

第 1 回検討会における指摘事項と対応

項目	指摘事項	対応
表示ガイドの位置づけ・内容	企業の取組姿勢を消費者に示すことができるもの（さらには、示すことを促進できるもの）にすべき。（西尾委員）	御意見を踏まえ、冒頭に「CFP の算定は、製品のライフサイクル全体での GHG 排出削減を進めるための基盤となるものであり、算定した CFP を表示すること自体が、製品の GHG 排出削減に向けた企業姿勢を示すものとして積極的に評価すべきものである」と明記した。
	CFP の表示に関する企業間・業界のルールがある場合は、それに従うことを推奨するとあるが、企業間・業界のルールでバラバラの表示になってよいのか。（NACS）	企業間・業界のルールは、この本ガイドを踏まえたうえで、より具体的になることが想定される。御意見を踏まえ、「CFP の表示に関する企業間・業界のルールがある場合は、それにも従うことを推奨する」と修正した。
	国内向け製品は基準の緩和があってもよいのでは。（日商）	本ガイドは国内向け商品を対象としており、御指摘の通り、実務とのバランスを考慮して作成している。
	ISO14021 や環境表示ガイドラインにも沿った表示がされることが理想。（NACS）	御意見を踏まえ、「今後の国際標準の動向や、CFP の表示の普及状況も踏まえ、必要に応じ見直しを行う。」と追記した。
2. CFP とともに示す情報	Web サイト等、他の媒体に消費者にわかりやすい形（アクセスの容易性・迅速性が担保される形）での表示は許容すべき。（佐藤委員、経団連）	御意見を踏まえ、Web サイト等での表示も許容する方向とさせていただいた。 また、顧客窓口での対応の場合も、その窓口についてわかりやすく示していただく方針とする。
	中小企業等のためには、コストの少ない表示方法についても検討すべき。（経団連、日商）	
	Web サイトがないところは、顧客窓口での対応でよいのではないか。（NACS）	
4. CFP の表示等における基本的な考え方	誤ったデータ、偽情報が載る等の表示のグリーンウォッシュは排除しないといけない。（森原委員）	御意見を踏まえ、情報を正確に記載する考え方について、「事実と異なる情報やデータを記載しない」と追記した。
	CFP 表示は消費者に分かりやすく、誤解を与えないものであることが重要。（日商）	御指摘の通り、表示は消費者に分かりやすく、誤解を与えないものであることが重要。消費者のアクセスの容易性・迅速性が確保される形での表示を推奨するとともに、「誤解を招かない」「情報を正確に記載する」「対象を明確にする」「表示を更新する」という基本的な考え方を推奨する。
（参考）フットプリントの大きさの表現例	グラフで途中を割愛することは好ましくない等の表示例について、「分かりやすく」という意味において、本当に好ましくないのか否かの配慮が必要。（日商）	御意見を踏まえ、「実際の表示に当たっては、基本的な考え方を参照しつつ、各社が個別に判断することが望ましい。」と追記した。
5. 検証	「第三者検証が可能である」とすることで、消費者の信頼の確保を念頭に置いている表示だとわかればよい。（佐藤委員）	御指摘の通り、検証を行おうとする際に、検証実施者（第三者検証機関、内部検証者等）によるデータへのアクセスを可能にすることで、消費者の信頼の確保を念頭に置いた表示であることが分かるようにする。
6. 算定報告書	算定報告書は CFP ガイドラインで求める報告事項のすべてを対象にしない点が重要。（経団連）	御指摘の通り、算定報告書は CFP ガイドラインで求める報告事項のすべてを必須とはせず、CFP 実践ガイドで掲載している項目を最低限の報告対象として想定している。
7. 比較	比較に当たっては消費者に誤解がないよう同一の製品/製品カテゴリ間に限るべき。（経団連）	御指摘を踏まえ、「CFP の値の比較は、自社製品や業界の同一製品カテゴリ内のベースライン等との比較に限り、その結果を示してもよい」と修正した。