

5. 海外における合法木材調査（概要）

5. 海外における合法木材調査（概要）

（詳細な報告は、別冊の「海外合法木材調査報告書」を参照）

（調査の目的）

欧米各国の木材製品についての環境ラベリング制度の動向の現状と課題について調査を行い、日本において木材の合法性や伐採地等についてラベリング表示を行う実証事業の参考とする。

（調査の内容及び結果概要）

（1）海外における木材の環境性能表示の実態

1) 環境ラベリング制度

日本を含む世界の主要な環境ラベル制度 10 制度について、制度の概要（目的等）、基準策定の仕組み、対象製品・品目、普及の程度、対象となっている木材製品及びその基準概要（合法性・持続可能性に関する基準が含まれているかどうか）についてとりまとめた。概要は以下の通りである。原料に木材が使われる製品の基準において、森林管理や伐採、木材の流通等に絞った形での合法性を明記している制度は 1 制度のみである。また、持続可能性については、トレーサビリティの確保、原生林や保護価値の高い森林（HCVF）由来、ワシントン条約指定種等の調達排除、持続可能な森林由来のものを優先（原則は既存の森林認証制度の取得の有無によって確認）している制度が多い。

制度名／ 実施国・地域	木材製品基準を含む 製品カテゴリー	木材製品の基準概要	
		合法性	持続可能性
ブルーエンジェル／ドイツ	RAL-UZ 38（低排出木材製品及び木質系製品）」の下に 10 カテゴリー、「RAL-UZ 76（低排出合成木製パネル）」の下に 6 カテゴリー	特に明記なし（基本的な法律遵守は前提としてあり）	原生林（北方及び熱帯の天然林）から採取されたものであってはならない。持続可能な林業により産出された木材について配慮
環境チョイスプログラム／カナダ	033 Office Furniture and Panel Systems 077 Paper	製造・輸送・廃棄に至る全工程において、（カナダ国内に施設がある場合には、カナダ漁業法及び環境保全法を含む）各種法規制の要件をすべて満たしていることが、認定の前提要件	CITES 規定に該当する場合、これに従って採取・取引された木材からのみ、製造されなければならない
EU エコラベル／EU 各国+EEA 合意署名国のノルウェー、リヒテンシュタイン、アイスランド	床材（Floor coverings）と家具（Furniture）の製品グループに、それぞれ①木製床材（wooden floor coverings）と②木製家具（wooden furniture）が含まれている	特に明記なし（基本的な法律遵守は前提としてあり）	原料は持続可能な森林管理下の森林由来でなければならない。製品に占める持続可能材の％を時期ごと、製品ごとに設定

エコマーク／インド	見当たらず（ただし 2006 年時点のカテゴリーにおいて）	詳細不明	詳細不明
韓国環境ラベルプログラム	詳細不明	詳細不明	詳細不明
環境チョイス／ニュージーランド	EC-28-08 (床材) 及び EC-32-11 (家具及び建具) に、無垢材、合成木製パネル、複合木材製品 (Engineered Wood Products) に関する基準あり	製品ライフサイクルを通じて適用される、すべての関連法規の定める諸規定を遵守すること	再生木材であること、FSC 等の認証材を原料に含んでいること (製品により % 異なる)、保護林からの原料調達とならないこと
ノルディック・スワン／ノルウェー、デンマーク、フィンランド、アイスランド、スウェーデン	<ul style="list-style-type: none"> ・従来の注入木材に替わる耐久木材 ・床材 ・家具及び装備品 ・屋外家具及び遊具 ・建設、加飾及び家具業界向けパネル ・戸建、集合住宅及び就学前施設 	合法的伐採・採取状況の確認を要求	持続可能な森林経営がなされている森林からの原料を要求、トレーサビリティ (樹種や原産国) を確保し、保護価値の高い森林由来、所有権や使用・開発権が未解決の地域に由来してはならない、原生林や HCVF 由来原料、違法伐採・採取原料であってはならないなど
ブラ・ミリヨーヴァル／スウェーデン	Paper (紙)	特に明記なし (基本的な法律遵守は前提としてあり)	スウェーデン国内森林の場合、保護すべき森林由来でないこと、原材料の構成は、古紙及び FSC 森林認証からなること
グリーン・シール／米国	紙製品として、Sanitary Paper Products、Printing and Writing Paper、Newsprint など	特に明記なし (基本的な法律遵守は前提としてあり)	市中回収古紙等の規定
エコマーク／日本	木材製品 8 類型 (木材などを使用したボード／文具、事務用品／間伐材、再・未利用木材などを使用した製品／建築製品／日用品／家具／土木製品等) 及び紙製品 6 類型 (情報用紙、印刷用紙など)	紙製品に対して、バージンパルプについては原料とされる原木はその伐採に当たって生産された国における森林に関する法令に照らして合法なものであること	木材製品については再・未利用木材に限定しながら、第三者等により持続可能な森林管理の認証を、紙製品については、森林認証材、間伐材、持続可能性を目指した原料調達に基づいて調達されたパルプ

2) 森林認証制度

森林認証制度のうち海外で普及している FSC (Forest Stewardship Council) 及び PEFC 森林認証プログラムの制度概要と英国とアメリカにおける普及の度合い、消費者等の市場の反応等についてとりまとめた。

【FSC】

FSC の普及度合いは、認証面積は全世界で 1 億 4,783 万ヘクタール (80 カ国、1,078 カ所)、CoC 認証件数は、世界 106 カ国、21,879 件 (2011 年 11 月現在)。

米国での FSC の普及度合いは、認証面積が 5,773 千ヘクタール (2005 年)、11,424 千ヘクタール (2008 年)、13,101 千ヘクタール (2010 年)、CoC 認証件数が 482 件 (2005 年)、2,835 件 (2008 年)、3,781

件（2010年）と推移している。

英国でのFSCの普及度合いは、認証面積が1,659千ヘクタール（2005年）、1,637千ヘクタール（2008年）、1,586千ヘクタール（2010年）、CoC認証件数が464件（2005年）、1,582件（2008年）、2,122件（2010年）と推移している。

英国ではFSCのロゴの認知度は2011年には43%で、19%（2007年）、24%（2009年）、36%（2010年）と着実に認知度は上がってきている。また、FSCを選択的に購入しているとする人も、2007年の11%から2010年の25%に上昇をしている。FSC-UKでは、紙製品におけるFSC認証製品が増えていることをその主要因に挙げている。

FSCが認証取得事業者を対象に行った調査「FSC Business value and growth Market Survey 2010」によれば、認証取得企業の89.3%が「FSC認証を今後も保持するつもりである」と回答、「継続するつもりはない」と回答した企業はわずか0.5%と満足度はかなり高いといえる。また、FSC認証のきっかけについては、「顧客の要求」との回答が78.6%と最も高く、次いで「良質な森林管理へのコミットメント」（26.3%）、CSR指針（13.1%）となっている、さらに認証取得の理由をみると経済的な側面を挙げる事業者が多いことから、潜在的な新顧客の獲得と既存顧客のつなぎ留め、この両方がFSC認証を求める最も大きな動機付けとなっていると分析している。

【PEFC】

参加している36カ国の37制度に達し、相互承認を得た森林認証制度による認証済森林の総面積は2億3,823万ヘクタール、相互承認を得たCoC認証は8,680件（2011年11月末現在）。

米国でのPEFCの普及度合いは、認証面積が53,000千ヘクタール（2005年、SFI認証の値でカナダSFIを含む）、30,197千ヘクタール（2008年）、33,491千ヘクタール（2010年）、CoC認証件数が0件（2005年）、108件（2008年）、347件（2010年）と推移している。

英国でのPEFCの普及度合いは、認証面積が9,000ヘクタール（2005年）、0千ヘクタール（2008年）、1,298千ヘクタール（2010年）、CoC認証件数は101件（2005年）、920件（2008年）、1,307件（2010年）と推移している。

3) 日本において木材の合法性等のラベリング表示を行うに際しての留意点

環境表示については環境に配慮された製品の購入を希望する消費者に対して直接に情報提供を行う手段であるため、共通のルールに従うことが求められる。その共通ルールとして、ISO（国際標準化機構）及びJIS（日本工業規格）において3種類の規格が提示され、木材の合法性・持続可能性に関する表示については第三者認証によるタイプⅠと事業者の自己宣言によるタイプⅡが該当すると考えられる。「林野庁ガイドライン」に定められた3つの証明方法のうち業界団体認定は完全な第三者認定によるタイプⅠといえないので、タイプⅡに求められることを中心に合法木材製品にラベリングをする場合の留意点としてまとめた。

- ①主張は正確で、実証されており、検証可能であること
- ②あいまいな表現や主張の対象が特定されない表示は行わない
- ③主張内容は、製品のライフサイクルにおける関連する環境側面のすべてを考慮したものでなければいけない
- ④特定の用語を用いた主張を行う際には、定義等に注意する
- ⑤消費者にとって聞きなれない専門用語や固有名詞、事業者等による造語等は単独での使用は避け、わかりやすい説明文または図表を伴った表現を行う
- ⑥環境に配慮した素材や原材料等を使用していることを主張する場合は、素材の環境負荷の原単位