



資料②

エコマーク「小売店舗Ver2」 新認定基準の概要



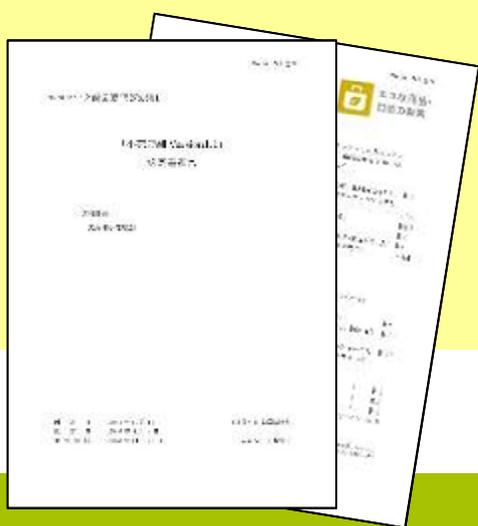
2019年2月

公益財団法人日本環境協会 エコマーク事務局



目次

1. 「小売店舗」認定基準の概要 P. 2 ~
2. 申込と審査の流れ P.15 ~
3. エコマーク取得のメリット P.20 ~
4. 事務局からのご提案 P.28 ~



詳しくは認定基準書で

<https://www.ecomark.jp/nintei/public/> (2019年2月末まで)

<https://www.ecomark.jp/service/store/> (2019年3月以降)



1-1. 見直しの背景と目的

⇒認定基準書1ページ目

2011年 エコマーク「小売店舗Ver1」認定基準を制定



2018年 社会の変化に対応するために、認定基準の見直しを検討
2019年3月 Ver2基準を制定予定(申し込み受付開始)

【見直しのポイント】

- 業種業態、規模によらず、**小売店舗全般を対象**にした。
 - 多様な取組を実情に応じて評価するため、必須項目は最低限に絞り、選択項目を多く設ける「**総合評価方式(ポイント制)**」を導入した。
 - チェーン展開する**複数の店舗を一括で審査**することを可能とした。
- ①国連「持続可能な開発目標」(SDGs)、省エネ法 ベンチマーク制度などへの対応や社会的な関心の高い項目が基準に含まれています。
⇒社会のニーズに対応する基準項目は、自社での環境配慮の取組指針となります。
- ②申請時の負担を極力減らしています。
⇒申請書類の作成を減らし、現地確認を中心に審査します。



1-2.適用範囲(申込の対象)

⇒認定基準書1ページ目

■小売店舗全般(小売しているSC含む)

大分類	中分類	該当する業種の例
I-卸売業 小売業	56-各種商品小売業	百貨店、総合スーパー 等
	57-織物・衣服・身の回り品小売業	アパレルファッション 等
	58-飲食料品小売業	スーパーマーケット、コンビニ 等
	59-機械器具小売業	家電量販店 等
	60-その他の小売業	ドラッグストア、ホームセンター 等

出典:日本標準産業分類(総務省)

※「61-無店舗小売業」は対象外

※「ショッピングセンター(SC)」については、申込事業者がその申込店舗で「小売」を行っていれば対象とするが、自らが店舗で小売を行っていない商業施設や複合ビルを管理・運営する事業者(不動産賃貸業)である場合は、別の観点から基準を検討する必要があるとして、本商品類型では対象外とした。



1-3.基準の構成と認定要件

⇒認定基準書2ページ目

■ **必須項目** : 必ず満たさなければいけない項目

■ **選択項目** : 店舗の取り組み状況に応じて選択する項目

No.	評価カテゴリー	必須項目	選択項目 (最大ポイント)
1	 環境に配慮した商品販売	1項目	9項目(12 p)
2	 環境コミュニケーション	1項目	9項目(9 p)
3	 廃棄物削減とリサイクル	1項目	9項目(12 p)
4	 省エネ・節水	1項目	9項目(12 p)
5	 物流の効率化	—	10項目(10 p)
6	 環境を意識した店舗運営	1項目	9項目(9 p)
合計		5項目	55項目(64 p)
認定要件 (飲食料品を扱う店舗)		必須 5 項目＋選択 26 p 以上	
(飲食料品を扱わない店舗)		必須 5 項目＋選択 21 p 以上	



1-4(1).環境に配慮した商品販売

⇒認定基準書3ページ目



エコな商品・
包装の提供



玩具(再生プラスチック製品)



詰め替え容器
植物プラスチック包装



有機JASマーク

【必須項目】

- 環境配慮型商品を販売していること。

【選択項目】

- 使い捨て持ち帰り袋の削減、簡易包装
- 環境配慮型商品の自社開発
- 「3分の1ルール」見直し など



環境ラベル認証食材

SDGsとの
関連例





1-4(2).環境コミュニケーション

⇒認定基準書4ページ目



お客様との
エコ活動



ウェブサイト

【必須項目】

- 店舗の環境活動について情報発信していること。

ポスター掲示

【選択項目】

- 環境配慮商品をPOP等で紹介
- 地域の清掃活動等に参加
- 敷地内の終日禁煙 など



SDGsとの
関連例

3	すべての人に 健康と福祉を	12	つくる責任 つかう責任	15	陸の豊かさを 守ろう	17	パートナーシップで 目標を達成しよう



1-4(3).廃棄物削減とリサイクル

⇒認定基準書5ページ目



ごみを減らす

【必須項目】

- 廃棄物の種類と発生量を把握していること。



【選択項目】

- 容器包装や使用済み製品の回収リサイクル
- 販売商品の修理受付
- 食品廃棄物の発生抑制、リサイクル など



SDGsとの
関連例





1-4(4).省エネと節水

⇒認定基準書6ページ目



省エネ・節水



【必須項目】

- エネルギー使用量を把握していること。

【選択項目】

- 日常的な省エネ・節水対策、設備の定期点検
- LED、省エネ型機器などの導入
- 使用量削減の見える化、目標値の設定 など



SDGsとの
関連例



パリ協定



1-4(5).物流の効率化

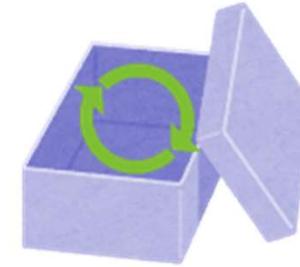
⇒認定基準書7ページ目



効率よく運ぶ

【選択項目】

- リターナブル容器・包装資材
- エコドライブの推進
- エコカー導入、グリーン経営認証
- 共同配送など物流の効率化 など



SDGsとの
関連例

7 エネルギーを 安全に 供給する	12 つくる責任 消費する責任



1-4(6).環境を意識した店舗運営

⇒認定基準書8ページ目



エコな
施設運営

【必須項目】

- 環境法規を順守していること。

廃棄物処理法、省エネ法、食品リサイクル法
容器包装リサイクル法、家電リサイクル法、フロン排出抑制法 など



【選択項目】

- 環境方針の決定、スタッフ教育訓練
- エコマーク商品などの優先購入
- ISO14001などの第三者認証取得
- SDGsの達成に向けて目標設定 など



SDGsとの
関連例





1-5. 「その他」の項目について

⇒認定基準書3ページ目以降

- 業種・業態、あるいは規模等により環境配慮の取り組み内容、レベルは様々
- 基準項目に挙げられていない各社独自の取り組みも評価できるようにしたい。



「その他」項目として、評価カテゴリー毎に自由記述欄を3つずつ設けた。

例)	(8) その他 [※] ()	[1p]
	(9) その他 [※] ()	[1p]
	(10)その他 [※] ()	[1p]

※ その他の参考キーワード：地産地消の推進、飲料品などの常温販売拡大、家電の過剰デモ自粛、使い捨てプラスチック製容器包装の使用禁止方針、レジ袋辞退率・削減量の公表、中古品・再生品などの販売など



1-6.エコマークの表示について

⇒認定基準書9ページ目

- 従来のロゴだけでは、具体的にどのような点で環境に配慮しているのかまでは伝えきれない。



どのような取り組みを
行っているかを視覚的に表す
絵柄(ピクトグラム)を導入

様々な媒体でアピール

- ・ポスター等掲示物
- ・ウェブサイト
- ・CSR、環境報告書 など



日本語、日英、英語表記の3種を用意



1-7.エコマークの表示例

■エコマーク認定取得後は、
店舗内にエコマークを表示すること。

【レジ周り】

レジ、その周辺に表示する。顧客側へ
向いたモニターを利用すると望ましい。
レジ機械裏やレジ横スペースを活用する。



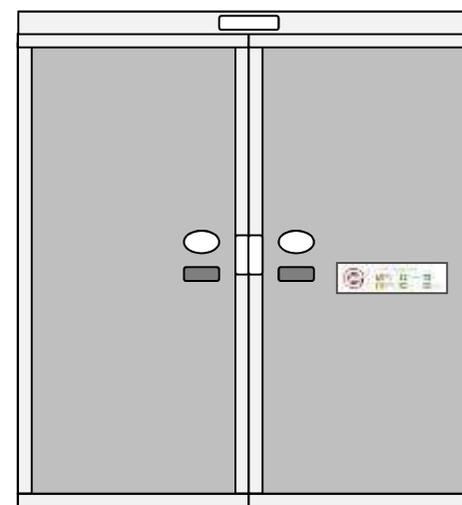
【店内の壁】

カウンター奥、店内の壁などにポスターと
して掲示する。額装するとエコマーク認定
の価値や品質を伝えることができる。



【出入口扉】

顧客の目線を考慮して、タッチポイントに
シールを貼り、効果的に顧客へ伝える。





1-8.エコマーク認定飲食店の表示事例



名鉄レストラン



サニーフーズ



大戸屋



モスバーガー



デニーズ



2-1.エコマーク審査の流れ

STEP1

エコマーク事務局にご相談 (無料)

☎ TEL : **03-5643-6253**

月曜日～金曜日 (祝日・年末年始を除く) 午前9時30分～午後5時30分

✉ E-mail : info@ecomark.jp



STEP2

審査のお申し込み (申込書+証明書類)

審査料 : 40,000円 (消費税別)

STEP3

エコマーク事務局による現地確認

(複数店舗を一括して申込む場合には、本社及び代表店舗を現地確認)

STEP4

審査委員会による認定審査

認定の場合

STEP5

エコマークの表示開始

年間使用料 :

1～9施設 1施設目 : 30,000円 + 2施設目以降 : 1施設毎に20,000円加算 /

10～99施設 : 200,000円 / 100～299施設 : 300,000円 /

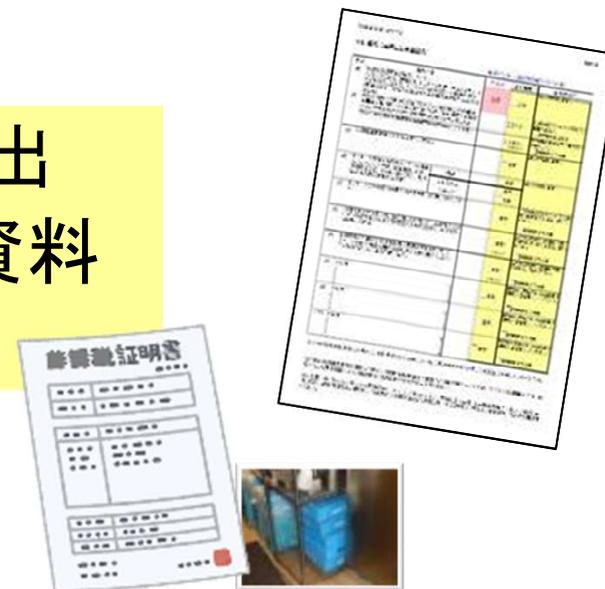
300～999施設 : 500,000円 / 1,000施設超 : 1,000,000円 (消費税別)



2-2.証明方法について

■ 証明書類の提出

- ✓ 付属証明書(チェックリスト)の提出
- ✓ 基準を満たすことを証明できる資料
写真、説明文書などの提出



■ 現地確認

- ✓ 審査時に現地確認を実施する。
(現地で確認できる項目については
書類提出を省略)





2-3.複数の店舗を申し込むケース

- チェーン店(本部が定めた方針やマニュアル等に従い、共通した取り組みを行っている複数の店舗)は、まとめて申し込むことができる。



- ✓ 申し込みの対象となる**店舗の範囲**は申込者が予め設定する。
- ✓ **共通して**実施している取り組みのみ評価(ポイント付与)する。
- ✓ 申込者自身が**主体的に**取り組んでいるかどうかで判断する。
(加盟店・テナント独自の取り組みは評価対象外)



2-4.テナントについて

- 通常、消費者はどこが直営売り場で、どこがテナントであるかは気にしていない(認識していない)。



- ✓ 原則、テナントも含めた店舗全体が認定対象
- ✓ そのため、すべてのテナント含め、少なくとも
(21)廃棄物量把握、(31)エネルギー量把握、
(51)法令順守に適合していることを要件とする。



2-5.エコマーク「小売店舗」の申請・維持費用

エコマークの申請・維持費用は、初年度：①+②、二年目以降：②です。

①エコマーク認定審査料： 40,000円/件(別途消費税)

注) 審査料は、初回の申請時の審査費用です。現地確認の費用(旅費等)が含まれる。
同一チェーンの複数店舗を同時申請する場合、1件分の審査料が適用される。

②エコマーク使用料(ライセンス料) 【年間・1事業者あたり】

認定施設数	使用料(別途消費税)
1～9施設	1施設目30,000円 2施設目以降:30,000円+1施設毎に20,000円加算
10～99施設	200,000円
100～299施設	300,000円
300～999施設	500,000円
1,000施設超	1,000,000円

【参考】 ISO14001の場合(50人規模)

初年度： 120万円～ +旅費

2年目以降： 40万円～ +旅費

更新審査(3年目): 80万円～ +旅費

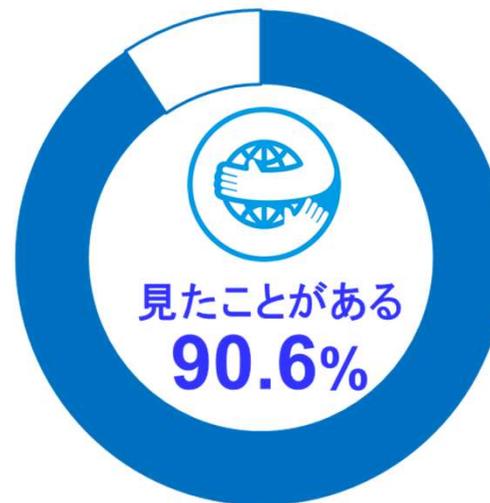
http://www.matec-inc.co.jp/topics/e_topics/20080212_1.html



3-1.取得メリット①(認知度の高さ)

① 店舗の“顔”をエコマークでアピール

環境に配慮した店舗であることを認知度が高いエコマークでお客さまにわかりやすく発信できます。



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

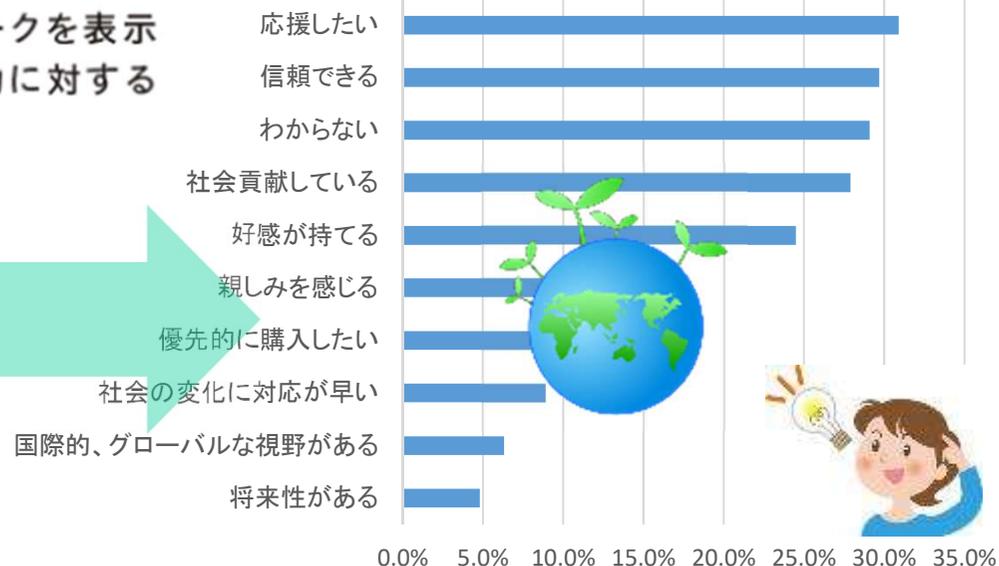
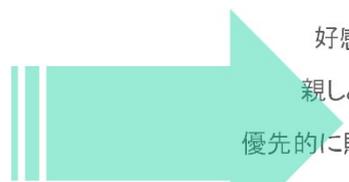
- 全体の**約9割**がエコマークを「見たことがある」と回答
- 環境ラベルの中で最も高い水準であり、**老若男女問わず知っている**という強みを広報展開に生かすことができる。



3-2.取得メリット②(わかりやすさ)

②お客さまとのコミュニケーション

店内のポスターやチラシなどにもエコマークを表示できます。エコマークが、お店の環境活動に対するお客さまの理解を深めます。



平成27年 エコマーク認知度調査より

- 「環境配慮」という難しいテーマを、「エコマーク」という象徴に変えることで、**わかりやすくアピール**できる。
- コミュニケーションを深めることで、今までになかった「**地域との連携**」、「**新しい取引先や事業パートナーの獲得**」、「**新たな事業の創出**」などを生むことにつながる。



3-3.取得メリット③(信頼性の高さ)

③ 企業イメージアップ

エコマークでは、公平性、透明性のもと、第三者による厳格な審査が行われます。第三者認証という信頼性の高さから、企業イメージが向上します。



国内唯一のタイプ I
ISO14024 環境ラベル

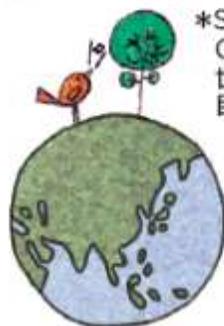
- 多くの人に「この会社は信用できる」という印象を与えることができ、企業にとってプラスの効果をもたらす。
- 企業の評判や信頼性は、店舗ブランドの“付加価値”となり、消費者の共感を呼ぶ。
- 企業イメージの向上は、多様性に富んだ人材確保にもつながる。



3-4.取得メリット④(社会貢献性)

④ 国際社会の目標にも貢献

企業活動における社会的責任の一つである、地球温暖化防止に貢献できます。SDGs*の目標の“持続可能な消費と生産”への取組みにもつながります。



*Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)。世界が2030年までに達成を目指す17分野の目標。



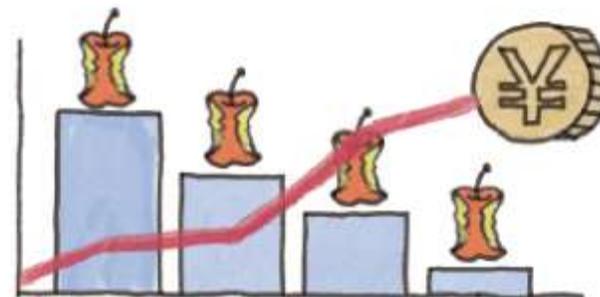
- 社会課題への対応は、**経営リスクの回避**とともに**社会への貢献**や**地域での信頼獲得**にもつながる。
- 今後、パリ協定やSDGsへの対応がビジネスにおける**取引条件**になる可能性もあり、**持続可能な経営を行う戦略**として活用できる。



3-5.取得メリット⑤(コスト削減)

⑤ エコマーク取得に取り組んだ結果、 省エネ・廃棄物削減 = 利益アップ

省エネや廃棄物削減はコストダウンに直結しています。売上アップで利益を上げるだけでなく、コストダウンで利益を上げることができます。



- 環境課題や社会課題の解決を通して儲ける、環境課題や社会課題に配慮していないと儲けられない、そのような時代が来ようとしている。
- 投資の世界でも、投資の条件として、収益だけでなく、SDGsに取り組んでいるかどうかもみられる時代になってきている。



3-6.事務局による広告・宣伝①

■自治体主催イベントへの参加



大館市エコフェア



環境フェスティバルふくおか



なかのエコフェア



まつやま環境フェア

■環境施設での展示



おおさか
ATCグリーンエコプラザ



東京都中央区
環境情報センター



東京都足立区リサイクルセンター
あだち再生館



3-7.事務局による広告・宣伝②

日本最大級の環境イベント「エコプロ」への出展



■エコプロ全体の来場者数

2018年
 12月6日(木) 天気:晴れ 54,071人
 12月7日(金) 天気:曇り 61,014人
 12月8日(土) 天気:晴れ 47,132人
 総来場者数:162,217人

■エコマーク事務局ブースの来場者数

(クイズ回答者ベース)
 1日目:262名
 2日目:363名
 3日目:833名
 合計:1,458名
 ※ほかに、クイズに参加しない方も多数あり



<参考>エコマーク認定取得者の声

「飲食店」の認定を取得した事業者(または取得を検討している事業者)からは、エコマークの取得を決断した動機として以下のような声が聞かれた。

- ✓ 省エネなど様々な環境対応に取り組んでいるが、お客様に伝えにくい。会社の取組みが**第三者の評価**を受けていることをアピールできる。
- ✓ **子どもにも認知**されているエコマークを店舗に表示することで、環境への取組みがPRできる。
- ✓ オリンピックを機に、**訪日外国人**に共感してもらえる。
- ✓ ISO14001はBtoBに有効だが、エコマークは**親しみやすい**ので一般消費者へのPRに活用しやすい。
- ✓ エコマーク取得による企業としての**信頼性・ブランド価値の向上**が狙い。
- ✓ これまでスタッフの環境意識を高めることに苦心していたが、エコマークを旗印に**スタッフの環境配慮への目的意識・取組意欲**を高められる。
- ✓ 今後、業界で**エコマーク認定がスタンダード**になる可能性を感じている。
- ✓ 環境配慮の面で先行し、**業界をけん引**していきたい。



4. エコマーク事務局からのご提案

SDGs、パリ協定、海洋プラスチック汚染など、
小売店舗の事業者も環境を中心とした**持続可能性への
取組が求められる時代**となっています。

エコマークは、それらの観点を含むトータルでの
環境配慮を第三者が評価する仕組みです。

エコマークは、**環境経営を統合的に進めるツール**として
だけではなく、**従業員の取組意欲の向上**、国内外の
来店客とのコミュニケーションツールとしても
活用可能です。

是非、エコマークの活用をご検討ください！



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/>



エコマークデスク(大阪)

毎月第3木曜日に、「エコマーク大阪デスク」(相談窓口)を開設しています。

エコマークの申請や、グリーン購入に関する質問・相談に、エコマーク事務局職員がお答えします。(相談無料、要予約)

詳細は「エコマーク」または「ATCグリーンエコプラザ」のウェブサイトをご覧ください。

おおさかATCグリーンエコプラザ
大阪市住之江区南港北2-1-10 ATC
[アジア太平洋トレードセンター]・ITM棟11F
TEL.06-6615-5888

東京オフィスでは常時相談を受け付けています。

