

2023年度

エコマーク事業計画・予算（案）

2023年3月17日

公益財団法人日本環境協会

エコマーク事務局

2023年度 エコマーク事業計画・予算

1. 2023年度の事業計画

エコマークは、製品のライフサイクル全体を考慮した認定基準と第三者による厳格な審査を特長とし、環境ラベルの中でも高い認知度(80%超)を有する、日本で唯一のタイプ I 環境ラベル (ISO14024 準拠) である。

2050 年に向けたカーボンニュートラルの実現やプラスチック資源循環の推進などが喫緊の課題となる中、それらを取り巻く環境行政も大幅に拡充され、エコマーク事業においても業務の急拡大が見込まれる。このため令和 5 年度は、これまで進めてきた事務局体制の強化を基にし、エコマークが消費者の商品選択や、GX (グリーントランスフォーメーション) を通じた経済及び技術のイノベーションに広く利・活用されることを目指し、エコマークの価値の向上及び国際協力の推進に取り組む。具体的には、喫緊の課題である温室効果ガス排出量の削減とプラスチック資源循環に係る政策への貢献を重点テーマとし、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 with コロナの生活様式、消費行動にフォーカスした商品類型化、③サービス分野の認定施設などにおけるエコマーク認定商品の採用強化、④ CO₂ 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。エコマークはその信頼性の担保として今年 3 月、ISO14024 タイプ I 環境ラベルの認証機関であるところの認証能力について、ISO/IEC 17065 「適合性評価-製品、プロセス及びサービスの認証を行う機関に対する要求事項」に基づく第三者機関の審査を受け、認定されたところである。エコマーク認定後の事業者に対する現地監査及び基準適合試験などについても引き続き取り組み、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、産業部門・工業プロセスが占める割合は全体の 29.3%で、化学産業はそのうち 18.6% (年間 6,018 万トン) を輩出している (2019 年)。プラスチック資源循環問題への対応とあわせ、CO₂ 排出削減に資するため、本年度は化学産業の主要部分を占めるプラスチック製造の主な原料である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及び製品
- ・土木製品、建築製品関連基準（適用範囲の拡大）

(2) 新しい生活様式、消費行動にフォーカスした商品類型化

日本国内においてもコロナとの共生化に向けて様々な行動制限が緩和され、国民の生活も活気を取り戻しつつある。コロナ禍によって大きく変化した日本人の価値観や消費行動に対応するため、with コロナの新たな生活様式、消費行動にフォーカスした分野の商品類型化と既存商品類型の再編・細分化を進める（例：既存商品類型「プラスチック製品」および「日用品」の適用範囲に含まれる「キャンプ・アウトドア用品」を独立した商品類型に再編する、あるいは宿泊＋エコツーリズムを評価する「旅行商品」など）。

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. サービス分野の認定施設などにおけるエコマーク認定商品の採用強化

サービス分野の認定施設（ホテル、小売店舗、飲食店など）が環境に配慮した取組を進めやすくなるよう、「ホテル・旅館」「小売店舗」「飲食店」「清掃サービス」などの商品類型で基準適合の要件または加点評価となるエコマーク認定商品（例：ホテル用の寝具など）を紹介するページを新たに作成し、当該品目の認定商品リストに誘導するなどの情報提供を進める。

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の重要性はもとより、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、サービス分野の認定施設で採用される物品の製造メカなどにおける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、JAPAN PACK など）に出展する。出展に当たっては、相乗効果を生みだ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

商品のライフサイクルにおける CO₂排出量、及びエコマーク商品の購入による CO₂削減貢献量に関するデータを整備し、エコマーク商品の認定情報と下記(2)b.の JAN コードを連結して提供する仕組みを構築する。CO₂データの整備にあたっては、認定取得事業者や、CO₂排出量の算出を専門に行う企業などとの連携も検討する。また、CO₂データの重要性を消費者が認識し、選択行動で参照されるためには、CO₂データを分かり易く消費者に伝える表示（コミュニケーション）が重要である。このため、CO₂データの利用上の注意事項等とあわせ、高度な専門知識のない方にも理解しやすい表示の方法について検討する。

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

エコマーク認定を取得した企業の SDGs、ESG 対応の導入支援の一環として、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・発信に取り組むとともに、あらゆる広報媒体やイベントで「エコマークと持続可能な開発目標(SDGs)－認定事業者向けの SDGs 活用ガイド」< <https://www.ecomark.jp/pdf/SDGs.pdf> >などの関連情報の利用を働き掛ける。また、ESG スコアなど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、金融機関などにアプローチし、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。

e. 認定事業者とのタイアップによるプロモーション

認定事業者のエコマーク取得効果を最大化するため、認定事業者とエコマーク事務局によるプレスリリースの同時配信や SNS のシェア、エコプロなどにおけるエコマークアワード受賞企業との協働展示・表彰イベントなど、認定事業者とのタイアップによるプロモーションを強化する。

(2) 消費者への情報提供の強化

a. SNS など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など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などとの連携・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（イントラネットなど）など新たな活用方法の開発と異業態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づくりに貢献する。

c. 公共調達におけるエコマーク活用の推進

エコマーク認定基準はグリーン購入法「判断の基準」と上位互換の関係にあり、同法に基づく調達の参考として活用できるようになっている。また、「エコマーク認定基準を満たすこと又は同等のものであること」が判断の基準に併記されている特定調達品目は令和5年度のグリーン購入法基本方針では22分野288品目のうち9分野106品目にまで拡大した。こうした状況を踏まえ、グリーン購入ネットワーク（GPN）などと連携し、地方自治体の調達担当者向けにエコマークの活用方法を説明するオンラインセミナーを開催する。

(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、こどもエコクラブなど）と連携・協働して、環境フェア・イベントなど（「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」、「エコプロ2023」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。実施にあたっては、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、現地監査を補完するものとして、民間事業者などが開発中のブロックチェーン技術を活用したプラットフォームの情報を、原材料のトレーサビリティの確認に活用する可能性について検討を進める。

また近年、「ホテル・旅館」「小売店舗」「飲食店」などのサービス分野の認定が2019年度と比較して約3倍に急増している状況を踏まえ、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。

また、再生材料の含有を識別する試験方法など、現時点で確立されていない新たな試験方法の採用についても検討を進める。

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

1.4 環境ラベリングに係る国際協力活動

国内におけるエコマークと、海外の環境ラベルならびに GPP/SPP（持続可能な公共調達）との整合を図り、世界におけるエコマークの価値を高めることは、日本の優れた環境配慮型製品の国際展開の促進にもつながる。本年度は、共通基準の拡充などの相互認証の深化、途上国への基準策定支援、各国の GPP/SPP における対象ラベル化などを戦略的に進める。

(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5年度は、新たな対象品目として「木材・プラスチック複合材」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、昨年度より協議を進めているシンガポールについて、相互認証の対象商品分野及び共通基準について合意し、運用開始を目指す。他方、上記ラベル機関のうち韓国と中国以外のラベル機関との相互認証は画像機器のみが対象となっているが、こ

の2～3年、ドイツ（ブルーエンジェル、2015年開始）ならびに北欧5か国（ノルディックスワン、2002年開始）との文具や繊維製品に関する相互認証に関する国内企業からの問い合わせが急増している。このため本年度は、上記2ラベル機関と対象商品分野の拡大について意見交換を行うほか、可能性のある商品分野について両国の基準の比較分析などの調査を進める。

このほか、すでに相互認証協定が確立している国について、現地監査の代行などの相互認証の提携範囲の拡大に取り組む。日本エコマークは、台湾グリーンマーク（タイプI）の現地監査を実施できる機関として台湾環境発展財団(EDF)から正式に認められているため、本年度より台湾グリーンマークの現地監査の代行業務を受託する。

(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における日本エコマーク活用の働きかけ、環境ラベルおよびGPP/SPP制度が未成熟な国に対する基準策定の支援等を進める。また、タイプI環境ラベル制度間の協力および相互認証の促進、ならびに途上国へのタイプI環境ラベルの開発支援などの提供を目的とした、コンシューマインフォメーションプログラムWG2(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）による共催)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か国、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. 2023 年度予算

2.1 収入の部

2023 年度の収支予算書を下表に示した。

2023 年度の収入予算においては、エコマーク事業収入 258,886 千円と想定し、収入予算を計上している。

2023 年度 エコマーク事業 収支予算書
2023 年 4 月 1 日から 2024 年 3 月 31 日まで

(単位：千円)

科目	2023 年度 予算額 A	2022 年度 予算額 B	差額 (△減) A - B	(参考) 2022 年度 実績予想
I. 収入の部				
1. エコマーク事業収入	258,886	230,000	28,886	256,682
収入合計	258,886	230,000	28,886	256,682
II. 支出の部				
1. エコマーク事業費	78,250	72,000	6,250	79,769
認定事業費	44,640	39,890	4,750	52,110
広報活動費	11,300	14,000	△2,700	9,185
調査研究費	18,610	14,810	3,800	16,795
国際協力費	3,700	3,300	400	1,679
2. 管理費	188,873	190,473	△1,600	174,243
人件費	109,485	106,275	3,210	97,494
事務費（賃借料などの協会共通 経費含む）	79,388	84,198	△4,810	76,749
支出合計	267,123	262,473	4,650	254,012
収支差額（収入-支出）	△8,237	△32,473	24,236	2,670

