

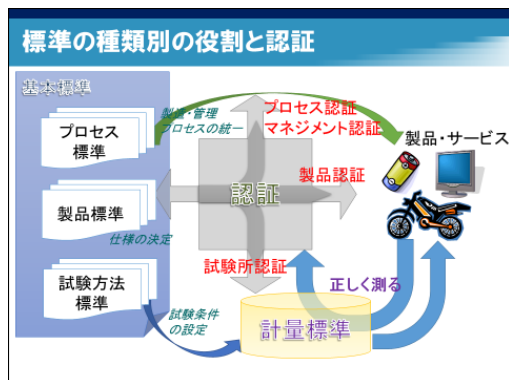
第7章 適合性評価と認証

学習の目的

- ・ 適合性評価の仕組みを理解する
 - ・ 認証の仕組みを理解する
-

学習に必要な知識

- ・ 認証
- ・ 適合性評価
- ・ 供給者適合宣言
- ・ 第一者認証制度
- ・ 第二者認証制度
- ・ 第三者認証制度
- ・ 品質マネジメントシステム
- ・ 環境マネジメントシステム
- ・ 官製認証
- ・ プライベートスタンダード



本章は適合性評価について説明する。スライドに示している図は、第1章から繰り返し見てきた図である。図の中に認証という矢印と、矢印の先にプロセス認証とマネジメント認証、製品認証、試験所認証があるのが解るだろう。これらは標準を正しく使っているかどうかを確かめる認証である。そして、一般的に「認証」と呼ばれているが、正確な名前は「適合性評価」である。

第1節 適合性評価とは

適合性評価とは

- 適合性評価: Conformity assessment
 - 「製品、プロセス、システム、要員又は機関に関する規定要求事項が満たされていることの実証」(ISO/IEC 17000)
- 規定要求事項: specified requirement
 - 法令や規格によって明示された社会のニーズ又は期待(公共の利益を守るための要件)
 - 製品の安全性、信頼性、健康影響、環境影響などに関する事項、公正な取引と市場秩序を守るための事項など
- 適合の実証のために行われる様々な活動の共通点
 - 客観的な証拠に基づいて「適合の表明」を行う
 - 適合性評価は、証拠を用意して行う証明行為であること
 - 適合性評価の力量をもつ実施者が実施しなければならない

適合性評価とは、どのようなものだろうか。適合性評価は「製品やプロセス、システム要因または機関に関する規定要求事項が満たされることの実証」とISOやIECに定義されている。定義について少し解説すると「規定要求事項」は「標準」と言い換えることができるので、大雑把に言えば適合性評価は「標準に合っているかどうかを確認すること」と言うことができる。

標準として定められたやり方が、定められたとおりに行われているかを確認するのが適合性の評価である。そして、適合性評価により、適正であると判明すれば、それを公表する。この確認と公表を第三者が行えば認証ということになる。

1. 1. 適合性評価の歴史

適合性評価の歴史

- 人類社会の当初から存在
 - 計量器の検定
 - 貴金属の鑑定
- 産業革命終盤(19世紀末)
 - 産業施設の大規模化に伴う事故被害の拡大
 - 爆発事故が多発した蒸気ボイラーの第三者検査がボイラー事故の低減に大きな成果

適合性評価は他の標準と同じように昔から存在する。標準がある限り、標準に合っているかどうかを確認する行為は必要となる。例えば計量器。計量器が正しく重さを測れるかどうか、常に確かめなければならない。他には貴金属の鑑定。金が本物の金であるか、銀が本物の銀であるか。このような鑑定も行う。これも適合性評価である。

ビジネスにおいて適合性評価の重要性が増したのは産業革命が起きた18世紀後半であった。当時、ボイラーが爆発する事故が頻繁に起こっていた。このため、ボイラーの状態を検査して、ボイラーが安全な状態かどうかを確認することが求められるようになった。そして、この時期にボイラーの第三者検査、適合性評価というシステムが出来上がっていった。このようなシステムが、その後、急速に広まって、ボイラーだけでなく、色々な場面で適合性評価が行われるようになった。

20世紀後半になると、適合性評価は貿易において大きな役割を果たすようになった。多国間において自由に貿易とする場合、輸出入される物がそれぞれの国のルールに合致していなければならない。合致しているかどうかを確かめることが認証ということになったのである。認証というよりも、輸入許可として知られているかもしれない。認証あるいは輸入許可を、丁寧且つ適正に行うことは、貿易の上で重要な事項

適合性評価の歴史

- 人類社会の当初から存在
 - 計量器の検定
 - 貴金属の鑑定
- 産業革命終盤(19世紀末)
 - 産業施設の大規模化に伴う事故被害の拡大
 - 爆発事故が多発した蒸気ボイラーの第三者検査がボイラー事故の低減に大きな成果
- 貿易の拡大期(20世紀後半)
 - 貿易障害の低減が世界的な課題

適合性評価の歴史

- 人類社会の当初から存在
 - 計量器の検定
 - 貴金属の鑑定
- 産業革命終盤(19世紀末)
 - 産業施設の大規模化に伴う事故被害の拡大
 - 爆発事故が多発した蒸気ボイラーの第三者検査がボイラー事故の低減に大きな成果
- 貿易の拡大期(20世紀後半)
 - 貿易障害の低減が世界的な課題
 - GATT(関税貿易一般協定)の多角的協議において、「ガット・スタンダードコード」が締結(1980)
 - ISO(国際標準化機構)が適合性評価を扱う専門の委員会CASCO(適合性評価委員会)を設立(1985)

である。自由貿易を推進するためには、各国の輸入許可のルールが統一されていることが不可欠である。仮に輸入許可のルールが異なると、各国のルールに合わせるために、それぞれの国ごとに製品を造り、そして輸出しなければならない。これは、多大なコストを発生させてしまう。

このような事態に陥らないために、そして自由貿易を推進するためにも、輸入許可のルールを適合性評価として標準化し、単一の物を造り各国に輸出できるようにしようと試みたのが GATT であり、WTO である。特に、GATT の中にスタンダードコードという取り決めや、WTO の TBT 協定という取り決めがある。

GATT のスタンダードコードや WTO の TBT 協定は、貿易の障害を無くすために策定されたものである。実は、貿易の障害として、最も影響が大きいのは関税である。輸入しようとしたら関税が掛かってしまう。ゆえに GATT や WTO は関税を無くすことが最も重要であった。そして、関税の次に大きな障害は異なる標準が存在することであった。この障害は非関税障壁と呼ばれている。この非関税障壁を無くすための取り決めが GATT スタンダードコードであり、WTO/TBT 協定である。

適合性評価とは

■ 適合性評価: Conformity assessment

- 試験: testing
 - 手順に従って特性を明確にすること
- 検査: inspection
 - 必要に応じて測定、試験又はゲージ合せを伴う、観察及び判定による適合性評価
- 認定: Accreditation
 - 認証機関が正しい認証能力を持っているかどうかを確認する適合性評価
- 認証: Certification
 - 一般に第三者適合性評価のことを認証と呼ぶ。
 - 但し、日本にはCertificationを行う認定システムが多数ある。
 - IT用語としての認証もある: Authentication

では、適合性評価は何を対象に行われるかと言うと、四つの行為を対象としている。具体的には、試験 (testing)、検査 (inspection)、認定 (accreditation)、認証 (certification) である。

加えて、認証は、大きく二つに分類することができる。一つは、第三者が特定の製品が適正に標準に適合する、あるいは、特定のシステムが適正に標準に適合することを証明してくれる認証である。もう一つは、ID とパスワードを一致させて、特定の者だけがアクセスできるようにする情報・通信技術における認証である。これらは両方とも日本語では認証と呼ばれるが、英語では、情報・通信の認証はオーセンティケーション (authentication) であり、サーティフィケーション (certification) ではない。このような日本語と英語の違いも、頭の端に置いて欲しい。

1. 2. 適合性評価の主体

適合性評価の主体

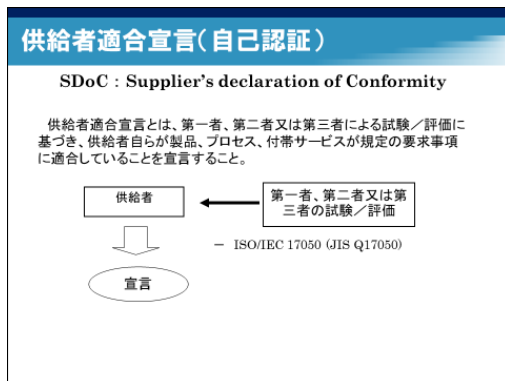
- 第一者 (first party) : 製造者、供給者が自ら確認
コスト的には有利だが、その評価内容や根拠に対する説明責任を一手に背負う
- 第二者 (second party) : 使用者、購入者が審査する
購入者が購入するものを自ら検査し、確認するので、責任関係が明確だが、手間がかかる。
- 第三者 (third party) : 独立の機関・者が審査する
コストを払ってでも説明責任を他者に負ってもらう方が得策と考える場合に選択
- 適合性評価に関する国際的な考え方では、第一者～第三者の評価は等価とされている。

次に、適合性評価は「誰が行うか」を説明しよう。評価を行う者は、第一者と第二者、第三者というように、三つに分けることができる。

第一者による適合性評価とは、自社で自社の適合性を確認することである。解り易く言うと、自社で造った物が自社の規格に合っているかどうか、あるいは設計図に合っているかどうかを確認することである。この評価は、企業で行われている品質管理とも言える。品質管理は、自社が実際に造

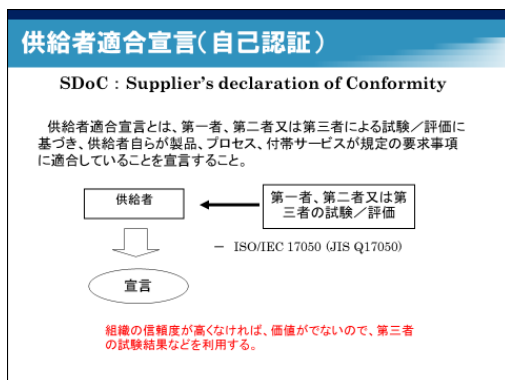
った物は、自社が造ろうとした物であるかを、確認し管理することである。したがって、品質管理とは、第一者による適合性評価でもある。

1. 3. 供給者適合宣言（自己認証）



第一者による適合性評価の結果を、公表する場合もある。評価結果を公表し、厳密に品質管理していること、自社製品の品質が優れていることを宣伝するのである。これは、自己認証とも呼ばれる。

自己認証のやり方は、SDoC（Supplier's declaration of Conformity）に定められている。自己認証のやり方も標準化されているのである。もちろん、強制力はないのでSDoC と違うやり方で行うこともできる。



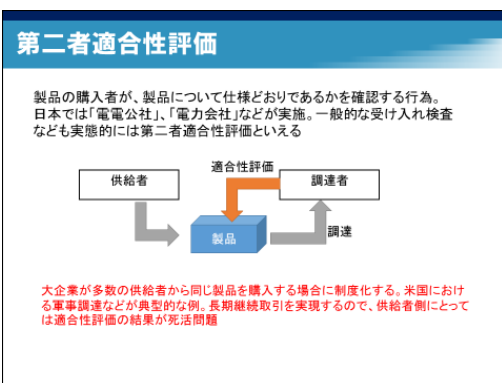
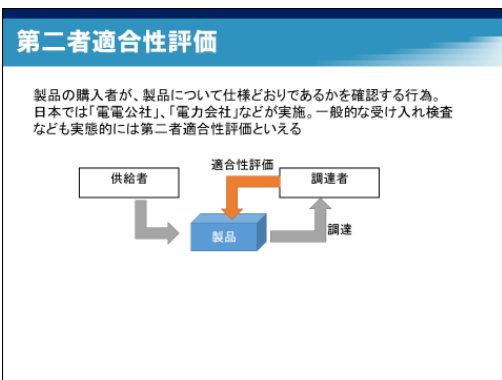
自己認証のときに、他社の試験結果などを利用することもある。ただし、正確に言う、これは認証にはならない。認証は他者が検査と確認を行い、適正であることを宣言してくれることである。ところが自己認証における他社試験結果の利用では、他社は試験結果を依頼企業に伝えるだけで、公表や宣言は行わない。自己認証を行う企業は、他社試験結果から、今回製造した自社製品は規格どおりの物を造っていると宣言するのである。したがって、信頼性のない企業であっても、他社試験を生業にする試験機関に信頼があれば、問題は生じない。言い換えると、自社に信頼性が無い会社は、外に試験を頼むことになる。時々、紛い物の製品において「××研究所に測定

依頼をしたら、こんなに素晴らしい値が出ました」というようなことが書かれている。これは、他社試験を利用した自己認証の一つであるが、もし「××研究所」に信頼性が無ければ、結局、この宣言に価値は生じない。試験を行う研究所に対し、適合性評価を行い、適正な試験機関か否かを確認する必要がある。

もちろん、大企業であれば他社の試験結果を利用するような工夫をする必要はない。例えばトヨタ自動車が、トヨタが造っている自動車は性能が優れるし、品質も安定していると宣伝すると、多くの人たちは、この宣伝を疑うことはないだろう。このように、自社が公表するだけで、自己認証できる場合もある。

このように、自己認証といっても、大企業が行うやり方、SDoCに従うやり方、他社試験を利用するやり方など、色々なやり方があり、認証として信頼を得ているのである。

1. 4. 第三者適合性評価



第一者ではなく、第三者による適合性評価もある。第三者の適合性評価は、調達する側が製品を確認するのであり、解り易く言うと、製品が標準に合っているかどうかを、売る人が確認するのではなく、買う人が確認することである。標準が定まっていれば、その標準に合致している製品を造って納品しているかどうかを確認するため、受入検査や検収とも呼ばれる。

受入検査は納品された全てに対し検査する全数検査であるが、形式認証のように、一つだけ納品させて検査し、適正であれば、同じ物を複数個納品させるというやり方もある。これも第三者適合性評価の一つである。

このようなやり方で第三者の適合性評価を受けなければ売れない業界がある。軍事品や公的な業務に用いられる機械では、第三者の適合性評価を受けて初めて買ってもらえることができる。ビジネスにおいて、意外に重要なのが第三者の適合性評価である。

1. 5. 第三者認証制度

第三者認証制度

供給者の製造・提供する製品、サービス、プロセス等が特定の規格等に合致しているかを購入者に代わって第三者の認証機関が評価し、保証する（認証を付与する）制度。
この認証機関の能力を保証するために、認定制度を整備することとなっている。

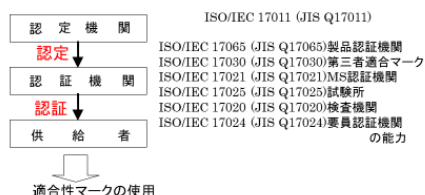
次に第三者の適合性評価を説明しよう。
第三者による適合性評価が、一般的に認証と呼ばれるものである。第三者とは造る人でも買う人でも無いということである。第三者が、製品が規格と同じように造れているかということを確認する。これが第三者の適合性評価もしくは認証である。

認証には認証機関と認定機関、二つの機関が関与する。認証機関が第三者の適合性評価を実施する機関である。認証機関は、スライドの図に示すように、供給者を確認し、供給者が供給している商品などを調べ、それが規格に合っていることを確認する。もちろん商品には色々なものがある。製造物のような物もあれば、マネジメントシステムや管理方法などのサービスもある。サービスとしては試験結果の提供や、ヒトの技能の認証などもある。このような物やサービスを丁寧に調べて「合っている」ことを証明するのが認証機関の役割である。

では、認定機関とは何であろうか。認定機関は認証機関を確認する機関である。何を確認するかというと、認証機関が正しく認証できる能力を持っているかどうかを確認するのが認定機関である。すなわち、認証機関が「製品は規格に合致している」と公表したとしても、認証機関としての信頼がなければ、公表に何ら価値は生じない。したがって、認証機関の信頼を維持するのが認定機関である。

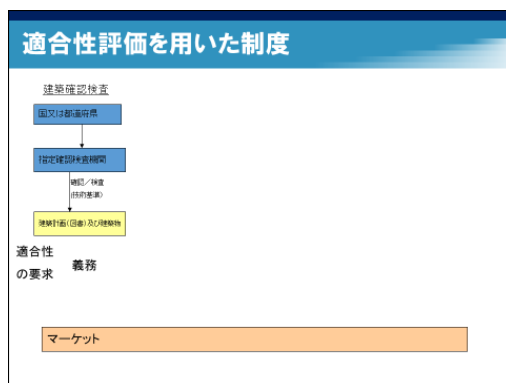
第三者認証制度

供給者の製造・提供する製品、サービス、プロセス等が特定の規格等に合致しているかを購入者に代わって第三者の認証機関が評価し、保証する（認証を付与する）制度。
この認証機関の能力を保証するために、認定制度を整備することとなっている。

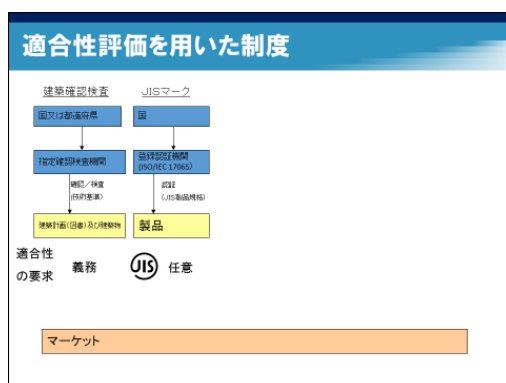


認定機関は認証機関を丁寧に確認し、十分に認証する能力を持ち合わせていることを証明する。すなわち、認定と認証、スライドに示すように二階建ての構造になっている。第三者認証では、必ず二階建ての構造になっている。このような二階建ての構造になっていなければ、認証機関の信頼は保てないのである。

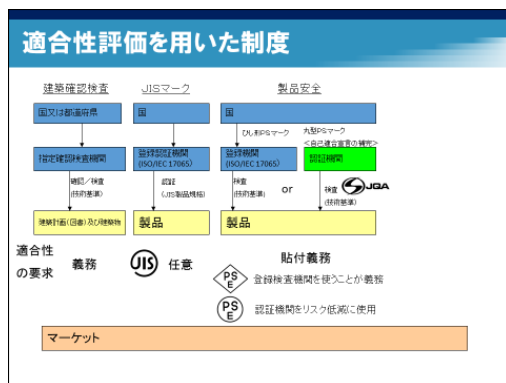
1. 6. 適合性評価を用いた制度



では、日本の具体的な認証制度を見ていこう。建築確認検査と呼ばれる強制法規の検査がある。建築確認検査では「指定確認検査機関」が認証機関として建築確認を行っている。指定確認検査機関は、建築して良い、建築してはいけないという証明を発行している。そして、指定確認検査機関が正しく検査ができるかどうかは、国、あるいは都道府県が確認している。すなわち、国や都道府県が認定機関の役割を担っているのである。



JIS マークも同じような仕組みである。JIS マークの制度は、製品が JIS 規格に合致しているかどうかを確認し、合致していれば、JIS マークを製品に付けて良いと宣言する仕組みである。この JIS 規格に合致しているかどうかを判断し、JIS マークを付けてよいと宣言するのは登録認定機関である。そして、登録認定機関がこのような判断を正しく出来るかどうかを確認するのは政府、すなわち国である。国にそのような組織がある。



製品安全も登録機関があり、製品の安全性を認証している。電気製品の安全性について PSE（Product Safety, Electrical appliance and materials：電気用品安全法）があり、認証マークとして2種類のものがある。スライドの下部に示している菱形の PSE マークと円形の PSE マークである。いずれも PSE という英文字が書かれているが、認証内容は異なっている。円形の PSE マークは、実質的に自己認証であるが、菱形の PSE マークは登録機関を利用しなければならない認証である。ゆえに、菱形の PSE マークが付されている製品は危険性が高い。例えば、使い方を間違えると高熱になり易い製品や発火し易い製品には、菱形の PSE マークを付けなければならない。そのためには、登録機関に検査してもらわなければならない。言い換えると、登録機関での検査が義務づけられているのである。そして、登録機関は、国が認定しているのである。

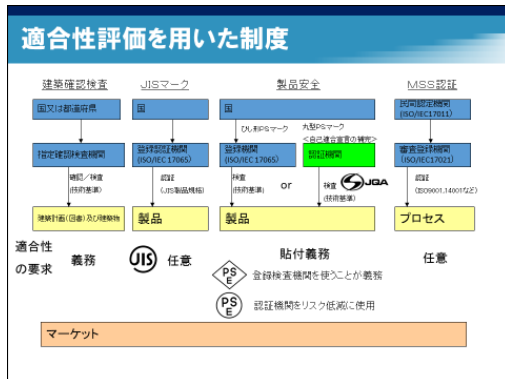
一方、円形の PSE は、登録機関での検査は必要なく、自己認証だけで問題ないことになっている。自社で安全性を確認し、自社判断で円形の PSE マークを付することができるのである。すなわち、円形の PSE マークの信頼性は、製品を製造している企業の信頼性に依存していることになる。したがって、マークを付けた企業の信頼性、言い換えると、企業を信用できるかどうかが重要な点となる。

ここで、マークを付けた企業を信用するか否か、判断しているのは誰だろうか。も

ちろん、最後は消費者であったり、エンドユーザーが判断しているのだから、最も注意深く判断しているのは製品を売っている販売店であろう。解り易く言えば、ビックカメラやヤマダ電機といった、家電製品の量販店である。このような量販店は、円形のPSEマークが付いている製品を扱う場合、マークを付けた企業の信頼性が気になりになる。自社判断でマークを付けることができるのだから、不正をしているのではないかと疑ってしまう。信頼と評判が蓄積された企業であればマークを信用しても良いが、海外の聞いたことも無いような企業の製品に円形のPSEが付いていても、信用できないのである。

そうすると、海外の無名企業は日本で電化製品を販売することができなくなってしまふ。このような海外企業を救済するために作られた制度がある。Sマーク制度、このスライドの右側に示している制度である。

Sマーク制度は、JETとJQA、UL JAPAN、TUV Rheinland、四つの認証機関が、政府機関とは無関係に独自に提供しているサービスである。メーカーが付けるマークだけに頼るのではなく、認証機関が安全性を確認するサービスを、四つの機関が提供しているのである。したがて、Sマークが付いているということは、信用が蓄積された認証機関が、製品の安全性を確認したということになる。このような制度のマークが付いていれば、量販店も安心して、



無名企業の製品を店頭にて販売することができる。

ここまで、建築確認検査と JIS マーク、製品安全性の三つの認証制度について説明した。いずれも、認定機関は国や県である。ところが、マネジメントシステム標準

(Management System Standard : MSS) は、認定機関は、国や県などの行政ではなく、民間機関である。国や県は、認証の仕組みになんら関与していない。

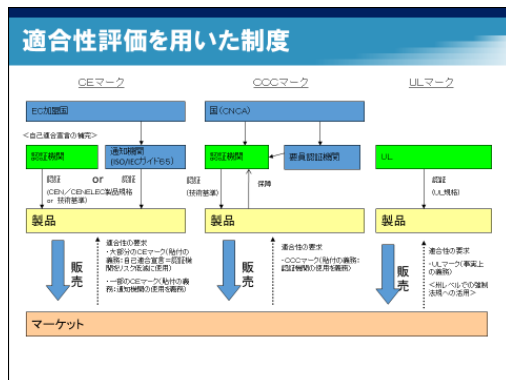
ISO9000 や ISO14000 といったものがマネジメントシステムの認証であるが、スライドに示すように認証機関は民間である。これは、JIS マークなどと同じである。認証機関を認定する認定機関、日本の場合は JAB (Japan Accreditation Board : 公益財団法人日本適合性認定協会) であり、公的な財団法人であるが、政府機関ではなく民間団体である。要するに、ISO9000 や ISO14000 は、政府などは関与しておらず、全て民間の機関や団体によって運営している認証である。

証機関である。中国の認証機関が日本の企業を訪問して検査し、認証する。そして、製品に CCC マークを付して、初めて中国に輸出することができる。日本企業にとっては、手間が掛る厳しい制度である。

CCC マークを付けなければ中国に輸出できない製品が急速に増えているので、日本企業は対応に苦慮している。現在、日本政府は中国政府に対し、認証機関として日本の機関が代理できる仕組みを提案し、交渉を重ねている。交渉が上手く運べば、日本でも CCC マークの認証を取り易くなるだろう。

さらに付け加えると、CCC マークには要員認証機関というものも指定されている。これは、要員認証機関で教育を受けた審査官でなければ認証の審査ができないという仕組みである。ゆえに、日本の団体が代理する認証機関は、なかなか実現しないのである。

最後に、スライドの右側に示している UL マーク。UL マークも多くの製品の裏などに付されている。米国に輸出する場合には、付けなければならないマークである。そして、UL マークの認証の仕組みにおいて、認証機関はあるが認定機関はないのである。UL マークの認証の仕組みは、UL という機関で作っているのである。このような仕組みになった要因として、UL の生い立ちがある。以前、UL はアンダーライティング・ラボラトリー (Underwriters Laboratories) という名称であった。名称から解るように、保



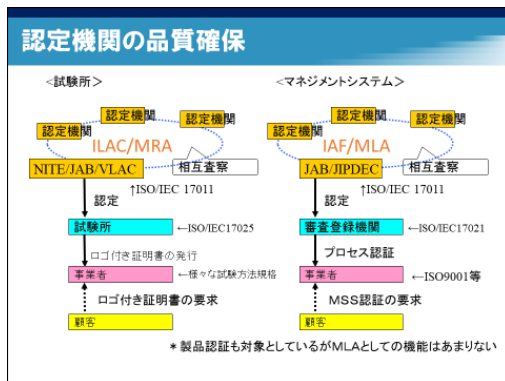
險の引受機関の研究所である。もう少し詳しく説明すると、保険を引き受けることができるかどうかを調査していたのである。

米国は保険の国とも言われている。もし、製品で事故が起きた時に保険が支払われないような製品は、販売店は怖くて売ることができない。UL マークが付いていないと保険が下りないので、怖くて売れないのである。したがって、米国で物を販売する時には、実質的に UL マークを取らなければならない。

UL マークが何を認証しているかという、保険の引き受けが基準を満たしているかである。この基準は UL が自ら作り、UL が基準を満たしているかを確認している。確認後、UL マークの認証が下りれば、保険が支払い可能となるので UL マークについて信頼性を疑問視する必要はない。UL とは、このような仕組みである。ゆえに、UL に認定機関はない。米国の特殊な社会構造が背景にある。

ただし、UL を除き、多くの場合、認証機関の上位機関として認定機関がある。認定機関が認証機関の能力を確認している構造となっている。

1. 8. 認定機関の品質確保



では、認定機関の能力は誰が確認するのだろうか。上述したように、認定機関は国や政府が運営している。国の運営なので、大前提として、認定について不正はありえない、適正に認定作業が行われるとの認識の下、認定機関の能力を問題視することはない。

しかし、上述したように、試験所の認定やマネジメントシステム認証機関の認定においては、認定機関は国ではなく、民間機関であり、上記した大前提が存在しないのである。したがって、民間が運営する認定機関の能力を確認するための仕組みが必要である。そして、ILAC（International Laboratory Accreditation Conference）や IAF（International Accreditation Forum Inc.）と呼ばれる認定機関同士の相互査察システムが構築されている。この相互査察システムは、認定機関がお互いに査察し、査察された認定機関が認証機関を正しく認定する能力を有しているかどうかを確認し、認定機関の能力を一定に保つようにしているのである。

このような仕組みによって、認証のレベルを一定に維持しているのが ISO や IEC などの認証システムである。

1. 9. 適合性評価システムの構造

適合性評価機関、認定機関及び評価の対象						
	試験・校正 (測定)	検査	認証			技能試験 技能試験 供給者 認定機関
			製品	マネジメントシステム	要員	
認定機関 (A B)	試験所 認定機関	検査機関 認定機関	製品認証機 関認定機関	マネジメント システム 認定機関	要員認証機 関認定機関	標準物質供 給者の認定 機関
適合性評価 機関 (C A B)	試験所・ 校正機関	検査機関	製品認証 機関	マネジメント システム 認定機関	要員 認証機関	技能試験 供給者
評価する 対象	サンプル、 製品、 校正機器	色々なモノ	製品	QMS, EMS などのマネ ジメントシ ステム	要員 (技能試験)	標準物質

スライドに示している表は、認定機関や
認証機関、評価する対象などを整理したも
のである。試験・校正や検査。製品やマネ
ジメントシステム、要因の認証。技能試験
や標準物質などが適合性評価対象となっ
ている。これらの評価対象において、色々な
機関が関与していることを確認して欲し
い。

適合性評価システムの構造				
		法令等による 強制力のある制度 全製品の適合性の確 保が可能		任意の制度 制度の普及しが得る、 不適合製品との差別化
		法令等で定める基準・規格 適用性のある基準・規格		民間(業界団体 等)の定める基 準・規格 基準・規格の普及しが得る
自己適合性評価	試験設備等を有し ない	電気法(PES)	JISによる自己適合 宣言、 SAAマーク	PCリレーン等、 再生紙使用マーク
	試験設備等を有し、 自ら試験を実施	電気法(PES)	JISによる自己適合 宣言、 SAAマーク	PCリレーン等、 再生紙使用マーク
第三者機関による適合性評価		電気法(PES)、 外資法基準適合マーク	JISマーク、Sマーク、 IASマーク、 MAS認証	Sマーク、 BAAマーク
国・地方自治体による適合性評価		労安法(ハイパー)	健康増進法(特定 保健用食品)	LIAマーク

次のスライドに示す表は、規格や認証の
強制性を示している。自組織が定めた基
準・規格を、自組織で認証することを民間
だけで行っていれば、強制性は殆どない。
ところが、国が定めた基準・規格を国が認
証するのであれば、強制性は大きく、実質
的に強制法規である。

このように様々な認証がある。これら
は、認証の信頼性を高めること、認証に掛
るコストを下げること、両者のバランスを
考慮して構築されたのである。

第2節 認証を使うメリット—信頼性の向上

認証を使うメリット

- ・ 企業としての管理能力を第三者が証明することで信頼性が高まる 必要性と価値を吟味する
 – ISO-9000、ISO14000など

ここからは、認証を使うメリットについて説明しよう。まず一つ目の認証を使うメリットとして、企業の信頼性を高めることがある。企業としての管理能力を第三者が証明するのであるから、直感的に信頼が増すことは解るであろう。

多くの企業が受けている認証として ISO9000 や ISO14000 がある。この二つの認証について、少し説明しよう。

2. 1. 品質マネジメントシステム規格

品質マネジメントシステム規格(ISO9000)

- 品質を管理するシステムの標準
 - 英国発で日本の品質管理システムとは異なった思想
 - 日本は規格化作業に参加せず

ISO9000、正確に記載すると ISO9000 ファミリーとなるが、品質を管理する品質マネジメントシステムの標準であり、品質管理のやり方を定めている。元々は英国の BSI が作り出した規格であり、日本の品質管理の考え方とは少し異なっている。この規格が国際標準化機関で議論された頃、日本は自らの品質管理システムに高い自信を有していた。ゆえに、ISO9000 を作る時に、日本は策定作業に参加していない。

ところが、策定作業が終わり、1987 年に ISO にて国際標準となると、ISO9000 に従って品質管理をしなければ、国際的な取引に「参加できない」という噂が流れ始めた。ISO9000 に従っていないと「買わない」といった企業が出てくるというのである。

日本国内でも ISO9000 の認証を「取らなければならないのではないか」ということ

品質マネジメントシステム規格(ISO9000)

- 品質を管理するシステムの標準
 - 英国発で日本の品質管理システムとは異なった思想
 - 日本は規格化作業に参加せず
- 1987年にISOで国際標準化
 - 認証システムが構築され、国際取引のパスポートになると宣伝
 - 日本国内でも認証取得がブームに
 - 認証を獲得することを目的とした社内体制整備が進む

がブームになった。そして、多くの企業が認証を取るために社内体制を整備したのである。

一方で、従前から行われていた日本独自の品質管理のやり方がある。これは、極めて丁寧で実行性も高く世界に誇れる品質管理システムである。そして、この日本の品質管理のやり方は、ISO9000 と異なっている。日本の品質管理のやり方と少し変えたぐらいでは ISO9000 の認証が取れない。

ISO9000 の認証を取るためには、新たな品質管理体制を構築しなければならなかった。

したがって、従前からの品質管理システムを廃止して、ISO9000 に適合した品質管理システムを導入しなければならないように見えるが、このようなことを実施した企業は少なかった。多くの企業は、従前の品質管理システムを残したまま、新たに ISO9000 用の品質管理システムを導入したのである。まるで、経理の二重帳簿のように品質管理を二重で実施したのである。

品質管理システムとしては従前のやり方で実質的に十分であり、ISO9000 の品質管理システムを導入したからといって、品質管理が向上することはなかった。ゆえに、ISO9000 のための品質管理は、余計な仕事として企業に加わったのである。

加えて、ISO9000 の認証審査のときに、審査員が来るのだが、審査員が指摘する事項は、実質的に品質管理向上に役に立たな

品質マネジメントシステム規格(ISO9000)

■ 品質を管理するシステムの標準

- 英国発で日本の品質管理システムとは異なった思想
- 日本は規格化作業に参加せず

■ 1987年にISOで国際標準化

- 認証システムが構築され、国際取引のパスポートになると宣伝
- 日本国内でも認証取得がブームに
- 認証を獲得することを目的とした社内体制整備が進む

■ ISOに対する反発

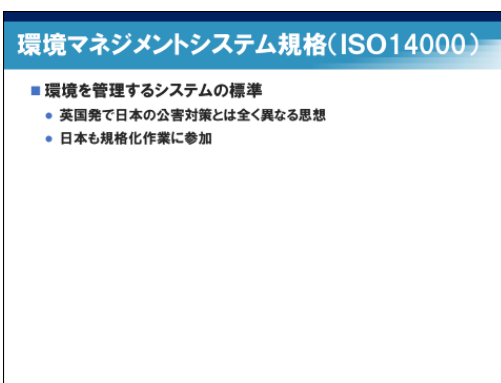
- 品質管理に役立たない?
- 審査員の質が低い?
- 審査側と受審側の齟齬が起こる?

いことが多かった。審査員の質が低いという問題もあった。

さらに、審査する側と審査を受ける側に癒着が起こってしまったのである。審査だけでなく、色々と指導が行われてしまったのである。

このように「余計な仕事」「審査員の質」「癒着」といったことが、ISO9000 認証の大きな問題として語られるようになった。この辺りのことは、後ほど説明しよう。

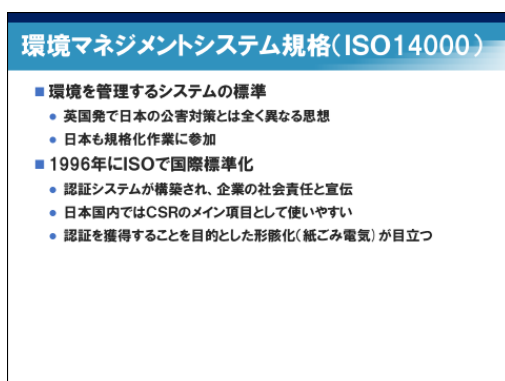
2. 2. 環境マネジメントシステム規格



ISO9000 の他に、有名なマネジメントシステムの標準として ISO14000 がある。正確に記載すると ISO14000 ファミリーとなるが、環境マネジメントシステムに関するもので、これも英国の BSI が発案したものである。

ISO14000 は、日本の一般的な公害対策と考え方が異なるシステムであり、環境全体をマネジメントしようという考え方である。このような考え方は、日本の企業に無かったため、ISO14000 の認証システムを構築しても、先ほどの ISO9000 のような二重帳簿にならないことは明確であった。

したがって、日本も ISO14000 の標準化作業に参加し、1996 年に ISO で国際標準化された。その後、日本の企業は社会的責任を果たす上で ISO14000 認証を取得することが重要であるとの機運が高まって、認証を取得する企業が増えていった。



企業は様々な社会的責任（Corporate Social Responsibility : CSR）を果たしているが、その中で企業側として説明し易い取り組みに環境問題への対応がある。特に日本企業は、事業活動において深刻な公害を引き起こしており「企業は環境を汚すもの」「自然環境を壊すもの」という印象を市民に与えてしまっていたため、環境の保護はCSR活動の一つとして価値が高いものとなった。

したがって、企業が「環境を守る活動」をしていれば、企業責任を果たしたことになるため、多くの企業のCSR報告書にはISO14000の認証取得に関する記載がある。ISO14000の認証を取得することが企業の社会的責任を果たすことの大半になってきていた。ところが、今、これが日本企業の大きな問題となっていった。

企業の社会的責任は環境だけではない。他にも沢山の事項がある。それらを、一つひとつ丁寧に実施することが重要である。しかし、日本企業の多くは、ISO14000だけにすがってしまい、ISO14000認証を受けてさえいれば社会的責任を果たしている、ISO14000認証は「社会的責任を果たしている証だ」というように利活用されているのである。

加えて、ISO14000を取得することで、社会的責任が本当に果たしているかという問題もある。ISO14000を取得するには環境全体をマネジメントしなければならないが、その中でも短期的に効果を出しやすい項目

環境マネジメントシステム規格(ISO14000)

- 環境を管理するシステムの標準
 - 英国発で日本の公害対策とは全く異なる思想
 - 日本も規格化作業に参加
- 1996年にISOで国際標準化
 - 認証システムが構築され、企業の社会責任と宣伝
 - 日本国内ではCSRのメイン項目として使いやすい
 - 認証を獲得することを目的とした形骸化(紙ごみ電気)が目立つ
- 認証システムに対する疑問
 - 認証が企業責任の言い訳に使われている？

もある。代表的なものとして、紙を減らし、ごみを減らし、そして電気を使わないことがある。認証審査の日に「電気をなるべく消して、ごみを減らせ」と言った指示が出され、「紙とゴミ、電気を守れば認証が取れる」というような噂まで広がり、「ISO14000=紙ゴミ電気」とまで揶揄されていた。

このようにして、ISO14000 認証システムに対する疑問が広がっていった。認証を取ることが、本当に企業価値向上に貢献しているのか、それとも単に社会的責任を果たしているとの言い訳になっているのではないかと。この点は、色々な議論が繰り広げられている。

また、ISO14000 の認証を取ると、社会に貢献しているように見えるので、製造業だけでなく、色々な企業や団体までが取得するようになった。中でも学校とか自治体までが、ISO14000 の認証を取得している。本当に学校や自治体が ISO14000 の認証を取得する必要があるのだろうか。これは丁寧に考える必要がある。特に自治体の場合は ISO14000 の認証を取るために、税金を使っている。税金を投入してまで本当に ISO14000 の認証をとる必要があるのだろうか。このあたりは深い議論が必要であろう。

最後に、ISO14000 の認証は、本当に環境維持に役立っているのだろうか。また、役だっているとしても、色々な問題が生じていることも忘れないで欲しい。

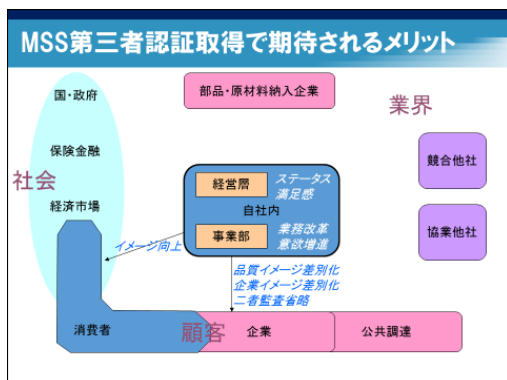
環境マネジメントシステム規格(ISO14000)

- 環境を管理するシステムの標準
 - 英国発で日本の公害対策とは全く異なる思想
 - 日本も規格化作業に参加
- 1996年にISOで国際標準化
 - 認証システムが構築され、企業の社会責任と宣伝
 - 日本国内ではCSRのメイン項目として使いやすい
 - 認証を獲得することを目的とした形骸化(紙ごみ電気)が目立つ
- 認証システムに対する疑問
 - 認証が企業責任の言い訳に使われている?
 - 学校や自治体が認証を取る必要性は何?

環境マネジメントシステム規格(ISO14000)

- 環境を管理するシステムの標準
 - 英国発で日本の公害対策とは全く異なる思想
 - 日本も規格化作業に参加
- 1996年にISOで国際標準化
 - 認証システムが構築され、企業の社会責任と宣伝
 - 日本国内ではCSRのメイン項目として使いやすい
 - 認証を獲得することを目的とした形骸化(紙ごみ電気)が目立つ
- 認証システムに対する疑問
 - 認証が企業責任の言い訳に使われている?
 - 学校や自治体が認証を取る必要性は何?
 - 本当に環境維持に役立っているのか?

2. 3. MSS 第三者認証取得で期待されるメリット



ISO9000 と ISO14000、二つの MSS を、問題点も含めて解説した。問題点を認識しつつも、やはりメリットがあるため、企業は MSS 認証を取得している。では、どのようなメリットがあるのだろうか。

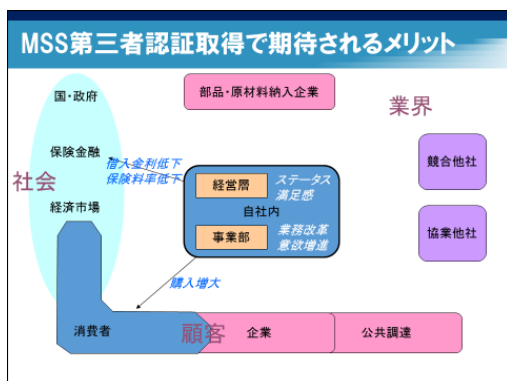
最も解り易いメリットは、品質イメージの差別化や、企業イメージの差別化であろう。ISO9000 の場合は、上手くいけば第三者監査や第三者適合性評価など、調達側の検査を省略することができるかもしれないという期待感まである。

もう一つの解り易いメリットはステータスであろう。企業のステータス、特に経営層のステータスである。全社員の名刺に、ISO9000 の認証マークを刷りたい。このような思惑から認証が取られたという事例も少なくはない。

一方で、最終的なユーザーに対してもイメージを良くして、売り上げを増大するという効果もあるだろう。他にも様々な効果が考えられる。例えば、借入金の金利が安くなるとか、保険料が下がっていくとかである。

このように、本当に価値のある認証なのか、それともただ単にイメージだけなのか。この点を丁寧に分析して、企業価値向上に貢献しうる企業だけが認証を取るべきであろう。

MSS 認証の価値を説明するときに、興味深いエピソードとして語られるのがトヨタ自動車である。トヨタは品質管理の MSS で

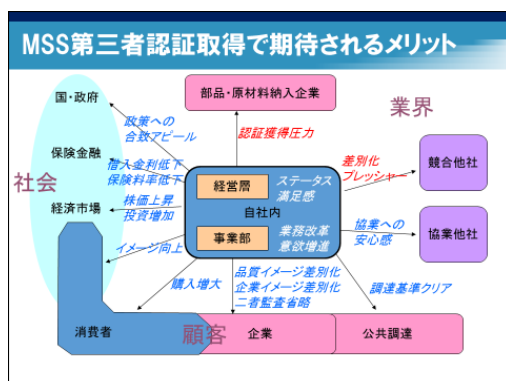
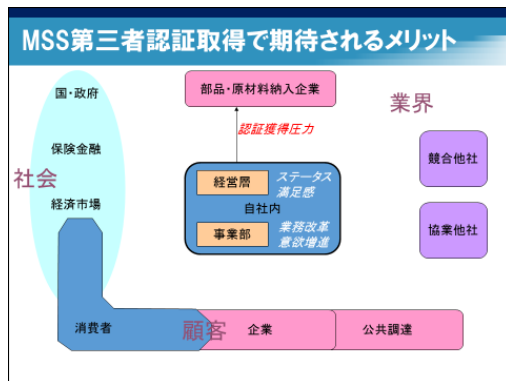


ある ISO9000 の認証を取得していない。トヨタは「自社の品質管理は ISO9000 の品質管理よりも優れている」と考えているからである。そして、この事を誰も疑わない。

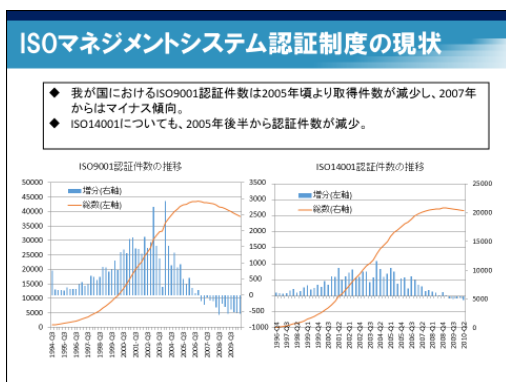
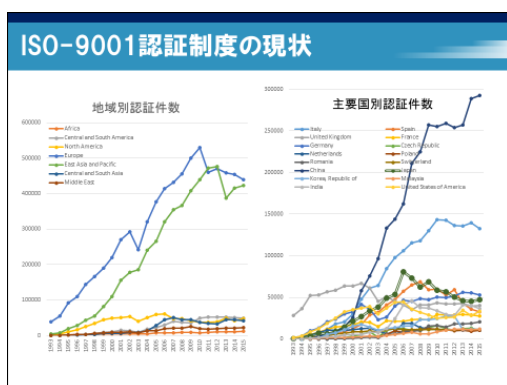
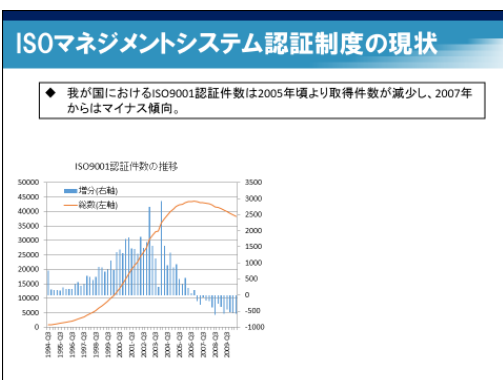
すなわち、品質管理を丁寧に行っている企業は、ISO9000 の認証などを取らなくても、既に、エンドユーザーや銀行などのステークホルダーから信頼を得られるわけである。トヨタであれば、ISO9000 認証を取らなくても、なんら支障はないだろうし、経営戦略としても問題はないであろう。

一方で、トヨタや、同じような品質管理の優れた大企業が、取引先に ISO9000 の取得を強く勧めることがある。やはり、取引先の品質管理システムを確認する上で、規格に一致している方が解り易く確認コストや監視コストを抑えることができるからである。

この他にも、スライドに示すような公共調達に対するメリットや、業界に対するメリット、社会に対するメリットなどもある。このようなメリットを背景に、ISO9000 や ISO14000 のような MSS は、普及していったのである。



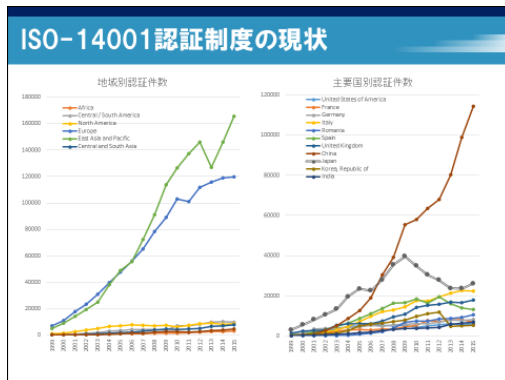
2. 4. ISO マネジメントシステム認証制度の現状



ISO9000 と ISO14000 は、世界的に見ても普及している。ところが、注意深く調べてみると、国内では ISO9000 の認証件数は減少傾向にある。国内では次第に減り始めている。

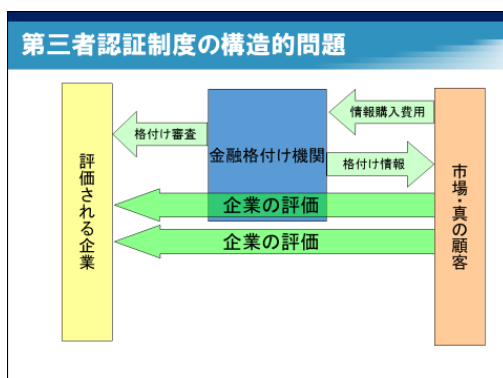
ISO9000 ファミリーの中のコア規格と呼ばれる ISO9001 について、世界的な認証件数を地域別にみると、スライドの図の左側に示すように、東アジア・オセアニア地域と欧州が増えている。さらに、主要国別に見てみると、2000 年代初頭から 2006 年までは、認証件数の第一位が中国、続いてイタリアと日本であった。何か、違和感を覚えないだろうか。一位から三位までは、英米独仏ではなく、中日伊である。過去に、何となく品質が良いと思われていない国が、ISO9001 の認証を取って来ただけとも言える。すなわち、品質が優れていると思ってもらうために、認証を取っていたのである。ISO9001 の認証も取得しているから品質が優れていると宣伝したい。このようなことを考える企業を数多く抱える国が認証を取ってきたというのが ISO9001 である。

そして、日本は 2006 年を頂点に認証件数は減少している。一方、ドイツは徐々にではあるが認証件数が増加しており、現在、日本を抜き世界第三位の認証件数となっている。この背景には、ドイツ特有の企業戦略がある。面白い事項なので、興味があれば、是非、調べて欲しい。



次に ISO14000 ファミリーの中で、中心的な規格である ISO14001 を見てみよう。日本の認証件数は 1996 年から増加傾向であったが、2008 年頃から微増微減を繰り返している。世界的に見ると、ISO9001 と同じように、スライドの図の右側に示すように、東アジア・オセアニア地域と欧州が増えている。国別に見ると 2006 年頃までは、日本が認証件数で第一位、その後は、中国が第一位となっており、日本は減少傾向にあるものの第二位。環境対応が遅れていた企業を多く抱えるのが日本と中国であると言える。そして、現在、中国において企業の環境汚染が非常に大きな問題となっている。ISO14001 認証を取得することが、企業の社会的責任としてアピールし易いのである。日本も減少はしているものの、やはり ISO14001 認証を取得することは企業価値を向上させることに繋がっていると考えられる。

2. 5. 第三者認証制度の構造的問題



MSS の認証システムが用いている第三者認証には大きな問題がある。認証機関を運営するためには、費用が必要である。この費用を誰が負担しているのかという点を考えなければならない。

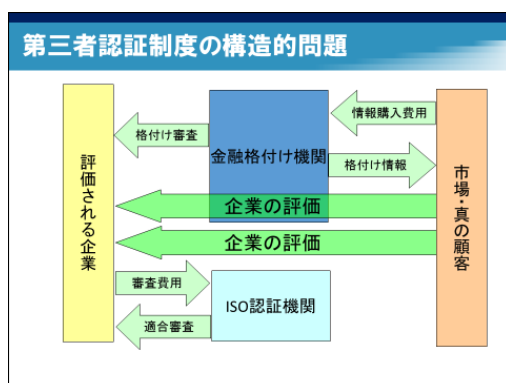
まず、MSS の認証システムの対比として、企業の格付けを説明しよう。色々な企業の金融格付けが、格付け機関によって行われている。解り易く述べると、企業が倒産しそうなのか、それとも、健全経営され

ており倒産することはない、ということ
を、AAA や AAB、BBA などの表記方法で
格付している。この格付け機関を運営する
ためには費用が必要であり、それを負担し
ているのは格付け情報を知りたい企業であ
る。言い換えると、市場が負担しているの
である。

例えば、一つの銀行が特定の企業にお金
を貸すとき、銀行はその企業の格付け情報
を知りたいので、格付け機関から情報を購
入する。このような銀行は一つだけではなく、
複数あるので市場を形成することになる。

スライドの図の上部に示しているよう
に、格付け機関の収益は格付け情報が利用
される市場から得ている。すなわち、格付
け機関は市場から資金を得て企業を評価し
格付けをして、格付け情報を市場に戻して
いるのである。このお金の流れの中に、評
価される企業は関与しないため、格付け機
関の独立性は担保されていると言える。

しかし、MSS 第三者認証、具体的には
ISO9000 や ISO14000 の認証は、審査機関の
費用を負担しているのは評価される企業で
ある。解り易く言うと、評価される企業が
お金を払うから「審査してください」と依
頼しているのである。お金を払う企業と受
け取る機関、審査を受ける企業と審査する
機関という、どうしても難しい関係が生じ
てしまい、癒着が生じ易くなってしまう。
もちろん、癒着が生じないように、先に述



べた ILAC や IAF の相互査察システムが作られている。

このような癒着の問題を生じさせず、信頼性を維持するということが、MSS 第三者認証の重要な課題になっている。

第3節 認証を使うメリット—規制対応

認証を使うメリット

- ・ 企業としての管理能力を第三者が証明することで信頼性が高まる
— ISO-9001、ISO-14001など
- ・ 新市場に参入するための規制をクリアする
— JISや途上国の各種貿易規制など

必要性と価値を吟味する

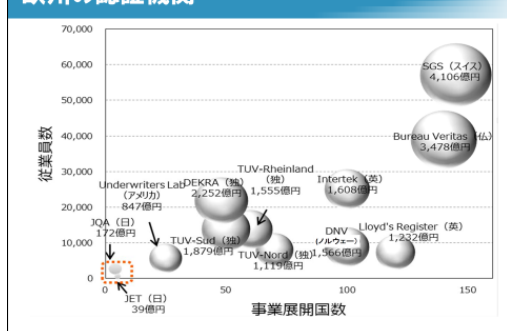
欧州の認証機関活用

認証を使う二つ目のメリットは、新市場に参入するための規制をクリアすることである。

JIS とか、基準認証とかは、まさに、品質を管理して、その品質の物を海外に輸出する。そういったときに上手く使う認証である。

3. 1. 欧州の認証機関

欧州の認証機関

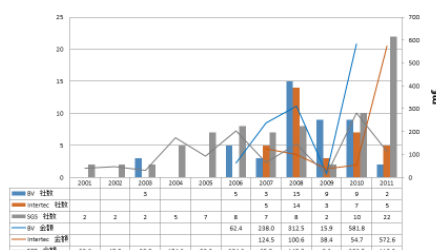


認証システムで注目しなければならないのは欧州の認証機関である。スライドに示している図は経済産業省が作成したもので、認証機関のサイズやビジネスの大きさを示している。縦軸が売上高、横軸が事業所のある国の数、そしてサイズ、丸の大きさが従業員の数になっている。

この図から解るように、欧州には巨大な認証機関が数多くある。最も大きいのがスイスの SGS (Société Générale de Surveillance)、次がフランスのビューローベリタス (Bureau Veritas)、ドイツにはテュフ・サド (TÜV SÜD) やテュフ・ラインランド (TÜV Rheinland) というような認証機関がある。

アメリカで最大と言われる認証機関は UL であるが、この UL でさえ欧州認証機関に比べれば小さい機関ということになる。UL 以上に小さいのが日本の認証機関である。日本で最も大きいと言われる JQA でさえ、図の左端にプロットされるような小さ

トップ3社の認証機関買収

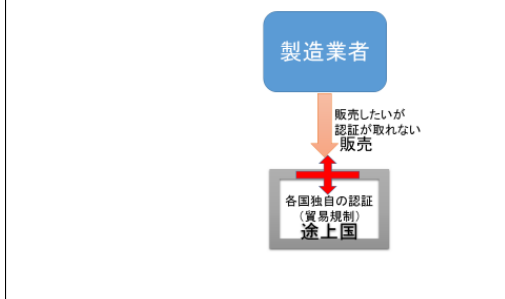


な認証機関となる。そして、JET は JQA よりも小さいのである。

日本の認証機関というのは、欧州認証機関に比べると、極めて小さいサイズとなってしまう。逆の視点から考えると、欧州認証機関は何故こんなに大きいのかというのが一つのポイントである。

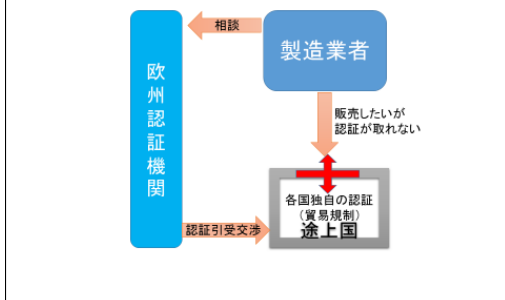
認証機関のビジネスのポイントは、対象国事業所数の多さである。スライドの図を見てもらうと解るように、ここ 10 年位の間に、SGS、ビューローベリタス、インターテック（Intertek Group）という会社は次々に各国の認証機関を買収して国数を増やしている。これはどういうことなのか。想定事例を基に説明しよう。

欧州認証機関のビジネス



仮に、欧州など製造業者が、物を造り、途上国に売ることになったとする。一方、途上国は自国市場を守るための色々なバリアとも言える認証システムがある。この認証システムを有する国では、認証を取らなければ物を輸入し売ることができない。

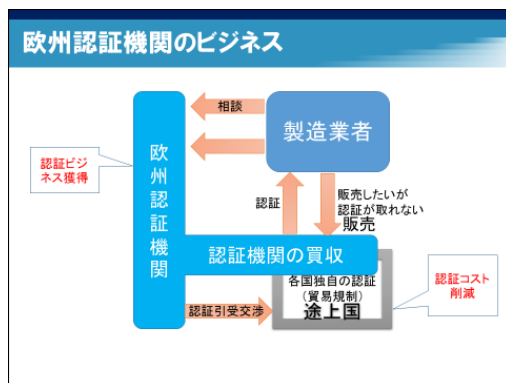
欧州認証機関のビジネス



しかし、途上国の認証を取るためには色々な複雑な手続きが必要となるため、大変でありコストも掛かる。このようなときに、欧州の製造業者は欧州の認証機関 SGS とか、インターテックとか、ビューローベリタスなどに「これ何とかありませんか」というように相談に行く。そうすると欧州認証機関は途上国と直接交渉して「途上国が行っている認証を私達が引き受けますよ」という相談を持ちかける。

実は、認証システムを維持するというのは大きなコストが掛かるので、途上国からしてみれば欧州の認証機関が丸ごと引き受けてくれるなら、是非頼みたいところである。

3. 2. 認証機関買収

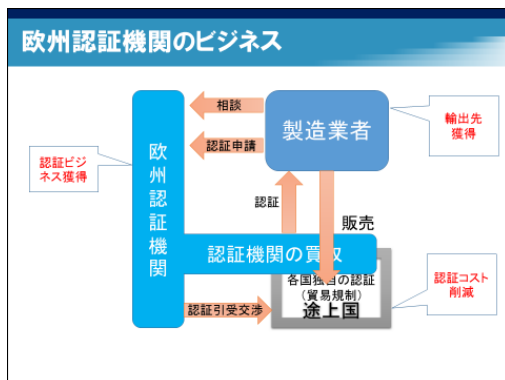


このような途上国と欧州の認証機関との話し合いが纏まると、途上国は認証機関自身を欧州認証機関に売り渡してしまう。言い換えると、欧州認証機関が途上国の認証機関を買収してしまう。このような構図になると、欧州の製造業者は途上国の認証機関に許可を取らなくても欧州の認証機関に申請すれば、途上国の認証が取れるのである。

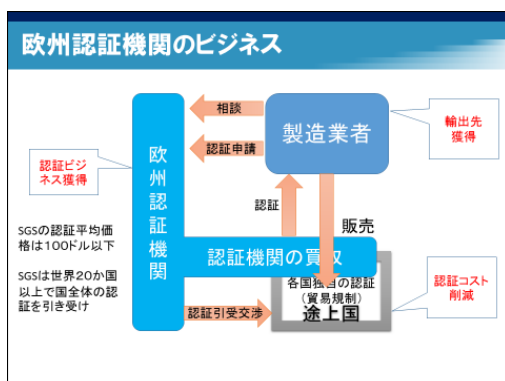
すなわち、欧州認証機関が途上国の認証書を発行し、途上国に欧州企業が製造した製品が売られることになる。

欧州の認証機関、欧州の製造業者、途上国の認証機関、それぞれの立場から見ると、途上国の認証機関にしてみれば認証コストが削減でき、欧州の認証機関にしてみれば認証ビジネスが拡大でき、欧州の製造業者にしてみれば、売り難かった国に製品が売れるようになるのである。このような認証機関の構図は、三方総得という状態になっている。

3. 3. 欧州認証機関のビジネス



認証機関の買収などを繰り返し、急速に認証範囲を広げてきているのが、SGS やインターテック、ビューローベリタスである。では、この認証機関の中で、SGS に着目してみよう。SGS は、1年間で4106億円を売り上げる巨大企業であるが、認証件数から認証単価を推計し「認証一件当たりの平均価格は100ドルを切っている」との報告もある。すなわち、認証の単価は1万円以下であるが、膨大な数の認証を発行しているのである。SGS だけでなく、他の欧州の認証機関は、このようなビジネスを増加させることで、急速に規模の拡大を図ってきた。



ここで留意しなければならない点がある。規模の拡大を続ける認証機関は欧州にしかないことである。日本には一つも存在しない。ゆえに、日本政府も、規模の拡大を図る認証機関を育てる必要がある。しかし、日本の民間企業としては、日本の認証機関が育つのを待ってられない。民間企業の製造担当者などは、今すぐにでも、途上国向けに輸出を望んでいる。このような場合は、欧州の認証機関を活用すべきであることは明白だろう。SGS やビューローベリタスは、認証を申請する企業の所在地により選好みはしない。どこの国の企業であれ、申請すれば認証が取れるように丁寧に指導し、認証を発行する。したがって、欧州の認証機関を積極的に活用することも、日本の企業は考えるべきであろう。

第4節 認証を使うメリットー性能の可視化

認証を使うメリット

- 企業としての管理能力を第三者が証明することで信頼性が高まる 必要性と価値を吟味する
 - ISO-9000、ISO14000など
- 新市場に参入するための規制をクリアする 欧州の認証機関活用
 - JISや途上国の各種貿易規制など
- 自社製品の性能が高いことを購入者に見えるようにする 今後最も重要なビジネス戦略
 - 認証によるブランド化

認証を使う三つ目のメリットは、自社製品の性能が優れることを購入者に例示することである。認証を使って自社の製品の性能が良いことを示す。現代のビジネスにおいて、重要な戦略の一つであろう。

なぜなら、このような認証を使った戦略は、性能の見せ方だけに留まらず、認証によるブランド化にまで発展し得るからである。

4. 1. 自転車産業の BAA マーク

自転車産業のBAAマーク

- 2004年 BAAマーク開始
- 日本自転車協会が、独自の安全基準(DIN規格などを取り込み)を満たした自転車にBAAマークを付与するシステムを開始。国内主要完成車メーカーが参加し、中国車との差別化を開始。
- 型式認定によりBAAマーク車を認定
- 試験機関として国内試験所を指定(海外業者は試験依頼困難)
- DIN規格や国内主要メーカー社内規格など厳しい規格を採用
- BAAシールを一枚100円(会員外150円)で販売
- 収入の大半をBAAマークの広報普及に投入
- 2005年 国内生産100万台 輸入900万台 BAAマーク220万台

製品性能が優れることを示すことができる認証の中で、最も理解し易いのは自転車のBAA(BICYCLE ASSOCIATION(JAPAN) APPROVED)マークであろう。BAAマークは、自転車の性能が優れていることを示すマークである。BAAマークを付けることができる自転車は、JIS規格より少しだけ厳しい規格を遵守する必要がある。規格はDIN規格や国内の主要メーカーの社内規格が流用されている。そして、規格に対応できる自転車を造ることで、認証を自転車協会から得ることができ、自転車にBAAマークを貼ることができるのである。

自転車協会はBAAマークを1枚100円や150円などで、自転車メーカーに販売している。売上は、BAAマークのテレビコマーシャルなどに使われている。BAAマークが付いている自転車は、性能の良い自転車ということを広めているのである。これによ

って BAA マークがついている自転車は少し高くても売れるという環境を作ることができる。

第2章第4節にて、現在、日本で販売されている自転車の9割は中国から輸入されており、この9割の中で約4割は日本企業が中国から輸入していることを説明した。このような日本企業が中国から輸入している自転車の一部にも BAA マークが貼ってある。おそらく、現在、日本国内で売られている自転車の中で、2割から3割に BAA マークが貼ってあるだろう。そして、BAA マークが貼ってある自転車は、貼っていない自転車と比べると高く売れる。1万円ぐらい高く売れると言っても良いだろう。平均すると販売価格が1万円程度の自転車において、BAA マークが貼ってある自転車は2万円で売られている状況である。このような棲み分けを行うために、自転車の輸入業者や販売業者は BAA マークの認証を取っているのである。このようなやり方も、認証の使い方の一つである。

ただし、このやり方は認証を取りたい中国企業が技術をキャッチアップしてくると、認証によって差別化ができなくなる。誰もが認証を取り、どのような製品にも認証マークが貼られるようになってしまうと、差別化が図れず、認証の意味が無くなってしまう。したがって、認証の規格は、定期的に高度化することが必要である。

自転車産業のBAAマーク

- 2004年 BAAマーク開始
- 日本自転車協会が、独自の安全基準(DIN規格などを取り込み)を満たした自転車にBAAマークを付与するシステムを開始。国内主要完成車メーカーが参加し、中国車との差別化を開始。
 - 型式認定によりBAAマーク車を認定
 - 試験機関として国内試験所を指定(海外業者は試験依頼困難)
 - DIN規格や国内主要メーカー社内規格など厳しい規格を採用
 - BAAシールを一枚100円(会員外150円)で販売
 - 収入の大半をBAAマークの広報普及に投入
- 2005年 国内生産100万台 輸入900万台 BAAマーク220万台



中国企業の追従に合わせ認証基準の高度化が必要

4. 2. 抗菌プラスチックの認証システム

抗菌プラスチックの認証システム

- 抗菌ブームの中で、大量の「抗菌」製品が市場に氾濫
 - 何を以て抗菌性というのかわからない
 - 抗菌技術は使い方によっては人への毒性を持つ
 - 非抗菌の対照製品が入手できないので、抗菌性の差を確認する方法がない
- 抗菌製品の品質維持を目指すシステムを構築
 - 抗菌製品技術協議会を設立(1998)
 - 抗菌加工製品のガイドライン(経済産業省:1998)
 - SIAAマーク開始(1999)



認証を上手に活用した製品として、抗菌プラスチックの認証システムを挙げることができる。

菌が繁殖し難い「抗菌」という効果を有するのが抗菌プラスチックである。この抗菌効果を有するプラスチックが一時的に流行した。色々なプラスチック製品が、抗菌製品として売り出されていた。そして、プラスチックだけでなく他の素材を用いた製品も、抗菌製品として売り出されるようになっていた。

ところが抗菌製品には、一つ課題があった。市場に出回っている製品ごとに、抗菌性能を有しているかどうかを、簡単に確かめることが出来ないのである。菌が目に見えないから、出来ないとも言える。

店頭に売られている製品に抗菌製品と表示されていても、その場で本物か偽物か見分けることができない。そうすると抗菌効果を有さない偽物が売られるようになり、市場に偽物があふれてしまう。抗菌性能を有するプラスチックという市場の信用が無くなり、市場が崩壊してしまう恐れがある。

このような状況に陥らないように、市場破壊を防ぐために、抗菌プラスチックの認証システムを作り上げたのが、抗菌製品技術協議会である。抗菌メーカーやプラスチックメーカー、試験機関などが集まって、協議会を設立した。協議会は、抗菌という物の定義と抗菌の測り方を定め、この抗菌

抗菌プラスチックの認証システム

- 抗菌ブームの中で、大量の「抗菌」製品が市場に氾濫
 - 何を以て抗菌性というのかわからない
 - 抗菌技術は使い方によっては人への毒性を持つ
 - 非抗菌の対照製品が入手できないので、抗菌性の差を確認する方法がない
- 抗菌製品の品質維持を目指すシステムを構築
 - 抗菌製品技術協議会を設立(1998)
 - 抗菌加工製品のガイドライン(経済産業省:1998)
 - SIAAマーク開始(1999)
 - JIS Z 2801(抗菌加工製品—抗菌性試験方法・抗菌効果)を作成(2000)
(2001年より抗菌JIS適合SIAAマーク開始)



抗菌プラスチックの認証システム

- 抗菌ブームの中で、大量の「抗菌」製品が市場に氾濫
 - 何を以て抗菌性というのかわからない
 - 抗菌技術は使い方によっては人への毒性を持つ
 - 非抗菌の対照製品が入手できないので、抗菌性の差を確認する方法がない
- 抗菌製品の品質維持を目指すシステムを構築
 - 抗菌製品技術協議会を設立(1998)
 - 抗菌加工製品のガイドライン(経済産業省:1998)
 - SIAAマーク開始(1999)
 - JIS Z 2801(抗菌加工製品—抗菌性試験方法・抗菌効果)を作成(2000)
(2001年より抗菌JIS適合SIAAマーク開始)
 - 試験事業者認定制度(JNLA)で抗菌検査実施(2000)
 - JIS Z 2801のISO化(ISO 22196) (2007)(抗菌ISOマーク開始)



の定義に合致している物に「SIAA マーク」と呼ばれる抗菌マークを付けるという事業を始めた。具体的に運用され始めたのは1999年である。当時は、スライドの右上に示す SIAA マークを用いていた。

その後の2000年に、協議会が定めた抗菌の測り方を JIS 規格に発展させた。JIS 規格の測り方によって抗菌性が確認された製品であるため、スライドの右中に示す SIAA マークが使われるようになった。まさに、国の認める規格、国が認めた規格に合致している認証になったのである。これによって、抗菌認証システムの信頼度が高まった。

さらに、2007年、JIS 規格となった抗菌の試験方法を国際標準にすべく、ISO の国際標準へと発展させたのである。もちろん、国際標準になったことで、抗菌認証システムの信頼度が、より高まっただけでなく、世界的な普及への後押しにもなった。そして、スライドの右下の SIAA マークが使われるようになった。

このマークには、実に面白い話がある。我々が日常的に使っている「抗菌」という言葉、同じ内容を示す言葉が英語には無いのである。英語にも滅菌とか、殺菌とか、除菌といった内容を示す言葉はある。ところが、抗菌という言葉の意味を考えて見ると、少し不思議な言葉であることに気づくだろう。それは、菌と戦う能力を持っているという意味である。菌を取り除いたり、菌を殺したり、菌の繁殖を止めたりするわ

けではない。当時、英語にはぴったり合う言葉がなかった。したがって、抗菌という言葉がそのまま ISO 規格に残っている。スライド右下の SIAA マークを見ると、ISO22196 の文字の下に抗菌の称呼「KOHKIN」のローマ字 6 文字が使われている。

話を抗菌認証システムに戻そう。このように、抗菌の測り方を国際規格にしたので、ISO 番号が記載された抗菌マークを製品に貼れるようになったのである。

このような抗菌という製品に対して、認証システムを用いることは、認証の正しい使い方とも言える。理由の一つに、抗菌性が有るか無いかを、消費者が店頭で確認し得ないからである。菌が目に見えないことに加え、プラスチック製品の上に菌が繁殖すること自体それほど多くないため、消費者が確認し難いし、消費者自身が調べることもできない。

もう一つの理由に、消費者が調べようとしても、厳格に抗菌性が有るか無いかを調べるのは、不可能である。なぜなら、厳格に調べるためには、同一のプラスチックを用いて二つの製品を用意し、一方に抗菌剤を入れ、もう一方に抗菌剤が入っていないものを用意しなければならない。二つの比較をしなければ、抗菌性は評価できないのである。しかし、消費者が用意できるのは、店頭に売られている抗菌剤が入ったプラスチック製品だけである。抗菌性を評価できるのは、メーカーだけである。したが

抗菌プラスチックの認証システム

- 抗菌ブームの中で、大量の「抗菌」製品が市場に氾濫
 - 何を以て抗菌性というかわからない
 - 抗菌技術は使い方によっては人への毒性を持つ
- 最も正しい認証の使い方
 - 非抗菌
 - ユーザーが確認しにくい機能を認証している
 - 抗菌
 - メーカーの協力が無ければ検査できない内容
 - SI規格のJIS化、ISO化で認証の信頼性を高める
- JIS (2001年より抗菌JIS適合SIAAマーク開始)
- 試験事業者認定制度(JNLA)で抗菌検査実施(2000)
- JIS Z 2801のISO化(ISO 22196) (2007)(抗菌ISOマーク開始)

主がない

(2000)

SIAA
ISO 22196
for KOHKIN

って、メーカーしか評価できないからこそ、正しく試験をしていることを認証して表示するのである。

さらに、認証を JIS 規格とし、ISO 規格と発展させることで、認証の信頼性を高めているという点も、正しい理由に加えることができるであろう。抗菌プラスチック認証システムは、認証のブランド化のお手本とも言える。

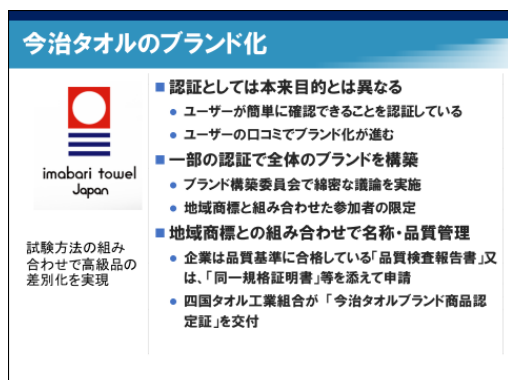
4. 3. 今治タオルのブランド化

今治タオルのブランド化		
試験項目	試験方法	判定基準
吸水性	JIS-L1907 / 沈降法	5秒以内 (1回洗濯と10回洗濯の2回の検査に 両方とも合格すること)
毛羽性	JIS-L0017 / 5回100回法(タオル特法)	バイル 0.5%以下 摩擦後 0.5%以下
バイル耐摩擦性	バイル耐摩擦試験法(タオル特法)	摩擦後 0.5%以下 FT-MT 2.18gN / バイル以上 4級以上 / 1.5gN / バイル以上
耐日光	JIS-L0042 / カーボンアーク法	4級以上 / 1.5gN / バイル以上
洗濯色変化	JIS-L0044 / A-2号法	洗濯色 4級以上 汚染 4級以上
洗濯色変化	JIS-L0044	洗濯色 4級以上 汚染 3~4級以上
摩擦	JIS-L0049 / (他)	摩擦 4級以上 洗濯 2~3級以上 (洗濯及び摩擦4段階(20級以下)を 経 190N以上 経 190N以上 392.3kPa以上 2.7%以内)
引張強さ	JIS-L1096 A法 / (ダブルストリッチ 法)	縦 147N以上 横 190N以上
物干し強さ	JIS-L1096 A法 / (デュレン法)	392.3kPa以上
寸法変化率	JIS-L1096 C法 / (電気洗濯機法)	2.7%以内
耐塩・耐酸・耐アルカリ	厚生省中薬24号 アセチルアセトン法	吸光度0.00以下

認証によるブランド化の事例として、今治タオルを挙げることができる。今治タオルは、認証を使ってブランド化に成功した製品である。

では、今治タオルはどのような認証を行っているかを説明しよう。スライドに示しているように、既に定められている JIS 規格などを用いて、今治タオルは認証を行っている。スライドに示している複数の JIS 規格によって、タオルが優れた性能を有していることを確認し、確認された製品にスライドに示す今治タオルのマークを付けるというやり方を行ったのである。

今治タオルが用いている JIS 規格の中で、最も有名なのは吸水性試験方法であろう。沈降法とも呼ばれる試験方法は、小さく切ったタオル生地を水の入った容器に浮かべ、タオル生地が水を吸収し、水中に沈み始めるまでの時間を測定する。5 秒以内にタオル生地が沈めば、今治タオルにおける吸水性の基準を満たしている。

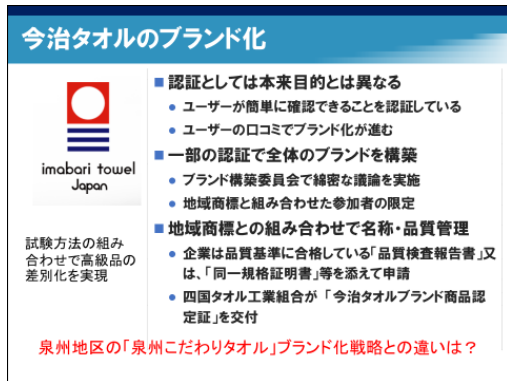


吸水性試験は今治タオル認証項目の一つである。このような試験と評価基準をスライドの表のように定め、これを今治タオルの認証試験とし、適合するタオルには今治タオルのマークを付するのである。

先に説明した抗菌プラスチックの認証システムと比べると、今治タオルの認証システムは、認証の在り方として正しいと言われると、少し問題があるとも言える。タオルの吸水性は店頭で確認することはできないが、自宅に持ち帰って調べれば、簡単に確認できる。

したがって、わざわざ手間暇を掛けて認証しなくても、試験結果を表示さえすれば良いとも言える。試験結果を表示することで、消費者に情報は伝わるはずである。もし、タオルを購入したあとで、消費者が自宅で吸水性試験を実施し、結果が表示されている数値より悪ければ、それは計量法違反ということになる。このように、試験結果を表示さえすれば良いはずであるが、わざわざ認証にしているのである。なぜだろうか。これが今治タオル成功のポイントの一つであろう。

今治タオルの認証マークを付けたことで、消費者がマークの意味する品質の良さを、口コミで広めてくれたのである。抗菌の認証では、このようなことは起こらない。菌は消費者の目には見えないので、消費者が認証マークの付いた抗菌製品を購入し、使用した後で「マークの付いている製



品はすごく抗菌性が高いよ」という口コミは広がらないのである。

一方、今治タオルの認証マークがついたタオルでは、消費者は購入し使った瞬間に吸水性の高さを実感できる。この実感を基に、今治タオルのマークがついているタオルは「非常に吸水性が良いよ」という口コミが広がるわけである。このようにして、タオルの吸水性が高いという信用と評判が認証マークに蓄積され、ブランド化に繋がったのである。

今治タオル成功のもう一つのポイントは、今治タオルと表示しながらも、全てのタオルに認証マークが付いていないことである。高品質として知られる今治タオルの販売価格は、当然、輸入品などと比べると高額となるが、中には、今治タオルであっても価格の安い物もある。

例えば、店舗の開店祝いなどに配るようなタオルは、消費者が求めやすい価格になっており、このようなタオルまで高い吸水性を発揮させていては、販売価格より製造コストのほうが高くなってしまふ。したがって、認証マークが付けられているタオルは、今治タオル全体の中で、一割か二割程度である。

ところが、認証マークがついた全体の中で二割程度のタオルの品質が優れているため、今治タオル全体のブランド化に貢献した。認証マークが付いていても、付いていなくても、今治タオルというだけで「優れ

たタオル」と認識されていき、ブランド化に成功したのである。

加えて、もう一つ、今治タオル成功のポイントがある。それは商標法の活用である。「今治タオル」という名前、言い換えると商標は、地域団体商標という商標法の枠組みで保護されている。したがって、今治タオル工業組合の組合員以外は「今治タオル」という商標を使うことはできない仕組みになっている。商標法によるブランドの管理と言う点でも、よく考えられた認証システムである。

このように、認証システムを使って、製品をブランド化することに成功したのが、今治タオルである。

4. 4. 官製認証ビジネス：トクホ

官製認証ビジネス:トクホ			
医薬品	医療用医薬品		医師による処方箋が必要
	OT(医薬品 (大企業))	第一類医薬品	新しいもの:薬効試験による説明が必要
		第二類医薬品	副作用などがあるもの 説明努力義務
		第三類医薬品	薬効試験・登録販売者が販売
医薬部外品	指定医薬部外品	医薬品の中から指定されたもの	
	旧医薬部外品	薬用石鹸、薬用歯磨きなど	
化粧品	通常の石鹸や歯磨きは化粧品		
食品	保健機能食品	栄養機能食品	ビタミンなど表示義務(自己認証)
		特定保健用食品	第三者認証制度
	食品	健康食品	第三者認証を検討中
		その他食品	

認証のもう一つの事例として紹介するのが、トクホとよばれる官製認証ビジネスである。官製、つまり政府が関係している認証ビジネスであり、正式な名前は特定保健用食品である。

今では、スーパーやコンビニエンスストアなどの小売店や飲料水の自動販売機などで、多くのトクホ製品を見かけるだろう。普及した認証システムだと言える。トクホの制度が作られたのは1991年。2年後の1993年にトクホの認可1号が発売されることになった。資生堂のファインライスと森永乳業の低リンミルクである。ところが、その後、トクホ制度を活用する企業が増えなかった。当時の厚生省、現在の厚労省

が、わざわざヤクルトにお願いして使ってもらったという逸話がある。実際に、ヤクルトがトクホを使うようになったのは1998年頃である。そして、ヤクルトは、トクホ製品であることを、積極的に宣伝しなかったため、今のようなトクホを活用したビジネスが活発になることはなかった。

トクホビジネスが活発になり、市場規模も大きくなったのは、カテキン茶や黒烏龍茶などが売り出された頃である。トクホ製品を飲んだり食べたりすると「体に良い」というイメージを植え付ける宣伝広告を積極的に行い、従来製品と比べると高い価格で販売することに成功した。

ところで、トクホとは、どのような製品であり、何が認証されているかを知っているだろうか。スライドの表の中で、上段に示しているのが特定保健用食品である。この記載から解るように、トクホは薬でもなく、化粧品でもなく、栄養食品でもない。これら以外の物である。そして、トクホの認証が得られる条件を、スライドの中の①～⑦に列挙している。①健康の維持増進に寄与する、②科学的根拠が明らかであるなどが条件としてあるが、最も注目すべき条件は⑦であろう。医薬品として使用される原材料リストに無い物でなければ、トクホにはならない。言い換えると、医薬品はトクホとして認証されることはないのである。

医薬品とトクホの違いを二つ述べると、一つは病気の人を対象にするかしないか、

官製認証ビジネス:トクホ	
身体の生理学的機能や生物学的活動に影響を与える保健機能成分を含み、その摂取により特定保健の目的が期待できる旨の表示をすることができる食品	
個別に有効性・安全性等に関する国の審査を受け、許可を得る	トクホとしての表示許可であり、販売許可ではない。
① 健康の維持増進に寄与すること ② 科学的根拠が明らかにされていること ③ 摂取量が設定できること ④ どんな成分が働いているかが明確で、安全であること ⑤ 試験方法が明らかであること ⑥ 日常的に食されるものであること ⑦ 医薬品として使用される原材料リストに無いこと	取得費用: 約一億 価格に転嫁しても回収には時間がかかる

もう一つは全ての人に同じような効果があるかないかである。仮に、全ての人に効果が表れるのであれば、医薬品として認定される。全ての人に効果が現れないからこそ、医薬品ではないのである。そしてトクホ製品は少なくとも科学的根拠はあるが、全ての人に効果が表れるかどうか解らないので、「何々に効きます」とか「何々の方に良い」などと表現する公告宣伝は禁止されている。したがって、何々の方にお勧めします、何々の方に役立ちますという表現しかできないのである。

誤解を恐れずに述べると、トクホ製品はあまり効がない、全く効かないと言ってもいいかもしれない。もしも病気を治したいのなら、薬を飲むべきである。健康になりたいのなら、由緒正しい栄養食品をとるべきである。したがって、トクホというのは、イメージだけで作られたブランドとも言える。

もちろん、トクホの認証を受けるには、多くの時間と費用が掛かる。ゆえに、トクホビジネスを行っている企業は、費用を回収するために、トクホを積極的に宣伝して、少しでも高く売ることを試みている。そして、トクホの認証は国が行うので、他の認証と比べても、信頼性は抜群に高い。国が認めているからこそ「きっと良い物なのだろう」という思いが消費者にはある。これに便乗して大きく成功したのが、トクホという制度である。

官製認証ビジネス:トクホ

身体の生理学的機能や生物学的活動に影響を与える保健機能成分を含み、その摂取により特定保健の目的が期待できる旨の表示をすることのできる食品

個別に有効性・安全性等に関する国の審査を受け、許可を得る

トクホとしての表示許可であり、販売許可ではない。

・病気の人は対象としない

・全ての人に効果が出るわけではない

・効果が出るまでに時間がかかる

① 健康の維持増進に寄与すること

② 科学的根拠が明らかにされていること

③ 摂取量が設定できること

④ どのような成分が働いているかが明確で、安全であること

⑤ 試験方法が明らかであること

⑥ 日常的に食されるものであること

⑦ 医薬品として使用される原材料リストに無いこと

取得費用: 約一億

価格に転嫁しても回収には時間がかかる

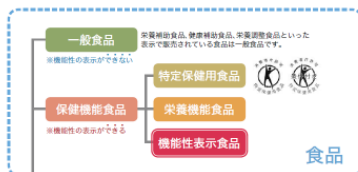
「○○に良い」「○○の方にお勧めします」「○○に効く」「○○に役立ちます」

ところが、最近、トクホのビジネス環境も変わりつつある。ダブルトクホ、トリプルトクホなど、二つや三つのトクホの認可を受けたことを表示した製品が売り出されている。これらの製品に用いられている成分は、新しく研究開発されて発見・発明された物ではない。

制度ができた当初のトクホでは、特定の成分を見つけ出してトクホの認可を受けると、その後、同じ成分では二度と認可を受けることが出来ない、いわば、早い者勝ちのような制度であった。この制度、何か違和感はないだろうか。同じ成分であれば同じ効果が出るはずである。したがって、最先の申請でなくても、後から申請された製品にもトクホとして認可されるべきであろう。

このような議論を経て、最先の申請でなくても認可が受けられるように制度が改正された。平成15年のことである。したがって、平成15年以降、再認可というものが行われている。すなわち、他の人が認可を受けた成分を使った製品にもトクホを与えている。最近はこれが圧倒的に増えている。このようにして、認可を二つ、三つと受ければ、ダブルトクホやトリプルトクホと表示することができ、費用を掛けずに簡単に出来上がるのである。

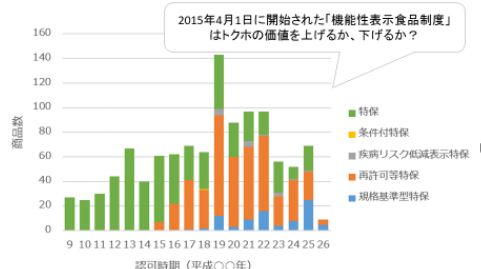
官製認証ビジネス:トクホ



(出所)「機能性表示食品」について⑦、消費者庁(2019)

このようにして、費用を掛けずにトクホの認可を受けて、製品を少しでも高く売るというビジネスモデルが急速に広がっている。したがって、このような背景から、トクホというビジネスの領域は、かなり怪しい状況に陥っていると思われる。このような状況にも関わらず、トクホの制度は維持したまま、機能性食品という制度が作られた。平成 27 年のことである。機能性食品制度を、誤解を恐れずに説明すると、食品の機能を自社で研究して確認しなくても、研究結果が示されている論文などを引用して、食品の機能、すなわち効果を申請すれば足りるのである。トクホ制度と比べても、費用を掛けずに認証される制度ともいえる。

官製認証ビジネス:トクホ



この機能性食品制度によって、トクホビジネスが崩れてしまうのではないかと予測していたのだが、実際には、機能性食品制度を活用した製品が、数多く発売されないのが現状である。平成 29 年の夏時点で、やっと、いくつかの製品が発売された状況である。

このような背景から、トクホと機能性食品、二つの製品を、国である消費者庁が認可することは、行政の視点からみると、疑問が残る。いずれ、各社が発売する製品は、トクホか機能性食品、いずれかに偏ってしまうのではないだろうか。政策として疑問は残るが、企業はビジネスにおいて活用しているということは、認識しておくべきであろう。

4. 5. サービスの認証：エステティックサロン

サービスの認証

エステティックサロン

- ・サービスの効果が人によって異なる
- ・サービスの効果が分かりにくい
- ・クレームが多くなる

自転車やプラスチック製品、タオル、食品、これらに関する認証は物に対する認証である。一方で、サービスに対する認証もある。典型例としてエステティックサロンが提供するサービスの認証を挙げることができる。物の認証に比べると、サービスの認証は、仕組みを作るのが難しい。なぜなら、サービスの提供に対する評価は消費者の価値観に依存することが多いためである。

同じサービスを提供して物理的に同じような効果が得られても、満足する人と、満足しない人が存在する。エステティックサロンのサービスは、このような事例の典型的なもので、美しくなったかどうかという認識は個人に依存してしまう。サービスを受けた顧客自身が「美しくなった」と思うか否かである。したがって、正当なサービスを提供しても、顧客が満足しない場合も多い。要するに、クレームが多い業態なのである。

ゆえに、エステティックサロンの業界団体は、クレームの数を減らすために、エステティックサロンが提供するサービスを認証したいと考えたのである。もちろん、クレームの数を減らすだけでなく、質の悪いエステティックサロンを排除し、価値の高いサービスを提供しているサロンだけを残そうとも考えていたのである。

ところが、認証のやり方を業界団体で熟慮した結果、エステティックの効果を確認



することは不可能だという結論に至った。
なぜならば、先に説明したように、エステティックの効果は、言い換えると美しくなったかどうかは、サービスを受けた側の印象に依存するからである。

効果を認証することは断念したが、熟慮の末、業界団体は三つの認証を策定した。一つ目は、契約書が正しく作られているかの認証。例えば、途中でクーリングオフできるような条項が正しく記載されているかどうかなど、契約書の標準化を行い、それを認証するというやり方である。

二つ目は、使用する機械の認証。エステティックサロンでは機械を使いながらサービスを提供する場合も多い。この機械が正式に認められた機械であるか否かを認証するやり方である。

三つ目は、サービスを提供する施術者、すなわちエステシヤンの認証である。顧客にマッサージなどを提供する者、この者の能力を認証するために技能試験制度を作りあげた。この制度に合格した者に認証を与えるやり方を作った。この三つの認証を組み合わせることで、エステティックサロンの信頼性を高めることを試みている。

直接的に美しくなることを認証していないが、三つの認証を組み合わせることで、正当なサービスを提供しているエステティックサロンを消費者に認識してもらい、信用と評判を高めることを期待している。

第5節 プライベートスタンダード

プライベートスタンダード

- 国際条約や国連機関などで正式に作られた規格ではなく、その名の通り、民間企業や組織などが、自社の調達基準として作った規格のこと。調達基準であるため、第三者適合性評価となる。
- 各国が独自に決める基準や、ISOなどの国際条約によらない国際的機関が作成する任意規格もプライベートスタンダードの一種として認識

自転車からエステティックサロンまでの認証を説明したが、これらは国や業界団体などが認証機関として機能している。一方で、事業会社が自ら認証機関となるプライベートスタンダードという認証システムもある。

今治タオルで詳しく説明したように、認証のブランド化によって、ビジネスに貢献することができる。ゆえに、業界団体などが組織的に認証するのでは無く、事業会社が単独で認証システムを作り、ブランド化してビジネスに活用しようとするのが、プライベートスタンダードである。

5. 1. 農業産品における認証

プライベートスタンダード

- 国際条約や国連機関などで正式に作られた規格ではなく、その名の通り、民間企業や組織などが、自社の調達基準として作った規格のこと。調達基準であるため、第三者適合性評価となる。
- 各国が独自に決める基準や、ISOなどの国際条約によらない国際的機関が作成する任意規格もプライベートスタンダードの一種として認識
- 2007年にSPS委員会事務局が示した例
 - 英国のスーパーマーケットチェーンであるTESCO社が自社製品のブランド化のために設定したNature's Choice製品
 - フランスのスーパーであるカルフルが設定したles filières qualité
 - フランス政府機関が実施するLabel Rouge
 - EUREPGAP
 - Global Food Safety



プライベートスタンダードは、現時点の標準化活動において、世界な問題となっている。なぜ、問題となっているかというと、プライベートスタンダードで認証される物に農業産品があり、発展途上にある農業国の経済に影響を及ぼしている。

2007年に、WTOのSPS委員会（Sanitary and Phytosanitary Measures）が、プライベートスタンダードを取りまとめた報告書を公表した。スライドに示しているのは、報告書にて挙げられたプライベートスタンダードの一例である。

農業産品における規格・認証の問題

- 農業産品における調達基準・二者適合性評価が拡大
- この調達基準が、調達者だけでなく市場のデファクト基準となる
 - 事例：スターバックススタンダード
 - :日本の生協の調達基準

農業産品における規格・認証の問題

- 農業産品における調達基準・二者適合性評価が拡大
- この調達基準が、調達者だけでなく市場のデファクト基準となる
 - 事例：スターバックススタンダード
 - :日本の生協の調達基準
- 農産物は、産地の努力による品質改善には限度がある
 - 土壌、気候、水などの制限で品質が決まる
 - 規格は努力してクリアするものではなく、品質基準達成・非達成を分ける壁になる
 - デファクト化した調達基準が特定地域の農産物の価値を下げる

例えば、英国のスーパーマーケットのTESCO社の認証や、フランスのスーパーマーケットのCARREFOUR社の認証は、自然食品に対する認証である。このような認証をブランド化するために、各社は独自に基準を作り、基準以上の農業産品であれば、ブランドとして認定している。このような認証は、各国の事業会社である民間企業が、政府の指導ではなく独自に営んでいる認証である。繰り返しになるが、国の制度でも公的な制度でもない。ところが、農業産品のブランド化というのは大きな問題を抱えてしまう。なぜだろうか。農業産品の基準の中には、生産者の努力によって達成できない基準が存在する。

プライベートスタンダードとして日本で知られているのはスターバックスの認証であろう。スターバックス社は調達基準を定めており、この基準を満たしたコーヒーしか調達しない。コーヒー豆は色々な国、色々な場所で作られるが、コーヒー豆の品質は地質や気象など産地に依存する。生産者が努力しても産品の品質を上げることには限度がある。工業製品と対比すると、農業産品特有の現象である。工業製品は、品質を確保し得る原材料を調達し、設備を導入し、製造に従事する人員をトレーニングさえすれば、高い品質の製品を安定して何処でも造ることができる。ところが、農業産品の品質は、土地や水、気象といったものに依存する。そうすると、一旦、スターバックスがこの品質以上の物しか調達しな

農業産品における規格・認証の問題

- 農業産品における調達基準・二者適合性評価が拡大
 - この調達基準が、調達者だけでなく市場のデファクト基準となる
 - 事例: スターバックススタンダード
 - : 日本の生協の調達基準
 - 農産品は、産地の努力による品質改善には限度がある
 - 土壌、気候、水などの制限で品質が決まる
 - 規格は努力してクリアするものではなく、品質基準達成・非達成を分ける壁になる
 - デファクト化した調達基準が特定地域の農産物の価値を下げる
- 農産品でも各国が対応できるようなシステムとは？

いと宣言すると、調達してもらえない産品しか作れない農業生産者が生じてしまう。

加えて、スターバックスのプライベートスタンダードは、スターバックス社のための取り組みである。ところが、他の企業もスターバックス社のプライベートスタンダードを使い始めてしまっている。スターバックス社が調達しているコーヒー豆と同じ品質のコーヒー豆を調達したい目論み、調達コストを下げたいと考えるからである。そうすると、スターバックス社の基準を満たすコーヒー豆と、そうでない豆との間に価格の壁ができてしまう。これが途上国に大きな影響を与えてしまっている。基準の壁は簡単に超えることができない。そして、プライベートスタンダードは企業が独自に用いるものであるため、政府が指導することもできない。

プライベートスタンダードには、このような問題が生じていることを、認識して欲しい。

5. 2. 工業製品における認証

プライベート認証

米国DUPONT社
○BtoB事業にシフトし、世界中に製品販売
○自社原材料を正しく利用して製品化できる
企業を認証で囲い込み(テフロン加工)

プライベートスタンダードに加え、プライベート認証と言う仕組みも拡大している。これは農業産品だけでなく、工業製品にも活用されている。

店頭で売られているフライパンに「テフロン加工」という表記が見受けられる。テフロンは、米国のデュポン社が製造・販売するフッ素樹脂の商品名である。すなわちテフロン加工とは、フッ素樹脂を表面に塗布し膜を施したのものである。もちろん、高い加工技術を駆使してフッ素樹脂の膜を作らなければ、直ぐに剥がれてフッ素樹脂の膜が無くなってしまう。ゆえに、デュポン社は、デュポン社製のフッ素樹脂を正規に調達して、デュポン社が認証した工場が加工した製品にしかテフロンという名称を使うことを許していない。もちろん、認証の基準は、高い加工技術を有することである。

では、なぜ、テフロンという名称をこのように管理できるかというと、テフロンという名称をデュポン社が商標登録しているからである。したがって、上記したような工場が造った製品には商標使用の許諾をし、そうでない製品には商標使用の許諾を拒否するのである。

プライベート認証

米国DUPONT社
 ○BtoB事業にシフトし、世界中に製品販売
 ○自社原材料を正しく利用して製品化できる
 企業を認証で囲い込み(テフロン加工)

米国ゴアテックス社
 ○ゴアテックス・メンブレンで防水・通気性を実現
 ○ゴアテックス・ファブリクスで布を製品化
 ○高い縫製能力のある企業を囲い込み衣料品化

同じような事例として米国のゴアテックス社が造るゴアテックスという布を挙げることができる。ゴアテックスは、水は通さないが、空気は通す布である。登山ウエアやスポーツウエアなどに使われている。これらのウエアは、ゴアテックスを使っていない他のウエアと比べると、快適で、時として人の生命をも守ってくれる優れた製品である。ところがゴアテックス社が製造・販売しているのは布である。もちろん、ゴアテックス製品が店頭で売られるときには、布として販売されるのではなく、衣料品に加工されて売られている。当然、反物のゴアテックスは、裁断され、縫製されて衣料品に仕立てられている。ここで問題になるのは、ゴアテックスの布は水を通さないが、縫い目から水が染みてしまうと、ゴアテックスを使った意味が無くなってしまいうということだ。

ゆえに、ゴアテックス社は、縫い目からも水を通さないような縫製を施すことができる工場が作った衣料品だけに、ゴアテックスの商標を使うことを許可している。この許可は、言い換えると認証とも言える。もちろん、ゴアテックスという名称は、ゴアテックス社が商標登録している。

したがって、独自にゴアテックス社の布を入手し、独自の工場で衣料品に縫製して販売しようとしても、衣料品に「ゴアテックス」と表示することはできないのである。

プライベート認証

米国DUPONT社

- BtoB事業にシフトし、世界中に製品販売
- 自社原材料を正しく利用して製品化できる
- 企業を認証で囲い込み(テフロン加工)

米国ゴアテックス社

- ゴアテックス・メンブレンで防水・通気性を実現
- ゴアテックス・ファブリクスで布を製品化
- 高い縫製能力のある企業を囲い込み衣料品化

プライベート認証は認証者(企業)の信用力が鍵
信用力が足りない企業は第三者を使う。

以上説明したデュポン社やゴアテックス社の取り組みは、民間の事業会社内部の取り組みなので、公式に認証と言われることはないが、実質的に認証の一つであり、企業独自の取り組みなのでプライベート認証ということになる。このようなやり方でプライベート認証を駆使する企業が急速に増えている。企業が有する信頼と評判、すなわちブランド力を取引先にまで及ぼそうとする認証を使ったビジネスモデルである。

5. 3. システムにおける認証

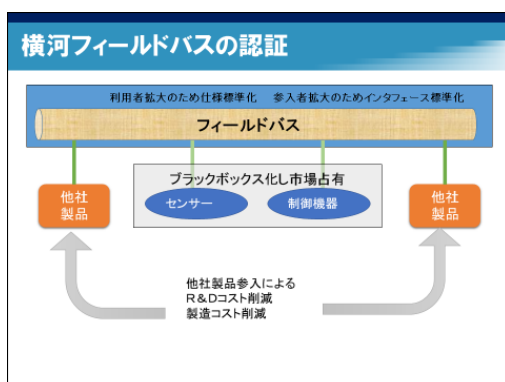
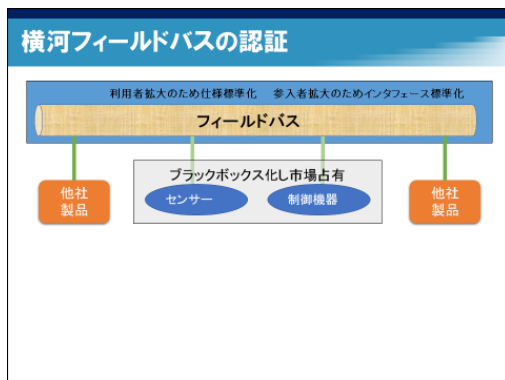


農業産品や工業製品、いわゆる物に対するプライベート認証の事例を見てきた。ここからは、物ではなくシステムに対するプライベート認証を見ていこう。

紹介するのは横河電機のフィールドバス、工場をコントロールするバスシステムである。工場で活用されるバスシステムはセンサーと制御機械を使って工場内をコントロールする。ただし、横河電機は、センサーを造っているが、工場内で使われるセンサーの全てを造っていない。実際には、工場では様々なセンサーなどを使わなければならないので、全てを横河電機で造ることができないのである。したがって、多くの会社がセンサーなどを作り、横河電機のバスシステムに使えるようにしてもらったほうが都合がよいのである。

そうすると、各社が造ったセンサーの能力を適正に使いこなすことが、バスシステムには求められる。そこで、横河電機は、複数の企業にセンサーを造ってもらい、それが繋がるようにフィールドバスの仕様やインターフェースを標準化した。

そうすると、色々な会社が横河電機のフィールドバスに繋がるセンサーなどを造るようになった。それによって、横河電機は色々なセンサーなどを使い、色々な制御機器を使って工場内をコントロールできるようになったのである。もちろん、工場をコントロールするための核となるセンサーなどは横河電機が製造し、これらの技術はブ

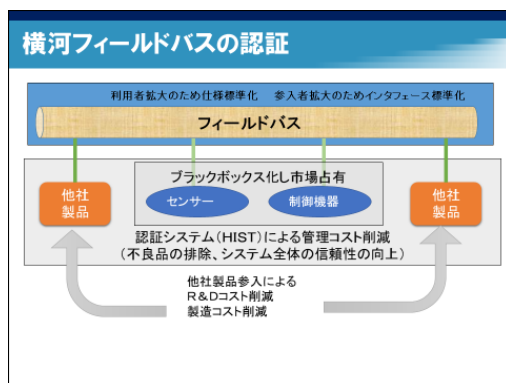


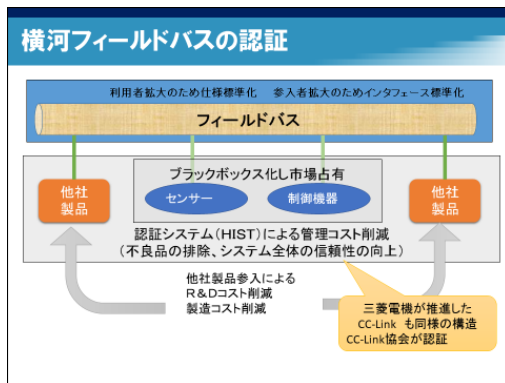
ラックボックス化している。この他のセンサーなどは、標準化によってセンサーなどの開発コストや製造コストの削減を図ったのである。

ただし、他社が造ったセンサーなどが正しく作動するか、信頼できる製品かどうかは、横河電機にとって大きな問題である。他社製のセンサーが示す数字が正しいかどうかを確認しなければならない。この確認に認証システムを活用している。

横河電機は他社が造ったセンサーなどを横河電機のフィールドバスに繋いで、適正に動作することを確認している。この確認作業は HIST（Host Interoperability Support Test）と呼ばれており、実質的に認証である。この HIST によって横河電機は他社が造ったセンサーなどを次々に自社のフィールドバスに繋いで工場をコントロールできるようになった。

もちろん横河電機の真の目的は、認証によってフィールドバスに関連する設備の品質維持である。フィールドバスを標準化したので、性能の良い物も悪い物も繋がるようになってしまう。悪い物が繋がれては、信頼が損なわれ都合が悪い。横河電機のフィールドバスに繋がる物は、一定レベルの性能がなければならない。このレベルを維持するために作ったのが HIST という認証である。

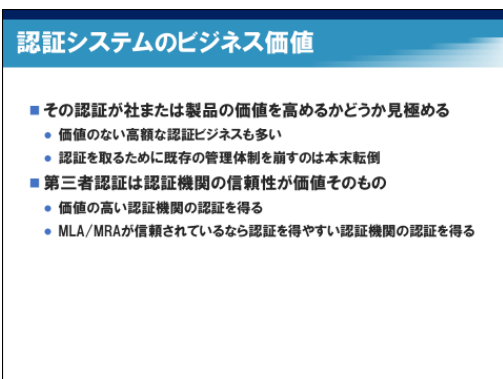
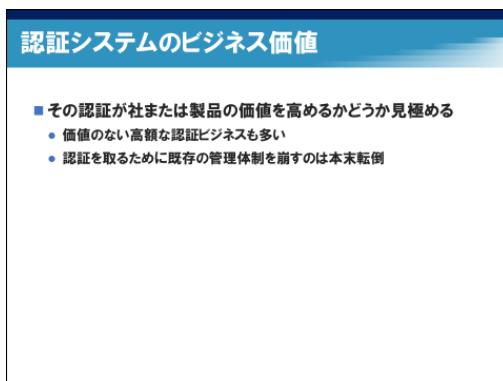




横河電機の HIST と同じような認証に、三菱電機の CC-Link がある。CC-Link は、工場内ロボットのインターフェースにおいて用いられている。工場で使われる全ての設備を三菱電機が造ることができないので、他社が造ることを促している。CC-Link の技術は公開しているが、CC-Link に繋いでも問題ないかどうかは CC-Link 協会が認証する仕組みを構築している。

横河電機の HIST や三菱電機の CC-Link のように、システムの信頼性を維持するためにプライベートスタンダードは使われている。

第6節 認証システムのビジネス価値



認証システムのビジネス価値をまとめると、まず認証というものが企業にとって役立つのかどうか、当たり前のことだが、これが重要なポイントとなる。費用の掛かる認証を取って企業価値が向上しなければ意味がない。ISO9000 や ISO14000 にせよ、企業にとって価値があるのかどうか、価値が出せるのかということを考えながら認証を取る。これが一番重要である。

次に、重要なのは、認証の価値が何処にあるかということである。価値は、認証を出している第三者機関にあるということを認識しなければならない。優れた認証能力を有している、信頼性の高い認証機関から認証を取るということが重要である。

認証システムのビジネス価値

- その認証が社または製品の価値を高めるかどうか見極める
 - 価値のない高額な認証ビジネスも多い
 - 認証を取るために既存の管理体制を崩すのは本末転倒
- 第三者認証は認証機関の信頼性が価値そのもの
 - 価値の高い認証機関の認証を得る
 - MLA/MRAが信頼されているなら認証を得やすい認証機関の認証を得る
- 認証は、その取得により取得者と未取得者を区分する
 - 取得者間の差別化には利用できない
 - 取得者を管理するツールとしては有効

最後に、認証を取る取らないということは、取っている企業と取っていない企業との差別化を行うのであって、全ての企業が認証を取ってしまえば、差別化には使えなくなってしまうことも認識する必要がある。試験方法標準のように、連続的に差別化するのではなくて、製品規格と同じように基準を満たしているか否か、という二つに分ける機能しか持っていないということである。認証を取っているか、取っていないかで、ビジネスになんらかの差が出るのであれば、認証を取ることは重要である。しかし、認証を取らなければ営業すらできない業界では、各社が認証を取るので、認証を取ることは必要だが、認証で差別化することはできない。

このような事項を考慮すると、認証は差別化に使えるのか、それとも市場に入るためのパスポートなのか、そこを確認して認証を使うことも重要である。

第7節 演習11と12

演習11と12

- 農業分野における認証システム
 - どの国の農家でも認証獲得が可能なシステムとは？
- 今治タオルと泉州タオルの戦略の違い
 - どこが違うか？
 - 予想される結果はどのように違うか？

認証に関する演習として、二つの分野を考えて見たい。

一つは、先程説明した農業分野の認証である。農業の認証というのは難しいと説明したが、それは品質を簡単に向上することができないからである。では、農業分野で使える認証、誰でも使える認証というのは、どのようなものだろうか。考えて見て欲しい。

もう一つは、タオル分野。日本には今治の他に規模の大きなタオル産地として泉州がある。ここで造られるタオルは、泉州タオルと呼ばれている。そして、泉州タオルも今治タオルと同じような認証システムを作っている。「泉州こだわりタオル」という名前を付けてブランド化している。ところが、今治タオルと泉州こだわりタオル、両方の認証システムには大きな違いがある。インターネットだけでなく、店頭にも足を運び、両方の違いについて考えて見て欲しい。