

分野横断(短期・中長期)

評価項目	評価の視点	評価指標	評価手法	
<p>＜評価項目Ⅰ＞ 企業自らの事業活動における環境負荷低減</p>	<p>企業が環境負荷低減に関する経営方針を明確に打ち出していること等、環境経営のための方針・体制を整備していることを評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営のための方針・体制を整備している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■ 環境マネジメントシステムの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 全社横断体制(環境部会等)の設置 ■ 環境法令遵守規定 ■ 環境監査体制 ■ ISO14001の取得等 ■ 環境責任者の配備 <p>■ 従業員の環境改善の取組の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 従業員のための環境教育の実施 ■ 従業員レベルで環境改善に取り組む体制 <p>■ グリーン調達</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グリーン調達ガイドライン作成 <p>■ 全体的な経営方針・体制に占める環境経営・体制</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 全事業所を対象とした目標設定・行動計画の策定 ■ 経営方針・推進体制の長期ビジョンの策定 ■ 経営方針・推進体制におけるESG(環境・社会・ガバナンス)の提言 	<p>○ 環境部会等の設置の有無とともに、環境部会等を定期的に開催し、企業の各部門の環境意識を高め環境負荷低減の取組を促進するような実効性の高い運用を行っているか否か等により評価。</p> <p>○ 環境法令遵守規定の有無とともに、当該規定が環境法令遵守の実効性を高める内容になっているか否か等により評価。</p> <p>○ 環境監査体制の有無とともに、当該体制が環境監査の実効性を高める内容になっているか否か等により評価。</p> <p>○ ISO14001の取得や自主宣言型等の環境マネジメントシステムの導入の有無とともに、ISO14001や自主宣言型等の環境マネジメントシステムの内容を効果的に実施しているか否か、今後実施しうる体制を整備しているか否か等により評価。中堅・中小企業は取得率が低いため、取得していることを特に高く評価。</p> <p>○ 環境責任者の配備の有無とともに、当該環境責任者が企業の各部門における環境負荷低減の取組を促進する権能を有しているか否か等により評価。</p> <p>○ 従業員のための環境教育の実施の有無とともに、その内容が従業員の環境意識を高め環境負荷低減の取組を促進するような実効性の高いものであるか否か等により評価。</p> <p>○ 従業員レベルで環境改善に取り組む体制の有無とともに、その内容が従業員の環境意識を高め環境負荷低減の取組を促進するような実効性の高いものであるか否か等により評価。</p> <p>○ グリーン調達ガイドライン作成の有無とともに、当該ガイドラインがグリーン調達を効果的に行うことを可能とする内容となっているか否か、実際にグリーン調達がどの程度行われているか等で評価。</p> <p>○ 全事業所を対象とした目標設定・行動計画の策定の有無とともに、全事業所で目標達成や行動実施のための具体的な取組が行われているか否か等により評価。</p> <p>○ 経営方針・推進体制の長期ビジョンの策定の有無とともに、当該ビジョンが経営トップにより明確に打ち出された一貫した内容であるか否か、中長期的な環境経営の実践につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p> <p>○ 経営方針・推進体制におけるESGの提言の有無とともに、その提言が世界的なESGの価値観と整合性のとれた内容になっているか否か等により評価。中堅・中小企業がESGの提言を行っている場合には世界的視野を有している点を特に高く評価。</p>	
	<p>環境経営の実践</p>	<p>■ 環境関連活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 環境団体加入、環境活動資金提供、自然環境保全活動等 <p>■ 環境負荷低減の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 廃棄物排出量、CO2排出量、エネルギー使用量、コストの削減量 ■ マテリアルフロコスト会計(MFCA)、環境管理会計手法の導入 ■ 企業レベル・製品レベルにおけるLCA手法の導入によるCO2排出量等の環境負荷の定量的測定 <p>■ 環境経営促進のための取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 環境経営手法の導入や環境負荷低減活動に関する戦略などの策定 ■ 現時点で有している環境経営促進のための技術のレベル ■ 環境経営促進のための技術開発等の実施 ■ 環境関連技術開発等へのR&D投資額 	<p>○ 環境団体加入、環境活動資金提供、自然環境保全活動等の有無とともに、資金提供や活動の頻度等により評価。中堅・中小企業がこれらの活動を行っている場合には特に高く評価。</p> <p>○ 廃棄物排出量、CO2排出量、エネルギー使用量等の絶対値とともに、過去の数値からどの程度改善されてきたか、業界の平均値との比較でどの程度の位置にあるか、将来どの程度の改善が見込まれるか、経済価値との比較(環境効率)等により評価。また、内製率が高い企業は単体での環境負荷が高くなる点等を勘案して評価。さらに、これらの環境負荷低減の取組によるコスト削減等による企業経営改善効果を評価。</p> <p>○ MFCA、環境管理会計手法の導入の有無とともに、当該手法により廃棄物等のロスを見る化し、その改善のための設備投資等を行っているか、さらにその結果どの程度のロスの改善を実現したか等により評価。中堅・中小企業は導入率が低いため、このような手法を導入している場合には特に高く評価。また、内製率が高い企業は単体での環境負荷が高くなる点等を勘案して評価。さらに、これらの環境負荷低減の取組によるコスト削減等による企業経営改善効果を評価。</p> <p>○ LCA手法の導入の有無とともに、LCAにより環境負荷を見る化し、環境負荷低減のための具体的な取組を行っているか否か、実際にどの程度低減されたか等により評価。中堅・中小企業は導入率が低いため、このような手法を導入している場合には特に高く評価。また、内製率が高い企業は単体での環境負荷が高くなる点等を勘案して評価。さらに、これらの環境負荷低減の取組によるコスト削減等による企業経営改善効果を評価。</p> <p>○ 戦略策定の有無とともに、当該戦略が中長期的な環境経営の実践につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p> <p>○ 現時点での技術レベルが業界平均値との比較でどの程度の位置にあるか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして技術レベルを評価。</p> <p>○ 技術開発等の実施の有無とともに、将来的にどの程度の技術向上が見込まれるか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして将来の技術向上を評価。</p> <p>○ R&D投資額の絶対値とともに、投資全体に占める率、R&Dの将来的な見込み等により評価。</p>	
	<p>環境規範への対応</p>	<p>■ 環境規制への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 国の法令、自治体の条例、社会的に確立した価値観等の環境に関する規範の遵守 ■ 将来予測される環境規制への対応方針等の策定 	<p>○ 環境に関する規範(国の法令、自治体の条例における環境規制及びNPO等の作成する社会的に確立した環境に関する宣言等)遵守の有無等により評価。</p> <p>○ 対応方針等の策定の有無とともに、当該方針が将来予測される環境規制の遵守につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p>	
	<p>＜評価項目Ⅱ＞ 製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>環境ビジネス(環境負荷低減に資する製品・サービスの生産・販売全般)を行い、市場でのシェアを拡大し、高い成長率と収益率をもたらしている活動を評価。 評価に当たっては、製品・サービスの単体としての環境負荷低減効果及び社会に与えるトータルの環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、製品・サービスの特性、セクターの特性等の相対値を勘案し、併せて当該事業活動がどの程度の市場規模、販売実績を有し、成長率、収益率をどの程度上げているか等を勘案。さらに、当該ビジネスの国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を勘案。特に、従来のビジネスモデルを変革し、環境技術力を最大限にビジネスの競争力強化につなげる新機軸を打ち出す取組を評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境ビジネスを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■ 環境ビジネスによる環境負荷低減</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 環境ソリューションビジネス、グリーンサービサイジング、環境コミュニティビジネス、環境価値創造(環境アセスメント・環境分析、環境監査、環境コンサルティング、環境IT等)、環境教育・人材等のビジネスによるLCAベースでの製品・サービス単体及び社会全体における環境負荷低減効果 <p>■ 環境ビジネス市場でのシェア拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 環境ビジネスの市場でのシェアを将来的に拡大する戦略等の策定 ■ 現時点でのシェア拡大のための環境技術のレベル ■ シェア拡大のための環境技術開発等 ■ シェア拡大のための環境技術開発等へのR&D投資額 <p>■ 環境配慮設計・製品アセスメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 製品・サービスに関する環境配慮設計・製品アセスメントの実施 	<p>○ 当該環境ビジネスによりLCAベースで製品・サービス単体及び社会全体にどの程度の環境負荷低減効果をもたらしているか(過去との比較での需要者サイドでの環境負荷低減)、将来どの程度の低減が見込まれるか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして環境負荷低減を評価。さらに、当該事業活動の市場規模、販売実績、成長率、収益率、国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を評価。</p> <p>○ 戦略策定の有無とともに、当該戦略が中長期的な市場シェア拡大につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p> <p>○ 現時点での技術レベルが業界平均値との比較でどの程度の位置にあるか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして技術レベルを評価。</p> <p>○ 環境技術開発等の実施の有無とともに、将来的にシェア拡大につながるどの程度の環境技術向上が見込まれるか、国家プロジェクトへの参加の有無等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして将来の技術向上を評価。</p> <p>○ R&D投資額の絶対値とともに、投資全体に占める率、R&Dの将来的な見込み等により評価。</p> <p>○ 環境配慮設計、製品アセスメントへの投資額の絶対値とともに、投資全体に占める率、環境配慮設計、製品アセスメントを適正に行う体制の有無等により評価。</p>
		<p>企業レベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>■ 環境情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 環境報告書、CSR報告書の作成・公表 ■ ウェブ・パンフレット・新聞広告・CM・キャンペーン情報など効果的な環境情報提供 <p>■ 環境情報提供の企業評価への活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 国、自治体等による表彰、認定等の受理 <p>■ ステークホルダーへの環境情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 行政、消費者、NPO等との間でステークホルダーダイアログの実施 ■ BtoCのみならず、サプライチェーン等におけるBtoBの環境コミュニケーションの実施 <p>■ 環境コミュニケーションに関する戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 企業レベルでの環境コミュニケーションに関する戦略等の策定 	<p>○ 環境報告書、CSR報告書の作成・公表の有無とともに、国のガイドライン等に沿った分かりやすく網羅的な内容になっているか否か等により評価。中堅・中小企業が作成・公表している場合は特に高く評価。</p> <p>○ 環境情報提供の有無とともに、その内容が企業の環境情報をステークホルダーに効果的に訴求するものであるか否か等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして環境情報提供の取組を評価。</p> <p>○ 表彰、認定等の受理の有無とともに、受理の回数や内容の充実度等により評価。中堅・中小企業が受理している場合は特に高く評価。</p> <p>○ ステークホルダーダイアログの実施の有無とともに、そのダイアログの成果をどの程度環境経営に反映させているか否か等により評価。中堅・中小企業が実施している場合は特に高く評価。</p> <p>○ BtoBの環境コミュニケーションの実施の有無とともに、当該コミュニケーションによりサプライチェーンにおいて環境負荷低減の取組にどの程度結び付いているか否か等により評価。</p> <p>○ 戦略策定の有無とともに、当該戦略が中長期的な環境コミュニケーションの実践につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p>
		<p>＜評価項目Ⅲ＞ 環境コミュニケーションの実践</p>	<p>■ 製品・サービスに関する環境情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ウェブ・パンフレット・新聞広告・CM・キャンペーン情報など商品・サービスの環境情報提供等の効果的な実施 <p>■ 製品に関する環境情報提供の企業評価への活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 国、自治体等による表彰、認定等の受理 <p>■ ステークホルダーへの製品・サービスに関する環境情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ BtoCのみならず、サプライチェーン等におけるBtoBの環境コミュニケーションの実施 <p>■ 製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションに関する戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションに関する戦略、ブランド戦略等の策定 	<p>○ 環境ラベル導入の有無とともに、どの程度の比率で製品・サービスに貼付されているか、需要者に訴求する情報を提供しているか否か等により評価。中堅・中小企業が導入している場合は特に高く評価。当該商品・サービスに表示されるCO2排出量などの削減削減されているか、平均値との比較においてどのような位置にあるか、将来の削減見込みはどの程度か等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らしてCO2排出量削減を評価。</p> <p>○ 環境情報提供の有無とともに、その内容が製品・サービスの環境情報をステークホルダーに効果的に訴求するものであるか否か等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして環境情報提供の取組を評価。</p> <p>○ 表彰、認定等の受理の有無とともに、受理の回数や内容の充実度等により評価。中堅・中小企業が受理している場合は特に高く評価。</p> <p>○ BtoBの製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションの実施の有無とともに、当該コミュニケーションによりサプライチェーンにおいて環境負荷低減の取組にどの程度結び付いているか否か等により評価。</p> <p>○ 戦略策定の有無とともに、当該戦略が中長期的な環境コミュニケーション、ブランド化の実践につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p>

温暖化防止・省エネ(短期・中長期)

評価項目		評価の視点	評価指標		評価手法
<p>＜評価項目Ⅰ＞ 企業自らの事業活動における環境負荷低減</p>	<p>環境経営のための方針・体制</p>	<p>企業が環境負荷低減に関する経営方針を明確に打ち出していること等、環境経営のための方針・体制を整備していることを評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営のための方針・体制を整備している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■温暖化防止に関する行動指針</p>	<p>■経団連地球環境憲章、経団連環境アピール等に基づいた温暖化防止に関する中長期的な行動指針の策定</p>	<p>○ 指針策定の有無とともに、当該指針が中長期的な温暖化防止につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p>
	<p>環境経営の実践</p>	<p>環境経営手法を導入していること、設備導入、技術開発、環境関係の法令に基づく環境負荷低減、環境に関する社会活動を行っていること等、環境経営の実践による業務プロセスでの環境負荷低減を評価。 評価に当たっては、環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、セクターの特性、内製率等の相対値を勘案し、さらにコスト削減等による企業経営改善効果を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営を実践している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■温暖化防止に関する企業としての取組</p>	<p>■チームマイナス6%等のCO2削減の取組への参加 ■カーボンオフセット(グリーン電力証書の購入、CDM、植林等)の実施</p>	<p>○ 参加の有無とともに、活動の頻度やコミット度等により評価。中小企業が参加する場合は特に高く評価。 ○ カーボンオフセットの実施の有無とともに、その前提として、企業自身における環境負荷低減の努力を十分に行っているか否か、その結果としてどの程度のCO2削減量となっているか等により評価。</p>
			<p>■試行排出量取引</p>	<p>■排出量取引の国内統合市場の試行的実施への参加</p>	<p>○参加の有無とともに、自主的な削減目標値、実際の削減努力、目標達成度等により評価。</p>
<p>環境規範への対応</p>	<p>環境規制の遵守や環境リスク等に適切に対応していることを評価。評価に当たっては、環境規制の遵守や環境リスクへの対応ができる体制を整備しているか否か、効果的に規制遵守やリスク対応ができているか否か等を勘案。</p>	<p>■国内クレジット</p>	<p>■国内クレジット制度への参加</p>	<p>○国内クレジット推進協議会の会員となっているか否か、国内クレジット制度への参加の有無とともに、削減量見込みの程度、実際の削減努力、削減量等により評価。</p>	
<p>＜評価項目Ⅱ＞ 製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>環境ビジネス(環境負荷低減に資する製品・サービスの生産・販売全般)を行い、市場でのシェアを拡大し、高い成長率と収益率をもたらしている活動を評価。 評価に当たっては、製品・サービスの単体としての環境負荷低減効果及び社会に与えるトータルの環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、製品・サービスの特性、セクターの特性等の相対値を勘案し、併せて当該事業活動がどの程度の市場規模、販売実績を有し、成長率、収益率をどの程度上げているか等を勘案。さらに、当該ビジネスの国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を勘案。特に、従来のビジネスモデルを変革し、環境技術力を最大限にビジネスの競争力強化につなげる新機軸を打ち出す取組を評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境ビジネスを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■環境ビジネスによるCO2排出量削減</p>	<p>■国民運動支援ビジネス、新エネルギー(太陽光発電システム、ソーラーシステム、燃料電池、風力発電、バイオマス利用等)、エネルギー利用効率化(コージェネレーション、地域冷暖房、住宅断熱化、電力貯蔵システム等)、環境調和型エネルギー供給(地域熱供給、ごみ発電)、環境配慮型製品・サービス(エコマテリアル(環境配慮新素材)、エコプロダクツ(※)、環境関連ソフト・サービス、環境配慮型商品流通等)等のビジネスによるLCAベースでの製品・サービス単体及び社会全体におけるCO2排出量削減効果 (※)エコプロダクツ、ライフサイクルにおける環境負荷が同一のものよりも相対的に低い製品・サービス(最終財(消費財)、中間財(生産財)等)</p>	<p>○ 当該環境ビジネスによりLCAベースで製品・サービス単体及び社会全体にどの程度のCO2排出量削減効果をもたらしているか(過去との比較での需要者サイドでのCO2排出量削減値)、将来どの程度の低減が見込まれるか等により評価。中小企業は企業規模に照らしてCO2排出量削減を評価。さらに、当該事業活動の市場規模、販売実績、成長率、収益率、国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を評価。</p>
			<p>■製品・サービスのCO2排出量</p>	<p>■エコリーフ、カーボンフットプリント等で算定・表示される商品・サービスのライフサイクル全体でのCO2排出量</p>	<p>○ 当該製品・サービスに表示されるCO2排出量がどの程度削減されているか、平均値との比較においてどのような位置にあるか、将来の削減見込みはどの程度か等により評価。中小企業は企業規模に照らしてCO2排出量削減を評価。</p>
			<p>■省エネ法における特定機器の省エネ、燃費</p>	<p>■省エネ法における特定機器(21)のトップランナー方式の省エネ基準、燃費基準等</p>	<p>○ 省エネ基準、燃費基準の達成率、どの程度早く基準を達成したか、過去の年間当たりの省エネ向上率、燃費向上率、将来の向上率の見込み等により評価。</p>
<p>＜評価項目Ⅲ＞ 環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業レベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業における環境情報を消費者、投資家、金融機関等のステークホルダーに対し統一的に正確に情報提供を行う活動を評価。 評価に当たっては、これらの環境情報提供の内容がステークホルダーとの適切なコミュニケーションにより正確に理解され、企業評価に実際に活用されているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■CO2排出量等に関する情報提供</p>	<p>■企業レベル、サプライチェーンレベルのCO2排出量等に関する情報提供の世界的な取組への参加(CDP、CDSB等)</p>	<p>○ 参加の有無とともに、活動の頻度や情報提供の程度、詳細かつ分かりやすい情報提供を行っているか否か等により評価。中小企業が参加する場合は特に高く評価。</p>
	<p>製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>環境負荷低減に資する収益事業の展開に当たり、需要者が環境に配慮した製品・サービスを適切に選択できるように、統一的な制度に基づく(独自の自己宣言型ではない)店頭における環境ラベルや様々な媒体により、当該製品・サービスの環境情報を開示することや、環境に配慮した製品・サービスであることをブランドとして積極的にPRすること等により、製品・サービスにおける環境配慮面でのコミュニケーションを図る活動を評価。評価に当たっては、製品・サービスの環境情報を需要者に分かりやすく正確に伝え、当該製品・サービスの環境ブランド力を発揮し、市場競争力を高めているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■製品・サービスレベルの温暖化に関する環境関連情報の提供</p>	<p>■製品・サービスのライフサイクル全体でのCO2排出量を算定・表示するカーボンフットプリントの導入 ■家電製品等の省エネラベリング制度に基づくラベル表示 ■自動車の燃費性能に係る車体表示 ■その他の製品・サービスに関する情報提供</p>	<p>○ これらの環境ラベル等による表示の有無とともに、どの程度の比率で製品・サービスに関する当該情報の表示を行っているか、需要者に訴求する情報を提供しているか否か、表示された環境情報の改善がどの程度行われているか等により評価。中小企業が実施している場合は特に高く評価。</p>

3R(短期・中長期)

評価項目	評価の視点	評価指標	評価手法	
<p>＜評価項目Ⅰ＞ 企業自らの事業活動における環境負荷低減</p>	<p>環境経営のための方針・体制</p> <p>企業が環境負荷低減に関する経営方針を明確に打ち出していること等、環境経営のための方針・体制を整備していることを評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営のための方針・体制を整備している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■廃棄物・リサイクルガバナンスの体制</p> <p>■経済産業省の「排出事業者のための廃棄物・リサイクルガバナンスガイドライン」に沿った体制構築と社内ルールの策定</p> <p>■3Rに関する行動指針</p> <p>■経団連環境アピール等に基づいた3Rに関する中長期的な行動指針の策定</p>	<p>○体制構築と社内ルール策定の有無とともに、当該体制やルールがガイドラインに沿った内容であるか否か、中長期的なリサイクル向上につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p> <p>○指針策定の有無とともに、当該指針が中長期的な3R向上につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p>	
	<p>環境経営の実践</p> <p>環境経営手法を導入していること、設備導入、技術開発、環境関係の法令に基づく環境負荷低減、環境に関する社会活動を行っていること等、環境経営の実践による業務プロセスでの環境負荷低減を評価。 評価に当たっては、環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、セクターの特性、内製率等の相対値を勘案し、さらにコスト削減等による企業経営改善効果を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営を実践している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■容器包装の3Rへの取組</p> <p>■小売業者における容器包装の薄肉化・軽量化、量り売り、レジ袋の有料化、マイパックの配布等による容器包装廃棄物の排出抑制</p> <p>■容器包装リサイクル率</p> <p>■家電リサイクル率</p> <p>■建設リサイクル率</p> <p>■自動車リサイクル率</p> <p>■食品リサイクル率</p> <p>■資源有効利用促進法に基づく副産物の発生抑制等に関する計画書に盛り込まれた副産物の発生抑制等に関する実績値及び目標、計画内容</p> <p>■3R設備の導入</p> <p>■3R設備の導入率</p> <p>■3Rに配慮した設計・調達</p> <p>■サプライチェーンにおける川上・川中の工程くず削減等に配慮した川下企業における設計・調達の実施</p> <p>■マテリアルフローの把握・公表</p> <p>■生産活動におけるマテリアルフローの把握・公表</p>	<p>○廃棄物が過去の数値からどの程度改善されてきたか、業界の平均値との比較でどの程度の位置にあるか、将来どの程度の改善が見込まれるか等により評価。</p> <p>○リサイクル率の絶対値とともに、過去の数値からどの程度改善されてきたか、業界の平均値との比較でどの程度の位置にあるか、将来どの程度の改善が見込まれるか等により評価。また、内製率が高い企業は単体での環境負荷が高くなる点等を勘案して評価。さらに、これらの環境負荷低減の取組によるコスト削減等による企業経営改善効果を評価。</p> <p>○製品の生産量に対する副産物の発生量の比率等が過去の数値からどの程度改善されてきたか、業界の平均値との比較でどの程度の位置にあるか、将来どの程度の改善が見込まれるか等により評価。</p> <p>○導入率とともに、導入により廃棄物発生量等の削減をどの程度達成したか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして廃棄物排出量等の削減を評価。</p> <p>○設計・調達の実施の有無とともに、サプライチェーンにおける工程くず発生量をどの程度削減したか等により評価。</p> <p>○生産活動におけるマテリアルフローの把握・公表の有無等により評価。</p>	
	<p>環境規範への対応</p> <p>環境規制の遵守や環境リスク等に適切に対応していることを評価。評価に当たっては、環境規制の遵守や環境リスクへの対応ができる体制を整備しているか否か、効果的に規制遵守やリスク対応ができていないか等を勘案。</p>	<p>■廃棄物に関する法規制への対応</p> <p>■廃棄物の投棄に関する規制の遵守</p>	<p>○将来のリスクファクターとなる廃棄物の不法投棄等を行っていないか等により評価。</p>	
	<p>＜評価項目Ⅱ＞ 商品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>商品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p> <p>環境ビジネス(環境負荷低減に資する製品・サービスの生産・販売全般)を行い、市場でのシェアを拡大し、高い成長率と収益率をもたらしている活動を評価。 評価に当たっては、製品・サービスの単体としての環境負荷低減効果及び社会に与えるトータルな環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、製品・サービスの特性、セクターの特性等の相対値を勘案し、併せて当該事業活動がどの程度の市場規模、販売実績を有し、成長率、収益率をどの程度上げているか等を勘案。さらに、当該ビジネスの国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を勘案。特に、従来のビジネスモデルを革新し、環境技術力を最大限にビジネスの競争力強化につなげる新機軸を打ち出す取組を評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境ビジネスを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■廃棄物処理等の環境関連ビジネスによる廃棄物削減</p> <p>■廃棄物処理、リサイクル装置(プラント)、埋立処分場造成、廃棄物処理・リサイクル(一般廃棄物処理、産業廃棄物処理、中古品流通、リペア、使用済製品・食品等リサイクル)、下水処理、尿処理等のビジネスによるLCAベースでの製品・サービス単体及び社会全体における廃棄物削減効果。</p>	<p>○当該製品・サービスがLCAベースで製品・サービス単体及び社会全体にどの程度の廃棄物削減効果をもたらしているか(過去との比較での需要者サイドでの廃棄物削減値)、将来どの程度の低減が見込まれるか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして廃棄物削減を評価。さらに、当該事業活動の市場規模、販売実績、成長率、収益率、国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を評価。</p>
	<p>＜評価項目Ⅲ＞ 環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業レベルでの環境コミュニケーションの実践</p> <p>企業における環境情報を消費者、投資家、金融機関等のステークホルダーに対し統一的に正確に情報提供を行う活動を評価。 評価に当たっては、これらの環境情報提供の内容がステークホルダーとの適切なコミュニケーションにより正確に理解され、企業評価に実際に活用されているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>—</p>	<p>—</p>
<p>製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションの実践</p> <p>環境負荷低減に資する収益事業の展開に当たり、需要者が環境に配慮した製品・サービスを適切に選択できるように、統一的な制度に基づく(独自の自己宣言型ではない)店頭における環境ラベルや様々な媒体により、当該製品・サービスの環境情報を開示することや、環境に配慮した製品・サービスであることをブランドとして積極的にPRすること等により、製品・サービスにおける環境配慮面でのコミュニケーションを図る活動を評価。評価に当たっては、製品・サービスの環境情報を需要者に分かりやすく正確に伝え、当該製品・サービスの環境ブランド力を発揮し、市場競争力を高めているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>		<p>■製品・サービスの3R配慮情報の提供</p> <p>■製品の3R配慮情報提供等の実施</p>	<p>○表示の有無とともに、どの程度の比率で製品・サービスに関する当該情報の表示を行っているか、需要者に訴求する情報を提供しているか否か、表示された環境情報の改善がどの程度行われているか等により評価。中堅・中小企業が実施している場合は特に高く評価。</p>	

公害防止（短期・中長期）

評価項目	評価の視点	評価指標	評価手法	
<p>＜評価項目Ⅰ＞ 企業自らの事業活動における環境負荷低減</p>	<p>環境経営のための方針・体制</p>	<p>■ 公害防止方針・体制</p>	<p>○ 体制整備の有無、法律の趣旨に沿った内容であるか否か等により評価。 ○ 公害防止ガイドラインの内容に沿った方針となっているか否か等により評価。 ○ 方針策定の有無とともに、当該方針が中長期的な低公害車両の優先利用につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p>	
	<p>環境経営の実践</p>	<p>■ 公害防止に関する環境管理</p>	<p>○ 公害防止ガイドラインの内容に沿った環境管理を実施しているか否か等により評価。 ○ 適正に管理・チェックされ、効果的な環境規制の遵守や環境負荷物質汚染リスク対応等ができていないか否か等により評価。 ○ 低公害車両を優先利用しているか否か、それにより従来の車両利用からどの程度の環境負荷低減効果があるか等により評価。 ○ 環境規制の遵守の有無等により評価。 ○ 現時点におけるリスク対応、将来のリスクに備えた体制整備等により評価。</p>	
	<p>環境規範への対応</p>	<p>■ 環境負荷に関する規制への対応 ■ 公害防止方針・体制(再掲)</p>	<p>○ 各環境規制の遵守の有無等により評価。 ○ 特定工場における公害防止組織の整備に関する法律に基づく体制の整備</p>	
	<p>＜評価項目Ⅱ＞ 製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>■ 環境ビジネスによる公害防止</p>	<p>○ 当該環境ビジネスによりLCAベースで製品・サービスの単体及び社会全体にどの程度の公害防止効果をもたらしているか(過去との比較での需要者サイドでの公害防止値)、将来どの程度の低減が見込まれるか、経済価値との比較(環境効率)等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして公害防止効果の評価。さらに、当該事業活動の市場規模、販売実績、成長率、収益率、国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を評価。</p>
	<p>＜評価項目Ⅲ＞ 環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業レベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>■ ステークホルダーへの公害防止に関する情報提供</p>	<p>○ 公害防止ガイドラインの内容に沿ったコミュニケーションを行っているか否か、その結果を公害防止に関する環境管理に反映しているか否か等により評価。 ■ 「公害防止に関する環境管理の在り方」に関する報告書(公害防止ガイドライン)に沿ったステークホルダー(行政、地域、顧客、関係会社等)とのコミュニケーションの実施</p>
	<p>＜評価項目Ⅲ＞ 環境コミュニケーションの実践</p>	<p>製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>■ 製品・サービスの公害防止関連情報の提供</p>	<p>○ 導入の有無とともに、どの程度の比率で低公害車に貼付されているか等により評価。中堅・中小企業が導入している場合は特に高く評価。 ■ 低自動車排ガス(自動車NOxPM法適合車)ラベルの導入</p>

化学物質管理（短期・中長期）

評価項目		評価の視点	評価指標		評価手法
＜評価項目Ⅰ＞ 企業自らの事業活動における環境負荷低減	環境経営のための方針・体制	企業が環境負荷低減に関する経営方針を明確に打ち出していること等、環境経営のための方針・体制を整備していることを評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営のための方針・体制を整備している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。	■揮発性有機化合物（VOC）に関する行動計画	■「事業者等による揮発性有機化合物（VOC）の自主的取組促進のための指針」に基づいた自主行動計画の策定	○自主行動計画の内容が指針に沿ったものであるか否か、自主的取組を促進するための実効性を有しているか等により評価。
	環境経営の実践	環境経営手法を導入していること、設備導入、技術開発、環境関係の法令に基づく環境負荷低減、環境に関する社会活動を行っていること等、環境経営の実践による業務プロセスでの環境負荷低減を評価。 評価に当たっては、環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、セクターの特性、内製率等の相対値を勘案し、さらにコスト削減等による企業経営改善効果を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営を実践している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。	■VOC排出削減の取組	■VOC排出削減自主的取組等、公害防止に向けた事業者主導の取組へ参加	○参加の有無とともに、VOC排出削減をどの程度実現しているか等により評価。
			■化学物質の適正管理	■VOC排出削減の自主行動計画に基づく体制の整備、排出抑制対策の導入、毎年度実績報告、目標達成可能性等の評価	○体制整備、排出抑制対策、毎年度の実績報告、目標達成可能性等の評価の有無とともに、VOC排出削減をどの程度実現しているか等により評価。
	環境規範への対応	環境規制の遵守や環境リスク等に適切に対応していることを評価。評価に当たっては、環境規制の遵守や環境リスクへの対応ができる体制を整備しているか否か、効果的に規制遵守やリスク対応ができていくか否か等を勘案。	■化学物質管理規制への対応	■PRTR法等の化学物質管理規制等の遵守	○規制の遵守の有無等により評価。
■汚染リスクへの対応			■汚染リスクへの対応に係る長期的方針等の策定	○方針策定の有無とともに、当該方針が中長期的な汚染リスク対応につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。	
＜評価項目Ⅱ＞ 製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減	製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減	環境ビジネス（環境負荷低減に資する製品・サービスの生産・販売全般）を行い、市場でのシェアを拡大し、高い成長率と収益率をもたらしている活動を評価。 評価に当たっては、製品・サービスの単体としての環境負荷低減効果及び社会に与えるトータルの環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、製品・サービスの特性、セクターの特性等の相対値を勘案し、併せて当該事業活動がどの程度の市場規模、販売実績を有し、成長率、収益率をどの程度上げているか等を勘案。さらに、当該ビジネスの国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を勘案。特に、従来のビジネスモデルを変革し、環境技術力を最大限にビジネスの競争力強化につなげる新機軸を打ち出す取組を評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境ビジネスを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。	-	-	
＜評価項目Ⅲ＞ 環境コミュニケーションの実践	企業レベルでの環境コミュニケーションの実践	企業における環境情報を消費者、投資家、金融機関等のステークホルダーに対し統一的に正確に情報提供を行う活動を評価。 評価に当たっては、これらの環境情報提供の内容がステークホルダーとの適切なコミュニケーションにより正確に理解され、企業評価に実際に活用されているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。	-	-	
	製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションの実践	環境負荷低減に資する収益事業の展開に当たり、需要者が環境に配慮した製品・サービスを適切に選択できるように、統一的な制度に基づく（独自の自己宣言型ではない）店頭における環境ラベルや様々な媒体により、当該製品・サービスの環境情報を開示することや、環境に配慮した製品・サービスであることをブランドとして積極的にPRすること等により、製品・サービスにおける環境配慮面でのコミュニケーションを図る活動を評価。評価に当たっては、製品・サービスの環境情報を需要者に分かりやすく正確に伝え、当該製品・サービスの環境ブランド力を発揮し、市場競争力を高めているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。	■製品・サービスの化学物質に関する環境情報の提供	■低VOC製品等の環境ラベルを導入	○導入の有無とともに、どの程度の比率で製品に貼付されているか等により評価。中堅・中小企業が導入している場合は特に高く評価。

水資源確保（短期・中長期）

評価項目		評価の視点	評価指標		評価手法
<p>＜評価項目Ⅰ＞ 企業自らの事業活動における環境負荷低減</p>	<p>環境経営のための方針・体制</p>	<p>企業が環境負荷低減に関する経営方針を明確に打ち出していること等、環境経営のための方針・体制を整備していることを評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営のための方針・体制を整備している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	-	-	
	<p>環境経営の実践</p>	<p>環境経営手法を導入していること、設備導入、技術開発、環境関係の法令に基づく環境負荷低減、環境に関する社会活動を行っていること等、環境経営の実践による業務プロセスでの環境負荷低減を評価。 評価に当たっては、環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、セクターの特性、内製率等の相対値を勘案し、さらにコスト削減等による企業経営改善効果を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営を実践している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■水のリサイクルへの取組</p>	<p>■排水の再利用、排水処理に伴い発生する汚泥の再資源化等の有効活用率</p>	<p>○排水再利用、汚泥の再資源化率とともに、どの程度の資源利用削減、コスト削減等を実現したか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして再利用、再資源化、資源利用削減、コスト削減等を評価。</p>
	<p>環境規範への対応</p>	<p>環境規制の遵守や環境リスク等に適切に対応していることを評価。評価に当たっては、環境規制の遵守や環境リスクへの対応ができる体制を整備しているか否か、効果的に規制遵守やリスク対応ができていのか否か等を勘案。</p>	<p>■水保全に関する規制等への対応</p>	<p>■水質汚濁防止法、湖沼水質保全特別措置法、瀬戸内海環境保全特別措置法、下水道法の遵守</p> <p>■水質にかかる要監視項目の指針値や水道法の水道水基準等の動向等を把握し、排出規制はない物質についても排出抑制のための検討の実施</p>	<p>○法令の遵守の有無等により評価。</p> <p>○排出規制はない物質の排出抑制の検討の実施とともに、実際にどの程度の排出抑制を実現しているか、将来的な排出抑制が可能な検討を行っているか等により評価。</p>
		<p>■将来対策費用への対応</p>	<p>■将来必要となる地下水汚染やそれに伴う土壌汚染の対策のための費用の見積もりや資金等の確保</p>	<p>○将来的な対策費用の見積もりや資金等の確保を行い、汚染リスクに対応しうる体制を整備しているか等により評価。</p>	
<p>＜評価項目Ⅱ＞ 製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>環境ビジネス（環境負荷低減に資する製品・サービスの生産・販売全般）を行い、市場でのシェアを拡大し、高い成長率と収益率をもたらしている活動を評価。 評価に当たっては、製品・サービスの単体としての環境負荷低減効果及び社会に与えるトータルの環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、製品・サービスの特性、セクターの特性等の相対値を勘案し、併せて当該事業活動がどの程度の市場規模、販売実績を有し、成長率、収益率をどの程度上げているか等を勘案。さらに、当該ビジネスの国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を勘案。特に、従来のビジネスモデルを変革し、環境技術力を最大限にビジネスの競争力強化につなげる新機軸を打ち出す取組を評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境ビジネスを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■水関連ビジネスによる水利用削減、水創出</p>	<p>■水処理膜、超純水製造装置、海水淡水化設備、雨水・中水道等のビジネスによる製品・サービス単体及び社会全体における水利用削減、水創出効果</p>	<p>○当該ビジネスが製品・サービス単体及び社会全体にどの程度の水利用削減効果をもたらしているか（過去の比較での需要者サイドでの水利用削減値）、将来どの程度の削減が見込まれるか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして水利用削減を評価。さらに、当該事業活動の市場規模、販売実績、成長率、収益率、国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を評価。</p>
<p>＜評価項目Ⅲ＞ 環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業レベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業における環境情報を消費者、投資家、金融機関等のステークホルダーに対し統一的に正確に情報提供を行う活動を評価。 評価に当たっては、これらの環境情報提供の内容がステークホルダーとの適切なコミュニケーションにより正確に理解され、企業評価に実際に活用されているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	-	-	
	<p>製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>環境負荷低減に資する収益事業の展開に当たり、需要者が環境に配慮した製品・サービスを適切に選択できるように、統一的な制度に基づく（独自の自己宣言型ではない）店頭における環境ラベルや様々な媒体により、当該製品・サービスの環境情報を開示することや、環境に配慮した製品・サービスであることをブランドとして積極的にPRすること等により、製品・サービスにおける環境配慮面でのコミュニケーションを図る活動を評価。評価に当たっては、製品・サービスの環境情報を需要者に分かりやすく正確に伝え、当該製品・サービスの環境ブランド力を発揮し、市場競争力を高めているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	-	-	

生物多様性確保（短期・中長期）

評価項目		評価の視点	評価指標		評価手法
<p><評価項目Ⅰ> 企業自らの事業活動における環境負荷低減</p>	<p>環境経営のための方針・体制</p>	<p>企業が環境負荷低減に関する経営方針を明確に打ち出していること等、環境経営のための方針・体制を整備していることを評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営のための方針・体制を整備している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■生物多様性保護に関する行動指針</p>	<p>■日本経団連生物多様性宣言とその手引き等に基づいた、生物多様性確保に関する中長期的な行動指針の策定</p>	<p>○ 指針策定の有無とともに、当該指針が中長期的な生物多様性確保行動につながる具体性と実現可能性を有しているか否か等により評価。</p>
	<p>環境経営の実践</p>	<p>環境経営手法を導入していること、設備導入、技術開発、環境関係の法令に基づく環境負荷低減、環境に関する社会活動を行っていること等、環境経営の実践による業務プロセスでの環境負荷低減を評価。 評価に当たっては、環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、セクターの特性、内製率等の相対値を勘案し、さらにコスト削減等による企業経営改善効果を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境経営を実践している場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	-	-	
	<p>環境規範への対応</p>	<p>環境規制の遵守や環境リスク等に適切に対応していることを評価。評価に当たっては、環境規制の遵守や環境リスクへの対応ができる体制を整備しているか否か、効果的に規制遵守やリスク対応ができているか否か等を勘案。</p>	-	-	
<p><評価項目Ⅱ> 製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>製品・サービスの需要者による購買・利用による環境負荷低減</p>	<p>環境ビジネス(環境負荷低減に資する製品・サービスの生産・販売全般)を行い、市場でのシェアを拡大し、高い成長率と収益率をもたらしている活動を評価。 評価に当たっては、製品・サービスの単体としての環境負荷低減効果及び社会に与えるトータル環境負荷低減効果のLCAによる絶対値評価とともに、企業規模、付加価値、製品・サービスの特性、セクターの特性等の相対値を勘案し、併せて当該事業活動がどの程度の市場規模、販売実績を有し、成長率、収益率をどの程度上げているか等を勘案。さらに、当該ビジネスの国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を勘案。特に、従来のビジネスモデルを変革し、環境技術力を最大限にビジネスの競争力強化につなげる新機軸を打ち出す取組を評価。 特に中堅・中小企業がこのような環境ビジネスを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	<p>■環境ビジネスによる自然保護</p>	<p>■水質(湖沼、河川)浄化、多自然型工法等のビジネスによる製品・サービス単体及び社会全体における自然保護の実現、その結果としての生物多様性効果</p>	<p>○ 当該ビジネスが製品・サービス単体及び社会全体にどの程度の自然保護の実現、生物多様性効果をもたらしているか(過去との比較)、将来どの程度の効果が見込まれるか等により評価。中堅・中小企業は企業規模に照らして生物多様性効果を評価。さらに、当該事業活動の市場規模、販売実績、成長率、収益率、国際市場への展開や地域における環境活動の活性化への貢献等を評価。</p>
<p><評価項目Ⅲ> 環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業レベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>企業における環境情報を消費者、投資家、金融機関等のステークホルダーに対し統一的に正確に情報提供を行う活動を評価。 評価に当たっては、これらの環境情報提供の内容がステークホルダーとの適切なコミュニケーションにより正確に理解され、企業評価に実際に活用されているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	-	-	
	<p>製品・サービスレベルでの環境コミュニケーションの実践</p>	<p>環境負荷低減に資する収益事業の展開に当たり、需要者が環境に配慮した製品・サービスを適切に選択できるように、統一的な制度に基づく(独自の自己宣言型ではない)店頭における環境ラベルや様々な媒体により、当該製品・サービスの環境情報を開示することや、環境に配慮した製品・サービスであることをブランドとして積極的にPRすること等により、製品・サービスにおける環境配慮面でのコミュニケーションを図る活動を評価。評価に当たっては、製品・サービスの環境情報を需要者に分かりやすく正確に伝え、当該製品・サービスの環境ブランド力を発揮し、市場競争力を高めているか否か等を勘案。 特に中堅・中小企業がこのような環境コミュニケーションを行っている場合に、企業規模を勘案して相対的に大企業と同等の正当な評価を行う。</p>	-	-	