

## グリーン購入アンケート（第2回会員アンケート）集計のまとめ

グリーン購入ネットワーク（以下 GPN）では会員と会員以外の団体を対象にアンケート調査を行いました。1．会員の取り組みの進行状況を把握する、2．国内におけるグリーン購入の全般的な動向をつかむ、3．ネットワークに対する会員の要望を聞く、という3点の目的からこの調査を行いました。昨年、同様の調査を会員に対して行っています。このアンケート調査で導き出したものは1．全体的にグリーン購入の取り組みはすすんでいること、2．グリーン購入ネットワークのガイドライン、商品選択のための環境データブックはかなり活用されていること、の2点です。

今後 GPN では取り組みを推進するためなお一層の努力を払い、調査で上がってきた課題を克服すべき道を探っていききたいと思います。

### <まとめ>

* 組織的に取り組んでいる、取り組む予定の会員団体は9割。グリーン購入への取り組みは着実に広がっている。	P. 3 ~ 4
* グリーン購入対象品目が「増えた」会員団体は44%	P. 4
* 特に紙（80%）、文具（44%）のグリーン購入はかなり進んでいる。	P. 5
* 主に使用しているコピー用紙の古紙配合率は一年間で11.5%上昇、白色度2.6%低下（会員回答団体平均）	P. 6
* 商品を選ぶ際に参考にしている4大環境情報源：GPNのガイドライン、GPNデータブック、メーカー・納入者のカタログ等、国内の環境ラベル	P. 8
* 取り組みが進み昨年の情報不足は解決済み、今回は新たに「組織体制が整っていない。」「環境以外のセクションからの理解が得られない。」など組織に関わる課題が上がる。	P. 8
* ネットワークへの高い要望： データブックの拡充、改善、先進取り組み事例の紹介、全国各地での講演会・展示会開催、など	P. 11

回答属性：平成9年7月から9月にかけてその時点での会員と会員以外の上場企業（製造、非製造部

門上位各 100 社内)、自治体(県、市)、民間団体(主要な環境関連団体)が対象です。配布数、有効回答数などは以下の通りです。

	会員	未会員	合計
配布数 :	812	(801)	1613
回答数 :	392	(85)	477
回答率 :	48%		

団体分類 :

	会員	未会員	全体
企業	247 (63%)	12 (14%)	259 (55%)
生活協同組合	15 (4%)	0	15 (3%)
行政機関	99 (25%)	71(84)	170 (35%)
民間団体	31 (8%)	2(2%)	33 (7%)
計	392	85	477

現在のグリーン購入ネットワークの会員構成の比率は企業 66%、行政機関 18%、民間団体 16%である。回答団体の比率は会員構成と比較すると企業 63%、行政機関 25%、民間団体(生協含む)12%と若干行政機関の占める比率が高くなっている。企業の中では製造 152(全体の 32%)、サービス 26(全体の 5%)、流通 41(全体の 9%)、その他 41(全体の 9%)と製造業分野が多くを占めている。

従業員、職員、会員数 :

-会員のみ-

	97年	96年
100人未満	82	50
100~499人	66	104
500~999人	36	
1000~4999人	109	59
5000~9999人	42	16
1万~3万人	37	
3万~5万人	7	38
5万以上	11	
無回答	2	-

推定合計 242.5 万人(会員)(100 人未満~5 万人 それぞれの中間の値、5 万人以上は 7 万人として計算)  
 回答率 48%で割るとネットワーク全体の規模が 505.2 万人と推計される。

## セクション 1

### Q 1 . グリーン購入の取り組みの現状について

グリーン購入に関する全般的な現状と今後の進め方の予定はどのようになっていますか？

#### A . 組織的にグリーン購入に取り組んでいる。

	会員 97 年 (%)	未会員 97 年 (%)	合計
取り組んでいる	162 (41%)	28 (33%)	190 (40%)
取り組む予定	191 (49%)	30 (35%)	221 (46%)
当面予定はない	39 (10%)	27 (32%)	66 (14%)

\* 組織的に取り組んでいる、取り組む予定の会員団体は 9 割。グリーン購入への取り組みは着実に広がっている。

「組織的な」取り組みが進み出した。予定も含めて、会員で 90%、全体で 86%と高い比率となっていることが注目される。

#### B . グリーン購入に関する取り組み方針を定めた (含んだ) 組織内部の文書がある。

	会員 97 年 (%)	会員 96 年 (%)	未会員 97 年 (%)
ある	82 (21%)	65 (22%)	5 (6%)
検討中	153 (39%)	57 (19%)	13 (15%)
ない	157 (40%)	51 (17%)	67 (79%)
非該当	-	120 (42%)	-

会員のみを前年と比較してみると「ある」「検討中」と答えている団体が昨年の 41%から 60%に増加している。

#### C . 商品分野毎に定めた購入ガイドラインや基準がある。

	会員 97 年 (%)	未会員 97 年 (%)
ある	33 (8%)	5 (6%)
検討中	152 (39%)	6 (7%)
ない	204 (52%)	74 (87%)
無回答	3 (1%)	-

取り組み方針を持つ団体の 3~4 割が商品分野別のガイドラインを既に持っている。

主要な分野の例：紙、紙製品、文具・事務用品、OA 機器、コピー機、生産資材、容器・包装、建材

策定にあたってはグリーン購入ネットワークのガイドラインを参考にしている団体も多いことは設問 1 から伺える。

D. 従業員・職員・会員や一般消費者に対してグリーン購入に関する啓発・教育を行っている。

	会員 97 年 (%)	会員 96 年 (%)	未会員 97 年 (%)
行っている	206 (53%)	152 (52%)	22 (26%)
検討中	117 (30%)	90 (31%)	21 (25%)
行っていない	69 (17%)	50 (17%)	42 (49%)

この項目は「行っている」「検討中」の％は昨年と変わらないが、今年は団体総数が増えているのでグリーン購入の考え方が広まっていることがわかる。ネットワーク未入会団体と比較するとその比率はかなり高いことが分かる。今後は新しく入会した会員が取り組むことが期待できる。

E. 購入すべき商品についてメーカーなどから情報収集を行っている。

	会員 97 年 (%)	会員 96 年 (%)	未会員 97 年 (%)
行っている	215 (55%)	114 (39%)	20 (23%)
検討中	83 (21%)	91 (31%)	18 (22%)
ない(未定)	92 (23%)	82 (28%)	47 (55%)
無回答	2 (1%)	6 (2%)	-

「情報収集を行っている」会員団体の比率が昨年より増えている。積極的に活動を進めていることが伺える。

グリーン購入対象の品目は、この1年間で増えましたか。

	会員 97 年 (%)	未会員 97 年 (%)	合計 (%)
増えた	173 (44%)	22 (25%)	195 (41%)
減った	2 (1%)	0 (0%)	2 (0.8%)
変わらない	114 (29%)	17 (20%)	131 (27.2%)
不明	98 (25%)	46 (55%)	144 (30%)
無回答	5 (1%)		5 (1%)

現在、グリーン購入を行っている分野を教えてください。(複数回答可) -会員・未会員-

%は回答団体数 477 で割ったもの

紙 380 (80%)	文具 208(44%)	OA 機器 91(19%)	オフィス家具 17(4%)
自動車・トラック 47(10%)	部品・原材料 51(11%)	包装材 83(17%)	建材、設備 24(5%)
電化製品 (OA 機器 を除く) 21(4%)	衣料 40(8%)	その他 28(6%)	

\* グリーン購入対象品目が「増えた」会員団体は 44%

\* 特に紙 (76%)、文具 (45%) のグリーン購入はかなり進んでいる。

会員のグリーン購入の対象品目が「増えた」という回答が 44%であり、全体的に取り組みがすすんでいる結果であると言っていい。分野別に見ると紙と文具での取り組みが特に進んでいるようで、紙については約 8 割、文具は約 5 割となっている。その他商品や部品・原材料についても予想外に取り入れられていることがわかる。

グリーン購入ネットワークでは「OA用紙、印刷用紙」のガイドラインを 96 年 11 月に策定しました。その中で代表的な紙として、コピー用紙についてお聞きします。(プリンタや普通紙ファクシミリに使用する紙も含む。)

1. グリーン購入ネットワークの購入ガイドラインをどのように活用していますか?

会員のみ %は回答団体数 392 で割ったもの

そのまま団体の購入基準として使っている。	36	9%
独自の購入ガイドライン作りの参考にした。	37	9%
啓発のために活用している。	115	29%
今後どのように活用するか検討している。	159	41%
その他 :	29	7%

2. 主に使用している用紙の古紙配合率と白色度についてお聞きします。数字を記入ください。

	<u>一年前</u>	<u>現在</u>	
古紙配合率	58.9 %	70.4 %	
白色度	76.8 %	74.2 %	( 会員回答団体平均 )

古紙配合率が上がった団体	68	白色度が下がった団体	70
古紙配合率が下がった団体	3	白色度が上がった団体	9
古紙配合率が変わらない団体	180	白色度が変わらない団体	153
無回答・不明	141	無回答・不明	160

現在白色度

80%以上	75-79%	70-74%	69 以下
101	12	128	12

\*主に使用しているコピー用紙の古紙配合率は一年間で11.5%上昇、白色度2.6%低下  
古紙配合率が上がった団体が68、白色度が下がった団体が70とガイドラインにそった紙の選択  
が確実に進んでいる。古紙配合率は平均すると11.5%上昇、白色度は2.6%の変化である。白色  
度については70%から80%が商品の主流であることを考えるとかなり成果が出ているといえる。

3. 上記コピー用紙の年間使用量を概算でお答え下さい。(A4換算で)

557,266

万枚( 回答のあった254団体合計)

1枚6.25gとすると上の量は34,829トンになる。これは696,580本分(直径14cm高さ  
8m)の木に相当する。(1t=20本)

環境データブックをどのように活用していますか?(自由回答)

「商品購入時の選択」という回答が一番多かったが、その他にもさまざまな用途に活用されている  
のが分かった。

回答例:・商品購入時の選択(32件)

- ・啓発用資料(16件)
- ・独自のグリーン購入商品リスト作成に参考になっている/いきたい。(7件)
- ・ガイドライン作りのための検討資料。(7件)
- ・業者への情報提供(3件)
- ・会合、講演会時に回覧、購入申込書を配布(3件)
- ・原材料選択(文具)(2件)
- ・自社商品への反映(2件)
- ・店舗に配布(1件)
- ・流通業のため販売ツールとして活用している。(1件)
- ・売り込みがあった際の参考にしている。(1件)
- ・現在ある用紙や機器のチェックに使用。(1件)

現在のグリーン購入の取り組みや今後の予定についてご記入ください。(自由回答)

上記で見てきたように組織、体制作りと独自のガイドライン作成や、独自のリストを作成する動きも多く見られた。以下に他設問回答には現われない、参考となるような回答例を紹介する。

- ・ GPN の購入ガイドラインを約 400 人の「環境マネージャー」を通じて、庁内及び学校などに対し周知する。あわせて、当自治体の用品制度に基づく指定品目選定への反映を図る。（自治体）
- ・ 工場でグリーン購入を開始し、全工場（20 工場）に水平展開しているところ。事務用品などのサンプルを全工場に配布中。
- ・ 98 年度より各事業所で活動開始予定。
- ・ 組織内でグリーン購入に関するアンケートを実施した。
- ・ 今年度中にグリーン購入についてのアンケートを実施し、各課での環境にやさしい製品の使用状況を調査する。
- ・ 環境にやさしい事務用品の開発状況を機会あるごとにそれぞれのメーカーに確認し、予算の状況に応じて購入する予定。
- ・ 部署毎に購入するものについても組織的なガイドラインを求める声があがっている。
- ・ グリーン購入ニュースを月 1 回発行し、全部門に配布している。
- ・ 地域でのネットワークを設立する。（自治体）
- ・ ガイドラインの準拠した（GPN の）環境データブック上の商品を購入基準として登録化していく予定である。
- ・ 再生品の一覧表を作成し、各課などに配布。
- ・ 仕入先にリサイクル・リデュース製品、部材の情報を求めこれを得意先に提供していく予定。
- ・ 前年度の実績調査の実施中

また、グリーン購入の考え方やそのものの普及の取り組みに対する回答も多く見られた。「組織内啓発（3 件）」「展示会の開催」、「キャンペーン、セミナーの開催」、「ポスター掲載、パンフレットの配布」など各取り組みがなされており、グリーン購入は各地に広まっていきそうである。

Q 2 . 商品を選ぶ際に特に参考にしている環境情報は何か？（3つまで回答）

%は団体数 477 で割ったもの

	会員	未会員	合計	
グリーン購入ネットワークのガイドライン	198	6	204	43%
グリーン購入ネットワークの「商品選択のための環境データブック」	165	3	168	35%
グリーン購入ネットワークのインターネットの環境データベース	16	1	17	4%
メーカー、納入業者のカタログ、説明	310	67	377	79%
独自のガイドラインなど	37	3	40	8%
グリーン購入ネットワーク以外の第三者のガイドラインや情報誌	37	1	38	8%
エコマークやグリーンマーク等の国内の環境ラベル	187	43	230	48%
海外のエコラベル等の基準	6	0	6	1%
その他	16	6	22	5%

GPN のガイドライン、環境データブックは会員・未会員合計 204 件、168 件と商品選択の際にかなり利用されている。ガイドライン、環境データブックは 2 品目に拘わらずよく活用されていることが分かる。最も参考としているのが、メーカー、納入業者のカタログ・説明で 377 件であった。環境ラベルは一目瞭然であるため判断方法となりやすいようだ。

Q 3 . 現在、実際にグリーン購入を行うにあたって障害となっていることはありますか？特に障害と思われるものを 3 つまで選んでください。

	会員 97 年	会員 96 年	未会員 97 年	97 年 合計	全体 の%
環境に配慮した商品は値段が高い。	213	204	51	264	55%
グリーン購入を進めるための組織体制が整っていない。	153		38	191	40%
個別商品の情報が手に入らない。	136	208	32	168	35%
環境以外のセクションからの理解が得られない。	100	59	19	119	25%
購入方法が困難であったり、手間がかかったりする。	79	84	19	98	21%
用途にあった商品がない。	65		7	72	15%
取引先業者の理解が得られない。	22		1	23	5%
その他	23		3	26	5%



\* 取り組みが進み昨年の情報不足は解決済み、今回は新たに「組織体制が整っていない。」「環境以外のセクションからの理解が得られない。」など組織に関わる課題が上がった。

昨年のアンケート分析で予想したとおり、「環境以外のセクションからの理解が得られない。」という会員の回答が 59 件から 100 件と増えている。また、「グリーン購入ネットワークを進めるための組織体制が整っていない。」も 2 番目に多い。こうした回答が多くなっているのは、各団体がグリーン購入に取り組みはじめた証左である。

昨年の会員アンケートでトップの「個別商品の情報が手に入らない」の 208 件が減少して 136 件になった。ネットワークの活動が一助になっていると思われる。また情報収集も実際行なってみると思った以上に情報が入手できることを回答者が実感したのではないかと推測される。

その他「商品情報を得ても、納入業者に扱いがたい。」「大規模店でないと手に入れることが難しい。」(計 12 件)、「注文する単位が大きいのがあった。」と入手の難しさに対する記述も多かった。その他の障害として、「低公害車などの補助金のつくものの情報が得にくい。補助金が出たとしても、制約があり利用しにくい。」「年度当初に入札するものは年度の途中で切り替えられない。」といった制度的な面も指摘されている。

それぞれについて具体的なエピソードなどをお書きください。

- ・部内の打合せ資料に再生紙は使用できるが、部外には出しにくい雰囲気がある。(特に図面に関する資料の場合、やはり見栄えが重視されるようだ。)
- ・グリーン商品は、価格が高かったり、現在使用中のものより効果が低い等採用しにくい。(同様 1)
- ・用紙の見積もりを取ったら従来のものの 3 割増しであった。
- ・商品を購入する場合、箱単位でないと購入できないことがかなりあり、すぐに手に入らないので、時間もかかってしまう。(同様 2)
- ・同じ物を購入しようとした時、環境型商品は割高になってしまう。現状では、やはり安価なものの方を選択せざるを得ない。(同様 16)
- ・商品情報を得ても、納入業者の扱いに無かったり、また、納入業者自身がグリーン購入に対する理解・知識が乏しく取り扱い商品の増加を嫌う傾向にある。(同様 5)
- ・対象商品は、大規模店でないと、品揃えがなく、手に入れることが難しい。メーカーに問い合わせても、小売店まで把握できないという回答が多い。(同様 5)
- ・個別商品の資料入手、見積り、比較など、調整に手間がかかる。(同様 2)
- ・コピー用紙の白色度を落としたり、各セクションから「白いコピー用紙の方がよい」という要望が多かった。
- ・環境型商品は、割高という先入観があるので経理部等のセクションから敬遠されがちである。(同様 7)
- ・低公害車の価格が高い。補助金のつくものの情報が得にくい。また、補助金が出たとしても、制約があり利用しにくい。
- ・文房具等は年度当初に商品選択の上、入札するので、たとえ環境に配慮した商品があっても年度の途中で規格を変更することはできない。(同様 2)
- ・再生紙を使用すると既存のコピー機では、紙づまりを起こしやすい。(同様 1)

- ・パンフレット・チラシ等の作成する場合、コスト高になり、しかも出来上がりが悪く（印刷の具合等）、取引先の理解が得られない。
- ・コピー機を用紙も含めてリースしており、再生紙使用に際しての紙の種類を選択が乏しい。
- ・本社一括購入方法から予算管理単位の使用部門毎の購入となりつつありコントロールがすべて及ばない状況である。
- ・原材料選択、取引先選択にあってもR C的視点からの検討を行っているが、当社仕様に合う原材料、包装などの環境負荷がどれくらいのものか判然としないのが実状。
- ・価格によって契約事務が進められているので難しい。
- ・環境担当部署がない。
- ・対象商品に関する情報がない。（同様１）
- ・注文する単位が大きいものがあった。（文具）
- ・組織体制が整っていないため、なかなか進まない。

## セクション2

会員の声を今後のネットワークの活動に反映していくための質問 会員のみ

Q4.

今までのネットワークの活動や成果物の中で、特に役に立ったものを選び、記号を で囲んでください。（複数回答可） %は会員団体数 392 で割ったもの

グリーン購入基本原則	185	47%
購入ガイドライン「OA・印刷用紙」	180	46%
購入ガイドライン「コピー機、レーザープリンター、レーザーファクシミリ、及びその複合機	87	22%
環境データブック「OA・印刷用紙編」	164	42%
環境データブック「コピー機、レーザープリンター、レーザーファクシミリ、及びその複合機」	89	23%
インターネットのホームページ	43	11%
研究会、フォーラムでの講演、ディスカッション	117	30%
研究会、フォーラムでの展示会	69	18%
ニュースレター	120	31%
啓発用パンフレット「はじめましょう、グリーン購入」	111	28%
グリーン購入啓発ポスター	64	16%
その他	13	3%

基本原則、ガイドラインや啓発ツール等かなり活用いただいているようである。紙のガイドライン、データブックのほうがコピー機などのものよりもはるかに活用頻度が高いことが分かる。今後も自由回答で会員からいただいた要望や改善策をふまえ、情報提供などの活動を継続・展開していきたい。

グリーン購入ネットワークに入会して良かった点について選択肢から選び、記号を で囲んでください。

会員になることで組織内でグリーン購入を推進しやすくなった。	141	36%
ネットワークから提供される情報を活用することで、グリーン購入がすすんだ。	122	31%
ネットワークから提供される情報を活用し、会員や消費者に対してグリーン購入を呼びかけることができた。	117	30%
グリーン購入の取り組みや環境問題への姿勢を社会にアピールする機会ができた。	108	28%
異業種の会員との情報交換、意見交換ができた。	95	24%
自社で製造・販売する商品にガイドラインなどを反映できた。	45	11%
その他	35	9%
計	663	

組織内でグリーン購入を推進しやすくなった、ネットワークから提供される情報を活用することで、グリーン購入がすすんだ、など取り組み実践に関わる回答率が高い。注目すべきことはグリーン購入に取り組むことが社会から評価されるという考えが企業に根づいてきていることである。2つのガイドラインで既に「自社で製造、販売する商品にガイドラインなどを反映」しているところが45団体もあるということは、このガイドラインの影響力の大きさを感じさせる。

これまでの活動や運営についてのご意見をご自由にお書きください。(自由回答)

今後の活動に関する、具体的な提案などがございましたら、ご自由にお書き下さい。(自由回答)

特に目立った回答を紹介する。

情報へのニーズ    ガイドライン、データブックの早期作成、拡充が期待されている。

データブックのあり方    具体的な提案

- ・「知識がないと使いづらいので一目瞭然のものが欲しい。」
- ・「データブックに値段や写真があると便利。」など

多くの消費者団体の参加

先進例の紹介

- ・「事例集の作成」
- ・「人数、財政的に取り組みが困難である中小企業の成功事例」
- ・「消費者、市民としてグリーン購入を進めるための情報、事例など」

全国各地での講演会、展示会の開催

GPNの認知度を高める。

- ・「テレビでのPRはどうか」
- ・「社会的な認知も高まれば社内のコンセンサスを得やすい。」

その他：「地域で行政と民間が協力し合い、市民に直接アピールする活動」

「行政会員による共同キャンペーン」

\* ネットワークへの高い要望： データブックの拡充、改善、 先進事例の紹介、 全国各地での講演会・展示会開催、 など

アンケートで得られた意見・提言は今後のネットワークの活動に反映させていきたい。