

委員からの事前御意見とその対応について

通し No.	該当箇所	御意見・御提案内容	事務局対応内容
1	全体	第1期の頃と比べて、第4期におけるエコマーク中期活動計画は、時代が複雑、多様化、不透明な時代だけに、まず何よりわかりやすく、順位で示すなど、見える化が望まれる。	運営委 40-3-3 の中期活動計画の骨子のレジメ資料を 40-3-4 の中期活動計画書と共に、Web 等で公開し、今後何に取り組んでいくかを内外に分かりやすくしていきたい所存です。
2	柱 1 社会を誘導する商品類型化	商品の類型化では、水道工事、下水道工事、下水の排熱などすばらしい工夫がすでにされている業務があると思うので、広大にいくべきである。	複合的なサービスなど新しい形態の商品類型化を進めていきます。
3	柱 2 信頼性の堅持 全体	エコマーク使用契約者にとって今まであまり企業価値は少なかったのではないか。ものづくりする企業、販売する事業者も企業価値の上がるものにしたい。消費者と共に深化することが大切である。消費者、事業者、行政、三位一体、誰もがメリットのあるシステムが第4期に実現できるとよい。	消費者に身近で活用されるエコマークを目指していきますが、事業者がエコマークを表示したいと考えるようにもいろいろな団体等との連携を進めていきたい考えです。
4	柱 4 消費者視点でのコミュニケーションの強化	消費者視点、消費者教育で国民の意識を高めていくことは今後も重要である。	環境教育団体とも連携しながら、環境教育を推進していきます。
5	柱 4 消費者視点でのコミュニケーションの強化・全体	貢献度の高い立場には、表彰制度や優良マークもあればよい。	既存のエコマークアワードの表彰制度なども今後適宜見直し等を行っていきたいと考えています。
6	柱 4 消費者視点でのコミュニケーションの強化	コミュニケーションの方法は様々あるが、インターネットでの検索もコミュニケーションの入り口（きっかけ）として大事だと思う。 事務局のホームページは大変見やすく、またタイムリーに情報も更新されている点は大変良いと思うが、ただ、古いパンフレットの発行日がわ	中期活動計画の中では明記はしていませんが、ホームページにつきましては、特にサービス分野の専用ページなどを中心に継続的に改良を進めております。御指摘を踏まえ、消費者視点から今後の

通し No.	該当箇所	御意見・御提案内容	事務局対応内容
		<p>からない状態で掲載されているなど、少し残念な部分もある。最新の情報更新以外のホームページの改定は時間がかかるのは経験上承知しているが、中期計画で検討しても良いのではないか。</p>	<p>改定計画などを年度計画の中で検討、策定していきたい考えです。</p>