

(14)スウェーデンの環境ラベル

少し前のことになるが、この3月、雪のストックホルムを訪れる機会があった。その際、多少の時間を割いてノルディック・スワンとヨーロピアン・フラワーの2種類の環境ラベルを管理しているスウェーデン・スワン(SIS)に話を聞きに行くことになった。

ノルディック・スワンは、1989年に北欧諸国が環境大臣会議を開催した時に設定したものであるが、北欧諸国では非常に信頼性が高い環境ラベルである。実際、スウェーデンでは、90%の人がスワンラベルを見たことがあり、85%がラベルの意味を知っているし、ラベルを高く信頼している人は70%に及び、10人に9人がラベルのついた製品を意識的に購入しているという。SISのオフィスには30人の従業員と、スワンラベルのついたベッド、芝刈り機、洗剤などが所狭しと展示されていたのが印象的であった。

スウェーデンの消費者の環境意識は高い。例えばスーパーマーケットで買い物した時に、領収書に環境ラベルのついた商品のポイント数が記され、消費者が環境に配慮した商品をどのくらい選択したかすぐにわかったり、また、使用済みのガラス瓶や缶などを機械に戻すと、デポジット金が返還されるというシステムが日常化していることにも現れている。と同時に、スーパーマーケットをはじめとする各種店舗にはスワンのラベルがつけられていて、消費者は環境保全型の店舗を選択できるようになっている。店舗がスワンを取得するためには、ISO14001やEMASの環境規格を取得し、従業員が環境管理システムに参加し、有機製品やスワンラベル商品を一定以上販売しなければならない。

さらに輸送については、アイドリングストップなどの環境に配慮した運転を励行し、新しいトラックを購入する際には、3台に2台はPM(粒子状物質)等の汚染物質の排出量が少ない「ユーロ4」の基準を満たすことが必要とされている。

さらに、容器包装材については、ポリ塩化ビニールは禁止され、廃棄物の65%のリサイクル(ただし、サーマルリサイクルは排除)が規定されている。また、店内での証明を含む電力消費量の報告や、冷蔵・冷凍の在り方が規定され、スワンラベルが法的な環境規制に代わる役割を果たしている。

消費者は、スワンラベルのついた店舗で買い物をすれば、自らの買い物が環境に配慮したものにつながっているという意識をもつようになるのは明らかだ。ラベルは、さらにホテルなどのサービス産業にも広がっている。ホテルで環境配慮の生活を知ることは、家庭での生活の在り方に影響を及ぼすし、また、環境に配慮したホテル生活は新しい時代のライフスタイル構築に大きな影響を与えるであろう。持続可能な消費の在り方を求め続けるスウェーデンの環境ラベルの役割を、日本のグリーンコンシューマーも注目すべきであろう。

以上