

〔6〕探してみました！ エコラベル

全大阪消費者団体連絡会

(発表者) 北田 初江 ・ 中矢 文子 ・ 藤本 泰子
溝渕洋一郎 ・ 飯田 秀男 ・ 大森 隆

はじめに

私たちが毎日購入している商品の中には、地球環境への悪影響を減らす工夫等を行い、それが一目で分かるようにマーク（この調査では「エコラベル」とします）をつけたものがあります。

しかし、「どんな商品にエコラベルがついていて、そのエコラベルが何を意味しているのか」ということを理解して活用している人は少ないのではないのでしょうか？

そこで、エコラベルが「どのくらい知られていて、活用されているのか」「私たちの周りの商品にどのくらいつけられているのか」について調査し、改善方向について検討しました。その結果を発表します。

【Ⅰ. 調査の概要】

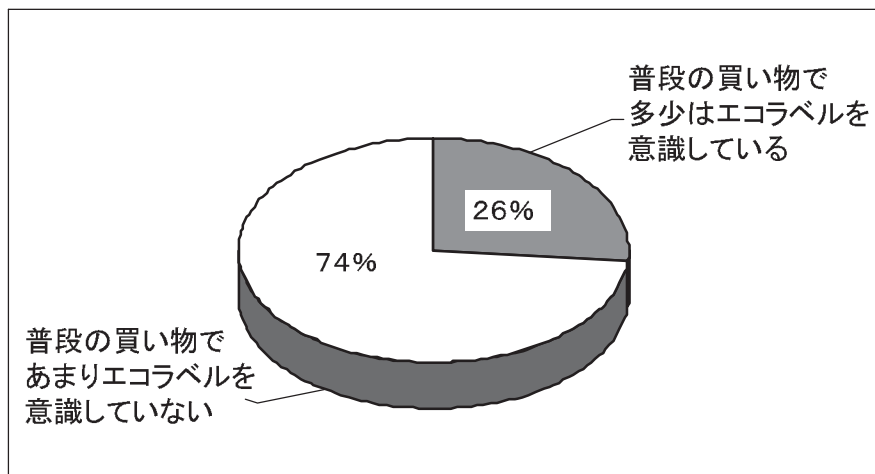
- ・ 大阪消団連参加団体によびかけ、エコラベルの利用度・認知度調査と私たちのまわりにあるエコラベル探し調査を行いました。
- ・ 調査期間 2010年7～9月
- ・ 調査参加者 アンケート・・・意識度調査57名、認知度調査53名
エコラベル探し・・・購入品調査56名、身のまわり調査50名
(調査参加者はすべて女性)
- ・ 調査の流れ
 1. 事前アンケート・・・普段の買い物での意識度アンケート
エコラベルの認知度アンケート
↓
 2. エコラベル探し・・・購入した商品と身の回りの商品でのエコラベル探し
↓
 3. 感想アンケート・・・調査参加者の今後の利用意識アンケートと感想

【Ⅱ. 調査の結果】

1. 事前アンケート

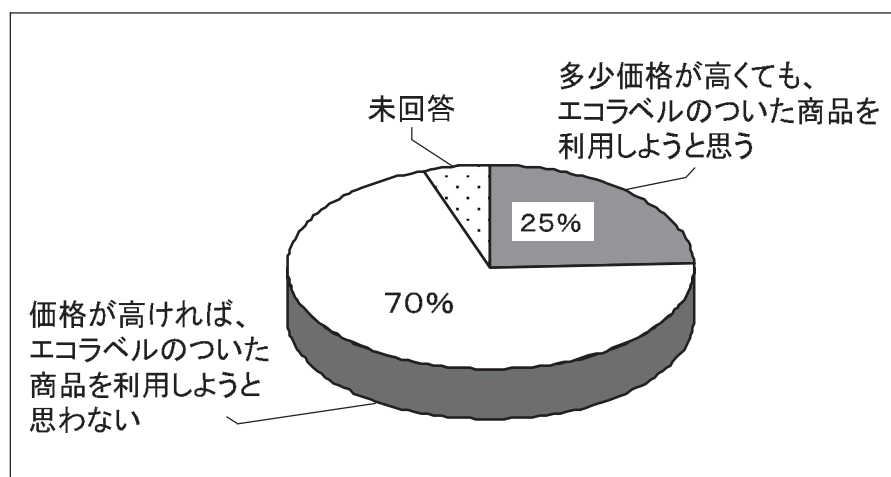
- 1) 普段の買い物でどれくらいエコラベルを意識しているか、エコラベル商品の価格が高くても利用するかどうかを尋ねました。

①エコラベルは普段の買い物であまり意識されていませんでした。



- ・ 普段の買い物でいつもエコラベルを意識している人はいませんでした。
- ・ あまり意識していないという人が74%を占めました。

②多少高くてもエコラベル商品を利用する人は25%ありました。



③普段エコラベルを意識している人では、多少高くてもエコラベル商品を利用する人が増えます。

(※多少高くてもエコラベル商品を利用する人の比率)

多少エコラベルを意識している人

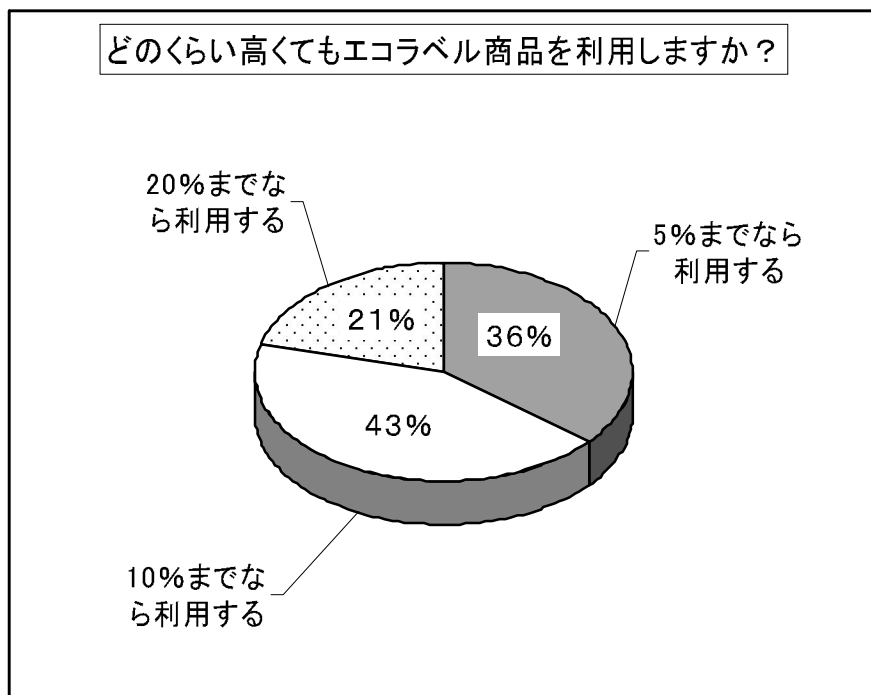


あまりエコラベルを意識していない人



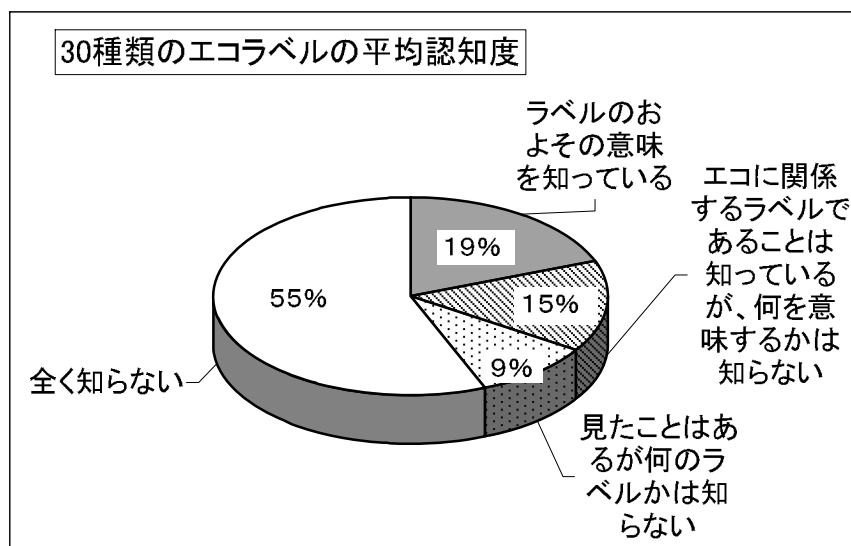
- ・ 普段からエコラベルを意識する人が増えれば、多少価格が高くても利用する人が増えていくことが考えられます。

④多少高くてもエコラベル商品を利用するとした人に、どれくらいの価格差までなら利用するか尋ねたところ、5～20%という回答でした。



2) 環境省HPなどで紹介されているエコラベルの中から30種類を選び、それぞれの認知度を尋ねました。
(別表1)

①エコラベルは消費者にあまり知られていません。



・「ラベルのおよその意味を知っている」が5割を超えたのは、エコマーク、グリーンマーク、低排出ガス車認定の3種類だけでした。

・「エコに関するラベルであることを知っている」までを含めても、5割を超えたものは8種類でした。

・「全く知らない」が5割を超えたものが20種類ありました。

別表1: エコラベル認知度(回答集計53名)

	名称	マーク	ラベルのおよその意味を知っている	エコに係るラベルであることは知っているが、何を意味するかは知らない	見たことはあるが何のラベルかは知らない	全く知らない
1	エコマーク		58%	36%	6%	0%
2	グリーンマーク		58%	26%	8%	4%
3	低排出ガス車認定(平成17年基準)		51%	23%	9%	15%
4	再生紙使用マーク		45%	38%	17%	0%
5	統一省エネラベル		42%	13%	9%	36%
6	有機JAS		40%	19%	15%	25%
7	PETボトルリサイクル推奨マーク		40%	19%	4%	36%
8	ソイシール		32%	13%	11%	43%
9	自動車の燃費性能の評価及び公表		30%	25%	15%	28%
10	大阪産(おおさかもん)、大阪府Eマーク		30%	11%	15%	42%
11	牛乳パック再利用マーク		19%	8%	9%	60%
12	カーボンフットプリントマーク		17%	11%	13%	55%
13	大阪エコ農産物		17%	11%	6%	64%
14	PCグリーンラベル		13%	21%	8%	57%
15	MSC認証制度		11%	11%	2%	74%

	名称	マーク	ラベルのおよその意味を知っている	エコに係るラベルであることは知っているが、何を意味するかは知らない	見たことはあるが何のラベルかは知らない	全く知らない
16	大阪府リサイクル製品認定制度		9%	15%	6%	68%
17	オーガニックコットン		9%	9%	6%	74%
18	省エネラベリング制度		8%	25%	4%	62%
19	国際エネルギースタープログラム		8%	8%	15%	68%
20	非木材グリーンマーク表示		8%	6%	6%	77%
21	エコファーマー		6%	23%	13%	57%
22	グリーンプリンティングマーク(GPマーク)		6%	9%	13%	70%
23	FSC認証制度(森林認証制度)		4%	9%	9%	77%
24	衛生マーク		4%	0%	8%	87%
25	間伐材マーク		2%	6%	17%	74%
26	エコリーフ環境ラベル		0%	17%	15%	64%
27	グリーンプラマーク		0%	15%	4%	79%
28	バイオマスマーク		0%	6%	9%	83%
29	バイオマスプラマーク		0%	6%	4%	89%
30	グリーン・エネルギーマーク		0%	2%	8%	89%

* 未記入欄のある回答を含むため回答合計が100%にならないエコラベルがある。

計	19%	15%	9%	55%
---	-----	-----	----	-----

2. エコラベル探し

1) 「エコラベル探し」として、30種類のエコラベルが自分が購入した商品や身のまわりにある商品についているかどうかを調査しました。(別表2)

①見つけることができたエコラベルは一部に限られました。

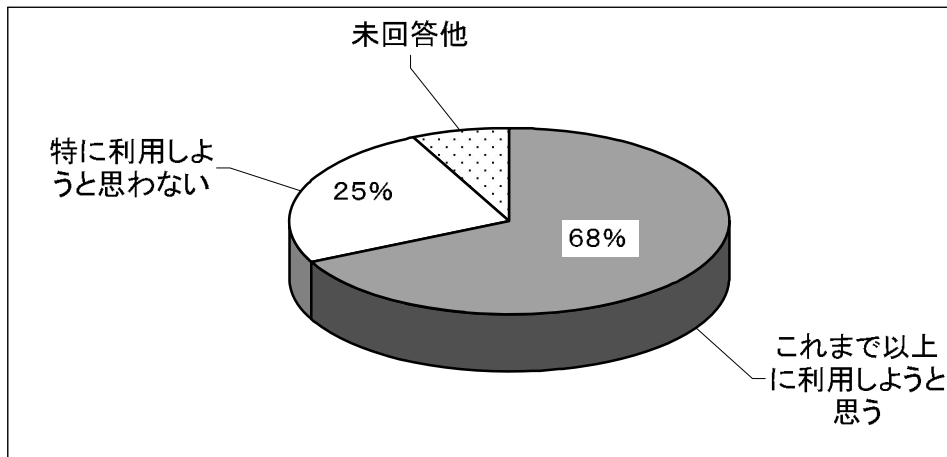
30種類のエコラベルの平均の発見者率（見つけた人の比率）		
購入品調査	身のまわり調査	どちらかの調査での発見者率
8%	17%	22%

- ・エコマークは80%の人が見つけることができました。
- ・しかし、発見者率が5割を超えたものは、エコマーク、再生紙使用マーク、ソイシール、グリーンマーク、低排出ガス車認定を加えて5種類だけでした。
- ・どちらかの調査での発見者率が1ケタのものが11種類、20%未満のものが19種類ありました。

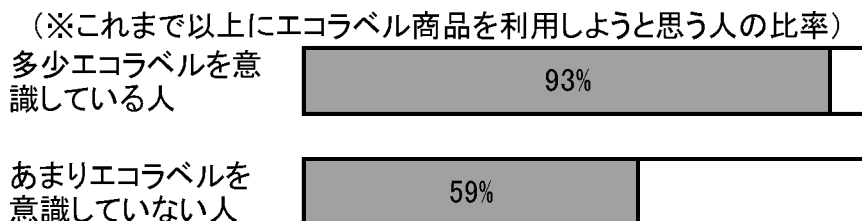
3. 感想アンケート

1) 調査参加者に今後のエコラベル商品の利用意識を尋ねました。

①調査参加者の68%が「これまで以上にエコラベル商品を利用しようと思う」と回答しました。



②普段の買い物で多少意識している人では93%、あまり意識していない人でも59%が「これまで以上にエコラベル商品を利用しようと思う」と回答しました。



別表2: エコラベル探し発見率(見つけることができた人の比率)

	名称	マーク	どちらかの調査での発見率 (回答50)	買い物調査 (回答56)	身のまわり調査 (回答50)
1	エコマーク		80.0%	48.2%	62.0%
2	再生紙使用マーク		62.0%	21.4%	48.0%
3	ソイシール		60.0%	14.3%	50.0%
4	グリーンマーク		58.0%	26.8%	44.0%
5	低排出ガス車認定(平成17年基準)		52.0%	12.5%	46.0%
6	自動車の燃費性能の評価及び公表		42.0%	12.5%	38.0%
7	統一省エネラベル		42.0%	8.9%	42.0%
8	有機JAS		34.0%	26.8%	10.0%
9	FSC認証制度(森林認証制度)		30.0%	10.7%	24.0%
10	国際エネルギー省エネプログラム		28.0%	3.6%	24.0%
11	省エネラベリング制度		24.0%	5.4%	22.0%
12	大阪産(おおさかもん)、大阪府Eマーク		16.0%	10.7%	4.0%
13	大阪エコ農産物		14.0%	7.1%	8.0%
14	PETボトルリサイクル推奨マーク		14.0%	5.4%	8.0%
15	オーガニックコットン		12.0%	1.8%	12.0%
16	MSC認証制度		12.0%	7.1%	4.0%
17	グリーンプリンティングマーク(GPマーク)		10.0%	1.8%	8.0%
18	牛乳パック再利用マーク		10.0%	3.6%	6.0%
19	バイオマスマーク		10.0%	3.6%	6.0%
20	PGグリーンラベル		8.0%	1.8%	6.0%
21	エコファーマー		8.0%	3.6%	4.0%
22	非木材グリーンマーク表示		6.0%	0.0%	6.0%
23	衛生マーク		6.0%	0.0%	6.0%
24	大阪府リサイクル製品認定制度		6.0%	5.4%	0.0%
25	エコリーフ環境ラベル		4.0%	4.0%	0.0%
26	カーボンフットプリントマーク		4.0%	1.8%	2.0%
27	グリーンプラマーク		2.0%	0.0%	2.0%
28	グリーン・エネルギーマーク		2.0%	1.8%	0.0%
29	間伐材マーク		0.0%	0.0%	0.0%
30	バイオマスプラマーク		0.0%	0.0%	0.0%

調査日数	
1～7日	7人
8～14日	28人
15～21日	8人
29～31日	5人
未記入	8人
記入者平均	12.4日

発見率	22%	8%	16%
-----	-----	----	-----

2) 調査参加者のほとんどから感想が寄せられました。特徴は以下の通りです。

- ・多くの人から「これほどエコラベルの種類があることを知らず驚いた」という感想が出されました。
- ・エコラベル探しでは「思ったほど見つからない」という人が多かったですが、「意外とあった（見過ごしていた）」という人もありました。
- ・これらより「各企業がエコに取り組んでいることが分かった」「エコラベルを付けている企業は信頼できる気がする」「文房具や野菜では価格もそんなに差がなかった」「買ってみようと思う」という積極的な評価が出されました。
- ・しかし、より多かったのは「エコラベルが多すぎて覚えられない（エコラベル以外のマークも多い）」という消費者の戸惑いでした。
- ・意見では、「ラベルを整理・統一してほしい」「もっと多くの商品につけてほしい（ついているはずの商品についていない）」「マークが小さくて見えにくいので、もっと目立たせてほしい」「エコラベルを知らせる取り組みを強めてほしい」などが挙がりました。
- ・調査期間が夏休み時期と重なったこともあり、子どもと一緒に調査した人、家族で話題にした人も多かったようです。そのことが良かったという感想もいただきました。

IV. 調査のまとめ

- ① 環境問題に関心を持つ消費者は増えていきますし、消費者の一定数は「多少価格が高くても環境への悪影響が少ない商品を利用したい」と考えています。

しかし、消費者自らが一つ一つの商品について環境への影響がどうかを把握することは不可能であり、事業者による情報提供が不可欠です。

商品に表示されるエコラベルは、消費者にとって商品や事業者を選択するために必要な情報を提供する大切な役割を持っています。

- ② しかし、調査では現状のエコラベルについて次のような問題点が示され、消費者にとって理解しにくく活用しにくいものであることがわかりました。

- ・消費者のまわりにエコラベルのついた商品が少ない。
- ・たくさんエコラベルが使われているが、多すぎて消費者に理解されていない。
- ・エコラベルを見ても何を意味するかが分からず、“環境に関係するラベル”であることすら知られていないものが多い。
- ・多くの商品に環境以外のマークも付けられており、エコラベルと区別が付かない。
- ・表示方法が目立たないために、消費者が見逃してしまうことも多い。

- ③ 調査では、エコラベルへの消費者の理解が広がることで、環境への悪影響が少ないことが明示された商品であることがわかれば、例え多少価格が高かったとしても、消費者の利用が広がる可能性が十分にあることも示されました。

消費者が活用できるエコラベルになれば、消費者と事業者と環境とが共にメリットを得られる

関係を作ることができます。

まず、私たち消費者がエコラベルへの関心を高め、日々の暮らしの中で積極的に活用するようにしましょう。

そして、もっと活用しやすいエコラベルにするために事業者・行政に以下の努力を求めましょう。

- ・エコラベル商品を増やすとともに、表示を大きく見やすくすること。
- ・認定理由を併記するなどして、エコラベルの意味が一目で分かるような表示にすること。
- ・表示の根拠をより明確にし、裏付けとなるデータは公開して、消費者が検証できるようにすること。

以上

(参考資料)

- ・環境省 HP「環境レベル等データベース」
- ・各エコラベルの運営主体の HP
- ・日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会環境委員会の HP
- ・全国消費生活相談員協会「今、知っておきたい！表示とマーク」

<資料：エコラベルに関わる制度その他>

①ISO（国際標準化機構）とJIS（日本工業規格）では、「製品やサービスの環境側面について、製品や包装ラベル、製品説明書、技術報告、広告、広報などに書かれた文言、シンボル又は図形・図表を通じて購入者に伝達するもの」を広く指す「環境ラベル」について一般原則と3つのタイプの規格を定めています。

【一般原則 ISO14020（JIS Q 14020）】

（原則1）環境ラベル及び宣言は正確で、検証が可能で、関連性があり、誤解を与えないものでなければならない。

（原則2）環境ラベル及び宣言のための手続並びに要求事項は、国際貿易に不必要な障害を設ける意図をもって、準備、採択又は適用をしてはならないし、そのような効果をもたらしてもいけない。

（原則3）環境ラベル及び宣言は、主張を裏付けるために十分に詳細、かつ、包括的であり、正確で再現性のある結果が得られる、科学的方法に基づかなければならない。

（原則4）環境ラベル及び宣言を裏付ける手続、方法、及びすべての判定基準に関する情報は、すべての利害関係者が入手可能であり、要求に応じて提供されなくてはならない。

（原則5）環境ラベル及び宣言の作成は、製品のライフサイクルにおける、関連する側面のすべてを考慮したものでなければならない。

（原則6）環境ラベル及び宣言は、環境パフォーマンスを維持したり又は改善する可能性のある技術革新を抑制してはならない。

（原則7）環境ラベル及び宣言にかかわる運用上の要求事項又は情報の要求は、環境ラベル及び宣言に適用される判断基準又は規格に対する適合性の確立に必要なものに限定しなければならない。

（原則8）環境ラベル及び宣言を作成する過程は、利害関係者の参加による公開の協議をすることが強く望まれる。作成過程の全体を通して、コンセンサスを得るための相応な努力が強く望まれる。

（原則9）環境ラベル又は宣言が対象としている製品及びサービスの環境側面に関する情報は、購入者及び潜在的

購入者が、その環境ラベル又は宣言を行う当事者から、入手可能でなければならない。

ISO における名称 及び該当規格	特徴	内容
タイプⅠ (ISO14024, JIS Q 14024) “第三者認証”	第三者認証による 環境ラベル	・ 第三者実施機関によって運営 ・ 製品分類と判定基準を実施機関が決める ・ 事業者の申請に応じて審査して、マーク使用を認可 ※日本では『エコマーク』など
タイプⅡ (ISO14021, JIS Q 14021) “自己宣言”	事業者の自己宣言 による環境主張	・ 製品における環境改善を市場に対して主張する ・ 宣伝広告にも適用される ・ 第三者による判断は入らない ※12の環境主張項目について、定義や検証方法を規定
タイプⅢ (ISO14025, JIS Q 14025) “環境情報表示”	製品の環境負荷の 定量的データの表 示	・ 第三者機関認証による定量的データのみ表示 ・ 合格・不合格の判断はしない ・ 判断は購買者に任される ※日本では『エコリーフ環境ラベル』など

②公正取引委員会は環境表示一般について、2001 年 3 月に公表した「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態調査について」の中で、5つの留意事項を示しています。

【環境保全に配慮している商品の広告表示の留意事項】

環境保全に配慮している商品の広告表示状況をみると、全体に共通する問題点が見受けられた。この問題点を踏まえ、以下のとおり留意事項を整理した。

ア 表示の示す対象範囲が明確であること

環境保全効果に関する広告表示の内容が、包装等の商品の一部に係るものなのか又は商品全体に係るものなのかについて、一般消費者に誤認されることなく、明確に分かるように表示することが必要である。

イ 強調する原材料等の使用割合を明確に表示すること

環境保全に配慮した原材料・素材を使用していることを強調的に表示する場合には、「再生紙60%使用」等、その使用割合について明示することが必要である。

ウ 実証データ等による表示の裏付けの必要性

商品の成分が環境保全のための何らかの効果を持っていることを強調して広告表示を行う場合には、通常に当該商品を使用することによって、そのような効果があることを示す実証データ等の根拠を用意する必要がある。

エ あいまい又は抽象的な表示は単独で行わないこと

「環境にやさしい」等のあいまい又は抽象的な表示を行う場合には、環境保全の根拠となる事項について説明を併記するべきである。

オ 環境マーク表示における留意点

環境保全に配慮した商品であることを示すマーク表示に関して、第三者機関がマーク表示を認定する場合には、認定理由が明確に分かるような表示にすることが求められる。

また、事業者においても、マークの位置に隣接して、認定理由が明確に分かるように説明を併記する必要がある。

③ 環境省は2008 年 1 月に「環境表示ガイドライン～消費者にわかりやすい適切な環境情報提供のあり方～」を策定・公表しています（09 年 11 月に改訂二版）。このガイドラインについては2010 年 3 月に策定された「消費者基

本計画」において、「施策番号 152 環境ラベルなど事業者等の自己宣言による環境情報の提供に関し、その方法や内容等望ましい在り方について検討するとともに、環境表示ガイドラインを適宜改訂します。」とされています。

【環境表示ガイドラインの概要】

1. 策定背景

国際標準化機構（ISO）は、市場主導の環境改善の可能性を喚起することを目的に、環境表示に関する国際規格として「環境ラベル及び宣言」シリーズを発行しています。「環境ラベル及び宣言」には3つのタイプがあり、それぞれに定義や要求事項が定められています。そのうち、事業者等の自己宣言による環境主張は、ISO14021 タイプ II 環境ラベル表示（我が国では JISQ14021）として国際的にルール化されています。最近の消費者の環境意識の高まりに応じて、事業者等は数多くの環境表示を行っています。現在のところ、この ISO 規格に準拠しているものは数が少なく、一般消費者に対して混乱を生じさせている一因と考えられます。

このため、環境表示方法に関する統一的な考え方やルールを示すため、環境表示に関する様々な問題点や課題をとりまとめるとともに、国際的な動向を考慮しながら検討を重ね、平成 20 年 1 月に「環境表示ガイドライン～消費者にわかりやすい適切な環境情報提供のあり方～」を策定・公表しました（平成 21 年 11 月改定予定）。

2. 概要

環境表示を提供している事業者等を対象に、環境表示の適切なあり方や将来の方向性については、大きく以下の2点について準拠していくことが必要となります。また、本ガイドラインは、今後の事業者等の改善への取組について自主性を尊重するものです。

（1）国際標準への準拠

- 主張は正確で、実証されており、検証可能であること
- あいまいな表現や主張が特定されない表示は行わない
- 主張内容は、製品のライフサイクルにおける関連する環境側面のすべてを考慮したものでなければならない
- 特定の用語を用いた主張を行う際には、定義等に注意する

（2）国際標準以外に加えて守るべき項目

[1] 全ての環境表示に求められる要求事項

- 消費者にとって、分かりやすい表現等
- 素材の環境負荷の原単位や使用割合による環境負荷削減効果などを明確に表示する
- 曖昧でありながら何らかの環境保全効果を示唆する用語を製品やサービスの商品名又は愛称に用いる場合は、環境表示とみなす

[2] シンボル（ロゴ・マーク等）を使用する際の要求事項

- シンボルが示す意味及び使用基準を明確に設定する。さらに、そのシンボルに隣接して説明文（事業者名又は団体名、シンボルの意味、設定基準等）を表示する
- 環境表示とは無関係な自然物等を示すデザインは避ける

[3] シンボルを使用して自主基準等への適合性を表示する際の要求事項

- 主張する製品やサービスが、グリーン購入法特定調達品目又はエコマーク対象商品等に該当し、公的あるいは、第三者による認証等の基準がある場合は、それらの基準を考慮する。公的あるいは、第三者による認証等の基準が存在しない場合は、事業者団体において適正な自主基準等を設定する
- 製品やサービスの環境性能に関する評価方法が、既存の方法と異なる場合は、換算可能な方法を用いる
- 将来的に他社製品との比較ができるよう基準等を考慮する