



資料①

『小売店舗の環境経営とエコマーク』 ～SDGs、食品ロスとプラスチック 容器包装 削減などの基本理解～

2019年2月

公益財団法人日本環境協会 エコマーク事務局



目次

1. 事業活動を取り巻く環境	P2
A. 持続可能性	P3～4
B. SDGs	P5～10
C. 食品ロス	P11～15
D. 海洋プラスチック汚染	P16～20
E. パリ協定	P21～22
F. コミュニケーション	P23～24
2. エコマーク制度とその関わり	P25～32
3. エコマーク活用の薦め	P33～34
参考資料①～⑦	



1. 事業活動を取り巻く環境

国際的な約束 法令 業界・地域の要請 社会規範

多様な社会の要請

大きな転換期

事業活動

- ・グローバル化(多様な価値観)
- ・地球温暖化など環境への意識の高まり
- ・ガバナンスへの厳しい目

- ・持続可能性の考慮
- ・統合的な取組が重要

サービスの質の向上

顧客満足度
の向上

従業員満足度
の向上

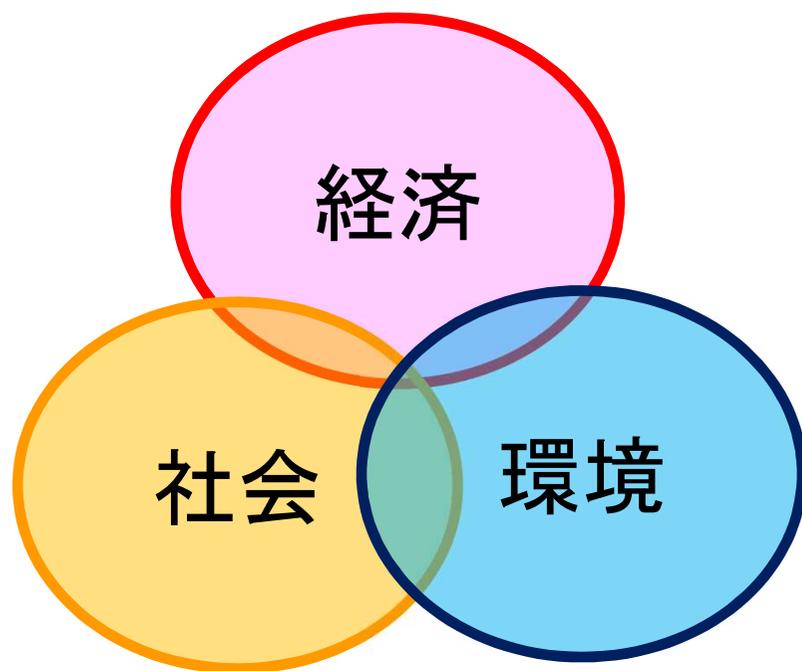
地域との
コミュニケーション

社会貢献



A-1. 持続可能性

現在の事業経営では、「持続可能性」をキーワードとして、環境を中心に統合的に取り組んでいくことが求められている



「持続可能性」の三つの次元

「持続可能性」の概念

- 1980年「世界自然資源保全戦略」で「持続可能性」という概念が初めて登場
- 1992年リオサミットを契機にサステナビリティ(Sustainability、持続可能性)の概念が世界的に普及し始める

【現在の話題】

- ・持続可能な開発目標(SDGs)
- ・ESG投資(環境、社会、ガバナンスを考慮する投資)
- ・東京オリンピック・パラリンピック
- ・食品ロス削減
- ・海洋プラスチック汚染
- ・人権・労働

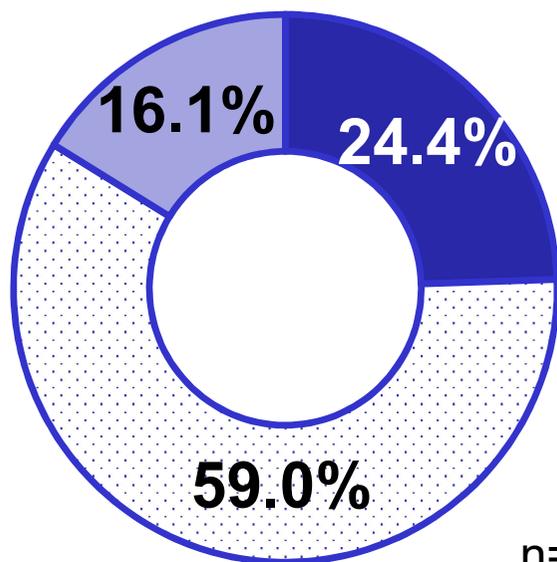
持続可能性と深く関係



A-2. 持続可能性に関する取組状況

(エコマーク認定取得事業者)

持続可能性について、取組を開始している事業者は24%
聞いたことがあるが、取り組んでいない事業者が59%



■ 自社で取組方針があり、取組を開始している(または開始する予定)

□ 「持続可能」という言葉は聞いたことはあるが、特段取り組んでいるものはない

■ 「持続可能」という言葉は聞いたことがない

【持続可能性に取り組む上での課題】

- | | | | |
|---------------|-----|----------------|-----|
| ・ 情報が少ない: | 46% | ・ 社内での協力が得にくい: | 21% |
| ・ 実施方法が分からない: | 33% | ・ 取引先の協力が得にくい: | 21% |
| ・ 確認が難しい: | 31% | | |

エコマーク担当者へのアンケート結果(2018年3月)



B-1. SDGs(エスディーゼーズ)とは

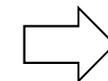
- 「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称
- 2015年に「**国連持続可能な開発サミット**」(193の国・地域)で決められた、**国際社会共通の目標**
- **2030年までの長期的な開発の指針**として、「**持続可能な開発のための2030アジェンダ**」を採択(その**柱がSDGs**)

SDGsの理念:「誰ひとり取り残さない(No one will be left behind)」

**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS**

2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です

- 先進国も、途上国も。全ての国や地域の人たちが取組むための目標
- 先進国の人たちの暮らしが、世界の貧困や環境の問題にも大きな影響を与えている
- 全ての国の政府に、SDGs達成に向けた政策をつくり、それを国家計画に反映していくことが求められる



参考資料①



B-2. SDGsの目標とターゲット

世界共通の17のゴール(目標)、目標ごとの169のターゲットから構成

貧困の解決・飢餓の解決・教育などの社会目標、気候変動・エネルギー・生物多様性など環境目標、雇用・インフラ・生産と消費など経済目標に加え、不平等の解決・ジェンダーの平等・平和など



1~6
MDGs*から継続の課題(開発途上国中心の課題)
7~17
経済、環境の側面から先進国にも関連性の高い課題

* 前身の国連「ミレニアム開発目標(MDGs)」2000年
開発途上国の貧困・教育・健康・環境などの改善を目指す目標



B-3. SDGsの目標とターゲットの例

目標12 持続可能な消費と生産のパターンを確保する



【ターゲット】

- 12.1 開発途上国の開発状況や能力を勘案しつつ、持続可能な消費と生産に関する10年計画枠組み(10YFP)を実施し、先進国主導の下、全ての国々が対策を講じる。
- 12.2 2030年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。
- 12.3 2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減少させる。
- 12.4 2020年までに、合意された国際的な枠組みに従い、製品ライフサイクルを通じ、環境上適正な化学物質や全ての廃棄物の管理を実現し、人の健康や環境への悪影響を最小化するため、化学物質や廃棄物の大気、水、土壌への放出を大幅に削減する。
- 12.5 2030年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。
- 12.6 特に大企業や多国籍企業などの企業に対し、持続可能な取り組みを導入し、持続可能性に関する情報を定期報告に盛り込むよう奨励する。
- 12.7 国内の政策や優先事項に従って持続可能な公共調達の慣行を促進する。
- 12.8 2030年までに、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする。

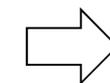
：

出典：<http://www.ungcn.org/sdgs/goals/goal01.html>



B-4. 事業者の役割と課題

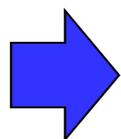
民間企業に対して



参考資料②③

【SDGsの採択文書】
創造性とイノベーション
の発揮を求める

【日本「SDGs実施指針」】
ビジネスを通じて社会的課題の
解決への取組による貢献を歓迎



持続可能性の視点で、事業者の取組が不可欠
事業経営にも大きく影響を与える

【課題】

**SDGsは17の目標、169ターゲットがあるため、
多くの事業者は、自社の事業活動を体系的に整理し、
具体的な目標設定や取組を進めることが難しい**



B-5. 事業者の取組事例【スーパーホテル】

SDGsの目標にあわせて、自社の事業活動を経済・社会・環境の三つ面から体系的に整理した目標を設定し、取組を開始している事業者がある



1 NEXT Solution 地球の温暖化対策

業界の環境意識企業として、2011年に環境大臣より「エコ・ファースト企業」に認定されたスーパーホテル。ホテル運営に伴う廃棄物やCO₂排出に向き合い、環境活動を続けてきました。これからは脱炭素社会の実現に向け、エネルギー削減に取り組むことを重点課題とします。

- 目標7【エネルギー】
すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的なエネルギーへのアクセスを確保する。
- 目標13【気候変動】
気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。



2 NEXT Communication 地域の活性化対策

全国に131店舗を展開するスーパーホテルは、その地域を訪れるお客様を元気にすることで地域を活性化できればと考えます。また「地産地消」の実践やメガソーラー事業の展開などで、地域そのものの活力をアップ。ホテル業で日本を応援することを重点課題とします。

- 目標9【インフラ、産業化、イノベーション】
強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。
- 目標11【持続可能な都市】
包摂的で安全かつ強靱（レジリエント）な持続可能な都市及び人間関係を構築する。
- 目標17【実施手段】
持続可能な開発のための資金調達を強化し、グローバルパートナーシップを活性化させる。



3 NEXT Generation 従業員の成長対策

お客様が幸せを感じるサービスは、スタッフ自身が幸せに働くことから生まれます。スーパーホテルは福利厚生はもちろん、やりがいを持って生き生きと働くことが出来、人生のキャリアパスをきちんと描ける職場環境をレポート。成長する喜びを味わえることを重点課題とします。

- 目標5【ジェンダー】
ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び男性の能力強化を図る。
- 目標8【経済成長と雇用】
包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する。

出典：LOHAS REPORT 2018



B-6. 事業者の取組事例【日本生活協同組合連合会】

コープSDGs 行動宣言

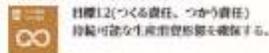
私たち生協は、SDGs(持続可能な開発目標)に貢献することを約束(コミット)します。

私たちは、「生協の21世紀理念(1997年総会決定)」のもと、助け合いの組織として、誰もが笑顔でくらすことができ、持続可能な社会の実現をめざし、様々な取り組みを進めてきました。誰も取り残さないというSDGsのめざすものは、協同組合の理念と重なり合っています。私たちは、あらためて持続可能な社会の実現に向けて取り組むことを、「SDGs行動宣言」としてまとめました。私たちは、以下の7つの取り組みをつうじて、世界の人々とともにSDGsを実現していきます。

持続可能な生産と消費のために、商品とくらしのあり方を見直していきます

私たちは、「つくる責任」と「つかう責任」の対応を充実させ、持続可能な社会づくりをめざします。国内外の人々、そして限りある地球資源へ思いをはせ、商品の購買と供給を進めます。学習活動を通じて、エシカル消費や持続可能な社会に関する理解を促進し、私たち自らの消費行動やくらしのあり方を見直していきます。

【関連するSDGsの主な目標】



【関連するSDGsの目標】



地球温暖化対策を推進し、再生可能エネルギーを利用・普及します

私たちは、地球の持続可能性を脅かす気候変動の脅威に対して、意図的な温室効果ガス削減目標(2030年削減目標)を掲げ、省エネルギーと再生可能エネルギーの導入に積極的に取り組めます。再生可能エネルギーの電源開発や家庭用電気小売を広げ、原子力発電に頼らないエネルギー政策への転換をめざします。

【関連するSDGsの主な目標】



目標7(エネルギー) すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。
目標13(気候変動) 気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。

健康づくりの取り組みを広げ、福祉事業・助け合い活動を進めます

私たちは、食生活、運動、社会参加の観点から健康づくりを進めます。安全・安心はもとより、より健康な食生活に向けた商品事業と組合員活動を推進します。生活習慣病や介護予防など「予防」を重視し、福祉事業や助け合い活動を広げ、自治体や諸団体と連携し、地域包括ケアシステムのネットワークに参加します。

【関連するSDGsの主な目標】



目標3(健康) あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。

【関連するSDGsの目標】



誰もが安心してくらし続けられる地域社会づくりに参加します

私たちは、誰一人取り残さず、安心してくらし続けられる地域社会づくりに参加します。自治体や諸団体との連携を大切にしつつ、地域の留守り、移動販売や配達事業など、生協の事業や活動のインフラを活用し、地域に於ける役割発揮を進めます。

【関連するSDGsの主な目標】



目標11(持続可能な都市) 包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間開発を実現する。

【関連するSDGsの目標】



ジェンダー平等(男女平等)と多様な人々が共生できる社会づくりを推進します

私たちは、地域における活動を通じて、社会のジェンダー平等と多様な人々が共生できる社会の実現に貢献します。女性も男性も、誰もが元気に、生きがいを持って働き続けられる生協づくりを進めます。

【関連するSDGsの主な目標】



目標5(ジェンダー) ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。

【関連するSDGsの目標】



世界から飢餓や貧困をなくし、子どもたちを支援する活動を推進します

私たちは、誰一人取り残さない世界をめざして、世界が抱える課題についての理解を深め、助け合いの精神を貫き、ユニセフ協会などに取り組み、世界の子どもたちを支援します。「貧困」の連鎖をなくしていくために、子どもの貧困について学び、話し合う活動を広げ、子ども食堂やフードバンク・フードドライブなどの取り組みを進めます。

【関連するSDGsの主な目標】



目標1(貧困をなくそう) あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。

【関連するSDGsの目標】



核兵器廃絶と世界平和の実現をめざす活動を推進します

私たちは、「核なき世界」の実現のために、世界の人々と手を携えて、核兵器を廃絶し、平和な社会をめざす取り組みを進めます。私たちは、次の世代に核廃絶・戦争体験を継承し、日本国憲法の基本原則である平和主義のもと世界平和の実現に積極的に貢献します。

【関連するSDGsの主な目標】



目標16(平和) 持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを確保し、あらゆるレベルにおいて効果的で透明性の高い包摂的な制度を構築する。

【関連するSDGsの目標】





C-1.食品ロスとは?

「本来食べられるのにも関わらず廃棄されている食品」

- そもそも、もったいない!
- 家庭からのごみのうち、**生ごみは約1/3**を占める
- **生ごみの約8割が水分**で、廃棄物焼却炉の燃焼効率が低下

自治体の一般廃棄物の
処理費用は年間**約2兆円**

【食品ロス削減は】

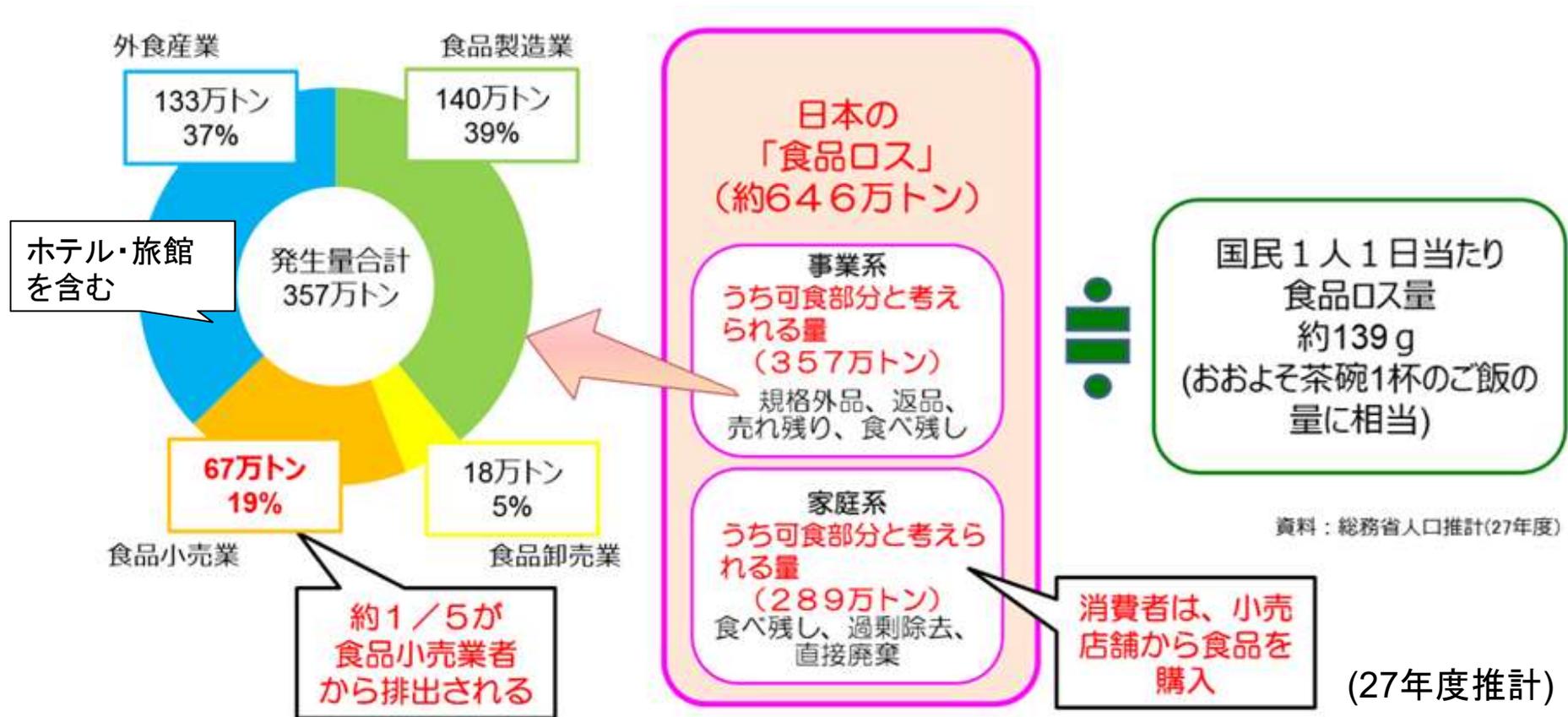
- 資源の有効利用 ⇒ **廃棄物発生量削減**
- 焼却炉の燃焼効率向上 ⇒ **CO₂排出削減**
- **(自治体・事業者・家計の)コスト削減**
につながる





C-2. 食品ロスに関する話題(1)

- 日本の食品ロス量 ≒ 途上国への**食糧援助量の2倍に相当**
- 小売店舗での消費者の買い方が家庭での食品ロスにも影響





C-3. 食品ロスに関する話題(2)

【SDGsでは】 ターゲット12.3

2030年までに、小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、(中略)

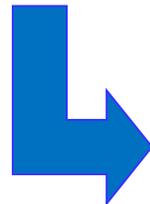
生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる



【食品ロス問題】

- 2012年 9月 日本の商慣習「**3分の1ルール**」緩和の動き
- 2016年 1月 食品廃棄物の**不適正な転売事件**が発生
- 2016年 2月 フランスで「**売れ残り食品**」の**廃棄を禁止する法律**が成立
- 2016年10月 全国**食べきり運動**の自治体間ネットワーク設立
- 2018年 6月 環境省 **第四次循環型社会形成推進基本計画**が決定

食品産業全体：
食品ロスの発生量は横ばい



2030年度目標：
家庭系食品ロス量は2000年度の半減

事業系食品ロス量：
今後、食品リサイクル法の基本方針で目標を設定



C-4. 食品ロス削減の取組

【食品ロスの原因】

- ・小売店舗: 売れ残り(需要予測のズレ)、納品期限切れの食品規格変更等により店頭から撤去された食品
- ・ホテル・旅館: ブッフェ用プレートに残った料理、食べ残し宿泊者が求める食事量との不一致

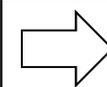
一方で、
「顧客満足度(CS)」
に影響



- ・事業者による取組推進
⇒ CSを損なわない取組が重要
- ・消費者の意識改革
⇒ 社会の意識の変化

【食品リサイクル法 基本方針(H27)による削減の取組】

- ・製造工程・輸送工程でのロス削減、賞味期限の延長
- ・商慣習の見直し(1/3ルール)
- ・フードバンクの積極的活用
- ・食品廃棄物等の継続的な計量
- ・消費者への啓発(過度な鮮度意識の改善)



参考資料④~⑥



C-5.「食品ロスの削減の推進に関する法律案」

2019年1月28日召集の通常国会に提出予定

食品ロス削減推進法 骨子案のポイント



多様な主体を連携させ、国民運動として食品ロスの削減を推進

内閣府に「食品ロス削減推進会議」を設置し、食品ロス削減の基本方針を策定

基本方針を踏まえ、都道府県と市町村が削減推進計画を策定し、対策を実施

消費者や事業者に対する学習の振興

食品ロス削減の功績者を表彰

10月を「食品ロス削減月間」に

フードバンクの活動を支援

【事業者の責務】

事業者は、その事業活動に関し、国又は地方公共団体が実施する食品ロスの削減に関する施策に協力するよう努めるとともに、食品ロスの削減について積極的に取り組むよう努める

食品リサイクル法では

食品関連事業者(製造、流通、外食等)の責務

… 発生抑制、減量、再生利用等

出典：https://www.komei.or.jp/news/detail/20180316_27609

<https://news.yahoo.co.jp/byline/iderumi/20180614-00086452/>

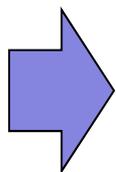


D-1. 海洋プラスチック汚染

- 海浜でのゴミ: 使い捨てプラスチック50%、その他のプラスチック34%を占める
- マイクロプラスチック(5mm以下)が海洋生物の生態系を破壊

2018年7月 大手チェーン店が**プラ製ストロー**を使わない方針を発表

深刻さから、多くの国が廃プラスチックの規制を強化
(欧州の政策が世界を牽引)



EU サーキュラー・エコノミー(循環経済)・パッケージ
⇒ EUプラスチック戦略





D-2. 欧州の「使い捨てプラスチック」に関する動向

「使い捨てプラスチック製品を禁止または制限する指令案」に 暫定合意 欧州議会・EU理事会 (2018年12月18日)

⇒ 承認後、2年以内に加盟国内での法制化へ

●使い捨てプラスチック製品の市場投入禁止

- カトラリー(フォーク、ナイフ、スプーン、箸)
- 飲料スターラー
- 発泡ポリスチレン製の食品容器、飲料容器、カップ
- プラスチック製綿棒
- 風船、そのスティック
- オキシ分解プラスチックから製造された製品など
- プラスチック製ストロー
- プラスチック板

●表示要件(不適切な廃棄禁止、プラスチックを使用していることの表示)

- 生理用ナプキン、ウェットワイプ、風船など

その他、生産者責任の拡大、分別回収など

(プレスリリースと指令案に違いがあるため、承認後公表される正式文書で確認のこと)



今後は、日本でもレジ袋、ストロー以外で
具体的な取組が加速する可能性

出典：<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A52018PC0340>



D-3. 日本「プラスチック資源循環戦略(案)」

(2018年11月に案を公表)

- 海洋プラスチック汚染への意識の高まり、1人当たりの容器包装廃棄量(世界第2位)
- アジア各国での**廃プラの輸入規制**等(中国、タイ、マレーシアなど)

基本原則:「3R+Renewable」

◆マイルストーン◆

<リデュース>

- ①2030年までにワンウェイプラスチックを累積25%排出抑制

<リユース・リサイクル>

- ②2025年までにリユース・リサイクル可能なデザインに
- ③2030年までに容器包装の6割をリサイクル・リユース
- ④2035年までに使用済プラスチックを100%有効利用

<再生利用・バイオマスプラスチック>

- ⑤2030年までに再生利用を倍増
- ⑥2030年までにバイオマスプラスチックを約200万トン導入

【ワンウェイのプラスチック製容器包装】

- レジ袋の**有料化義務化**へ
- **再生可能資源への代替促進**(再生材・紙、バイオプラスチック)
- **軽量化**や**リユース容器**の利用促進

**不必要な使用・廃棄
を防ぐため、
消費者への啓発が重要**



D-4. 海洋プラスチックごみ問題のプラットフォーム

(2019年1月設立)

クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス(経産省、産業環境管理協会)

イノベーションを加速するための業種の垣根を越えたプラットフォーム

- ビジネスマッチング、技術交流、技術セミナー等の開催
- 国際機関、海外研究機関等との連携、発展途上国等への情報発信など
- プラスチック製品全般の有効利用に関わる多様な企業間連携の促進等

http://www.jemai.or.jp/news/cloma_release2.html

「プラスチック・スマート-for Sustainable Ocean-」(環境省)

ポイ捨て撲滅の徹底、 unnecessary な使い捨てプラスチックの排出抑制や分別回収の徹底など、

「プラスチックとの賢い付き合い方」の推進

国内外に日本の取組みを発信していくための、

消費者、自治体、NGO、企業などのキャンペーン



<http://plastics-smart.env.go.jp/>

その他、海洋プラスチック廃棄物問題の国際的組織「Alliance to End Plastic Waste」が設立(日本から三菱ケミカルホールディングス、住友化学、三井化学が参加)



D-5. グリーン購入法 【小売業務】

国等の庁舎で営業する小売店舗では、「プラスチック資源循環戦略」を踏まえて、2019年2月に以下の要件が求められることになった

【判断の基準】

① 容器包装の過剰な使用を抑制するための取組の実施



- 容器包装の薄肉化、軽量化
- 商品に応じて適正なサイズの容器包装の使用、他

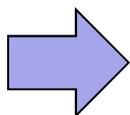
② 消費者のワンウェイのプラスチック製品・容器包装の廃棄物の排出抑制を促進する取組



- 買物袋の有償提供、提供を希望しない場合に景品等の提供
- 繰り返し使用が可能な買物袋等の提供
- ワンウェイの箸、フォーク、スプーン、ストロー等や容器包装の使用に関する意思を消費者に確認する、他

④ 店舗で取り扱う商品の容器包装のうち、再使用を前提とするものは、当該店舗で返却・回収可能である

⑤ プラスチック製の買物袋を提供する場合：全ての買物袋は、植物由来プラスチックの配合率が10%以上である



この考え方にに基づき、対象が広がっていく可能性あり

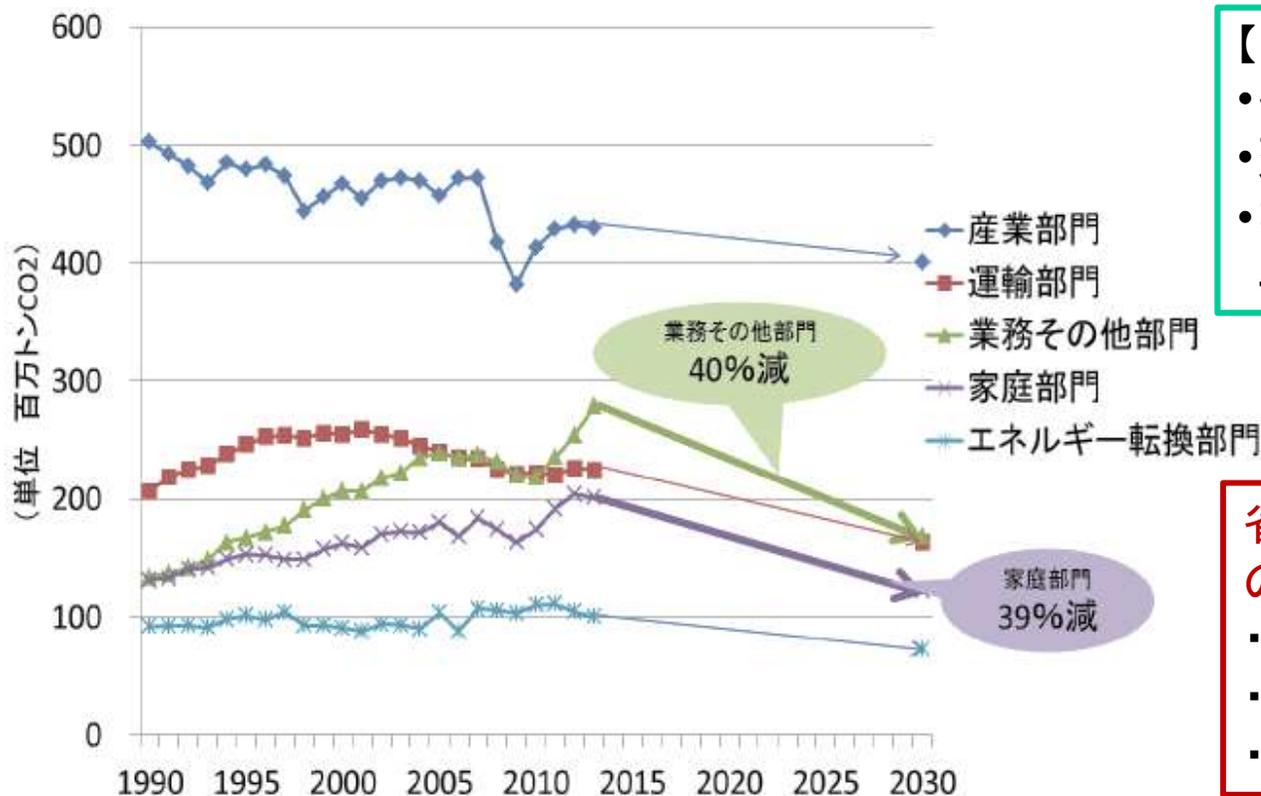


E-2. パリ協定に対する日本の取組み

中期目標: 2030年度に2013年度比で温室効果ガスを**26%削減**する
⇒ 「**業務その他部門**」は**40%削減**

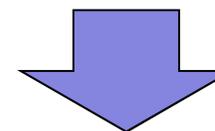
長期目標: 2050年までに温室効果ガスを**80%削減**する

(業務その他部門: 事務所・ビル、デパート、卸小売業、飲食店、ホテル・旅館、病院などの9業種)



【主な取組み】

- 省エネ性能の向上
- 建築物の省エネ推進
- 業務部門における徹底的なエネルギー管理の実施、他



省エネ法 ベンチマーク制度の拡大

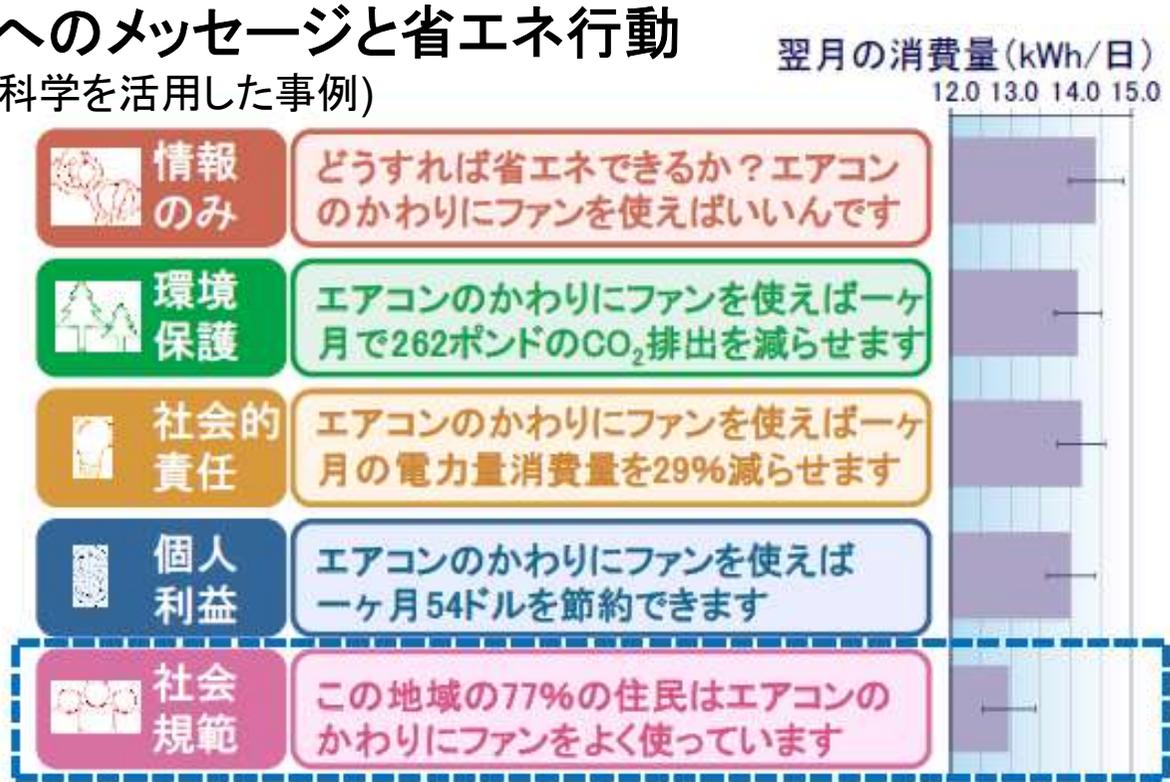
- コンビニ
- ショッピングセンター
- スーパーマーケット 等
- ホテル



F-1. コミュニケーション

SDGs、食品ロス対策、海洋プラスチック汚染、パリ協定などの取組を統合的に推進するには、事業者と消費者のコミュニケーションが不可欠
⇒ 効果的なアプローチが重要

■ 住民へのメッセージと省エネ行動 (行動科学を活用した事例)



Nolan et al. (2008) より作成

⇒ 日本でも、家庭での電力の節電を促す実証実験を実施、効果が判明

出典: <http://www.kankyo.metro.tokyo.jp/climate/home/cat8690/index.html>

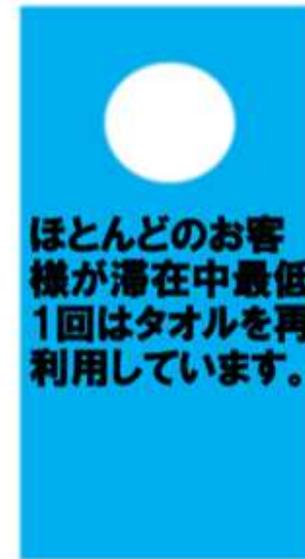


F-2. コミュニケーション

■ホテル連泊時のタオルの交換(行動科学を活用した事例)



35.1%



44.1%



49.3%

⇒ 宿泊者に身近で想像しやすい事柄で、
「社会規範」に訴えるメッセージが効果的

出典：<http://www.kankyo.metro.tokyo.jp/climate/home/cat8690/cat.html>



2-1.エコマーク制度の目的

環境保全に役立つと認められる商品（製品およびサービス）に「エコマーク」を付けることで、商品の環境的側面に関する情報を広く社会に提供し、持続可能な社会の形成に向けて事業者・消費者の行動を誘導していく



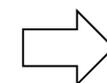
⇒ 「持続可能」がキーワード

事業者と消費者をつなぐ
コミュニケーション
ツール



2-2.エコマーク制度の概要

- 国際的なISO規格に基づいて日本環境協会が運営 ⇒ 日本で唯一のタイプI環境ラベル
- 商品分野ごとに厳しい基準を設けている
- 環境の専門家が集まって審査し、合格したもののだけに「エコマーク」をつけることができる
⇒ 第三者認証、30年の歴史



参考資料⑦



市場規模

4.7

兆円

商品分野数

67

認定商品・施設数

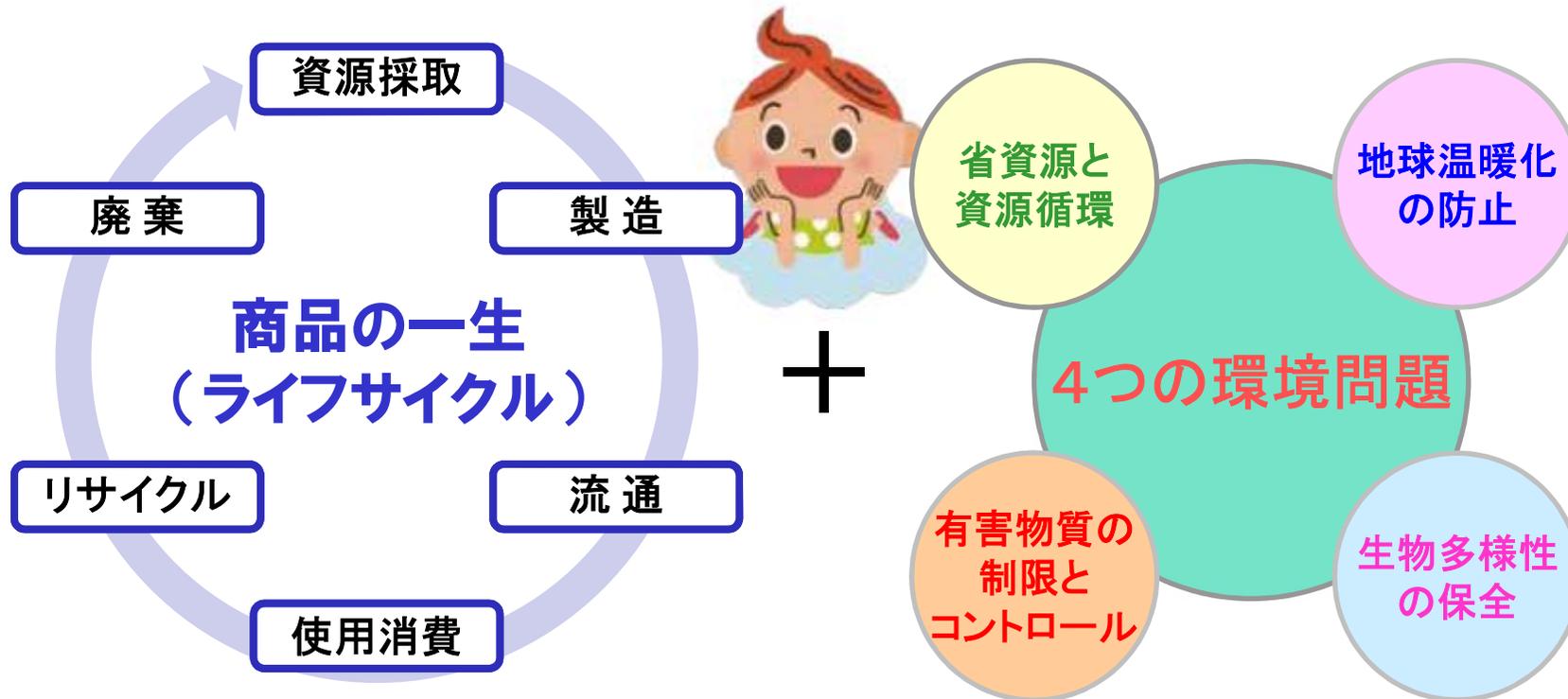
50,795

認定企業数
1,460



2-3. エコマークの特徴

ライフサイクルを考えた基準を設定
総合的に環境負荷が少ない製品・サービスを認定



一部分の評価



例えば、使う段階で省エネ性能がどんなに優れていても、製造する過程でエネルギーをたくさん使っていたら環境にやさしいとは言いきれない



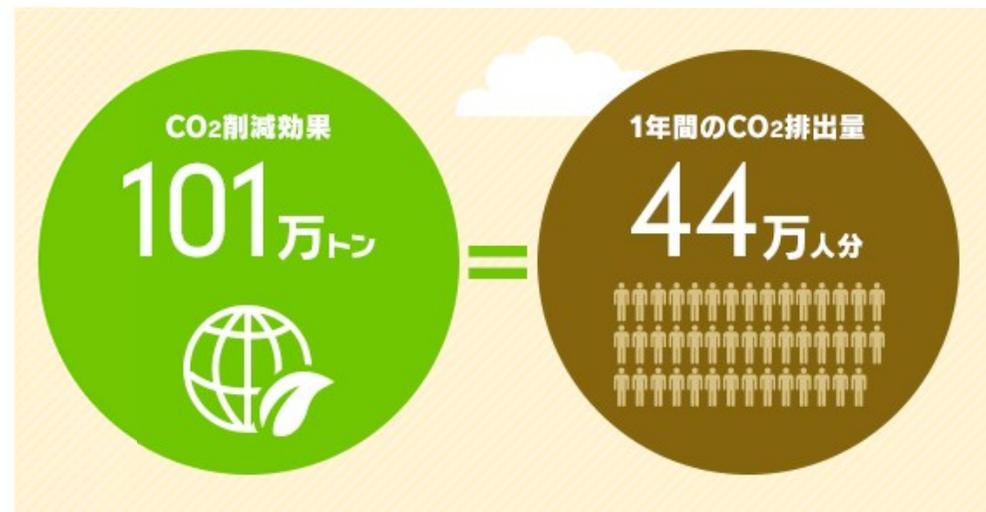
2-4.エコマークの認知度とCO₂削減効果

エコマークの認知度



インターネット調査(平成27年3月)
対象者:全国の20歳以上70歳未満の男女5274人

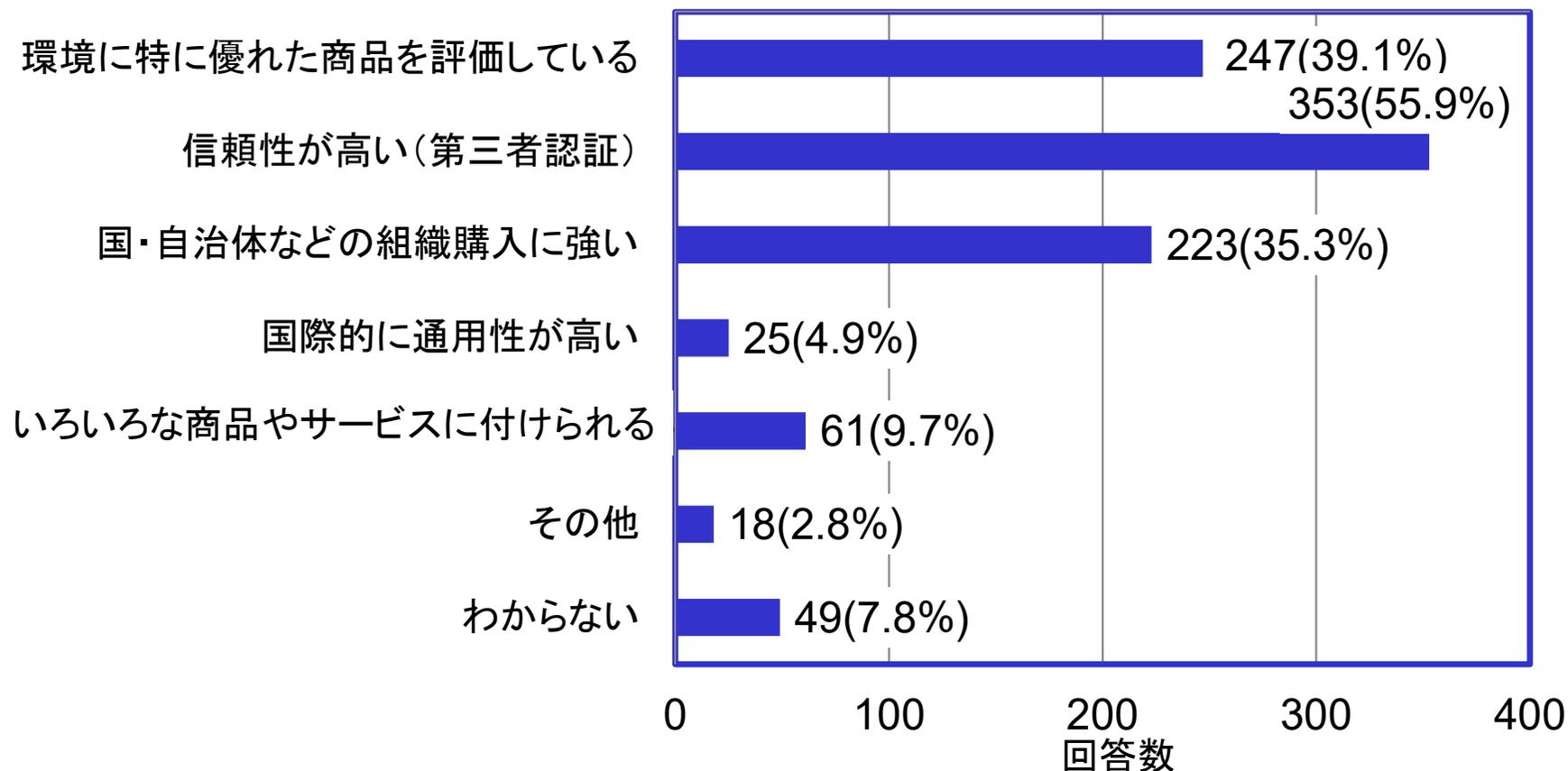
1年間に販売されたエコマーク商品の
ライフサイクルにおける
CO₂削減効果は合計101万トン
約44万人分の家庭からの
1年間のCO₂排出量を削減することに相当



2015年調査



2-5. 認定取得者が感じるエコマークの強み



エコマークの強みは「信頼性の高さ」が最も高く、その次に「環境に特に優れた商品进行评估」、「国等の組織購入に強い」となっている

エコマーク担当者へのアンケート結果(2018年3月)



2-6. エコマーク・サービスの認定制度

エコマークは製品以外にも、「小売店舗」、「ホテル・旅館」、「飲食店」など、サービス分野の認定も行っている



No.501「小売店舗Ver1」
(2011年制定)



No.503「ホテル・旅館Ver1」
(2012年制定)



No.505「飲食店Ver1」
(2017年制定)

- CO₂削減の他、廃棄物削減や地産地消などの環境配慮への取組を推進
- 「エコ」への取組が、「お客様へのサービスの低下」に繋がらないように配慮
- 2020年東京オリンピック・パラリンピックによる4,000万人のインバウンドにも対応



2-7. エコマーク認定「飲食店」の状況

◆2017年9月制度開始～

* 2020年東京オリパラ時には、
50チェーン・1万店舗を目標

ECOMARK CERTIFIED RESTAURANTS
エコマーク認定店舗

	食材をえらび、 むだなく運ぶ		エコな商品・ 段箱をつかう
	フードロスを 減らす		エコな 店舗運営
	省エネ・節水		お客様との エコ活動

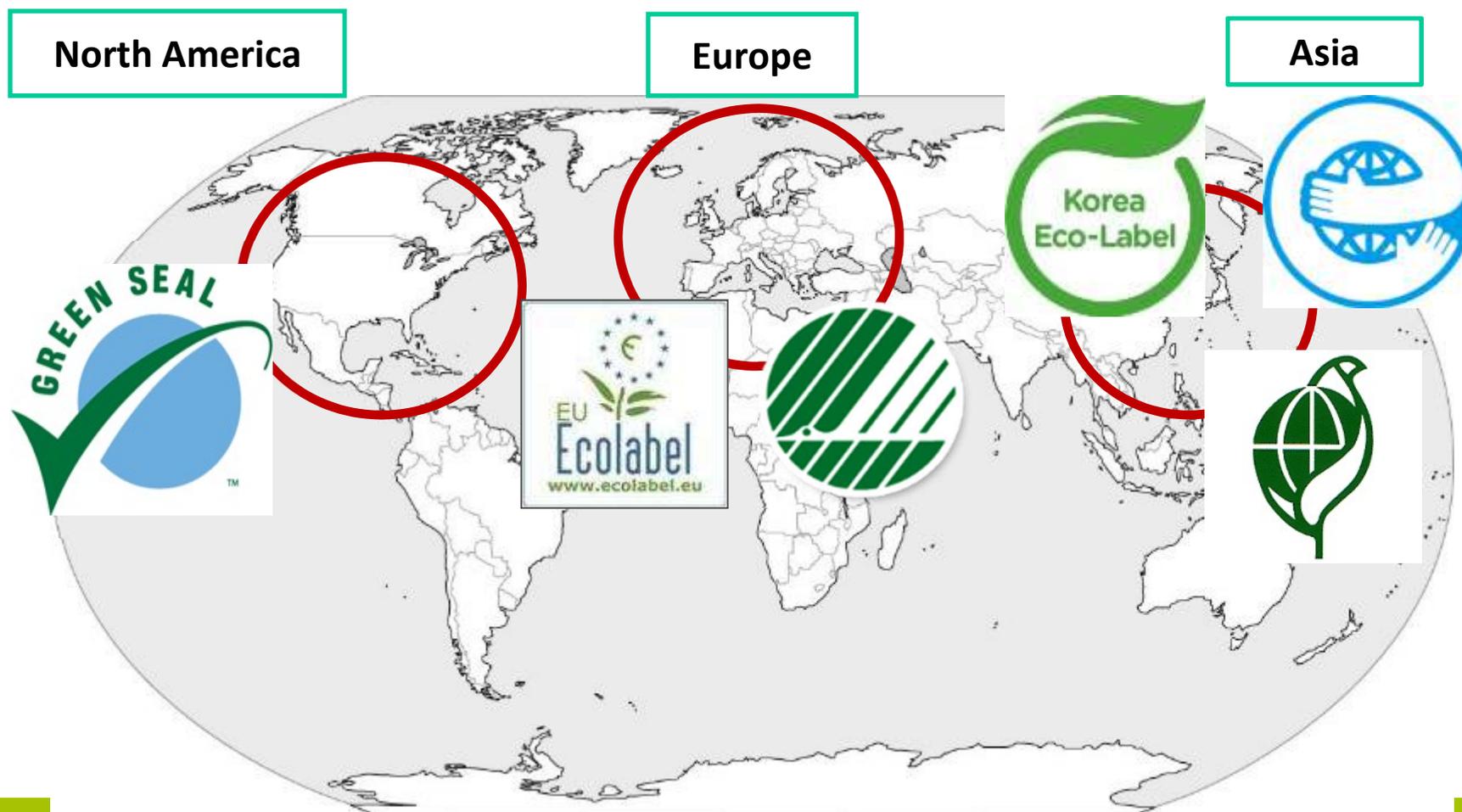
2,500 店舗を突破 (●印 認定店舗の所在地)





2-8. 海外のエコマークと同種類の認定制度

エコマークと同じ国際規格に基づく「ホテル」認定は、6機関で実施
全世界で729施設が認定を受けており、拡大傾向にある





3. エコマーク活用の薦め

エコマーク「小売店舗」、「ホテル・旅館」の基準では、『何に取り組んだらよいのか』を具体的に示しています

エコマークを通して取組みを統合的に進めることで、SDGs、パリ協定、プラスチック資源循環戦略などの社会的要請に対応(貢献)できます



- 利用者とのコミュニケーションの向上
- 企業の社会的評価の向上

◇SDGs (主に以下に貢献)



◇パリ協定

◇プラスチック資源循環戦略 等



3-2. エコマーク「ホテル・旅館」基準(抜粋)とSDGs

4-1.おもてなしにおける環境配慮

【選択項目】

その評価カテゴリーで推奨される取組

(2)環境に配慮した観光(エコツアーなど)の情報提供

(5)環境に配慮した食材の提供、及び利用者への説明

(有機農産物、海のエコラベル認証、GAP、地産地消など)

(6)食べ残し削減のために、食器の形状等の工夫、少量のメニューの提供など

(10)共有スペースの禁煙・分煙、客室の80%以上が禁煙室

SDGsとの
関連例





ご清聴 ありがとうございました

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
電話:03-5643-6255 FAX:03-5643-6257
E-mail:info@ecomark.jp
<https://www.ecomark.jp/>

本セミナー資料の国内外の動向等に関する情報は、正確性には万全を期しておりますが、日本環境協会が内容を保証するものではありません。最新情報を確認のうえご利用下さい。



参考資料① SDGsのもうひとつの捉え方 - 5つのP

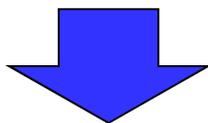


出典: 国際連合広報局

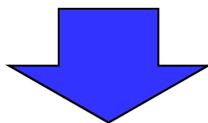


参考資料② 日本でのSDGsの取組

SDGs推進本部



SDGs推進円卓会議



SDGs実施指針

2016年5月設置

本部長：総理大臣、全閣僚が参加
国内実施と国際協力の両面を率先して取
組む体制

行政、民間セクター、NGO・NPO、
有識者、国際機関、各種団体等を含む
幅広いステークホルダーによって構成

2016年12月

今後の日本の取組の指針を決定
アクションプランの作成や各省庁の施策
に反映



参考資料③ 日本政府「SDGs実施指針」

実施原則:①普遍性 ②包摂性 ③参画型 ④統合性 ⑤透明性と説明責任

【8つの優先課題と具体的施策】

①あらゆる人々の活躍の推進

■一億総活躍社会の実現 ■女性活躍の推進 ■子供の貧困対策 ■障害者の自立と社会参加支援 ■教育の充実

③成長市場の創出、地域活性化、 科学技術イノベーション

■有望市場の創出 ■農山漁村の振興 ■生産性向上 ■科学技術イノベーション ■持続可能な都市

⑤省・再生可能エネルギー、気候変動対策、 循環型社会

■省・再生可能エネルギーの導入・国際展開の推進 ■気候変動対策 ■循環型社会の構築

⑦平和と安全・安心社会の実現

■組織犯罪・人身取引・児童虐待等の対策推進 ■平和構築・復興支援 ■法の支配の促進

②健康・長寿の達成

■薬剤耐性対策 ■途上国の感染症対策や保健システム強化、公衆衛生危機への対応 ■アジアの高齢化への対応

④持続可能で強靱な国土と 質の高いインフラの整備

■国土強靱化の推進・防災 ■水資源開発・水循環の取組 ■質の高いインフラ投資の推進

⑥生物多様性、森林、海洋等の 環境の保全

■環境汚染への対応 ■生物多様性の保全 ■持続可能な森林・海洋・陸上資源

⑧SDGs実施推進の体制と手段

■マルチステークホルダーパートナーシップ ■国際協力におけるSDGsの主流化 ■途上国のSDGs実施体制支援

出典: <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/000252818.pdf>



参考資料④

食品ロスの削減取組例

廃棄物の計量システムの導入

直営店舗、テナントで発生する食品ロスの発生量の把握・集計の精緻化
⇒ 廃棄物の発生抑制へ



buffetでの食品ロス削減

buffet形式で、顧客の目の前で調理する形に変更
⇒ 需要にあわせた提供による食品ロス削減



『気象情報等を活用した需要予測の精度向上・共有化によるプロジェクト』
(経済産業省、日本気象協会、事業者)

需要予測の共有

「豆腐」の需要予測をメーカーと小売事業者が共有
⇒ 豆腐の食品ロスがほぼゼロに
(欠品等も生じていない)



需要予測の高度化

「冷やし中華つゆ」の需要予測をメーカーに導入
⇒ 最終在庫によるロスを約90%削減



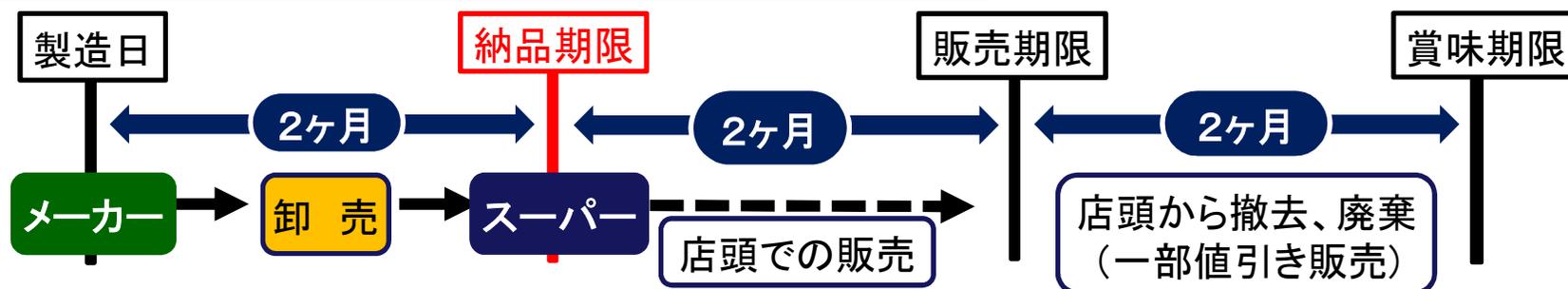


参考資料⑤

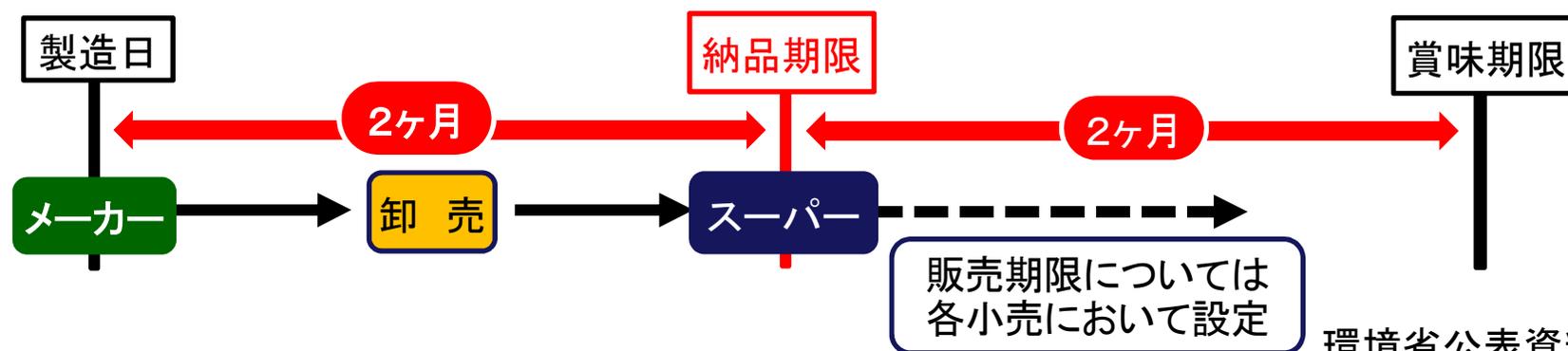
商慣習見直しの取組

3分の1ルールの見直しは、個別企業での取組が難しいため
フードチェーン全体での解決に向けた取組が進められている

3分の1ルール(3分の2残し)の場合 ※賞味期限6ヶ月の例



2分の1残しに緩和した場合 ※賞味期限6ヶ月の例



環境省公表資料による



参考資料⑥ ホテルによる食品ロス削減の取組例

No.1

ホテルにおける食品ロス削減メニュー開発

福井県

-ホテル事業者と共に食べ残しの少ないメニューを開発-

1 取組の概要

宴会等における食べ残しの現状を分析し、県内ホテルと共に食べ残しが出にくいメニューを開発

■ 実施内容

福井県の食べきり運動協力店では、小盛メニューの設定などさまざまな工夫により生ごみの減量化に御協力いただいているところだが、大勢の人が集まる宴会やパーティーでは依然として食べ残しが多い。そこで、ホテルでの宴会・パーティーでの食べ残しの現状と課題を検証し、食べ残しを減らす「のっこさんメニュー」の開発を試みた。

メニューの検討にあたっては、県内5つのホテルと連携して、3回のワークショップを実施するほか、食べ残し実態調査を行った。

実態調査結果

1人当たりの平均食べ残し量 113.2g (前期実態調査)

- ・「もてなし」にちょうどいい量 ≠ 食べきれる量 という現状
- ・「足りないかもしれない」という意識があり注文し過ぎてしまう
- ・刺身のつまやあしらいなどの添えてある野菜が残されてしまう
- ・宴会・パーティー料理は、豪華で特別なものだという意識があるため、多めに作ってしまう

6つのポイントに集約した「のっこさんメニュー」を提案

- ①料理の構成
- ②料理の見せ方
- ③料理の出し方
- ④お客様の嗜好
- ⑤食べやすさ
- ⑥注文の取り方、勧め方

※後期(ポイント実践後)の実態調査では、1人あたりの平均食べ残し量が109.0gとなった。

<https://www.env.go.jp/press/manual.pdf>



参考資料⑦

環境ラベルの役割と種類

ラベルの特徴により、タイプⅠ・タイプⅡ・タイプⅢの3種類

タイプⅠ (ISO14024) “第三者認証”

第三者が『資源の採取から廃棄まで』全ライフサイクルにおける環境影響を一定の基準に基づいて認定



エコマーク
(日本)



ブルーエンジェル
(ドイツ)

タイプⅡ (ISO14021) “自己宣言”

事業者の一定の基準を満たしている製品に対して表示される自己宣言



など

タイプⅢ (ISO14025) “環境情報表示”

製品が環境に与える負荷を、技術報告書等で定量的に表示



エコマークは我が国唯一のタイプⅠ環境ラベル