

2017年度(平成29年度)

エコマーク事業計画・予算 (案)

2017年3月15日

公益財団法人日本環境協会
エコマーク事務局

2017年度（平成29年度） エコマーク事業計画・予算（案）

1. 2017年度の事業計画

中期活動計画（2013年度～2017年度）の5ヶ年活動期間における最終年度となることから、目標である「エコマークが消費者や組織購入者の購買場面において広く利用される環境ラベルとなるようその価値を一層高めるとともに、エコマークに対する認知度・理解度・利用度を向上させる」事項について、これまでの4ヶ年で進めてきた取組を検証するとともに、なお一層の強化・推進を図る。

目標達成のための方策として、潜在的需要のある事業者などやエコマーク取得企業への直接の働きかけを強化するとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に伴うインバウンドツーリズムへの対応を念頭に置きつつ、ホテル・旅館、小売店舗、飲食店などの各サービス分野市場の一層のグリーン化に寄与することを目指して、各サービス施設へのエコマーク認定を推進する。

具体的には、国などと連携しつつ、より広い範囲の製品・サービスにエコマークの認定を拡大していくとともに、既存商品分野については、欧州環境規制など国際的な動向なども注視し、関係業界などと連携して、基準値の見直しや引用規格との整合を図るなどの確かな基準設定に努めてエコマークの価値を高めていく。また、これまで実施してきた認定後の定期確認、現地監査、商品試験などによる基準適合性の確認、エコマーク取得企業への基準適合に関するコミュニケーション促進などの取組をより強化し、消費者・組織購入者からのエコマークに対する信頼性をさらに向上させていく。

普及啓発については、エコマークへの理解を深め、利用拡大を図るために、多様な主体と連携・協働した幅広い情報発信を展開するとともに、様々な機会を捉えてステークホルダーとのコミュニケーションを強化し、消費者や組織購入者にわかりやすく利用しやすい製品環境情報の提供に注力する。

国際協力については、国際社会における日本のエコマークの信頼性や認知度をより高めるため、海外環境ラベル機関との相互認証の推進や途上国における環境ラベル制度の立上げ支援などを推進し、エコマーク認定商品・サービスの国際市場における必要性を高めるとともに、事業者の国際展開や環境ビジネスの拡大などに貢献する。また、グリーン公共調達や環境ラベルを国際的に推進または調和させる取組が進んでおり、これらの国際的な動向に的確に対応できるよう、世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）などを通じ国際的な動向や海外情報の収集に努め、国などと連携した取組を進める。

1.1 認定基準の策定計画

国などと連携しつつ、新たな製品・サービスの商品類型化に取り組む。特に、温暖化防止・資源循環に資する製品と「サービス分野」への展開を重点的に進め、より広い範囲の製品・サービスにエコマークの認定を拡大していく。

新規商品類型については、新規商品類型提案募集に寄せられた提案などを基に継続検討している新規商品類型候補群の中から数類型を選定して、新規商品類型の設定および認定基準の策定を進めるとともに、東京オリンピック・パラリンピックなどに対応する商品類型の強化を念頭に、飲食店などの様々なサービス・システムなどの検討を進める。また、既存商品類型については、欧州環境規制など国際的な動向などにも注視し、基準値の見直しや引用規格との整合を図るなどの確な見直しを進め、市場の誘導（環境性能のレベルアップ、取得インセンティブの創出）を図る。

2017年度の商品類型認定基準の策定計画を下表に示す。

表 2017年度の商品類型認定基準の策定計画

	商品分野別「基準策定委員会」
1. 主な新規商品類型化候補	<ul style="list-style-type: none">・電力小売業・ラミネーター・廃食用油を使用した消火薬剤
2. 既存商品類型の見直し(主な候補)	<p>有効期限の約2年前を迎える既存商品類型で、科学的知見や社会的情勢などから見直しが必要と判断されるものを検討。</p> <ul style="list-style-type: none">・小売店舗[チェーン店の認証やテナント、小規模店舗などの適用範囲の拡大など]・プラスチック製品[植物由来プラスチックの観点の導入など]

1.2 普及啓発活動

エコマークの特長は、①「第三者認証」による信頼性・公平性と、②「商品のライフサイクルに則して製品環境性能を評価するところにある。これらの特長やグリーン購入の考え方（行動）などの一層の浸透を図るため、エコマーク取得企業など多様な主体と連携・協働した幅広い情報発信を展開するとともに、様々な機会を捉えてステークホルダーとのコミュニケーションを強化し、エコマークの認知度・理解度・利用度の向上に役立てる。

(1) 「エコマークアワード」の実施と「エコマークフォーラム」の開催

2010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、

国際的・社会的な動向を踏まえ、表彰のテーマを含めた全体の枠組みおよび実施時期を見直して実施する。また「エコマークフォーラム」の内容を充実し、エコマーク取得企業をはじめとするステークホルダーとのコミュニケーションの強化・充実を図る。

(2) 多様な主体との連携・協働による情報発信

2004年度より自治体・事業者などと連携して取り組んでいる「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」に主催者メンバーとして参画する。また、ステークホルダーと連携・協働して、環境フェア・イベント、セミナーなどによる情報発信を展開するとともに、消費者センターなどと連携し、講座や催事などにおけるエコマーク活用機会の創出に取り組む。このほか、エコマークゾーン（おおさかATCグリーンエコプラザに常設）に続く、新たなエコマークPR拠点の設置を進める。

(3) エコマークゾーンの充実

エコマークゾーンでは、エコマーク商品やパネルの常設展示を行うほか、西日本でのエコマーク取得相談をしやすくするために「エコマーク大阪デスク（毎月第3木曜日開催）」を継続して開催する。2017年度は、エコマークゾーンをリニューアルし、エコマークのさらなる浸透を図るとともに、ステークホルダーとのコミュニケーション強化とタイムリーな情報発信に努める。

(4) 認定基準等説明会による事業者への取得促進

既存商品類型に対する潜在的需要の掘り起こしと、新規制定あるいは見直し改定した商品類型などに対する新規申請を促進するため、関連する工業会の会員企業、業界誌などマスメディアなどへの広報のほか、業界フェア、セミナーなどへの出展・参加を進め、認定取得促進に向けた活動を展開する。特に、「ホテル・旅館」、「小売店舗」や「飲食店」については、普及機会の創出に優先的に取り組み、エコマーク認定施設増に結び付ける。

(5) 消費者などへの環境情報提供の強化

より多くの人々にエコマークが視認され、購買場面で広く活用されるよう、エコマークの表示ルールを見直し、表示の容易さを向上させ、様々なアイテムにエコマークの表示を広げるとともに、環境への取組をわかりやすく伝えるなどの情報提供を強化することにより、エコマークのさらなる活用と浸透を図る。

また、エコマークはグリーン購入法の調達の目安としても活用されている

ことから、調達者向けウェブサイトなどを通じた環境情報の充実に努める。

(6) 普及ツールの拡充

ウェブサイトについて、「ホテル・旅館」、「小売店舗」や「飲食店」などの紹介ページを拡充し、サービス分野に関する情報をわかりやすく発信する。また、英語サイトのリニューアルを進め、海外ラベル機関との相互認証の推進や海外に向けた情報発信を強化する。このほか、環境フェアやイベントなどで活用するツールの充実や、刷新を進める。

1.3 現地監査などのエコマーク信頼性確保の方策

環境偽装問題などの再発防止および消費者の信頼性確保のため、エコマーク認定商品を対象として市場から抜き取り購入し、購入商品が認定基準に適合していることを確認する方策として基準適合試験を実施する。

また、地域性・公正性・分野などを考慮して現地監査を行うとともに、監査概要をホームページ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向上につなげる。

これまで実施してきた認定後の定期確認、現地監査、商品テストに加え、更なる信頼性向上のため、2014年度より「総点検」を実施している。有効期限延長により認定期間が長期にわたっているエコマーク商品を対象に基準適合性を確認するため、認定商品に係る申請データの点検、スクリーニングを行い、必要性の高い案件について照会やヒアリング、現地監査などの調査を実施する。

1.4 国際協力活動

経済のグローバル化、グリーン化の進展に伴い、エコマークが国際的に通用することも重要な機能として求められていることから、従来から進めている相互認証の仕組みをさらに推進する。これにより、事業者の負荷軽減や国際的な基準の調和を図り、エコマーク認定商品の信頼性向上と認知度を高めていく。また、途上国における環境ラベル制度の立上げ支援、国際動向・海外情報の収集、国などと連携した取組を進めることにより、エコマーク基準が各国の環境ラベル基準で参考にされるなど、国際的な環境ラベルの活用によるグリーン調達の推進に寄与していく。

(1) 海外環境ラベル機関との相互認証の推進

(1-1) 日中韓三カ国環境ラベル制度間の相互認証

2017年度は、新たな対象品目として「シュレッダー」および「繊維製品」

の共通基準の検討を進める。また、インターネットを活用したプラットフォームの設定やオンライン協議などによる効率化の推進についても検討を進める。

(1-2) その他の環境ラベル機関との相互認証の推進

北欧・ノルディックスワンとの間で、新たな対象品目として「テレビ」、「プロジェクト」の共通基準の検討を進めるほか、ドイツ・ブルーエンジェルとの間で「プロジェクト」の共通基準策定を進める。また、タイ・グリーンラベル、ニュージーランド・環境チョイスとの間で、共通基準の見直しと対象カテゴリの追加を進める。台湾・グリーンマーク、北米・エコロゴ、香港・グリーンラベルおよびシンガポール・グリーンラベルとの間でそれぞれ「複写機、プリンタ」分野の共通基準策定を進める。その他のラベル機関（ベトナム、マレーシア、フィリピンなど）についても事業者ニーズなどを踏まえ、相互認証の実現に向けた取組を進める。

(2) 世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）への参画

引き続きドイツ・ブルーエンジェル（BA）、北欧 5 カ国、中国、韓国、北米などの世界 50 以上の国・地域、30 機関のタイプ I 環境ラベル運営団体が構成する GEN の役員会メンバーとして、GEN の活動に参画する。

(3) 国際的な市場のグリーン化への対応

国などと連携しつつ、グリーン公共調達や環境ラベルに関する国際的な議論に参画するとともに、日本のエコマークやグリーン公共調達について積極的に情報発信を行う。併せて、グリーン公共調達および環境ラベルの制度・基準の国際整合性をとるための現状把握と対応の検討を進める。

2. 2017年度(平成29年度)予算

2.1 収入の部

2017年度の収支予算書を下表に示した。

2017年度の収入予算においては、エコマーク事業収入 268,000 千円と想定し、収入予算を計上している。

2017年度 エコマーク事業 収支予算書
2017年4月1日から2018年3月31日まで

(単位：千円)

科目	2017年度 予算額 A	2016年度 実績予想 B	差額 (△減) A - B	(参考) 2016年度 予算額
I. 収入の部				
1. エコマーク事業収入	268,000	267,989	11	285,000
収入合計	268,000	267,989	11	285,000
II. 支出の部				
1. エコマーク事業費	49,000	44,280	4,720	49,000
認定事業費	21,300	20,658	642	21,900
普及啓発費	18,000	15,876	2,124	17,800
調査研究費	5,000	4,195	805	4,300
国際協力費	4,700	3,551	1,149	5,000
2. 管理費	185,606	184,426	1,180	196,265
人件費	99,800	98,480	1,320	105,313
事務費(賃借料などの協会共通 経費含む)	85,806	85,946	△140	90,952
支出合計	234,606	228,706	5,900	245,265
収支差額(収入-支出)	33,394	39,283	△5,889	39,735

2.2 支出の部

エコマークに対する社会的活用を一層進め、購買場面において広く利用される環境ラベルとなるため、関係機関などとの連携、消費者への普及と信頼性確保を着実に進める内容の計画としている。

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＜継続＞ 予算額 3,200 千円

2016 年度から引き続いて基準化を進めている 5 分野について、早期の基準制定を目指すとともに、新たな商品分野について、実現可能と判断されるものについて商品類型化（認定基準の策定）を進める。また、有効期限が到来する認定基準など既存商品類型の的確な見直しを進める。

(2) システム保守管理費＜継続＞ 予算額 11,200 千円

エコマーク業務システムの保守管理などを行う。

2.2.2 普及啓発費

(1) 「エコマークアワード」実施と「エコマークフォーラム」開催

＜継続＞ 予算額 1,650 千円

「エコマークアワード」および「エコマークフォーラム」を開催し、エコマーク取得企業などのステークホルダーとのコミュニケーション強化を図る。

(2) 各種フェア・イベント参加運営費＜継続＞ 予算額 5,700 千円

「エコプロ 2017」、「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」、「消費者教育関連事業」などに参画、出展し、エコマーク取得企業をはじめ多様な主体との連携・協働により消費者などに有効な環境情報を提供する。

(3) おおさか ATC 常設展示運営費＜継続＞ 予算額 5,100 千円

おおさか ATC（アジア太平洋トレードセンター）のグリーンエコプラザ内において「エコマークゾーン」を運営し、消費者、事業者などへのエコマークの周知・理解・活用などの拡大を図る。2017 年度はリニューアル予算を計上している。

(4) 普及ツールの拡充による情報発信＜継続＞ 予算額 4,900 千円

ホームページ、エコマークニュース（レター）、エコマーク広報（メールマガジン）、紹介パンフレット・動画などを活用してタイムリーな情報発信を行

う。

2.2.3 調査研究費

(1) 適正使用周知・監査費および基準適合試験費

＜継続＞ 予算額 2,500 千円

認定後の定期確認、現地監査、基準適合試験などに加え、総点検を実施し、基準適合性を確認する取組をより一層進める。

(2) 商品類型（認定基準）の検討＜継続＞ 予算額 1,620 千円

新規商品類型について、選定された商品分野、「飲食店」などの策定中の基準に関して、環境負荷低減効果や定量的な基準化の可能性、普及方策などについて調査・検討する。

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

＜継続＞ 予算額 2,000 千円

日中韓三カ国をはじめ世界各国・地域の海外環境ラベル機関との相互認証、タイプ I 環境ラベルおよびグリーン公共調達推進に取り組む。

(2) GEN 関連活動費＜継続＞ 予算額 1,800 千円

GEN（世界エコラベリング・ネットワーク）のメンバーとして GEN の会議などに参画し、GEN を通じた国際協力活動に取り組む。

以上