

## 3-4. 国際会議等における情報収集

### 3-4-1 グリーン公共調達及び環境ラベルに関する国際会議

#### 1) Reduce! - From More to Better Circular Economy for Sustainable Products in Southeast Asia

##### (1) 開催概要

日時	2022年8月31日(水)、9月1日(木)
場所	タイ・バンコク
会場	Anantara Siam Hotel
主催	ドイツ国際協力公社(Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit: GIZ)
協力	ドイツ連邦環境・自然保護・建設・原子力安全省(BMUB)、タイ国天然資源・環境省(MONRE)、タイ国天然資源・環境省 公害監視局(PCD)
出席者	GIZ 支援対象国の環境ラベル及び公共調達における政策担当者、アジア、欧州の同分野の専門家、タイの公的機関、事業者等の担当者、約 150 名 <日本からの出席者> 小林 弘幸 公益財団法人日本環境協会 エコマーク事務局 事業推進課 課長代理
言語	英語

##### (2) タイムスケジュール

###### ① 1日目 (8月31日(水))

8:30	Registration
9:00	Greetings and Introduction By moderator
9:10	Opening and Keynote Address ・ H. E. Mr. Varawut Silpa-Archa, Minister of Natural Resources and Environment Ministry of Thailand  Welcome Remarks ・ Dr. Ulf Jaeckel, Head of Division of Sustainable Consumer Protection, Product-related Environmental Protection, the German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection (BMUV)
9:40	Group Photo and Media Interview
	Coffee Break
10:00	Keynote I: Circular Economy, Sufficiency, Waste prevention Mrs. Wilma Rodriguez, Founder & CEO, Saahas Zero Waste
10:25	Keynote II: Product lifetime extension for multiple environmental goals: Serving the objectives of climate change, biodiversity protection and resource conservation Dr. Ulf Jaeckel, Head of Division of Sustainable Consumer Protection, Product-related Environmental Protection, BMUV
10:50	Q&A
11:10	Launch of Scaling SCP project
11:30	Introduction to breakout session By moderator
11:45	Lunch
13:00	Parallel breakout session I (90 min)

	Target Group: Policymakers	Target Group: Public Procurement practitioners	Target Group: Ecolabelling Institutions
	A1: Policies to promote Product Lifetime Extension in products Input 1: EU's approach for making sustainable products a norm – Ecodesign for Sustainable Products (Mr. Laurent Lourdais, Delegation of the European Union to Thailand) Input 2: EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles (Mr. Lars Fogh Mortense, European Environment Agency) Input 3: New challenges: Digitalization & software in products (Mr. Erik Poppe, Fraunhofer IZM) Q&A and Reflection Wrap up and closing	B1: GPP criteria for Product Lifetime Extension in IT Input 1: Procuring sustainable IT products & services (Mr. Simone Ricotta, Arpat, Italy) Input 2: Guide to Sustainable Procurement of IT (Ms. Camilla Cederquist, Atea) Input 3: Procuring refurbished IT (Mr. Sebastian Holmström, Inrego, Sweden) Q&A and Reflection Wrap up and closing	C1: Textiles: Product Lifetime Extension in Ecolabels Input 1: The Jeans Redesign - Creating solutions for a world where clothes are kept in use (Ms. Valérie Boiten, Ellen MacArthur Foundation) Input 2: Blue Angel's criteria for durable textiles (Dr. Kristin Stechemesser, German Environment Agency) Q&A and Reflection Wrap up and closing
14:30	Coffee Break		
15:00	Parallel breakout session II (90 min)		
	Target Group: Policymakers	Target Group: Public Procurement practitioners	Target Group: Ecolabelling Institutions
	A2: Economic & fiscal policies for Product Lifetime Extension Input 1: Fiscal and Economic Incentives for Product Lifetime Extension, Sweden (Mr. Leonidas Milios, The International Institute for Industrial Environment Economics, Lund University) Input 2: Green Public Procurement for Product Lifetime Extension: Climate Change Act and Circular Economy Act of Germany (Mr. Lars Johannsen, BMUV) Input 3: CE roadmap of Leuven, the role of cities (Ms. Liene Blacke, Stad Leuven, Belgium) Q&A and Reflection Wrap up and closing	B2: PLE in Wood Furnitures Input 1: Procuring circular furniture (Ms. Emma Borjesson, City of Malmö, Sweden) Input 2: Furniture-as-a-Service (FAAS) (Ms. Dionne Ewan, Ahrend, Netherlands) Q&A and Reflection Wrap up and closing	C2: ICT: Product Lifetime Extension in Ecolabels Input 1: Why does Product Lifetime Extension in ICT matter? (Ms. Ashleigh McLennan, Öko-Institut) Input 2: Leading the way: TCO certified for Product Lifetime Extension (Mr. Sören Enholm, TCO Development) Q&A and Reflection Wrap up and closing
18:00	Dinner at the hotel for all		

② 2 日目 (9 月 1 日(木))

9:00	Welcome, recap and introduction to Day 2 By moderator		
9:15	Keynote III: Circular Business Models: Overcoming Barriers, Unleashing Potentials (Mr. Patrick Wiedemann, CEO of the Reverse Logistic Group and co-lead of the CBM publication)		
9:35	Q&A		
10:00	Parallel breakout session III (90 min) + Coffee break in between		
	Target Group: Policymakers	Target Group: Public Procurement practitioners	Target Group: Ecolabelling Institutions
	A3: Policies for empowering and protecting consumers Input 1: Role of legal guarantees & commercial warranties (Mr. Patrycja Gautier, BEUC, European Consumer Organization) Input 2: Right-to-Repair & Repairability Index (Mr. Kyle Wiens, iFixit) Q&A and Reflection Wrap up and closing	B3: PLE in Textiles Input 1: Extending the lifespan of work wear by leasing (Dr. Jan Jordan, RWTH Aachen University) Input 2: Promoting recycled textiles (TBC) (Ms. Ashleigh McLennan, Öko-Institut) Q&A and Reflection Wrap up and closing	C3: Furniture: Product Lifetime Extension in Ecolabels Input 1: Circular furniture (Mr. Kristian Kruse, Nordic Swan) Input 2: EU Ecolabel criteria for furniture (Ms. Katryn Furnston, Nottingham Trent University) Q&A and Reflection Wrap up and closing
11:45	Conference wrap-up (incl. inputs and feedback from Gallery Walk) and closing		
12:30	Lunch		

(3) 会議の概要

ドイツの国際協力機関である GIZ が、2022 年 8 月 31 日(水)、9 月 1 日(木)の 2 日間にわたり、タイ・バンコクで国際会議「Reduce! - From More to Better Circular Economy for Sustainable Products in Southeast Asia」を開催した。GIZ は東南アジア地域のタイ、インドネシア、マレーシア、及びフィリピンを対象に、各国にあるエコマークと同じタイプ I 環境ラベル制度とグリーン公共調達(GPP: Green Public Procurement)を支援するプロジェクトを 2013 年から実施している。さらに、2019 年からは上述の制度がまだ未整備であるブータン、カンボジア、ラオス、ベトナムを対象に、同地域で最も取組が進んでいるタイをアドバイザー国として加え、制度支援を実施する新しいプロジェクトを立ち上げ、同地域の継続的な支援を展開している。本国際会議は、これらの GIZ 支援対象国の環境ラベル及び GPP の所管省庁や機関の担当者を招き、同分野に関する能力開発を目的として行われた。欧州からはドイツ・ブルーエンジェル、北欧五カ国・ノルディックスワン、スウェーデン・TCO Certified のタイプ I 環境ラベル機関の担当者のほか、欧州委員会(EC)の GPP 担当官、国際 NGO などの専門家などが対面もしくはオンラインでその取組や知見を共有した。東アジアの優良事例として招待されたエコマーク事務局からは、日本のタイプ I 環境ラベルであるエコマーク制度の概要のほか、基準策定プロセス、認証フローなどのタイプ I 環境ラベル制度の運用面について発表を行った。

#### (4) 会議の内容

##### ① Keynote I: Circular Economy, Sufficiency, Waste prevention (Mrs. Wilma Rodriguez, Founder & CEO, Saahas Zero Waste)

我々の事業を紹介する前に、インド建国の父と呼ばれるマハトマガンジーの名言をいくつか紹介したい。これらの名言は、現在、我々が直面している地球規模の環境問題に対しても役立つものである。一つ目は、「Be the change you want to see in the world. (世の中を変えたいならば、自分が変化を実践しなさい)」。二つ目は、「Earth provides enough to satisfy every man's need, but not every man's greed.(地球は全ての人間の欲求を満たすのに十分なものを提供するが、全ての人間の強欲を満たすわけではない)」である。

我々人間が地球と共存していくためには、人間の欲求と地球の欲求を一致させる必要があるものの、ガンジーの言葉のとおり、地球は全ての人間の強欲を満たすことができていない。大昔の地球は十分な資源を人類に提供していたが、いつからか人間が求める欲求と乖離するようになってしまい、私が考えるにこの何百年かがその分岐点だったと思う。その一つのきっかけは、産業革命であろう。産業革命は、我々のライフスタイルや生活水準を大きく向上させたものの、人間の強欲を招く結果ともなった。資本主義が台頭し、経済の成長は地球との調和をより一層困難なものとし、GDPが成功の指標となったことで、経済は株主の利益の最大化を追求するようになり、乖離が始まった。我々は、自ら積極的に行動するとともに、地球が提供できる資源に基づいた行動に変容していく必要がある。

次に、2001年に非営利団体として立ち上げ、私がCEOを務めているSaahas Zero Wasteが、この20年にわたり取り組んできたことを紹介する。Saahas Zero Wasteは、インド南部にあるバンガロールを拠点に、2022年現在、300名の従業員を抱え、社会問題の解決を目的として収益事業に取り組む社会的企業で、人々と地球に利益をもたらすことを目的に活動している。Saahas Zero Wasteでは3つのビジネスモデルがあり、一つ目はZero Wasteプログラムである。オフィスや大学、ホテルなどの大きな施設では大量の廃棄物が発生するが、その施設内で廃棄物を管理、処理するプログラムだ。主要顧客の一つであるマイクロソフトでの事例を一例として取り上げたい。マイクロソフトは非常に大きな施設を有し、多くの廃棄物が発生する。そこで、施設内で発生する食品廃棄物は、マイクロソフトの敷地内にあるバイオガス生成工場に運ばれ、紙やプラスチック、ガラスなどは乾燥廃棄物用のごみ箱で分別回収して、素材回収施設でリサイクルされることとなる。マイクロソフトで発生する廃棄物の90%は、適切に管理、処理することができている。

二つ目は、拡大生産者責任(EPR)を負う事業者への支援である。拡大生産者責任とは、生産者が製品の生産・使用段階だけでなく、廃棄・リサイクル段階まで責任を負うという考え方であり、Saahas Zero Wasteではその回収から集積、資源回収までサポートするというものである。Saahas Zero Wasteの特徴は、適切な分別を行える施設から適切な最終処分場までを有していることから、廃棄された廃棄物の現状を各クライアントがリアルタイムで把握することができるシステムを構築している点である。なお、Saahas Zero Wasteではリサイクルは最終的な手段であり、リペア、リデュース、リカバーを優先的に実施する考え方である。

三つ目は、アップサイクルした製品の販売である。例えば、ジーンズをリサイクルしたバッグやその他の繊維製品にアップサイクルして、オンラインで販売している。

Saahas Zero Waste では、ソーシャル・インクルージョン(社会的包摂)をビジネスモデルに導入している。私たちのチームの一員である経済的背景の低い人々から専門的な知見を有するプロフェッショナルなスタッフまでの全従業員に対して、十分な生活の選択肢を提供することで社会的インパクトをもたらすことができると考えている。我々は従業員に対して、十分な暮らしと仕事を提供する会社のフロントランナーであり、65%の従業員は経済的に弱い家庭の女性が占めている。Saahas Zero Waste が展開する廃棄物関連事業の収入で、法律で求められている従業員の最低賃金や社会保障を十分に提供し、一人一人の基本的ニーズにアクセスできるよう尽力している。



図 3-4-1. Saahas Zero Waste の3つのビジネスモデル

②Keynote II: Product lifetime extension for multiple environmental goals: Serving the objectives of climate change, biodiversity protection and resource conservation (Dr. Ulf Jaeckel, Head of Division of Sustainable Consumer Protection, Product-related Environmental Protection, BMUV)

近年、欧州を中心に製品の長寿命化が叫ばれており、なぜ製品の長寿命化が求められているのか。製品の長寿命化が進めば、原材料やエネルギーの使用量だけでなく、製品のライフサイクル全体における温室効果ガス(GHG)等の排出量も削減し、さらには新しい製品を製造するための資源採取も減少することで自然環境へのダメージの削減にもつながり、環境的側面から大きなメリットが期待されているからである。一方、ビジネスにとっては新しい製品を販売する機会が減ることで売上が減る恐れがあり、消費者にとっても新しい製品に買い替える楽しみが少なくなる可能性もあることが指摘されている。

次に、製品の長寿命化に関する政策について触れたい。製品の長寿命化を促進する要件としては、製品設計に関する要求事項のほか、製品の使用、修理、リユースに関する要求事項、材料レ

ベルでのリユースやリサイクルに関する要求事項が挙げられる。EU では 2019 年に新欧州委員会の発足に併せて発表された EU グリーンディールのもと、サーキュラーエコノミーアクションプランが定められ、さらにそのアクションプランに基づき持続可能な製品に関するいくつかのイニシアチブが公表された。代表的な政策は、2009 年に公表されたエコデザイン指令であり、2022 年 3 月には新しいエコデザイン規則案として発表されたばかりである。欧州の持続可能な製品に関する規制の目的は、製品の耐久性のほか再使用可能性、修理可能性、再生可能性、そしてエネルギー効率を向上させ、消費者だけでなく地球環境や気候変動にメリットを提供することである。そのためには、製品設計や情報提供に関する政策に加え、様々な政策を複合的に展開する必要がある。まずは、製品が満たすべき最低限の持続可能性要求と製品の情報発信に関するより包括的な方針を定めることが重要である。持続可能性要求という観点では、製品設計における規則を定め、製品のサービス化や修理サービスの提供、スペアパーツの供給保証を促進する政策が求められる。情報発信の観点であれば、製品のバリューチェーン全体における持続可能性に関する情報などの消費者への開示義務化が考えられる。また、公共調達分野で製品の持続可能性に関するミニマム基準を義務化することも有効であろう。

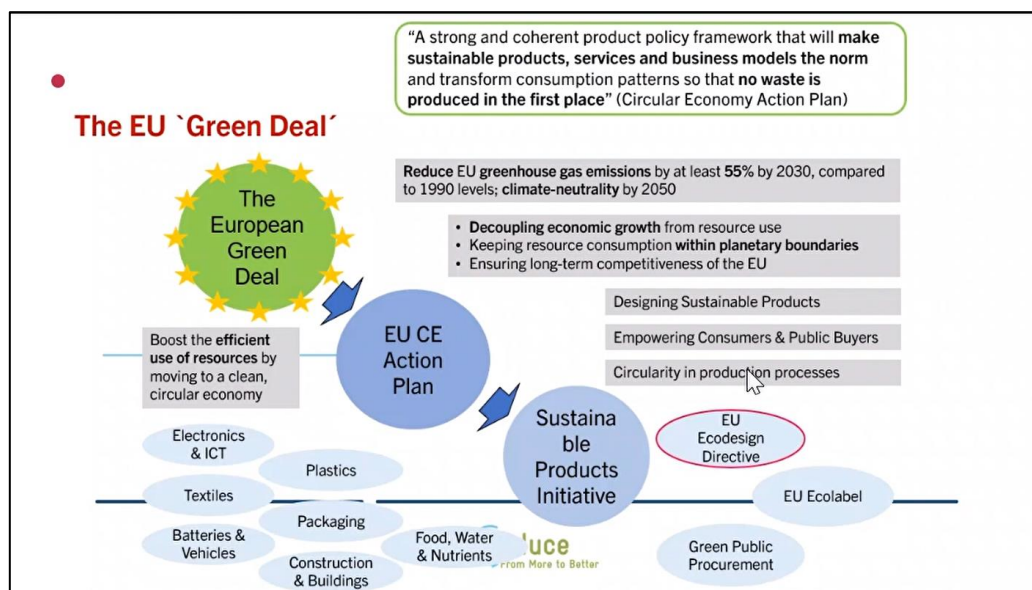


図 3-4-2. EU グリーンディールとその関連政策

そして、その情報発信の取組として EU が掲げている施策が注目を集めている。その代表的な施策が、製品に付与されることになる製品パスポートである。製品パスポートとは、消費者に対して製品の持続可能性に関する情報を発信する役割を持ち、情報の透明性を高めることを目的に、製品に何らかの形で付与される予定である。製品パスポートを通じて、消費者の理解の促進に努めたい狙いがある。また、この製品パスポートの付与のほか、環境ラベルや環境主張に関する施策も検討されている。例えば、エネルギー効率を示すラベルの表示義務化、製品やサービスが有する環境特性をアピールする環境主張に関する要件の義務化、ISO14024 に則ったタイプ I 環境ラベルの表示促進が期待される具体例である。製品の廃棄を回避する施策も議論されており、売

れ残った新製品を単純に廃棄・破壊しない一般的責務の要求などが事業者に課せられると言われている。

続いて、現在、欧州レベルで様々な交渉が行われている修理の権利に関する欧州のイニシアチブを紹介する。現在は最低2年間が要求されている法的保証の延長や法的保証期間終了後の修理サービスの提供、デジタル製品のアップデート可能性の長期化などについて、産業界と議論されている。

次に、分野ごとの政策について触れる。一つ目はバッテリーである。現在のバッテリーに関する法規制は、EU加盟国が国内法に反映させることを要求される指令という位置づけであるが、EU域内の国、企業等を直接規制する規則への引き上げが予定されている。前述の製品パスポートのほか、耐久性に関する最低要件、一般的なツールを用いてバッテリーを交換できることの要求、再生材料の使用、化学物質の取扱に関する要件、カーボンフットプリント等のラベルの義務化、グリーン公共調達への要件化などが検討されている。

繊維製品については、2022年3月30日に「持続可能な繊維製品に関する戦略」が発表された。この戦略では、いままで電子機器を対象としていたエコデザイン要求を繊維製品にも義務化すること、修理可能性と耐久性に関する情報のラベル表示(デジタル製品パスポート)の義務化、グリーン公共調達基準の必須要件化、繊維 to 繊維の促進、拡大生産者責任の提案、2025年までに回収に関する要件の設定が示されている。

最後に、ドイツの事例を紹介したい。ドイツでは、「捨てずに修理」という考え方で新しいプログラムがドイツ政府で議論されている。EUの政策と近いが、修理インフラを充実することによる修理サービスの提供、法的保証の延長、修理情報の提供等を政策によって促進する予定である。

### ③Keynote III: Circular Business Models: Overcoming Barriers, Unleashing Potentials

(Mr. Patrick Wiedemann, CEO of the Reverse Logistic Group and co-lead of the CBM publication)

サーキュラーエコノミーがなぜ必要なのか、現在の経済活動を循環型に転換していく必要性については、改めて説明する必要がないほど誰もが理解していることであろう。サーキュラーエコノミーは多くの経済的及び社会的な課題に対しても、新しい視点を提供するコンセプトでもある。サーキュラーエコノミーが実現されれば、資源生産性も向上し、産業界や国の気候変動目標の達成に貢献するだけでなく、デジタル化と新技術の応用を加速させ、さらには新しいビジネスモデルの開発、革新的で効率的な消費と生産パターンの構築を促進することにつながるだろう。また、経済活動を行っていても法的な手続きを取っていない企業や活動を指すインフォーマルセクターが多い東南アジアにおいても、新しい技術が構築されることで、インフォーマルセクターの人々を巻き込むことができ、サーキュラーエコノミー実現に向けた活動を加速させることができる。

次は、欧州グリーンディールについて触れたい。グリーンディールを発表した欧州委員会委員長ウルズラ・フォン・デア・ライエンの言葉を借りると、欧州グリーンディールは化石燃料と公害に基づく古い成長モデルを新しい成長モデルに転換する成長戦略であり、決して後戻りするこ

とがあってはいけない。欧州グリーンディールが掲げる 2050 年までに温室効果ガスをゼロにするという目標を達成するためには、サーキュラーエコノミーが中心的な役割を果たすとも述べている。実際、欧州グリーンディールの 10 の政策目標のうち、半分以上はサーキュラーエコノミーが目標を達成するための成功要因と位置付けている。

続いて、ドイツサーキュラーエコノミーイニシアチブについて説明する。このイニシアチブは、ドイツの産業界と政府によって立ち上げられ、私も循環型ビジネスモデル構築のワーキンググループに参加している。他にも電気自動車用バッテリーと包装材に関するワーキンググループがあり、技術開発及び規制の枠組みに関する政策提言、材料投入量及び GHG 排出量の削減への寄与に関するマクロ経済分析、2030/2050 年ビジョンを含めたドイツにおけるサーキュラーエコノミーロードマップの作成を目標の一つとしていた。このロードマップは、英語版も公開されており、興味があればぜひ検索して一読してもらいたい。ドイツサーキュラーエコノミーイニシアチブの目的は、全てのステークホルダーに対して新しい価値を創造することであり、このロードマップは達成可能な資源生産性を定量的に示している。加えて、サーキュラーエコノミー型のビジネスモデルを確立、普及させるための規制枠組みの再構築の必要性や、必要不可欠な機能システム及び材料を供給するための研究開発などの支援の促進を目指している。このイニシアチブには、3 つの省庁を筆頭に、24 の企業、25 の専門機関、市民社会部門から関連したいくつかの機関が参加した。

私が参加した循環型ビジネスモデル構築のワーキンググループでは、サーキュラーエコノミーの更なる促進のため、7 つの包括的な提言をまとめた。一つ目は新しいビジネスモデルの実験的導入である。循環型製品設計やサービタイゼーション、パートナーシップの促進を通じた循環型ビジネスモデルを探求する。二つ目は、正しい価格設定と経済的インセンティブの提供で、サービス型ビジネスモデルの循環型製品の開発の支援が挙げられる。三点目は、循環型製品の普及促進のための首尾一貫した政策枠組みの確立が必要である。循環型製品設計に関する最低要件の設定や製品 ID 等を活用した生産者責任の明確化、単純廃棄される製品の回避が求められる。四つ目は、必要な規格の開発と調和化で、製品や部品、高品質な再生原料の評価と適切な分類がなされることが望ましい。五つ目は、循環型製品に関する情報や認知度などユーザー側の認識を高めることである。これは、教育プログラムの実施や製品情報の整備、ラベルの活用によって実現できるだろう。六点目が、公共調達を活用である。再生品やリサイクル材料を用いた製品を普及させるため、公共調達の分野で戦略的な目標値と割当量が設定されるとよい。そして、最後は長期的な制度化を構築することで、政府や産業界、一般社会の認識を共通化させることが重要である。





図 3-4-3. ドイツサーキュラーエコノミーイニシアチブ参加団体

④Textiles: Product Lifetime Extension in Ecolabels - Input 1: The Jeans Redesign - Creating solutions for a world where clothes are kept in use (Ms. Valérie Boiten, Ellen MacArthur Foundation)

まずサーキュラーエコノミーについて簡単に説明したい。サーキュラーエコノミーとは、廃棄物や汚染を取り除くとともに、製品や材料を循環させ、自然界のシステムのような循環型のシステムを構築することである。サーキュラーエコノミーを理解するために、現在のリニア型の経済活動を知ることが重要で、ファッションや繊維分野はその事例として非常に適している。我々が2017年に公表した、繊維分野についての初めての詳細な調査レポート「A new textiles economy」で用いた同分野の物質フロー図を用いて説明したい。これは、現在のリニア型の経済活動を非常によく表しているものである。最初に注目してもらいたい点が、システムに投入される原料の97%がバージン材料ということである。これらは当然に有限な資源であり、多くはポリエステルやポリアミドとなる。衣服は周知のとおり、その使用期間が次第に短くなっており、その73%が埋立てもしくは焼却処理される形で廃棄されている。13%しかリサイクルされず、衣服としてリサイクルされるのはわずか1%に過ぎない。非常にリニア型のシステムと言える。また、2000年以降、衣服の生産は約2倍に拡大したものの、使用期間は1/3になっており、一秒ごとにトラック一台分の繊維製品が埋立てもしくは焼却処理されているのが現状である。試算によると、世界でまだ着られるはずの衣服を廃棄してしまうことで、毎年4,600億ドルの価値が失われており、これは非常に膨大なロスとなっている(図3-4-4))。

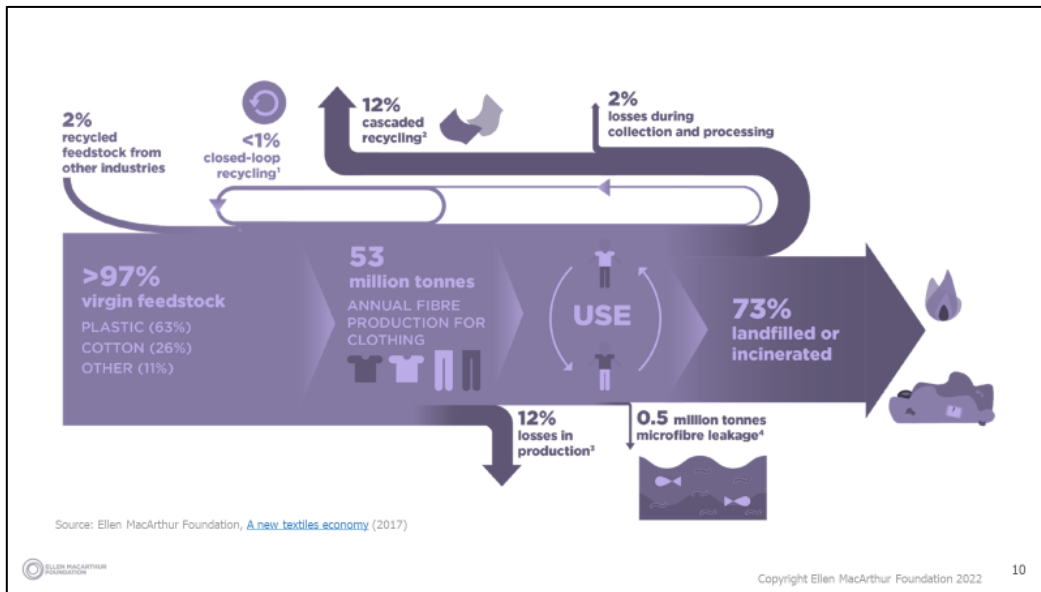


図 3-4-4. 繊維分野の物質フロー図

次に、私たちが実現したい循環型ファッションシステムとはどのようなものかについて触れたい。まず、製品がより長く使用される環境整備が重要である。そのためには、既存のビジネスモデルを循環型のビジネスモデルに転嫁する必要があり、修理がしやすい環境整備やレンタルサービスの普及促進等によって製品の使用期間を最大化するビジネスモデルが代表例となる。また、リサイクルを促進するためにも、衣服の付属品等の分解が容易にできるようなデザインを推奨することに加えて、リサイクルするための社会インフラを整備していくことが求められる。最後に、化学物質への対応も重要な観点である。投入物が循環性の観点から安全であること、つまりリサイクルや再利用を妨げる化学物質を使用しないようにする。また、曝露の観点からも有害な化学物質を制限する必要がある。

続いて、製品レベルでどういったことが求められるのか、ジーンズを対象としたプロジェクト「THE JEANS REDESIGN」を紹介する。ジーンズについては、改めて説明する必要もないほど身近な衣服の一つであり、特徴の一つとしてリベットと呼ばれる金属製のパーツがポケットの周りに付けられている。もともとジーンズは工場や鉱山等の労働者用の作業であったことから耐久性の高さも特徴の一つで、今日ではそのような用途で使用されることは少ないが、様々な装飾がなされるジーンズも存在する。ただし、そのような金属製の装飾はリサイクルを困難にする要因の一つで、リサイクルするためにはそのような箇所を裁断する必要がある。また、いくつかの繊維が組み合わせられた生地を使用することもあり、これもリサイクル阻害要因となっている。

本プロジェクトは 2019 年からスタートし、学术界をはじめブランドオーナーや製造事業者、回収・選別などのリサイクル事業者など 80 名以上の専門家と協力して循環型のジーンズの取組を広めるために「REDESIGN JEANS」というガイドラインを策定した。このガイドラインは、エレンマッカーサー財団のウェブサイトからダウンロード可能である。具体的な要求事項は、必須事項と推奨事項で構成され、より長くジーンズが使用されるよう家庭での洗濯回数に関する要件

や手入れに関する情報表示の要件が必須事項として紹介している。一方、推奨事項はリユースや修理の可能性、回収システムの構築等が設定されている。

次に、要求事項の具体的な内容について少し触れたい。家庭での洗濯回数は 30 回以上を要求し、手入れに関する情報については洗濯の推奨条件や避けるべき手入れ方法を規定している。また、リサイクルを促進させる要求事項として、製品重量に対してセルロース系繊維を重量比で 98%以上含むことや、金属などの装飾品の分解可能性、回収・選別段階において容易に再生可能なジーンズを特定できることを求めた。安全性に関する事項も設定した。安全にリサイクルできる素材もしくは再生可能な素材でできていることのほか、環境や人体に有害な化学物質を使用していないこと、オーガニック等の手法で栽培されたセルロース系ファイバーを使用していること、繊維の総重量に対して平均 5%以上のリサイクル素材を含むことを定めた。

このガイドラインをもとにパイロット事業を行い、実現可能性についていくつか分かったことがある。現実的に取組が可能な事項は、リベットの排除で、本プロジェクトに参加した会社はリベットを異なる素材や縫製などの技術で代用することができた。また、化学物質と使用プロセスの安全性に加えて、家庭での洗濯における耐久性の事項も実現可能だと分かった。一方、市場における技術の普及や対応企業数の問題からすぐに対応が難しい事項もあった。例えば、ポストコンシューマー材料の使用であり、リサイクルできる企業が存在するものの、その企業数は非常に限られるとともに規模も小さいところがほとんどであった。その他には、ストレッチ機能を有するジーンズのリサイクルやジッパーの取り外しを可能にすることは、かなり実現が難しいと分かった。

このプロジェクトを通して政策担当者や産業界に訴えたいことは、サーキュラーエコノミー実現のため大胆なアクションを起こしてほしいということである。提案としては 3 点ある。一つ目は、より市場統一的なアプローチで循環型デザインの製品政策を進めてほしい。欧州委員会は市場に上市される製品が必ず満たさなければならない最低基準の導入を検討しており、再生材料の含有や耐久性に関する要件であることを望んでいる。二つ目は、循環型のビジネスモデルにインセンティブを与えることである。新しい衣服の短期サイクル的生産やバージン材料の使用への依存を減らすビジネスモデルを経済的に成立させることを政策の観点から支援をする必要があると考えている。最後は、インフラ整備に投資することである。研究開発への投資を促しつつ、より統一的な手法による回収・選別システムの規模を拡大が必要である。

#### ⑤Textiles: Product Lifetime Extension in Ecolabels - Input 2: Blue Angel's criteria for durable textiles (Dr. Kristin Stechemesser, German Environment Agency)

ブルーエンジェルは、40 年以上の歴史があるドイツのタイプ I 環境ラベルであり、環境に配慮した製品やサービスに付けることができる。家庭用製品のほか電子機器や車両、各種サービスなどが対象となっている。繊維製品は、DE-UZ 154 という基準番号として基準が設定されており、衣服はもちろん繊維系アクセサリ、家庭用繊維製品、機能的衣服、糸、生地など非常に多様な繊維製品を対象としている(図 3-4-5)。



図 3-4-5. ブルーエンジェル繊維製品基準の対象範囲

なお、ブルーエンジェルでは、現在この繊維基準の見直しを進めている。どのタイプ I 環境ラベル運営機関にも言えることだが、基準を見直す際、国際規格や政策等を考慮して検討することが求められる。ドイツは EU 加盟国の一つであることから、当然に EU の法規制等の整合を図っている。その EU では、EU グリーンディール政策のもとサーキュラーエコノミーアクションプランが策定され、そのアクションプランのもと本年 3 月にはエコデザイン規則案や持続可能な循環型繊維製品戦略が公表された。上市される製品は持続可能な製品であることを EU は求めており、繊維はその優先品目として製品戦略が提案されている。その持続可能な循環型繊維製品戦略では、耐久性のほかリユース可能性、修理可能性、最低再生材料含有率、繊維 to 繊維リサイクル可能性、懸念化学物質の最小化、気候変動影響の削減などに取り組むべき具体的な項目として掲げている。その中から、本イベントワークショップのテーマの一つでもある、耐久性について説明したい。加えて、耐久性との関連が強いリユース可能性と修理可能性にも触れたいと考えている。

まず、これらの項目への対応を EU が製品戦略として示しているものの、繊維製品の耐久性やリユース可能性、修理可能性などの用語に対する正式な定義が定められていないほか、具体的な目標や達成レベルも示されていない。このような背景から、ブルーエンジェルの繊維基準の見直しでは、用語の定義や達成すべきレベルの設定から取り組んでいるところである。なお、耐久性に関する正式な定義はないが、Environmental Coalition on Standards(ECOS)という団体が定義の設定に取り組んでおり、今後の動向が注目される。次に、繊維の耐久性に取り組むべき重要性を示す 2 つの調査を紹介したい。1 つ目はスウェーデンの調査で、繊維製品の消費に関する CO<sub>2</sub> フットプリントを示したものである。この調査結果では、繊維製品を約 2 倍長く使用することで、49%の CO<sub>2</sub> を削減することができると述べている。もう一つはドイツ・ベルリンの調査で、ベル

リンの人口の30%が通常2年のところ5年以上ジーンズを履いたとしたら、年間2,200トンの廃棄物削減につながるとともに、年間51,500トンのCO<sub>2</sub>削減ができる結論付けている。それぞれ、環境配慮に関する非常に大きな調査結果を示しており、耐久性に取り組むことがいかに重要であるかが分かるだろう。

続いて、ブルーエンジェル繊維製品基準の耐久性に係る基準要件を紹介したい。洗濯・乾燥時のサイズ変化、染色堅牢度(洗濯時、汗(酸性、アルカリ性)、摩擦、光、唾液・汗)、耐ピリング性<sup>1</sup>、機能耐久性(撥水機能、難燃機能、イージーケア機能)が耐久性に関連した基準要件である。また、2023年からは耐摩耗性やジッパー・マジックテープの耐久性に関する要求事項が追加される予定である。洗濯・乾燥時のサイズ変化については、繊維ごとにサイズ変化の許容範囲が設定されており、具体的な試験方法も示されている。試験方法は、ISOやドイツの工業規格であるDIN規格を採用している。その他の基準要件も概ねISOもしくはDIN規格による試験を求め、その試験結果の提出が必要となる。

最後に、ブルーエンジェル繊維基準の今後の展開について触れる。前述のとおり、EUのエコデザイン規則案や持続可能な循環型繊維製品戦略との整合を考慮し、提言されているリユース可能性、修理可能性、最低再生材料含有率をはじめ耐久性に係る基準要件の強化を図る。また、ブルーエンジェルも環境情報に関する表示を変えていく予定である。例えば、最低再生材料の含有率や製品の修理・再生可能性、化学物質の最小化やトレーサビリティ、耐久性等に関する情報を付与していく方向が考えられる。さらに将来的には、現在の電子機器を対象としている多段階表示のエネルギーラベルに倣い、繊維製品の持続可能性を多段階表示で示す表示になると予想している。

#### ⑥ICT: Product Lifetime Extension in Ecolabels - Input 1: Why does Product Lifetime Extension in ICT matter? (Ms. Ashleigh McLennan, Öko-Institut)

ICT機器の世界的な需要は非常に大きく、2021年には全世界で2億7,700万台ものノートパソコンと1億6,000万台のタブレットが出荷された。非常に巨大な市場であるものの、わずか5つのOEMメーカーが世界のパーソナルコンピューターの約75%、タブレットの約65%を製造している。なお、世界の47%以上の家庭においてパーソナルコンピューターが使用されているという調査もある。一方、スマートフォンに目を向けると、2018年では14億台ものスマートフォンが出荷され、2023年には15億台までに上るとの見通しがある。スマートフォンについては、世界市場の2/3を7つのOEMメーカーが生産している。世界人口の78%以上が、スマートフォンを保有しているが、ここ5、6年は需要が高止まりしており、技術革新のスピードが低下してきたことや、市場が飽和状態であること、中国などの発展途上国の成長が鈍化してきたこと、買い替えサイクルが長期化してきたことが原因と指摘されている。

次に、気候変動に与える影響について触れたい。気候変動緩和の取組は、一般的にエネルギー効率の向上や再生可能エネルギーへの移行を加速させることに重点が置かれているが、材料・素

---

<sup>1</sup> 生地上の毛羽が摩擦などによって絡み合い生じる毛玉(ピル)ができにくいこと。

材の生産や廃棄に伴う排出も、世界の GHG 排出量に大きな影響を与えていることが分かっている。材料・素材の生産に係る廃棄物の削減は、パリ協定では明示されていないものの、パリ協定の目標達成に重要な役割を果たすことは明らかである。実際、Circle Economy と Ecorys の 2016 年の研究では、「GHG 排出量の 50%以上が材料管理に関連している」と述べているとともに、サーキュラーエコノミーが完全に実施されれば、世界の GHG 排出量を年間 70 億トン削減できるとの試算が紹介されている。

続いて、ICT 機器に焦点を当てると、パーソナルコンピューターやノートパソコン等の ICT 機器の使用期間を 10 年と想定したライフサイクルにおける CO<sub>2</sub> 排出量は、製造段階が最も多く、次点が使用段階となっている。パーソナルコンピューターでは CO<sub>2</sub> 排出量の約 64%が製造段階での排出であり、ノートパソコンでは 80%以上を占める。一方、買い替えサイクルを考慮し、使用期間を 3 年としたスマートフォンの製造段階における CO<sub>2</sub> 排出量は、ライフサイクル全体の 75%を占める(図 3-4-6.)。以上のデータから、製造段階、つまり材料の効率性が重要であることがわかるだろう。そのことから、可能な限り使用期間を長くすることが望ましいが、特にスマートフォンは買い替えサイクルが非常に短くなっている。さらに、スマートフォンやノートパソコンの新機種は、一般的に旧機種よりもエネルギーを消費するというデータもあり、仮に新型のノートパソコンが旧型より 10%エネルギー消費量が少ないとしても、製造段階で消費されるエネルギーを補うためには、約 80 年間使用し続けなければならないといった調査もある。

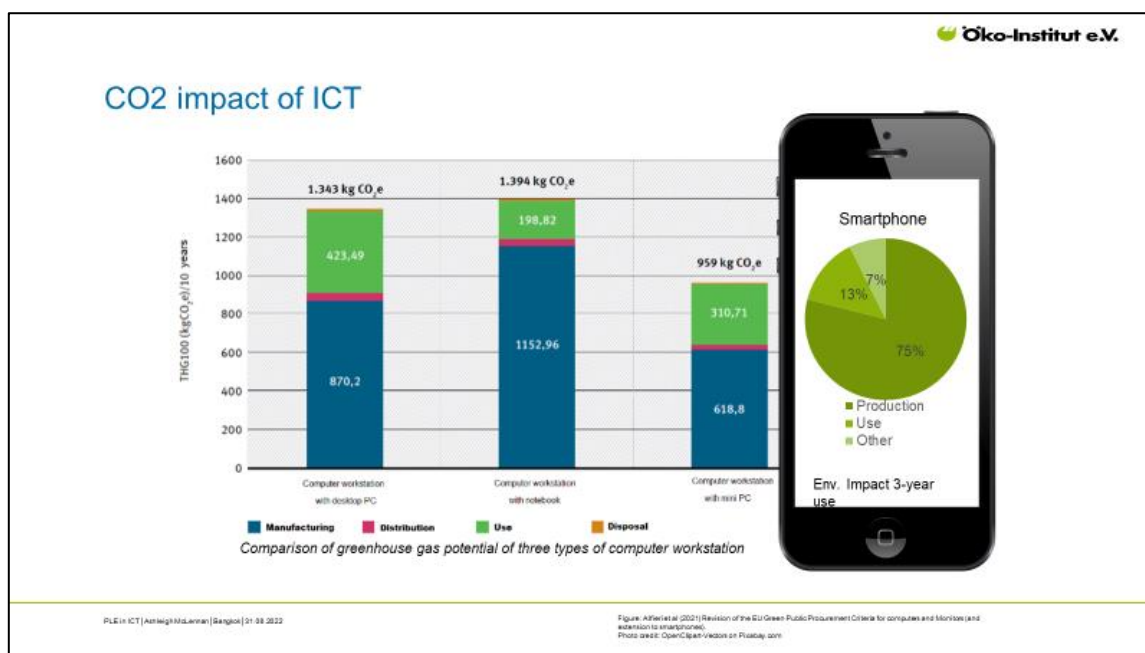


図 3-4-6. ICT 機器の CO<sub>2</sub> 排出量

そのためにも、いかに製品寿命の長期化を促進することが重要であるかが分かるだろう。製品の長寿命化(Product Lifetime Extension: PLE)とは、意図的な介入により、製品の陳腐化を先延ばしにすること、または逆転させることである。長寿命製品の設計や製品寿命の延長(修理など、製品寿命を延ばすためのサービス)により、製品の利用期間(使用時間)を延長、または強化し、結

果として資源利用のサイクルを遅らせることが望ましい。しかし、個々人の取組だけでは大きな効果は期待できないため、製品のライフサイクルのさまざまな段階において、政策的な措置や手段によって促進することが求められる。その代表的な政策が EU のエコデザイン政策であり、製品設計の段階において措置を講じることで、取組を加速させることができる。

最後に、製品の長寿命化を実現するための製品設計の具体的な取組や措置について紹介する。製品の長寿命化のためには耐久性、修理可能性、及びアップグレード可能性を考慮することが望ましい。耐久性の具体的な取組は、より長寿命の充電式バッテリーの採用やソフトウェアによるバッテリー寿命の長寿命化、より長期間のメーカー保証の提供が考えられる。修理可能性については、スペア部品の継続的かつ非差別的な提供や市販で販売されている一般的な工具での部品交換が可能となる設計が挙げられる。アップグレード可能性は、将来的なハードウェアとの非互換性を防ぐためにアダプタなどの付属機器の標準化を図ることや、古いオペレーティングシステムのソフトウェアサポートをより長期的に行うことなどが求められるだろう。

#### ⑦ICT: Product Lifetime Extension in Ecolabels - Input 2: Leading the way: TCO certified for Product Lifetime Extension (Mr. Sören Enholm, TCO Development)

最初に我々が運営するスウェーデンのタイプ I 環境ラベルである TCO Certified を紹介したい。TCO Certified は IT 機器を対象にした環境ラベルで、パーソナルコンピューターやディスプレイといったオフィス IT を中心に、サーバーやネットワーク機器などのデータセンター系 IT も対象としている。30 年以上の歴史があり、ISO14024 に則り全てのライフサイクルにおける環境面の考慮のほか、社会面の考慮に関する基準を設け、適合した製品に認定を付与している。我々は、IT 機器における持続可能なライフサイクルの実現をビジョンに掲げ、活動を行っている。

スウェーデンに限らずその他の EU 諸国同様、循環性は非常に重要な問題であり、このスライドにある循環性を示すループにどの製品も当てはまる(図 3-4-7.)。製品の製造には原材料の採取が必要で、プラスチックであれば石油、電子部品では鉱物が原材料となる。しかし、これらのバージン材料の代わりにリサイクル材料を使用することができ、さらにネジやプラスチック部品、電子部品などはそのまま再使用することも可能である。製品の製造後、流通され、消費者の手にわたって使用されたのち、廃棄、回収されるわけだが、まず何より重要な点は、製品をできる限り長く使用することである。そして、製品寿命を延ばすためには、修理やメンテナンスが欠かせない。そのためには、修理マニュアルが公開されていることや専門家に限らず誰でもスペア部品にアクセスできる環境の整備が求められる。また、製品を長く使用するためには、電子機器であれば特にバッテリーの高い耐久性が求められる。しかし、性能が十分でないため短いサイクルでの買い替えが起きている状況も散見される。当然、製品には必ず寿命があるため、寿命を迎えた製品は単に廃棄するのではなく、適切な業者に回収されることで再使用可能な部品が新たな製品に使用されたり、中古品として流通したりすることで、循環性のループに組み込むことができるようになる。まだ使用できる製品については、リサイクルショップや専門業者に引き渡すことで、中古品として再使用することができ、製品自体の利用寿命を延ばすことが可能となる。また、中古品として再使用できなくとも、部品としてまだ使用できるものは他の製品に使用するなど、こ

ういった仕組みを構築することが重要である。IT 機器のライフサイクルにおいて、製造段階の環境負荷が最も大きいため、より長く使用することで新たな製品の製造を減らすことができ、持続可能性という観点からも非常に優れた取組となる。TCO Certified の基準要件に目を向けると、電源コードやコネクタを USB Type-C に標準化するという要件があり、古いコンピュータやスマートフォンで使っていた電源コードを活用することができるため、余分なコードを保有する必要がなく、コード自体もより長く使用できるようになる。現在、このコネクタについては多様な規格があるため、標準化を進めることが大切である。

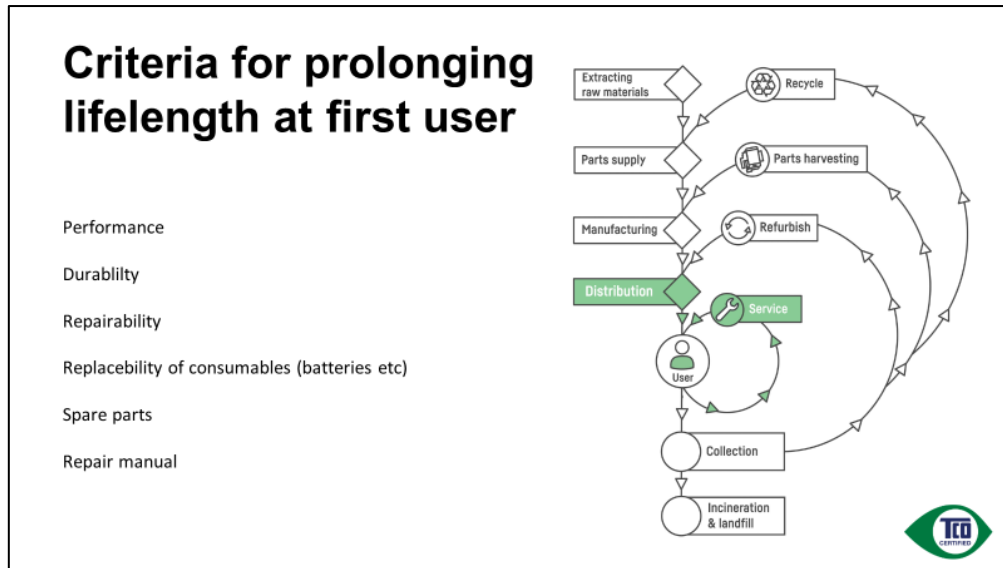


図 3-4-7. 循環ループ図

⑧Furniture: Product Lifetime Extension in Ecolabels - Input 1: Circular Furniture (Kristian Kruse, Nordic Swan)

北欧五カ国を対象としているタイプ I 環境ラベル制度であるノルディックスワンは、サーキュラーエコノミーの考え方に基づくアプローチをとっており、資源の採取から廃棄までのリニア型の資源サイクルを、廃棄される資源を新たな資源に変えるクローズドな資源循環への転換を目指している。ノルディックスワンでは、現在の基準がもたらす環境便益が何なのか、ノルディックスワンの全体目標は何なのかなど、常にステークホルダーとのコミュニケーションを重要視し、改善に努めている。ノルディックスワンの基準は、ライフサイクルアプローチを採用しているほか、技術の進歩や市場の発展に応じた基準内容の設定や定期的な更新を行っており、環境に取り組む事業者に向けて最大限の利益を提供している。一方、情報の受け手である消費者や調達者に対しては、透明性と信頼性が高い制度であると認識されている。

ノルディックスワンが推奨しているサーキュラーエコノミーの考え方は EU が提唱しており、2020 年 3 月に「新サーキュラーエコノミーアクションプラン」を EC が採択した。欧州の持続可能な成長に資する新しいアジェンダであり、法的措置に限定せず、非法的措置による取組も推進する方針を示している。サーキュラーエコノミーの目的は、持続可能な商品を EU のスタンダードにし、消費者や公的機関の調達者が商品を購入する際に適切な判断ができるよう情報を提供す



ることである。まずは、多くの資源を利用し、かつその資源の循環性が高い電子機器や ICT、自動車、包装、プラスチック、繊維、建設、食品などを対象として取組を進める予定である。EU としては、サーキュラーエコノミーにおける取組において、世界をリードしていきたいと考えているようである。そして、2022 年 3 月には、このサーキュラーエコノミーアクションプランに基づいた「第一弾サーキュラーエコノミーパッケージ」が公表された。このパッケージには、エコデザイン指令を規則に格上げする案や繊維に関する戦略などがまとめられ、7 月には第二弾が発表される予定であったが、まだ公表はされていない。

ノルディックスワンの家具基準は、一般的な家具である置き家具のほか、造り付け家具(造作家具)を対象としており、ライフサイクルにおける全ての段階における環境配慮が考慮されている。具体的な要求事項の観点として、原材料の持続可能性、生物多様性、エネルギーと気候影響、化学物質、有害物質の放散、品質などがある。本ワークショップのテーマである循環性に係る要求事項は複数ある。製品の保証期間とスペアパーツの提供期間、製造・販売事業者名のラベル表示、取り外し可能なカバーのケア・洗濯情報のラベル表示、循環性を考慮したデザイン、分解性・取り換え可能な部品に関する情報、マニュアル、素材・化学物質などである。その他にも品質、再生木材・プラスチック・ガラス等のリサイクル・再利用、再生可能な材料の使用、リサイクルを妨げる化学物質の使用や再生材料中の有害物質、プラスチック部品への材料表示、リサイクルを困難にする金属(銅、スズ、鉛、カドミウム)の不使用などがある。

これらのなかからいくつか具体的な要求事項を紹介する。まずは、製品の保証期間の基準要件である。ベッド及びマットレスは製品としては 5 年以上の保証期間を要求し、ベッドフレーム及びマットレス内のスプリングの破損については 10 年の保証期間を求めた。その他の家具は、キッチンに 10 年以上の保証期間を設定した以外、5 年の保証期間を要求している。ここでいう保証とは、法的な保証を超えた、売り手と買い手の間の合意を意味し、売り手/メーカーは損傷して正常に動作しない部品の修理または交換の申し出に対応しなければならない。保証は、納品日から適用されるとともに顧客に通知され、製品価格に含まれていなければならない。

次に、スペアパーツの提供期間に関する要求事項である。事業者は、製品の機能に不可欠なスペアパーツ(ヒンジ、ガスリフト(ダンパー)、ホイールなど)を製品が製造中止になってから最低 10 年間は提供するとともに、部品の製造に必要な情報・設計がメーカーから入手可能であることを要求している。また、提供されるスペアパーツは、オリジナルのパーツと同一である必要はないものの、元の部品と交換してもその機能を果たすことができなければならない。

また、一部の品目において循環性に着目したデザインに関する要求事項も設定している。そのうちのひとつが布張りの家具であり、例えば、主要部品と異なる素材が分解でき、交換・修理ができるデザインの要求や再生材料・再生可能素材の使用などが選択要件の一つとして設定されている。

#### ⑨Furniture: Product Lifetime Extension in Ecolabels - Input 2: EU Ecolabel Criteria for furniture (Katryn Furnston, Nottingham Trent University)

家庭から排出される粗大ごみの多くは家具であり、EU では年間 1,050 万トンの家具が廃棄さ

れているという試算がある。その廃棄された家具のほとんどが焼却もしくは埋め立て処理されており、環境への影響も懸念されている。COP26では、地球保護に関心を持つ消費者が増加傾向にあると指摘され、ファスト家具に関連する問題が顕在化してきているとの指摘もあった。特に家具の耐用年数に関する懸念が強く、耐用年数に関する学術研究も増えてきている。そこで、家具の耐用年数に関する知識や情報を消費者に提供することを目的に、家具の耐用年数に関する文献調査を行い、家具のデザインや商慣習とどのように関連しているか調べた。

まずは、デザインと製造に関する調査を調べた。製造事業者に焦点を当てると、家具の製造事業者は小規模事業者から大規模事業者まで様々で、事業規模に問わず高品質な家具を製造している事業者は多い。一方、価格面での競争力が高い、つまり価格が安い家具を製造できるのは大規模事業者のみである。2017年のEC環境総局の調査では、特に木製家具について低品質な素材を使用する現在の傾向について警鐘を鳴らしている。ただし、製品の品質と事業者の種類に関する相関を調査した学術研究等は見つけることができなかった。

次は、購入に関する調査である。消費者が家具を購入する理由は様々あり、ライフステージの変化や金銭的事情、部屋のリノベーションに伴う購入などが挙げられる。一方、購入判断となる要素は、品質やデザイン、メンテナンス性を考慮して購入されることが多い。また、完成品ではなく消費者が自ら組み立てる家具はコンパクトに配送されることから価格も安く、人気が高まっているが、品質や分解性、廃棄時に必要な情報など、消費者に必要な情報が購入時に提供されているとは限らない状況が散見されている。そこで、適切な判断を下したい消費者に対して、必要な情報を提供する役割を担うのが環境ラベルである。EUエコラベルの家具基準は耐久性が高く、容易に修理・分解できる家具を促進する目的で制定されており、具体的な要求事項として耐久性のほか、スペアパーツの提供期間等の基準が設定されている。ただし、EUエコラベルを取得している家具は限定的であることが現状である。また、北欧閣僚会議は、家具の事業者に対して通常使用時における耐用年数を宣言するよう求めており、製品保証の延長に関する先駆的取組を進めている。ただし、新品の家具の購入に関して、消費者の嗜好性や耐用年数、製品の価格に関連した調査はほとんど見つからなかった。一方、中古家具や家具のレンタルサービスの市場が拡大傾向にあり、その調査研究もいくつか散見される。

続いて、ケア・修理と廃棄についてである。家具のケアや修理は、家具をより長く使用するための有効な手段であり、EUエコラベルでは修理マニュアルの有無や分解方法、修理に必要なツールの種類、スペアパーツに要するコストなどを基準要件として定め、家具の長寿命化を促進しているものの、家具の修理を事業者に依頼する消費者が少ないとの調査がある。家具を修理してまで使用するかについては、自ら修理が行える消費者次第であり、そもそも家具の製品寿命に関する調査は少なく、非常に限られている。

最後に、リユースとアップサイクルに関する調査である。廃棄された家具の半分は、わずかな修理でリユースが可能との調査結果があり、回収システムの有無がリユースの可能性に大きく影響することが分かった。また、家具の廃棄方法は貧困の影響を受けやすいことを示す調査もあり、廃棄もしくはリユースしたいと考えても、家具を適切な場所に輸送する手段や費用の捻出が貧困状況により困難になっている可能性を指摘している。一方で、アップサイクルした家具の売

上も伸びているデータもあるが、家具のアップサイクルについて調査した論文等はほとんどなかった。

最後に、調査結果のまとめは以下のとおりである。

- 現在、環境ラベルや家具の耐用年数に関する消費者の知識や理解は限定的である
- 異なるタイプの企業と製品の品質との関係についての文献はない
- 新品の家具の購入に関する文献はほとんどない(例：安価な商品に対する消費者の嗜好性)
- 中古家具やレンタル市場に関する研究がいくつかある
- 家具の手入れと修理(例：所有者が家具をどのように手入れするか)及び廃棄の理由に関する調査は限られている。
- 家具の製品寿命に関するデータは乏しい
- 家具のアップサイクルの可能性を扱った研究はほとんどない

## 2) Consumer Information Conference, “Reaching consumers through credible ecolabelling”

### (1) 開催概要

日時	2022年9月14日(水) 19:00~20:30 ※日本時間
場所	オンライン(WebEx)
主催	国連環境計画 (UNEP)、The One Planet network Consumer Information Programme (CI-SCP)、ドイツ連邦環境・自然保護・建設・原子力安全省(BMUB)
出席者	不明(一般参加者としての参加のため確認不可)
言語	英語

### (2) タイムスケジュール

19:00	Opening
	Kate Harris - Secretariat of the Global Ecolabelling Network and Non-Executive Director of the Living Future Institute of Australia
	Dr. Yulia Gracheva - Director and Head of the Central certification body in the Ecological Union – Owner and operator of the voluntary Type I ecolabelling “Vitality Leaf” based on life cycle
	Pauline Toulemonde - Specialist on environmental impacts of products in the DIY sector
	Eva Eiderström - Director Dep of Ecoalabelling and Green Consumption at the Swedish Society for Nature Conservation
	Björn-Erik Lönn - Chair at the Global Ecolabelling Network
	Trine Pedersen - Senior Consultant/M.Sc. Chem., Ecolabelling Denmark
	Jorgen Skjodt - Owner and CEO at ZENZ and experienced business developer with passion for sustainability
17:30	Closing

### (3) 会議の概要

UNEPが事務局を務め、SDG12「持続可能な消費と生産パターンへの移行」を目指すグローバルイニシアチブである One Planet Network の採択プログラムの一つである Consumer Information プログラムが、オンライン会議を 2022 年 9 月 13 日から 16 日の 4 日間にかけて開催した。Consumer Information プログラムとは、持続可能な消費を志向する、また消費者への持続可能な消費を促進する機関や団体を支援するプログラムで、消費者情報に関する調査や情報発信等を行っており、主導機関である UNEP、ドイツ連邦環境・自然保護・建設・原子力安全省 (BMUB)、インドネシア環境林業省(MOEF)のほか、約 100 以上の国や機関が参加している。本会議は、政府や企業が、政策、サービス、製品を通じて、より持続可能な選択肢の設計、提供、アクセスの充実に図るとともに、消費者情報ツールを効果的に活用することによって、企業等のより

持続可能な消費を促すコミュニケーション戦略の向上を目的に開催された。本項では、4日間の会議のうち、環境ラベル及びグリーン公共調達に関連し、9月14日に開催された環境ラベルセッションの内容を報告する。

#### (4) 会議の内容

##### ① Kate Harris - Secretariat of the Global Ecolabelling Network and Non-Executive Director of the Living Future Institute of Australia

冒頭に Consumer Information プログラムが、サステナビリティ情報の適切な提供に関するガイドラインの策定に合わせて作成したビデオが紹介された。このビデオは、同ガイドラインの内容を取りまとめたものである。

このビデオでは、近年、消費者が製品の選択要因に製品のサステナビリティを考慮することが増加してきた背景を踏まえて、消費者に向けて提供されるサステナビリティ情報について、同ガイドラインが示す順守すべき5つの基本原則を解説している。5つの基本原則とは、信頼性、妥当性、明瞭性、透明性、アクセス性の5つである。この5つの基本原則に則った情報提供がされなければ、製品やサービスがいかにか持続可能なものであるか伝えることができず、製品の包装や事業者のウェブサイト、SNS等のツールを用いて、正しく発信する重要性を示した。



図3-4-8. 製品の持続可能性を伝える5つの基本原則

信頼性については、正確なサステナビリティ情報を伝えるためには、具体的かつ正確なエビデンスを基にした情報のみ発信すべきであるとし、国際的に認められている試験や規格を採用するとともに、可能な限り環境ラベルや認証制度の活用を推奨している。

妥当性とは、その製品分野においてサステナビリティの観点から本当に差別化できる情報のみを強調すべきであることを示している。ガイドラインでは法律で規制され、当然順守すべき内容を過剰に強調すべきではないと主張している。

明瞭性では、より直接的な表現で分かりやすい情報提供を行うとともに、製品ブランドではなく、製品の特長に重点を置く必要性を示している。具体例として、製品の廃棄時における分別や

廃棄方法に関する情報を端的にラベル等を用いて説明することが挙げられる。

透明性は、発信する情報に関する不利なデータ等を非公開にするのではなく、消費者が求める情報は広く公開すべきであるとし、強調したい特性がどのようにして確認されたのか、また確認したのが誰であるかを明確に示すべきと規定している。例えば、社会面と経済面における公平公正な取引を通じて製造された製品として認定を受けた場合は、その認定ラベルを分かりやすい方法で示すとともに、より詳しい情報をウェブサイトに掲載しておくことが望ましい。

最後のアクセシビリティについては、消費者が知りたい情報にアクセスできるよう整備する必要がある、オンラインによるより詳細な情報提供や情報表示の際に過度に小さく表示しないよう案内している。

この5つの基本原則を満たすとともに、さらに満たすことが望ましい5つの推奨原則がある。一つ目は、サステナビリティを構成する3つの側面、環境・経済・社会の観点から製品の特長をPRする重要性を述べている。可能であれば、これらの3つの側面を包含するラベルを使用することが望ましい。二つ目は、消費者を行動に導くことである。消費者の購入や使用、廃棄までの消費行動をよりポジティブな行動に誘導するような情報を発信することが望ましく、ソーシャルメディアを活用したキャンペーンや定期的なコミュニケーションの実施が具体例として挙げられる。三つ目は、消費者の立場になること。様々な趣向を有する消費者に対して、異なるアプローチの使用や多様なチャネルの活用が期待される。四つ目は、コラボレーションである。異なるステークホルダーとのパートナーシップを構築することで、発信したい製品におけるサステナビリティ情報の信頼性を高めることができる。五つ目が、比較である。製品の特長の比較を行うことで消費者の商品選択をサポートすることができる。重要な点は、包括的かつ信頼性の高い手法で客観的な比較ができるツールを使用することである。

これらの10の原則は、全ての製品や様々なタイプのコミュニケーションに適用できるものである。製品のサステナビリティ情報を提供することは、常に課題と隣り合わせであるが、消費者のよりサステナブルな選択を促進するためには非常に重要なアクションである。

続いて、世界エコラベリング・ネットワーク(Global Ecolabelling Network: GEN)の事務局(Secretariat)を務める Kate Harris から、ISO14024 に則ったタイプ I 環境ラベルの国際ネットワークである GEN について紹介があった。

GEN は 1994 年に設立された世界で 37 機関が加盟している非営利組織で、責任ある消費を重要なミッションに掲げ、様々な取組を行ってきた。本日最も伝えたいことは、タイプ I 環境ラベルの信頼性についてである。タイプ I 環境ラベルの根拠規格となっている ISO14024 は、ISO14020 シリーズをベースとした国際規格であり、科学的根拠に基づいた基準に適合した製品に認定を付与することで、高い信頼性を確保している。市場には非常に多くの環境ラベルが存在していることもあり、人々はタイプ I 環境ラベルと自己宣言型などその他の環境ラベルと混同しており、どれが信頼性の高い環境ラベルで、その違いは何かなど理解していないことがほとんどである。GEN はタイプ I 環境ラベルを“Life Cycle Ecolabelling”とも呼んでおり、環境ラベルで最も重要な観点の一つである製品・サービスのライフサイクル全体の考慮に着目している。ISO 規格にはタイプ I のほか、タイプ II やタイプ III 環境ラベルが規定されており、タイプ II は製造事

業者等による自己宣言型の環境ラベルで、タイプⅢは定量データを示す環境ラベルである。

タイプⅠ環境ラベルが製品・サービスのライフサイクル全体を考慮し、エネルギーラベルのような単一側面にのみフォーカスした環境ラベルではなく、複数の側面を考慮した環境ラベルであることを広くPRするため、GENでは“Look Closer キャンペーン”という動画を作成した。この動画では、タイプⅠ環境ラベルのライフサイクルアプローチに焦点を当て、なぜ単一側面のみの評価ではなく、ライフサイクルを通じた複数の側面を考慮することが重要なのかを説明している。



図 3-4-9. Look Closer キャンペーンの様子のイメージ

タイプⅠ環境ラベルが有する環境面における優位性とは、最低限満たすべき環境要件よりもはるかに厳しい基準を設定していることであるとともに、強制ではなく事業者・団体等が自社製品のPRのため任意で取得する環境ラベルということである。そのため、タイプⅠ環境ラベルを取得した事業者等は、ベストプラクティスとして市場をリードすることとなる。ISO14024が要求するライフサイクルアプローチとは、原料採取から廃棄や回収・リサイクルまでを指し、近年市場から要求されているサーキュラーエコノミーの考え方に沿うソリューションの一つとなり得る。透明性はタイプⅠ環境ラベルの重要な要素であり、どのような基準があり、どのような情報を提供しているのかなどを公開しており、透明性のある制度となっている。また、第三者認証もタイプⅠ環境ラベルの特徴の一つで、製造事業者や卸売事業者等自らが評価する場合、その事業者のバイアスを排除しきれないが、第三者が認証することで公正な評価であると消費者に認識させることができる。我々は多くの重要な問題を地球規模で抱えており、一つ一つ丁寧に対応する時間はない。そのため、ライフサイクル全体を通して環境負荷を考慮しているタイプⅠ環境ラベルの活用が求められる。GENメンバーが基準を策定している分野は非常に多岐にわたり、基準内容も気候変動や人の健康に関する要件など様々な側面を考慮している。これから発表する専門家からより詳しい紹介があるだろう。環境ラベルがもたらすメリットは、消費者だけでなく製造事業者や卸売事業者にも及び、市場での優位性や差別化につながるほか、会社としての環境への取組についてもPRすることができる。また、グリーンウォッシュへの対応としても効果的である。

②Dr. Yulia Gracheva - Director and Head of the Central certification body in the Ecological Union – Owner and operator of the voluntary Type I ecolabelling “Vitality Leaf” based on life cycle

続いて、GEN 役員であるロシアの Ecological Union の Yulia Gracheva から、環境ラベルガイドアプリについて紹介があった。

環境ラベルは、信頼できる情報を消費者に届ける効果的なツールであり、消費者は購入時点での商品選択の助けになる情報を得る簡単なツールを必要としている。本日は、こうしたツールの実践的な事例として、スマートフォンアプリの「環境ラベルガイド」を紹介したい。現在、市場ではより多くの金銭的価値を投入しても環境に配慮された製品の購入を望んでいる人が増加している一方、グリーンウォッシュが大きな問題となっている。EC が実施した消費者市場調査によると、製品が訴求する環境特性のおよそ半分が不適切またはミスリードであり、自己宣言型の情報の大半は独立した評価を受けていないと指摘している。EC は、この課題克服のために「不公正取引行為指令(UCPD)」にグリーンウォッシュを禁止する項目を追加した改正案を提案している。新しい改正案では、「環境に優しい」、「エコ」、「グリーン」などの汎用的な環境表現や、第三者認証ではない持続可能性のラベルの表示を禁止している。これらの不公正取引行為に対応し、製品の持続可能性の情報を提供するために、製品ライフサイクルアプローチおよび第三者評価に基づく信頼できる厳しい包括的なアプローチを提案するガイドラインを Consumer Information プログラムでは策定した。このガイドラインは、タイプ I 環境ラベルの根拠規格となっているライフサイクルに基づく ISO14024 を完全に反映している。

事業者が環境ラベルを効果的なマーケティングツールであると認識するにつれて、市場に投入される環境ラベルが増加し、昨日発表された UNEP の調査では欧州だけでも 430 の環境ラベルがあると言われている。環境ラベルを理解するためのガイドブックもいくつか発行されているものの、一般的な消費者が使いこなすのはとても複雑な内容となっている。そこで、非常に多くの環境ラベルが溢れている市場において消費者を適切にナビゲートするため、Ecological Union では4年前にスマートフォンアプリである「環境ラベルガイド」を作成した。





図 3-4-10. 環境ラベルガイドアプリ

このアプリは北欧理事会の基金で開発したもので、英語、ロシア語、ラトビア語の3つの言語に対応し、メディアや消費者から高い評価を受けている。消費者はスマートフォンで製品や包装に表示されているラベルをスキャンすると、その環境ラベルの情報を入手することができる。このアプリではマイクロソフトが提供する AI を活用しており、ユーザーが環境ラベルをスキャンするごとに判別精度が高まっていく。なお、どの環境ラベルか判断できない場合は、最も近い2つの環境ラベルが表示され、消費者が実物を確認したうえで、正しい環境ラベルを選択できるようになっている。現在、月に1,200以上の写真がスキャンされており、システムの判別制度の向上に役立っているだけでなく、どの環境ラベルが最も活用されているのかを分析することに役立っている。まあ、新しい環境ラベルを追加する作業も定期的に行っている。

最も難しい課題は、信頼性の高い環境ラベルにどのようにユーザーを誘導するかである。そこで、国連と ISO のアプローチを参考に、環境ラベルを幾つかのグループに分けて信頼性の高いラベルとして紹介している。最も推奨しているのはライフサイクルをベースとした環境ラベルグループであり、単一側面のみを考慮した環境ラベルや持続可能性ラベルも推奨している。しかし、定期的な技術サポートやよりユーザーフレンドリーとなるような使いやすさの向上、より包括的な情報を網羅できるよう情報の追加など資金が必要であり、支援をしてくれるパートナーを探しているところである。

### ③ Pauline Toulemonde - Specialist on environmental impacts of products in the DIY sector

次に、ホーム DIY 関連製品を取り扱う企業である ADIO 社の CSR プロジェクトマネージャーの Pauline Toulemonde が、同社の取組を紹介した。

ADIO 社は来年、100周年を迎えるフランスを拠点とした会社で、サステナビリティを重要な要素と位置づけ、欧州だけでなくロシア、ブラジル、アジアなど14カ国に展開している。ここ数年、持続可能な開発をベースとした経営戦略の策定に取り組み、「WE MAKE IT POSITIVE」というテーマを定め、様々な取組を行っている。このテーマを選定した理由は、人々が長い時間を過ごす家がポジティブな場所であってほしいという願いから選定された。このテーマのもと、「POSITIVE PRODUCTS」という戦略を掲げ、設定した6つの柱のもと製品開発を行っている。その6つの柱とは、持続可能な資源から得られた原材料の使用、責任ある製造、地球への配慮、人々の健康、持続可能な機能性を考慮したエコデザイン、修理等による耐久性である。

この戦略を実現するため、「必須」と「推奨」の二段階アプローチを採用している。必須要件とは、当然満たすべき要件として設定され、要件を満たしていない製品は販売することができない規定となっている。推奨要件は、その名のとおりグループ会社に取組を推奨する要件であり、取組を進める中でその要件の実現可能性を評価しつつ、可能な要件については必須要件に格上げしている。必須要件の例としては、販売する木材製品は責任ある資源から調達されたものであるとし、FSC や PEFC のラベルを活用している。



図 3-4-11. ADIO 社のエコデザインアプローチ

木材に代表されるように、持続可能な資源からの調達については環境ラベルを活用している。リサイクル材料については、Global Recycled Standard(GRS)や Recycled Claim Standard(RCS)、UL Ecologo を活用している。トレーサビリティが重要な繊維素材では、Global Organic Textile Standard(GOTS)、Organic Content Standard (OCS)、Responsible Mohair Standard (RMS)を参考に調達を行っており、既存のスキームを活用することでグループ会社を取り組みやすいよう配慮している。次に、地球の配慮という観点では EU フラワー(エコラベル)、ドイツ・ブルーエンジェル、ロシア・バイタルリーフ、フランスの NF 環境ラベルを活用している。加えて、水関連ではウォーターラベル、エネルギー消費は ErP 指令のエネルギーラベルを活用し、地球への環境影響を考慮している。また、人々の健康に関しては、製品中の化学物質に着目している。DIY 関連製品を販売している ADIO 社では化学物質を使用する製品を多く販売しており、またソファなど繊維製品においても多くの化学物質を使用することから、エコテックススタンダード 100 を参考に調達している。

最後に、フランス、イタリア・ポルトガルの3カ国で500人以上を対象に実施したアンケート調査を紹介したい。この調査では、「POSITIVE PRODUCTS」という ADIO 社の戦略のもと、ADIO 社に期待していること、そしてどのような情報を優先的に希望しているかを調査した。最も希望する情報は、より長く使用するための情報についてであり、修理可能性や修理サービスの有無などを希望していた。二番目は健康への影響で、ADIO 社では有害化学物質の管理に力を入れている。三番目は製品が地球に与える影響である。この3つの情報をカバーしているのがタイプ I 環境ラベルであり、ADIO 社がタイプ I 環境ラベルを積極的に活用している理由である。次に、顧客がこれらの情報をどの製品において提供してほしいかについても紹介したい。最もこれらの情報を提供してほしい製品は塗料であり、含まれる化学物質の影響についてはよく知られている製品である。次点は暖房目的の燃焼材料、建材、家具となっている。

④Eva Eiderström - Director Dep of Ecoalabelling and Green Consumption at the Swedish Society for Nature Conservation

同じく GEN の役員である Eva Eiderstrom からは、「環境ラベルによる消費者行動の変容」というテーマで発表を行った。同氏は Good Environmental Choice (運営機関＝The Swedish Society for Nature Conservation, スウェーデン)のディレクターでもある。

The Swedish Society for Nature Conservation はスウェーデンの非営利団体で、生協のような会員制の組織である。環境配慮に関する様々な取組を行っており、タイプ I 環境ラベルの運営はその一つである。メンバーと一般人に対し、日常生活において消費者活動家としての権利の行使を許す責任と同時に、環境ラベルという形でサービスを届けるという二つの役割について考察する。まず嗜好についてお話しする。我々が消費者の力を結集するためにどう働きかけてきたか。消費者の力とは、お店の棚で手を動かすだけではない。私たちの決定は非常に嗜好に導かれており、動機を持たなければならないが、環境ラベルは不釣り合いな情報の克服を助ける一つのツールである。それは、私たちが複雑で隠れている完全な背景情報を知るために、環境ラベルがそれを簡素化してくれることを意味する。究極のゴールは環境へのインパクトを減らすことなので、消費者の力は規則の先駆者である。私たちは消費者社会と呼ばれる中において、私たちの消費が、他の人やグループに対して消費生活の青写真を与え、生活様式の物語を変えることを意味する。環境問題は動機における一つの鍵であり、新たな消費選択によって緩和／解決し得る環境問題があることを識別しなければならない。アクセス可能性とは、費用と生活様式の選択の両面がある。あなたの嗜好が行使できるか、あるいは誰かに提供されるものでなければならない。

これはハヤブサの写真だが、我々の組織のロゴである。私たちは自然保護の一つの成功事例として、スウェーデンで野生のハヤブサを保護するために多くの努力をしてきた。私たちの環境ラベル Good Environmental Choice は 1990 年に設立され、現在 12 の商品カテゴリーがある。私たちの組織は 20 万人の個人メンバーを擁する最大規模の団体であり、Good Environmental Choice は環境保護グループのような市民社会組織によって設立された幾つかの環境ラベルの一つである。



図 3-4-12. Good Environmental Choice の概要

消費者の力を変化に向けて結集するために、私たちは環境ラベルの構築と同時にキャンペーンをスタートさせた。キャンペーン戦略は問題を伝えるだけでなく、ポジティブな選択の上に立てられる必要があることを理解している。選択肢を示し、小さなステップから始めなくてはならない。環境問題を晒すことはいつも重要だが、最後には有効な選択を示さなくてはならない。私たちは国や自治体、ならびに約 2,000 の活動メンバーと世界の 50 以上のパートナーと共に毎年、10 月の第 1 週にグリーン活動週間という継続的なキャンペーンを構築している。環境ラベルもこうしたキャンペーンの一つのツールである。洗剤や化学製品の結合剤へのリン酸塩禁止を目的として、数年前に洗剤製品の基準を設定するとともに、私たちはより好ましい結合剤を見つけた。まだスウェーデン市場全体で無くなったわけではないが、産業界は供給する製品に選択肢があることに気づき、政治家や市民が洗剤の機能上は必要ないことを納得してくれ、法制化にもつながった。環境ラベルで禁止することはできないが、基準を改定することによってレベルを高めることができるのである。

#### ⑤Björn-Erik Lönn - Chair at the Global Ecolabelling Network

続いて GEN の Chair であり、北欧 5 カ国のタイプ I 環境ラベル「ノルディックスワン」のノルウェーの運営機関である Norwegian Foundation for Environmental Labelling の Bjorn-Erik Lonn をモデレーターとして、ノルディックスワンの取組と事業者から事例紹介について進行した。

GEN は世界中に、約 40 のライフサイクルに基づくタイプ I 環境ラベル機関のメンバーを擁している。過去 30 年間に新しいラベルがいくつも誕生し、洗剤やプラスチックなどの商品カテゴリーで基準を策定することによって、環境負荷低減に取り組んできた。一方、比較的最近設立された環境ラベルでは特徴あるカテゴリーに着目しており、例えばインドのグリーンプロ制度は建設材料から事業を開始し、スリランカエコラベルは最初の商品カテゴリーとして乳製品や紅茶、ウクライナとロシアの環境ラベルは食品を対象としている。



私が 30 年にわたり勤めてきたノルディックスワンは、1989 年に設立された古い歴史を持ち、衣料用洗剤や紙関連、サービス分野など多くの基準を設定している。高い認知度を誇り、正しい商品選択の情報ツールとして国内外で広く活用されている。ノルディックスワンでは、環境側面だけでなく健康側面も含めた基準を策定しており、消費者に対して信頼性が高い情報を提供していくことが重要だと考えている。特に、皮膚接触のある製品についてのノルディックスワンの消費者に対する関心も高く、化粧品分野とは結びつきが強い。本日は、化粧品分野に着目し、ノルディックスワンと EU エコラベル両方の認証機関である Ecolabelling Denmark のシニアコンサルタントを務めている Trine Pedersen 氏より、石鹼、ローション、化粧品におけるノルディックスワン基準について紹介してもらい、次に化粧品メーカーである ZENZ の CEO である Jergen Skjodt 氏から美容産業における課題について話題提供していただく。

#### ⑥Trine Pedersen - Senior Consultant/M.Sc. Chem., Ecolabelling Denmark

ノルディックスワンは 1989 年に北欧諸国で構成される国際組織である北欧理事会によって設立され、北欧 5 カ国のデンマーク、スウェーデン、ノルウェー、フィンランド、アイスランドを対象としたタイプ I 環境ラベルである。現在、5 カ国のオフィスに 200 名を超える従業員がおり、2,600 ライセンス、32,500 を超える認定製品があり、昨年は 2,000 以上の認定製品が誕生した。北欧 5 カ国の人口約 2,700 万人のうち、ノルディックスワンの認知度は 95%あり、56 の幅広い製品カテゴリーにおいて 200 種類以上の品目が対象となっている。

ここから、本題であるノルディックスワンの化粧品関連基準について触れたい。ノルディックスワンでは化粧品関連基準について 25 年以上の経験があり、1996 年に石鹼、シャンプー、コンディショナー等の洗い流す製品の基準、2004 年にローション、クリーム、日焼け止め、制汗剤、化粧など皮膚に残る製品の基準を制定した。そして 2010 年には洗い流す製品も皮膚に残る製品を同じ基準文書にまとめ、化粧品基準を制定した。EU 化粧品規則でカバーされる全ての化粧品が対象であり、洗い流す製品、日焼け止め、ウェットティッシュや動物ケア製品も含まれており、40 の異なる製品を認定することができる。

北欧市場においても数多くの環境ラベルが存在し、ノルディックスワンは公的機関や民間部門の環境ラベルと競合している。市場に存在する環境ラベルの多くは要求事項が不透明で、独立し

た第三者による検証がなく、またライフサイクルの特定の領域のみに着目している。ライフサイクルをベースとした環境ラベルであることが、ノルディックスワンの北欧市場における差別化要因となっている。環境問題は非常に複雑で、正しい解決策を見つけることが難しいが、環境への影響を最小化するため、ノルディックスワンは総合的なライフサイクルアプローチを採用している。それは製品のライフサイクル全体、すなわち原材料採取から廃棄を通して、環境または健康に有害な化学物質の規制や製品の長寿命化、廃棄時の取組などを考慮して、基準を策定している。ノルディックスワンは特に、より環境的で持続可能な資源消費、気候影響、有害化学物質の使用、生物多様性に着目している。このスライドではライフサイクルを表しているが、例示した環境ラベルはライフサイクルの全ての側面ではなく、一つの側面のみに着目した環境ラベルである。RSPO は原材料のパーム油の持続可能性、フェアトレードは労働環境や原材料、製品の公正な価格、アレルギーラベルは室内環境のアレルゲンにそれぞれ着目している。ノルディックスワンは他ラベルがカバーしている全ての領域を包含する内容となっている。



図 3-4-13. 各ラベルが考慮しているライフサイクル側面

多くの人々は化粧品関連品目の原材料が植物由来と聞くと、我々の健康にとって安全な天然原料から出来ていると信じており、それは正しいかもしれないが確かではない。同じ物質であっても合成原料から作られたものもあり、また再生可能な原材料であっても健康への影響は確かではない。環境ラベルであるノルディックスワンは、当然多くの環境に関する要求事項を設定しているが、健康に関する要求事項も多いのが特徴である。化粧品基準では複雑かつ多岐にわたる 46 の要求事項が設定されている。北欧 5 カ国では 80 社が 189 のライセンスを保有し、3,700 の化粧品関連製品が認定を取得している。

⑦Jorgen Skjodt - Owner and CEO at ZENZ and experienced business developer with passion for sustainability

最後に、化粧品メーカーである ZENZ の CEO である Jergen Skjodt 氏より、美容産業における課題について話題提供があった。

ZENZは化粧品と美容製品を開発し、20カ国で販売するほか、環境及び健康に配慮した美容院を2005年にデンマークで開業したのち、デンマークのコペンハーゲンに加え、オランダのユトレヒト、ゼーラント州でグリーン美容院チェーンを展開しており、美容業界における環境・健康面の取組において20年以上に亘りフロントランナーであり続けている。2005年には健康に有害な成分を使用している化粧品の不使用や廃棄物マネジメント、気候等に関する基準に適合して、グリーンサロン認証を取得した。2010年にはプロフェッショナル美容ブランドを立ち上げ、ノルディックスワンの認定も取得した。これらの認証を通して、消費者とのコミュニケーションに努めている。我々が認証制度を使う理由は、美容産業における大きな問題として、消費者だけでなく美容師の健康に影響のある有害成分が含まれている製品の使用や多過剰包装された製品が多く、持続可能な取組がなされていないからである。

我々は「より良い世界を創る」というビジョンを持ち、美容産業が人々にとって健康的であるとともに地球にとって持続可能であることをミッションに掲げている。ヘアケアやスタイリングオイル、スキンケアなど120種類の商品を販売し、全てではないもののノルディックスワンの認定を多くの製品が取得している。美容院は前述の地域に出店し、現在15店舗が営業を行っている。2017年には当社の事業運営のフレームワークとして国連のSDGsを使うことを決定した。このSDGsを用いた事業フレームワークのもと、様々な認証を取得している。ノルディックスワンはもちろん、アレルギー認証、ECOCERT(オーガニック)認証、ビーガン認証、そして新しいものでは海洋プラスチックごみの認証も取得している。これらの認証制度はそれぞれ異なる特徴があり、製品に合わせて取得するものの、ノルディックスワンの取得を基本方針としている。ノルディックスワンを取得する理由は、環境面だけでなく、健康面、そして気候変動に関する要因を製品のライフサイクルを通じて考慮した基準を策定しており、我々が製造する製品や提供するサービスの全ての側面に対して包括的な取組を行うといった考え方にマッチしているからである。また、グリーンウォッシュとならないことも重要な理由の一つである。ZENZでは、何がリリースできるか、何をリデュースできるか、何をリユースできるか、そして何をリサイクルできるかを常に考え、国連のSDGsに則った持続可能な事業運営を目指している。



図 3-4-14. ZENZ 社の総合的なオペレーションと使用している環境ラベル



図 3-4-15.本セッションに参加したスピーカーたち



### 3) 2022年 GEN AGM

#### (1) 開催概要

日 時	2022年10月18日(火)、19日(水)
場 所	オンライン (Zoom)
主 催	世界エコラベリング・ネットワーク(Global Ecolabelling Network: GEN)
出席者	30のGEN会員団体・機関、他機関、約50名 <日本からの出席者> 藤崎 隆志 公益財団法人日本環境協会 エコマーク事業部長 小林 弘幸 公益財団法人日本環境協会 エコマーク事務局 事業推進課 課長代理
言 語	英語

#### (2) 日程

##### ①AGM 1日目 (2022年10月18日 (火))

Agenda Item
<b>1. Opening of the Meeting &amp; Introduction</b>
<b>2. Appointment of Drafting Committee for 2022 AGM Record of Decisions</b>
<b>3. Approval of 2022 AGM Members Meeting Agenda -For decision-</b>
<b>4. Approval of Meeting Minutes and List of Participants from 2021 AGM -For decision</b>
<b>5. Sub – Committee reports</b>
<b>6. Secretariat Work Report including dashboard</b>
<b>7. Break</b>
<b>8. Decision on future GENICES requirements based on recommendations</b>
<b>9. GENICES Presentation of GENICES certificates</b>
<b>10. Update on Member Applications -For decision-</b>
<b>11. Decision on future By-laws (adoption of new draft</b>
<b>12. Financial Management &amp; Administration</b>
12.1. Acceptance of 2021 Finalized Financial Statements -For decision-
12.2. Status of 2022 Budget Activities YTD
12.3 .2022 Financial Statements: Appointment of Financial Statements Review Committee
<b>13. GEN 2023 Planning</b>
13.1. 2023 Membership fees and Budget Proposal
<b>14. Board of Directors for 2023 – 2024</b>
14.1 Election of Directors and Chair
14.2 Selection of 2023 Nominations Committee
<b>15. 2023 Annual General Meeting</b>
<b>16. Other Business/ close</b>

##### ②AGM 2日目 (2022年10月19日 (水))

Agenda Item	Presenter/Materials
-------------	---------------------

<b>1. Welcome and Summary of Yesterdays Meeting</b>	Secretariat
<b>2. Review and Acceptance of Record of Decisions from 18th October meeting including Board election</b>	Chair and Drafting Committee
<b>3. GENFast Member Presentations- an update on the upcoming publication of ISO 14020 and 14024 review</b>	Bjorn-Erik Lonn
<b>3.1. GEC: EPEAT LEADERSHIP CRITERIA ADDRESSING CLIMATE CHANGE IMPACTS</b>	Patty Dillon, Global Electronics Council (GEC)
<b>3.2. CEC: How Environmentally Friendly Product and Green Purchasing to Tackle Climate Change</b>	WANG Jing, IGPN Secretariat, China Environmental United Certification Center
<b>Break</b>	
<b>3.3. ISEAL: ISEAL Code of Good Practice</b>	Lucy Redmore, Associate Manager, Credibility & Innovations, ISEAL
<b>3.4. EDF: Common Core Criterion Living Planet: LP initiative for the Common Core Criteria development</b>	ChinYuan Chen, Environment Development Foundation (EDF) Svitlana Permynova, Center for Environmental Certification and Ecolabel
<b>4. Closing</b>	Chair

### (3) 会議の概要

2022年度の世界エコラベリング・ネットワーク(Global Ecolabelling Network: GEN)の年次総会(Annual General Meeting: AGM)は、前年に引き続き、新型コロナウイルス感染症の世界的影響を鑑み、2022年10月18日・19日の2日間に亘りオンライン(Zoom)にて開催された。GENとは、世界50以上の国と地域において展開されているタイプI環境ラベルの国際ネットワーク組織であり、37団体・機関が加盟している。そのうち30のGEN会員団体・機関、他機関から約50名が参加した。

1日目は、GENの直近1年間の活動報告や予算報告・承認、内部監査システム GENICESの授与式などAGMの定例事項のほか、改定を行う会員規約と内部監査システム GENICESについての意見聴取、翌年度のメディアキャンペーンなどについて協議と確認が行われた。今年度及び来年度にそれぞれ改定を実施する会員規約と GENICESについては、その改定方針と内容、改善点等について意見交換が行われた。また、2021年からGENの更なる発展を目指して、役員がリーダーを務めるワーキンググループの一つである Communication グループが進めてきた GEN ロゴとウェブサイトの刷新について詳細が説明されたのち、2023年度に向けたメディア戦略が紹介された。メインターゲットである政策担当者だけでなく、より幅広いターゲットに向けてタイ

プ I 環境ラベルの強みを知ってもらうためのキャンペーンの実施や UNEP と協力して環境ラベルに関するトレーニングセミナー等を開催していくことが報告された。

また、準会員であったトルコ環境省と南アフリカの Eco Choice Africa は、GENICES 審査を完了し、正会員に昇格した。なお、その他にはシンガポールグリーンラベルを運営するシンガポール環境協議会、タイグリーンラベルを運営するタイ環境研究所が GENICES 審査を完了し、認定証がオンラインにて授与された。

最後に、GEN のチェアであるノルディックスワンの Bjorn-Erik Lonn が任期満了に伴い、チェアを退任することから、新しいチェアの選出が行われた。GEN の役員でもあったインド・Confederation of Indian Industry (インド工業連盟)の KS Venkatagiri が、2023 年からのチェアに選出された。また、GEN 役員の選出も行われ、北米・Global Electronics Council(GEC)の Katherine Larocque、ウクライナ・All-Ukraine NGO Living Planet の Svetlana Perminova、ドイツ・TÜV Rheinland の Qiuming (Fallight) Xu、中国・中環連合(北京)環境認証センター有限公司(CEC)の Tao Yan が新しく選ばれた。

2 日目は、GEN 加盟団体の情報共有の機会である GENFast が行われた。GENFast は、可能な限り多くの会員団体が情報共有できるよう発表時間を約 7 分に限定し、プレゼンテーション方式で各機関の取組を紹介するセッションである。今年の GENFast では、FSC やフェアトレードなどのサステナビリティ基準団体が加盟する ISEAL Alliance が参加し、ISEAL Alliance が策定しているサステナビリティ基準の適正実施規範が紹介された。その他には、GEC からサステナビリティ基準の策定方針、台湾 EDF 及びウクライナ All-Ukraine NGO Living Planet が共同で進めてきた GEN メンバー間共通コア基準の策定のための調査結果などが報告された。

2023 年の AGM は、新型コロナウイルス感染症との共存が進む中、リアルとオンラインによるハイブリッド開催を目指しつつ、前年と同様に翌 2023 年 7 月頃までに開催の方向性を役員会が決定することとなった。

#### (4) 会議の内容

##### ①AGM 1日目(2022年10月18日)

###### a. 1. Opening of the Meeting & Introduction

開会に先立ち、GENのチェアであるノルディックスワンの Bjorn-Erik Lonn から挨拶がなされた。今年も新型コロナウイルス感染症の影響によりオンラインによる開催となったものの、多くの GEN メンバーが参加してくれたことに感謝した。また、Bjorn-Erik Lonn は本年をもってチェアを任期満了により退任することについて触れ、最後の参加となる AGM が参加する全ての GEN メンバーにとってより実りの多い機会となることを願うとともに、改めて長年にわたる GEN メンバーの貢献に対して感謝を述べて、挨拶を終えた。

###### b. 2. Appointment of Drafting Committee for 2021 AGM Record of Decisions

Draft Committee(書記委員)とは、AGMでの議論経過や各決定事項をとりまとめ、AGMの最後で報告する役割を担う。2022年の書記委員は、IT機器を対象としてグローバルに展開する Global Electronics Council(GEC)の Katherine Larocque と GEN 事務局(Secretariat)を務める Kate Harris を補佐している Karina Schlieper が選出された。AGMの最後にその決定事項が改めて共有され、AGMの参加メンバーによって確認・承認されることとなる。

###### c. 3. Approval of 2022 AGM Members Meeting Agenda

チェアである Bjorn-Erik Lonn から、2022年AGMのアジェンダが共有された。GENの昨年AGM以降の活動報告や会計報告といった定例事項のほか、GEN規則の改定、GEN役員及び新チェアの選出が行われるなど概要が説明された。GENメンバーからは特に意見がなく、全会一致でアジェンダが承認された。

###### d. 4. Approval of Meeting Minutes and List of Participants from 2021 AGM

アジェンダに続いて Bjorn-Erik Lonn より、2021年AGMの議事録及び参加者リストが共有され、特に追加・変更なく、全会一致により承認された。

###### e. 5. Sub – Committee reports

GENでは6つの Sub-committee(ワーキンググループ)を立ち上げ、役員をリーダーとして具体的な活動を進めている。そのワーキンググループの代表者から、活動の進捗状況について報告がなされた。

###### i. Member cooperation- Xiaodan Zhang & Chin- Yuan Chen Business & Engagement- Vinicius Ribeiro

Member cooperation ワーキンググループでは、2022年の初めに2つのワークプランを提案した。一つ目は、2021年に実施した GEN メンバーアンケートの結果を踏まえたもので、GENメンバーのコミュニケーション機会を提供することである。Secretariat である Kate Harris に協力

を仰ぎ、GEN 内部監査システム GENICES の改定に関するオンライン会議を開催した。この会議では、GENICES の技術的要件を詳しく説明することに加え、改定に係るポイントを整理して、GEN メンバーの理解を深めることを目的とした。

もう一点は、同じくアンケート結果から Common Core Criteria に関する検討会を立ち上げた。残念ながら、参加を希望する GEN メンバーはいなかったが、ウクライナの Living Planet より具体的なプロジェクトが提案された。本ワーキンググループではこの提案を支持し、今後は Living Planet の主導により Common Core Criteria のプロジェクトを実施していくことになった。詳細については、翌 19 日の GENFast にて詳細が Living Planet より紹介される予定である。

#### ii. Communications- Yulia Grachev

2022 年は、GEN の取組を発信したいメインターゲットやメッセージ内容、コミュニケーションチャンネルの見直しを検討した。メインターゲットを公的機関の政策担当者、調達担当者、国際 NGO や国際機関に設定したほか、メディアや消費者に対しても引き続き GEN として情報発信を継続していくことを確認した。そして、GEN のウェブサイトとロゴを刷新した。よりシンプルなデザインとすることでより知りたい情報にアクセスしやすくするとともに、メッセージ性を高める内容を目指した。コミュニケーションチャンネルの見直しについては、既存のソーシャルメディアや UNEP 等のビジネスプラットフォームを引き続き活用し、新たに環境ラベルと気候変動の取組についてまとめたホワイトペーパーを作成したことに加え、UNEP と協力して環境ラベルに関するトレーニングを実施した。

2023 年に向けては、メインターゲットである政策担当者や NGO 等に対する GEN のプロモーション活動を強化し、新しい GEN メンバー獲得についても注力していきたいと考えている。また、より幅広いターゲットに向けた情報発信として、「Look Closer」キャンペーンやホワイトペーパーのプロモーション強化のほか、調達担当者や消費者等に向けたスマートフォンアプリ「エコラベルガイド」のアップデート、UNEP との環境ラベルトレーニングの規模拡大を目指した取組をしていきたい。

#### iii. Business & Engagement-Vinicius Ribeiro

GEN の組織としての拡大や関連機関との協力促進を担う Business & Engagement ワーキンググループは、Communication ワーキンググループと協力して、GEN のウェブサイトやロゴを刷新し、ビジネス向けのブランディングを強化した。また、新しい賛助会員の獲得に向けて、プロモーションを続けていたが、役員で本ワーキンググループを主導していたブラジル ABNT の Vinicius Ribeiro が ABNT を退職したことで活動が停止しており、新しい役員によって 2023 年の取組が行われる算段となっている。

#### iv. Fundraising – K S Venkatagiri

GEN の資金調達の推進を担当する Fundrasing ワーキンググループは、4 団体への補助金申請を行い、ドイツ政府からの補助金を得ることができたことが報告された。また、GEN メンバーに

対して補助金制度に関する情報提供を呼びかけた。

#### v. Governance- Eva Eiderstrom

GEN のガバナンス向上を目的とした Governance ワーキンググループは、GEN 内部監査システム GENICES 及び GEN 規則の改正を担当しており、詳細な進捗報告については 10 月 17 日(月)に GEN メンバーに向けたウェビナーを開催したことから割愛する。GENICES については、より ISO14024 への準拠を強調した内容となっているほか、GEN 規則はより分かりやすい表現に修正するとともに、最新の社会動向を反映した内容にする。

#### vi. ISO & Standards- Bjorn- Erik Lonn

ISO14020 シリーズの改定を担当する ISO 部会に参加している Bjorn-Erik Lonn からは、その部会の最新動向が共有された。改定作業中であった ISO14020 は、改定作業が完了し、すでにジュネーブにある ISO 本部に提出されている。ISO では 2 言語以上で規格を公開しなければならないというルールがあると聞いており、おそらく現在はフランス語やその他の言語への翻訳に取り組んでいると思われる。

#### f. 6. Secretariat Work Report including dashboard

Secretariat の Kate Harris から、2021 年 10 月に行われた AGM 以降の事務局業務について報告がなされた。主な活動として、GEN ウェブサイト及びロゴの刷新作業、GEN 内部監査システム GENICES 改定作業及び環境ラベルと気候変動の取組についてまとめたホワイトペーパーの作成補佐、世界エコラベル・デーの広報企画立案と広報資料作成、UNEP との環境ラベルトレーニングの実施、国際労働機関(ILO)及び世界銀行のウェビナーでの講演、UNEP 主導 One Planet Network 会議の企画・開催である。

2023 年に向けた活動予定についても触れたい。改正する GENICES の正式運用開始に合わせた試験運用の実施、GEN 会員モデルの再検討、新しい賛助会員の獲得、4 団体を目標とした準会員の獲得、OECD や ILO などの国際機関との連携、環境ラベルにフォーカスした調達ガイドラインの策定、UNEP との環境ラベルトレーニングプログラムの拡大などに取り組んでいきたい。

#### g. 8. Decision on future GENICES requirements based on recommendations

10 月 17 日(月)に開催した GEN メンバーに向けたウェビナーにて紹介した改正版 GENICES について実施したアンケート結果について紹介する。結果は以下のとおりである。今後は、正会員を対象とした改正案に対する意見聴取の期間を設定し、提出されたコメントについては担当の Governance ワーキンググループが精査し、2023 年からのパイロットプログラムを開始していくことが GEN メンバーから承認された。

表. 3-4-1. 改正 GENICES に対する GEN メンバーアンケート結果

Q. GENICES の改定の方向性について
------------------------

1	方向性に賛成	81%
2	方向性に反対	4%
Q. GENICES は、ISO14024 および/または ISO17065 に則ったものとするべきか		
1	ISO14024 及び 17065 に則るべき	70%
2	ISO14024 のみに則るべき	19%
3	ISO17065 のみ、もしくはどちらも考慮しなくてもよい	11%
Q. 定められた期間内に GENICES を完了できなかった場合、正会員から準会員に降格すべきか		
1	準会員に降格すべき	81%
2	準会員に降格すべきではない	19%
Q. 準会員は 12 か月以内に GENICES に適合しなければならないというルールについて、GENICES が厳しくなることにより、その期間を延長すべきか		
1	延長すべき	81%
2	延長すべきでない	19%
Q. 不適合の項目について、重大な不適合と軽微な不適合の項目に分けて整理すべきか		
1	重大な不適合と軽微な不適合の項目に分けて整理すべき	85%
2	重大な不適合と軽微な不適合の項目に分けて整理する必要はない	15%
Q. GENICES 審査は最新テクノロジーの活用を推進すべきか（例：リモート審査など）		
1	推進すべき	71%
2	推進しなくてもよい	22%
Q. 5年毎の GENICES の更新のほか、適合性チェックを毎年実施すべきか		
1	適合性チェックを毎年実施すべき	78%
2	適合性チェックを毎年実施しなくてもよい	22%
Q. 透明性確保のため、GEN メンバーの GENICES ステータスを一般に公開すべきか		
1	GEN ウェブサイトなどで適合状態を公開してもよい	66%
2	GEN メンバーのみに公開すべき	22%
3	公開すべきではない	11%
Q. GENICES 審査を受けていない準会員の名称を「会員候補」の名称に変更すべきか		
1	準会員の名称を「会員候補」の名称に変更すべき	33%
2	そのままよい	過半数

#### h. 9. GENICES Presentation of GENICES certificates

2021年のAGM以降にGEN内部監査システムGENICES審査が実施されたGENメンバーに向けてオンライン上で認定証が授与された。今回、GENICESを受けて認定証を受賞したGENメンバーは、トルコ環境ラベルを運営するトルコ環境省、南アフリカのEco Choiceを運営するEco Choice Africa、シンガポールグリーンラベルを運営するシンガポール環境協議会、タイグリーン

ラベルを運営するタイ環境研究所。このうち、準会員であったトルコ環境省と Eco Choice Africa は、この GENICES の認定をもって正会員に昇格となった。

なお、GENICES が導入される前に正会員となり、まだ GENICES 審査を受けていないフィリピンの Philippine Center for Environmental Protection and Sustainable Development (PCEPSD)、インドネシアの環境林業省、EU エコラベルの EC のうち、フィリピンの PCEPSD は GENICES 改正後の申請を予定している。EC については EU 加盟国に 29 の EU エコラベル認定機関があり、どのように GENICES 審査を実施していくか、ワーキンググループにて検討しているとの報告があった。

#### i. 10. Update on Member Applications

AGM までに GEN 加盟を申請した機関はなかったものの、中米のエルサルバドルの標準管理関連機関から問い合わせを受けた。エルサルバドルでは環境ラベル制度の立ち上げを検討しており、将来的に中米地域での運用も見据えた制度構築を目指しているという。

#### j. 11. Decision on future By-laws (adoption of new draft)

GEN メンバーにすでに配布されている改正案からは、誤植等の編集における修正がなされる予定であるが、本 AGM にてメンバーから承認を受け、2023 年以降に適用される運びとなった。

#### j. 12. Financial Management & Administration

##### i . 12.1. Acceptance of 2021 Finalized Financial Statements For decision

##### ii . 12.2. Status of 2022 Budget Activities YTD

GEN の総務会計(General Affairs Office: GAO)を務めているエコマーク事務局の小林より、2021 年の GEN 会計報告書及び 2022 年の予算執行状況について報告が行われた。2021 年についても引き続き新型コロナウイルスの影響で対面会議やイベントの参加が大きく制限されたことで旅費に係る支出が抑制されたこと、及び AGM がオンラインにより開催されたことによる主催機関への支援金が発生しなかったことなどが影響し、収支が 2021 年も黒字であることが報告された。GEN メンバーからは、全会一致で 2021 年の会計報告書が報告された。

2022 年の予算進行状況については、2021 年と同様に旅費関連支出が行われなかったことで、剰余が発生する見込みであることなど、収入や支出の主要なポイントについて説明を行った。

##### iii. 12.3. Financial Statements: Appointment of Financial Statements Review Committee

GEN の 2022 年会計報告書の内部監査人は、前年に引き続きスウェーデンの TCO Development の Soren Enholm とイスラエルの The Standards Institution of Israel の Nira Lalkin のほか、シンガポールの Singapore Environment Council の Isabella Loh が選出された。



## k. 13. GEN 2023 Planning

### i. 13.1. 2023 Membership fees and Budget Proposal

続いて、同じくエコマーク事務局の小林、次いでチェアである Bjorn-Erik Lonn より、2023 年度の予算案と年会費の金額について説明が行われた。2023 年度予算案については、前年とほぼ同額であるものの、Communication ワーキンググループでの提案を受け、GEN の Communication プログラム関連の予算が増額され予算案が提出され、メンバーによって承認された。

2023 年度の年会費の金額については、2022 年度と同額の年会費がチェアより提案され、本件もメンバーによって承認された。

なお、2023 年の GEN 会計責任者(Treasurer)は、エコマーク事務局の藤崎隆志に代わり、小林弘幸が新しく任命された。

## l. 14. Board of Directors for 2023 - 2024

### i. 14.1 Election of Directors and Chair

GEN 役員の選考業務を担うノミネーション委員を務めるエコマーク事務局の小林より、チェア及び役員の選出方法並びに選挙の実施可能性について GEN 規約に基づいた説明がなされた。

現チェアである Bjorn-Erik Lonn の任期満了による退任に伴い、チェアの立候補を募ったところ、現役員であるインド・Green Pro を運営する Confederation of Indian Industry の KS Venkatagiri からのみ立候補があった。同氏以外に立候補がなく、また GEN メンバーからの反対もなく、KS Venkatagiri が 2023 年からの新しいチェアとして選出された。

続いて、GEN 役員の選出が行われた。GEN 役員は 6 名で、その任期は 2 年となっており、その半数の 3 名は毎年メンバーの投票によって選出される。ただし、本年に限り、役員であった KS Venkatagiri がチェアに選出されたことで、同氏に代わる役員も選出されることとなり、枠が 4 名となる。ただし、KS Venkatagiri の任期は残り 1 年であることから、同氏に代わって選出された役員の任期は 2 年ではなく、1 年となることが確認された。

7 月にノミネーション委員から全ての GEN 正会員に向けて GEN 役員立候補に関するメールを複数回送信し、立候補を 8 月後半まで募っていた。表 3-4-2. のとおり、5 名から立候補があり、GEN メンバーによる投票が行われた。しかし、投票後にオーストラリアの Michelle Thomas より辞退する意向が示され、残りの 4 名が選出された。なお、最も投票数が少なかった中国・CEC の Tao Yan が任期 1 年となった。また、役員であったブラジル・ABNT の Vinicius Rebeiro が同機関を退職したことにより、同機関の Guy Ladvoat が代わりを務めることも併せて報告された。

表 3-4-2. GEN 役員選挙結果

◎	Katherine Larocque (北米・Global Electronics Council(GEC))
◎	Svetlana Perminova (ウクライナ・All-Ukraine NGO Living Planet)
◎	Qiuming (Fallight) Xu (ドイツ・TÜV Rheinland)
○	Tao Yan (中国・中環連合(北京)環境認証センター有限公司(CEC))
辞退	Michelle Thomas (オーストラリア・Good Environmental Choice Australia)

	Ecolabel (GECA)
	Guy Ladvoat (ブラジル・ABNT) ※Vinicius Rebeiro の ABNT 退職による引継ぎ

◎ : 任期 2 年、○ : 任期 1 年

#### i . 14.2 Selection of 2023 Nominations Committee

2023 年のノミネーション委員は、引き続きエコマーク事務局の小林と Linda Chipperfield が選定された。

#### m. 15. 2023 Annual General Meeting

2023 年の AGM については、新型コロナウイルス感染症による状況や渡航制限等を鑑み、2023 年夏を目途に対面会議とするのか、オンラインとするのかを決定することとなった。また、対面開催の場合は、2020 年及び 2021 年の AGM 主催に立候補していた Confederation of Indian Industry と協議しながら、開催地については検討していく旨も併せて報告された。



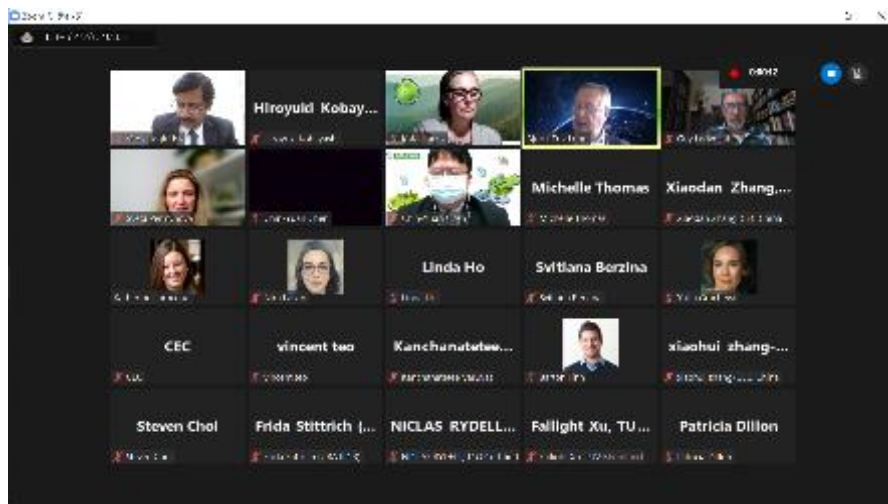


図 3-4-16. AGM の様子

②AGM 2日目(2022年10月19日)

GENFast Presentations

GEN AGM の二日目は、GEN メンバー間での情報共有を目的とした GENFast が行われた。GENFast とは、プレゼンテーション時間を7分に限定した取組紹介を行うことで、GEN メンバー間の情報共有を効率的に行う目的として AGM の機会に開催されている。2022 年は5機関から各々のテーマで発表が行われた。

a. Patty Dillon. Global Electronics Council (GEC)

「EPEAT LEADERSHIP CRITERIA ADDRESSING CLIMATE CHANGE IMPACTS」

電子機器を対象にグローバルに展開する EPEAT の新しい基準、気候変動への影響に対処する基準について紹介する。EPEAT は IT 機器であるコンピュータ&ディスプレイ、画像機器、テレビ、サーバー、携帯電話、ネットワーク機器の6つの基準に加え、太陽電池の基準を策定している。EPEAT では、他のタイプ I 環境ラベルと同様に製品のライフサイクルである原料採取から製造、使用、廃棄までの前段階を考慮した基準を策定している。

気候変動に関する基準の紹介に先立ち、EPEAT が基準策定において着目する4分野について触れたい。それは、気候変動の緩和、資源の持続可能な使用、化学物質の削減、コーポレート ESG パフォーマンスである。気候変動の緩和の分野では、製品のエネルギー効率や製造時の温室効果ガスの削減、カーボンフットプリントなどの具体的な基準が含まれ、今回の発表のメイントピックである。資源の持続可能な使用に関する具体的な基準は、製品や包装に対する再生材料の使用、リユースやリサイクルを想定したデザイン、製品寿命の長期化を図る修理可能性や耐久性、レアメタルなどが挙げられる。化学物質の削減については、文字とおり化学物質の削減に係る基準項目で、コーポレート ESG パフォーマンスでは、労働者の権利や労働者の健康等の労働状況などが具体的な基準要件となる(図3-4-17.)。



図3-4-17. EPEAT が基準策定時に考慮する4分野

気候変動の緩和に向けて、電子機器におけるライフサイクルを通じた温室効果ガスの排出量削減が重要であることは明白で、世界経済フォーラムが2021年に公開した調査結果でも、電子機器産業における温室効果ガス排出量の77%は、サプライチェーンでの活動由来であると示されている。特にポータブル製品は、温室効果ガス排出量全体に対する上流サプライチェーンの寄与が

大きい。そこで、EPEAT 基準では単なるエネルギー効率だけを要求するだけでなく、より一歩踏み込んだ形として、サプライチェーンの炭素排出量削減を目的に、再生可能な電力調達のほか、透明性を高めるためカーボンフットプリントの実施や公開を要求することとした。ただし、EPEAT では ISO50001「エネルギーマネジメントシステム」を使用した製造におけるエネルギー効率の改善や、再生可能なエネルギーから発電された電力の使用といった単発の取組を基準化するのではなく、さまざまな製品カテゴリーにおいてサプライチェーン全体を通じた温室効果ガス排出量や炭素排出量削減につながる定量基準の設定を望んでいる。その考え方については、太陽電池パネル基準において実現しつつある。

新しい太陽電池パネル基準は、サプライチェーンにおける炭素排出量の基準値を基準項目として設定し、製造事業者に対して算出を要求している。太陽電池パネルのサプライチェーンを例に挙げると、原料となる多結晶シリコンの採取から、それらをインゴットからウェハーに加工し、セルと呼ばれる太陽電池パネルの一要素を製造し、それをモジュール化するところが対象となり、ISO 規格に則った手法で算定することが求められる。

続いて、実際の基準内容について簡単に紹介したい。設定された基準要件は、基本的にサプライチェーンにおける炭素排出量の実績に応じたものとなっており、炭素排出量基準値を2段階で設定した。一段階目は、**Low Carbon Solar (LCS)**という名目の必須要件で、炭素排出量が太陽電池の世界平均より20%以上削減されていることと定められた。この世界平均については、非常に多くのデータが公表されており、国際エネルギー機関をはじめ様々な国際機関等が集計データを公表していることから、これらの公開データを参考に平均を設定する。なお、フランスの入札制度でもカーボンフットプリントの提出が義務化されており、その公開データを見てみても、およそ同じ数値になることが分かっている。二段階目が、**Ultra Low Carbon Solar (ULCS)**という推奨項目で業界のリーダーシップとなるレベルを設定しており、世界の公開データで最も低い炭素排出量レベルを基準とする。ただし、適合可能性についても精査する。

次に25ページの基準書において多くを占めているのが、定義に関することである。例えば、ライフサイクル分析を行うためのバウンダリがどこからどこまでなのか、何が含まれ、何が対象外なのか、どの手法を用いるのかなどである。証明には「検証済みカーボンフットプリント」が必要となり、フランス政府の入札に関する仕様に基づいたもの、もしくは第三者のLCAデータレビューがなされたものなどを、エビデンスと共に認定審査機関に提出し、EPEAT 基準に適合するか判断することとなる。

この太陽電池パネル基準は6か月以内の制定を目指して、引き続き議論を進めているところである。可能であれば、数年以内にその他のIT機器基準も同様の基準が盛り込まれるよう検討を進めたいと考えている。

b. WANG Jing, IGPN Secretariat, China Environmental United Certification Center  
「How Environmentally Friendly Product and Green Purchasing to Tackle Climate Change」  
国際グリーン購入ネットワーク(International Green Purchasing Network: IGPN)の事務局を務める China Environmental United Certification Center(CEC)からは、IGPN の最新調査レポート

ートである「環境配慮型製品、グリーン購入の気候変動への対応」について紹介する。

本調査の目的は、気候変動問題に対応するための環境配慮型製品・サービス（および/または）グリーン購入の事例を収集・比較・分析し、評価・要約することにより、IGPN 会員間で知識を共有するとともに、気候変動対策と持続可能な消費と生産の取組を統合、または一貫した取組として実施するための提案を行うことである。また、気候変動問題に対処するための取組とともに、各国・各地域のグリーン購入に関する政策、施策、手段の情報収集を行うことも目的とした。

本調査は 2021 年 8 月に始動し、2022 年 4 月に質問票を回収するとともにレビューを行った。同年 6 月からは文献調査も開始し、専門家等からの意見聴取を経て、同年 10 月に調査結果を公表した。IGPN のメンバーである各国のグリーン購入ネットワークの運営機関に協力を依頼し、各国の状況を可能な限り報告してもらった(図 3-4-18.)。また、IGPN 事務局はアメリカやイギリスの事例などを独自に調査し、調査結果を補完している。








## Elements

---

### General information

#### Participants

- Members from the Green Purchasing Networks of countries such as Japan, Korea, Thailand, Singapore, Philippines, China; and regions such as China Hong Kong, these were voluntarily submitted and collected in this report;
- Complementary experience and practice from U.S. and UK conducted by the IGPN secretariat.

Geography	GPN Name	Hosting Organization	GPN Logo
China	China Green Purchasing Network	China Environmental Certification Center	
Hong Kong, China	Green Purchasing Charter	Green Council Hong Kong	
Japan	Japan Green Purchasing Network	Japan Green Purchasing Network	
Korea	Korea Green Purchasing Network	Korea Green Purchasing Network	
Thailand	Thailand Green Purchasing Network	Thailand Environment Institute	
Singapore	Green Purchasing Network Singapore	Singapore Environment Council	
The Philippines	Green Purchasing Alliance Movement	Philippine Center for Environmental Protection and Sustainable Development, Inc.	

6

図 3-4-18. 調査に参加した IGPN メンバー

気候変動に対応するための政策については、中央政府等における GPP やタイプ I 環境ラベル制度の実施が最も多く、時点でエネルギーラベルの義務化を規定する政策を展開する国が目立った。目新しい取組としては、観光業におけるバリューチェーンの変革プロジェクトや各国の状況に応じた気候変動緩和プロジェクトの実施、電気自動車のインセンティブ政策などがあり、これらは国の気候変動政策をベースとした特徴ある取組と言える。

また、対象の全ての国は、気候変動に関する目標を掲げ、目標達成のため法律や戦略を制定し、取組を遂行している。具体的には、経済・社会開発計画に気候変動対策を組み込むこと、詳細なグリーン成長戦略や気候変動マスタープランの策定、カーボンニュートラル関連法の策定などである。一方、GPP に関する政策については、そのほとんどがエネルギー効率や再生可能エネルギー等のエネルギー関連法に紐づいている。GPP を規定する法律が制定されている国もあるものの、気候変動の目標が組み込まれていることはほとんどないのが現状である。

次に、いくつかの課題があることも分かった。公的部門におけるグリーン調達、政策の有無や実効性の高さ、強制力等による各国間のギャップが大きい。さらに、基準策定のペースが一様に遅く、また調達対象となる認定製品の供給が不足している点が課題である。産業界における課題は、環境配慮型製品に取り組むことによるコスト増、市場成熟度が十分ではないことや環境配慮型製品の認知度が低いこと、そして市場規模が小さいことが挙げられる。民間レベルでは、積極的に活動している消費者は限られ、事業者との連携が上手くいっていないことが課題と言える。

そして、まとめを紹介する。持続可能な公共調達は消費サイドから市場変容を促す政策であり、環境ラベルや環境に関する基準、ガイドラインはグリーン低炭素政策の実効性を高めるツールとして位置付けられる。また、低炭素社会の実現に取り組む事業者を増やしていくことが必要で、多くの事業者の参加が世界の気候変動対応の重要な役割を担っている。

以上の結果を踏まえ、いくつかの今後の展開についての考察を紹介したい。持続可能な消費と生産パターンへの移行が進むことにより、気候変動という環境危機に対応する役割の重要性についての認識が高まり、実際の行動変容に向けた政府の政策立案や戦略策定の方向性が変化していくと考えられる。そして、国の気候変動目標を達成するためには、気候変動対策としてグリーン購入の仕組みを主流化していく必要がある。しかし、現在の製品・サービスでは限界があり、対象カテゴリーを拡大しつつ、クリーンエネルギーと関連付けた取組が求められるだろう。また、実施における障壁や課題の特定を通じて、実現可能な問題解決のアプローチを策定し、グリーンな低炭素経済のために気候変動への対応を消費と生産行動に組み込むことが必要となると考えている。

### c. Lucy Redmore, Associate Manager, Credibility & Innovations, ISEAL

#### 「ISEAL: ISEAL Code of Good Practice」

ISEAL が策定した「Code of Good Practice(適正実施規範)」について紹介する。この適正実施規範は、社会や市場で求められる最新トレンドを反映したものになっており、改定の背景や新しく盛り込んだ内容について共有したい。

ISEAL の適正実施規範は、信頼できる持続可能性の取組を開発・管理するための、世界的に認知された一般に公開されているフレームワークである。基準策定規範、影響規範、信頼性規範の3つの規範で構成され、そしてこれらの規範との適合を独立した組織が評価し、適切と判断された制度のみが、その制度が発信する環境主張や持続可能性に資する主張を使用することができる。全ての規範は、定期的にレビューと改定が行われ、基準策定規範と影響規範のレビューが2019年に実施された。さらに、技術委員会ではデューデリジェンスやデータマネジメントに関する観点も盛り込むことが提言され、より包括的な内容が組み込まれた規範としてより効果的なツールとして位置付けられていくだろう。この適正実施規範は、ISEAL の信頼性原則を運用するための規範となるものであり、信頼性が高くかつ効果的な持続可能性の制度やシステムであることを示す中核的な価値観を定義している。

ISEAL の適正実施規範は、基準策定規範、影響規範、信頼性規範の各規範を改定したうえで統合し、ISEAL 持続可能性情報の適正実施ガイドの必須事項を盛り込んだものである。この改定及

び統合プロセスでは、ステークホルダーの参加が非常に重要であると認識しており、役員会に諮ったり、マルチステークホルダーが参加する運営委員会で議論したりしたほか、専門家等の意見聴取機会を経て、多くの意見を反映させながら、できる限りよい規範となるよう現在取り組んでいるところである。



図 3-4-19. ISEAL 適正実施規範に統合された 3つの規範

規範の改定及び統合の目的はいくつかある。規範の採用と導入のより効果的なサポート、要求事項の合理化、ISEAL 信頼性原則と規範との関連性の強化、主張する環境情報・持続可能性情報の管理に係る必須要件を定める統合規範の範囲拡大が主な目的である。また、意思決定における実施規範の位置付けをキープしつつ、コミュニティメンバーの要件として設定されている現在の透明性に関する要件を新たに含めることも統合の理由である。

このプレゼンテーションでは、適正実施規範が特にフォーカスしている特徴についてより詳しく触れてみたい。一点目は、スキームマネジメントである。以前は3つの異なる規範である信頼性、影響、基準策定の規範がそれぞれ要件を設定しており、これらの規範を採用する機関の特性等を考慮すると、非常に合理的な整理であった。しかし、ISEAL 適正実施規範はスキーム全体に適用されるものであることから要求事項は共通化されることが望ましい。例えば、ステークホルダーの意見聴取や参画に関する要求事項は、基準策定規範に含まれていた。基準策定や改定によって、ステークホルダーの関与が非常に重要な役割を占めていたからである。しかし、信頼性を確保するプロセスにおいても、ステークホルダーとの関りは重要であることは明らかで、ステークホルダーからのフィードバックを得ることで、スキームの信頼性向上に大いに役立てることができる。以上の点から、スキームごと、スキームの各要素で考えるのではなく、スキーム全体に適用されるよう新しい ISEAL 適用実施規範は取りまとめられた。次に、スキームが主張する持続可能性情報を初めて適正実施規範の対象に盛り込んだ。スキームが主張する持続可能性情報を規範に組み込むことで、主張する持続可能性情報のマネジメントの信頼性を高めることにつながるだけでなく、ステークホルダーの関心をより惹きつけることができる。最後に、デューデリジェンスを考慮したことである。このデューデリジェンスの考慮も、初めて規範に含まれた事項であ



る。具体的には、デューデリジェンスの継続的なトレースを必須項目として設定した。このデューデリジェンスを採用することによる目的は、持続可能なスキームやシステムが十分に機能し、そのスキームやシステムに参加する事業者のデューデリジェンスをサポートする役割であることを認識させるとともに、そのスキームやシステム自体がデューデリジェンスを適切に実施することを目的に適正実施規範に組み込むためである。

d. ChinYuan Chen, Environment Development Foundation (EDF), Svitlana Permynova, Center for Environmental Certification and Ecolabel

GEN のメンバーから構成されるワーキンググループで検討されている「Common Core Criteria」の策定に関するレポートについて、ワーキンググループのリーダーである台湾環境開発財団(EDF)の Chin-Yuan Chen から紹介する。

Common Core Criteria は、GEN メンバー間で取り組むプロジェクトの良い事例であり、ISO14024 においても製品の環境基準に関する評価や監査等の相互認証を推奨するとの条項が設定されている。相互認証にはいくつかの段階があり、このレポートでは4ステップでまとめている。試験機関や試験結果の相互承認を最初のステップに、監査結果レポート、基準の適合評価レポートの相互承認、最も望ましいのは双方の全ての基準要件が共通基準として設定されることで、その段階を「Full Mutual Recognition」と呼称している(図3-4-20)。

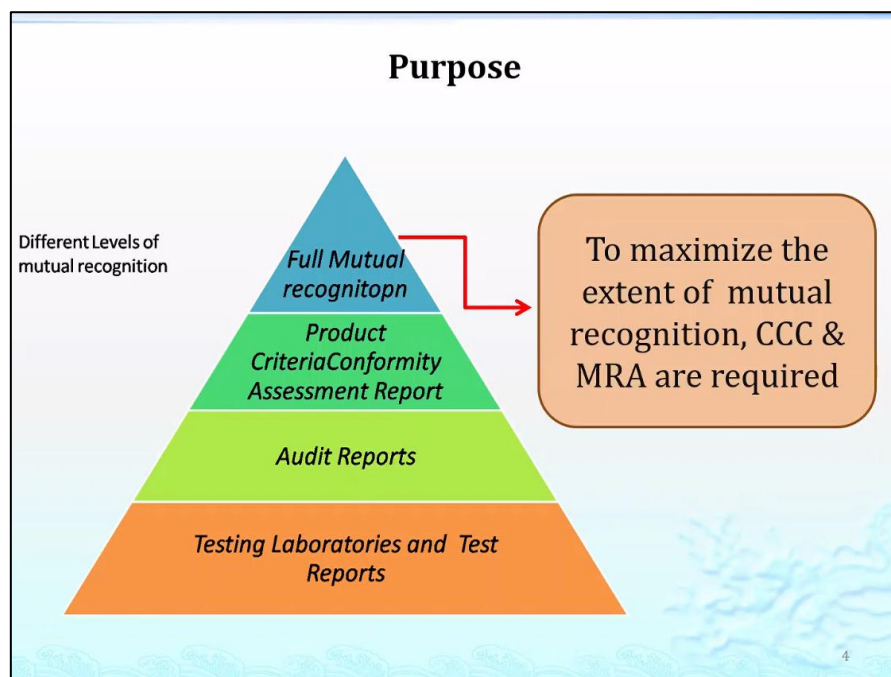


図3-4-20. 相互認証の4段階

共通基準の考え方について説明する。二つの機関が同じ品目の基準を策定しており、内容が近いまたは同じ基準項目については共通基準として合意し、その共通基準については審査結果を相互で受け入れることとなる。この共通化できる基準項目をできる限り増やしていくことが、よ

り実効性の高い相互認証のカギとなる。なお、GEN の内部監査システム GENICES を受領した GEN メンバー間において、相互認証の基本方針に関する覚書を 2017 年から締結しており、GEN メンバーは相互認証の推進には非常に前向きであることも付け加えておきたい。

このレポートでは、Common Core Criteria を進めていくための手順もまとめており、いつくか簡単に紹介したい。最初は、適切なパートナー機関を選定することである。基準構成や評価の考え方が似通った機関が望ましく、これらが異なる機関との議論は合意が難しくなる。地域ごとで近い傾向がある一方、異なる地域だとこれらの相違も大きく、例えば、アジアと欧州のラベル機関では違いが顕著である。

次に、適切な分野・品目を選定することである。当然であるが、国ごとに自然環境や要求する環境要件は異なり、グリーン製品はその地域の特性を反映したものになることから、これらの要件を十分に踏まえたうえで分野・品目を選定する必要がある。

そして、機関や分野・品目を選定したあとは、対象基準に関する予備調査を行う。その基準が示す対象範囲から、考慮している環境特性、市場動向など文献調査も交えながら、実現可能性を探る。

実際に議論が始まれば、どの基準項目を共通にでき、どれが共通化できないのか情報を整理することを最初のステップとして行い、共通かできる基準について議論を深めていくことが望ましい。

EDF の経験では、基準内容に関する合意はさほど難しくないと考えるが、証明方法についての合意を形成することが非常に難しいと捉えている。なぜなら、国ごとに文化や社会的背景の違いがあり、例えば、申請事業者の自己宣言を証明方法として受け入れる機関があるが、同じ基準項目であっても第三者機関の試験結果を要求する機関もあるからである。

Common Core Criteria の策定が成功したあとは、自国の事業者に向けて相互認証活用のメリットを広く周知させる必要がある。ウェブページやセミナー開催といった方法で情報発信し、多くの事業者に Common Core Criteria を活用してもらうよう誘導する。また、定期的な Common Core Criteria の見直しも必要である。

CEC と EDF では、Common Core Criteria のパイロットプログラムを計画しており、GEN メンバーの積極的な参加を期待している。主な対象品目は、洗濯用洗剤、複合機、セラミックタイル、紙製品、セメント・コンクリートを予定している。

続いて、同じワーキンググループのメンバーであるウクライナの Living Planet の Svitlana Permynova から、Common Core Criteria プロジェクトのパイロットプログラムの進め方について提案する。

前述の Chen 氏より説明があったとおり、このワーキンググループではパイロットプログラムを予定しているが、未だ参加を希望する団体は表れていない。我々としては、Common Core Criteria はタイプ I 環境ラベル機関にとっても非常に有効かつ効果的な取組であると考えており、パイロットプログラムへの参加を希望する GEN メンバーを引き続き募集している。

Living Planet では、このパイロットプログラムの進め方を提案したい。まずは、Common Core

Criteria 基準を開発する品目を決定する。GEN メンバーに対して質問票を送付し、どの品目の関心が高いか調査のうえ、1～3品目を状況に応じて対象として定めたらどうかと考えている。品目のアイデアとしては、洗剤が挙げられている。なお、Living Planet では品目選定に関する手続きを定めており、この手続きを参考としながらメンバーで検討できるとよい。次に、申請手続きの開発である。メンバー間や事業者からの申請手続きを検討し、共通した申請書類を作成できるとよい。Common Core Criteria の実際の運用が開始され次第、実践事例を収集し、ガイドブックの作成もしくは GEN ウェブサイトに情報を公開することで、メンバー間で情報を共有する。欧州委員会が、GPP の優良事例を集めたウェブページを展開しており、非常に参考になる取組と言える。そして、事例収集だけでなく各種事例を分析し、より実効性を高める機会も必要となるだろう。最後に、これらの課題を踏まえて Common Core Criteria の改定を進め、PDCA サイクルを回せる運用が理想である。パイロットプログラムの期間は、約1年半を想定している。

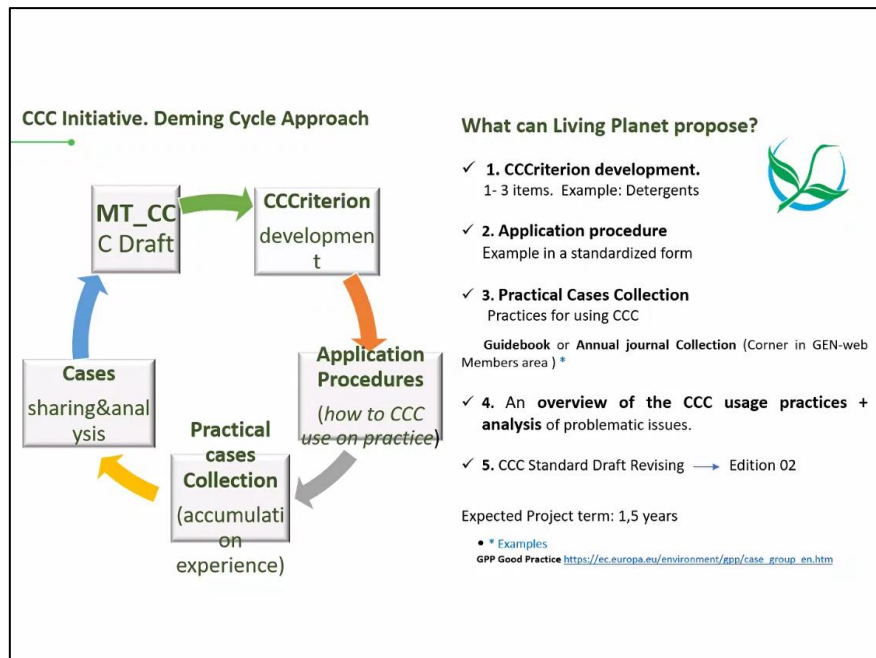


図3-4-21. パイロットプログラムの進め方