

(3)LCAをもっと活用しよう

環境保全型商品を消費者が選択する際に重視するのが環境ラベリングである。しかし商品を選択する際、消費する段階で排出される環境負荷が少ないのか、消費後の段階でリサイクルやリユースされて環境負荷が少ないのが、それとも製造・流通の段階で環境負荷が少ないのかは、現在の環境ラベリングではわからない。消費段階では、省エネルギー型の電気製品や自動車であれば、水や電気の消費量が少ない製品であるとかでわかりやすい。

また、リサイクルやリユースについては、資源循環を促進するために材料表示がなされており、ある程度、環境負荷をつかむことは可能である。しかし、環境負荷といっても、自然資源の利用量、大気汚染や水質汚染の排出量、環境リスクのある有害物質の利用量など多様であるから、それらを総合して一つの指数で環境ラベルを表示する場合はともかく、マトリックスで多様な環境負荷を示されても、消費者は理解しにくいであろう。

それでも、消費者はマトリックス表示の環境ラベルで自動車を選択するとき、利用段階での二酸化炭素の排出量よりも二酸化窒素や SPM 等の大気汚染物質の排出量に重きを置くかもしれないし、廃車後の環境負荷を重視するかもしれない。

ライフサイクルの各段階の環境負荷をマトリックス形式で表示する環境ラベリングは、ISO で検討されているタイプⅡのラベリングであるが、しかし、ライフサイクル・アセスメント(LCA)は、製造、流通、消費、消費後の各段階のパターン次第で異なるので、技術的に難しいとされている。しかし、消費者はそれを求めるのであるから、ここは何とか LCA を進める工夫が欲しい。

消費者は地産地消型の農産物は環境負荷が少ないと考えているが、輸入物の農産物に比較してどれだけ輸送などの段階で負荷が少ないのか知りたがっている。また企業が、アルミ缶やペットボトルよりも再利用できるガラス瓶の方が環境保全型と考えているのなら、それを LCA で説明するべきであると考えerがどうであろうか。

今日、二酸化炭素の排出量については、消費生活においてある程度数量的に把握することが可能になっているが、グリーンコンシューマーの取り組みについても、どれだけ環境にプラスになっているかを知ることがグリーンコンシューマーの定着につながるであろう。

以上