービスが購買されることを期待して、消費者に開示し、市場経済の原則に則った継続的な環境改善を実現するためのものである。つまりいくら企業による自主的な環境ラベルが環境ラベルにより環境改善を行っても、消費者がその製品を購入しないと意味がない。では消費者に企業による自主的な環境ラベルの自主基準の良さをわかってもらうためにはどうすればよいのだろうか。

環境省(2007)「環境表示ガイドライン」によると「自主基準に適合していることをシンボルを用いて行う際は、そのシンボルに関する情報(使用基準と基準の項目等)を自社のウェブサイトやカタログに公表することが非常に重要です。しかし、消費者にとって自社にウェブサイトやカタログ等を一社ずつ確認することは容易ではありません。」とある。消費者にとって企業のウェブサイトを一社ずつ確認して商品選択を行うのは手間がかかるため容易ではないということがわかる。そこで私たちは、環境省の環境ラベル等データベース<sup>1</sup>を用いて消費者に情報提供をより効果的に行う方法を考察していく。

## 第2項 データベースの概要

まず初めに「環境ラベル等データベース」の概要を説明する。

環境省では、平成 13 年度より、ウェブサイト上に「環境ラベル等データベース～環境物品を選ぶための情報ページ～」を開設し、第三者機関や事業者、地方公共団体等が行っているさまざまな環境ラベル制度について情報提供を行っている。<sup>2</sup>

各ラベルの掲載項目は【表 4-1】のようになっている。また、企業による自主的な環境ラベルに関しては、＜企業の取り組みにおける環境ラベル＞として掲載されている。【図 4-1】

【表 4-1】＜環境ラベル等データベースの掲載項目＞

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 概要</li> <li>2. 詳細             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 企業名</li> <li>(2) 制度の開始年</li> <li>(3) 対象物品</li> <li>(4) 着目する環境影響</li> <li>(5) 基準等</li> <li>(6) 関連情報の入手方法</li> <li>(7) 代表者</li> <li>(8) 問合せ先</li> </ol> </li> </ol> |
|--|

「環境ラベル等データベース」より筆者作成

<sup>1</sup> 環境省 環境ラベル等データベース  
<http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/index.html>

<sup>2</sup> 「ここで紹介する各制度は、それぞれの事業者の責任において実施されているものであり、これらの制度により提供される内容について環境省が保証するものではない。」環境省 HP

【図 4-1】 <企業の取り組みにおける環境ラベル>


出典：環境省環境ラベル等データベースより筆者作成

【図 4-1】の各ラベルをクリックすると、表 1 の項目に関して記載されているという仕組みになっている。

### 第3項 データベースの問題点

現在環境ラベル等データベースに登録されている企業による自主的な環境ラベルは、17 個となっている。本稿で調査したラベルの中にデータベースに登録されていないラベルが 12 個存在した。企業による自主的な環境ラベルを作成している企業は本データベースに登録すべきである。

また、本データベースはラベル(表 2)をクリックするとラベルの概要の説明のページに移る。ラベルの知識がない消費者にとっては表 2 を見ただけでは、各ラベルがどの企業のラベルでどのような商品につけられているのかがわからない。特定の環境配慮型商品を購入したい(例えば環境配慮型のパソコンが買いたい)と考えた消費者が本データベースを使用するとき、それぞれのラベルをクリックして対象商品を確認する必要がある。このことは、手間がかかり消費者のデータベース利用を阻害する一因となると考えた。

## 第4項 政策的インプリケーション

第2節1から3項で述べた環境ラベル等データベースの必要性とその問題点から私たちは企業と環境省に以下のことを提言する。

### ① 企業

企業による自主的な環境ラベルを使用している企業は、「環境ラベル等データベース」に登録するなど情報開示に努めるべきである。

### ② 環境省

第一節で述べたように、現状のデータベースの仕組みでは、ラベルのついた環境配慮型の商品を購入したい消費者にとって活用が容易でない。その解決策として、私たちは商品類型ごとにラベル検索できる仕組みを提案する。例えば、冷蔵庫を購入したい消費者が本データベースを利用するとき、商品類型の「家電」をクリックすると対象商品が家電の具体的な商品名の一覧が表示される。そしてその中で冷蔵庫を購入したい場合、項目の「冷蔵庫」をクリックすると、冷蔵庫を対象商品としているラベルの一覧が表示される。【図4-2】そしてラベルの制度や環境負荷項目に関して、各々のラベルをクリックして調査するという仕組みである。またどの企業のラベルなのか【図4-1】の段階ではわからないので企業名を掲載することも望ましい。

例：商品類型「家電」

・「冷蔵庫」「洗濯機」「テレビ」など商品ごとにクリックするとその商品ごとのラベル一覧が表示される。

・【図4-2】「冷蔵庫」対象商品一覧



出典：筆者作成

また本論文で主張した「ラベルの基準の見直しと目標の継続」により企業による自主的な環境ラベルを活かせることを第3章で主張した。そこで本データベースにラベルの基準を見直した際にはその旨をのせることが望ましい。また「目標設定」、「目標の継続的取り組み」、「判定基準の見直し」を項目に追加することも望ましい。この項目を掲載することで消費者は企業努力を知ることができる。同時に企業側も消費者に示すことで企業努力を促進することができる。このことにより環境ラベルの目的である「環境負荷の少ない製品およびサービスの需要と供給を促進し、それによって、市場主導の継続的な環境改善」を実現することができる。

## 第4節 結論

私たちが初めに掲げた問題意識は、企業による自主的な環境ラベルの特徴である自主基準を同一基準にすることが、本当に環境ラベルの目的を達成することにつながるのかということである。そこでまず、企業による自主的な環境ラベルが公的機関の示すタイプⅡラベルに対する要求事項をまとめた。さらに問題意識の本質である、企業による自主的な環境ラベルの特徴である自主基準の有効性を見つけるために、エコマークとの比較を行った。これにより、自主基準が環境ラベルの目的のために有効であると考えられる可能性 3 つを私たち独自で考察した。それを受け、これらの可能性を有効にできると期待した仕組みも考察した。

分析では、企業による自主的な環境ラベルの現在の仕組みの基盤が整っているかを確認するために、先の公的機関による要求事項を満たしているかを分析し、それを満たす企業が多いことを把握した。その上で、先に考察した自主基準ならではの可能性を有効化すると期待できる仕組みを、企業が取り入れているか、またその中身を詳しく調査した。

この分析の考察から、自主基準ならではの可能性を活かすための仕組みを結論として導いた。その仕組み、つまり、企業による自主的な環境ラベルの自主基準を有効に活かすための仕組みは、「判定基準の見直し、目標の設定、目標設定の継続の連動」という仕組みである。このことが本論文で最も主張する事柄である。そして、この仕組みが現状ではほとんど取り組まれていないが必要であるということ踏まえ、政策提言を行った。

## 主要参考文献

- ・ 竹濱朝美(2003)「タイプⅡ環境ラベルによる自己適合宣言の課題」(『立命館産業社会論集』第 39 巻第 1 号)
- ・ 監修、山本良一、山口光恒(2001)『環境ラベル ―一般原則&タイプⅠ,Ⅱ,Ⅲ―』(社団法人 産業環境管理協会)
- ・ 環境省(2007)「環境表示ガイドライン」
- ・

## 引用文献









- ・ 上原春夫(2001)「環境ラベル」(REAJ 誌)
- ・ 赤堀勝彦(2007)「環境ラベル制度について」(『長崎県立大学論集』、第 40 巻第 4 号)

## データ出典

- ・ キングジム HP <http://www.kingjim.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ コクヨ HP <http://www.kokuyo.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ ブラザー工業 HP <http://www.brother.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ 凸版印刷 HP <http://www.toppan.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ 東芝 HP [http://www.toshiba.co.jp/index\\_j3.htm](http://www.toshiba.co.jp/index_j3.htm) (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ セイコーエプソン HP <http://www.epson.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ 日立製作所 HP <http://www.hitachi.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ NEC HP <http://www.nec.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ シャープ HP <http://www.sharp.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ (株)イケン技研 HP <http://www.ikengiken.com/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ (株)内田洋行 HP <http://www.uchida.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ ニッケ 株式会社 ダイドーリミテッド 大東紡織株式会社 HP <http://www.nikke.jp/econet/index.html> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ (株)岡村製作所 HP <http://www.okamura.co.jp/> (最終アクセス日 ) 2009/11/4
- ・ セイコーインツール HP <http://www.sii.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ INAX HP <http://www.inax.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ 三洋電機 HP <http://jp.sanyo.com/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ キヤノン HP <http://canon.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ Panasonic HP <http://panasonic.co.jp/company/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ ペンテル HP <http://www.pentel.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ ゼブラ HP <http://www.zebra.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ リコー HP <http://www.ricoh.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ TOTO HP <http://www.toto.co.jp/> (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ 経済産業省『平成 18 年度経済産業省委託調査報告書 製品の環境配慮情報提供の在り方に関する調査研究事業 報告書』の第 2 章「既存の製品環境情報提供スキームの分析・評価」  
[http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/data/research/h18fy/180605-3\\_jema-mri/180605-3\\_2.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/data/research/h18fy/180605-3_jema-mri/180605-3_2.pdf) (最終アクセス日 2009/11/4)
- ・ 日立アプライアンス株式会社 HP <http://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2009/04/0420b.html> (最終アクセス日 2009/11/4)

- 財団法人日本環境協会エコマーク事務局 HP  
[http://www.ecomark.jp/pdf/info08-0520kankyo\\_aisou-taiou7.pdf](http://www.ecomark.jp/pdf/info08-0520kankyo_aisou-taiou7.pdf)(最終アクセス日 2009/11/4)
- 環境省環境ラベル等データベース  
<http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/index.html>(最終アクセス日 2009/11/4)
- 
- 
- YOMIURIONLINE  
<http://www.yomiuri.co.jp/national/news/20080303-OYT1T000712009/11/4.htm> 環境省 (2008) 『環境表示ガイドラインの策定経緯について』 (<http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/guideline/mat01.pdf>(最終アクセス日 2009/11/4))
- エコマーク事務局 (2006) 『エコマーク商品類型の体系的整備』 (<http://www.ecomark.jp/pdf/taikei.pdf#search='エコマーク商品類型の体系的整備'>)(最終アクセス日 2009/11/4)
- 総務省情報通信統計データベース「インターネット」  
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/field/tsuushin01.html>(最終アクセス日 2009/11/4)
- 博報堂 2008 年「環境に関する生活者の意識調査 2008」  
<http://www.hakuhodo.co.jp/pdf/2008/20080611.pdf>(最終アクセス日 2009/11/4)
- 
- 
- 
- 
-

【参考資料 1】

環境ラベル名	企業名	デザイン	(制度概要)	判定基準が開示されているか	判定基準についての説明があるか	環境ラベル対象商品	環境監査に関する記載はあるか	マークの問い合わせ先として、代表者ではなく、マークを直接管理する責任部署の連絡先が記載されているか
社会貢献マーク ステッカー	(株)イケン技研		商品「IMPUL-WAVEインパルウェイブ」(登録商標)を装着した自動車(乗用車、貨物車等)、建設機械等に表示する。 商品「IMPUL-WAVE」のみを宣伝している。	あり	あり	乗用車、貨物車、建設機械への装着品。	なし	なし
エコ推奨マーク	INAX		LCD(ライフサイクルデザイン)評価基準に基づき選定した商品にマークを表示	あり	あり	トイレ、トイレ洗浄など	あり ISO14001取得	あり
ウチダ環境マーク	(株)内田洋行		製品のライフサイクルにおける環境負荷軽減を目指す企画・開発を行い、それを製品アセスメントにより評価。グリーン購入法に該当しない環境ラベル。	なし	なし	記載なし	あり ISO14001取得	あり
エコシンボル	NEC		NECが定めた業界トップレベルの環境配慮基準を満足する環境配慮型製品に「エコシンボル」の認証・登録・環境トップランナーや、エコシンボルスターという、エコシンボルより気分の高いものがある	あり	あり	パソコン、周辺機器、ソフトウェア、携帯電話、照明器具	あり ●各事業場でのセルフチェック ●ISO14001の実施	あり
エプソンエコロジーラベル ・エプソンエコロジープロダクト ・エプソンエコロジープロフィール	エプソン		・エプソンエコロジープロダクト「省エネ設計」、「省資源」、「有害物質の排除」の視点から、従来製品と比べて特に優れた環境性能を有する製品。 ・エプソンエコロジープロフィールは製品の環境仕様を明示するための情報開示シート。プリンターやプロジェクター(完成品)においては製品全体の環境仕様を明らかにしている。	あり	あり	プリンター 液晶プロジェクター スキャナー 等	あり ・ISO14001を活用 ・中期(3年ごと)と単年度の環境総合施策を定めている ・環境計画策定・活動 ・PDCAサイクル(Plan→Do→Check→Action)で継続的な改善を図る	あり (CSR・環境活動について)
グリーンウェブ	(株)岡村製作所		自然環境保護、リサイクル推進の観点から、環境保全に役立つ商品を独自に選定	あり	あり	パイプ、デスクなど一部の商品のみ記載	あり ISO14001取得 2007年7月日本工業規格による外部監査を行った。	なし
キャン	キャン		不明	HP上には無し	HP上には無し	不明	あり 環境マネジメントシステム(EMS)を構築 ISO14001の認証を取得	あり (環境お問い合わせ)
キングジム環境マーク	キングジム		商品の「製造・使用・廃棄」の各段階での環境配慮項目を、キングジム独自の基準を設け、「環境マーク」を使って分かりやすく表示。 ※「環境マーク」は、キングジムの登録商標。	あり キングジム独自の基準	あり ※例)再生紙…古紙ハルバ配合率50%以上使用。	ファイル、テブラ、フィルムカートリッジ ※環境配慮商品リスト 各商品の、環境情報(再生材配合比率情報、グリーン購入法適合情報、エコマーク認定)等確認可。	あり ISO14001を認証取得(つくば工場、1999年3月)	なし
・ココロ環境マーク ・エコバツマーク	ココロ		・ <b>ココロ環境マーク(10種)</b> 外部機関の環境ラベル等において該当商品がない場合、ココロ独自の環境配慮した商品につけています。  ・ <b>エコバツマーク</b> 環境対応が十分でない商品に表示。総合カタログ(ステーションナリー篇・ファニチャー篇)に表示。 目的は、このマークを一つずつ取ること。自らに課題を課し、環境対応へのスピードアップを促す効果を狙う。(2011年度に、エコバツマークをゼロにし、環境対応商品100%メーカーを目指す)。	あり ・エコバツ基準 ・ココロ環境マークの基準	あり (例)ココロ環境マーク(再生材料)部材の一部に再生材料を使用した商品です。再生樹脂や廃木材、古紙などを原料とした材料を使用した商品が該当します。 ●再生樹脂配合率10%以上。 ●古紙配合率50%以上。	ドットライナー、チューブファイル、キャンパスノート、レターケース、エディア(棚)、レヴィスト、ベルガー(椅子)等	あり ・ISO14001を運用。 (内部監査&外部の認証機関による審査実施。)	なし



環境ラベル名	企業名	デザイン	(制度概要)	判定基準が明示されているか	判定基準についての説明があるか	環境ラベル対象商品	環境監査に関する記載はあるか	マークの問い合わせ先として、代表者ではなく、マークを直接管理する責任部署の連絡先が記載されているか
環境商品マーク	三洋電機		環境トップアドバンス商品、環境アドバンス商品の中から環境性能の4項目を満たす商品に表示。マークには必ず説明文が含まれる。	あり	あり	記載なし	あり ISO14001取得	あり
グリーンシール	シャープ		省エネルギー、安全性、リサイクルなどの観点から商品設計のガイドラインを設定。特に優れた環境性能を持つ製品を「グリーンシール」、またグリーンシールの中でも極めて環境性能の高い製品に「スーパーグリーンプロダクト」を設定している。	あり	あり	液晶テレビ、ブルーレイディスプレイ、ファクシミリ、冷蔵庫、オーブン、エアコン、洗濯機など	あり ISO14001取得 内部監査・外部監査の実施	あり
SIIグリーン/SHIハイグレード商品ラベル	セイコーインスツル(株)[SII]		・独自に定めた5段階評価方式の環境配慮基準(SIIグリーン商品基準)に基づき評価 ・基準は2年に1度見直し ・自社内に、レベルの差による環境ラベルがある ・製品企画・設計から認定までの図を分かりやすく表示。	あり	あり	●グリーン:電子辞書、データ通信カード/モジュール、サーマルプリンタ、水晶振動子、マイクロ電池、情報システム機器、ネットワーク製品、工作機械、計測分析機器、インクジェットヘッド、フロッピープリンタ、精密材料 ●ハイグレード:サーマルプリンタ、酸化銀電池、低電圧動作	あり ●監査員による内部監査の信頼性確保のため、「SHI環境監査員認定制度」やCEAR(環境マネジメントシステム審査員評価登録センター)登録 ●ISO14001の実施	あり
なし	ゼブラ	デザインなし	・長く使える、使いやすい、素材、にこだわっている ・各商品の環境性能を記載 ・環境管理物質使用状況の調査依頼が可能	なし	なし	ボールペン、シャープ、シャーボ、マーカー、修正具、蛍光ペン、消しゴム	あり 栃木県野木工場のみ (ISO14001取得)	あり 環境管理物質使用状況の調査依頼が可能。
エコネットワーク	・ニッケ(株)ダトーリ ・ミテッド ・大東紡織(株)		・ウールやペットボトルのリサイクルシステム ・幹事会員(当社3社)、提携会員、一般会員、エンドユーザーのネットワークにより運用	あり	あり	ウール100%及びウールと他繊維の複合素材による衣料製品(メンズスーツなどの一般衣料、スクールユニフォーム、ビジネスユニフォーム等)	なし	あり
エクセレントECP	東芝		・ECP製品別環境自主基準を設定をクリアしたものに付与。製品全体の環境パフォーマンスの底上げのための基準。3つの側面での環境配慮が基本。3Pに、リデュース(省エネ&クリーン)を加えた5Rの視点からエコデザイン。 エクセレントECP ・業界トップの環境性能を目指すために2007年度より新たに制定。	あり(製品別環境自主基準 ※製品ごとに異なる)	あり ・各項目(省エネ、特定有害物質の不使用、部材のグリーン調達、リサイクルに配慮した設計、使用済み製品のリサイクルシステム)について、製品別に説明。	家電(洗濯機等)テレビ パソコン・情報ツール	あり 製品環境技術監査 目的:環境調和型製品やサービスの開発に適切に管理すること。 ・継続的な改善についても重点的に監査。 監査項目:マネジメント(LCA、環境効率・製品アセスメントなどに全21項目)、製品技術(製品環境情報の開示状況など全3項目)	あり (環境活動に関するお問い合わせ)
TOTO	TOTOエコ商品		独自の製品環境アセスメント基準に基づき、新商品の評価を実施。	あり	[	記載なし	あり ●TOTOグループ会社全体の事業所や工場でISO14001や環境マネジメントシステムを導入。	なし
トッパン環境配慮型製品認定ラベル	凸版印刷		ISO14021をベースにして、独自に策定した「環境14主張」に則り、ラベルの作成を行う。	あり	あり	記載なし	あり ●環境マネジメントシステム ●社内環境監査はあり	あり
eco ideas	Panasonic(旧名:松下電器産業)		環境配慮面でも特徴ある商品を訴求するために、商品カタログ、製品本体、包装箱などに表示。 ISO14021「環境ラベル及び宣言—自己宣言による環境主張(タイプII環境ラベル表示)」に準拠した表示。	不明	不明	生活家電(電子レンジ、IHクッキングヒーター、エアコン)掃除機・家庭用生ごみ処理機等... 美容・健康(アルカリ浄水器) 住宅設備・建材(温水洗浄便座・住宅用照明器具)	あり ISO14001認証取得(全製造事業場)	なし
ecoマーク・スーパーecoマーク	日立製作所		・「ecoマーク」日立グループの環境適合製品を紹介する際に、カタログやホームページに付ける。 ・「スーパーecoマーク」日立グループのスーパー環境適合製品を紹介する際に、カタログやホームページに付ける。	あり	あり	テレビ、ビデオカメラ、二次電池、データメディア、メモリーカード、IT、医療用の機器など ※スーパーecoマーク取得商品	あり ISO14001取得。	あり (部署を環境本部に指定し、問い合わせ可能。)
Green Policy Innovationマーク	富士通		環境評価基準(リサイクル、省エネ化、環境にやさしい素材の採用など)をクリアし環境に配慮した「グリーン製品」や、トップグループレベルの環境要素を持つ「スーパーグリーン製品表示」などに表示	あり	あり	半導体、携帯電話、パソコンデスクトップ、レーザーディスプレイなど	あり ISO14001取得	あり
ブラザーグリーンラベル	ブラザー工業		製品における環境配慮について自主基準を設け、その基準(ブラザーグリーンラベル基準)を満たしていることを示す環境ラベル「ブラザーグリーンラベル」制度を運用。	あり	なし	複合機・プリンタ・パーソナルファクスマシン・家庭用ミシン・工業用ミシン・工作機械・電子ペーパー	あり ISO14001取得	不明
RECYCLOGY(リサイコロジー)	べんてる		再生材を使用する事、インキを補充できるようにする事等 環境への負荷が少ないべんてるのエコロジー商品(=エコマーク商品、グリーン購入法適合商品)に付与される。	あり ・R再生材を使用する事、インキを補充できるようにする事等。 ・エコマーク商品もしくは、グリーン購入法適合商品であること。	なし	ボールペン・シャープ、鉛筆、替芯、水性ペン、油性ペン 修正具、のり、画材等...	あり ISO14001認証取得 ※全工場かは不明	あり 安全性に関するお問合せ(MSDSやRoHS・ELV等の証明書発行について)
リコーリサイクルラベル	リコー		・独自の高度なリサイクル基準を設け、基準を満たした製品にラベルを貼付 ・不適正表示発覚後、古紙配合率検証制度を設置	あり	あり	複写機、複合機	あり 一部の事業所で (ISO14001取得) 内部監査、外部監査	あり

調査結果より筆者作成

## 【参考資料 2】

	判定基準の見直し	目標の設定	目標の再設定
セイコーインスツル	2001年「SⅡグリーンラベル」 ★2006年「SⅡハイグレードグリーン商品ラベル」 ◆両ラベルに共通の20項目の判定基準は、2年に一度見直しを実施。	・SⅡグリーンラベル認定商品の売上構成比の数値目標。 一般製品と大型製品で別。 ・SⅡハイグレードグリーン商品ラベルの売上構成比の数値目標。	各目標とも08、09年度で目標向上。10年度以降の「中期目標」として、09年度以上またはそれより上の数値目標を掲げている。
岡村製作所	1997年度「グリーンウェーブマーク」 ★2007年度「スーパーグリーンウェーブ」	09～11年度スーパーグリーンウェーブ認定製品の拡大	「第5次環境中期計画項目」 09～11年度目標は、07、08年度それぞれの目標に対する実績に応じた目標となっている。
富士通	1998年「グリーン製品」 ★2004年「スーパーグリーン製品」(2008年11月 ロゴマークの開始)	「第5期環境行動計画」(07～09年度末) 全事業部門で新規開発したグリーン製品を対象に、それぞれ ・環境トップ要素を持つスーパーグリーン製品の製造構成比の数値目標 ・2005年度製品と比較して環境効率ファクター「2」を2009年度までに達成	環境行動計画が3年ごとに作成されている。各目標が、「第4期環境行動計画」から継続。目標達成度を受けて、さらに具体的数値でレベルアップするように再設定されている。
三洋電機	2005年度「環境配慮優良商品制度」(「環境アドバンス商品」、「環境トップ商品」) ★2008年 環境トップ・アドバンス認定商品中、環境性能4項目の基準※を満たす商品に「環境商品マーク」を表示。 ※すべて数値基準、且つ、「当社〇〇年度同等機種△△との比較」や「従来商品との置き換えによるCO <sub>2</sub> の削減」 ◆「環境アドバンス商品」、「環境トップ商品」共に、基準を改定中。	「環境アドバンス商品」、「環境トップ商品」それぞれ別の認定製品比率の数値目標	・環境アドバンス商品08、09、10年度で、毎年目標向上。 11年度は新基準での目標を設定。 ・環境トップ商品08、09年度で、毎年目標向上 10、11年度は新基準での目標設定
NEC	98年12月「エコシンボル」ハード製品のみ →05年度 ソフトウェア製品・環境トップランナー製品(従来製品比での数値基準への合格製品、エコマーク新認定基準への適合製品など)も対象化 ★08年度「エコシンボルスター」(従来製品比CO <sub>2</sub> 排出削減率の数値基準、または業界初の技術を導入)	「エコアクションプラン2009」 ・新規開発製品数の100%をエコシンボル認定にする ・エコトップランナー製品登録数の数値目標	・07、08、09年度に沿って、エコトップランナー製品登録数の数値目標を上げている。
東芝	「ECP」(環境調和型製品)、「エクセレントECP」(ECP製品中の業界トップ)	・製品のファクターの数値目標 ・ECPの売上高比率の数値目標 ・エクセレントECP登録制人数の数値目標	「第4次環境ボランティアプラン」 各目標ごとに、05～12年度までの数値目標。

	判定基準の見直し	目標の設定	目標の再設定
コクヨ	2008年度「エコバツ基準」策定 ★2009年度「エコバツ基準」の基準を改定	ステーションナリー、フアニチャーそれぞれ別の、認定商品を削減する数値目標。 07年度から既に認定比率の目標がある。	「Green Initiative2010」 09年度「エコバツ基準」の基準を改定を受けて09、11年度の数値目標あり。 11年度目標は、認定商品ゼロ。
エプソン	Rev.1.0から ★Rev.2.0に上げている(変更年は不明) 新たに、各ラベル認定商品への環境性能や環境仕様の記載を追加	「Action2010環境総合施策」(06から10年度) 環境性能情報の有効活用による販売促進のための目標 ＝環境ラベル取得 ＝「事業連結取得計画」に基づく実行	「Action2010環境総合施策」(06から10年度)で毎年目標あり
シャープ	1998年度「グリーンシール商品」 ★2004年度「スーパーグリーンプロダクト」 ◆スーパーグリーンプロダクトを開始した年はグリーンシール商品売上構成比の74%に達している	各ラベル別の製品売上構成比の目標	各ラベルの売上構成比の目標 開始～09年度毎年 ★開始～09年度毎年
日立製作所	「環境適合製品」 「スーパー環境適合製品」	・環境適合製品登録比率(製品部類で2つ)の数値目標 ・環境適合製品の製品売上高比率の数値目標 ・スーパー環境適合製品登録比率の数値目標	各目標とも 08年度、10年度
TOTO	なし	・「TOTOエコ商品」の開発比率の数値目標 ・「TOTOエコ商品」の売上比率の数値目標(対前年度実績+5ポイント)	「第6次地球環境保全行動計画実績要約」(07～09年度) ・中間の08年度も目標設定がある。
凸版印刷	まだなし 「凸版環境配慮型製品」の基準(環境14主張)の見直しに着手。	・基準の見直し(改定案検討、正式発効、運用) ・LCIA手法の開発検討 ・カーボンフットプリント社内体制の構築 ・生物多様性ガイドラインへの対応(政府の発行に伴う社内ガイドラインの検討・策定)	07年度の環境目標の達成度評価を踏まえ、08年度の環境目標を見直し。08-09年度も同様。

調査結果より筆者作成