

グリーン購入・グリーン調達

(分科会参加者説明資料)

大島 美保 (060034)

○2001年より、現在の会社でISO14001を全サイトで構築・認証。

※ 現在は、お客様対応部門に所属

○2007年より2年間、公益財団法人日本環境協会エコマーク事務局に出向。

環境ラベルにおける国内普及と国際活動を担当

○担当分野は、運輸業、倉庫業、卸売業、小売業、(食品事業者向けも先日クリアしました)

○EA21以外の活動は・・・

・(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・消費生活相談員協会(NACS)

環境委員会委員

・ISO TC207 SC3(環境ラベル)国内委員 (ISO14020シリーズ)

廣瀬桃子 HIROSE MOMOKO

- 通信販売会社、環境NPOを経て、2012年にEA21審査人登録
- 製造業やサービス業の審査を担当（今後は自治体も?!）
- 地域事務局大阪のサポートスタッフ（研修担当）
- EA21以外の仕事としては・・・
 - サプライチェーン監査（環境、労働・人権、倫理）
 - CSRに関する調査・コンサル業務など

■ ○ ハンドブック 「グリーン購入・グリーン調達」の構成

・グリーン購入・グリーン調達の基本的な考え方

⇒ グリーン購入法とグリーン購入・グリーン調達の基本的な概要を整理しています。

・グリーン購入・グリーン調達を実践してみましょう

⇒ 実践するために、事業者の助言内容をまとめています。

・環境の取組の自己チェックリストに見るグリーン購入・グリーン調達のヒント

⇒ チェックリストの項目より、グリーン購入・グリーン調達に関係する項目を詳細に整理しています。

⇒ 併せて、購入・調達時に役立つ環境ラベルを随所に挿入しています。

・持続可能な調達へ・・・

⇒ 何かと話題の東京オリンピックに向けて、環境視点だけでなく、社会・経済視点(CSR)に配慮した「持続可能な調達」のISO規格を紹介し、事業者への話題提供として役立てていただきます。

■ ハンドブック「グリーン購入・グリーン調達を実践してみよう」の構成

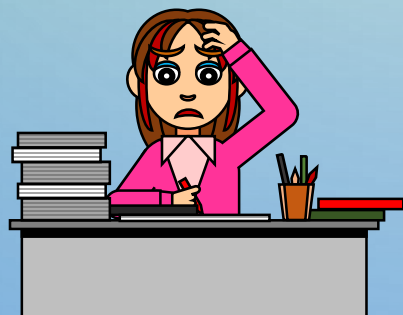
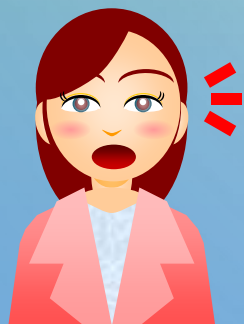
| 取り組みステップ | 取り組み内容 | 取り組みポイント | ハンドブック スライド番号 |
|----------|--------------------------|---|------------------|
| 第1ステップ | 企業方針を確認 | | |
| 第2ステップ | 経営を「環境視点」で考える | ライフサイクルマトリックスを利用した環境負荷の確認(マイナス面)と環境価値(プラス面)を含めて、トレードオフできるかどうか検討しましょう。 | 8、9 |
| 第3ステップ | 経営に将来的な視点を取り込む | | |
| 第4ステップ | 戦略に沿ったグリーン調達の計画 | 製品・サービス別のグリーン購入とグリーン調達の候補を抽出しましょう。 | 12、13、14 |
| 第5ステップ | 無理のない範囲でグリーン調達・グリーン購入を実施 | 製品・サービスの購入において、環境ラベルや環境表示を参考にしてみましょう。 | 10、11、 18～26 |
| 第6ステップ | 実施内容の振り返りと次の発展へ | 第1ステップから第5ステップのふりかえりをして、いろいろな気づきを生かしていきましょう。 | |

さて、皆様からいただきました事前質問は、次の3つのパターンでした。

【お悩みテーマ1】 事務用品以外に取組範囲を増やしたい

【お悩みテーマ2】 本業に基づいたグリーン購入・グリーン調達を助言したい

【お悩みテーマ3】 目標の設定方法と定量把握について



■ お悩みテーマ1：事務用品以外に取組範囲を増やしたい

【助言ポイント1】

ハンドブックのスライド14の「【助言ポイント 2-3】 自社のグリーン購入・グリーン調達の変換候補の抽出ポイント」の変換候補を参考に、拡大できる範囲を検討してみてください。

※ 次ページにも同じスライドを入れています。ご参照ください。

【助言ポイント2】

EA21ガイドラインの環境の取組チェックリストで、取組範囲を拡大することが可能です。

ハンドブックのスライド16～26に、グリーン購入・グリーン調達にも連動する項目や採用の参考となる環境ラベルを記載していますので、取り組みの範囲の拡大を検討しましょう。



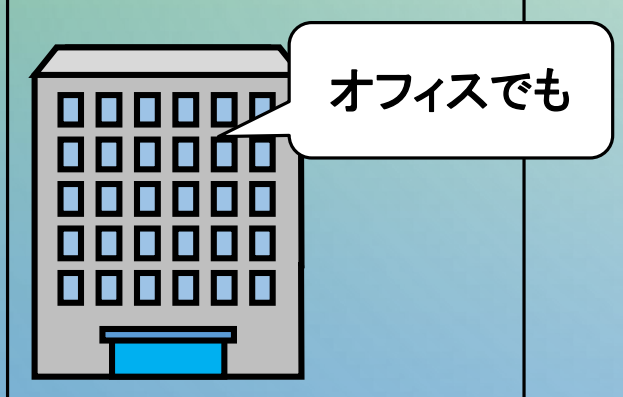
「たかがグリーン購入・グリーン調達」かもしれませんが…

【継続的アプローチとして…】

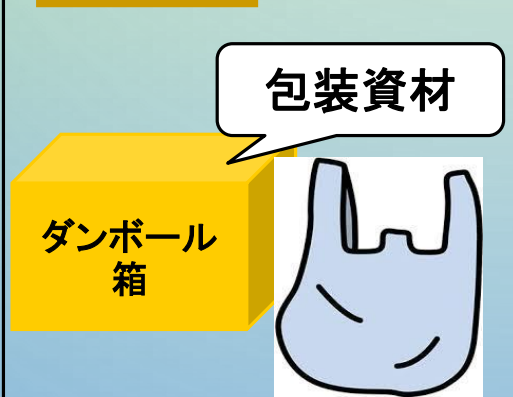
ハンドブックのスライド6～7の自社の環境負荷の要因分析やトレードオフできる項目を探したほうが、長期的な活動として対応が可能です。

■ 【助言ポイント 2-3】 自社のグリーン購入・グリーン調達の転換候補の抽出ポイント

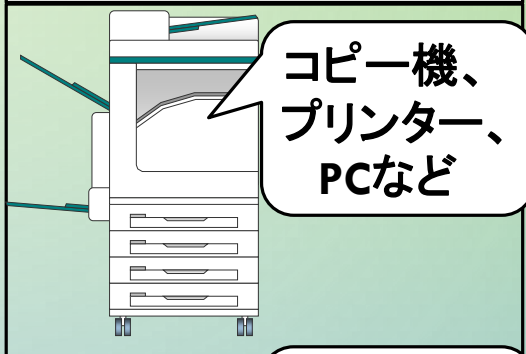
建物の新設、改修時に
建設や、内装資材を
環境配慮物品にする



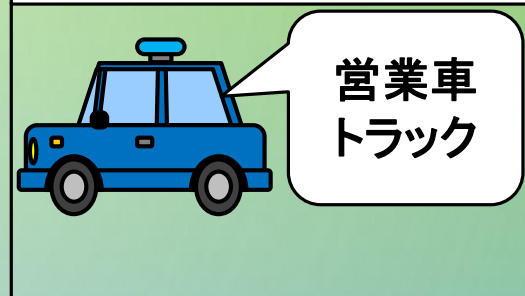
工場の間接資材を
環境配慮物品にする



オフィス内備品
(オフィス家具、ビジネス
マシンなど)



自動車、エネルギー
などのインフラ・
サービス面など



電気エネルギー源を
自然由来へ



従来のオフィス内備品だけでなく、社内で使用しているあらゆる製品・サービスと、建物そのものにおいても、環境配慮が可能です。

■ お悩みテーマ2 :本業に基づいたグリーン購入・グリーン調達を助言したい

【助言ポイント1】

資材が特定されている場合は、特定のない分野や範囲で、拡大できる範囲を検討してみましょう。

【助言ポイント2】

グリーン調達の一環として、梱包資材の再利用(リユース)を調達率として換算しては、いかがでしょうか？
納品時の梱包資材が、①リサイクル部材で作られていること、②汎用性が高く、再利用可能といった資材であれば、余計な資材の投入や経費をかけずに済みますので、計算上、算出することは可能です。



「たかがグリーン購入・グリーン調達」かもしれませんが・・・

【継続的アプローチとして・・・】

計算上のアプローチは、「捕らぬ狸の皮算用」と、解釈される場合もありますので、理論値だけでなく、環境活動レポートなどに、実際使い回しをしている写真やイラストなど、具体的な事例を掲載すると、読みやすく、伝わりやすく、レポートの内容が充実できます。

■ お悩みテーマ3 : 目標の設定方法と定量把握について

■ 目標の設定にあたって、以下の3つの項目を決定しておきましょう

- ① **前提条件** ⇒ 算定対象のカテゴリーや種類を抽出しておく。
- ② **対象範囲** ⇒ 既存製品のみを算定の対象範囲なのか？ 新規採用製品も対象範囲に含むのか？
- ③ **採用する環境ラベルや基準** ⇒ 選択や購入にあたって、採用する環境基準やラベル、マークを決めておく

【定量把握算定方法】

・金額 ⇒ $\text{グリーン購入金額} \div \text{購入金額} = \text{〇〇}\%$

・品目数 ⇒ $\text{上記、前提条件で決めたカテゴリーや種類} \div \text{全体購入品目数} = \text{〇〇}\%$

※ オフィス通信販売業の請求書には、金額などで換算数値が掲載されていますが、上記②、③の項目も合算していますので、自社で決めた対象範囲や採用する基準に関係なく算定されますので、ご注意ください。



「たかがグリーン購入・グリーン調達」かもしれませんが…

【継続的アプローチとして…】

- ・上記3つの項目に該当する製品をあらかじめ決めて、それ以外の製品を希望する場合は、理由を確認しましょう。
- ・前提条件や対象範囲、採用環境ラベルや基準を、定期的に見直ししましょう。
- ・生活者の目線で、日常使用する製品なども環境ラベルや情報を閲覧してみましょう。

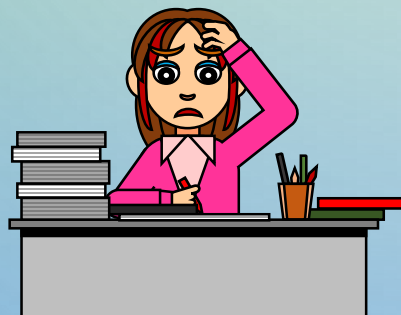
■ 事業者の規模別 グリーン購入・グリーン調達の実現イメージ

助言の目安 ⇒ ◎ 必ず助言 ○ 取組意識を喚起する △ 余力があれば取り組む

| 事業資産 規模 | 建物・設備 | 直接材 | 間接材 (副資材) | 事務 用品 | オフィス内 備品 | サービス・ インフラ | 人材 育成 |
|------------|--------------------|-----------------|------------------------|----------|-------------|-----------------------|----------|
| 30人以下 | △ 増設・改修 時の配慮 | △ 顧客へ の提案 | ○ 製品の間接資材 からスタート | ◎ | ◎ | △ 購入/リース車 両の見直し | ◎ |
| 31～60人以下 | △ 増設・改修 時の配慮 | △ 顧客へ の提案 | ○ 制服や作業着の 変更時の配慮 | ◎ | ◎ | △ 購入電力の 見直し | ◎ |
| 61～100人以下 | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ◎ |
| 101～500人以下 | ◎ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 501人以上 | ◎ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |

業種別にグリーン購入・グリーン調達を助言・展開するのは難しいですが、事業規模別では、業種を問わず、助言ポイントが整理できましたのでご参照ください。

「事業者にとってのメリットが見えにくい」
業種・規模に関係なく、共通の課題ですね・・・
少し見方を変えると・・・



グリーン購入・グリーン調達は、「永遠」の取組です!!

【ポイント1】 目標の設定は、「100%」にすることだけではありません。!!

「100%」は達成感があります。取り組みの中長期目標としての設定は、事業者の意識の高揚にもなりますので、初期の達成基準にしてはいかがでしょうか？ 常に、100%は難しいです。

【ポイント2】 最初に、「前提条件」、「対象範囲」、「採用する環境基準やマーク、ラベル」を決めましょう!!

3つの項目は、活動の基本柱となります。ブレない活動は、柱の内容を勝手に改訂・更新しないことが大事です。一方、見直すことは大歓迎です。その見直し内容は、次のブレない「柱」となります。

【ポイント3】 事業を継続するため、必要な製品・サービスはずっと必要です。グリーン購入・グリーン調達は、「いつか」ではなく、「今」でしょう!!

企業の経営を続けていくためには、生産を続け、生産に必要な資源や人材、資材を継続的に調達していくことが必要です。先延ばしても、いつかは取り組む必要があります。各企業にとっての「今」を審査人が見過ごさないように。

【ポイント4】 日常生活の大半を過ごす事業者は、グリーン購入・グリーン調達を通して、「グリーンコンシューマー」を育成しています。

「企業は人なり」と言われるほど、「人材」は、「人財」となり得ます。事業活動やEA21の取組は、日々の生活や人材育成としても活用できます。

グリーン購入/調達から持続可能調達(CSR調達)へ

- 現在、グローバル企業や大手企業を中心に、CSR調達の動きが急速に広がってきています。
- これは、製品やサービスの選択/調達に際して、環境だけでなく、人権、倫理など幅広く社会的責任の観点を基準とし、それ満たさない製品/サービス(を取扱う企業)を厳しく選別していこうとするものです(主に製造業のサプライチェーンでは、CSR調達を補完する形でCSR監査が展開され、取引継続の判断材料となっています)。
- 中小企業であってもいずれ何らかの影響が及んでくるものと考え(CSR調達をする側やCSR調達をされる側になる)、中長期的にはCSR調達の視点に立って、グリーン購入/調達の取組みを見直すことも賢明でしょう。

【例：調達物品・サービスの評価】

| カテゴリー | 品目 | 環境面 | | CSR側面 |
|---------|---------|-------|--------------|---------------------------------------|
| | | エコマーク | 環境配慮 その他の | |
| 資材 | 資材1 | ○ | | 環境面だけでなく、社会面(労働環境、先住民の権利)、経済的持続可能性を評価 |
| | 資材2(木材) | | | FCS認証 |
| | 資材3(錫) | | | 紛争鉱物の使用回避 |
| ユーティリティ | 電力 | | CO2排出係数 | |
| 事務消耗品 | コーヒー | | | 国際フェアトレード認証ラベル |

コンゴ民主共和国と隣接諸国から産出されるスズ、タンタル等の4鉱物で、同地域で人権侵害を行っている武装勢力の資金源となっている鉱物

生産者・労働者と適正な価格で公正に取引されたもの

【例：取引先/調達先の評価】

| カテゴリー | 取引先企業・調達先 | 環境の取組 | | CSRの取組 | |
|----------|-----------|---------|----------------|----------|------------|
| | | 環境方針の有無 | ISO 21等の認証取得状況 | CSR方針の有無 | CSR情報の開示状況 |
| 資材 | A社 | | | ***** | ***** |
| 設備メンテナンス | C社 | | | | |
| 廃棄物処理 | D社 | | | | |
| 食堂 | E社 | | | | |