

事業者等ヒアリング結果－2

課題

| 項目 | 詳細 | 事業者名 | 備考 |
|---------|--|------|----------------------|
| 取得のメリット | 普及していることが大前提。 消費者から評価されることが重要。 | 住宅機器 | 参加事業者 |
| | 精緻さを目指すより裾野拡大を図るべき。 | 流通 | 参加事業者 |
| | 認知度があると流通が引っかかる | 食品 | 参加事業者 |
| | 認知度があまりにも低い ためメリットがない | 流通 | 参加事業者 |
| | 市場での認知度向上が メリットの条件。 普及していない。 | 住宅機器 | 参加事業者 |
| | 普及していないので メリットはない | 衣料 | 参加事業者 |
| | 取得したことによる メリットはない 定量型環境ラベルも 消費者の認知度が 上がれば用途が 出てくる | 食品 | 参加事業者 |
| | 取得によりインセンティブ が感じられるよう になるとよい | 流通 | 参加事業者 |
| | 認知度が高いか、消費者 にメリットがあるか、 などが取得メリットの 条件となる | 流通 | 参加事業者 |
| | 現時点ではあまり取得 メリットはない | 日用品 | 非参加事業者 |
| | 取得による事業メリット を感じない | 出版 | 非参加事業者 |
| | 取得していないと EPEAT 取得にはデメリットと なる | 電機電子 | 非参加事業者 |
| | 取得しないことによる デメリットを感じたこと はない | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 低価格帯の商品であれば、 定量型環境ラベル 取得の意味があるかも もしれない | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 特に嗜好品であるビール に表示するラベルが、 電化製品と同じラベルの 必要はあるか疑問。 CO2 の開示は、商品で はなく企業としての開 示の方が合っていると思 う。アイテムごとに計 算するのは手間が大きい。 | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 取得しないことによる デメリットは感じた事 はない | 文具 | 非参加事業者 (ヒアリング後参加) |
| | 取得しないことによる デメリットを感じたとい う話は聞いていない | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 取得しないことによる デメリットはない | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 取得しないことによる デメリットは特に聞い てい | 工業会 | 非参加事業者 |

| | | | |
|----------|--|------|----------------------|
| | ない。 | | |
| | 燃費・排出ガスが良くなると重量税等が安くなると参加を検討する | 自動車 | 非参加事業者 |
| | 今のところ取得のメリットは思いつかない グリーン購入は一部でメリットなし | 工業会 | 非参加事業者 |
| | メリットがないため参加していない 国際的な規格になればやりたい | 産業機器 | 非参加事業者 |
| | 取得のメリットがない | 電機電子 | 非参加事業者 |
| | ラベル自体がなじまないと考えている | 電機電子 | 非参加事業者 |
| 認知度／普及 | 普及・認知度向上が第一 | 食品 | 参加事業者 |
| | 認知度が低い | 出版 | 非参加事業者 |
| | 何かしらのインセンティブがなければ難しい | 産業機器 | 非参加事業者 |
| | 普及させるためには、端的に言って、法規制しかないのではないか | 文具 | 非参加事業者 (ヒアリング後参加) |
| | 官庁だけでなく大企業にも義務付けるべき(グリーン購入法) | 文具 | 非参加事業者 (ヒアリング後参加) |
| | 政策的な連携がないと、個社は動かない 特にサプライチェーンの上流は、情報を提供することが義務となってどんな良いことがあるかという問題がある | 工業会 | 非参加事業者 |
| | グリーン購入法などが考えられるが、規制につながることなので事業者にとっては2面性をもっており、単純にその方向が良いとも言えない | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 取組を増やし普及させるためには、データ収集算定などの事業者の取り組みの手間を軽減させるための支援があるとよい | 流通 | 参加事業者 |
| 消費者の理解促進 | 消費者がそれらをどこまで理解しているかは疑問 | 流通 | 参加事業者 |
| | 顧客に価値が転化されないと、自社の主張だけではだめだと考える | 事務機器 | 参加事業者 |
| | 消費者は結論が欲しいので、出す側が数値を解釈して説明する必要がある | 流通 | 参加事業者 |
| | ラベルが多く消費者は理解できない | 住宅機器 | 参加事業者 |
| | 環境製品として全く訴求できていない | 衣料 | 参加事業者 |
| | 今の CFP の趣旨だと、計算するということをア | 日用品 | 非参加事業者 |

| | | | |
|--|---|------|--------|
| | ピールするという面があるため、消費者にとってのメリットが見えないと感じている | | |
| | 燃費みたいな理解が消費者に進むといい | 日用品 | 非参加事業者 |
| | 市場(市民やNGO)からの強い要求が発生する状況への変化が必要である | 出版 | 非参加事業者 |
| | LCAの結果を、消費者がどこまで理解出来るか疑問 | 電機電子 | 非参加事業者 |
| | ラベル取得の価値を認めてもらうことが重要 消費者からの直接の要求はない | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 消費者の環境ラベルに対する理解が進み、社会的に評価される仕組みが整っている状況 | 工業会 | 非参加事業者 |
| | 消費者からの評価が得られ、訴求力があると参加を考える | 自動車 | 非参加事業者 |