

多様化する環境ラベルの消費者 への普及に関する考察

(消費者における製品環境情報の認知の
向上に向けて)

(社)産業環境管理協会

中庭 知重

内閣府平成19年度先駆的省資源・省エネルギー実践活動等推進事業
(エコラベルコンシェルジュ養成事業・エコラベルゲーム開発事業)

自己紹介

- 環境ラベル, 環境効率を中心とした, 製品・サービスの環境パフォーマンス評価技法および製品環境情報の活用施策についての調査研究



ISO (国際標準化機構) /
TC207 (環境マネジメント技術委員会) /
SC3 (環境ラベル小委員会)
日本代表エキスパート



(社) 産業環境管理協会

経済産業省, 科技庁等
環境パフォーマンス評価技法の
調査研究に従事

内閣府事業にて

エコラベル普及活動(ゲーム開発)
エコラベル普及養成員育成講座運営



UNEP Initiative

Life Cycle



UNEP (国連環境計画)
ライフサイクル
情報コミュニケーション
タスクフォース エキスパート



NET


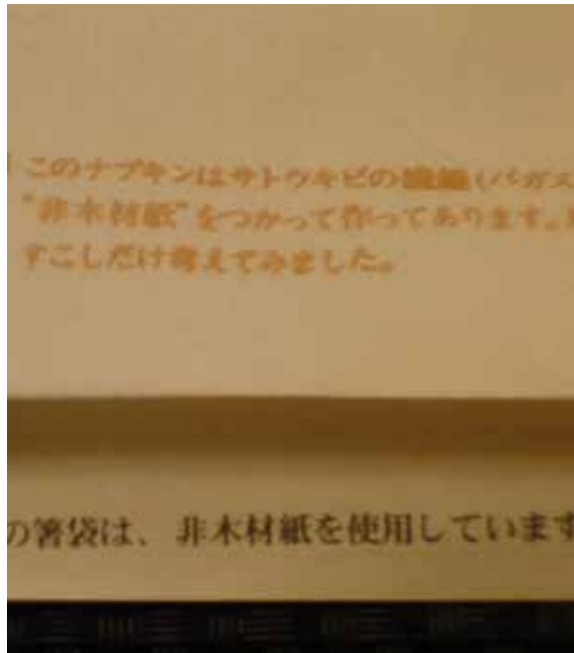
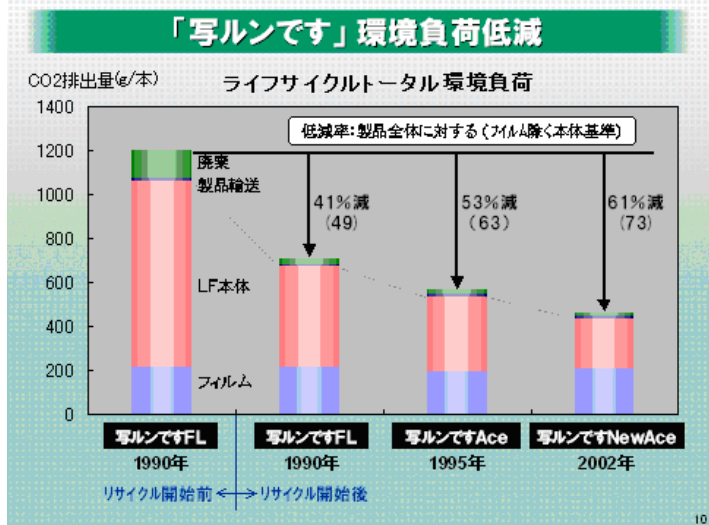
タイプ 環境宣言ネットワーク
The Global Type III Environmental
Product Declarations Network 2

本日の内容

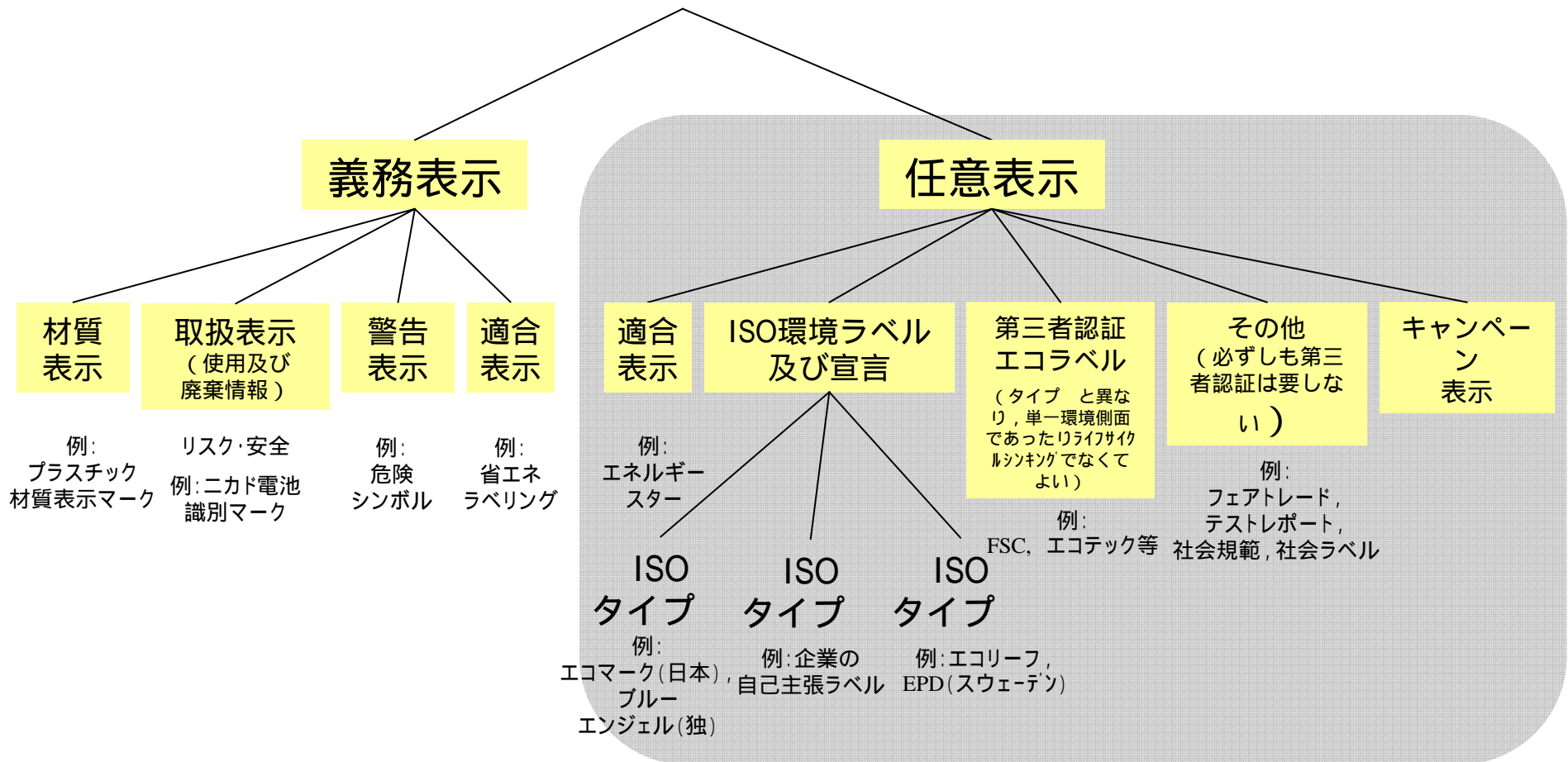
1. 多様化する環境ラベルに関する現状と問題点
2. 環境ラベルの認知度の低さとその原因
3. 普及 = 認知度向上のための具体的方法
4. 今後の調査研究
5. まとめ

環境ラベル（＝製品環境情報）の形態

- 消費者向けの製品環境情報は様々な形態がある。
- 本プレゼンでは、ISOのタイプI,II,IIIに限定せず広義に捉える

マークによる表示	説明文による表示	データによる表示
<p>割り箸の例</p> 	<p>紙ナフキンの例</p> 	<p>使い捨てカメラの例</p> 

商品につけられる様々な環境関連表示



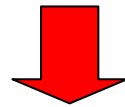
今回取り上げるエコラベル (網掛け部分)

近年, 欧米では網掛け部分をエコラベルと捉える見方が多くなってきている

エコラベルの現実 その1

通説その1

- 『たくさんありすぎて分からない』
『異なるラベルは比較できない』



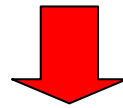
実態

- 『ラベル作成者がそれぞれ主張、アピール度が弱い』
- 『そもそも誰も存在に気付いていない』
>> 比較できないという真剣なクレームは来ない

エコラベルの現実 その2

通説その2

- 統一が必要と唱える有識者が多い
(多すぎるラベルは消費者を困惑させるから)

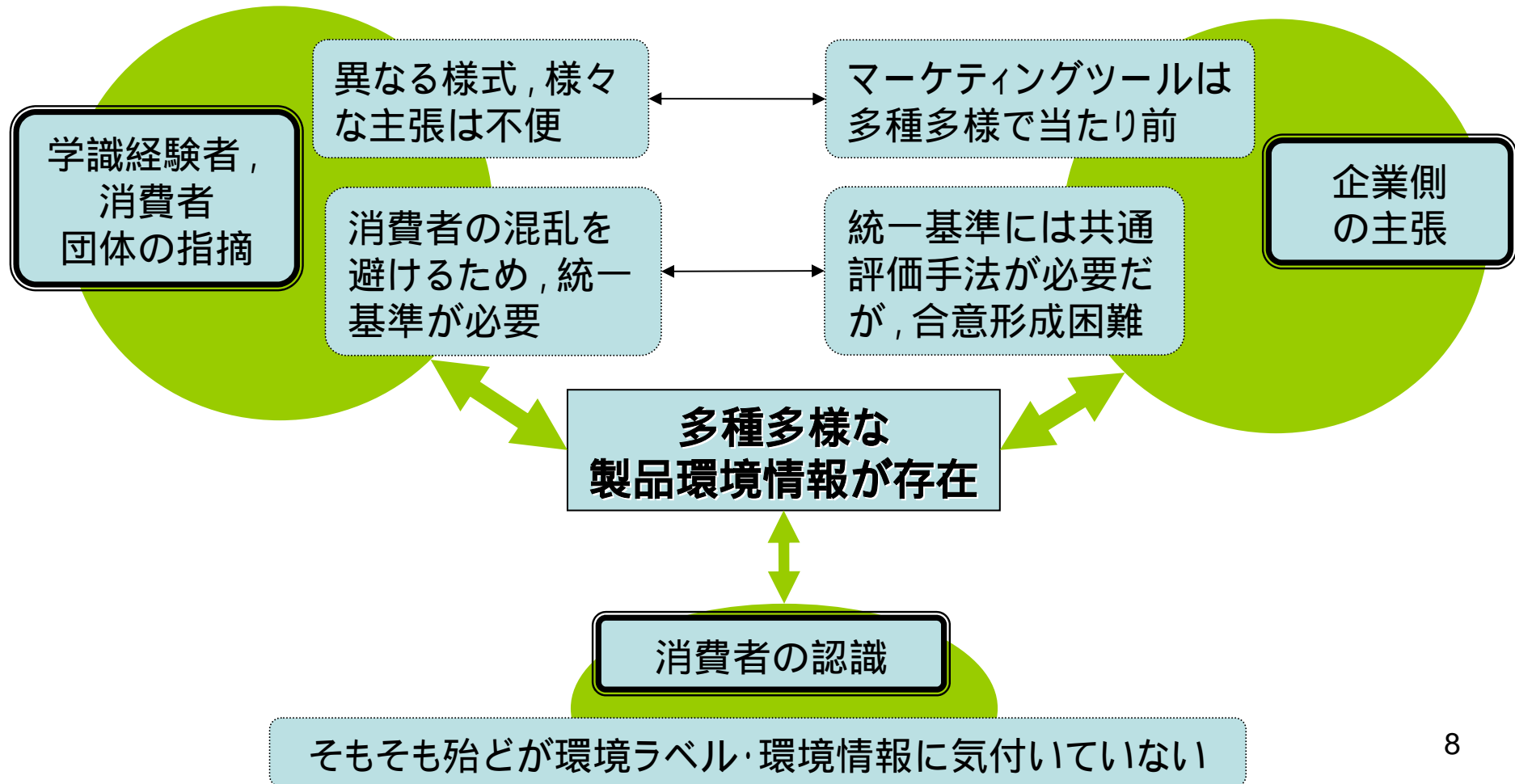


実態

- 多くの環境側面を一つの物差しで評価できる統合化された評価手法について、製造企業・販売企業の合意形成が難しい

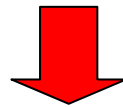
現況と問題点

環境ラベル(製品環境情報)の本来の目的とは？
環境に優しい商品が優先的に選ばれ購入されるため目安となる筈であるが現状は以下。



エコラベルの目的

- 商品等、市場を通じて、継続的な環境改善の可能性を促す情報を提供する手段。環境配慮型の商品が優先的に選択され、購買されるための環境負荷の情報、目安となることを目的としている。



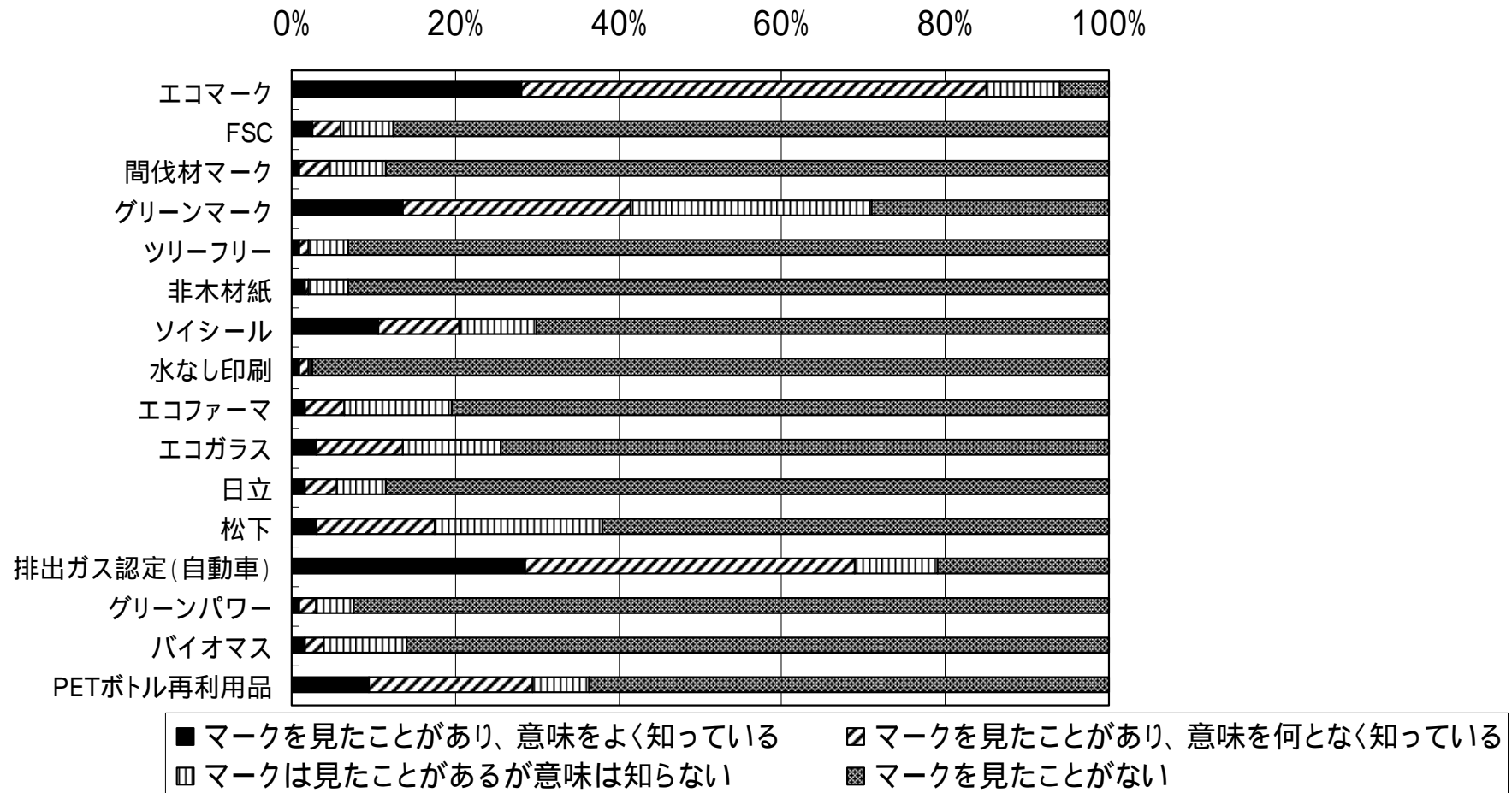
簡単に言うなら

環境にやさしい商品が優先的に選ばれて購入されるために環境情報を提供する目安となるもの

AIDMA法則>環境ラベルの認知に注目すべきではないか

Attention(注意) Interest(関心) Desire(欲求) Memory(記憶) Action(行動)

エコラベルの認知度に関するアンケート調査 (平成19年12月, n=200, ウェブ調査)



認知度の低さに対する考えられる原因

1. 生活影響過程

- 環境問題への関心
- 生活における関心
- 個人属性
- その他

2. 社会的影響過程

- **影響発信源の強さ**
(ラベルのサイズ, 分かり易さ[メッセージ性], 媒体[テレビ, 身近な人]他)
- **影響発信源の近さ**
(ラベルの貼付媒体[商品本体, 環境ラベルの提供のタイミング等], 情報の得やすさ[webのアクセスのし易さ, 電話問い合わせによる対応])
- **影響発信源の数**
(ラベルの発行数他)

1.生活影響過程における影響要因 ～環境問題の推移と環境ラベル

次々と生まれる環境ラベル, 新たな環境問題が続々と出るという実情に消費者が追いついていけないことも原因のひとつと考えられる。

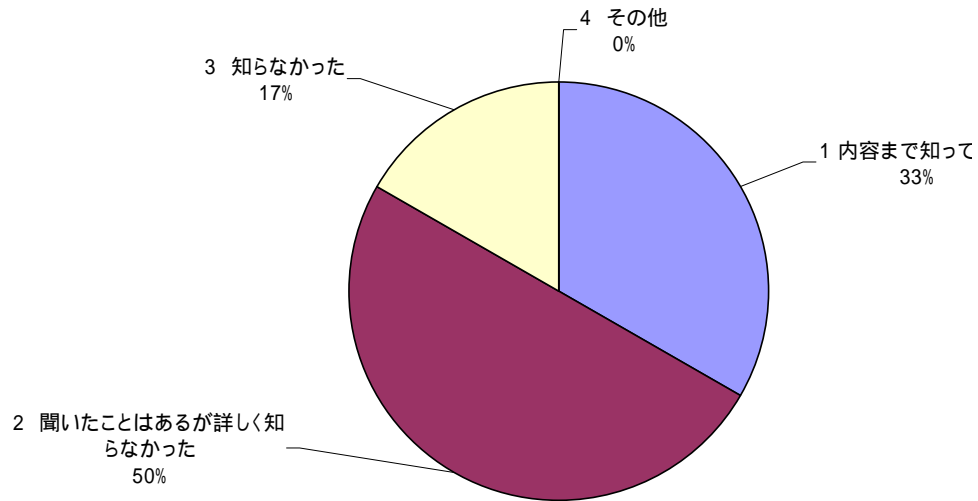
リサイクル・ごみ問題	グリーンマーク 1981年～
様々な環境問題	エコマーク 1989年～
フェアトレード	フェアトレード 1992年～
エネルギー問題	エネルギースター 1995年～
グリーンエネルギー	グリーンパワーマーク 2000年～
環境にやさしい農業	エコファーマー 2000年～
シックハウス症候群	室内環境配慮マーク 2003年～
持続可能性	MSC 2005年～
バイオマス	バイオマスマーク 2006年～
化学物質	J-MOSS 2006年～
地球温暖化問題	
エコツーリズム?	



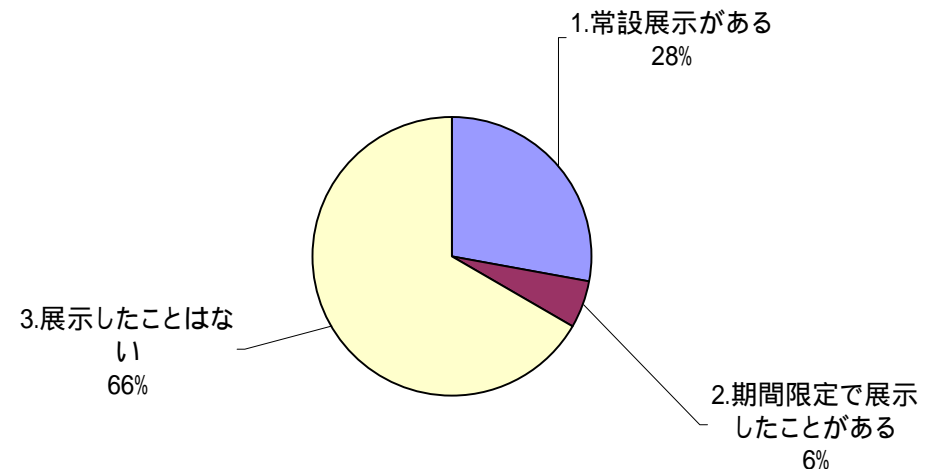
2.社会的影響過程における影響要因 影響発信源の強さ

- 媒体[テレビ,身近な人]他であまり取り上げられない
- 東京・神奈川・千葉・埼玉の環境学習施設53箇所調査(うち18箇所[34%回答])にアンケートをとったところ,環境教育でも殆ど取り上げられていないことが明らかになった。

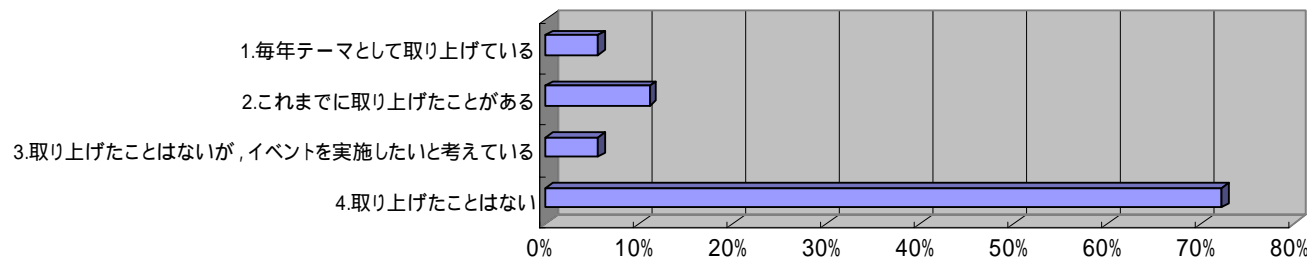
Q1 エコラベル(或いは環境ラベル)という言葉を知っていますか？



Q8 エコラベルの展示物について



Q5 エコラベルのイベントを実施について



原因

- 1.情報の更新が大変
- 2.情報提供ソースがない
- 3.使用手続きが煩雑¹³

内閣府の事業(1)

- **エコラベルコンシェルジュ養成事業**

様々なエコラベルについて、横断的に説明・紹介ができる
専門家

グリーン購入のサポート, 地球にやさしい暮らしを送るた
めのお買い物の案内役

単にエコの知識を身につけて生活に役立てたいと思っ
ている人

- 一般の人にとっては, そもそも何がエコプロダクツか分かりづらい。エコプロダクツに気付いてもら
うきっかけとして, まずは, 環境ラベルの存在を知ってもらう。
- 多すぎて消費者を困惑させると批判されがちな環境ベルだが, 「多いことが悪い」と捉えるのでな
く, 「多いことは楽しい」と捉える。
- 逆にデザインの面白さや由来を知ると, デザイン・コレクターや環境問題にこだわりのある人には
ブランドのようなロゴとして認識されるようになる。その違いを楽しむことにより, エコラベル自体に
関心をもってもらい, 自然と楽しんでもらいながら, エコプロダクツ/サービスを身近に感じてもらう
ようにする。

内閣府の事業(2)

- エコラベルゲームの開発

- 環境ラベルの発見(認知)を主体としたゲーム4種

- エコラベルカードゲーム

- エコラベルを知り、慣れ親しむ

- エコラベル分類ゲーム

- 商品の分類ごとにどんなエコラベルがあるのかを学び、エコラベルを見分ける目を養う

- エコラベルビンゴ

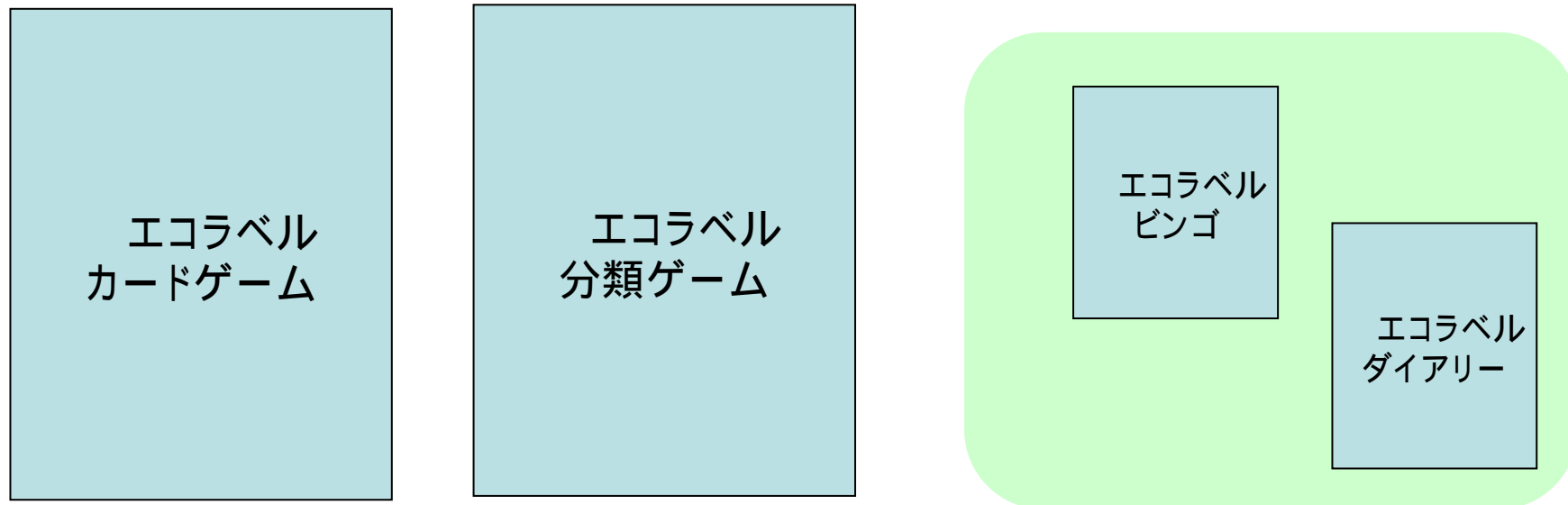
- エコラベルが表示されているところを探し出す目を養う

- エコラベルダイアリー

- エコラベルを買い物時など身近な場面で実際に見つけ出し、その商品にどんな環境配慮の工夫がされているのか自ら学ぶ

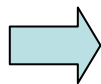
エコラベルゲームの枠組み

いきなり探すことを強要させるのは難しい。対象者に合わせて、ゲームを選択できるようにする。



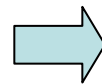
第1段階

目的: エコラベルを知る。慣れ親しむ。



第2段階

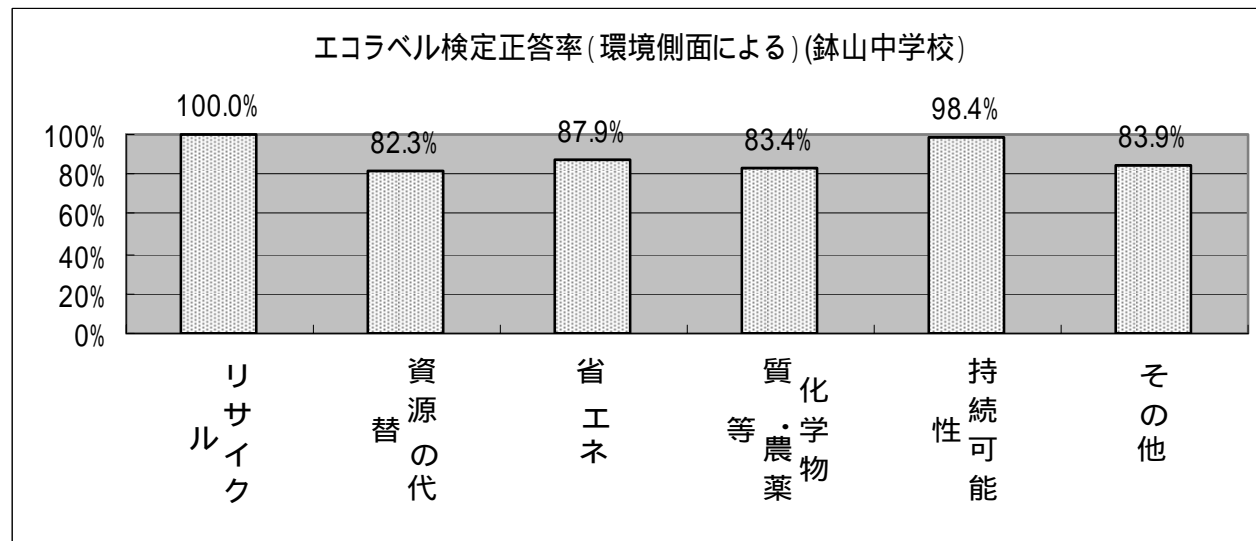
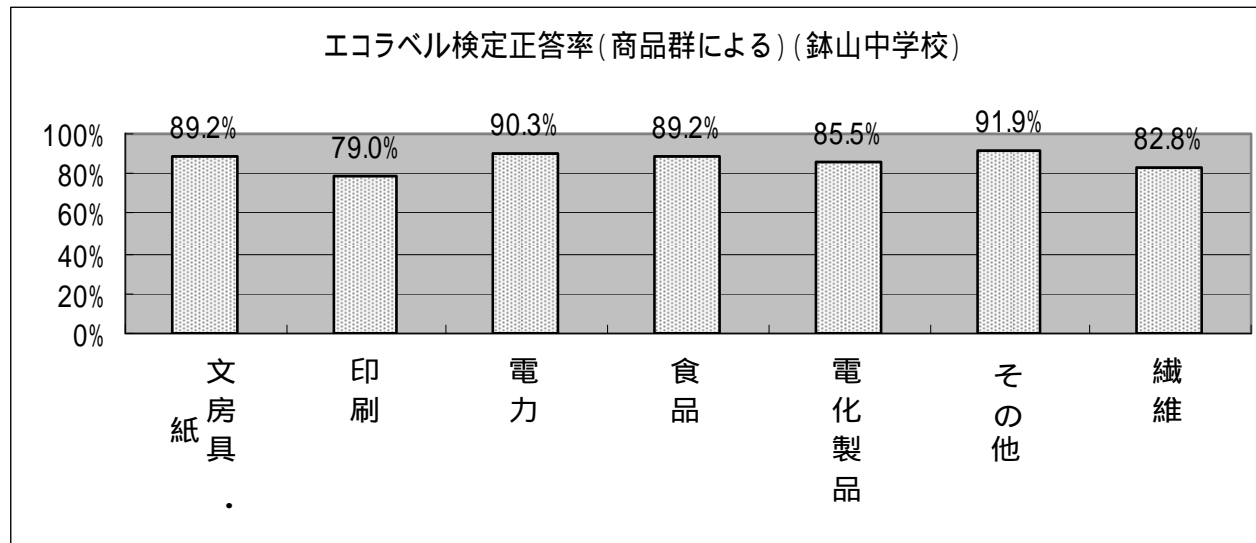
目的: エコラベルを見分ける目を養う。



第3段階

目的: エコラベルの場所を探し出す目を養う。

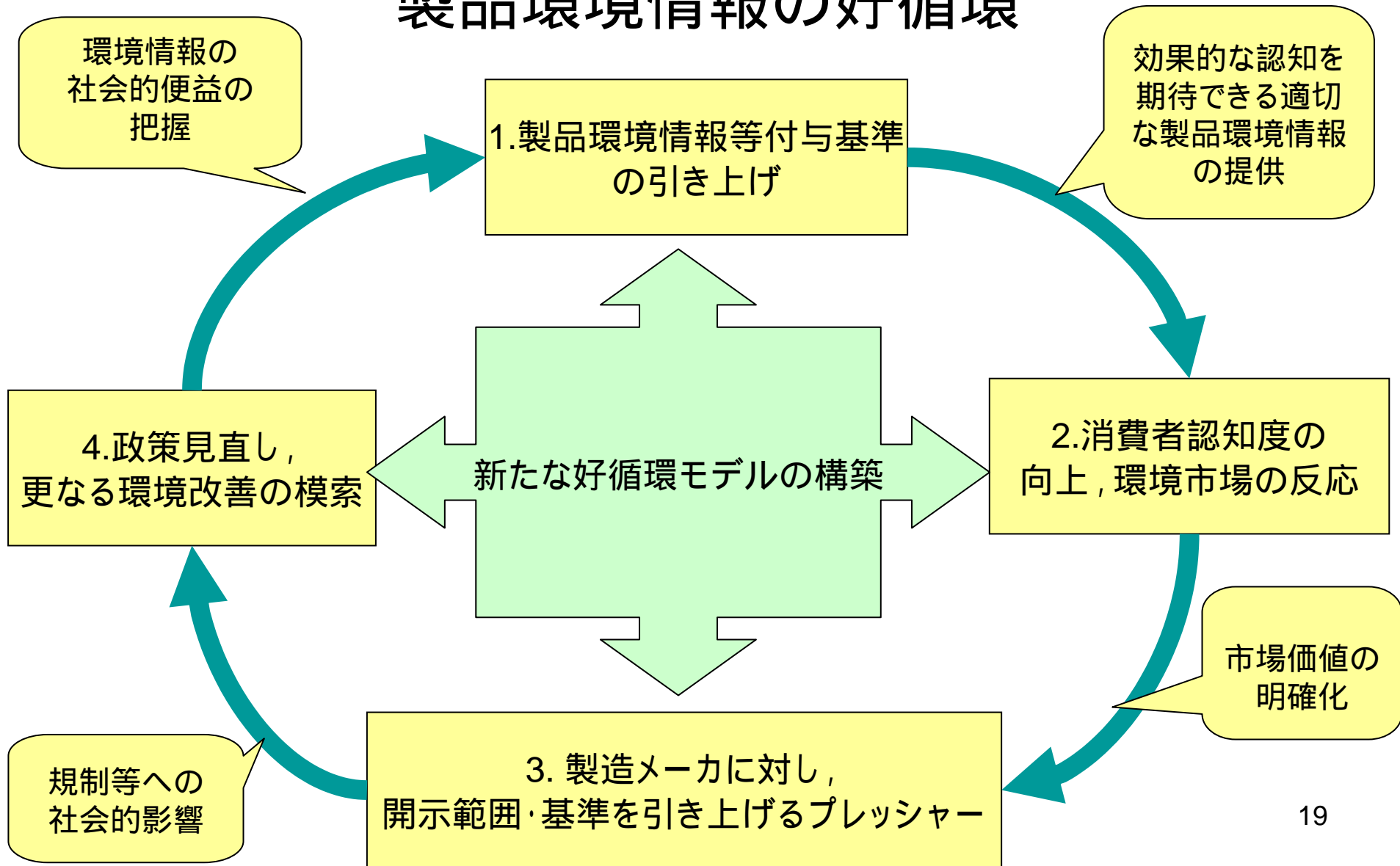
エコラベルの習得度～商品群別・環境側面別



認知向上に向けた具体的アクション

- 環境学習施設など橋渡し役への啓発普及
 - 環境ラベルを横断的に解説できる人材・教育ツール等の充実化
- 環境ラベルの原則の徹底
 - 環境情報提供側のサービス向上
現状は、適切な情報提供がなされているとは言い難い。表示形態のみならず、提供体制・消費者対応等、表示の周知徹底や消費者への情報提供への適切な対応が図られるよう、再発防止と表示に対する消費者の信頼性確保を図る観点から事業者等関係団体への対応および指導
- 消費者の積極的関与に関する社会的枠組み
 - 環境表示ウォッチャー(仮称)
持続可能な社会の実現には、消費者が環境に関する正しい知識を持ち、自らの判断で製品を選択していくことが必要であり、製品の環境表示はその判断材料を提供する役割を果たしている。製品環境情報の表示制度の運用の適正化に当たっては、国や都道府県による日常的な監視では限界がある。したがって、消費者の協力を得た体制が望まれる

期待される成果 製品環境情報の好循環



今後の展望

- **環境ラベル・製品環境情報の学際上の特性**
 - － 関連各分野の研究が分離して研究されるべきではないのではないか
 - 社会心理学, 環境教育, 環境経済学, 環境技術動向, 国際貿易関係, 持続可能性に関する問題, 消費者行動, マーケティングの理論上のアプローチを体系的にとりつつ実際的なものとする
- **今後の研究の方向性**
 - － 環境技術の進展に沿った環境ラベルの進化等動的側面を扱う
 - － 既存の環境ラベルの多様化に基づく社会的影響, 経済的影響, 政策的影響の分析・研究
 - これまでのプロジェクト・研究は以下に焦点を当てすぎた?
 - － 環境ラベル貼付基準, 評価方法・測定方法に焦点
 - － 理想の環境ラベルプログラムの開発の考察