

平成29年度事業計画書

基本方針

日本環境協会（以下「協会」という。）は、公益財団法人に移行後4年が経過した。この間、協会は、「環境保全に関する情報の提供や、環境教育・人材育成の分野を中心に持続可能な社会の実現に貢献するとともに、こうした取組をリードする存在となること」をミッション・ビジョンに掲げ、その実現に向け様々な取組を展開して来た。

その結果、こどもエコクラブ事業は、2000クラブ以上、メンバー数10万人以上の登録の確保や活動の機会の創出等一定の成果を上げたものの、多くの支援を得ながら自主的に推進できる体制の確立にはなお道半ばである。また、エコマーク事業は、認定商品類型及び認定商品数の増、信頼性確保や普及啓発の充実、海外環境ラベル機関との相互認証の拡大等前進を見たが、一方で認定企業数の漸減等に見られるようにエコマークが社会に広く浸透するまでには至っていない。

他方、国連でのSDGs（持続可能な開発目標）の採択や気候変動に関する国際的枠組みであるパリ協定の発効により、我が国は持続可能な社会の実現に本格的に取り組むことが求められている。

このような現状、協会を取り巻く環境を踏まえ、平成29年度は、次の方針のもとに取り組む。

第一に、協会の自主事業であるこどもエコクラブ事業及びエコマーク事業については、重点化・効率化に努め、その課題の解決に向け実効ある取組を推進する。すなわち、こどもエコクラブ事業については、地域との連携・協働を通じたこどもの成長の促進に重点的に取り組み、広く共感や協力を得、事業の推進基盤の強化に繋げる。また、エコマーク事業については、SDGs、パリ協定等環境に関する重要な取極めやそれに対する国内外の動向、東京オリンピック・パラリンピック等社会に影響力のあるイベントの開催の動きも踏まえつつ、商品類型の新規制定・改定等に努めるとともに、エコマークの活用促進のため、企業、団体、一般消費者等への働きかけを強化する。

第二に、地球温暖化の防止や土壌環境の保全に引き続き貢献するため、国の地球温暖化防止に係る補助事業や土壌汚染対策に係る支援事業を推進する。

第三に、自主事業に関連する分野を中心に国等からの委託事業の受託に積極的に取り組むとともに、新規事業の実施についても機会をとらえ柔軟かつ積極的に対応する。

なお、事業の推進に当たっては、知識・ノウハウの蓄積、人材ネットワーク拡充による協会の能力アップや、多様なステークホルダーとの連携に留意する。

第1 環境教育、普及啓発事業の実施

協会では、設立以来、環境教育、普及啓発に力を入れて取り組んで来ており、近年はこどもエコクラブ事業を核とした環境教育事業の推進に努めている。

こどもエコクラブは、幼児（3歳）から高校生までなら誰でも参加できる環境活動のクラブであり、子どもたちの環境保全活動や環境学習を支援することにより、子どもたちが人と環境の関わりについて幅広い理解を深め、自然を大切に思う心や、環境問題解決に自ら考え行動する力を育成し、地域の環境保全活動の環を広げることを目的としている。こどもエコクラブの活動は環境保全を中心とするものであるが、環境保全を経済や社会・文化と関連づけ、地域や国、世界へと関心を広げることにより持続可能な開発の鍵とされるE S D（持続可能な開発のための教育）につながるものである。他方、こどもエコクラブは、家族、学校、地域のグループ等多様な形態から成り、保護者、教員、ボランティアの方等が子どもたちと共に学び、活動する場ともなっている。近年では、こどもエコクラブを中心に、地域の多様な主体が参加するいきものみっけファームなどによる協働取組も広げつつある。

こどもエコクラブについては、引き続きこどもを中心に、地域の人々・多様な主体が支え共に学び活動できる環境保全活動・E S D実践のプラットフォームとなることを目指し、事業の充実と財源の確保に努める。

このほか、市民、事業者等を対象に、協会の自主事業や国等からの受託事業等により、環境保全に関する普及啓発にも積極的に取り組む。

1 こどもエコクラブ事業

こどもエコクラブは、子どもたちが身近な場所で自然とのふれあいや地域社会と関わる実体験を積み重ねることによって、持続可能な地域づくりのための人材を育成する重要な役割を担っている。約 2,000 クラブ、10 万人を超える子どもたちが登録・活動しているが、クラブが作成する活動レポートや壁新聞によって全国事務局がその状況を把握できているのは全クラブのわずか 1 割ほどに留まる。こどもエコクラブがその役割を果たすためには、全国事務局が個々のクラブとのコミュニケーションを密にとって各クラブの状況を詳細に把握し、そのニーズや課題に対応したきめ細かな支援を行うことにより、メンバーの活動の意欲増進及び環境への理解の向上を図るとともに地域との連携を強め、それぞれのクラブを活性化することが必要であり、平成 29 年度はそのための活動に重点的に取り組む。

また、環境省時代を含めて 20 年以上も継続している事業でありながら、一般にはほとんど知られていない。平成 28 年度よりプレスリリースを積極的に行うことなどにより認知度の向上を図っているが、特に地方メディアへのアプローチを強化しつつ

その取り組みを継続する。

一方、こどもエコクラブ事業の財政基盤は依然として脆弱であることから、企業及び個人からの寄附・支援の増加に向けてあらゆる智恵を絞り、速やかに実行に移す。

(1) クラブの活性化

クラブを活性化するためには、各クラブがどのような活動をしているか把握し、それに対して適切な助言を行うことで子どもたちが活動をふり返り、主体的に活動を改善する過程を支援することが必要である。併せてクラブの成長度を測るための指標及び評価方法について検討を行い、ステップアップ支援の指針にするとともに、評価を通して事業の効果を客観的に示す。

ア 活動レポート・壁新聞へのフィードバック

活動レポート、一年間の活動をまとめた壁新聞に対する専門家からの助言を継続する。クラブにはメール等を通じてレポートの提出、壁新聞の制作を呼びかけるほか、活動レポートのインセンティブのため新人賞・皆勤賞の授与を継続し、可能な限り多くのクラブの活動情報を収集する。

また、専門家からの助言を実際の活動に活かしている事例を抽出し、広報等に積極的に活用する。

イ クラブへの重点的支援

全国約 2,000 クラブの中からこどもと地域の多様な主体が学び合いながらこどもが成長し、地域の持続可能性を高める活動へと発展するポテンシャルを持つクラブを抽出し、地域での具体的な連携・協働相手や活用できるリソースの提案等の重点的な支援を行う。そのプロセスを通じ、クラブの活性化に向けた効果的な手法について整理・類型化する。

その際、地域を巻き込んだ環境活動の面的な活性化を図るため、2～3 カ所を対象に自治体単位での支援を行う。地域事務局、地元の企業と連携し、クラブとの協働活動やクラブ間の交流、サポーター研修等を実施する。こどもエコクラブが地域の環境保全に中心的な役割を果たしている事例を創出し、その成果をアピールする。

ウ カルテ・データベースシステムの改修

平成 24 年度にこどもエコクラブのデータベース(カルテ)を構築し、活動レポートや壁新聞の情報を蓄積してきたが、全国事務局とクラブ間のコミュニケーションやクラブの成長の度合い等、適切な支援を行うために必要な事項が不足してい

る。また検索システムも、企業への具体的な連携・協働提案に活用するための情報がすぐに取り出せる仕組みになっていない。

これらの課題を克服するために、データベースの見直しと再構築を行い、確とした運用方法に基づいてこれを活用する。

エ クラブ評価とステップアップの可視化

クラブがステップアップしたかどうかを知るためには、それを測るための基準と方法が不可欠である。メンバーである個々のこどもの成長、活動の地域への広がり等クラブの成長・発展を測る指標は多岐にわたるが、これらの項目について早急に検討・確定し、指標に基づく評価方法等を盛り込んだこどもエコクラブ評価ガイドラインを策定する。

ガイドラインに基づく評価を定期的実施し、個々のクラブに対し最適なサポートを行うための基礎情報を収集する。また、クラブの成長の度合いを明らかにすることにより、事業の効果をアピールする。

(2) ステークホルダーの拡充・満足度の向上

こどもエコクラブには、メンバー・サポーターはもちろんのこと、地域事務局(地方自治体)、企業、学校等多くの主体が関わっている。事業の趣旨に共感し積極的に参加・支援する主体を増やしていくために、各主体に対し以下の取組を行う。

ア クラブ

クラブの一層の活性化のために、既存クラブに対し登録継続を促す働きかけを行う。特に1年目のクラブに対しては登録時にヒアリングを行い、関心分野等を聞いてその後の適切な支援につなげるとともに、顔の見える関係を築いて継続の動機づけをする。

メンバーにはその証であるバッジを配布し、こどもエコクラブの一員としての意識づけ、一体感の醸成を行う。また、アースレンジャー認定証、金バッジ・銀バッジにより継続的な活動を奨励する。

平成28年度にウェブサイトを改修し、地域のイベントや企業が提供する環境学習プログラム、クラブが申請可能な助成金の情報の掲載を開始した。また、クラブの形態・関心分野に合わせて活動のヒントやプログラム事例を提供する「ウェブ版ニュースレター」の配信もスタートしている。平成29年度もこれらの取組を継続し、クラブの活動を支援する。

また、一年間の活動をまとめた壁新聞・絵日記をクラブから募集し、優れた作品には賞を授与して成果を称える。また、審査結果に基づいて各都道府県から代表ク

ラブを招待し相互の交流を深めるとともに、これらの情報を広く発信することにより、クラブの活性化及び事業への理解と参加を促進することを目的とした「こどもエコクラブ全国フェスティバル」を開催する。全国フェスティバルに参加することが年齢的に難しい幼児クラブに対しては、全国事務局がクラブを訪問して出張プログラムを実施する。

イ 地方自治体

地域での広報や登録等の窓口を担う地方自治体(こどもエコクラブ地域事務局)に対し、パンフレットの配布等を行う。地元のクラブの活動情報や連絡先等の情報を提供し、クラブと自治体のコミュニケーションを促進する。また、クラブ限定のイベントや助成金、交流会等独自の支援を行っている自治体の例をまとめて発信し、自治体による主体的な事業支援を促進するほか、地元企業との連携・協働に向けた橋渡しを行う。

ウ 企業・学校・ユース

企業と連携・協働するプログラムに子どもたちが参加することによって、子どもたちは企業の社会的役割を認識し、企業は自らの活動が子どもたちに認知されることによって社員の士気を高めるなどの効果を得ることができる。こどもエコクラブに支援をいただいている企業を中心に、プログラムの提案を積極的に行う。また、その実績をメディアにアピールすることで双方の認知度・イメージ向上につなげる。

こどもエコクラブには学校単位で登録しているクラブも多く、地域で活動するクラブとは異なり活動場所・時間等の制約が大きい。授業に取り入れられる学年・教科に応じたプログラム事例の提供、コミュニティスクール等での地域と連携した活動事例の紹介など、学校での登録・活動を推進する。

こどもエコクラブのOB・OGを中心に平成25年度に結成したAll Japan Youth Eco-Clubは、地域交流会や全国フェスティバルにおいてこどもエコクラブメンバーのロールモデルとして活躍している他、各地のこどもエコクラブ活動を紹介する活動を継続している。平成28年度に新たに構築した登録システムを活用し、ユースメンバーの増加と活動地域の拡大を図る。

エ ネットワーク

子どもたちが身近な生物とのふれあい等の自然体験や農業体験、農作物の販売体験等の社会体験を通じ、環境や食と農、グリーン購入などを学ぶプログラム「いきものみつけファーム」は、産官学民が協定を結び協働する「いきものみつけファーム推進協議会」が活動をサポートしている。協議会に参画する各主体にとっては、

環境配慮型の農業の普及、環境配慮型商品の流通促進、地域の環境活動リーダーの育成などのメリットが見込まれ、地域の活性化に資する事業でもある。現在 5 カ所（長野県松本市、秋田県大仙市、滋賀県、長野市、山梨県中央市）に設置されている各地域の協議会の自立を促すとともに、各協議会の下にこどもエコクラブを設立し、こどもエコクラブが核となる環境教育と地域活性化を目的とした協働取組として内容のさらなる充実を図る。

「Project-D」は、東日本大震災によって被害を受けた森林の再生と被災地の子どもたちの心を癒やすことを目的に平成 23 年度に開始し、25 年度までの 3 カ年をかけて岩手県、宮城県、福島県でどんぐりを採取し、それを配付し、全国の子どもたちなどが苗木に育てた。平成 26 年度からは育てた苗木を被災地に植え戻す活動を行っている。平成 29 年度は、岩手県、福島県での植樹を行い、プロジェクトで育成した苗木全ての植樹を終える。また、これまでに植栽した場所において下草刈り等の育林作業及び資金の調達に取り組む。

（3）認知度の向上

ア ホームページの活用

こどもエコクラブの活動をより多くの人々の目に触れるようにするために、地方自治体・パートナー企業等との相互リンクを促進する。また、フェイスブック・ツイッター等の SNS の有効活用を進める。

イ メディアとの関係強化

引き続きプレスリリースを積極的に行い、こどもエコクラブの広報を強化する。地方紙へのリリースはこれまでほとんど行っていなかったが、地元のクラブの特色ある活動や全国規模での表彰などは記事として取り上げられやすく、効果的な事業広報になるほかクラブにとっても励みになる。個々のクラブの活動状況を把握し、ニュースになりそうなトピックを該当する地域のメディアに配信する。

2 その他環境教育、普及啓発事業

環境省、地方自治体、企業等が行う環境教育、普及啓発事業等の委託事業について、こどもエコクラブなどの教育事業との親和性が高いものについて積極的に受託を図る。

また、環境教育教材・資料の貸出・頒布、環境研究会事業の実施、協会ホームページ等による情報発信を行う。

第2 環境ラベリング事業等の実施

グリーン購入は、環境負荷の少ない製品やサービスを優先的に購入することを通じ、企業に環境負荷の少ない製品等の製造・販売等環境負荷低減に取り組むインセンティブを与え、市場のグリーン化を進めるものであり、我が国が目指す経済のグリーン化のための重要な取組の一つである。その中で、環境ラベルは、環境配慮製品等に環境ラベルを付与し、環境負荷の少ない製品等の選択的な購入を促す有効なツールとなっている。

エコマークは、製品のライフサイクル全体に配慮した認定基準と第三者による厳格な審査を特徴とする、日本で唯一のタイプ I 環境ラベル（ISO14024 準拠）制度であり、環境ラベルの中で高い認知度を有している。昨今では、グリーン購入法の先進的でより高い環境性能に基づく基準（プレミアム基準）としての役割が期待される一方、中国、韓国、台湾、ドイツ、北米等各国のタイプ I 環境ラベルとエコマークとの相互認証も広がりつつあり、国際的なグリーン購入の取組の推進や我が国の環境物品等の国際市場への円滑な進出にも寄与している。

今後、グリーン購入法とエコマーク、エコマークと諸外国のエコラベルとの連携による環境配慮製品・サービスの普及の国内及び国際一体的な推進の体制を確立し、環境配慮製品等の一層の普及を図る。

また、グリーン購入の消費者への浸透や国連環境計画（UNEP）が推進する持続可能な消費と生産（SCP）を実現するためのグリーン公共調達（GPP）と環境ラベルを有機的に関連付ける取組等、グリーン購入の国際的な動向にも的確に対応するため、グリーン購入ネットワーク（GPN）等とも一層連携を図る。

1 エコマーク事業

エコマークが消費者や組織購入者の購買場面において広く利用される環境ラベルとなるようその価値を一層高めるとともに、CO₂はもとより環境負荷全般に配慮した製品やサービスを表示するエコマークに対する認知度・理解度・利用度を向上させる。そのため、地球温暖化対策の国際的枠組となる「パリ協定」や持続可能な開発目標（SDGs）などの国際的・社会的な動向を踏まえ、以下の取組を進め、グリーン購入の普及を推進することにより、市場の一層のグリーン化に寄与する。

平成 29 年度は、潜在的需要のある事業者等やエコマーク取得企業への直接の働きかけを強化するとともに、2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催に伴うインバウンドツーリズムへの対応を念頭に置きつつ、ホテル・旅館、小売店舗や飲食店等のエコマーク認定施設の拡充に注力する。

(1) 認定基準の策定計画

国等とも連携しつつ、新たな製品・サービスの商品類型化に取り組む。特に、温暖化防止・資源循環に資する製品と「サービス分野」への展開を重点的に進め、より広い範囲の製品・サービスにエコマークの認定を拡大していく。平成 29 年度は、インバウンドツーリズムへの対応強化を念頭に、飲食店などの様々なサービス・システム等の検討を進める。また、既存商品類型については、欧州環境規制など国際的な動向等にも注視し、基準値の見直しや引用規格との整合を図るなどの確な見直しを進め、市場の誘導（環境性能のレベルアップ、取得インセンティブの創出）を図る。

ア 新規商品類型の策定

新規類型化の候補として検討している案件から数類型を選定し商品類型化に着手する。

<主な新規類型化候補>

- ・電力小売業
- ・ラミネーター
- ・廃食用油を使用した消火薬剤

イ 既存商品類型の見直し

有効期限のおよそ 2 年前を迎える既存商品類型のうち、科学的知見や社会的情勢等から見直しが必要と判断されるものについて検討する。

<主な見直し候補>

- ・小売店舗[チェーン店の認証やテナント、小規模店舗などの適用範囲の拡大等]
- ・プラスチック製品[植物由来プラスチックの観点の導入等]

(2) 普及啓発活動

エコマークの特長は、①「第三者認証」による信頼性・公平性と、②「商品のライフサイクルに則して、4つの環境評価項目（省資源と資源循環、地球温暖化の防止、生物多様性の保全、有害物質の制限とコントロール）を重点領域とした認定基準」に照らして的確に製品環境性能を評価するところにある。これらの特長やグリーン購入の考え方（行動）等の一層の浸透を図るため、エコマーク取得企業など多様な主体と連携・協働した幅広い情報発信を展開するとともに、様々な機会を捉えてステークホルダーとのコミュニケーションを強化し、エコマークの認知度・理解度・利用度の向上に役立てる。具体的には、潜在的需要のある事業者等やエコマーク取得企業への直接の働きかけを強化し、取得意欲の促進と認定商品数や取得企業の増加を図り、消費者等にエコマークがさらに拡がることを目指して以下の取組を進める。

ア 「エコマークアワード」の実施と「エコマークフォーラム」の開催

平成 22 年度より実施している表彰制度「エコマークアワード」については、国際的・社会的な動向を踏まえ、表彰のテーマを含めた全体の枠組みをレビューし、内容を刷新して実施する。また、「エコマークフォーラム」の内容を充実し、エコマーク取得企業をはじめとするステークホルダーとのコミュニケーションの強化・充実を図る。

イ 多様な主体との連携・協働による情報発信

平成 16 年度より地方自治体・事業者などと連携して取り組んでいる「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」に主催者メンバーとして参画する。また、エコマーク取得企業やマスメディア、事業者、自治体、団体（GPN、こどもエコクラブ、環境カウンセラー等）と連携・協働して、環境フェア・イベント、セミナー等（目標：「エコプロ 2017」など 5 開催）による情報発信を展開する。その際、エコマークの普及啓発とグリーン購入の考え方（行動）等の浸透を図るとともに、消費者や組織購入者に分かりやすく利用しやすい環境情報の提供に注力する。このほか、エコマークゾーン（大阪 ATC）に続く、新たなエコマーク PR 拠点の設置を進める。

ウ エコマークゾーンの充実

エコマークゾーン（おおさか ATC グリーンエコプラザに常設）では、多様なエコマーク商品の展示をはじめ、「エコマーク取得関連コーナー」及び「エコマークデスク（平成 26 年度開設）」を設置し、認定基準書や申込書類等を分かりやすく提供しているほか、エコマーク認定取得、グリーン購入等に関する相談に直接応じるなど、来場者への対応体制の強化を図っている。平成 29 年度は、エコマークゾーン全体のリニューアルを実施し、エコマークのさらなる浸透を図るとともに、ステークホルダーとのコミュニケーション強化とタイムリーな情報発信に努める。

エ 認定基準等説明会による事業者への取得促進

既存商品類型に対する潜在的需要の掘り起こしと、新規制定あるいは見直し改定した商品類型などに対する新規申請を促進するため、関連する工業会の会員企業、業界誌などマスメディア等への広報のほか、業界フェア、セミナー（目標：「認定基準等説明会」など 5 開催）等への出展・参加を進め、認定取得促進に向けた活動を展開する。特に「ホテル・旅館」、「小売店舗」や「飲食店」については、チェーン展開の施設や地域フラッグシップ店舗などを対象とした普及機会の創出に優先的に取り組み、エコマーク認定施設増に結び付ける。

オ 消費者等への環境情報提供の強化

より多くの人々にエコマークが視認され、購買場面で広く活用されるよう、エコマークの表示ルールを見直し、表示の容易さを向上させることにより、様々なアイテムにエコマークの表示を広げるとともに、環境への取り組みを分かりやすく伝える等の情報提供を強化することにより、エコマークのさらなる活用と浸透を図る。また、エコマークはグリーン購入法の調達の見直しとしても活用されていることから、国・地方自治体等における調達実態や要望等を考慮し、調達者に向けたウェブサイト等を通じた環境情報の充実に努める。このほか、新たにエコマーク商品の購入・利用による環境負荷低減効果を商品類型ごとに情報提供する方策を進める。

カ 普及ツールの拡充

平成 25 年度にリニューアルを行ったウェブサイトについて、必要な情報をさらに分かりやすく入手しやすいサイトとなることを目指して随時更新を行う。特に「ホテル・旅館」、「小売店舗」や「飲食店」などサービス分野の充実に努める。また、英語サイトのリニューアルを進め、海外ラベル機関との相互認証の推進や海外に向けた情報発信を強化する。このほか、環境フェアやイベント等で配布するツールの充実に努める。

(3) 信頼性確保の方策

認定後の定期確認、現地監査、商品テスト及び基準適合性確認の取組をより強化し、信頼性の高い環境情報の提供を進める。

ア 現地監査の実施

地域（海外製造を含む）や重点分野、公正性などを考慮して現地監査（目標：40 事業者）を行うとともに、監査概要をホームページで周知することにより、環境偽装の抑止及びエコマークへの信頼性の向上につなげる。

イ 商品テスト（基準適合試験）の実施

環境偽装問題などの再発防止及び消費者の信頼性確保のため、エコマーク認定商品を対象として市場から抜き取り購入し、購入商品が認定基準に適合していることを確認する方策として基準適合試験を実施する（目標：5 商品類型）。

ウ 総点検の実施

認定後の定期確認に加え、さらなる信頼性向上のため、平成 26 年度より、有効期限延長により認定期間が長期にわたっているエコマーク商品の基準適合性を確

認することを目的に、既認定商品に係る総点検を実施している。認定商品に係る申請データの点検、スクリーニングを行い、必要性の高い案件について、照会、ヒアリング、現地監査などの調査を実施する（目標：100 認定商品）。

2 環境ラベリングに係る国際協力事業

経済のグローバル化、グリーン化が進展する中、エコマークが国際的に通用することも重要な機能として求められている。

相互認証の推進は、事業者の負荷軽減や国際的な基準の調和化が図られるだけでなく、エコマーク基準が各国の環境ラベル基準で参考にされるなど、エコマークの信頼性や認知度向上に大きく寄与している。一方、国連環境計画(UNEP)、EU、ドイツ(GIZ)を中心に、グリーン公共調達や環境ラベルを国際的に推進又は調和させる取組が進んでいる。

こうした状況の下、国際社会における日本のエコマークの信頼性や認知度をより高めるため、海外環境ラベル機関との相互認証の推進や途上国における環境ラベル制度の立上げ支援などの国際協力を推進し、エコマーク製品・サービスの国際市場における必要性を高めるとともに、事業者の国際展開や環境ビジネスの拡大などに貢献する。

また、国際的な動向に的確に対応できるよう、世界エコラベリング・ネットワーク(GEN)などを通じ国際的な動向や海外情報の収集に力を注ぐとともに、国等とも連携した取組を進める。

(1) 海外環境ラベル機関との相互認証の推進

ア 日中韓三カ国環境ラベル機関との相互認証

環境省の推進する日本、中国、韓国の3カ国の政府間の取組である「日中韓環境ビジネス円卓会議(TREB)」の下、平成17年度より環境配慮製品の市場流通性を高めることなどを目指し、3カ国間の環境ラベル基準の調和化と相互認証の推進に取り組んでいる。これまでに7品目分野(カテゴリー)について共通基準を策定している。平成29年度は、新たな対象品目として「シュレッダー」、「衣服」の共通基準の検討を進める。また、相互認証の現状及び課題の把握を行い、より一層の活用が進むよう相互認証スキームの必要な措置についても3カ国で検討を進める。

イ その他の環境ラベル機関との相互認証

北欧5カ国ノルディックスワン(NS)とは他のラベルに先駆けて平成14年度より「複写機、プリンタ」分野で相互認証を実施している。平成27年度に相互認証手順の規則と「複写機、プリンタ」分野の共通基準合意書を締結し、相互認証を開始したドイツブルーエンジェル(BA)とは、「プロジェクタ」の共通基準策定を進め

るほか、タイグリーンラベルとニュージーランド環境チョイスについても共通基準の見直しと対象カテゴリの追加を進める。また、相互認証の実効性のある運用を目指し、台湾グリーンマーク、北米エコロゴ、香港グリーンラベル、シンガポールグリーンラベルとの間で各々「複写機、プリンタ」分野の共通基準合意に向けた取組を進める。その他のラベル機関（ベトナム、マレーシア、フィリピンなど）についても事業者などのニーズを踏まえ、相互認証の実現に向けた取組を進める。

(2) 世界エコラベリング・ネットワーク（GEN）への参画

引き続きドイツブルーエンジェル（BA）、北欧 5 カ国、中国、韓国、北米等の世界 50 以上の国・地域、30 機関のタイプ I 環境ラベル運営団体で構成する GEN の役員会メンバーとして、GEN の会議等の活動に参画する。

(3) 国際的な市場のグリーン化への対応

国等とも連携しつつ、グリーン公共調達や環境ラベルに関する国際的な議論に参画するとともに、日本のエコマークやグリーン公共調達について積極的に情報発信を行う。また、国際的な動きに的確に対応していくため、国等と連携し、グリーン公共調達及び環境ラベルの制度・基準の国際整合性を図っていくための現状把握や対応の検討を進める。

3 グリーン購入促進事業

SDGs の採択、パリ協定の発効を受け、市場のグリーン化・脱炭素化を促進するために、行政機関、企業、一般消費者等あらゆる主体におけるグリーン購入の取組の普及・拡大が必要となる。環境省では、グリーン公共調達に関する国際的動向の把握及びそれへの対応について調査検討が行われるとともに、調達基準のあり方や調達者のレベルアップ、海外の公共調達の仕組みとの比較等の観点から、グリーン購入法の将来的なあり方の検討が進められている。

一方、依然、地方公共団体におけるグリーン購入の取り組みは、組織的な取組が約 7 割と横ばいで、しかも、組織的に取り組むための文書作成や庁内調整等に課題があることが明らかとなった。また、環境配慮型製品を製造し、提供する事業者側も、基準の変更や調達する原材料の変更等による、各種基準への適合状況の再評価、文書の記録・保管等において、それらの取組が未だ十分でないことも明らかとなった。

このような状況を踏まえ、協会としても、グリーン購入の取組の普及・拡大に向け、地方公共団体や企業・国民へのさらなる積極的な働きかけ、支援を行っていく必要がある。

すなわち、グリーン購入の取組が十分でない地方自治体に対しては、国等とも連携し、他の地方公共団体の取組事例や取組方法のガイドライン等の活用、実務支援等により、

取組を促進する。

また、企業、一般消費者に対しては、企業、地方公共団体、民間団体等が協力してグリーン購入を広める活動を行うグリーン購入ネットワーク（GPN）の事務局業務を受託し、GPNメンバーと協力し、グリーン購入の幅広い普及・拡大を図る。

さらに、国際的なグリーン購入の普及についても国際的な動向の把握に努めつつ、GPN事務局業務を通じ、また、エコマーク事務局とも連携し、適切に取り組む。

第3 地球温暖化対策事業の実施

持続可能な地域づくりに向けソフト・ハード両面の支援を展開するため、以下の地球温暖化対策に係る国の支援事業に引き続き積極的に取り組む。

1 地球温暖化対策設備投資利子補給事業

国の補助金により設立された基金のほか、国の補助金を受け、地球温暖化対策のための設備投資に係る融資に対する利子補給事業を実施する。

2 地球温暖化対策設備導入補助事業

国の補助金を受け、低炭素社会の実現に資するため、再生可能エネルギー設備の導入を支援する補助事業を実施する。

第4 土壌環境保全対策事業の実施

土壌汚染対策法（以下「法」という。）に基づく指定支援法人として、法の見直し等取り巻く状況の変化を踏まえ、土壌汚染対策基金事業の充実を図り、法に基づく土壌汚染対策の円滑な実施に寄与する。

（1）助成金交付

特定有害物質による土壌汚染の対策が必要な区域として指定された要措置区域において汚染の除去等の措置を講じる者に対して助成を行う都道府県等に対し、助成金の交付を行う。

（2）相談・助言等

土壌汚染状況調査、要措置区域内の土地における汚染の除去等の措置及び形質変更時要届出区域内の土地における形質変更について、照会・相談への対応及び助言を行う。また、土地所有者等向けの相談窓口において助成に係る相談・助言等を行う。

(3) 普及啓発

土壌汚染の環境リスクや土壌汚染対策、リスクコミュニケーションについて普及啓発を行う。また、土壌汚染対策基金及び支援業務の活用について周知を行う。

第5 NPO等の環境活動支援事業の実施

民間の寄附金による基金をもとに、地域に根差した環境保全活動を行う NPO 等に対し環境活動の資金助成を行う。

1 「藤本倫子環境保全活動助成基金」事業

藤本倫子氏（環境カウンセラー＝市民部門）からの寄附金（使途指定寄附金）により平成 14 年に設立された同基金をもとに、自発的な環境活動・学習を行う子どもたちのグループに対し、その活動資金の一部を助成する。

2 「東京ガス環境おうえん基金」事業

東京ガス（株）からの寄附金（使途指定寄附金）により平成 19 年に設立された同基金をもとに、関東地区で積極的かつ継続的に環境保全活動に取り組む民間団体に対し、その活動資金の一部を助成する。また、当基金の事業が平成 29 年度をもって終了することから、これまでに助成金を交付した団体の現在の活動実施状況を調査し、当基金の成果を検証する。