

【関連資料】

日本ユニシス・エクセリューションズでは、日本のグリーン調達の実況を以下のとおり考えます。

- 含有化学物質の規制強化の動きは一気に世界的規模
電気・電子製品や自動車部品に含まれる有害化学物質が、環境や人の健康に危害を及ぼすことが大きな問題となっている昨今、製品の、いわゆる“環境品質の作り込み”の実践が強く求められており、含有化学物質の規制強化の動きは一気に世界的規模になってきました。
- 昨年6月に「REACH 規則」が施行
2000年10月の「ELV 指令」、2006年7月の「RoHS 指令」、2007年3月の「中国版 RoHS 指令」が相次いで施行され、2007年6月に「REACH 規則」が施行されました。ELV や RoHS 指令では、製品を特定し規制対象の化学物質も最大6種類でしたが、「REACH 規則」では“物質・調剤・成形品”といったカテゴリーで分類され、食品や医薬品以外殆ど全ての工業製品が対象となります。更に、規制対象の高懸念化学物質も1,500前後で管理対象の化学物質は30,000にも上ると言われています。
- 「REACH 規則」対応は大きな課題に
このため、REACH 規則に対応すべき管理情報は一気に100倍を超えと言われ、世界中のマーケットで事業展開をしている日本の製造業にとって、REACH 規則への対応は大きな課題となってきています。製品に含有される化学物質情報を正確に管理するためには、川上（素材メーカー）⇄川中（部品メーカー）⇄川下（製品メーカー）の各企業と、それぞれのサプライチェーンの企業群が、正確な情報を生成し、伝達し管理する仕組みを作り上げることが必要となっています。
- 情報の共有化とスピーディーな情報伝達の実現のために
国内では、電気・電子製品の製造業を中心に JGPSSI（Japan Green Procurement Survey Standardization Initiative = グリーン調達調査共通化協議会）が、JIG に準拠した（含有化学物質の調査・回答におけるルールの共通化）標準の調査回答フォーマットを定め推進しています。また、自動車部品業界では調査回答の統一書式として JAMA シートを開発し運用しています。然しながら REACH 規則に対応するには、情報の共有化とスピーディーな情報伝達は必須条件であり、実現にあたり解決すべき課題も多く在ります。
- 全製造業で使用できる共通フォーマットの開発
そこで有志企業が JAMP を組織化し、REACH 規則に対応できる仕組み作りを検討してきました。今では200社を超える川上・川中・川下企業が参画し、業種や垣根を超えた検討を活発化させています。具体的な施策として MSDSplus や AIS などの共通シートを開発し、調査回答のフォーマットやシートを数種類に統一して、全製造業で共通使用できるよう各業界との協議を推進しています。
- 2009年1月から情報開示義務がスタート
REACH 規則では2009年1月より消費者からの要求に応じた開示義務がスタートします。EU 域内へ製品や部品を輸出しているサプライチェーンでは、新たな基準に基づく情報整備を出来るだけ早く完了させるべく、新たな基準による調査依頼を10月以降一斉に開始できるよう準備に入っています。
- 中堅企業にとって、「REACH 規則」対応は全く無防備
大手企業では現行の含有物質情報の管理システムを、REACH 規則に対応できるよう改造作業に取り掛かっています。作業終了は遅くとも9月末までに終えねばなりません。10月より EU への輸出品を中心に含有情報の整備作業に入ろうとしています。12月末までにどこまで整備できるかがポイントとなってきます。
しかしながら、大部分の中堅・中小の部品メーカーはこれらの動きを殆ど察知していません。システムの改造どころの話では無く、多くの部品メーカーでは、含有情報を Excel 表で管理している状態です。12月末までに Excel 表管理の約100倍を超える含有物質情報の整備・管理をしなければならないなどとは、全くもって認識していません。全くの無防備状態です。

● 取引先からの情報要求に対応できないと事業撤退も懸念

この状況下、調査依頼が大量に飛び込んできたならば、作業は煩雑を極め、多くの矛盾を抱えたまま時間が過ぎていくことになりかねません。万が一、含有化学物質情報の報告に人為的ミス（誤情報の伝達や回答期限切れ）があった場合、川下企業のグリーン調達宣言そのものの信頼性に疑問が生じ、大きな社会問題を引き起こす要因になりかねません。

また中堅・中小メーカーの場合、取引先メーカーからの含有化学物質情報提出の要求に対し、期限内に正確に答えられない場合、取引の減少～事業縮小～撤退に追い込まれることも懸念されます。

REACH 対応の遅れ = No Data = No Market とされる諸因なのです。

以上