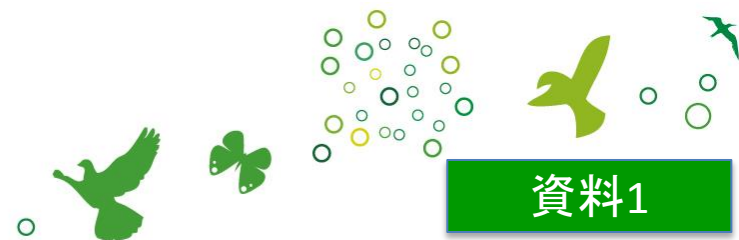




Japan Environmental Management
Association for Industry



資料1

第2回JEMAI環境ラベルコミュニティ プログラムの現況等

2015年2月26日

一般社団法人産業環境管理協会

Copyright(C)2014 JEMAI All Rights Reserved

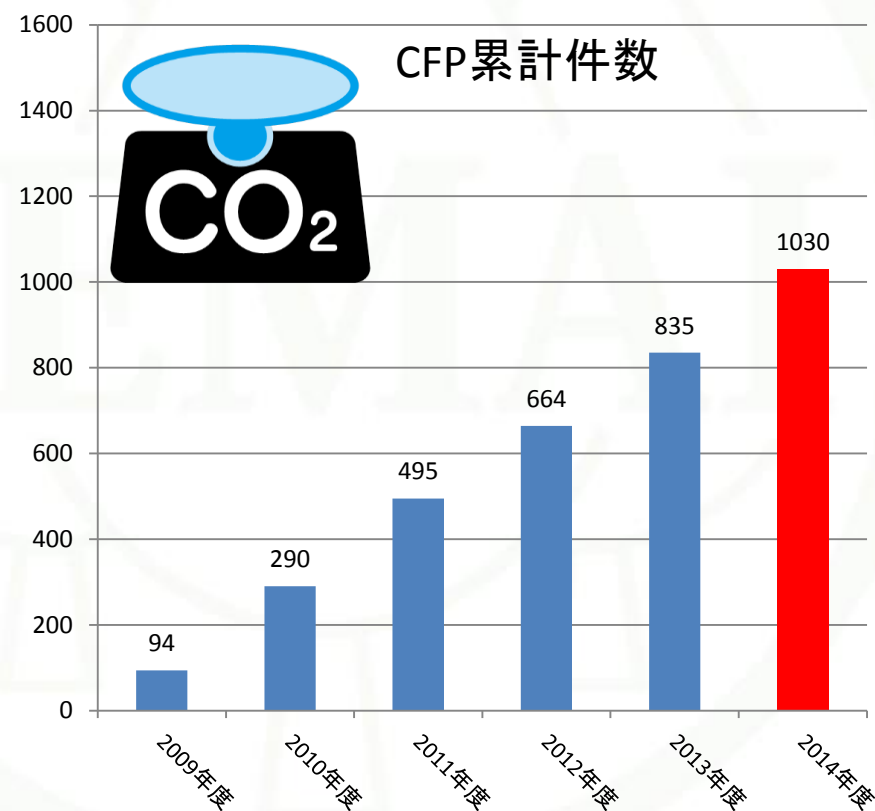
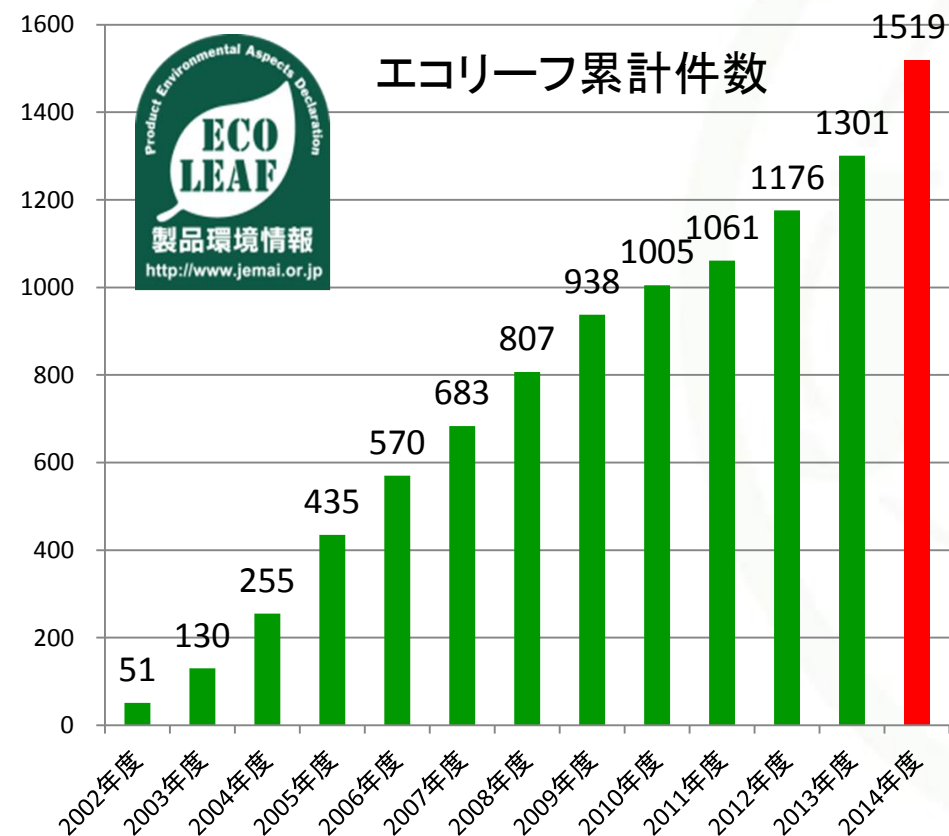


1-1.概況、全体動向等



JEMAI環境ラベル 累計登録数

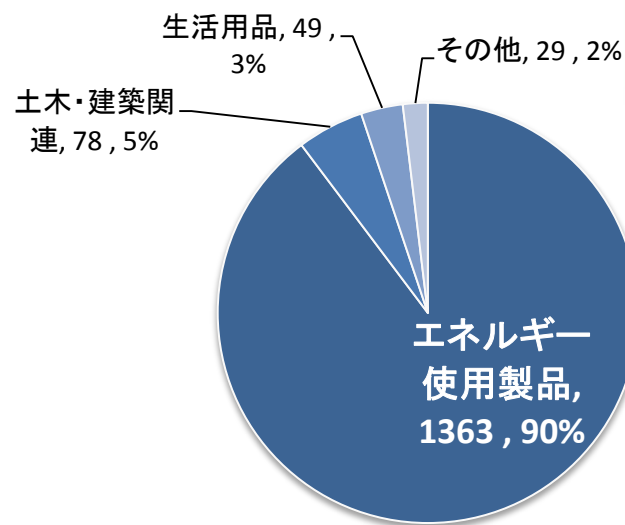
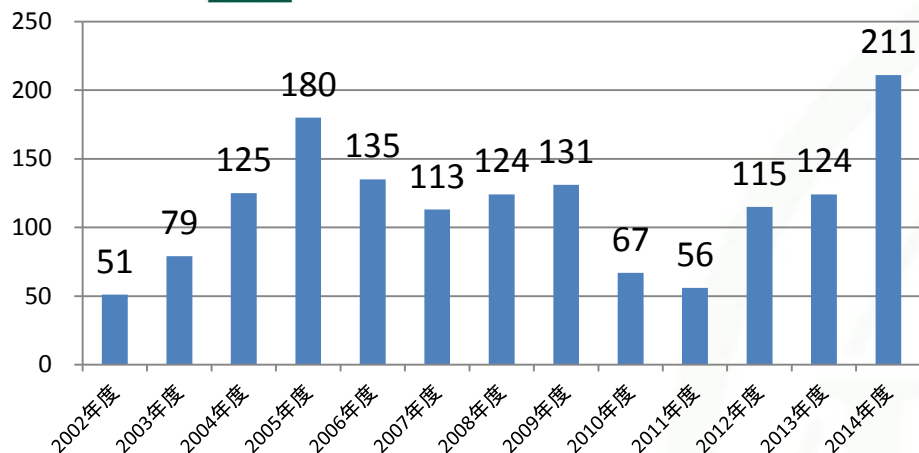
エコリーフ環境ラベルは12月に累計1500件超。
CFPプログラムは2月に累計1000件を突破しました。



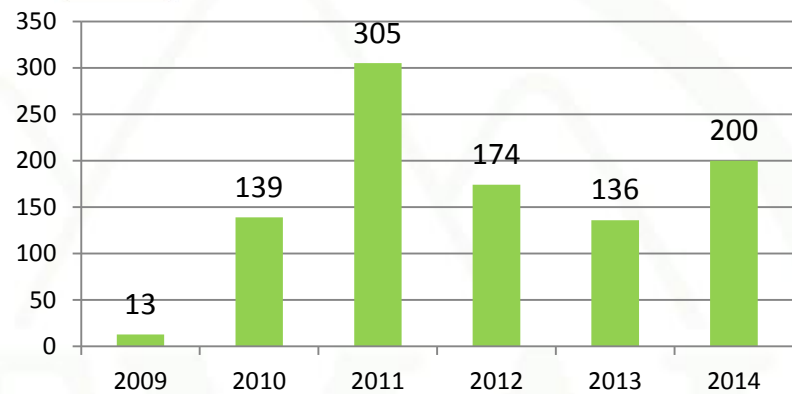
登録製品数



エコリーフ環境ラベル



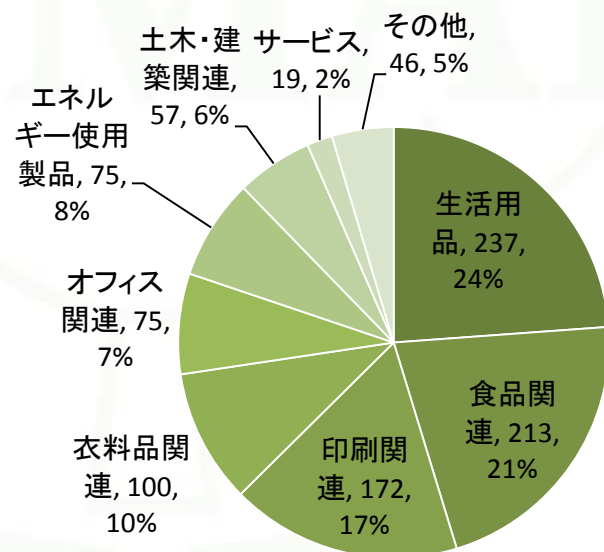
カーボンフットプリント



試行制度期間

(2015/2/23付の登録データ使用)

製品分野別登録数(累計)

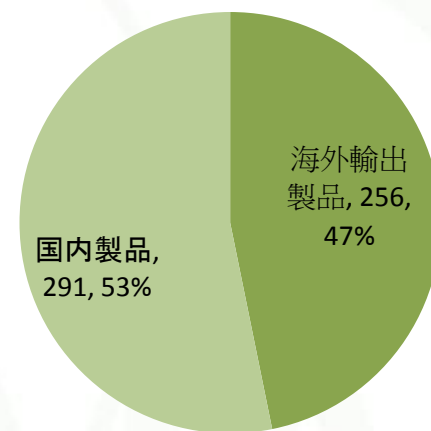
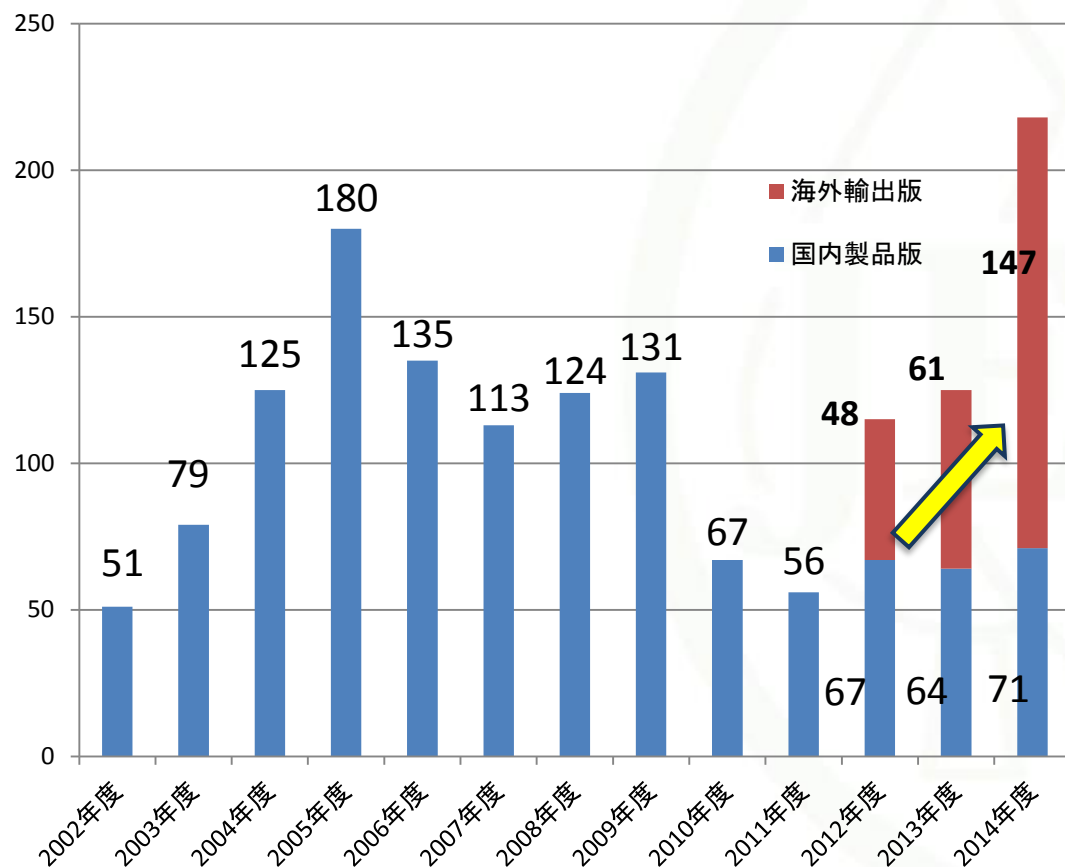


(2015/2/23付の登録データ使用)

【エコリーフ】海外輸出製品での登録が増加中

海外輸出版製品の登録が増加しています。

EPおよびIJプリンタについて
半分近くが海外輸出製品のラベルに



海外の環境ランキング制度
(EPEATなど)で加点されるなど、
LCAの第三者認証が認められ、
海外市場に参入する際の利点に
なっています。

【CFP】どんぐりポイントと、汎用性の高いCFP-PCRからの製品登録

今年度CFP検証を受けた製品の1/3、企業の2/3はどんぐりポイントに関係している。
愛媛どんぐりプロジェクト案件を中心に、加工食品/生活・文化用品のCFP-PCRを使用した製品が多く登録された。

PA-DV 加工食品の対象製品

野菜加工品／果実加工品／茶／コーヒー等／香辛料／めん・パン類／穀類加工品／菓子類／豆類の調整品／その他の農産加工食品／肉製品／酪農製品／加工卵製品／その他の畜産加工食品／加工魚介類／加工海藻類／その他の水産加工食品／調味料・スープ／食用油脂／調理食品／その他の食料品／アルコール飲料／非アルコール飲料



PA-EC 生活・文化用品

台所用品及び食卓用品(銀器、銀めっき品及び類似金属品を除く。)/衣服(履物及び身の回り品を除く。)/身の回り品/履物/装身具、身辺細貨品及び銀器/家庭用繊維製品/家具/冷暖房用、食品調理用器具及び装置(主熱源に電気を使用しない)並びに衛生設備用品/その他の住生活用品/医療用品及び関連製品/医薬品及び関連製品/化粧品、歯みがき、石けん、家庭用合成洗剤及び家庭用化学製品/娯楽装置及びがん具/楽器/スポーツ用具(靴及びユニホームを除く。)/印刷物、フィルム、レコード及びその他の記録物(プログラムを除く。)/文具、紙製品、事務用具及び写真用品



1-2. 料金改定／減額措置



CFP料金関係の変更・キャンペーンについて

●CFPの割引キャンペーンについて(実施対象:2015年登録公開分)

2015年の登録公開料金について、2016年末の精算時に減額する「割引キャンペーン」を実施

- ・割引率:10~50%(割引対象となる活動例に準じて)
- ・売上実績が「0円(販売目的でない)」の場合は、割引対象外
- ・割引は2016年登録更新を行う企業に限定する。

●CFP-PCR認定料の変更

2015年4月以降の申請について

- ・個社による申請の場合は、現在と同様とする。
- ・WGを結成して作成・申請された場合、無償とする。

対価項目			金額
CFP-PCR認定料 (新規/改定)	個社による申請	事前レビューあり	110,000円(税抜)
		事前レビューなし	30,000円(税抜)
	WGによる申請	事前レビューあり	無償
		事前レビューなし	無償

●CFP検証料について

当面変更は行わない。

1-3. 広報関連活動



【広報関連報告】エコプロダクツ2014

エコプロダクツ2014 ブース出展・セミナー開催



参加企業事例



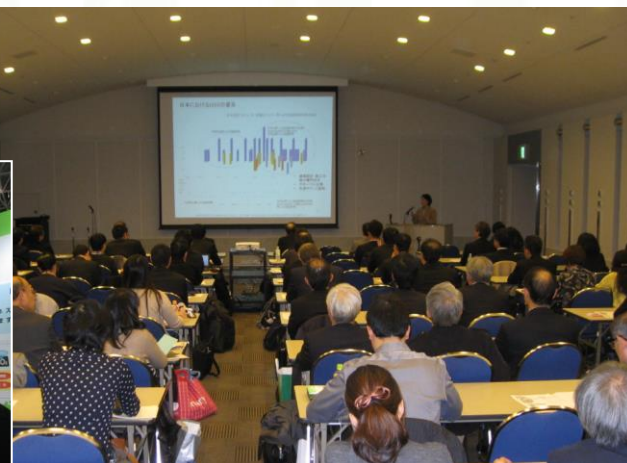
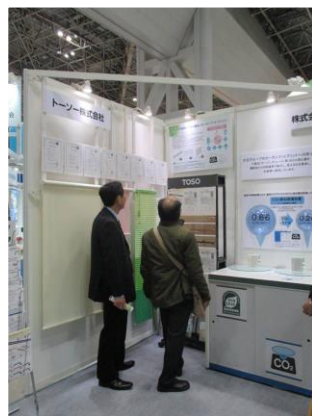
プログラム概要紹介



参加企業一覧



プログラム概要 & 企業紹介動画



LEED x Ecoleafセミナー

ブース内企業展示
(日立製作所・トーソー・ファインテック)

連携出展ブース(日本WPA、丸八製造)

エコプロダクツ2015 開催予定

会 期 : 2015年12月10日(木)～12日(土)

会 場 : 東京ビッグサイト 東ホール

出展申込締切: 2015年7月17日(金)

■パッケージブース(スタンダードブース用)

Aタイプ

1小間… 間口3m×奥行き3m×高さ2.7m

■パッケージブース料金

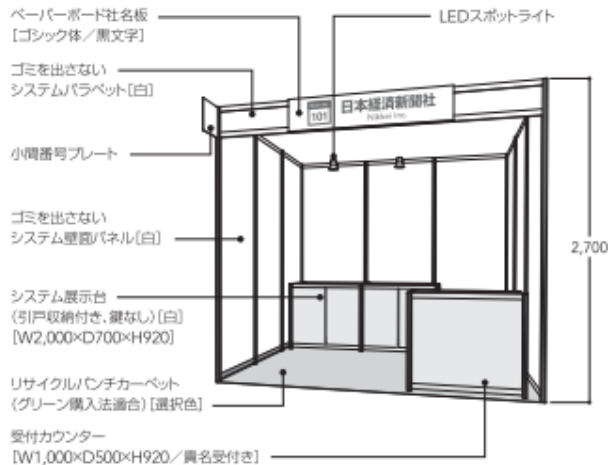
1小間…¥120,200(税抜き)

2小間…¥220,300(税抜き)

3小間…¥310,500(税抜き)

■基本設備(基本設備に含まれる備品等と他の物との交換はできません。)

- バレーボード社名板
※2小間以上の場合、3m間隔で支柱が入ります。
- 社名板[小間番号付き、1社1枚]
※希望出展者のみ和英併記にできます。
- リサイクルバンチカーペット(グリーン購入法適合)
[選択色: グレー、ブルー、グリーン、レッド]
- 受付カウンター[貴名受付、1社1台]
- システム展示台[W2,000×D700×H920、1小間につき1台]
- パイプイス[1社1脚]
- 電気一次側幹線工事及び電気使用料[1小間につき1kW]
- LEDスポットライト[1小間につき8.7W×2灯] ※8.7Wで60W相当
- 2口コンセント[1小間につき1ヶ、1kWまで]
(スポットライトを追加すると使用できる電気量は少なくなります。)



【参考】

個社で1小間(9㎡)を申し込んだ場合の
税抜出展費用の目安(税抜)

出展小間料…320,000円

パッケージブース料金…120,200円

【広報関連報告】 JEMAI環境ラベルYoutube動画作成



https://www.youtube.com/channel/UC5mMbztvFQ_bT04j3L7ANpg



CFPプログラム概要編



参加企業紹介編



丸八製造編



トソー編



日立製作所編

今後エコリーフ関連の紹介動画他を作成予定です。

1-3. 削減マークに関するアンケート報告



削減マークに関するアンケート概要

【背景と目的】エコリーフは10年以上、CFPプログラムは制度試行事業から数えて6年が経過しようとしており、両プログラムの方針等について、見直しを行っている。

定量型環境ラベルは、直接「環境によい」ことを表すものではないため、よりわかりやすく環境配慮をアピールする「削減マーク」の必要性が問われてきた。

「削減マーク」の採用には様々なメリット/デメリットや課題が考えられるため、今後の在り方等について判断材料とするべく、アンケートを実施した。

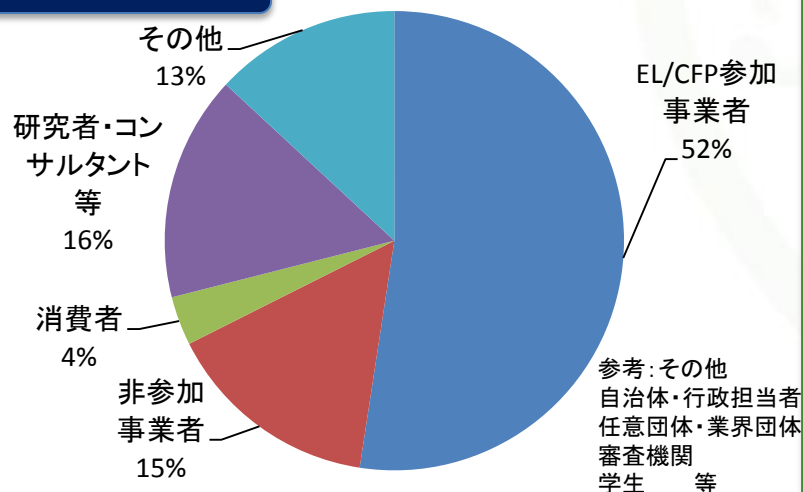
【アンケート方法】インターネット上のアンケート

【回答収集期間】2015年1月13日～2015年2月6日

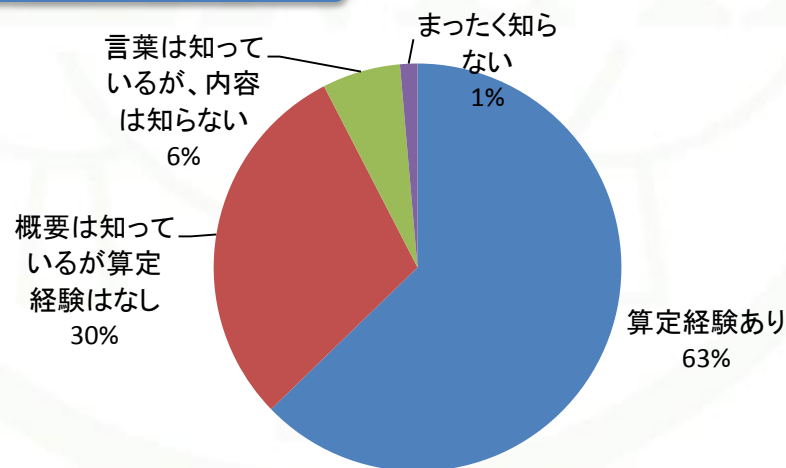
【有効回答数】145

【回答者の内訳】

回答者の属性

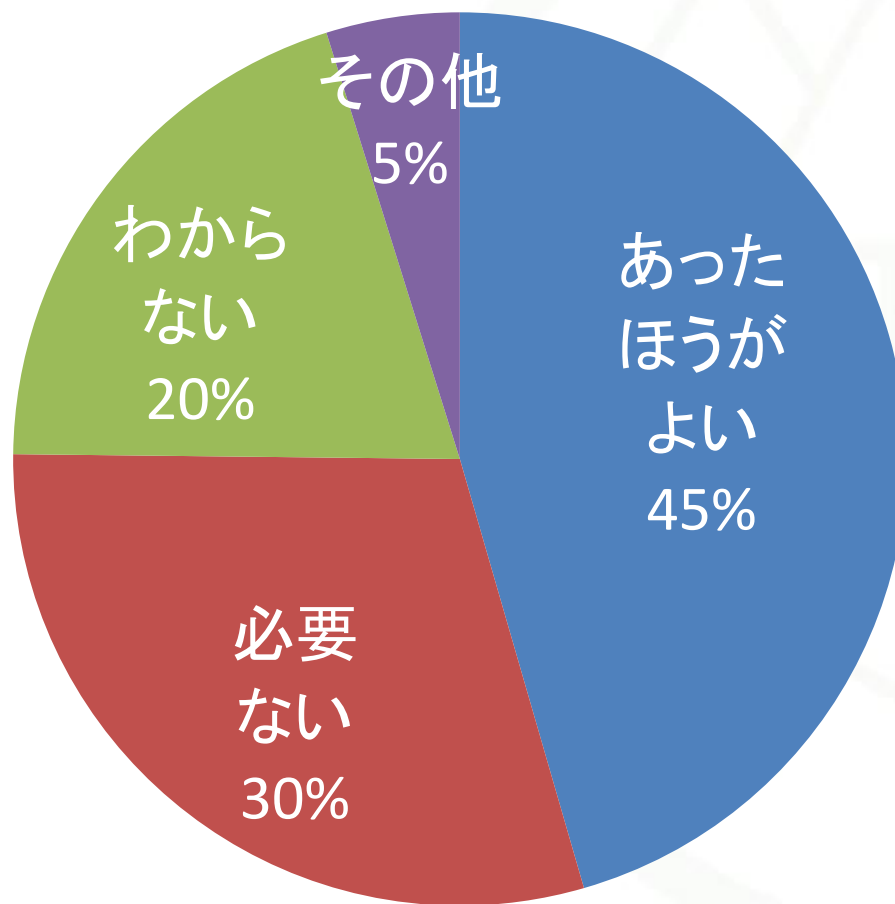


LCA算定経験の有無



削減マークはあった方がよいと思いますか？【回答者全員】

全体で見ると、あった方がよい、とする回答が一番多い。



●その他の意見

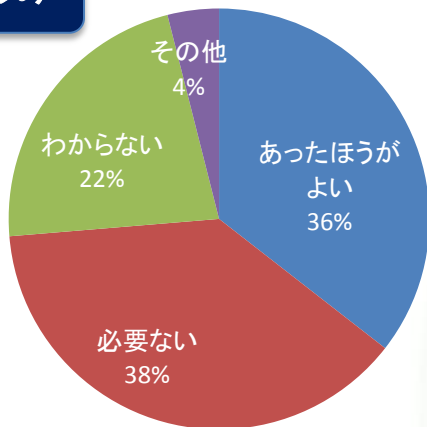
- ・今はまだ議論すべき段階にない。
- ・現状で十分
- ・製品による。向き不向きがある。
- ・開発が困難なのは。
- ・製造する側の自主性に任せるべき。

回答者：145人

削減マークはあった方がよいと思いますか？【属性別】

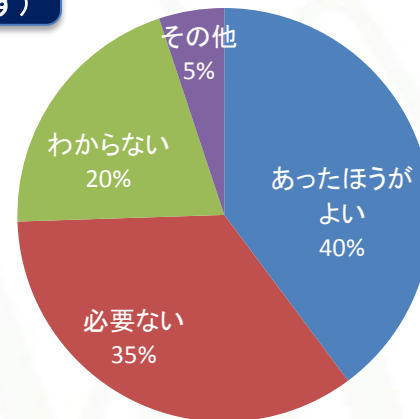
実際に表示をする事業者側の立場からは、あった方がよいと必要ないがほぼ拮抗。
マークを見る側・算定の知識がない人からはあった方がよいとする意見が多く集まった。

参加事業者のみ



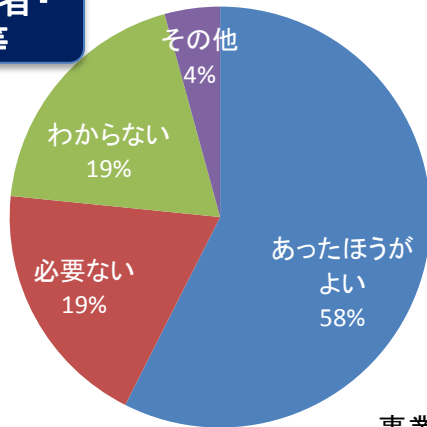
参加事業者: 76人

事業者のみ
(参加・不参加問わず)



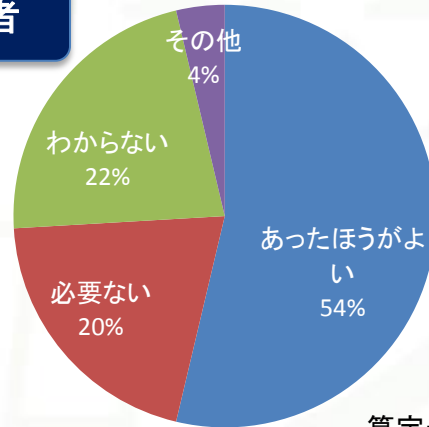
事業者: 98人

消費者・研究者・
コンサル等



事業者を除く: 47人

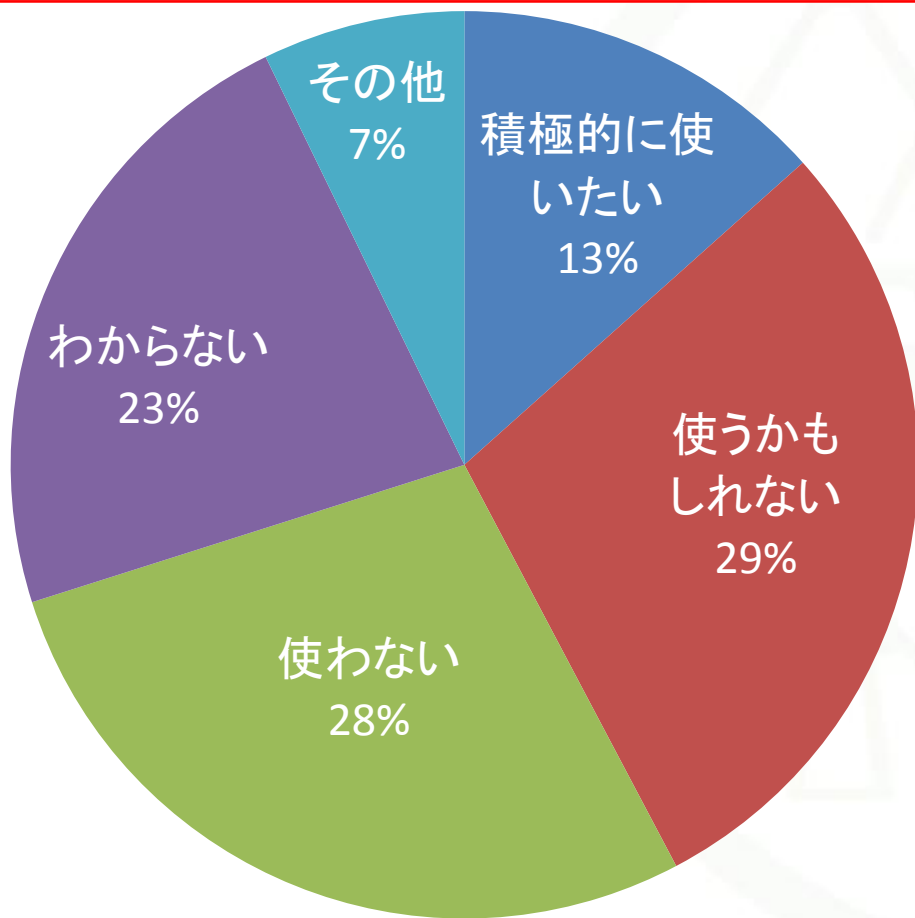
算定未経験者



算定未経験者: 54人

削減マークがあったら使いたいですか？【事業者のみ】

使うかもしれない(状況を見ながら検討)が最多数。
 明確に使うか/使わないか、という考え方では、使わないという回答が積極的に使いたいの倍という結果になった。(参加の有無では比率はほぼ変わらず)

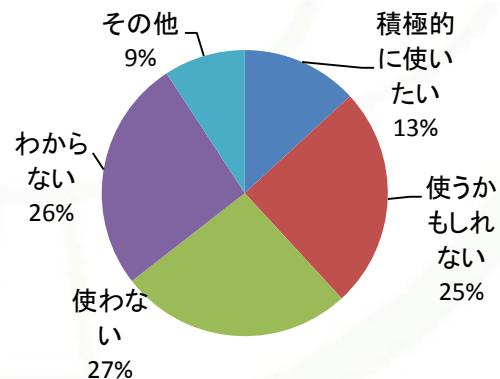


事業者のみ: 97人
 (事業者98名のうち1名未回答)

●その他の意見

- ・未だ判断すべき時期でない。時期尚早。
- ・自社は積極的に採用したいが、取引先の方針による。
- ・既存のマークの認知後。
- ・納期が間に合えば。
- ・使いたくないが、他社が使ったら商売戦略上、やらざるをえない。

★参考: 参加事業者のみ(76人)



要約① 削減マークに肯定的な意見

タイプⅢラベルは「情報の読み手が判断する」ことが特徴であるが、読み手のレベルが追いついていないために、せっかくの努力が認められていないことを課題と感じており、現状のマークの知名度、理解度の低さを、新しくわかりやすいマークで改善してゆくことに関して、肯定的な意見が寄せられた。

- ・対外的なアピールに使いたい、という意見とともに、今需要があるかどうかよりも、やるべき、という意味を持った意見が寄せられた。

また、前出の質問で「削減マークはタイプⅡでやればよい」という意見が複数あったのに対し、自前でタイプⅡを実施することが困難な企業のニーズもある、という意見も挙げられた。

- ・一定の条件を満たせば、という条件を挙げる意見が多く寄せられた。販売促進になる、認められる、他社もやるなら、作業・費用の負荷が低ければ、等、現状のエコリーフ/CFPの課題とほぼ同様の要望となっているものが多い。

要約② 削減マークに否定的な意見

- ・「タイプⅢであること」に参加意義を認めていた事業者からは、否定的な意見が目立った。
- ・現実的に削減マークの認定を行った場合の手法に関する懸念も高い。
- ・新たなマークや取組よりも、現状プログラム・既存マークでの一歩進んだコミュニケーションの模索、購買促進につながる普及促進に関する要望が多かった。

今後の計画案

- ・削減マークの活用に向きながらご意見の方々にヒアリングを実施。
- ・WGを立ち上げ、2015年からの欧州委員会の環境フットプリントコミュニケーションのテストや削減貢献量表示等の動向を確認しながら検討を行う。
- ・今後の製品環境配慮のコミュニケーション手法について、検討の内容を随時コミュニティ会合、WEBサイト等にて報告する。

ご清聴ありがとうございました。

