



国内外の動向・実態調査に係るヒアリング調査（概要）

2025年12月

環境省 大臣官房 環境経済課



- ヒアリング方法・対象

【期間】2025年11月上旬～12月上旬

【方法】対面（オンライン）ヒアリング

【対象】事業者（製造事業者及び販売事業者）、地方公共団体

※ヒアリングをお引き受け頂いた担当者様のご意見であり、必ずしも企業・団体を代表する見解ではありません

- 本ガイドラインの認知度や、活用にあたっての課題等を洗い出し、ガイドラインの改訂に活かしていく必要がある。

1. 欧州グリーンウォッシュ規制について

- **認知度:**
 - 不公正取引慣行指令やグリーン訴求指令案について、社内の認知度はどの程度か？
 - 規制の対象となる事業範囲や、求められる環境主張のエビデンスについて把握しているか？
- **対応状況:**
 - グリーン訴求指令案が施行された場合を想定し、環境表示の検証を受ける体制やエビデンスの準備はどうか？
 - 検証を免除されるための、欧州域内の環境ラベルの取得状況は？

2. 環境表示に関する取組や要望について

- **環境表示ガイドラインの活用:**
 - 「環境表示ガイドライン」の認知度と、社内の環境表示チェックでの活用状況は？
 - 活用における課題は？（例：判断基準が不明瞭、など）
- **社内チェック体制:**
 - 環境表示のチェックを行う部署や法務部門との連携はどうなっているか？
 - 社内基準は明確となっているか？
- **グリーンウォッシュ防止策:**
 - グリーンウォッシュを防ぐために、自社で実施している具体的な取組は？
（例：情報開示、第三者認証の活用など）
- **環境表示ガイドラインへの要望**
 - 環境表示ガイドラインについて見直しや強化すべき点は？
- **政府への要望:**
 - 欧州グリーンウォッシュ規制への対応や、国内における環境表示の透明性向上に向け、政府への要望は？

3. その他

- 環境表示の購買行動への影響
- 環境ラベルの活用

1. 欧州グリーンウォッシュ規制について

■ 認知度：

- 当社はBtoBがメインであるが、繊維ではアパレル様が当社素材のタグを付けて販売したり、商社様経由で欧州や米国をはじめ海外にも流通する。こうした当社のお客様からBtoCにも届き、お客様のご要望で素材表示される場合、当社も素材表示に対する確認をする必要がある。**罰則を伴う欧州規制だけでなく、米国FTCガイドラインの改定動向等にも注目して情報収集に努めている**（繊維）
- 欧州販社から情報があり、大まかな動きについては把握している（文具）
- 詳細まで把握していたわけではないが、**欧州の規制強化の動きは認識**。当社は小売であるが、サプライヤー様の中には海外展開する企業も多く、影響があるだろうと考えていた。欧州は消費者の意識も含めて進んでいるが、グリーン訴求指令の検証のような仕組みがどこまで日本で必要かは疑問。コストが厳しい中、規制強化によって環境負荷の少ない商品を買おうという風潮が後退しては本末転倒と感じる（EC小売）
- 当社の事業展開は国内及び中国、ASEANが主であり、欧州や米国では展開していない。欧州グリーンウォッシュ規制については、**現時点では概要の把握にとどまっている**。欧州では次々と新しいサステナビリティ関連の規制が出てくるため、**情報のステータスが把握しづらく苦慮している**（アパレル）
- リサイクル製品認定制度を所管する部署としては、ローカルでの利用を前提としていることから、**EU規制が直ちに影響するとは考えにくい**ため、**その把握に努めていない**。国や他県状況について情報収集し、必要に応じて対応を検討することになると考えている（地方公共団体）

■ 対応状況：

- 対応を検討している。まず現状を把握するため、欧州で、繊維、機能化成品といった**当社関連の製品がどんな環境主張をしているか、どのような根拠を用意しているか等の実態調査により事例を洗い出した**（繊維）
- 新規制に対する具体的な対応には至っておらず、規制の詳細を分析してからの対応となる（文具）
- グリーン訴求指令だけではなく動きの速い業界でもあり、参画団体の勉強会やウェビナー、同業他社の動きなど常に情報収集している（EC小売）
- インターネットやチーム内で情報共有している。欧州の企業がグリーンウォッシュで叩かれている現状を見ているので、**環境主張をどう表現するかは慎重に検討している**（アパレル）

2. 環境表示に関する取組や要望について

■ 環境表示ガイドラインの活用:

- 環境主張の用語の定義、実際の表示チェックなどに広く活用している（繊維）
- アパレル様から、環境主張の内容について相談されることもあるが、**環境表示ガイドラインを認識されていないと思われるケースも散見**される（繊維）
- **環境表示ガイドライン、信頼性確保ガイドライン、ISO14021を考慮に入れて環境表示をチェックしている。日本以外のガイドライン等は参照していない（文具）**
- 環境表示ガイドライン、信頼性確保ガイドライン、景品表示法を考慮に入れて環境表示をチェックしている。**国内販売が主であるため、国内の法律とガイドラインのみを参照**している（EC小売）
- 内容は把握しており、景品表示法とともに活用している。当社が展開する地域では中国の規制が最も厳しいため、最も厳しいGB規格をベースとしている。中国の法律は年に何度も改正されるため、現地事務所と連携して情報をアップデートしつつ対応している（アパレル）
- リサイクル製品認定制度としては、ロゴの使用ガイドはあるが、環境表示ガイドラインと関連付けてはいない（地方公共団体）

■ 社内チェック体制:

- 繊維において製品で環境主張をする際に、環境表示ガイドライン、欧州規制、英国グリーンクレームコード、米国FTCグリーンガイドを参考に作成した**チェックリストを本年4月より試行、各事業部が環境主張の案を作成する際に活用**。事業部作成の案を、複数のスタッフ部署がチェックしている。なお、繊維に限らず、**プレスリリースにおいて環境主張がある場合は、広報関連部署から、全社スタッフ部署含めて確認依頼があり、環境主張の表現を確認**するようにしている（繊維）
- 包材やカタログの原稿が作成部署から**環境部門に回付され、最終チェックをするルール**になっている。なお、欧州販社には専門部署がないため、今後は、環境表示の精査等に外部コンサルタントを活用する必要があるかもしれない（文具）
- **表示対策の専門部署がある**。サプライヤーが当社に登録した商品情報が正しいかを確認したうえでウェブ上に掲載する。グリーン購入法適合・エコマーク・GPNエコ商品ねっとについては**年に1回、変更や誤表記がないかの棚卸を行う**。**表示ルールを周知するため、年に1回、社内全体でeラーニング研修を実施している**。また、当社PBの商品担当者会議で環境表示関連の説明を行っている（EC小売）

2. 環境表示に関する取組や要望について

■ 社内チェック体制（続き）：

- 国内では景品表示法、表示関連の国内ルールにもとづき、**品質管理部門を中心に、法務や営業部門とも連携して表示をチェック**している。社内で商品企画する場合、環境を謳う商品タグなどでは決まった文面を使用することとしており、新たな文面は社内登録してからでないと表示できない（アパレル）
- ロゴに付随する説明文のチェックのために、販促物や包材の提出は求めている（地方公共団体）

■ グリーンウォッシュ防止策：

- 例えば、「環境に配慮している」等の主張をする場合に、GHGを削減しているという根拠だけでは全てを包含できていない。今後は根拠が明示できる環境主張表現を用いることとし、曖昧な表現を禁止する方向性も議論している。また、リサイクル材料を用いた製品やバイオマス由来材料を用いた製品に対しては、それらの**定義や当社内認定フローを明確にするべく**、ISO14021や環境表示ガイドラインを参考に規定した文書を持っている（繊維）
- 当社のタイプⅡ環境ラベルは、**マークと共に必ず説明文を付け**、根拠を備えるルールとなっている。ISO14021準拠を前提に社内規程を整備し、環境ラベル等データベースにも掲載した。2008年の古紙偽装問題では当社は関係しなかったが、それを機に慎重に対応してきている。欧州でのグリーンウォッシュ規制強化の方向性を鑑みて、欧州市場では同ラベルを使用しない判断をした。**欧州向けと国内向けで包材等を共有する製品では、今後、環境表示を控える可能性**はある（文具）

2. 環境表示に関する取組や要望について

■ 環境表示ガイドラインへの要望:

- 社内では、国内の環境主張は欧州ほど厳しくする必要はないという意見がある一方、欧州規制よりも緩やかなガイドとすると判りにくくなるという声もある。国内に適用するガイドと、グローバル企業が更に配慮すべきガイドを分けてはどうか。**今後予定されている海外規制の情報、グリーンウォッシュにならない主張の事例、海外企業のグリーンウォッシュ対応事例、訴訟事例なども参考となる**（繊維）
- 第三者基準への適合の自己宣言（グリーン購入法適合）と、自己基準による自己宣言とで、環境ラベルとしての分類・扱いや、環境表示ガイドライン／信頼性確保ガイドラインのどちらが適用されるのかがわかりにくい（文具）
- グリーンウォッシュ対策として第三者認証だけ認めるなどの厳し過ぎる規制は、企業の新しい取組や情報発信を委縮させてしまう可能性があるので、**環境対応の意欲を削がないようにバランスを考慮することが望まれる**（文具）
- 環境表示として何が曖昧になるのかを分かり易くしてもらえるとよい。**環境表示は足かせでなく、環境負荷の低い商品を消費者が選択し、小売がサプライヤーに伝え好循環を生んでいくことが本旨**であると考えてるので、使い易いものであるべき（EC小売）
- **誇大・虚偽表示にならないチェックポイントが明示されるとよい**。世の中には目に余る環境主張も散見されるので、使ってはいけない文言を示すことも抑制につながるのではないかと。業界ごとの基準やガイドラインもあるとよい（アパレル）
- 認証の取得については、取得するか選択肢があることが大事。**認証取得は費用もかかり、認証を取得していなくても良い取組を行っている事業者もあるので、まずはガイドラインに則った自主行動を促すガイドラインとするべき**（アパレル）

2. 環境表示に関する取組や要望について

■ 政府への要望：

- 大企業はもとより、**中小企業の海外ラベル取得はさらに困難**。欧州で認証を取り直さなければならないといったことのないう、エコマークでの相互認証を欧州に認めさせることをはじめ、**日本の認証がグローバルで通用するように認証機関を育ててほしい**。日本の認証が受け入れられる地域の情報があると助かる（繊維）
- 日本エコマーク、グリーン購入法適合が海外でも同等に扱われ、安心してエコ商品と謳えるようになることが望まれる。**法規制やガイドラインの解釈は難しいので、内容をかみ砕いた説明会の開催を望む**（文具）
- グリーン購入法適合のマークができると、当社だけでなく消費者にも分かり易くなるので検討いただきたい（EC小売）
- 日本のガイドラインに準拠していれば、欧州でも適合するといった互換性があるとよい。欧州が決める規制に左右されるのではなく、グローバルに通用する日本のイニシアティブに期待（アパレル）
- **欧州の規制は内容が頻繁に変わるため、政府による最新かつ確実な情報提供をお願いしたい**。リサイクル製品認定の事業者に新しい情報を出していく必要があるため、県としても情報発信したい（地方公共団体）

3. その他

■ 環境表示の購買行動への影響：

- 消費者が分かり易いかつ企業の負担を抑えた、**エコスコアのような統一指標の開発**が望まれる（繊維）
- 日用品等を取り扱う県産リサイクル製品認定制度は、マスコットキャラクターが目を引くため、手に取って購入する県民が一定程度いる（地方公共団体）

■ 環境ラベルの活用：

- 当社はBtoBがメインのため、原則として**自ら取得するというより、お客様要望を踏まえて取得することが多く**、エコマークやテキスタイルエクスチェンジ等々を取得している（繊維）
- 欧州ではエコラベルに文具カテゴリーがあまりない認識。日本エコマークが再生材使用などの根拠として、欧州市場でも通用するようになるとありがたい（文具）
- ISO14021の改定による、（旧）タイプⅡラベルに第三者認証でないことを併記するという新たな要求事項は、信用できないラベルであるかのような印象を需要者に与えるものであり、マークを付ける意味がなくなってしまう（文具）
- 当社ではエコマークを活用しているが、**様々なマークが乱立しているため、統一的なものができると分かり易くなる**（EC小売）
- 当社独自のラベルを推進している。消費者へのアピールだけでなく、社内やショップ販売員への啓蒙もラベルの目的の一つである（アパレル）

