

NACSが考える 望ましい環境情報

(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

(社)日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント協会(NACS)とは



- N: Nippon
- A: Association of
- C: Consumer
- S: Specialists
- 消費生活アドバイザー・消費生活コンサルタントの有資格者で構成される社団法人
- 会員: 約3870名(2005年1月現在)
- 設立: 1988年
- 目的: 消費者の利益と企業活動との調和を図る

NACS環境委員会では

- 1999年より環境特別委員会として活動開始
- 持続可能な未来生活をめざし、環境問題の解決のために環境に配慮した生活のための提案を行う
- 消費者と企業をつなぐ環境ラベルをテーマとして活動を展開
- 1999年 連続公開講座、環境ラベルシンポジウム開催
- 2000年 会員アンケート調査実施、調査報告書、NACSの「環境ラベル10原則」発表
- 2001年 スウェーデン視察、「チェックブック」作成
- 2002年 市場調査、出前講座&ワークショップ、国際シンポジウム開催、「ガイドブック」作成
- 2003年 環境コミュニケーションをテーマに、環境報告書も調査研究対象とする。発行企業ヒアリング調査実施、「注目しよう」作成
- 2004年 消費者ヒアリング調査実施、環境フォーラム実施、環境報告書ワークショップ実施

今や共通認識

*****地球からのSOS

地球温暖化、酸性雨、オゾン層の破壊、森林の減少、砂漠化、海洋汚染、野生生物の減少

人口増加、食料不足、資源枯渇、廃棄物の増加、貧困、戦争

だれしも
くらしの転換が必要



環境情報は重要な選択条件

デザイン

品質

安全

時間

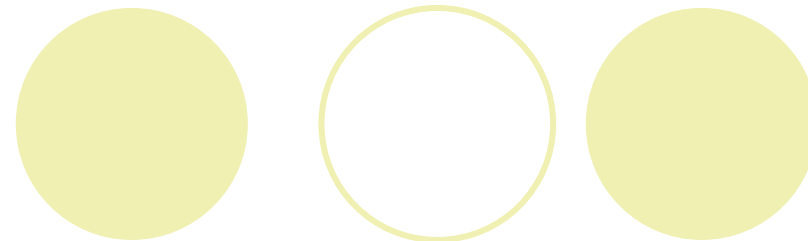
環境



QuickTimey C2
TIFFAia.ekC>QuAI.ELIEVEcEOEãEA
Ç™ÇçAESENE EEÇ%aøCEÇç%ç...ÇÖKóvç.ç AE

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
 - 購入経験の少ない耐久消費財は、「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
 - 購入経験の多い雑貨品の紙類などは、「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多様な環境情報のニーズがある
 - 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、なるもの

消費者が望む環境ラベル10原則

*****なぜ考案したか

- 商品や広告の表示は商品選択の大きな手がかり
- 消費者と企業をつなぐのは商品、サービスと情報
- ISOの環境ラベルの一般原則は消費者には難解
- 消費者の意識にISOの環境ラベルのタイプ分けは希薄
- 関係者との対話のきっかけ

消費者が望む環境ラベル10原則

*****概要

- 10の原則
- 1:量的要望
- 2～8:質的要望(理解容易性、比較可能性、信頼性など)
- 9、10:消費者の権利への対応

1. 十分な量の情報があること

- 製品・サービスに関する環境情報の量が不足しているため、買い物の際、環境配慮型の製品・サービスを選ぶという行動につながらない
- 情報提供の媒体や手段にかかわらず、十分な製品・サービスの環境情報が提供されるべきである

2. わかりやすいこと

- 環境情報については、文字が小さかったり表示やマークがどこにあるのかわからないものがある。
- 一目で環境配慮型であることが識別できるようにマークや表示を目立たせる。
- また、文章などの説明の場合は専門的な表現ではなく、わかりやすい表現が望ましい。

3. 具体的な表現であること

- 「地球にやさしい」「環境に配慮しています」「リサイクル可能」のようなあいまいな表現ではなく、具体的にどこがどう環境配慮しているのか理解できるような表現にする。
- データで示すことができるものは、データを表示する。

4. トータルな情報であること

- 省エネルギー、リサイクルなどそれぞれ単独の環境負荷項目ではなく、複数の環境負荷項目を表示する。
- また製品・サービスのライフサイクル全般(原材料の調達から製造、運搬、使用、廃棄・リサイクルまで)を考慮した表現とする。

5. 比較できること

- 各社独自の基準ではなく、類似の品質・機能・価格においての製品・サービスの場合は、他社比較できるような情報が提供されていること。
- 業界同一基準、国際規格など統一された基準での表現であることも望ましい。

6. 信頼できること

- 企業にとって都合のよい情報だけでなく、デメリット情報も合わせて提供する。
- 第三者機関など他団体が運営する環境レベルの場合は、その認定基準、認定プロセスなどの情報やデータも公開すること。

7. 社会のニーズを反映していること

- 製品・サービスの主要な環境負荷について情報提供をすること。さらに主要な環境負荷項目ではなくても、社会にとって関心の高い項目については情報提供をする。
- 科学的な因果関係が明らかではない場合であっても企業の見解などの情報提供をすることが望ましい。

8. 検証されていること

- 提供する環境情報については、第三者機関や企業の中で独立性が担保された機関などの公平で中立な機関が検証をし、その認定基準、認定プロセスなどの情報やデータを公開する。

9. 「消費者の知る権利」に対応していること

- 製品・サービスの環境情報についての問い合わせ先が明らかになっていること。
- 問い合わせには、客観的で検証された背景情報の提供をする。

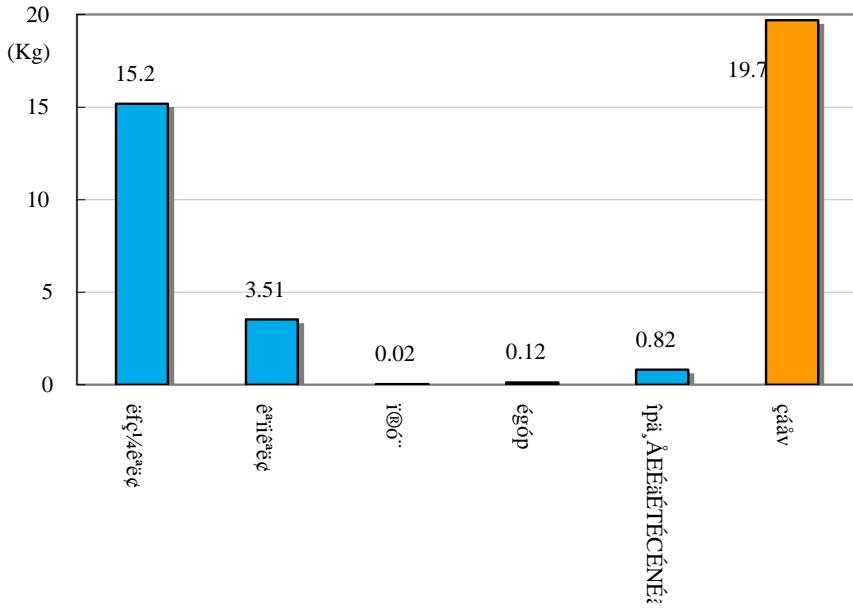
10. 「消費者の意見をいう権利」が確保されていること

- 情報開示されている内容や企業姿勢などについて、消費者の意見を反映するしくみや体制が整えられていることが望ましい。

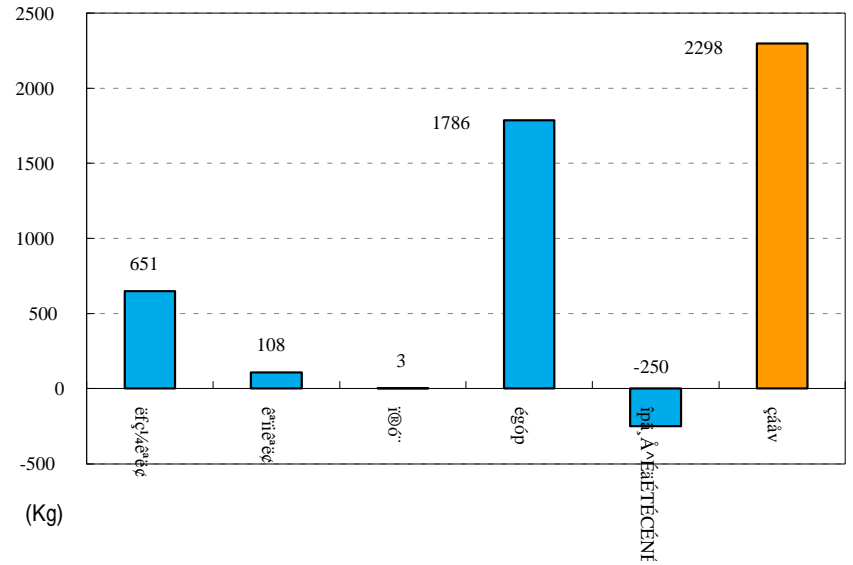
環境ラベル10のチェックポイント

- 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
- 環境ラベルをすぐに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

温暖化影響 (CO₂換算) [エコライフから]

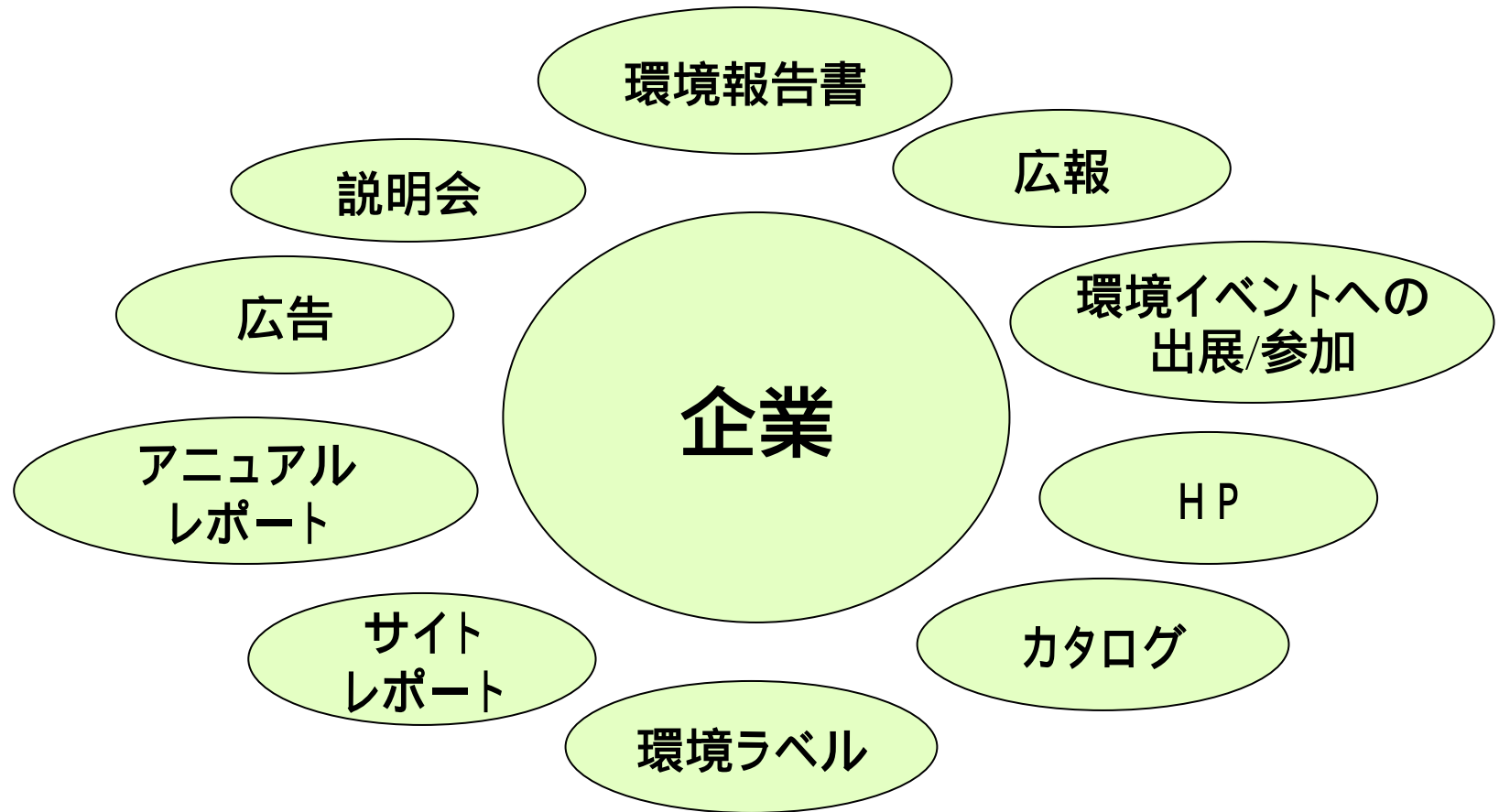


一眼レフカメラの場合



コピー機の場合

消費者の入手可能な環境情報源



何故に環境報告書に注目するのか

- 企業の環境への取り組み姿勢は商品選択の要件となる(企業がどのような考え方でエコプロダクツを生産・開発しているのか)
- エコプロダクツの原料調達や生産工程などの情報が必要(現状、環境ラベルからは、十分得られず、いろいろな環境情報に注目する必要がある)
- サービスについては、欲しい環境情報は、環境報告書から読み取ることができる

環境報告書に望ましい情報 (86)

- 環境問題に対する取り組み姿勢が分かる(11)
- 製品やサービスの環境負荷をどのように改善しているのかがわかる(17)
- 消費者とのコミュニケーションをどのように図っているのかがわかる(15)
- 企業にとって不利なネガティブ情報を公開している(25)
- 消費者に読ませる努力をしている(18)

環境報告書は、読みたいところだけ読めばいい

- 全部を読もうと思うと気が重くなる
- 関心があるところを拾い読みするだけで十分。製品に焦点を当てたり、温暖化防止に焦点を当てる、第3者意見に目を通すなどもおもしろい
- 環境ラベルでは不十分であった、製品選択の一助となるところを選ぶのもひとつなどなど

ネガティブ情報とは

○ 不祥事だけではない情報公開

今まで知らされなかった製品の上流、下流の情報
(環境負荷に加担しない安心情報)

例えば……

- * 資源調達時の現地(海外)の環境配慮
- * 製造時に持続可能エネルギーを使っている
- * 廃棄後まで責任のある管理をしている

など今まだ未着手であったり、検討中であるような不十分な状態を開示するのもネガティブ情報と考える。社会への約束となる。

環境情報は誰が出す？

- 環境ラベルは製品の環境情報であって、メーカーだけが発信する情報ではない
- 消費者としては環境配慮型製品の情報はどこから得ても参考になるのであればそれでよい。いいかえれば、信頼できれば誰が発信したものでもよい
- それでも環境ラベルに一番責任があるのはメーカーであろう。

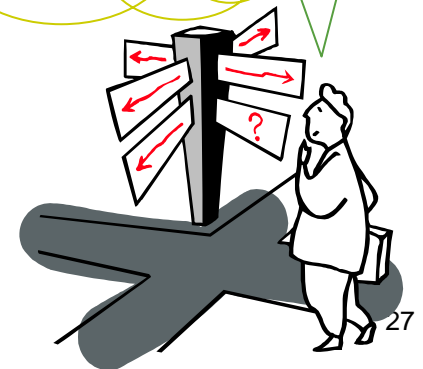
グリーンコンシューマーの育成

- † 老若男女、大人、子供、誰でもなれる
- † 一人でOK、束ならさらに力強い

- どんない資源を使ってるの？
- 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？
- 公正、公平に作られている？ 安すぎない？
 - 故障したらどうなるの？
- 処分する時どうするの？ 安全なの？

でもどうすればこれらが分かる??

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、商品や企業を選択する人



持続可能な選択の基準を

毎日のくらしは選択の積み重ね 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
- **永続性のある循環**.....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

持続可能なくらしに向けて

