

製品3Rシステム高度化WG 第1～3回WGの論点整理

- 0 - 1 WGの検討の方向性
(論点)
- 0 - 2 製品3Rシステムが到達すべき社会像
(現状)【日本における回収・リサイクルシステムの構築】
【EUの状況】
(論点)【製品3Rシステムが到達すべき社会像】
- 1 - 1 製品3Rシステム高度化の方向性
(論点)【基本的な方向性】
【環境配慮事項間のバランスに係る問題
(例：3R対省エネ、リデュース対リサイクル)】
- 1 - 2 3R配慮設計推進
(現状)【日本における3R配慮設計の取組み状況】
(論点)【製造・設計上の工夫】
【表示の工夫】
- 1 - 3 製品含有物質対策
(現状)【日本における製品含有物質対策の取組み状況】
【EUにおける取組み状況】
(論点)【製品含有物質対策の方向性】
- 2 - 1 環境配慮情報の活用の方向性
(論点)【消費者に対する表示とリサイクラーに対する表示の違い】
【情報提供に用いるメディア等】
【化学物質情報の表示】
- 2 - 2 消費者への環境配慮情報の伝達
(現状)【環境配慮情報伝達に関する既存の取組み】
(論点)【環境配慮情報に対する消費者のニーズ】
【わかり易い情報提供の必要性】
【情報提供のメディア】
【情報提供と消費者の商品選択】
【ネガティブ情報】
【その他】
- 2 - 3 サプライチェーン間の情報提供
(現状)【サプライチェーン間の情報提供に関する取組み状況】
(論点)【サプライチェーン間の情報提供の必要性】
【情報提供の手段】
【データの一元管理】
- 3 国際整合性の確保
(現状)【海外における状況】
(論点)【国際整合性の必要性】
【日本のリーダーシップ】

事項	現状及び論点	報告者の報告概要及び委員からの意見
0 - 1 WGの検討の方向性	論点	<p>我が国が循環型経済社会構築の取組をより高度化していくにあたり、我が国の製品3Rシステムの状況を最大限に活用したシステム作りを行っていく。 サプライチェーンが多国間に渡り、製品も世界中に輸出される場所、対策の国際整合性をとっていくことが重要。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 製品3Rシステムの高度化にあたっては、我が国が到達すべき循環型経済社会像を明示し、そこに到達していくために、段階を踏まえた対応を行っていく必要がある。 ・ 国際整合性の確保が重要である。製品がワールドワイドに流通する中で、制度の整合性を確保できるように、システムが機動的に動けるように配慮すべきである。国際的な取組みへのアプローチを強めて頂きたい。 ・ 日本では3R技術が進んでいるが、製品が世界中に輸出される中で、日本のモラル(3Rの取組み)の水準を前提として考えてはいけない。 ・ 輸入製品も対象とすべき。 ・ 中小企業に対する配慮が必要である。
0 - 2 製品3Rシステムが到達すべき社会像	現状	<p>【日本における回収・リサイクルシステムの構築】 リサイクル工場から設計・製造段階へのフィードバック等も開始されつつある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在、家電四品目について毎年1千万台が回収され、金属や再生プラスチックなどの再生材が安定的に何万トンも利用できるようになってきている。 ・ 各メーカーの設計者は自社のリサイクルプラントを訪れて調査を行い、次の設計に生かしている。 ・ 冷蔵庫では、実際に回収したプラスチックを使用している。 <p>【EUの状況】 欧州委員会の考え方も最近エコイノベーションの促進を目的とするように変化してきている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ EUの場合は、重金属の利用を削減するといった最終目標を設定している。 ・ スウェーデンではラジエーターを必要としない家の開発が進められていたり、洗濯機の販売ではなく洗濯サービスを提供するなどの取組みが行われている。日本でも照明器具ではなく照明の機能を提供するサービスが行われている。 ・ EUではリサイクル保険の制度がある。同制度では、メーカーが最初にリサイクル費用のプレミアムを払っているため、メーカーには環境配慮設計を行うインセンティブが生まれる。
	論点	<p>【製品3Rシステムが到達すべき社会像】 我が国が到達すべき循環型経済社会像は、製品製造・流通・販売の全ライフサイクルにおける環境負荷が最小限になる社会である。 製品の回収・リユース・リサイクルシステムを踏まえた対策となることが重要である。 事業者が環境配慮情報に関して、事業者あるいは消費者に情報開示を行うことを一つの方向性とする。 他方で、事業者の取り組みが消費者によって評価され、環境配慮製品の普及が一層進む社会を構築していく必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 脱物質化の考え方、すなわち、廃棄がなくなるように物を限りなく再利用することが重要である。ものづくりからサービス化ということで、PSS(プロダクトサービスシステム)に移行することも考えられる。 ・ 日本は島国だからこそリサイクルシステムを構築できた面もある。地理的な制約なども考慮する必要がある。 ・ 省エネ、省資源を図るには、豊かになった社会の中でいかに脱物質化を考えるかが重要であり、サービス部門の適切な評価が重要である。 ・ <u>リサイクルの方向に進みがちであるが、リデュース、リユースへの方向へと動かすことが望まれる。</u> ・ <u>すべての商品をレンタル/リースにすることは難しいので、ユーザーによる保守のサポートなどの方向が考えられる。</u> ・ <u>グリーンマイレージセンターを設置し、環境に良い活動をした消費者にグリーンポイントを与えるといった方向が考えられる。</u> ・ <u>B to Bであれば、グリーンマイレージセンターを構築することが非常に効率的であると思われる。B to Cの場合は既存の電気店などにこうした役割を担ってほしい。</u> ・ <u>中古が混じっていたとしても、きちんと動くことが消費者に理解されるようになることが求められる。品質規定などにより、リユースしたものであっても安心して使えるといった社会に切り替わって行くことが望まれる。</u> ・ <u>メーカー側から環境配慮製品が売れないという話を聞くが、メーカー自身がグリーンマイレージのような方向でメリットをつけることも考えられるのではないかと。</u> ・ <u>国民各層の共創が大切であり、資源というバトンを次の世代に引き継ぐことが重要である。</u> ・ <u>段階的な変化を取り込める仕組みが必要である。技術進歩を考慮しつつビジネスモデルを考えるのは非常に難しい。</u> ・ <u>ライフサイクル・シンキングはかなり大きな話になってしまう。製品の観点から見ると、グリーン・プロダクト・チェーンの方があてはまるのではないかと。</u> ・ 政策の方向性について、名前をつけたい。「製品3Rシステム」ではわかり難いという意見もある。 ・ 「ライフサイクル・シンキング型」という概念には賛同する。ただし、この言葉については、もっと一般の人にわかり易い表現を考えるべきではないかと。

事項	現状及び論点	報告者の報告概要及び委員からの意見
1 - 1 製品3Rシステム高度化の方向性	論点	<p>【基本的な方向性】</p> <p>事業者が環境配慮情報に関して、事業者あるいは消費者に情報開示を行うことを一つの方向性とする。(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> リデュースの高度化を一層考える必要がある。 日本の国際競争力強化や社会的コスト最小化につながる定義の共通化も必要である。 環境、安全、品質のバランスは難しい。環境を優先して基板を鉛フリーにしたが、2～3年後になってショートを起こす製品が増えたという事例もある。また、海外において、難燃剤フリーのプラスチックを用いたことで、テレビの火災事故が増えたといった事例もある。一般にヨーロッパは環境を、アメリカは安全を、日本は品質を重視する傾向がある。 安全、環境、品質のバランスは重要であるが、バランスを考える上でバックキャストが必要になる。 カスケードリサイクルではなく、なるべく水平リサイクルを行なった方がよい。 3Rの戦略を決定するということが重要である。すべてをリサイクルするのではなく、部品ごとにより活かす方向がある。 従来の環境配慮設計は製品設計、プロセス設計、ライフサイクル評価を中心としていたが、その前に、どのような製品がどのようなライフサイクルを歩んでいけばよいかを考えることが重要である(比喩：子供の学力向上を図る前に、将来進むべき方向性を問いかける)。 <p>【環境配慮事項間のバランスに係る問題(例：3R対省エネ、リデュース対リサイクル)】</p> <p>環境負荷には、最終処分量削減、天然資源消費量削減、地球温暖化防止等、様々な要素が相互に関係しており、一義的に優先順位をつけがたいことに十分留意する必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> 例えば、蛍光灯における水銀の使用を削減すると、蛍光灯の寿命が短くなりリデュースに反する。また、蛍光灯ではなく白熱灯を利用すると、消費電力量が多くなる。環境の観点だけ見ても、バランスを取ることが難しい。 本ワーキング・グループは資源の有効利用が主要な検討課題だが、エネルギー消費も重要な問題である。 ライフサイクル全体を見た場合、再生材の利用とエネルギー消費量の削減が相反する場合もある。その辺を統合するような議論ができればよいと思われる。 リサイクルを進めていく上で、プラスチックのリサイクルが課題になると思われる。プラスチックのリデュースを進めることとリサイクルを進めることは、相反する一面を持つ。リデュースを進めるためにプラスチックの強度を上げるとリサイクルを阻害する。環境全体のバランスを考えて仕組みを構築する必要がある。 マテリアルリサイクルが自己目的化されてしまうのは問題である。環境問題に関するバランスを考慮する必要がある。
1 - 2 3R配慮設計推進	現状	<p>【日本における3R配慮設計の取組み状況】</p> <p>リサイクル工場から設計・製造段階へのフィードバック等も開始されつつある。(再掲)</p> <p>各業界では製品アセスメントガイドラインを作成しており、これに基づき各企業は事前評価を行い、3R配慮設計を実施しているところ。</p> <ul style="list-style-type: none"> 電機・電子機器業界では、環境配慮設計として多岐にわたる項目のアセスメントを行っている。 カラーテレビについては、家電リサイクル法の施行前から、省エネ、リデュース、リサイクルなどの環境配慮設計に取り組んでいる。
	論点	<p>【製造・設計上の工夫】</p> <p>解体・分別容易化の工夫を製造時から入れておくべきではないか。</p> <ul style="list-style-type: none"> 家電製品については、リサイクル法施行後、リサイクル設計をすることが、リサイクル性や解体性向上につながっている。こういったライフサイクル全体の流れを作ることが鍵になる。 メーカーがライフサイクルを把握し管理していない場合、製品アセスメントガイドラインを作成しても形式的にチェックするだけのものになり意味が無い。 インパース・マニファクチャリングを行なうためには、あらかじめ製品のライフサイクルを設計・管理しておく必要がある。 製品によってライフサイクルの特性は大きく異なるが、その特性に応じて無理のないライフサイクル設計を行うことが重要である。 設計時に3Rを組み込んだライフサイクル・オプションへの発展が望まれる。製品の製造・販売から製品ライフサイクルを通じたサービスの提供へと変化することが望まれる。 次世代製品を作る上で、競争力とは関係がない部品は変更しないことが有効である。そうすることで、世代間リユースが一層可能になる。 技術革新の激しい分野では部品の固定化は難しい。 競争力と関係がない部分を固定化したとしても、販売する商品と回収できる商品とのボリュームが異なる場合に、顧客に対して(リユース部品を使った商品と使っていない商品の)2種類の商品を提供することになり、現実には(リユースは)難しい。 消費者に飽きられないデザインにすることが重要ではないか。 飽きられたとしてもアップグレードにより価値を戻す設計も重要。 <p>【表示の工夫】</p> <ul style="list-style-type: none"> 現状、リサイクル工程に対する情報フィードバックの取組みは、各社独自の取組みであることから、リサイクル材料や再生資源利用率等の指標などの定義を共通化することが求められる。
1 - 3 製品含有物質対策	現状	<p>【日本における製品含有物質対策の取組み状況】</p> <p>事業者が自主的取り組みを行っている(例：部品へのフリー表示)</p> <p>特定の物質について、化学物質審査規制法で規制されている。</p> <ul style="list-style-type: none"> 化学産業界は1990年代からレスポンシブル・ケアとして全ライフスタイルを視野に入れて取り組んでいる。 EUや中国で製品リサイクルや有害物質の使用規制が進んでいるが、リサイクルの取組みやRoHS指令への対応は日本のメーカーが最も進んでいる。 従来から電気・電子機器メーカーは製品に含有される特定化学物質には配慮していた。 電気・電子機器メーカーはRoHS指令の対応を進めているが、原料の最適地調達、最適地生産が進む中で、欧州向けだけでなく、すべての製品に対する対応が必要であると考えている。 <p>【EUにおける取組み状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> EUは、持続可能な社会に向けて、鉛を利用しないという高い目標を掲げているが、理想と現実のギャップがあることは認識している。ステークホルダー間で議論しつつ、持続可能な社会を目指している。
	論点	<p>【製品含有物質対策の方向性】</p> <p>希少性・資源有用性・有害性の観点から、製品に含有されるどのような原材料・物質に対してどのような管理が必要かを検討すべき状況にある。</p>

事項	現状及び論点	報告者の報告概要及び委員からの意見
		<ul style="list-style-type: none"> 日本では、回収・リサイクルの仕組みがあり、他国と比べて暴露しにくいシステムがすでに存在しているという前提で考えていくことが重要である。鉛をどこに使っているなどの情報をきちんと表示して、消費者に選択してもらうのが良いのではないかと。有害だから禁止というのではなく、有害物質を含んでいることを表示して選択してもらう方が良い。 鉛を含まないということが環境にやさしいという考え方が主流になっているが、エネルギーとのバランスなどを考えると、地道なリスク削減努力を評価することも重要ではないかと。 蛍光灯の問題についても、水銀を含まないということを最終目標として、まずは水銀含有量が少ない蛍光灯を製造しているメーカーを選び、次に水銀を利用しない技術を開発してもらうといった、ステップ・バイ・ステップで進めることが重要である。 日本は鉛フリーはんだの技術をいち早く開発したが、その結果2～3年経って、すずがショートを起こしやすいことや亜鉛がクラックを起こしやすいなど、鉛フリーはんだでいるいるな問題が発生することがわかってきた。 RoHS指令については、NGOとしても同じような問題点を指摘できるが、問題があるといって取り組まないよりは、取り組んだ方が良い。 (社)電子情報産業技術協会が製品含有物質について議論した結果の要点は以下の4つである。 <ul style="list-style-type: none"> 製品に含有される特定化学物質を把握して正しく開示する仕組みが必要である。 国際的な規制と整合が取れていることが重要である。 有害性の評価が不十分で、有用な物質については、一律に使用を規制すべきではない。 追加的なコストがかからないようにしてほしい。 日本では、リサイクル体制が構築され、また廃棄物処理法により特定化学物質が不適正に埋め立てられることを防ぐ仕組みがある。適切な情報開示の枠組みを構築すればそれで良いのではないかと。
2-1 環境配慮情報の活用の方角性	論点	<p>【消費者に対する表示とリサイクラーに対する表示の違い】</p> <p>消費者による環境配慮製品購入促進と、事業者間の情報伝達については分けて考える必要がある(再掲)</p> <ul style="list-style-type: none"> 表示は重要であり、情報の提供方法や提供する情報の内容などを議論していただきたい。ただし、消費者に対する表示とリサイクラーに対する表示では、その方法や内容は異なる。 消費者が、製品含有物質に関心があるというのであれば、提供すべき情報として整理する必要がある。しかし、物質の中に固定化されているのであれば、エンド・オブ・パイプの段階で問題となる話なので、メーカーとして把握しておけばよい話である。 製品の環境配慮情報を提供する対象を明確化しつつ規格化することが重要である。消費者向け、製造者、リサイクラーそれぞれに対する表示の規格化が重要である。 <p>【情報提供に用いるメディア等】</p> <ul style="list-style-type: none"> 製品によって表示可能なスペースが変わるなど、情報提供の手段や内容は異なると思われる。 ICタグを活用して消費者に対してユビキタスに環境情報を与えると、消費者がどのように判断するのか研究を進めるべきである。ICタグを使えば、生産者が3Rに関してどのような情報を活用し、消費者はマーケットにおける環境意思決定にどのような情報を利用するのかをマトリックスで示せるのではないかと。 開発スピードや部品の多さを考えると、(メーカー間でデータを共有する)セントラルデータベース化がよいのか、JGPSSIのような共通フォーマットが良いのか判断が難しい。 <p>【化学物質情報の表示】</p> <ul style="list-style-type: none"> EUや中国が規制する(規制を予定する)化学物質を対象に、それらを含んでいる製品に対する表示を義務づけることで、消費者は化学物質が含有されているかどうかを知ることができ、リサイクル業者は適正な処理方法を知ることができるようになる。
2-2 消費者への環境配慮情報の伝達	現状	<p>【環境配慮情報伝達に関する既存の取り組み】</p> <p>(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(NACS)では環境ラベルに関する消費者教育などに取り組んでいる。</p> <p>グリーン購入ネットワーク(GPN)ではグリーン購入の際に参考にすべき製品の環境情報を、ウェブサイト上に設置した「グリーン購入のためのGPNデータベース」を通じて提供している。</p> <p>社団法人 日本電機工業会(JEMA)では家電製品環境情報サイトを開設し、家電製品に関する環境側面や環境性能に関する情報を提供している。</p> <ul style="list-style-type: none"> 東京都と周辺自治体では家電製品の省エネ格付けに取り組んでいる。店頭でソフトに型式を入力するとトップランナー方式に基づいて自動的に「AAA」や「A」などの格付けを知ることができる。 エコマークやエコリーフをつけた製品もあるが、多種多様な種類の製品のうちのまだ一部の製品にしか採用されていない。 消費者の環境商品選択に大きく影響するのは広告だが、ラベルも重要である。環境ラベルは環境商品購入の決め手になっているし、なるものである。ISO14020の一般原則は難しく、消費者には理解しにくいので、NACSでは消費者の目から見て環境ラベルに求められる事項を環境ラベルの10原則として整理している。

事項	現状及び論点	報告者の報告概要及び委員からの意見
	論点	<p>【環境配慮情報に対する消費者のニーズ】</p> <p>消費者は購入する製品・サービスの環境負荷に関する情報を十分入手できていない。 消費者に対する環境配慮情報の提供について、「循環型社会形成推進基本法」や「グリーン購入法」、「環境配慮促進法」など、法制度面での要請も進みつつある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者側が共通のわかりやすい表示を求めるようになってきている。 ・ 消費者の権利の確立が叫ばれている中で、消費者側に対する配慮を十分審議して頂きたい。 ・ 現在、企業は情報提供に関する努力をしているが、消費者は満足しておらず、満足するような情報提供のあり方が求められる。 <p>【わかり易い情報提供の必要性】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者への情報提供に関して表示の共通化が求められる。 ・ 有害物質や再生材の利用、リサイクル可能性なども含めて格付けする方法が採用できれば、消費者も製品を評価できるようになり、生産者にとってもインセンティブになるのではないかと。消費者が簡単に製品を評価できるような仕組みを構築して頂きたい。 ・ 正確で信頼できる情報を伝えることが必要である。情報が提供された上で消費者は選択するが、消費者が情報を基に容易に選択できる方法を考えて欲しい。 ・ エアコン等のトップランナー方式は、消費者が省エネにより電気代が安くなるといった情報を入手できるが、リサイクルでも同じような方法を盛り込めるのか。選択肢を狭めるのではなく、消費者が選択することで3R配慮された製品が選択されるような形が理想である。 ・ タイプIの環境ラベルをもっと活用すべきである。日本ではタイプIの環境ラベルが少ない。国際整合性の話があったが、スウェーデンのTCO(ディスプレイに関する環境ラベル)やノルディックスワンなど信頼性が高い第三者機関により運用されている海外のタイプI環境ラベルを利用すればよいのではないかと。 ・ ユニバーサルデザインの工夫などは、自分の手にとって判断できるが、鉛の含有量などは製品に触れても消費者にはわからない。消費者はメーカーの情報を信頼せざるを得ない。第三者が製品情報をチェックできるようなシステムを検討すべきである。 ・ メーカーが公表している電力消費量と、実際にその製品を使った場合の電力消費量とが異なる場合がある。JISで定められている電力消費量の測定方法が、消費者の製品使用実態とかけはなれているのではないかと。生活者の実態に近い数字を公表してほしい。 ・ ある側面だけの情報では不十分であり十分な情報がないと、環境配慮製品・サービスの選択にはつながらない。また、(ラベルにおいて)文字が小さかったりわかりにくいと意味がない。具体的にどこがどのように環境にやさしいのかわからないと意味が無い。それであればデータで示して欲しい。 ・ ライフサイクル全般がわかる表現にして欲しい。比較できる情報であって欲しい。過去の自社製品との比較ではなく、他社の製品と比較していることが重要である。 ・ 確定した情報でないという話もあるが、話題になっているのであれば、因果関係が明らかでなくても、提供できる範囲で、きちんと情報を提供することが信頼性向上につながるのではないかと。 ・ <u>購入側が詳しい情報を入手しても、情報に対する知識のある人でないと判断できない。</u> ・ <u>現在のエコマークでも、マークの補足説明が増えてきている。マークと文字情報の組み合わせが必要であると考えている。</u> ・ <u>異なる環境影響を足し合わせる方法は依然として研究段階にあるが、統合化して示す方法を考えないと、消費者に理解してもらうことは難しい。</u> <p>【情報提供のメディア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者が商品を選択する際の情報を入手する経路は製品によって様々である。環境ラベル以外にも、環境報告書やCM、ウェブサイトなど様々なものがある。消費者は関心の度合いによって情報の選択をしているのが現状である。 ・ 十分考えた上で店舗に行く消費者が少ないことを考えると、情報量の多いメディアを使いつつ、消費者が店頭で十分判断できるような情報提供のあり方を考えることが重要である。 ・ 消費者に選択してもらうためには、消費者にとって製品情報が自分の生活と密着している必要がある。その意味で、マスメディアと流通の果たす役割は重要である。消費者は、マスメディアに取り上げられないと、その問題は重要でないと感じる傾向にある。また、消費者の商品選択の要素の80~90%は店頭での情報提供のあり方で決まってくる。流通におけるコミュニケーションが重要であり、そこまで含めて議論していく必要がある。 ・ 情報ツールには様々なものが考えられる。環境ラベルだけではなく、環境報告書も重要である。環境報告書からは、環境ラベルからは読み取れない企業姿勢や生産工程などの情報もわかる。また、サービスの環境配慮情報については環境報告書で情報提供することが重要になる。 ・ ラベル、報告書、テレビ広告とそれぞれ良いところ悪いところがある。ラベルには視認性があり、環境報告書は自分のペースで読めるなど、各媒体のコミュニケーションツールとしての特徴を考え、どう組み合わせるかが重要である。環境ラベルは環境問題について今まで考えていなかった人に気づかせるという意味でも重要である。

事項	現状及び論点	報告者の報告概要及び委員からの意見
		<p>【情報提供と消費者の商品選択】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 3 Rに係る環境配慮情報を提供したとして、消費者はその製品を購入してくれるのか。消費者が3 R配慮製品を選択することを促進する方策が必要である。 ・ 正しい情報を表示・開示することと、その情報を市場に普及させることは、別のメカニズムである。最終的には両者を達成する必要があるが、検討にあたり、これらが別のメカニズムであることは念頭に置いておくべきである。 ・ 消費者の8割が環境に関心を持っていても、環境配慮製品を購入する消費者は5%といった結果が得られている。 ・ 環境配慮の取組みがマーケットの中で評価される仕組みや社会環境作りを進めるためには、グリーン購入等の一層の促進が重要。 ・ 環境教育を行って次の消費者を育てることも重要である。 ・ サステナブルマーケティングということで、消費者を教育することが重要である。なぜ環境にやさしい商品なのか、その理由を考えることを教育すべきである。店頭教育やメディアを通じて教育することが必要である。 ・ N A C Sでは環境ラベルを見ながら商品選択ができるように、チェックポイントを示している。 ・ 消費者にとってエコリーフは読みづらいが、説明の仕方によってはわかりやすくなる。カメラの場合、製造時点でのCO2発生量多いが、コピー機では使用時点でのCO2発生量が多い。少なくとも製品にこのような情報が提供されているのであれば、商品選択に資するのではないか。 ・ グリーンコンシューマーの育成が重要である。企業が環境情報を提供することによって、グリーンコンシューマーが育つのではないか。 ・ <u>グリーンマイレージセンターを設置し、環境に良い活動をした消費者にグリーンポイントを与えるといった方向が考えられる(再掲)</u> ・ <u>B to Bであれば、こういったセンターを構築することが非常に効率的であると思われる。B to Cの場合は既存の電気店などにこうした役割を担ってほしい(再掲)</u> ・ <u>再使用率を表示してもリユース部品を使っている製品は消費者に受け入れられにくいのではないか。</u> ・ <u>中古が混じっていたとしても、きちんと動くことが消費者に理解されるようになることが求められる。品質規定などにより、リユースしたものであっても安心して使えるといった社会に切り替えていくことが望まれる(再掲)</u> ・ <u>メーカー側から環境配慮製品が売れないという話を聞くが、メーカー自身がグリーンマイレージのような方向でメリットをつけることも考えられるのではないか(再掲)</u> ・ <u>食品にとっての農薬などのように、直接自分に害があるわけではないので、リサイクルされた製品が良い製品であることを認知してもらうことは難しい。</u> ・ <u>産業界では既に自主的な取組としてトータルの環境負荷の削減を考えて製品が作られている。こうした製品に、さらにラベルを付けなければ売れないという世界は本来おかしなことである。トータルで環境負荷を考えて作ることで、良いものができることが理想である。</u> <p>【ネガティブ情報】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 都合の良い情報だけでなく、デメリット情報も合わせて提供して欲しい。 ・ ネガティブ情報の公開とは、不祥事の提供だけでない。上流や下流の情報も、出たくない情報ということではネガティブ情報である。このような情報が出されることで安心につながる。 ・ 現状、未着手であったり、検討中であるような情報であっても、10年後の目標を公開しつつ、現状の状況について紹介することもネガティブ情報の提供に当たると考える。 <p>・ ステークホルダーの権利の一つとして、消費者の意見を聞いて欲しい。1962年に提示されたJ F Kの4つの権利(知る権利、選ぶ権利、安全を求める権利、意見が反映される権利)を担保する形で環境ブランドの構築に取り組んで頂きたい。</p> <p>・ 日本ではNGOの力が弱い。NGOは、努力している企業を一層応援する役割を持っているが、日本のNGOはその役割を果たせていない。</p> <p>・ 社内的な体制として消費者の知る権利を反映できるシステムが整っていることが重要である。問い合わせをしてもたらいまわしにされることがある。</p> <p>・ 消費者は、自分にとって必要な情報がなければ、企業に要求すべきである。</p> <p>・ <u>ウェブサイトで情報提供する場合にオープン価格の商品が増えてきているので、価格による比較が難しくなっている。</u></p>
2 - 3 サプライチェーン間の情報提供	現状	<p>【サプライチェーン間の情報提供に関する取組み状況】</p> <p>製品含有物質のサプライチェーン間での情報提供について、メーカーは自主的取組を進めている(例:グリーン調達調査共通化協議会(JGPSSI)ガイドライン)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ J G P S S Iは製品中に含まれている化学物質の情報を、サプライチェーンを通じて情報収集するための手法を共通化するため2001年に創設された協議会である。当初8社でスタートしたが、現在、82社5団体に拡大し、セットメーカーだけでなく、素材、部品、セットメーカー横断の協議会に発展している。 ・ 製品中の化学物質含有に関する調査項目を共通化することにより、サプライヤー側において調査項目が事前にわかるので、回答精度やスピードアップ、業務の効率化が図れる。 ・ (電気・電子製品は)事業領域が国内だけに止まらず、東南アジアや中国にサプライチェーンが拡大している。共通化というスタンスは、海外とも連携する必要がある。J G P S S Iでは、アメリカのE I A、欧州E I C T Aからの申し出を受け、3極によるガイドラインの発行を目指している。共通化する項目としては、調達先情報、部品情報を特定するための基本情報調査、対象物質、調査回答データフィールドである。 ・ J G P S S Iでは対象となる化学物質を大きく2つのレベルで絞り込んでいる。レベルAは国内外の法令で含有物質の販売・製造、製品への使用に関し、禁止制限、または報告義務を課されている化学物質、レベルBはエンド・オブ・パイプの管理の際、マイナスの影響を回避するために、情報が必要と思われる物質や有害廃棄物に関する法規制の要求事項の対象となる物質など、日米欧の3極が調査対象として選定した化学物質である。 ・ J G P S S Iでは、現在、フェーズ1として24物質の含有量管理が議論されている。また、フェーズ2(環境管理システム)に向けて準備を進めている。フェーズ2で考えているような製品含有化学物質に関する合理的なマネジメントシステムが企業の中に存在すれば、その企業から提供される回答は信頼性が高いと思われる。フェーズ2は、現状は日本(共通化協議会)における議論に止まっているが、今後、他の2極にも拡大したい。 ・ 化学産業界では製品含有物質情報を品質保証の一つの柱だと考えている。M S D Sの別添シートで、品質保証部長の責任の下、(企業が)自己宣言するという形を採用している。

