

# 知っておきたい キーワード

KEY WORD

## 環境ラベル

環境ラベルとは、製品やサービスの環境影響を消費者に伝える目印となるもので、製品や包装ラベル、広告などに文言やシンボルとなるマークが表示されるものです。

1978年に旧西ドイツで「ブルーエンジェル」というラベルが導入されたのが始まりで、日本でも1989年に「エコマーク」制度がスタートしました。その後、世界レベルで普及しましたが、近年、世界的にSDGs(持続可能な開発目標)の取り組みが進んでいることを背景に、あらためて注目を集めています。SDGsには2030年までに達成すべき17の目標が掲げられていますが、なかでも地球環境の保護は重要な目標の1つとなっています。特に目標12の「つくる責任つかう責任」では、製品のライフサイクルを通じて環境に配慮することや、廃棄物削減と再生利用を通じた持続可能な消費・生産を目指すことが掲げられており、これを受けて企業でも環境を意識した活動が活発化しています。また、最近では個人の消費活動においても、エシカル消費(倫理的消費)と呼ばれる「人権や地域、環境などに配慮した消費活動」が注目されており、消費者サイドにもこれまで以上に環境配慮への意識が浸透しています。

ISO(国際標準化機構)の分類によると、環境ラベルは主に3つのタイプに分けられ、その手法や目的がそれぞれ異なっています(図表)。大きくは、①マーク使用に関し審査や認可など第三者認証を要するもの(ISO14024)、②事業者が環

境配慮について自ら宣言するもの(ISO14021)、③定量的なデータによる環境情報を開示し、購入判断を消費者に委ねるもの(ISO14025)、に分かれます。

環境ラベルは、消費者が製品やサービスの選択をする際の重要な情報源となることに加え、それらを提供する企業側にとっても様々な効果をもたらします。すなわち、①環境ラベルを使用することで自社の製品やサービスにおいて環境面の優位性を打ち出せること、②環境配慮への姿勢を積極的に示すことで顧客や取引先などのステークホルダーに対して、企業の信頼やイメージを向上させること、③ラベル取得に向け一定の環境基準を満たす取り組みを行うことが、環境関連法規制の対応にもつながっていくこと、などです。

もっとも、環境ラベルについては、分野や基準の異なる多くの種類が存在するため、消費者にとってはその内容や信頼性の判断が難しい場合も多く、また、第三者認証の場合には、企業側にとってもラベル取得に要する時間やコストがかかるため、その効果を適正に見極める必要があります。

今後、環境ラベルの信頼性を維持・向上させていくためには、ラベルを付与する際の認証プロセス等の強化、開示情報の正確性や透明性の維持、消費者教育の充実やデジタル化などを通じたラベル情報へのアクセス性確保、などが重要となってきます。

三十三総研 調査部長 別府 孝文

図表 ISO規格による環境ラベルのタイプと主な環境ラベル

	規格種類	特徴	内容	主な環境ラベル
タイプI	ISO 14024	第三者認証を受けた環境ラベル	<ul style="list-style-type: none"> <li>第三者実施機関によって運営</li> <li>製品・サービスのライフサイクルによる基準策定</li> <li>事業者の申請によりマークの使用可否を許可</li> </ul>	  エコマーク      ブルーエンジェル(ドイツ)
タイプII	ISO 14021	事業者の自己宣言による環境主張	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者が製品の環境影響を市場に対して主張</li> <li>製品やサービスの宣伝広告にも適用</li> <li>第三者による判断は入らない</li> </ul>	   エコシンボル(NEC)      低炭素セメント(住友大阪セメント)      暮らし、まいにち、エコ、マーク(ライオン)
タイプIII	ISO 14025	製品の環境負荷の定量的表示	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者が定量的データを表示</li> <li>データが正しく算定されているかを第三者が認証</li> <li>合否判定はなく購買者に購入判断が任される</li> </ul>	  EPD(スウェーデン)      エコリーフ環境ラベル

(資料)環境省HPなどを基に三十三総研作成

キーワード