

【参考】環境表示について不適切と指摘された事例

事例1 生分解性を謳ったカトラリー・ストロー・カップ等、釣り用品、ごみ袋及びレジ袋、エアガン用BB弾に対する景品表示法に基づく措置命令（日本）

2022年12月、消費者庁は生分解性の表示をしていたカトラリー・ストロー・カップ等の販売事業者2社ならびに、釣り用品の販売事業者1社、ゴミ袋及びレジ袋の販売事業者2社、エアガン用BB弾の販売事業者5社に対して景品表示法に基づく措置命令を行った。

さらに2024年2月には、上記で措置命令を受けたエアガン用BB弾の販売事業者5社のうち1社（A社）に対し、景品表示法に基づく課徴金納付命令を行った。

A社が販売するBB弾は、「**地球環境にやさしい植物由来の素材やミネラル成分で構成された、石油系の原材料を一切使用していないBB弾です。土の中や水中の微生物によって、地表落下後に水と二酸化炭素に分解されるため、屋外フィールドでの使用に適しています。**」など、使用後に地表に残されたままでも土壌中や水中の微生物によって水と二酸化炭素に分解される生分解性を有するかのよう示す表示をしていた。

消費者庁は景品表示法の第7条第2項の規定に基づき、A社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料はいずれも、**当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められない**ものであった。



問題点

使用後に地表に残されたままでも土壌中や水中の微生物によって水と二酸化炭素に分解される生分解性を有するかのよう示す表示をしていた。

（注記）生分解性に関する試験方法の条件は、水系又はコンポスト中、土壌中での好氣的生分解度試験である。



消費者 への影響

いくら弾を撃っても自然環境に影響がないと思いついてしまう可能性がある。



原因

生分解性試験の試験条件と、実際の使用条件の違いを考慮していなかったと考えられる。



事業者/業界 への影響

事業者による以下対応が行われた。

- ・自社ウェブサイトでの謝罪広告
- ・広告やパッケージ表記の変更
- ・問合せ窓口の設置 等

【参考】環境表示について不適切と指摘された事例

事例2

航空会社の広告キャンペーンで、根拠を明確にせず、十分な実証も行わないままスローガン「未来を守る」を使用（英国）

独立の広告規制機関である広告基準協議会（ASA）は2023年3月、ドイツの大手航空会社Bに対し、将来の環境に関する主張と、同社の旅行による環境影響について誤解を招く印象を与えないよう、主張を裏付ける確固たる証拠を確保するよう命じた。

問題の広告は、飛行機の前面と宇宙から見た地球の画像が描かれ、「世界をつなぐ。その未来を守る。#MakeChangeFly」と書かれていた。ASAは、GHGを大量排出する航空旅行における同社の取組みは**数年～数十年先の成果しか見込めず、「未来を守る」というスローガンを裏付ける商業的に実現可能な技術が存在しない**にも関わらず、主張が地球と重ねて表示されることで、航空事業の環境影響が有害でないことを保証するために既に相当な緩和策が講じられ、航空事業の取り組みが世界の未来を守ることを示していると解釈される可能性が高いと指摘した。



問題点

「未来を守る」という曖昧な主張を、根拠を明確にせず、十分な実証も行わないまま使用してしまった。航空会社の取組みの多くが数年～数十年先の成果しか見込めず、「未来を守る」を裏付けるほどの、商業的に実現可能な技術が現存しないという事実からも、実現可能性を欠いていると考えられる。JIS Q14021 5.7 1)でも、製品の耐用年数内に実現するか、又はおそらく実現するであろう環境側面にだけ関連するものとしなければならないとしている。



消費者 への影響

航空事業の環境影響がネットで有害でないことを保証するために、既に相当な緩和策を講じていると理解する可能性がある。



原因

「世界をつなぐ。その未来を守る」という主張は、単独では環境との関連性が明確ではないが、地球儀の写真に重ねて表示されることで、消費者に誤認される可能性が高いことが指摘されている。



事業者/業界 への影響

航空業界全体に関する動きとして、2023年6月には欧州消費者機構（BEUC）と19カ国23の加盟団体が、欧州委員会と消費者保護当局ネットワーク（CPC）に対し、欧州の航空会社17社による誤解を招くような気候関連の主張を非難する苦情を申し立てを行った。

【参考】環境表示について不適切と指摘された事例

事例3

スポーツアパレルのスニーカーの、再生材料の使用割合の不明確な表記及び実態と乖離した「プラスチック廃棄物をなくす」という主張（フランス）

広告規制当局のARPPは2021年8月、「**プラスチック廃棄物をなくす**」のロゴとともに「100%象徴的、50%リサイクル」と謳ったC社のスニーカーの広告が、ARPP規則に違反していると判断した。

「100%象徴的、**50%リサイクル**」は、説明文でアッパー部分のみが再生材料50%としているが、「アッパー」という技術的概念は一般消費者には馴染みが薄く、「足に使用されているプラスチックは全てリサイクルされている」という不明瞭な表現と相まって、**靴全体の再生材料の使用割合を明確に伝えていない**。「プラスチック廃棄物をなくす」のロゴは、スニーカーに使用されるプラスチックが海洋投棄されたプラスチック廃棄物を回収したものであっても、**スニーカーが廃棄されれば、またプラスチック廃棄物**となる。したがって、**このスニーカーのマーケティングがプラスチック廃棄物の「削減」につながるとは主張できない**。



問題点

靴全体の再生材料の使用割合を明確に伝えていなかった。スニーカーのアッパー部分とスニーカー全体を1つの広告の中で混同して表現している上、スニーカーが複数の部品や素材（プラスチック・繊維・ゴム等）で構成されていることが理解をより難しくしたと考えられる。「プラスチック廃棄物をなくす」の表現は、再生材料の使用による効果と、プラスチック廃棄物を「なくす」という結果が比例していないと判断された。再生材料を使用した製品を購入する消費者の選択によって実現される効果はプラスチック廃棄物の「削減」であると考えられるため、「なくす」という主張は乖離していたと言える。



消費者への影響

再生材料が実際よりも多く使われており、自身の購買行動がプラスチック廃棄物の削減に繋がると誤認する可能性がある。



原因

靴の部材「アッパー」という消費者に馴染みが薄い表現や、「足に使用されているプラスチック」という不明瞭な表現の使用が指摘されている。



事業者/業界への影響

広告規制当局のARPPからの指摘による罰則や行政処分はないが、ブランドイメージの悪化や、世界企業である同社のマーケティング戦略の見直しは不可避と考えられる。

【参考】環境表示について不適切と指摘された事例

事例4

使い捨てコーヒーポッドを、リサイクルに必要な条件が明確に説明せずに、「使用後にリサイクル可能」と主張（カナダ）

カナダの競争法、消費者包装・表示法その他の法律を管轄する産業省競争局（Bureau of Competition）は2022年1月、**使い捨てコーヒーポッドのリサイクル可能性**に関する表示に関し、D社との間で罰金、包装の変更、購入者への通知などで合意に達したと発表した。

同社は産業省競争局の調査に対し、消費者が金属製の蓋を剥がし、コーヒーかすなどの中身を空にすればリサイクルできると主張したが、現在、特定の州以外では、当該コーヒーポッドは自治体のリサイクルプログラムで広く受け入れられておらず、表示者の主張は**リサイクルが認められていない一部の自治体においては虚偽、あるいは誤解を招く**と結論付けられた。



問題点

コーヒーポッドが使用後にリサイクル可能との主張が、地域によって実現性が認められないため、虚偽又は誤解を与えていると規制当局が判断した。JIS Q14021 7.7では、リサイクル可能の主張は、製品の販売地域において妥当な比率の製品購入者、潜在購入者及び使用者にとって、製品又は包装のリサイクルを目的とした収集若しくは回収施設が便利に利用できない場合には、リサイクル可能性に関し、条件付きの主張を行うことを求めている。また、収集施設の利用が限られていることを適切に伝達しなければならないとしている。



消費者への影響

優良誤認が購買行動に影響するほか、誤った分別廃棄を行ってしまう可能性がある。



原因

違反者の「コーヒーかすなどの中身を空にすればリサイクルできる」との主張は、実証を伴っていなかったと考えられる



事業者/業界への影響

- ・罰金300万ドル、慈善団体に80万ドルを寄付
- ・政府の調査費用85,000ドルの支払
- ・パッケージの変更
- ・自社ウェブサイト等での訂正広告、登録者への訂正通知
- ・再発防止

【参考】環境表示について不適切と指摘された事例

事例5 衣料品会社の特定製品の環境主張の根拠に世界平均データを使用（ノルウェー）

ノルウェー消費者庁（NCA）は2022年6月、大手衣料品会社Eに対し、データベースFの**世界平均データを特定製品のマーケティングに利用**することは誤解を招き、マーケティング統制法に違反すると結論付けた。当該データは**特定の環境影響**（地球温暖化や生産段階での水消費など）に関するもので、原材料の栽培または製造から生地が衣服に使用される準備ができるまで（cradle to gate）の環境影響を示しており、素材または**製品のライフサイクル全体（cradle to cradle）にわたる環境影響を示すものではない**ことが一般消費者にとっては自明でないとしている。またデータベースFは、**様々な素材の環境影響の比較を許可しておらず**、「推奨素材」と「従来のベンチマーク」の比較のみを許可している（例：環境に配慮して栽培された綿花と従来の綿花、リサイクルポリエステルとバージンポリエステルの比較）。



問題点

主張の裏付けとして、第三者のデータベースにおける世界平均データを使用している点が不適切と判断された。例えば、CFP/LCAの算定に用いるインベントリデータの場合、世界平均データを用いて製品固有の環境主張を行えば、素材の原産地や加工工程等によって実態と大きく乖離してしまう可能性がある。また、原材栽培～生地までのデータが、製品ライフサイクル全体の環境影響であると誤解を与えると指摘している。さらに、環境に配慮して栽培された綿花と従来の綿花、リサイクルポリエステルとバージンポリエステルの比較を例に、消費者は異なる素材間の環境影響の比較が行われていると誤解する可能性があるとして指摘している。JIS Q14021 6.3.2 b)では、製品のライフサイクルでの環境側面に関する比較主張は、同じ機能単位に基づくことを求めているため、何に対する比較主張であるかが曖昧になるような表現は避ける必要がある。



消費者 への影響

優良誤認が購買行動に影響する可能性がある。



原因

データベースFは、様々な素材の環境影響の比較を許可しておらず、「推奨素材」と「従来のベンチマーク」の比較のみを許可しているが、その運用解釈を誤った可能性がある。



事業者/業界 への影響

規制当局は違反者に対し、同データのマーケティングへの使用禁止を通知するとともに、大手の国際的な衣料品会社に対しても、同データを消費者向けマーケティングに使用すると誤解を招くと判断される可能性があることを通知した。