

持続可能なくらし 実現のための環境ラベル

(社) 日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント協会
理事 辰巳菊子

1

(社) 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント協会とは

- ◆略称NACS (1988年6月設立)
- ◆全国に会員が約3,870名 (2003年 9月現在)
会員は消費生活アドバイザーと消費生活コンサルタン
トの有資格者
- ◆消費者の利益と企業活動の調和を図り消費生活関連問
題をテーマに活動
- ◆環境委員会は1999年4月から持続可能な社会に向け、
環境ラベルに着目した活動を行っている。

2

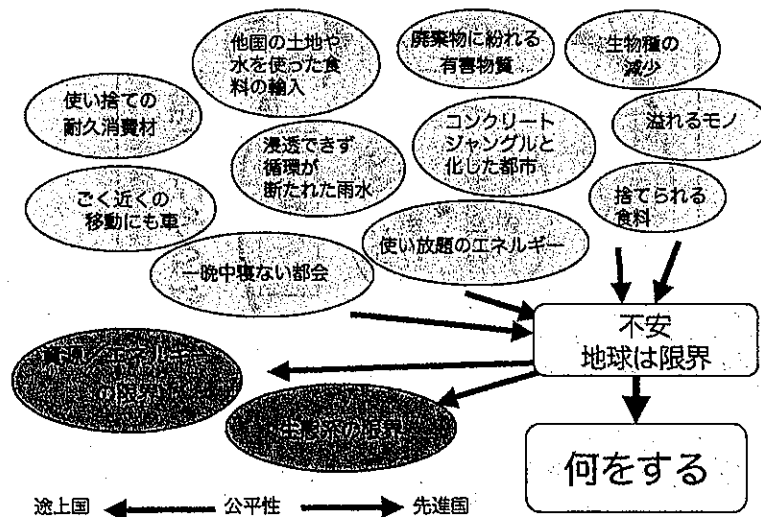
「1秒の世界」 (山本良一著/ダイヤモンド社)から

1秒間に

- ◆ 地球が太陽のまわりを29.8km進む
- ◆ 体育館32棟分、39万m³の二酸化炭素が排出される
- ◆ 大型トラック63台分、252トンの化石燃料が使用される
- ◆ 畳48枚分、78m²の土地が中国で砂漠化している
- ◆ 4トンの文書用紙が世界で使われている
- ◆ 新幹線のレール376m分、22トンの鉄が地球から掘り起こされている
- ◆ 1万6,000缶、5,700リットルの炭酸飲料が飲まれている
- ◆ 40万kWhの電力が世界で消費されている
- ◆ 人口が2.4人増えている

3

人は何をすることが問われている



4

グリーンコンシューマーになろう

資源やエネルギー、人や生き物などについて環境に与える影響を広く考え、商品・サービスや企業を選ぶ行動をする人

何を考えるの

- ◆どんな資源を使ってるの？
- ◆この製品はどうやって、ここまできたの？
- ◆すごいエネルギーを使ってない？ 使わない？
- ◆公平に作られているの？
- ◆故障したらどうなるの？
- ◆捨てられた後どうなるの？ 安全性は？

5

環境キーワードの認知度

環境キーワード	全体 (%)	環境重視派 (%)
省エネ	95.4	100.0
リサイクル	92.7	97.0
ダイオキシン	91.7	97.0
地球温暖化	83.8	90.9
エコマーク	75.1	93.9
環境ホルモン	62.5	87.9
環境ラベル	23.5	39.4
環境報告書	19.0	27.3
グリーン購入	13.2	21.2
ライフサイクルアセスメント	9.5	27.3
グリーンコンシューマー	5.6	18.2
3R	5.2	15.2
サステイナビリティ	2.5	6.1

(出典) 「2002生活者の環境意識と行動調査報告書」電通、2002年3月より抜粋。n=630

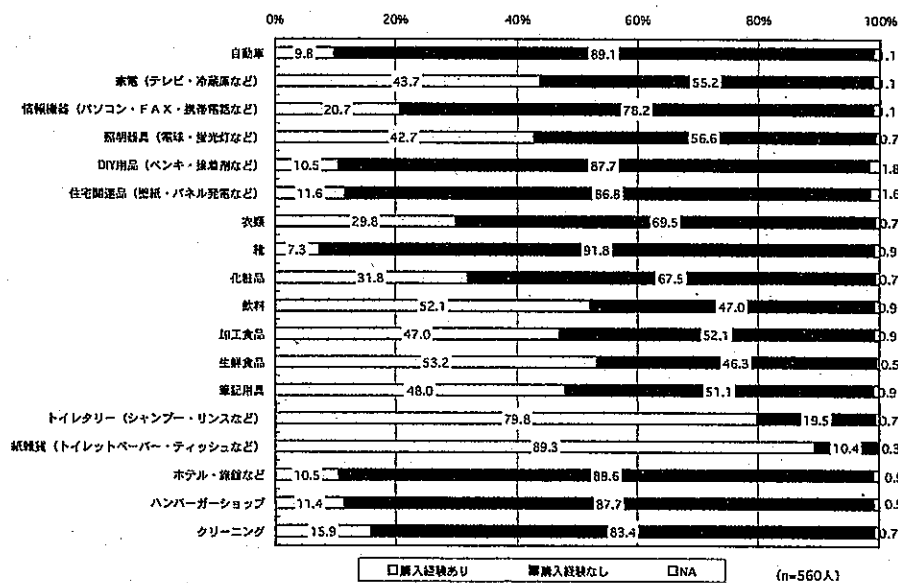
6

アンケートから (2000年7月～8月実施)

- ◆商品カテゴリーにより環境商品購入経験の有無は異なっていた
 - * 購入経験が少なかった耐久消費財のパソコンは、「環境商品が見つからない」「環境情報がない」が購入しなかった理由
 - * 購入経験が多かった雑貨品の紙類は、「価格が手頃であった」「環境情報があった」が購入した理由
- ◆商品カテゴリーにより環境情報のニーズが異なり多様である
 - * 耐久消費財は、定量的なデータがほしい
 - * 雑貨品は、マーク類がほしい
 - * サービスについては、詳しい説明がほしい
- ◆環境ラベルは環境商品購入の決め手になっているし、なりうる

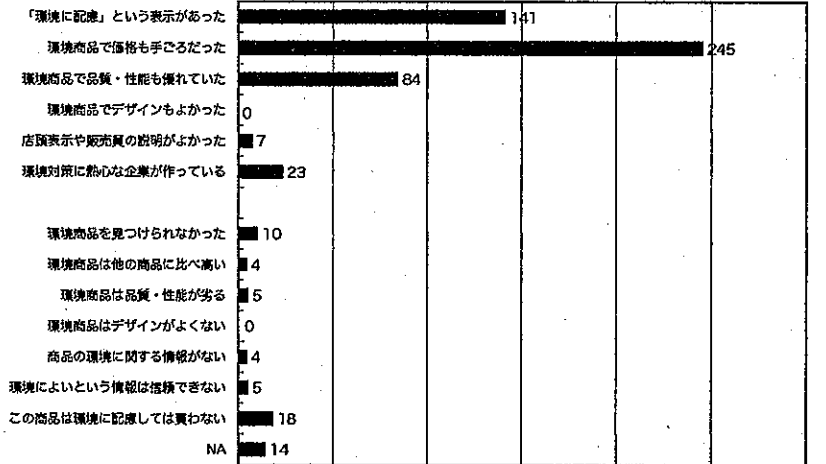
7

環境商品の購入経験



環境商品を購入した理由・しなかった理由

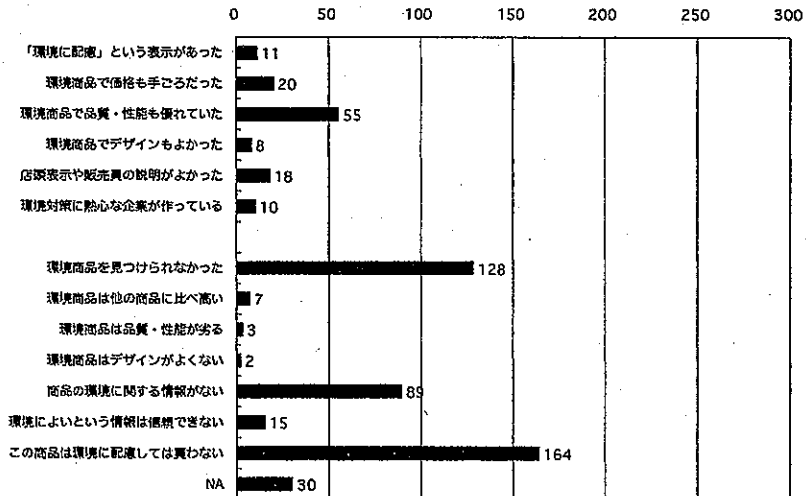
<紙雑貨> (n=560人)



9

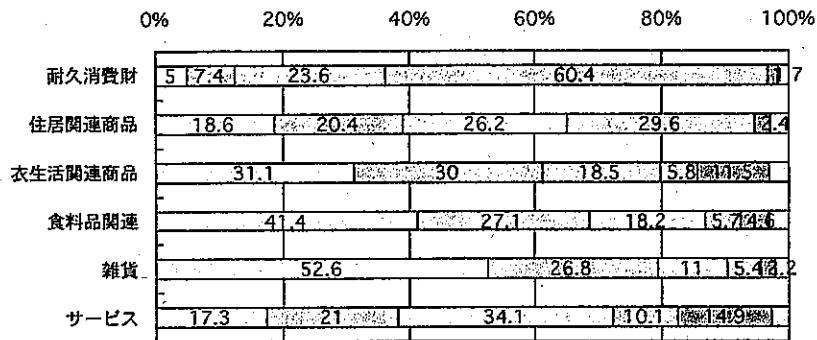
環境商品を購入した理由・しなかった理由

<情報機器> (n=560人)



10

参考にしたい環境情報



- マーク類
- 詳しい説明
- 環境情報は参考にしない
- 簡潔な文章
- 定量的なデータや説明
- NA

11

環境配慮型商品と環境ラベル

- ◆グリーンコンシューマーが育つと同時に、環境配慮型商品も数多く、かつ洗練されたものが登場しないと消費者の満足は得られない
- ◆どこが、どういう点で、どのように環境配慮されているのかが明確でないと、やはり選ばれる対象からはずれてしまう



環境ラベルが絶対に必要

12

消費者が望む環境ラベル10原則

- 1 十分な量の情報があること
- 2 わかりやすいこと
- 3 具体的な表現であること
- 4 トータルな情報であること
- 5 比較できること
- 6 信頼できること
- 7 社会のニーズを反映していること
- 8 検証されていること
- 9 「消費者の知る権利」に対応していること
- 10 「消費者の意見をいう権利」が確保されていること

13

環境ラベルを チェックしよう

環境配慮型商品選択のために



nacs

(社)日本消費者協会バイヤー・コンサルタント協会
環境情報委員会

環境配慮型商品選択のために

check

チェック一覧

- 環境ラベルがある
- 製造までの環境に関する情報がある
- 商品を使用するときの環境に関する情報がある
- リサイクルや廃棄するときの環境に関する情報がある
- 環境ラベルをすぐ見つけることができる
- 環境に関する情報が具体的である
- 同じような品質や機能のものと比較できる環境情報がある
- 環境に関する社会のニーズを反映している
- 環境についてのデメリット情報がある
- 環境に関する情報が検証されている
- 問い合わせ先がある

②

14

(例)

「リサイクル鉛筆」の環境ラベルを見て下の表を埋めてみました

鉛筆の箱にあった環境ラベルには「木は大自然によって育まれて来た大切な資源。だからこそフシ等の不使用部分を除いた端材をつなぎ合わせて再利用する『ジョイント工法』にこだわりました。」とありました。

チェック項目	商品のライフステージ					
	原料の調達	製造	消費	輸送	リサイクル	廃棄
資源の使用	✓					
エネルギーの使用						
大気汚染						
河川や海などの水系汚染						
土壌汚染						
廃棄物の発生						
生態系の破壊						
人への影響(化学物質など)						

15

チェックを終えて・・・Action

いくつかのチェック項目に✓が付きましたか？
あなたがチェックした商品は環境配慮型商品だと思いましたか？

1 環境ラベルをもっと良くするためのアクション

チェックしてたくさん✓が付いたほうが良い環境ラベルということです。
もし欲しい情報がない、あるいは足りないと感じた場合は、企業に問い合わせましょう。
製品のメーカーやサービスを提供する企業だけでなく、販売店などの店員に尋ねることもしてみましょう。
消費者からの問い合わせが増えれば、環境ラベルも充実したものに変わっていきます。
あなたの問い合わせによって多くの消費者が環境配慮型商品の情報を入手しやすくなるのです。

2 環境配慮型の商品を選ぶためのアクション

環境配慮型商品かどうか、私たちは環境ラベルを通じてしか直接的に判断できません。
✓の多く付いた商品ほど環境配慮型商品といえるのではないのでしょうか。
ただ、環境配慮の項目には水の汚染や省エネルギーなどたくさんありますが、商品の環境負荷で最も大きなものは何かを知ることがいちばん大事です。
そのような情報が環境ラベルからわからなければ、問い合わせましょう。
いろいろ比べてより環境配慮型と思われる商品を購入しましょう。

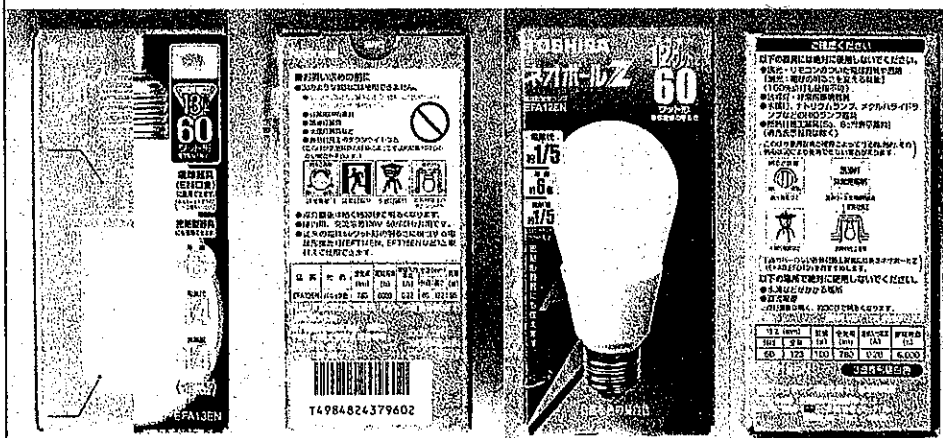
16

消費者に伝えたいこと

- ◆消費者には商品選択の権利がある。逆にいえば、安易に商品を選ばない。選択の責任がある
- ◆環境ラベルを参考に環境配慮型商品を選択しよう
- ◆商品の一生（ライフサイクル）で、どこでの負荷が一番大きな環境負荷か考え、それが削減された商品を選択しよう
- ◆環境ラベルの情報が自分にとって不十分なら、問い合わせよう。
- ◆私たちが問い合わせをすることで、必ず環境ラベルは洗練され、充実してくる

17

電球型蛍光灯ランプ



18

電球形蛍光ランプの重要な環境情報

	原料の調達	製造	輸送・物流	消費	リサイクル	廃棄
資源の使用		◎*1			◎*5	
エネルギーの使用				◎*2		
大気汚染				◎*3		
河川や海などの水系汚染						
土壌汚染						◎*9
廃棄物の発生					◎*6	◎*10
生態系の破壊						
人への影響（化学物質など）		◎*1			◎*7	
その他				◎*4	◎*8	

<重要な環境情報>

- *1 水銀の使用量
- *2 年間消費電力量、エネルギー消費効率
環境行動につながる情報提供
- *3 CO₂ 排出量
- *4 ランプの定格寿命
- *5 水銀のリサイクルの実績
- *6 水銀の発生量
- *7 水銀による人体への影響
- *8 有害ごみとして分別するような表示
割らないで捨てるような警告表示
- *9 廃棄物による土壌汚染の実績
- *10 廃棄物の種類と量

その他提供されるのが望ましい環境情報

- *従来製品と比較しての電力削減
- *類似の他社製品と比較しての電力削減
- *白熱電球との比較（コスト、エネルギー消費、寿命）
- *問い合わせ先
- *環境マネジメントシステムの導入・運用の可否
- *環境報告書発行の有無
- *最終処分先についての情報など

19

電球形蛍光ランプのチェック結果

- ◆水銀その他使われている有害物質のことがない
- ◆省エネルギー性がCO₂削減や地球温暖化問題と結びつかない
- ◆廃棄時の注意表示が本体にも包装にもない
- ◆照明機器であることの説明がないので蛍光灯と思う
- ◆法規制上の表示も必要であるが、環境情報も含め見やすくまとまらないものか
- ◆各社の製品の区別がつかないが、なぜ？
(モニターの意見から多かった意見の一部を紹介)

20

商品本体に表示して欲しい情報 (環境ラベル)

- ◆水銀の封入量
- ◆年間消費電力量
- ◆白熱電球との比較 (年間消費電力量、耐久性)
- ◆省エネになるような使い方
- ◆有害ごみとして分別するような情報提供
- ◆問い合わせ先
- ◆商品の環境情報を紹介するHPのアドレス

21

新聞広告の例

え?!
5,796円も
お得なの?!

電球代が $\frac{1}{5}$

やっぱり
ネオボールだね!

電球代
¥1,656

電球代
¥7,452

http://www.fuji.com.jp

お得!!

面倒!!

22

選択の基準はひとさまざま

毎日のくらしは選択の積み重ね

その選択の基準は？

- ◆公平な分配.....水、食料、空気、土地、その他の資源、生産・消費のあり方
- ◆削減.....過剰消費、化石燃料など限りある資源
- ◆持続性のある循環.....リユース、リサイクル、再生可能エネルギー・資源
- ◆価値の再評価.....生活の質、創造性、文化・芸術・精神性、自然・命への畏敬の念

23

普及率16%を！！

火付け役のイノベーター
(革新的採用者) 2.5%



オピニオンリーダー
(初期少数採用者) 13.5%



社会事象としてイノベーション
をもたらす理論上のテイクオフ点 16%

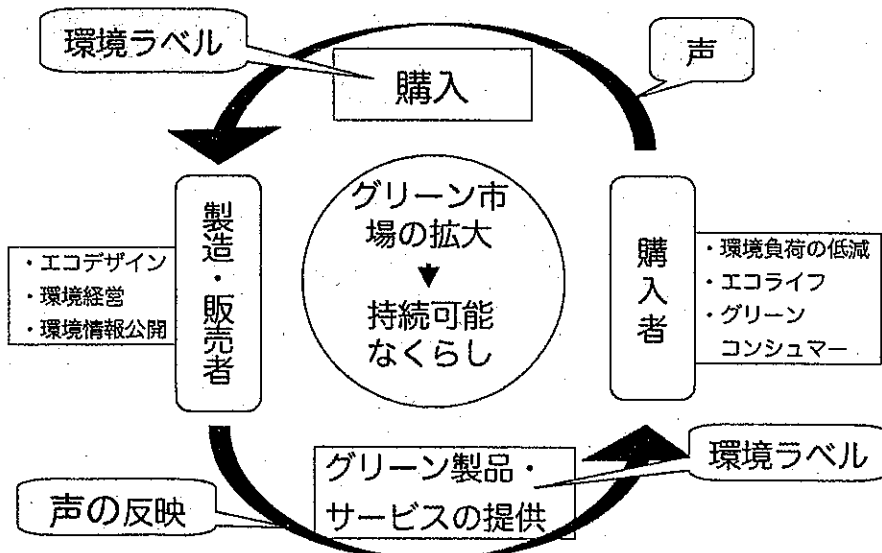
24

環境ラベルから始まる 双方向コミュニケーション

環境ラベルを見た人の声⇒情報共有⇒
より良い環境ラベル⇒環境配慮型製品
の普及⇒環境負荷の削減⇒望ましい環
境の創造(持続可能な社会)

25

持続可能なための環境ラベル



26

ご清聴ありがとうございました



nacs

27