

2022 年度

エコマーク事業計画・予算（案）

2022年3月11日

公益財団法人日本環境協会

エコマーク事務局

2022年度 エコマーク事業計画・予算

1. 2022年度の事業計画

エコマーク事業については、カーボンニュートラルやプラスチック資源循環などの社会情勢、およびこれらを取り巻く昨今の環境行政の動向により、業務の急拡大が見込まれる。このため、事務局運営の体制を整備しつつ、商品類型の拡充・見直し、信頼性堅持措置、広報・宣伝及び国際協力の各業務を引き続き推進する。

令和4年度は、喫緊の課題である2050年温室効果ガス排出量実質ゼロやプラスチック資源循環に係る政策に直接的に貢献できる分野に重点的に取り組む。特に、①化学産業におけるCO₂排出量削減の施策として期待される、再生/バイオマスプラスチックならびにケミカルリサイクルの拡大に資する商品類型化に取り組むとともに、②プラスチック資源循環促進法やESG投資におけるエコマーク活用の推進、③電子申請に完全移行するためのシステム開発、④CO₂削減効果の見える化、⑤海外タイプI環境ラベル機関との相互認証の拡大と実効性の向上に注力する。

また、環境ラベルの信頼性は、消費者の商品選択の際に不可欠な要素であり、事業者が第三者に認証され環境ラベルを付与された製品・サービスを市場に供給し、その努力が市場から正しく評価されるためにも重要である。引き続き、認定後の現地監査及び基準適合試験などに取り組み、信頼性の高い環境情報の提供を進める。

1.1 認定基準の策定

(1) 新規商品類型の策定、既存商品類型の見直し

日本の部門別CO₂排出量のうち、18.6%（年間6,018万トン）が化学産業であり、その約半分（年間3,100万トン）がプラスチック原料の製造過程等（ナフサを熱分解してエチレン、プロピレン等を得る）に起因している。このため、本年度はナフサ投入量の削減に貢献し得る再生プラスチック及びバイオマスプラスチックの活用、ケミカルリサイクルの拡大（収率向上）に資する商品類型化に重点的に取り組む。また、政府が推進する住宅・建築物ストックのグリーン化に資するため、土木・建築分野の対象拡大と基準の強化を進め、土木・建築資材に由来するCO₂削減を図る。

<主な新規類型化・見直し>

- ・バイオマスプラスチック（マスバランス方式の導入）
- ・ケミカルリサイクル技術（ガス化、油化、モノマー化）による化学原料製造プロセス
- ・土木製品、建築製品関連基準（適用範囲の拡大）
- ・紙おむつ（新規）

等

※企画戦略委員会で選定された案件から順次着手（4～6テーマ/年）

(2) プラスチック資源循環促進法、ESG 投資に貢献する分野の商品類型化調査

プラスチック資源循環促進法における設計指針や設計認定の拡大に資するため、製品分野ごとの設計の標準化や設計ガイドライン等が未整備の業界団体等と連携した当該分野の商品類型化の実現可能性を調査する。

また、ESG スコア等でエコマーク認定が適正に評価され、環境対応を進める企業の資金調達の一助となるよう、金融機関等にアプローチし、環境ラベル及びグリーン公共調達(GPP)に関する情報提供を行う。さらに、金融機関等のバリューチェーン上で第三者認証が活用できる分野の把握を進め、ESG 投資関連分野の商品類型化の実現可能性を調査する。

1.2 広報・宣伝活動の推進

(1) 事業者への情報提供の強化

a. DX(デジタルトランスフォーメーション)に対応するためのシステム開発

政府が進めるデジタル改革のための規制改革、テレワークの普及等による社会全体のデジタル化に対応するため、エコマーク申請や、認定期間中の諸手続を電子申請に完全に移行し、ビッグデータを活用した情報発信を推進するためのシステム開発を2020～2022年度の3か年計画で進める。

b. 事業者の認知・取得促進に特化した業界フェアへの出展・セミナー開催

長期的視点に立った消費者教育と並行して、事業者向けの広報・宣伝活動を展開し、スピード感をもって社会を誘導していくことも重要である。本年度は、土木・建築や、近年制定したサービス分野（清掃サービスなど）、プラスチック製容器包装における事業者のエコマークへの認知・取得促進を図るため、毎月1回を目途にオンラインセミナーを開催する。また、関連する業界フェア（ビルメンヒューマンフェア&クリーン EXPO、TOKYO PACK など）に出展する。出展にあたっては、相乗効果を生み出すため取得促進セミナーを同会場で併設開催する。

c. CO2 削減効果の見える化

今後に制定するサービス系の商品類型において、環境省「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース」等の原単位を活用し、CO2 排出量の簡易算定を求める基準項目を試験的に導入する。

また、国や外部団体で開発が進められている脱炭素の見える化ツール等を既存の認定基準とともに活用するなど、エコマーク商品の購入による削減貢献の見える化を進める。さらに、エコマークロゴ表示の一つの選択肢とし

て、ロゴマークと共にカーボンニュートラルや CO2 排出量を表記する際の表示ルールとロゴオプションを開発する。

d. エコマーク取得を通じて SDGs や ESG に取り組む事業者の拡大

企業の SDGs、ESG 対応の導入支援の一環としてエコマーク取得に取り組んでいただくため、あらゆる広報媒体やイベントで訴求を行うことにより、事業者の取り組みを促進する。このため、SDGs や ESG に係る国内外の認証制度やプラットフォームの動向の収集・発信にも取り組む。

(2) 消費者への情報提供の強化

a. SNS 等のオンラインツールを通じた消費者とのコミュニケーション強化

コロナ禍を機とした消費者の環境問題に対する意識変化を踏まえ、既存のメールマガジンやウェブサイトに加え、外部 SNS 及びニュース発信ツール等を活用した消費者への情報発信を強化する。

b. エコマーク商品情報データ（+JAN コード）の新たな活用方法の開発と他業態への水平展開

ウェブ通販や情報サイトを運営する事業者等との連携・協働に引き続き取り組み、電子商取引市場におけるエコマークの活用を促進するほか、企業内グリーン調達（イントラネット等）など新たな活用方法の開発と異業種への展開に取り組む。

また、環境省が推進する食とくらしの「グリーンライフポイント」を発行する企業へのデータ提供にも対応し、ポイント付与の仕組みへの活用を促進する。

(3) ステークホルダーとのコミュニケーション強化

a. 「エコマークアワード」の実施

平成 22 年度より実施している表彰制度「エコマークアワード」については、公募開始時及び受賞者決定後のマスメディア広報を強化するとともに、本年度は表彰区分の見直しや応募要件の拡大を検討し、本表彰の社会的認知度のさらなる向上を目指す。

b. 多様な主体との連携・協働による情報発信

認定取得企業やマスメディア、事業者、自治体、団体（消費者センター、GPN、こどもエコクラブ等）と連携・協働して、環境フェア・イベント等（「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」、「エコプロ 2022」など）による情報発信を展開する。

1.3 信頼性の堅持

(1) 現地監査の実施

地域（海外製造を含む）や重点分野、公正性などを考慮して現地監査を行うとともに、認定事業者とのコミュニケーションをさらに推進し、マーク表示、認定基準などの理解を通じた認定商品・サービスの適切な供給を図る。また、一部でオンライン監査も併用することで、認定事業者の利便性と業務の効率化を図る。

また近年、サービス分野の認定が急増している状況を踏まえ、本年度より認定中の監査におけるサービス分野の実施件数比率を高め、基準逸脱の未然防止と認定取得事業者のガバナンス向上に資する。

(2) 試験による基準適合の確認

市場からエコマーク認定商品を抜き取り購入し、基準適合試験を実施して認定基準への適合を確認するとともに、該当事業者へ結果を通知し、認定事業者とのコミュニケーション推進及び認定商品・サービスの適切な製造販売・提供に役立てる。

(1)および(2)の結果は、概要をウェブサイトで周知することにより、環境偽装の抑止およびエコマークへの信頼性の堅持につなげる。

1.4 国際協力活動

(1) 海外環境ラベル機関との相互認証の推進

a. 日中韓三カ国環境ラベル機関との相互認証

環境省の推進する日本、中国、韓国の3カ国の政府間の取組である「日中韓環境ビジネス円卓会議（TREB）」の下、平成17年度より3カ国間の環境ラベル基準の調和化と相互認証の推進に取り組み、これまでに13品目分野（カテゴリー）について共通基準を策定した。

令和4年度は、新たな対象品目として「壁紙」の共通基準の検討を進める。

b. その他の環境ラベル機関との相互認証

エコマークでは現在、14カ国・10機関の海外環境ラベル機関（北欧5カ国、韓国、中国、ニュージーランド、タイ、台湾、北米（カナダ）、ドイツ、香港、シンガポール）と相互認証協定を締結している。

本年度は、相互認証対象国・機関のさらなる拡大に向け、この2～3年で事業者から相互認証の要望が急速に高まってきているシンガポール（基本協定は締結済）について、相互認証の対象商品分野の拡大と共通基準の設定について協議を進める。また、コロナ禍により中断していたEPEAT（電子製品環境評価測定ツール。米国において電子機器の公共調達に影響力が大きい）との相互認証の実施に向けた交渉を再開する。また、2018年に日・EU 経

済連携協定を締結、2020年に新サーキュラー・エコノミー・アクションプランを発表した欧州連合(EU)の環境ラベル及びGPP基準と、日本のエコマーク基準との共通化に向け、欧州委員会(EC)と継続的な意見交換と情報収集を行う。

このほか、通常の相互認証協定が確立している国について、現地監査の代行等の相互認証の提携範囲の拡大に取り組む。

(2) 国際的な動向への対応

環境ラベルとGPP/SPPの一体的な普及を図るため、同分野に関する国際的な議論への参画、制度・基準の国際整合を図るための調査検討を進める。また、日本エコマークのプレゼンス向上に向け、日本エコマークやGPPについての情報発信、海外の環境ラベル及びGPP/SPPにおけるエコマーク活用の働きかけ、基準策定等の途上国支援を進める。また、GEN（世界エコラベリング・ネットワーク）とGIZ（ドイツ国際協力公社）が共催するコンシューマインフォメーションプログラムWG2にアジア・オセアニア担当責任者として参加する。

(3) 世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）との協働

引き続き、ドイツ、北欧5カ国、中国、韓国、北米などの世界50以上の国・地域、38機関のタイプI環境ラベル運営団体で構成するGENの役員会メンバーとして、GENの会議などの活動に参画する。

2. 2022年度予算

2.1 収入の部

2022年度の収支予算書を下表に示した。

2022年度の収入予算においては、エコマーク事業収入 230,000 千円と想定し、収入予算を計上している。

2022年度 エコマーク事業 収支予算書
2022年4月1日から2023年3月31日まで

(単位：千円)

科目	2022年度 予算額 A	2021年度 予算額 B	差額 (△減) A - B	(参考) 2021年度 実績予想
I. 収入の部				
1. エコマーク事業収入	230,000	220,000	10,000	239,464
収入合計	230,000	220,000	10,000	239,464
II. 支出の部				
1. エコマーク事業費	72,000	66,500	5,500	64,018
認定事業費	39,890	41,230	△1,340	52,228
広報活動費	14,000	14,800	△800	7,544
調査研究費	14,810	7,170	7,640	3,334
国際協力費	3,300	3,300	0	912
2. 管理費	190,473	162,645	27,828	164,379
人件費	106,275	95,705	10,570	94,683
事務費（賃借料などの協会共通 経費含む）	84,198	66,940	17,258	69,696
支出合計	262,473	229,145	33,328	228,397
収支差額（収入-支出）	-32,473	-9,145	-23,328	11,067

2.2 支出の部

主な支出予算とその活動内容の概要を以下に示す。

2.2.1 認定事業費

- (1) 商品類型（認定基準）の検討 予算額 1,800 千円
- (2) 商品認定審査関連経費 予算額 2,950 千円
- (3) システム関連費 予算額 29,000 千円
エコマーク業務システムの開発（電子申請等）、保守管理などを行う。

2.2.2 広報活動費

- (1) 各種フェア・イベント出展費 予算額 1,500 千円
- (2) 「エコマークアワード」実施 予算額 1,200 千円
- (3) 認定取得促進費（説明会など） 予算額 1,000 千円
- (4) エコプロ展出展費 予算額 5,500 千円
- (5) ウェブサイト改善・管理費 予算額 2,900 千円

2.2.3 調査研究費

- (1) 監査ヒアリング費および基準適合試験費 予算額 2,100 千円
- (2) ケミカルリサイクル・土木建築認定基準の調査委託費
予算額 10,000 千円

2.2.4 国際協力費

- (1) 海外環境ラベルとの相互認証の推進、国際的な議論への参画
予算額 1,500 千円
- (2) 世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）関連活動費、会費
予算額 1,300 千円

以上