

環境表示ガイドライン

【平成 25 年 3 月版】

環 境 省

目 次

第1章 本ガイドラインの目的	1
1-1 策定の経緯	1
1-2 策定の目的	2
第2章 本ガイドラインの対象・適用範囲	4
2-1 対象	4
2-2 適用範囲	6
第3章 環境表示に係る要求事項	8
3-1 環境表示に係る国際規格	9
3-2 自己宣言による環境表示の要求事項	10
(1) タイプⅡ規格の構成	10
(2) タイプⅡ規格の要求事項	12
(3) タイプⅡ規格の特定の要求事項	20
(4) 企業姿勢、イメージ広告、銘柄名等に対する要求事項	25
(5) 第三者機関等が運営するマーク等を事業者等が自己宣言により使用する 場合の要求事項	26
3-3 国際規格（タイプⅡ規格）の要求事項に係るチェックリスト	26
(1) タイプⅡ規格の一般事項に係るチェックリスト	26
(2) タイプⅡ規格の環境主張をする際のシンボルの使用及びその他の情報 又は主張に係るチェックリスト	28
(3) タイプⅡ規格の評価及び検証に係るチェックリスト	28
参考情報	31

第1章 本ガイドラインの目的

地球温暖化の進行や廃棄物問題、生物多様性の危機、資源の枯渇など、今日の環境問題は、その原因が大量生産、大量流通、大量消費、大量廃棄を前提とした生産と消費の構造に根ざしていることから、その解決には、経済社会のあり方そのものを環境負荷が少なく、経済社会システムに環境配慮が織り込まれたものに変革していくことが不可欠であり、あらゆる主体・あらゆる分野において環境負荷の低減に努めていくことが必要です。

こうした中、我々の生活や経済活動を支える物品及び役務に伴う環境負荷を低減していくことが急務となっており、環境配慮型の製品やサービス（以下「環境配慮型製品等」という。）への需要の転換を促進していかなければなりません。この環境配慮型製品等への需要の転換を進めるために有効な取組がグリーン購入です。グリーン購入は、これらの環境配慮型製品等の市場の形成、開発の促進に寄与し、それが更なる環境配慮型製品等の購入を促進するという、継続的改善を伴った波及効果を市場にもたらすものです。グリーン購入を推進するためには、信頼性の確保を前提に、事業者等から消費者に対する積極的な環境情報の提供が必要となります。

本ガイドラインは、市場において環境配慮型製品等の供給や環境配慮への取組を進める事業者等が評価・選択されることを促し、グリーン購入をはじめとした経済社会の変革を図るために不可欠である、主に事業者等から消費者に向けて発信される様々な環境情報について検討し、事業者及び消費者双方にとって有益な環境情報の提供の促進に向けて、事業者等が取り組むべき内容を取りまとめたものです。

1-1 策定の経緯

平成12年5月に制定された「国等による環境物品等の調達等の推進等に関する法律」（以下「グリーン購入法」という。）の第12条において「物品の製造、輸入若しくは販売又は役務の提供の事業を行う者は、当該物品の購入者等に対し、当該物品等に係る環境への負荷の把握のため必要な情報を適切な方法により提供するように努めるものとする」ことが、同法13条において「他の事業者が製造し、輸入し若しくは販売する物品若しくは提供する役務について環境への負荷の低減に資するものである旨の認定を行い、又はこれらの物品若しくは役務に係る環境への負荷についての情報を表示すること等により環境物品等に関する情報の提供を行う者は、科学的知見を踏まえ、及び国際的取決めとの整合性に留意しつつ、環境物品等への需要の転換に資するための有効かつ適切な情報の提供に努めるものとする」ことが、それぞれ規定されています。また、同法14条では「国は、環境物品等への需要の転換に資するため、前二条に規定する者が行う情報の提供に関する状況について

整理及び分析を行い、その結果を提供するものとする」と、国による環境情報の整理等について規定されています。

さらに、同法の附則第2項では「提供すべき環境物品等に関する情報の内容及び提供の方法、環境物品等に関する情報の提供を行う者の自主性を尊重しつつ適切な情報の提供を確保するための方策その他環境物品等に関する情報の提供体制の在り方について検討」することとされています。また、循環型社会形成推進基本法に基づいて策定された第一次循環型社会形成推進基本計画においては、「グリーン製品・サービスに関する情報の内容及び提供の方法、適切な情報の提供を確保するための方策等情報提供体制の在り方について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講じること」と規定しています。

他方、「消費者基本法」に基づき策定された「消費者基本計画」（平成17年4月策定。平成24年7月改定）では、「環境ラベルなど事業者等の自己宣言による環境情報の提供に関して、その方法や内容等の望ましいあり方について継続的に検討する」とされており、消費者が環境配慮型製品等の選択を容易にすることができる環境情報の提供方法及びその内容に関する検討が求められています。

こうした状況を受け、環境省では、事業者、消費者の双方にとって望ましい環境表示のあり方について、有識者・業界関係者、関係省庁で構成する「環境表示ガイドライン作成検討委員会」を設置し、国際的な動向、環境表示に関する様々な課題等を整理するとともに、検討を行い、平成20年1月に「環境表示ガイドライン」を策定しました。さらに、平成21年11月には事例等の拡充を図り、改訂を行いました。

なお、本ガイドラインは、環境省ウェブサイトへの掲載、業界団体、消費者団体等を通じた普及、利用促進等を図るとともに、様々な利害関係者（ステークホルダー）からの意見等を集約することにより、継続的な改善を図っていくものとします。

1-2 策定の目的

本ガイドラインは、環境表示を行う事業者及び事業者団体を主たる対象とし、併せて製品等に関して認証を行う第三者機関等にも参考となるよう、グリーン購入を促進させる上で必要となる情報提供のあり方等について整理し、とりまとめたものです。具体的には、

- ① 環境表示が消費者にとって理解されやすく共感できる有益な情報として機能すること
- ② 各事業者及び団体が適切な環境情報を提供するための体制を構築し、様々な利害関係者（ステークホルダー）との環境情報に関する相互理解を深めていくこと

を目的としています。

平成24年4月に閣議決定された第四次環境基本計画においては、経済・社会のグリーン化を推進するための国の重点的取組事項として、国際市場を視野に入れた取組が掲げられ

ており、その中で、「我が国の強みである環境対策技術・製品の国内外への普及を進めることは、世界全体での環境保全と、我が国の成長・雇用創出の両面に寄与する」ものとされています。本ガイドラインは、各事業者及び団体等の自主性を尊重することを原則としていますが、環境対策技術・製品の国内外への普及を進めるためには、環境表示に関しても、必然的に国際規格に準拠することが求められることになります。

さらに、環境基本計画において国が実施する具体的な環境表示に関する取組として、「環境ラベリングについて、相互認証の拡大、基準の調和など、各国の環境ラベリングが共に活用される枠組みの作成を進めること」とされており、環境表示においても、国内のみならず、世界全体のグリーン化に貢献することが求められるとともに、さらなる強化・充実を図ることが必要となっています。本ガイドラインに示された適切な環境表示を推進することが、国際的な取組の進展にも寄与できるものと考えられます。

本ガイドラインは、主に事業者及び事業者団体が消費者に向けて環境情報を提供する場合の望ましいあり方について、環境表示に関する国際規格（ISO/JIS Q 14020 シリーズ）への準拠を基本的な考え方として示しています。しかしながら、現段階においては、こうした国際規格に準拠した適切な環境表示となっていない場合も多く見られます。このため、必ずしも十分とはいえない環境表示を行っている事業者等にあつては、本ガイドラインを参考として、正確かつ信頼性を担保した適切な環境表示を目指し、着実な質の向上を図る取組が求められます。

本ガイドラインの活用及び普及により、環境表示を通じた事業者と消費者のコミュニケーションが進み、環境配慮型製品等への需要転換が促進され、循環型社会の形成につながることが期待されます。

第2章 本ガイドラインの対象・適用範囲

2-1 対象

本ガイドラインは、主に自己宣言により環境表示を行う事業者及び事業者団体（以下「事業者等」という。）を対象としており、詳細は次のとおりです。

本ガイドラインの対象となる「事業者等」とは、製造事業者、輸入事業者、販売事業者及びその事業者団体となります。

「事業者団体」とは、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下「独占禁止法」という。）第2条第2項に規定される「事業者団体」であって、構成事業者等の関係者に対して統一の環境表示を設定している又は認証を実施している団体を指すこととします。事業者団体は、表示により直接利益を受ける事業者が参加する組織であり、独立した第三者¹とはいえないことから、事業者等に含めるものとします。

「事業者団体」

「事業者団体」とは、事業者としての共通の利益を増進することを主たる目的とする二以上の事業者の結合体又はその連合体をいい、次に掲げる形態のものを含む（法第二条第二項）。

- ①二以上の事業者が社員（社員に準ずるものを含む。）である社団法人その他の社団
- ②二以上の事業者が理事又は管理人の任免、業務の執行又はその存立を支配している財団法人その他の財団
- ③二以上の事業者を組合員とする組合又は契約による二以上の事業者の結合体
具体的には、〇〇工業会、〇〇協会、〇〇協議会、〇〇組合といった団体や〇〇連合会といったこれら団体の連合体が事業者団体に当たる。

ここで「事業者としての共通の利益」とは、構成事業者の経済活動上の利益に直接又は間接に寄与するものをいい、事業者個々の具体的利益であるか、業界一般の利益であるかは問わない。この点から、二以上の事業者の結合体であっても、事業者としての共通の利益の増進を目的に含まない学術団体、社会事業団体、宗教団体等は事業者団体に当たらない。

（「事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」平成7年10月。平成22年1月改正）

他方、行政機関や公益法人、NPO等の第三者機関等が運営する環境表示には、エコマークに代表されるタイプI環境ラベル、公的機関により運営される省エネラベリングや国際エネルギースタープログラムといった制度があります。また、森林認証制度の一つである

¹ ISOでは、「第三者（third party）」を「審議されている問題点に関連する当事者から独立していると認められる個人又は団体」（ISO/IECガイド2：1996）と定義しています。

FSC や、水産物についての MSC 認証制度といった非営利団体により運営されるものもあります。これらの機関等が製品等の環境側面に関する認証を行う場合には、所定の申請・審査・認証等の手続を経た事業者等に対して環境ラベル等の使用が許可されます。認証を行う環境ラベル等の制度は、それぞれ環境影響に基づく表示基準を有しており、事業者等が製品やサービスにこれらの環境ラベル等の表示を行う場合は、当該基準を満たすことが要件となるため、その認証システム等を運営する第三者機関等は、当該認証システム等の規定等及び本ガイドラインを参考として事業者等が行う環境表示について、適切な指導を実施することが望まれます。また、認証を行うこれらの機関等には、ISO/JIS Q 14020（一般原則）、ISO/JIS Q 14024（タイプ I 環境ラベル表示）、ISO/JIS Q 14021（自己宣言による環境主張）及び ISO/JIS Q 14025（タイプ III 環境宣言）の該当する規格を参考とした環境ラベル等の制度運用が望まれます。

認証ではなく、第三者機関等が設定する基準や使用条件等を満たしている場合に、事業者等が自らの判断で環境ラベル等を使用する場合は、本ガイドラインの対象となります（再生紙使用（R）マーク²等）。

●●● 参考 ●●●

第三者機関による環境ラベルの例

▶ 「エコマーク」

我が国では、財団法人日本環境協会が 1989 年より開始した「エコマーク制度」が国内最初の環境ラベルであり、ISO が定めるタイプ I 規格に準拠した環境ラベルとして国内唯一の制度となります。エコマーク制度は、製品のライフサイクル（原料採取、製造、流通、使用、リサイクル・廃棄）全体を通して環境への負荷が少なく、環境保全に役立つことが同協会によって認定された製品にのみエコマークを表示できる制度であり、商品の類型（ジャンル）毎に認定基準が策定されています。

（財団法人日本環境協会「エコマーク事務局」<http://www.ecomark.jp/>）



図 2-2
エコマーク

▶ 「エコリーフ環境ラベル」

エコリーフ環境ラベルは、2002 年に社団法人産業環境管理協会が運用を開始した環境ラベルであり、ISO で定められるタイプ III 規格に準拠した環境宣言です。エコリーフ環境ラベルは、製品やサービスの資源採取から製造、流通、使用、廃棄・リサイクルまでのすべてライフサイクルにわたる環境負荷を LCA の手法によって定量的に算出し、情報を開示する制度です。なお、開示されるデータの評価は、読み手又は購買者に委ねられています。

（社団法人産業環境管理協会「エコリーフ環境ラベル」<http://www.ecoleaf-jiemai.jp/>）



図 2-3
エコリーフ

² 3R 活動推進フォーラム「再生紙使用（R）マーク」：<http://3r-forum.jp/paper.html>

2-2 適用範囲

製品やサービスがどのような点で環境に配慮されているのかを適切な情報提供によって消費者に伝える必要がありますが、とりわけ、製品やサービスへの「表示」によって環境配慮に係る情報を伝達することが有効な手段といえます。

一般に「表示」とは、事業者等が製品やサービスを購入してもらうために、その内容や取引条件等について、消費者に知らせる広告や表示全般を指します。公正な競争及び一般消費者の利益の確保を目的として定められた「不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）」を所管していた公正取引委員会³では、次のとおり定義しています。

公正取引委員会が景品表示法第2条第2項で規定する表示

景品表示法第2条第2項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であって、次に掲げるものをいう。

- 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーンその他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

「不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件」昭和37年公正取引委員会告示第3号

ただし、景品表示法では、「自己の供給する商品又は役務の取引」が対象であり、①自己が供給を受ける商品又は役務（買入れや人材募集など）、②商品又は役務に関係のない広告（株主に発するもの、商品又は役務とは関係がない企業としての広告）は対象とはなっていません。

また、「環境表示」とは、製品の原料採取から製造、流通、使用、リサイクル・廃棄の段階において、環境に配慮した点や環境負荷低減効果等の特徴を説明したものをいい、説明文やシンボルマーク、図表などを用いて行われています。環境表示には「環境ラベル」及び「宣言」が含まれ、説明文、シンボル及び図表を通じた製品又はサービスの環境主張は

³ 平成21年9月より景品表示法は消費者庁へ移管されました。

すべて該当します。こうした環境表示は、製品や包装、カタログや店頭広告・店頭表示、ウェブサイト、テレビや新聞等の広告媒体などに見ることができます。なお、我が国では、環境側面に関する表示を総称して「環境表示」と表現することから、後述する国際規格である ISO/JIS において示される「環境主張」は環境表示に含まれます。

本ガイドラインでは、上記の環境表示を主たる適用範囲として想定しています。事業者等が、環境配慮型製品等のライフサイクルの各段階における法令や自主規制等への適合、環境特性や属性の改善程度、環境負荷低減に関する定量的効果等を表示する場合は、すべて本ガイドラインの適用範囲となります。

さらに、事業者等の環境配慮への姿勢やイメージを示す表示が消費者に対する大きなインパクトになりうると考えられることから、本ガイドラインにおける環境表示には、前述の「表示」に加え、商品又は役務の取引に直接的な関係のない表示も含めることとします。すなわち、事業活動及び製品やサービスのプロモーション又はマーケティング活動等を通じて消費者に情報発信する環境表示も、すべて本ガイドラインの適用範囲に含まれます。

「表示」とは

景品表示法が規定する「事業者が製品やサービスを購入してもらうために、その内容や取引条件等について、消費者に知らせる広告や表示全般」

「環境表示」とは

説明文やシンボルマーク、図表などを通じた製品又はサービスの環境主張「環境ラベル」及び「宣言」が含まれる

「環境表示ガイドライン」の適用範囲は

景品表示法の対象となる環境表示に加え、商品又は役務の取引に直接的な関係のない環境表示（事業活動、イメージ広告、企業姿勢等）も適用範囲に含む

なお、グリーン購入法に係る判断の基準への適合の確認のための原則、手順等については、特定調達物品等の表示の信頼性確保に関して、製造事業者等に求められる取組、関係者の対応をとりまとめた「特定調達物品等の表示の信頼性確保に関するガイドライン⁴」（参考情報参照）が策定されているので、これを参考に適合性評価及び表示を行う必要があります。

⁴ <http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/trust/guideline/index.html>

第3章 環境表示に係る要求事項

環境表示は、製品やサービスが環境に配慮していることを示す環境ラベル等を用いた情報提供であり、いかなる情報も事業者等から提供されない限り、消費者は知ることができません。このため、事業者等は、製品やサービスの環境性能について確かな信頼性を確保した上で積極的に提供することが求められます⁵。

本ガイドラインは、事業者等の自主性を尊重しつつ、環境表示を行うに当たって準拠すべき内容を提示することで、事業者及び消費者双方にとって有益な情報提供体制が構築されることを目指しています。

適切な環境表示の条件として、次に示す項目を満たすことが必要です。

- 根拠に基づく正確な情報であること
- 消費者に誤解を与えないものであること
- 環境表示の内容について検証できること
- あいまい又は抽象的でないこと

また、適切な環境表示によってもたらされる効果として、次のことがあげられます。

- 虚偽や誇張といった不当な環境表示が防止できること
- 環境表示の信頼性や透明性の確保ができること
- 環境表示が消費者に積極的に活用されること
- 環境配慮型製品の開発を促進すること
- 積極的なグリーン購入を促進すること

●●● 参考 ●●●

公正取引委員会及び（公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会が提示する望ましい環境表示のあり方【詳細については参考情報参照】

①公正取引委員会

公正取引委員会は、平成13年に「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態報告書」を公表し、その中で環境保全に配慮していることを示す広告表示について5つの留意事項を提示しています。

②（公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

（公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会は「グリーン・コンシューマーが望む環境ラベル9原則」をまとめています。

（公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS） 環境委員会編集・執筆 「グリーンコンシューマーシリーズ3 環境ラベルと環境報告書のワークショップをはじめよう 環境に配慮している商品や企業を選ぶために」）

⁵ 「環境情報の提供の促進等による特定事業者等の環境に配慮した事業活動の促進に関する法律（環境配慮促進法）」の第12条において、事業者が製品やサービスに係る環境への負荷の低減に関する情報の提供に努めることが規定されています。

3-1 環境表示に係る国際規格

国際標準化機構（ISO）⁶は、市場主導の継続的な環境改善の可能性を喚起することを目的に、環境表示に関する国際規格として「環境ラベル及び宣言（Environmental labels and declarations）」シリーズを発行しています。「環境ラベル及び宣言」には3つのタイプがあり、それぞれの定義や要求事項が定められています。また、これらには共通する一般原則も定められています。なお、これらの規格はすべてJIS規格として制定されています。

表3-1 国際標準化機構（ISO）によって規格化されている「環境ラベル及び宣言」

ISOにおける該当規格 (採択年) 及び名称		特徴	内容
	ISO14020:1998 環境ラベル及び宣言 — 一般原則	指導原則	<ul style="list-style-type: none"> ISO14020 番台の他の規格（タイプ I、II、III）とともに使用することを要求 認証・登録のためには使用できない 備考：ISO14020:1998 を JIS Q 14020 として 1999 年に制定。ISO14020:1998 は 2000 年に軽微な改訂。
タイプ I	ISO14024:1999 環境ラベル及び宣言 — タイプ I 環境ラベル表示 — 原則及び手続き	第三者認証による環境ラベル	<ul style="list-style-type: none"> 第三者実施機関によって運営 製品分類と判定基準を実施機関が決める 事業者の申請に応じて審査して、マークの使用を認可 備考：日本では JIS Q 14024 として 2000 年に制定。
タイプ II	ISO14021:1999 環境ラベル及び宣言 — 自己宣言による環境主張 — (タイプ II 環境ラベル表示)	事業者等の自己宣言による環境主張	<ul style="list-style-type: none"> 自社基準への適合性を評価し、製品の環境改善を市場に対して主張する 製品やサービスの宣伝広告にも適用される 第三者による判断は入らない 製造業者、輸入業者、流通業者、小売業者、その他環境主張から利益を得るすべての人が行える 備考：日本では JIS Q 14021 として 2000 年に制定。ISO14021 は、2011 年 12 月に追補採択 (ISO 14021:1999/Amd.1:2011)
タイプ III	ISO14025:2006 環境ラベル及び宣言 — タイプ III 環境宣言 — 原則及び手順	製品のライフサイクルにおける環境負荷の定量的データの表示	<ul style="list-style-type: none"> 合格・不合格の判断はしない 定量的データのみ表示 判断は購買者に任される 備考：日本では JIS Q 14025 として 2008 年に制定。

ISO/JIS Q 14021（以下「タイプ II 規格」という。）は、事業者等が製品やサービスの環境側面に関する情報を、自らの責任において宣言する場合の国際規格であり、現在、市場に

⁶ 国際標準化機構とは、製品やサービスの国際交流を容易にし、知的、科学的、技術的及び経済的活動分野における国際間の協力を助長するために世界的な標準化及びその関連活動の発展促進を目指す民間の非営利団体です。http://www.iso.org/iso/en/ISOOnline.frontpage

はタイプⅡ規格に準拠した環境表示が存在しています。

タイプⅡ環境ラベル表示は、第三者による認証を受ける必要がありません。主張内容はすべて事業者等の判断に委ねられているため、環境情報の信頼性及び透明性の確保等が重要となります。しかし、現実には市場に出回る製品やサービスの中には、タイプⅡ規格に準拠しない環境表示も数多く見受けられます。これは規格自体の存在が知られていない、あるいは、規格に準拠することが望ましいものの、必ずしも従う義務はないものと認識されている場合もあり、このことも積極的に取り組まれない一因となっているものと考えられます。

環境表示は、環境配慮型製品等の購入を希望する消費者に対し、直接的な判断材料を示すものであるため、その意義と責任は大きく、少なくとも共通のルールを共有していることが重要です。また、今後、我が国の環境対策技術・製品を国内外へ広く普及し、世界全体の環境負荷低減に寄与するためには、環境表示に関しても、必然的に国際規格に準拠することが重要となります。したがって、自己宣言による環境表示を行うすべての事業者等は、国際規格である ISO/JIS Q 14020（一般原則）及び ISO/JIS Q 14021（自己宣言による環境主張）に準拠した表示を行うことが望まれます。

なお、我が国における環境ラベル及び宣言のうち、タイプⅠ環境ラベル表示（ISO/JIS14025）及びタイプⅢ環境宣言（ISO/JIS Q 14025）については、第三者機関がそれぞれの国際規格に基づく認証プログラムにより運営していることから、本ガイドラインにおいては、主に自己宣言による環境表示（ISO/JIS Q 14021）について、その要求事項の説明を行うこととします。

3-2 自己宣言による環境表示の要求事項

本ガイドラインでは、原則として自己宣言による環境表示は、国際規格であるタイプⅡ規格に準拠することを求めています。

現段階においてタイプⅡ規格に準拠していない環境表示を行っている事業者等は、可能な限り早期に、本ガイドラインを参考として、タイプⅡ規格の要求事項を満たした環境表示となるよう、着実な取組を進めることが求められます。

以下では、JIS Q 14021 の内容を引用しながら、環境表示を行う場合の必要条件について説明します。なお、詳細については、必ず JIS Q 14021 を確認するようにしてください。

（1）タイプⅡ規格の構成

タイプⅡ規格は、下記の構成となっています。

- 0 序文
- 1 適用範囲
- 2 引用規格
- 3 用語及び定義
- 4 自己宣言による環境主張の目的
- 5 一般事項
- 6 評価及び検証に関する要求事項
- 7 選定された主張に対する特定の要求事項

この規格の「0. 序文」には、自己宣言における環境主張においては、信頼性の確保が不可欠であること、信頼性できない欺瞞的な環境主張から起こり得る貿易障壁、不公正な競争などの市場への悪影響を避けるため、検証が適切に行われることが重要であり、環境主張を行う場合に使用する評価方法は、明確で透明性があり、科学的に適切であり、文書化されていなければならないと記載されています。

また、「1. 適用範囲」においては、タイプⅡ規格の適用範囲について、次のとおり記載されています。

1. 適用範囲 この規格は、説明文⁷、シンボル及び図を含む自己宣言による製品⁸の環境主張に対する要件について規定する。この規格は、更に環境主張に共通して用いられる中から選択された用語について規定するとともに、その用語の使用上の限定条件を規定する。また、この規格は、自己宣言による環境主張に関する一般的な評価及び検証方法並びにこの規格において選択された主張に関し、特定の評価及び検証方法について規定する。

この規格は、法的に要求される環境情報、主張、ラベル、その他適用される法的要求事項を排除し、それらに優先するなど、いかなる変更も行うものではない。

さらに、「4. 自己宣言による環境主張の目的」においては、環境ラベル及び宣言が全体として目指すところについて、次のとおり記載されています。

なお、「自己宣言による環境主張」とは、製造業者、輸入業者、流通業者、小売業者、その他環境主張によって利益を得ることができるすべての人が行う、独立した第三者の認証を必要としない環境主張（JIS Q 14021 3.1.13）と定義されています。

⁷ 「説明文」とは、環境主張を、製品購入者、潜在購入者及び使用者が正しく理解できるようにするために、必要とされる又は提供された説明（JIS Q 14021 3.1.6）

⁸ 「製品」とは、すべての製品又はサービス（JIS Q 14021 3.1.11）

4. 自己宣言による環境主張の目的 環境ラベル及び宣言が全体として目指すところは、製品の環境側面に関して、検証可能で、正確で、誤解を招かない情報のコミュニケーションを通して、環境負荷の少ない製品の需要と供給とを促進し、それによって市場主導の継続的な環境改善の可能性を喚起することである。

この規格の目的は、自己宣言による環境主張の方法について、調和を図ることであり、次の便益が期待される。

- a) 誤解を与えない正確で検証可能な環境主張
- b) 市場力によって製造工程及び製品における環境の改善を促進する可能性の強化
- c) 正当性のない主張の防止又は最少化
- d) 市場混乱の削減
- e) 国際貿易の促進、並びに
- f) 製品購入者、潜在購入者及び使用者のためのより多くの情報に基づく選択の機会増大

(2) タイプII規格の要求事項

タイプII規格では、「5. 一般事項」に、当該規格が主張者の自己宣言によるいかなる環境主張にも適用されることを規定しています。また、特定の選定された主張（コンポスト化可能、分解可能、リサイクル可能など）である場合も、この要求事項が適用されます。

なお、「特定の用語を用いた主張を行う場合」及び「特定のシンボル（メビウスループ）」を使用する場合の要求事項については、(3)において後述します。

本ガイドラインでは、タイプII規格の要求事項について、自己宣言による環境主張を行う事業者等に対し、大きく下記の5つを基本項目として定めています。

- ① あいまいな表現や環境主張は行わないこと
- ② 環境主張の内容に説明文を付けること
- ③ 環境主張の検証に必要なデータ及び評価方法が提供可能であること
- ④ 製品又は工程における比較主張は LCA 評価、数値等により適切になされていること
- ⑤ 評価及び検証のための情報にアクセスが可能であること

以下に、各基本項目の内容について記載します。

① あいまいな表現や環境主張は行わないこと

タイプII規格（JIS Q 14021 5.3）では、『環境に安全』『環境にやさしい』『地球にやさしい』『無公害』『グリーン』『自然にやさしい』『オゾンにやさしい』などのあいまいな表現

によって、環境への配慮を大まかにほのめかす主張をしてはならない」とされています。このような漠然とした主張、あるいは美しい自然の映像やデザイン、シンボルマークなどを使用すると、消費者にあたかも環境に配慮したものであるかのような印象を与える可能性があります。したがって、あいまいな表現や環境主張は行わないことが求められます。

② 環境主張の内容に説明文を付けること

タイプⅡ規格（JIS Q 14021 5.6）では、「自己宣言による環境主張は、主張だけでは誤解を招くおそれがある場合、説明文を付けなければならない。（予測できるすべての状況において限定条件なしに有効である場合に限り、説明文なしに主張を行ってよい。）」としています。また、説明文の使用に当たっては、特定の要求事項（JIS Q 14021 5.7）のすべてに従うこととされています。

タイプⅡ規格（JIS Q 14021 5.7）の環境主張に係る説明文の要求事項は、次のとおりです。

5.7 特定の要求事項

- a) 正確で、誤解を与えないものでなければならない。
- b) 実証されていて、検証可能でなければならない。
- c) 該当する製品に妥当なものでなければならず、適切な状況又は条件下に限って用いられなければならない。
- d) 主張は、製品全体に対するものか、又は単に製品の部品若しくは包装にだけか、サービスの要素に対するものか、を明確に提示しなければならない。
- e) 主張する環境側面又は環境改善に関して具体的でなければならない。
- f) 一つの環境変化に対して幾つもの便益があるかのごとく、異なった用語を用いて繰り返し同じことを述べてはならない。
- g) 誤解を生じるおそれがあるとはならない。
- h) 最終製品に関して真実であるだけでなく、一つの環境影響を減少させる過程で、他の環境影響を増大させる可能性があることを認識できるように、製品のライフサイクルにおける、関連する側面のすべてを考慮したものでなければならない。
備考：これは必ずしもライフサイクルアセスメントを実施するものであるという意味ではない。
- i) 製品が、独立した第三者機関によって保証又は証明されていないにもかかわらず、そのことをほのめかすような表現をしてはならない。
- j) 明示的か暗示的にかかわらず、存在しない環境改善を示唆してはならない。また、主張に関連する製品の環境側面を誇張してはならない。
- k) 表現上は真実である主張であっても、関係する事実を省略することによって、購入者が誤解するか又は誤解しやすいものであれば、これを行ってはならない。

- l)** 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。
- m)** 環境主張及び説明文は、一緒に読まれるように明確に提示しなければならない。説明文は、適切な大きさで、かつ、環境主張に隣接していなければならない。
- n)** 環境面での優越又は改善を比較した主張がなされる場合は、具体的で、かつ、比較の根拠を明らかにしなければならない。特に、環境主張は、最近改善がどの程度行われたかの観点から妥当なものでなければならない。
- o)** もし、過去から存在し、以前には公表していなかった側面に基づくものであるならば、最近の製品又は工程の改善に基づき主張を行っていると、購入者、潜在購入者又は使用者を信じさせるような表現をしてはならない。
- p)** その分類の製品では決して含まれていることのない成分又は特性が存在しないことを根拠として、主張を行ってはならない。
- q)** 主張の正確さに変更をもたらすような技術、競合製品、その他の状況の変化を反映するように、必要に応じて再評価し、更新しなければならない。
- r)** 該当する環境影響が生じる地域に関係あるものでなければならない。
- 備考：製造工程に関連する主張は、その環境影響が製造工程の位置する地域で生じるものである限り、どこでも行うことができる。地域の大きさは環境影響の性質によって決定されるものである。

上記 a)~r)のうち、代表的な特定の要求事項に係る解説と事例を以下に示します⁹。

a) 正確で、誤解を与えないものでなければならない

製品の素材や原材料等に再生紙（古紙）や再生プラスチック等の再生資源材料を使用していることを主張する表示が数多く存在します。再生資源材料の使用割合について百分率（%）を用いて明確に示しているものもあれば、単に「〇〇を使用しています」と示すだけのものもあります。使用割合が明確に示されていない場合、消費者は、その割合が一部にかかるものなのか、あるいは 100%なのか判断できないため、誤解を与える可能性があります。したがって、環境に配慮した素材や原材料等を使用していることを主張する場合は、その使用割合について明確に示すとともに、百分率で示す際の分母が、商品全体量か、素材使用量のどちらにかかるのかを明確に示す必要があります。

b) 実証されていて、検証可能でなければならない

環境主張の内容が「実証されている」ことは、主張の信頼性を確保するうえで、もっとも重要な点です。しかし実際には、環境主張の内容について、十分な実証データないし根拠となる資料が用意されていないことがあります。主張の実証は、主張がおこなわ

⁹ 竹濱朝美（2001）「環境配慮製品の広告表示と ISO14021：『すべての自己宣言型環境主張に適用する要求事項について』」立命館産業社会論集を参考に作成

れる時点で、その内容を実証し得る合理的な根拠やデータ等が確保されてこそ、実証されたものといえます。また、環境主張の内容について「検証可能である」とは、後述する基本項目⑤の「評価及び検証のための情報にアクセスが可能であること」に示される要求事項を満たすことが必要となります。

c) 該当する製品に妥当なものでなければならず、適切な状況又は条件下に限って用いられなければならない

主張が適切な状況において使用されなければならないという点について、例えば、ダストブロワーについて「フロンを含まない」と表示することは、必ずしも適切ではないといえます。CFCは、現在ではすべての消費財について使用を禁止されていますが、そのことを知らない消費者にとって、これらの主張は、その製品があたかも特別な環境配慮を行っているかのような印象を与えるおそれがあるからです。法律で使用が禁止された物質を含んでいないことを主張する場合は、誤解を招かないために、消費者の法律知識を考慮して、使用が禁止されていることについても、併せて表示する必要があります。

d) 主張は、製品全体に対するものか、又は単に製品の部品若しくは包装にだけか、サービスの要素に対するものか、を明確に提示しなければならない

完成品と部品など、製品のいずれの部分に適用されるものかを限定している例として、「ご使用済みの〇〇プリンタ用インクカートリッジは、回収協力店のマークのある販売店もしくは〇〇サービスセンターにお持ちください。環境保護にご協力をお願いします」といった表示は、リサイクルの対象が、製品本体ではなく、カートリッジであることを限定しており、正確な表示であるといえます。商品の素材の一部が環境負荷低減効果を有していても、商品全体の環境負荷低減効果が不明である場合は不適切です。公正取引委員会では、「環境保全効果に関する広告表示の内容が、包装等の商品の一部に係るものなのか又は商品全体に係るものなのか、一般消費者に誤解されることなく、明確にわかるように表示することが必要である」と、定義しています。

h) 最終製品に関して真実であるだけでなく、一つの環境影響を減少させる過程で、他の環境影響を増大させる可能性があることを認識できるように、製品のライフサイクルにおける、関連する側面のすべてを考慮したものでなければならない。

備考：これは必ずしもライフサイクルアセスメントを実施するものであるという意味ではない。

最終製品のみ適用される環境主張ではなく、製品やサービスのライフサイクルを総合的かつ定量的に評価し、環境負荷の改善程度や優位性を判断した表示であることが必要です。この場合、一つの環境影響を減少させる過程で、他の環境影響を増大させる（トレードオフ¹⁰）可能性があるため、ライフサイクル全体でトレードオフのないことを確

¹⁰ ある側面ではAがBに比べて優れるが、別の側面ではBがAに優れる、というような関係のこと。例えば、比較対象と比べて大気汚染物質である窒素酸化物の排出量が小さいものの、地球温暖化の原因物質である二酸化炭素の排出量は大きいというような異なる環境負荷項目間のトレードオフ

認することが望ましく、特定のライフサイクルの段階で、環境負荷が低減できたことだけを誇張して主張することは不適切です。

i) 製品が、独立した第三者機関によって保証又は証明されていないにもかかわらず、そのことをほのめかすような表現をしてはならない

第三者機関による認定あるいは推奨を表示するマークとして、例えば日本環境協会が認定するエコマークは、地球をイメージした絵柄が示されていますが、事業者等の独自の環境ラベル等には、デザイン上、類似したものも存在します。消費者が、事業者等の独自ラベル等を第三者機関による認定・推奨の環境ラベル等と混同あるいは誤解しないようにするためには、事業者等の独自ラベル等に付随して、当該ラベル等の表示主体（事業者名、団体名）を付記することが望ましいといえます。

j) 明示的か暗示的にかかわらず、存在しない環境改善を示唆してはならない。また、主張に関連する製品の環境側面を誇張してはならない

存在しない環境改善を示唆する例として、シャンプーの容器ボトルに、「プラスチック廃棄物を削減し、より環境に貢献します」との表示と、ボトルを押しつぶして小さくすることが可能であることを表示する記号が付いている例がありますが、ライフサイクルを通じた環境影響から見て、容器を押しつぶすことによる環境効果は非常に小さいことから、環境効果の誇張に該当するといえます。

k) 表現上は真実である主張であっても、関係する事実を省略することによって、購入者が誤解するか又は誤解しやすいものであれば、これを行ってはならない

関連する事実の除外により誤解を招く表示としては、例えば、製品の一部分は環境負荷低減効果を有しているが、製品の他の部分が環境負荷をもっているような製品について、環境負荷低減効果を主張する際、他の部分がもたらす環境負荷を十分に説明していない場合に、問題となることが多くあります。例えば、特殊触媒をコーティングした自動車のラジエーターが有害オゾンが無害化するといった広告は、車両の排気ガスに伴うNOx等による大気汚染やCO₂の排出の影響を差し引いていない、車両全体としての効果を示しているものではないといった理由で、不適切であるといえます。

n) 環境面での優越又は改善を比較した主張がなされる場合は、具体的で、かつ、比較の根拠を明らかにしなければならない。特に、環境主張は、最近改善がどの程度行われたかの観点から妥当なものでなければならない

比較主張に関しては、自社製品との比較であるのか、他社製品との比較であるのか、あるいは業界平均との比較であるのかについて、明確であることが求められます。また、比較対象とする製品は、原則として同等クラスのものであること、また比較対象とする製品の品名、型名を明示していることが必要です。家電製品などで、非常に古い製造年次の製品と比較しているような場合にも、そのような古い年次の製品と比較することの合理的な理由があるのかどうか問題となります。

- p) その分類の製品では決して含まれていることのない成分又は特性が存在しないことを根拠として、主張を行ってはならない。

製品に本来含まれない物質について、「〇〇を含まない」と表示することは、本来無関係な問題について、メリットを主張しているものといえます。その製品が特別に優れた製品であるかのような印象を与える可能性があるため、不適切な表示であるといえます。

③ 環境主張の検証に必要なデータ及び評価方法が提供可能であること

タイプⅡ規格（JIS Q 14021 6）において、評価及び検証に関する要求事項が定められています。主張を作成する以前に主張内容が実証され、それを検証するための評価方法が準備されていること、評価は完全に文書化すること、及びその文書は情報公開の対象であることなどが規定されています。

6.1 では、「主張者は、自己宣言による環境主張の検証に必要なデータの評価及び提供に責任をもたなければならない」とされています。さらに、評価方法の信頼性に関して主張者に要求される事項は、次のとおりです。

6.2 評価方法の信頼性

6.2.1 下記の主張に先立って、主張を検証するために必要な信頼性があり再現可能な結果を得るため、評価手段を準備しなければならない。

6.2.2 評価は、完全に文書化しなければならない。その文書は、製品が市場で売られている期間及びその後製品の寿命を考慮した合理的な期間、6.5.2 に示されている情報公開の目的のため、主張者が保持しなければならない。

④ 製品又は工程における比較主張は LCA 評価、数値等により適切になされていること

比較主張を行う場合、「公表された規格又は承認されている試験方法を用い、現在又は最近同じ市場にあって、同一又は他の生産者が提供する類似の機能をもつ比較可能な製品に対してだけ比較する」とされています。また、比較に当たって用いる規格又は試験方法については、タイプⅡ規格（JIS Q 14021 6.4）において優先順位を定めています。

A 製品又は工程に係る評価

タイプⅡ規格（JIS Q 14021 6.3.1）では、比較主張を行う場合の要求事項として、次の項目を定めています。

6.3.1 比較主張は、次の一つ以上のものに対する評価でなければならない。

- a) 組織自身の以前の工程
- b) 組織自身の以前の製品
- c) 他の組織の工程
- d) 他の組織の製品

B LCA 評価による比較主張

タイプII規格（JIS Q 14021 6.3.2）では、製品のライフサイクルにおける環境側面に関する比較主張について、次のとおり定めています。

6.3.2 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、次のとおりでなければならない。

- a) 同じ測定単位を用いて数値化し、計算し、
- b) 同じ機能単位に基づき、
- c) 適切な期間にわたり、典型的には12ヶ月で、計算しなければならない。

【推奨事項¹¹】

国際規格に即したLCA評価

ライフサイクルアセスメント（LCA）の国際規格として、ISO/JIS Q 14040（原則及び枠組み）及びISO/JIS Q 14044（要求事項及び指針）が定められていることから、LCA評価による比較主張を実施する場合は、当該規格を参考とし、適切な評価を行うことが望ましいといえます。

C 数値等による比較主張

タイプII規格（JIS Q 14021 6.3.3）では、数値による比較主張等を行う場合の要求事項を次のとおり定めています。

¹¹ 本ガイドラインにおいては、項目によっては、タイプII規格の要求事項に加え、より望ましい環境表示への取組として「推奨事項」を設定している場合があります。

6.3.3 比較主張は、次によって行ってよい。

- a) 百分率による。この場合、百分率の絶対値の差で表すことが望ましい。
- b) (測定された) 絶対値による。この場合、絶対値は相対的な改善として表すことが望ましい。

6.3.4 相対値による主張と絶対値による主張とは、混乱を招く危険がある。絶対値による差の主張と相対値による差の主張とは、明確に区別することが望ましい。

6.3.5 製品に関する改善と包装に関する改善とは、別個に主張しなければならず、合計してはならない。

D 評価及び主張の検証方法の優先順位

タイプII規格 (JIS Q 14021 6.4) では、評価及び主張の検証方法の優先順位を次のとおり定めています。

6.4 評価及び主張の検証の方法の優先順位は、
国際規格

国際的に受入可能で承認された規格 (地域又は国内の規格を含む)

ピアレビューされた産業又は通商上の方法

の順とする。既存の方法がなく、主張者が方法を制定した場合は、6. に規定する他の要求事項を満足し、かつピアレビューが可能でなければならない。

⑤ 評価及び検証のための情報へのアクセスが可能であること

タイプII規格 (JIS Q 14021 6.5) では、情報へのアクセスについて次のとおり定めています。評価及び検証を行うためには、企業秘密情報を要せずに検証可能であり、主張の検証を求める人の要求に応じて、情報を公開することが規定されています。

6.5 情報へのアクセス

6.5.1 自己宣言による環境主張は、企業秘密情報を要せずに検証可能である場合だけ検証可能と見なされる。企業秘密情報によってだけ検証可能であるときは、主張を行ってはならない。

6.5.2 主張者は、環境主張を検証するために必要な情報を自発的に公開することができる。公開しない場合には、主張の検証を求める何人に対しても求めに応じ、(管理費に相当する) 合理的な費用、時間、場所で、主張を検証するために必要な情報を公開しなければならない。

6.5.3 6.2に基づいて文書化され保管されるよう要求される最小限の情報は、次のものを

含まなければならない。

- a) 使用した規格又は方法を特定するもの。
- b) 最終製品の試験では、主張の検証が不可能である場合は文書化された証拠。
- c) 主張の検証のために必要なときは、試験の結果。
- d) 独立した機関によって試験を行った場合は、その機関の名称と所在地。
- e) 主張が、5.7h)及び 5.7r)の要求事項に合致している証拠。
- f) 自己宣言による環境主張が、他の製品及び採用した前提条件との比較を含むときは、これら製品の試験に用いた方法の記述及びその結果。
備考：5.7に、比較主張のためのさらなる要求事項を規定する。
- g) 自己宣言による環境主張における主張者の評価が、製品が市場で売られている期間及びそれ以降製品の寿命を考慮した合理的な期間にわたり継続的に正確であることを保証する証拠。

【推奨事項】

環境表示に関する情報開示

環境表示を行っている事業者等の中には、ウェブサイト等において環境表示の根拠となるデータの公表や、タイプⅡ規格に準拠した環境表示を行っていることを示すとともに、その基準等を自主的に公開している例もみられます。

事業者等は、消費者をはじめとする多様な利害関係者（ステークホルダー）に対し、説明責任を果たすとともに、情報の信頼性及び透明性を確保しなければなりません。

また、環境コミュニケーションを充実させるためにも、具体的な自主基準の内容や根拠となるデータの開示を行い、詳細かつ一般消費者にもわかりやすく説明することが望ましいといえます。

（3）タイプⅡ規格の特定の要求事項

① シンボルの使用

事業者の環境配慮への姿勢を情報発信する目的や製品・サービスに対する自主基準をクリアしていることを示す等のためにシンボルマークを用いる場合について、タイプⅡ規格では、その使用方法について次のとおり規定しています。

この場合、シンボルマークが事業者等の環境配慮への姿勢を示すものなのか、また、事業者等が独自に設定した基準に適合した製品やサービスにのみ添付するものなのかを明確にする必要があります。

5.8 環境主張をする際のシンボルの使用

5.8.1 自己宣言による環境主張をする場合、シンボルを使用するか否かは任意である。

5.8.2 環境主張のために使用するシンボルは、単純で容易に複製でき、シンボルが適用される製品に適した位置に付けられ、適切な大きさであることが望ましい。

5.8.3 ある環境主張に使用できるシンボルは、他の環境主張のためのシンボルを含む他のシンボルと容易に区別できることが望ましい。

5.8.4 環境マネジメントシステムの実施を表明することに使用するシンボルは、製品の環境側面を示すシンボルであると誤解されるような方法で使用してはならない。

5.8.5 自然物は、主張する便益との間に直接的、かつ、検証可能なつながりがある場合に限り使用できる。

備考 競合製品は、同じ環境側面の表示に同じシンボルを使用することによって、様々な利点を得られる。新しいシンボルを制定する場合、主張者は他者と矛盾しない方法を取り、他者が同じ環境側面を表示するのに同じシンボルを使用することを妨げないことが望ましい。新しいシンボルを選択する場合には、第三者の知的所有権（例えば、登録意匠権）を侵害しないよう十分考慮するのが望ましい。

5.9 その他の情報又は主張

5.9.1 材料表示、処分に関する指示、有害性の警告などの情報を伝えるため、言葉、数字又はシンボルを、環境シンボルとともに用いてもよい。

5.9.2 環境主張ではない目的に用いる言葉、数字又はシンボルは、環境主張を行っていると誤解を与えるような方法で用いてはならない。

上記のうち、5.8.4 及び 5.8.5 について、以下に解説します。

5.8.4 環境マネジメントシステムの実施を表明することに使用するシンボルは、製品の環境側面を示すシンボルであると誤解されるような方法で使用してはならない

環境マネジメントシステムの実施など、事業者全体としての取組について、製品やサービスそのものに直接関係していない場合、シンボルマークが示す意味を明確に定義し、誤解されることのない方法で使用する必要があります。

5.8.5 自然物は、主張する便益との間に直接的、かつ、検証可能なつながりがある場合に限り使用できる

動植物等の自然物や地球をシンボルマークのように用いたデザインは、それが環境表示、とりわけ環境ラベルなのか否かの区別がつけにくく、消費者を混乱させる可能性が高いと考えられます。タイプ II 規格 (JIS Q 14021, 5.9.2) の規定内容を踏まえ、製品本体及び包装等に消費者に環境表示と混同させるような自然物を示すデザインは避ける必要があります。また、自然物のデザインを使った商標にあっては、それが環境表示かどうかの区別が消費者にとっては難しいと考えられます。既に、環境表示ではなく商標である旨の認知度が高く混同のおそれのないもの、自然物のデザインを使用する根拠を示し

ている場合は別として、「商標である」旨の表示をつけるなど、消費者が環境表示と誤認をしないような配慮が必要です。

【推奨事項】

第三者機関等が運営する認証システム等のシンボルマークを表示する場合、シンボルマークの近傍又は消費者が認識しやすい箇所に説明文（シンボルマークの意味、使用基準等）を表示すること、又は説明文がトレースできること



シンボルマークを使用する場合は、シンボルマークの近傍又は消費者が認識しやすい箇所¹²に説明文（シンボルマークの意味、使用基準等）を表示すること、又は説明文の内容をウェブサイト等で容易にトレースできることが望ましいといえます。

また、カタログやウェブサイト等の間接的な媒体においてシンボルマークを表示する場合は、一括して表示することができますが、その説明文は消費者が容易に確認できる適切な位置や内容で表示することが望ましいといえます。

さらに、自社のウェブサイト等に個別の製品やサービスに関する環境負荷低減効果を掲載する場合には、消費者に馴染みのない専門用語等についても適宜、注釈や説明を加えることにより、理解が得られるものと考えられます。

なお、ウェブサイトを紹介する場合は、URLを表示するほか、QRコードなどを使用し、携帯電話等からもアクセス容易なサイトを設置することなども、消費者への情報提供手段として有意義と考えられます。

(表示例)

 <p>この製品は、古紙パルプ配合率 100% の再生紙を使用しています。このマークは、3R 活動推進フォーラムが定めた表示方法に則って自主的に表示しています。</p>	 <p>このマークは、本製品が再生〇〇100%であることを××協会によって認証されたことを示すものです。</p> <p>※上記ラベル及び表示内容は架空のものです。</p>
---	---

¹² 例えば、シンボルマークを製品本体に表示し、説明文を製品包装に表示する等の方法も考えられます。

② 「メビウスループ」のシンボルマークの使用

3本の矢が三角形を形成し、循環のイメージを示した「メビウスループ」は、唯一、タイプⅡ規格で使用方法が規定され、ISOが国際的な商標権を所有するシンボルマークです。このマークは、製品又は包装について「リサイクル可能」及び「リサイクル材料含有率」の主張にのみ使用が認められています(5.10.2.4)。リサイクル材料含有率を主張する場合には、記号とともにその割合を表示する必要があります。

5.9.3 5.10 で規定する環境シンボルは、特定のブランド、企業又は企業の立場に関連付けるように変更を加えてはならない

5.10 特定のシンボル

5.10.1 一般事項 この規格で規定するシンボルは、それらが広く使用され、又は認識されていることに基づいて選定したものである。このことは、これらのシンボルが代表する環境主張が、他の主張に比べて優れていることを意味するものと受け止めてはならない。現時点では、メビウスループだけが取り入れられている。この規格で規定されていない他のシンボルは、適切な時期に導入されるであろう。

5.10.2 メビウスループ

5.10.2.1 メビウスループは、三角形を形成する互いに追いかける三つの曲がった矢の形のシンボルである。環境主張にこれを使用するいかなる場合でも、メビウスループのデザインは、ISO 7000の図記号番号1135の要求事項に合致していなければならない。さらに、シンボルを明りょう(瞭)で容易に区別可能とするため、十分なコントラストがあることが望ましい。メビウスループの適用及び使用方法に関する詳細な要求事項は、7.に規定する。

5.10.2.2 メビウスループは、製品又は包装に適用できる。それがどちらに適用されるかについて混乱を生じる可能性があるならば、シンボルには説明文を付けなければならない。

5.10.2.3 リサイクル可能又はリサイクル材料含有率の主張にシンボルを用いるときは、そのシンボルは7.7及び7.8の要求条件に従ったメビウスループでなければならない。

5.10.2.4 メビウスループは、7.7及び7.8に規定しているように、リサイクル可能及びリサイクル材料含有率の主張にだけ使用しなければならない。



図3-1 メビウスループの例

●●● 参考 ●●●

小形充電式電池のリサイクルマーク

2001年4月に施行された「資源有効利用促進法」により、小形充電式電池のニッケル水素電池(Ni-MH)、リチウムイオン電池(Li-ion)、小形シール鉛電池(Pb)について、回収及び再資源化が義務づけられ、既に識別表示が義務付けられていたニカド電池(Ni-Cd)同様にリサイクルマークの表示が義務付けられました。

マークには「メビウスループ」が用いられており、充電式電池本体や店頭に設置されているリサイクルボックスなど表示されています。



(一般社団法人電池工業会ウェブサイト <http://www.baj.or.jp/index.html>
 一般社団法人JBRCウェブサイト <http://www.jbrc.net/hp/contents/index.html>)

③ 特定の用語を用いた主張

ISO 14021:1999/Amd.1:2011「7. 選定された主張に対する特定の要求事項」では、一般的に広く環境表示に用いられている次の16の用語について、その解釈や使用する際の条件等を定義しています¹³。

主張に当たって、これらの用語を使用する場合は、JIS Q 14021 7の要求事項を満たす必要があります。

以下では、「2. 分解可能 (Degradable)」を例に説明します。

「分解可能」には、生分解性や光分解性などを含む、すべての種類の「分解」を主張する場合に適用されます。例えば、ある製品について、焼却などの廃棄物処理をしなくても、土の中などに埋め、一定の期間が経てば、微生物などによって自然に分解されることを示す主張があります。タイプII規格では、実際に特定の試験方法によって「分解」されることが実証されている場合でも、分解のプロセスを通じて環境に有害な濃度の物質が排出される場合は、この主張を行うことはできません。

¹³ ISO 14021:1999/Amd.1:2011「3.用語及び定義」では、新たに以下の用語について定義しています (JIS Q 14021 では未定義)。

1. バイオマス biomass
2. 温室効果ガス green house gas/GHG
3. オフセット offsetting
4. 持続可能な開発 sustainable development

1. コンポスト（堆肥）化可能（Compostable）
2. 分解可能（Degradable）
3. 解体容易設計（Designed for disassembly）
4. 長寿命化製品（Extended life product）
5. 回収エネルギー（Recovered energy）
6. リサイクル可能（Recyclable）
7. リサイクル材料含有率（Recycled content）
8. 省エネルギー（Reduced energy consumption）
9. 省資源（Reduced resource use）
10. 節水（Reduced water consumption）
11. 再使用可能及び詰替え可能（Reusable and refillable）
12. 廃棄物削減（Waste reduction）
13. 再生可能材料（Renewable Material）
14. 再生可能エネルギー（Renewable Energy）
15. 持続可能（Sustainable）
16. 温室効果ガス排出に関する主張（Claims relating to greenhouse gas emissions）

（４）企業姿勢、イメージ広告、銘柄名等に対する要求事項

本ガイドラインにおいては、事業者の商品又は役務の取引に直接的な関係のない環境表示も対象としています。公正取引委員会は、「環境保全に配慮していることを示す広告表示の留意事項」（公正取引委員会、2001）において、「表示」とは、不当景品類および不当表示防止法にもとづき、製品名、銘柄名も表示に含めて規制するという方針とされています。このため、製品等に直接関連しない企業姿勢やイメージ広告、銘柄名、ブランド名（製品名及びシリーズ名、企業名）に関する環境表示については、タイプⅡ規格を踏まえ、次の要求事項に従った環境表示を行うことが求められます。

- ① JIS Q 14021 の 5.2 から 5.6 の要求事項をすべて満たすこと
- ② JIS Q 14021 の 5.8（環境主張をする際のシンボルの使用）、5.9（その他の情報又は主張）及び 5.10（特定のシンボル）に該当する場合は、当該要求事項をすべて満たすこと

なお、銘柄名やブランド名に環境表示を使用する場合は、銘柄名やブランド名のみのもので単独使用は避け、どのような環境側面について効果を持つかを限定する補足説明を付すことが求められます。

(5) 第三者機関等が運営するマーク等を事業者等が自己宣言により使用する 場合の要求事項

認証ではなく、第三者機関等が運営するマーク等を事業者等が自己宣言により使用する
場合についても、タイプII規格の該当する要求事項（特にJIS Q 14021の6.1から6.5）を
満たすことが求められます。なお、マーク等を使用するための基準や表示方法等に関する
規則等については、運営する第三者機関等が定めることとなりますが、当該基準への適合
性評価は事業者等の責任の下、自己適合宣言により行われる必要があります。

3-3 国際規格（タイプII規格）の要求事項に係るチェックリスト

これまで述べてきたとおり、本ガイドラインでは、自己宣言による環境表示については、
タイプII規格に準拠することが必要であると考えています。

実際に自己宣言による環境表示を行う場合は、タイプII規格の要求事項への適合状況に
ついて、チェックリストに基づき確認する必要があります。このため、以下に、要求事項
への適合状況を確認するためのチェックリストを例示します。

なお、タイプII規格の詳細については、必ずJIS Q 14021を確認するようにしてください。

(1) タイプII規格の一般事項に係るチェックリスト

「JIS Q14020 との関係 (5.2)」～「説明文の使用 (5.6)」のチェックリスト例

項目	質問項目（JIS Q 14021に規定される要求事項）		回答
一般事項	5.2	JIS Q 14020に規定される原則を満たしている	はい/いいえ
	5.3	あいまい又は特定されない環境主張又は製品が環境に有益若しくは環境に優しい と大まかにほのめかす環境主張をしていない	はい/いいえ
	5.4	“・・・を含まない”という主張を行っている場合、特定の物質の量が広く認めら れた微量の混入物質又はバックグラウンドレベルを超えないレベルである	はい/いいえ/該当しない
	5.5	持続可能であるとの主張をしていない	はい/いいえ
	5.6	環境主張の内容に説明文を付けている（予測できるすべての状況において、限定 条件なしに有効である場合を除く）	はい/いいえ/該当しない

「特定の要求事項（5.7）」のチェックリスト例

項目	質問項目（JIS Q 14021に規定される要求事項）	回答
一般事項	5.7 環境主張及び説明文の要求事項	
	a 正確で、誤解を与えないものである	はい/いいえ
	b 実証されていて、検証可能である	はい/いいえ
	c 該当する製品に妥当なものであり、適切な状況又は条件下に限って用いられている	はい/いいえ
	d 主張は製品全体に対するものか、単に製品の部品若しくは包装に対するものか、サービスの要素に対するものかを明示している	はい/いいえ
	e 環境側面又は環境改善に関して具体的な主張である	はい/いいえ
	f 一つの環境変化に対して幾つもの便益があるかのごとく、異なった用語を用いて繰り返し同じことを述べていない	はい/いいえ
	g 誤解を生じるおそれはない	はい/いいえ
	h 最終製品に関してだけでなく、一つの環境影響を減少させる過程で他の環境影響を増大させる可能性があることを認識できるように、製品のライフサイクルにおける関連する側面のすべてを考慮したものである ※必ずしもLCAの実施を必須とするものではない	はい/いいえ
	i 製品が独立した第三者機関によって保証又は証明されていない場合、そのことをほのめかすような表現をしていない	はい/いいえ
	j 明示的か暗示的にかかわらず存在しない環境改善を示唆していない。また主張に関連する製品の環境側面を誇張していない	はい/いいえ
	k 表現上は真実であっても、関係する事実を省略することによって購入者の誤解・誤解を招くことがないようにしている	はい/いいえ
	l 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である	はい/いいえ
	m 環境主張及び説明文は、一緒に読まれるように明確に提示され、説明文は適切な大きさでかつ環境主張に隣接している	はい/いいえ
	n 環境面での優越又は改善を比較した主張がなされる場合は、具体的でかつ比較の根拠を明らかにしている。環境主張は最近改善がどの程度行われたかの観点から妥当なものである	はい/いいえ
	o 過去から存在し、以前には公表していなかった側面に基づくものである場合、最近の製品又は工程の改善に基づき主張を行っていると購入者、潜在購入者又は使用者を信じさせるような表現をしていない	はい/いいえ
	p その分類の製品では決して含まれていることのない成分、又は特性が存在しないことを根拠として主張を行っていない	はい/いいえ
q 主張の正確さに変更をもたらすような技術、競合製品、その他の状況の変化を反映するように必要に応じて再評価し、更新している	はい/いいえ/該当しない	
r 該当する環境影響が生じる地域に関係あるものである	はい/いいえ/該当しない	

(2) タイプⅡ規格の環境主張をする際のシンボルの使用及びその他の情報又は主張に係るチェックリスト

「環境主張をする際のシンボルの使用 (5.8)」及び「その他の情報又は主張 (5.9)」の
チェックリスト例

項目	質問項目 (JIS Q 14021に規定される要求事項)		回答
環境主張をする際のシンボルの使用	5.8	環境主張をする際にシンボルを使用する場合の要求事項	
	5.8.1	自己宣言による環境主張をする場合にシンボルを使用するか否かは任意である	
	5.8.2	単純で容易に複製でき、シンボルが適用される製品に適した位置に付けられ、適切な大きさである	はい/いいえ/該当しない
	5.8.3	ある環境主張に使用できるシンボルは、他の環境主張のためのシンボルを含む他のシンボルと容易に区別できる	はい/いいえ/該当しない
	5.8.4	環境マネジメントシステムの実施を表明することに使用するシンボルは、製品の環境側面を示すシンボルであると誤解されるような方法で使用されていない	はい/いいえ/該当しない
5.8.5	自然物は、主張する便益との間に直接的かつ検証可能なつながりがある場合に限り使用している	はい/いいえ/該当しない	
その他の情報又は主張	5.9	その他の情報又は主張に係る要求事項	
	5.9.1	材料表示処分に関する指示有害性の警告などの情報を伝えるため言葉、数字又はシンボルを環境シンボルとともに用いてもよい	
	5.9.2	環境主張ではない目的に用いる言葉、数字又はシンボルを環境主張を行っているとの誤解を与えるような方法で用いていない	はい/いいえ/該当しない
5.9.3	シンボルは、特定のブランド、企業又は企業の立場に関連付けるように変更を加えていない	はい/いいえ/該当しない	

(3) タイプⅡ規格の評価及び検証に係るチェックリスト

① 主張者の責任及び評価方法の信頼性

「主張者の責任 (6.1)」及び「評価方法の信頼性 (6.2)」のチェックリスト例

項目	質問項目 (JIS Q 14021に規定される要求事項)		回答	
評価及び検証	主張者の責任	6.1	自己宣言による環境主張の検証に必要なデータの評価及び提供に責任を持っている	はい/いいえ/該当しない
	評価方法の信頼性	6.2.1	主張に先立ち、主張を検証するために必要な信頼性があり、再現可能な結果を得るため評価手段を準備している	はい/いいえ/該当しない
		6.2.2	評価は完全に文書化していて、その文書は製品が市場で売られている期間及びその後製品の寿命を考慮した合理的な期間、6.5.2 に示されている情報公開の目的のため保持している	はい/いいえ/該当しない

② 比較主張の評価

「比較主張の評価（6.3）」のチェックリスト例

項目		質問項目（JIS Q 14021に規定される要求事項）	回答
評価及び検証	比較主張の評価	6.3.1 比較主張は次のいずれか一つ以上のものに対する評価である。 A. 組織自身の以前の工程、B. 組織自身の以前の製品、C. 他の組織の工程 D. 他の組織の製品 また、比較は（6.4（評価及び主張の検証の方法の優先順位は、国際規格、国際的に受入可能で承認された規格、ピアレビューされた産業又は通商上の方法の順とする既存の方法がなく、主張者が方法を制定した場合は、6. に規定する他の要求事項を満足し、かつピアレビューが可能となっている）で規定する）公表された規格又は承認されている試験方法を用い現在又は最近同じ市場にあって同一又は他の生産者が提供する類似の機能をもつ比較可能な製品に対してだけ行っている	はい/いいえ/該当しない
		6.3.2 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、同じ測定単位を用いて数値化し、同じ機能単位に基づき、適切な期間にわたり、典型的には12ヶ月で計算している	はい/いいえ/該当しない
		6.3.3 比較主張は以下のいずれかによって行っている .a) A. 百分率により行い、百分率の絶対値の差で表している b) B. 測定された絶対値により行い、絶対値は相対的な改善として表している	はい/いいえ/該当しない
		6.3.4 絶対値による差の主張と相対値による差の主張とは、明確に区別している	はい/いいえ/該当しない
		6.3.5 製品に関係する改善と包装に関係する改善とを、別個に主張している	はい/いいえ/該当しない

③ 方法の選択

「方法の選択（6.4）」のチェックリスト例

項目		質問項目（JIS Q 14021に規定される要求事項）	回答
評価及び検証	方法の選択	6.4 評価及び主張の検証の方法の優先順位は、①国際規格、②国際的に受入可能で承認された規格、③ピアレビュー（査読）された産業又は通商上の方法の順とする。既存の方法がなく、主張者が方法を制定した場合は、「6. 評価及び検証に関する要求事項」に規定する他の要求事項を満足し、かつピアレビューが可能となっている	はい/いいえ/該当しない

④ 情報へのアクセス

「情報へのアクセス (6.5)」のチェックリスト例

項目		質問項目 (JIS Q 14021に規定される要求事項)	回答
評価及び検証	情報へのアクセス	6.5.1 自己宣言による環境主張は、企業秘密情報を要せずに検証可能である	はい/いいえ
		6.5.2 主張者は環境主張を検証するために必要な情報を自発的に公開することができるが、公開しない場合には、主張の検証を求める何人に対しても、(管理者に相当する)合理的な費用、時間、場所で、主張を検証するために必要な情報を公開している	はい/いいえ
		6.5.3 「6.2 評価方法の信頼性」に基づいて文書化され保管されるよう求められる場合の最小限の情報	
		a 使用した規格又は方法を特定するものを含んでいる	はい/いいえ/該当しない
		b 最終製品の試験では、主張の検証が不可能である場合には文書化された証拠を含んでいる	はい/いいえ/該当しない
		c 主張の検証のために必要なときは、試験の結果を含んでいる	はい/いいえ/該当しない
		d 独立した機関によって試験を行った場合は、その機関と名称と所在地を含んでいる	はい/いいえ/該当しない
		e 主張が5.7h (製品のライフサイクルにおける関連する側面のすべてを考慮したものであること) 及び5.7r (該当する環境影響が生じる地域に関係あるものであること) の要求事項に合致している証拠を含んでいる	はい/いいえ/該当しない
		f 他の製品及び採用した前提条件との比較を含むときは、これら製品の試験に用いた方法の記述及びその結果を含んでいる	はい/いいえ/該当しない
		g 製品が市場で売られている期間及びそれ以降製品の寿命を考慮した合理的な期間にわたり継続的に正確であることを保証する証拠を含んでいる	はい/いいえ/該当しない

参考情報

1. グリーン購入について..... 32
2. 公正取引委員会「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態報告書」.. 35
3. 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会による提案
「グリーン・コンシューマーが望む環境ラベル9原則」 36
4. 景品表示法に定める「不当な表示」 37
5. 環境表示に関する海外のガイドライン、自主規制等..... 38
6. 「特定調達物品等の表示の信頼性確保に関するガイドライン」について..... 39
7. 「環境ラベル等データベース」について..... 44

1. グリーン購入について

(1) グリーン購入法の概要

循環型社会の形成を推進するための具体的な施策の一つとして、「国等による環境物品等の調達に関する法律（グリーン購入法）」が施行されました。同法では、国等の各機関（各省庁や独立行政法人等の公的機関）が率先して環境物品等（環境配慮型製品）の調達を推進するとともに、環境物品等に関する適切な情報提供を促進することで需要の転換を図り、持続的発展が可能な社会形成の推進を目指しています。また、地方公共団体や事業者、国民に対しても、それぞれが可能な限り環境配慮型製品を選んでいくよう努力することなども定めており、社会全体でのグリーン購入の推進が求められています。



(2) グリーン購入の推進によって期待される効果

グリーン購入の推進によって期待される効果を次の図に示します。

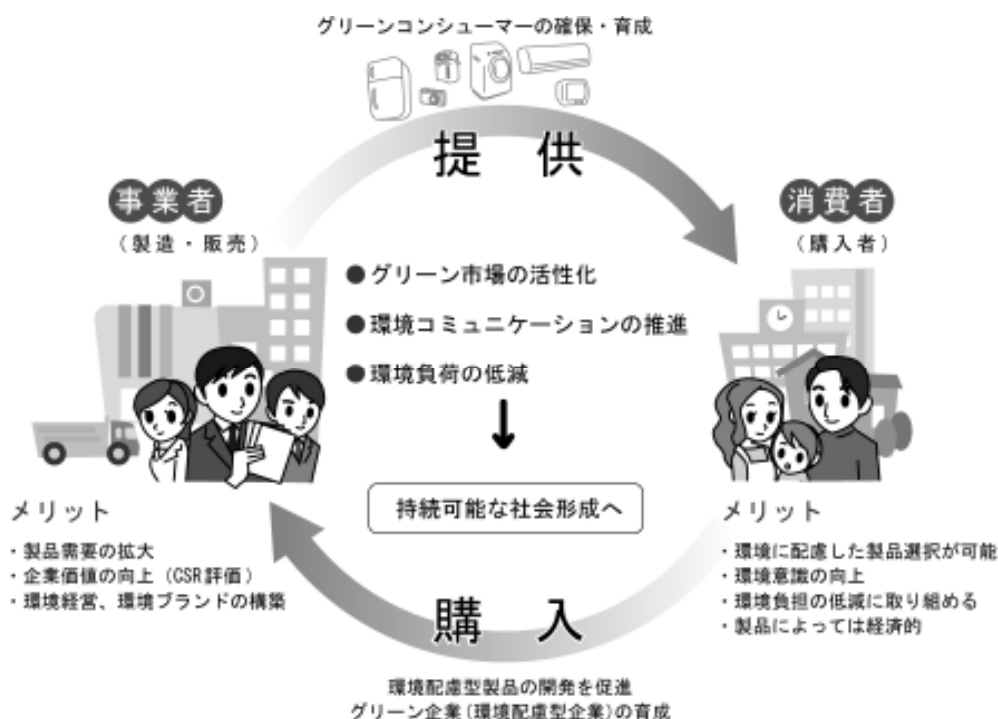


図1 グリーン購入の推進によって期待される効果

① 社会全体の環境負荷の低減

- 事業者と消費者の環境コミュニケーションの推進を図ることで、グリーン市場が活性化し、製品及びサービスの環境配慮が必須となる。事業者にとっては、環境に配慮した製品やサービスの開発を加速できる。
- 製品のライフサイクルにおける環境影響が考慮されることで、従来製品に比べ、二酸化炭素排出量の削減、3Rの推進、有害物質の使用制限及び発生抑制等により環境負荷の低減が達成できる。
- 消費者に地球温暖化の防止（気候変動問題の対策）や枯渇する天然資源保護のためリサイクル（資源循環）の促進、化石燃料やエネルギーの使用削減などへの理解が浸透することで、国民全体での環境保全が促進される。

② 消費者、事業者（製造・輸入、流通、小売）win-winの関係

1) 事業者のメリット

【製品需要の拡大】

グリーン購入法やエコマーク等の認知度の向上により、グリーン市場が形成されつ

つあり、環境配慮型製品の需要拡大が見込まれることで売上への寄与につながる。

【企業価値の向上（CSR 評価）】

環境に配慮した製品の製造、輸送、販売等を通じた活動が CSR 評価の指標として用いられる傾向にある。環境対策に積極的に取り組む事業者は、その取組によって社会的に企業価値が向上すると考えられる。

【環境経営の推進、環境ブランドの構築】

環境配慮型製品の開発・販売、事業所における環境活動等を通じて、環境経営の仕組みが定着する。また、社会に対して環境経営に取り組む企業であることが認識される。さらに、取組を継続的に行うことによって、環境ブランドの構築（ブランドイメージの向上）が可能となる。

【従業員（もしくは構成員）の環境配慮意識の向上】

事業所における業務や環境活動を通じて、従業員の環境配慮への意識が向上し、個々人の日常生活においても環境配慮意識の向上が期待される。

2) 消費者のメリット

- ・環境に配慮された製品の選択ができ優先的な購入や買換えへの意識が向上する。
- ・製品の購入、使用、廃棄時において、環境負荷の低減に取り組める。
- ・製品使用時における「省エネルギー」や「節水」等の環境保全効果では、経済的な利点も得られる。

③ その他

- ・環境に配慮した事業活動を行う事業者やグリーンコンシューマ（消費者）を育成できる。
- ・環境コミュニケーションを推進し、製造者及び販売者と消費者の信頼関係が築かれ、環境対策の相互連携を図ることができる。（事業者にとっては、利害関係者とのコミュニケーションが活発化する。）
- ・環境先進国としての環境政策や社会基盤、環境技術、環境配慮型製品、環境情報管理等の諸施策をアピールすることで、国際的な協調と協力関係が構築できる。

2. 公正取引委員会「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態報告書」

公正取引委員会は、消費者の環境問題への関心の高まりを考慮し、平成13年3月に「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態報告書」を公表しました。その中で、環境保全に配慮していることを示す広告表示の実態調査結果を元に、広告表示についての景品表示法上の考え方を整理し、環境保全に配慮していることを示す広告表示について、5つの留意事項を提示しています。

環境保全に配慮している商品の広告表示の留意事項

①表示の示す対象範囲が明確であること

環境保全効果に関する広告表示の内容が、包装等の商品の一部に係るものなのか又は商品全体に係るものなのかについて、一般消費者に誤認されることなく、明確に分かるように表示することが必要である。

②強調する原材料等の使用割合を明確に表示すること

環境保全に配慮した原材料・素材を使用していることを強調的に表示する場合には、「再生紙60%使用」等、その使用割合について明示することが必要である。

③実証データ等による表示の裏付けの必要性

商品の成分が環境保全のための何らかの効果を持っていることを強調して広告表示を行う場合には、通常に当該商品を使用することによって、そのような効果があることを示す実証データ等の根拠を用意する必要がある。

④あいまい又は抽象的な表示は単独で行わないこと

「環境にやさしい」等のあいまい又は抽象的な表示を行う場合には、環境保全の根拠となる事項について説明を併記するべきである。

⑤環境マーク表示における留意点

環境保全に配慮した商品であることを示すマーク表示に関して、第三者機関がマーク表示を認定する場合には、認定理由が明確に分かるような表示にすることが求められる。

また、事業者においても、マークの位置に隣接して、認定理由が明確に分かるように説明を併記する必要がある。

(公正取引委員会「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態報告書」)

* 平成21年9月より、景品表示法は消費者庁に移管されています。

▶ 公正取引委員会 <http://www.jftc.go.jp/>

▶ 消費者庁 <http://www.caa.go.jp/>

3. 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会による提案

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）環境特別委員会では、「グリーン・コンシューマーが望む環境ラベル9原則」をまとめています。

グリーン・コンシューマーが望む環境ラベル9原則

こんな内容を知りたい

1. 持続可能な社会を目指した企業活動が見えること
2. 重要な情報を伝えていること
3. 社会的関心を反映していること

こんな表現を望む

4. わかりやすいこと
5. 比較できること
6. 具体的な表現であること

こんな姿勢を期待する

7. 確認できること
8. 消費者との対話体制があること
9. 消費者の意見が反映されていること

(公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）環境委員会 編集・執筆
「グリーンコンシューマーシリーズ3 環境ラベルと環境報告書のワークショップをはじめよう
環境に配慮している商品や企業を選ぶために」より)

- ▶ 公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）
<http://www.nacs.or.jp/>

4. 景品表示法に定める「不当な表示」

我が国では、景品表示法第4条第1項第1号において、実際のものよりも又は事実と相違して競争業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す不当（虚偽、誇大）な表示を禁止しており、環境表示も規制の対象となっています。また、内閣総理大臣は、同法第4条第2項により、優良誤認表示に該当するか否かを判断するために、当該表示を行う事業者に対して、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ることができ、これに応じない場合や提出された資料が合理的な根拠と認められない場合は、当該事業者に対して、行為の差止め若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な措置をとることができます（第4条第1項第1号にのみ適用）。つまり、事業者が環境配慮型製品について環境表示を行う場合には、客観的合理的根拠に基づいて適切に行わなければいけません。

不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

（不当な表示の禁止）

第4条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

- 一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの
- 二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの
- 三 前2号に掲げるもののほか、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認めて内閣総理大臣が指定するもの

2 内閣総理大臣は、事業者がした表示が前項第1号に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、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ることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、第6条の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示とみなす。

「不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）」最終改正：平成21年6月5日

5. 環境表示に関する海外のガイドライン、自主規制等

様々な国や地域において、事業者が行う環境表示に関するガイドラインや自主基準等が定められています。それらの一部を次に紹介します。

(1) 米国

米国連邦取引委員会は、1992年に広告及びマーケティング等における環境主張が、連邦取引委員会法第5条「欺瞞的行為の制限」に違反するかどうかの判断基準を示すものとして「Guides for the Use of Environmental Marketing Claims」を制定し、違反した表示については、取り締まりが行われています。2012年に大幅な改定が行われ、13項目（用語）の使用条件について定められています。

▶ Federal Trade Commission <http://www.ftc.gov/index.html>

(2) 国際商工会議所（ICC）

国際商業会議所（ICC）は、1991年に自主規制のための基準として「ICC International Code of Environmental Advertising」を発行しており、2001年の改訂版では、ISO 14021の内容が一部考慮されています。

▶ International Chamber of Commerce <http://www.iccwbo.org/>

(3) 欧州委員会

欧州では2000年に欧州委員会によって「Guidelines for Making and Assessing Environmental Claims」が公表されています。ISO 14021の内容が考慮されたものとなっています。

▶ European Commission <http://ec.europa.eu/>

(4) 英国

英国では、1998年に政府が、業界や消費者、環境団体などとの幅広い協議を受け、環境表示に関する規定として「Green Claims Code」を作成しています。2001年の改訂版では、ISO 14021の内容が考慮されたものとなっています。また、2003年には、規定を補足するガイダンスとして、「Green Claims – Practical Guidance」を公表しています。

▶ Defra <http://www.defra.gov.uk/>

6. 「特定調達物品等の表示の信頼性確保に関するガイドライン」について

環境物品等（環境の負荷の低減に資する物品、サービス）を優先的に購入する、いわゆる「グリーン購入」の拡大は、環境物品等への需要の転換を通じて、持続可能な社会の構築を図るための有効な手段と考えられています。我が国では、国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）が施行され、経済社会的に購入者としての大きな地位を占める国等の各機関に対し、調達すべき環境物品等の品目（特定調達品目）とその判断の基準が示されています。

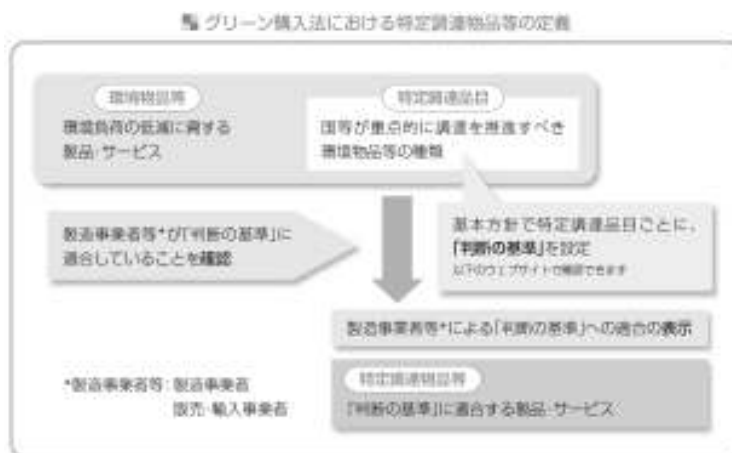
環境物品等の製造事業者等（輸入・販売業者を含む）は、グリーン購入法に基づいて定められた特定調達品目ごとの判断の基準に適合する旨を表示して「特定調達物品等」を市場に供給しています。その表示内容を裏付ける合理的な根拠を欠く場合、不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）第4条第1項が規制している不当表示（優良誤認）となるおそれがあります。この規定に基づいて、平成20年4月25日に公正取引委員会が製紙会社8社に対して排除命令を行いました。

特定調達物品等である旨を表示する事業者による合理的根拠の確保に関する明確な指針がなかったことから、環境省では平成21年度から特定調達物品等である旨の表示の信頼性確保のための手法のあり方について検討を実施し、「特定調達物品等の表示の信頼性確保に関するガイドライン」（以下「信頼性確保ガイドライン」という。）をとりまとめました。

以下、グリーン購入法と信頼性確保ガイドラインについて整理しました。

● グリーン購入法について

グリーン購入法は、国等の各機関が率先して「環境負荷の低減に資する製品・サービス（環境物品等）」の調達を推進することにより、環境への負荷の少ない持続的発展が可能な社会の構築を目指す法律です。環境物品等のうち、「判断の基準」に適合する製品・サービスが「特定調達物品等」です。

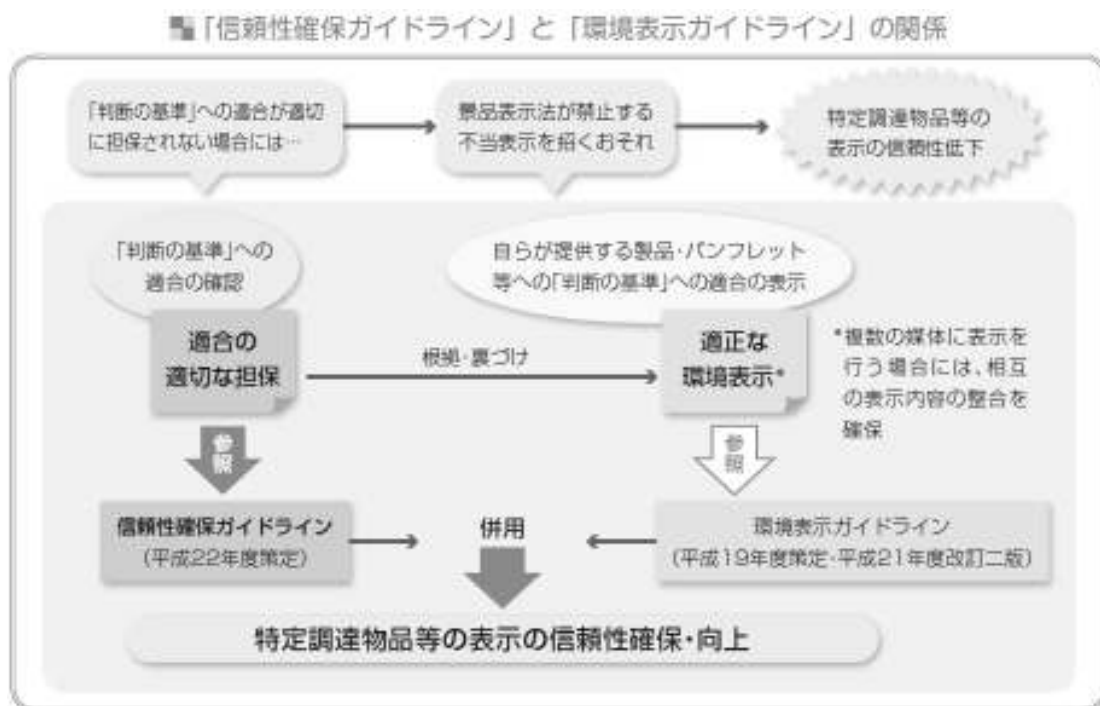


● 信頼性確保ガイドラインと環境表示ガイドライン

製造事業者、販売・輸入事業者及び原材料・部品提供事業者のみなさまは、特定調達物品等を市場に供給するにあたり、「判断の基準」への適合の確認と、正確で誤解を招かない表示に取り組むことが求められています。

- ★ 特定調達物品等について、「判断の基準」への適合の確認を行うための原則・手順等は、「信頼性確保ガイドライン」にまとめられています。
- ★ 「正確で誤解を招かない」など、購入者にとって理解しやすく望ましい環境表示のあり方は、「環境表示ガイドライン」にまとめられています。

この2つのガイドラインを活用して、特定調達物品等の表示の信頼性確保に向けた取組を行いましょう。



● 特定調達物品等の表示の信頼性確保の考え方

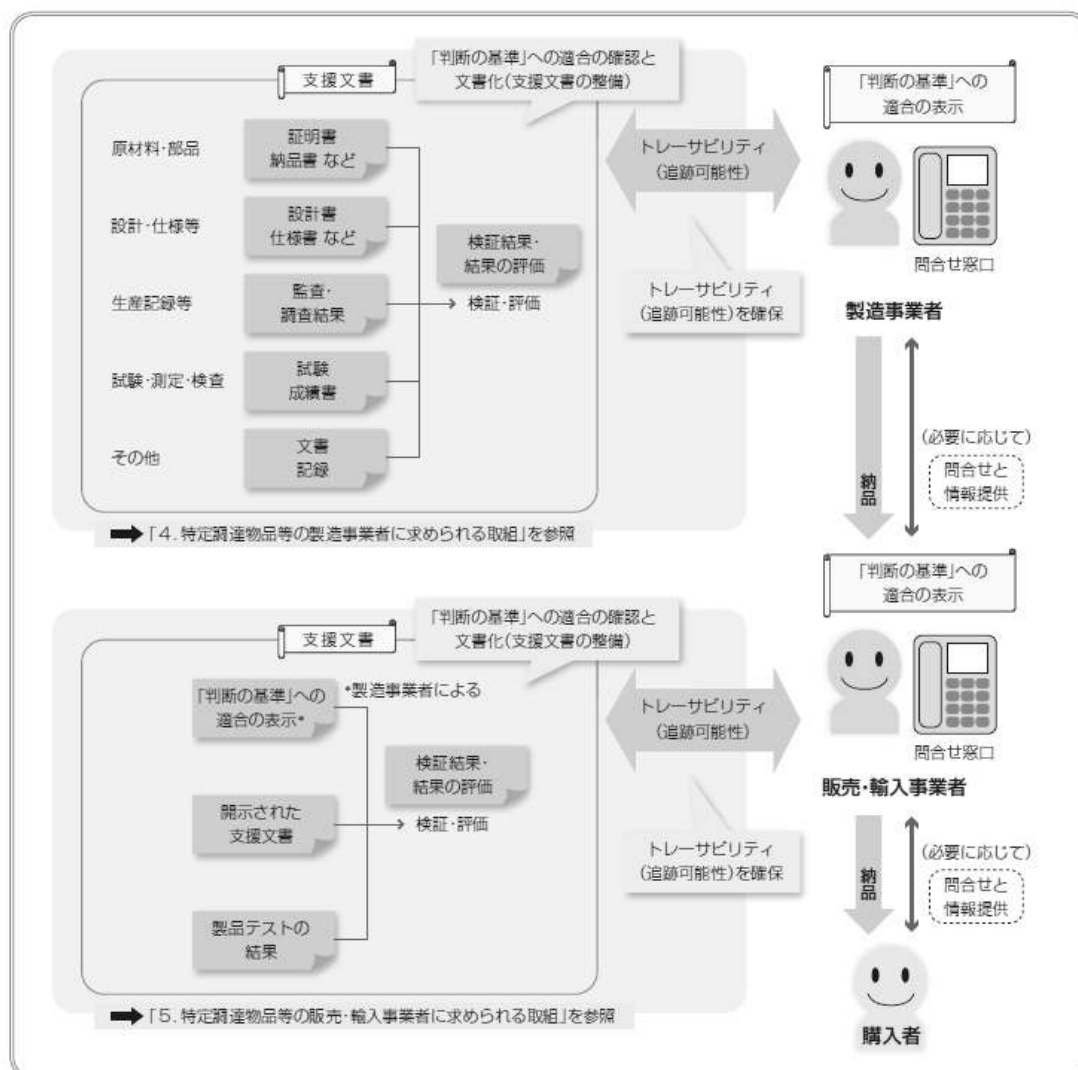
特定調達物品等の表示の信頼性を確保するためには、製造事業者の取組が基本となります。自らが製造する物品等が「判断の基準」に適合していることを適切な方法で確認するとともに、トレーサビリティ（追跡可能性）を確保した上で、適切な形で適合の表示を行う必要があります。

さらに、購入者と直接契約を行う立場にある販売・輸入事業者についても、製造事業者に準じた取組を行う必要があります。

こうした製造事業者と販売・輸入事業者による信頼性確保の取組を購入者まで連携させることにより、特定調達物品等の表示の信頼性が確保されるものと考えられます。

なお、購入者からの求めに応じて必要な範囲の情報を提供することができるように、適合の確認の方法、結果等の根拠資料（支援文書）を整備しておくことも必要です。

■ 特定調達物品等の表示の信頼性確保のための仕組みのイメージ



● 特定調達物品等の製造事業者求められる取組

★ I. 「判断の基準」への適合の確認・文書化

自らが製造する物品等が「判断の基準」に適合することを、適切な方法で検証、実証し、その根拠を保存しましょう。

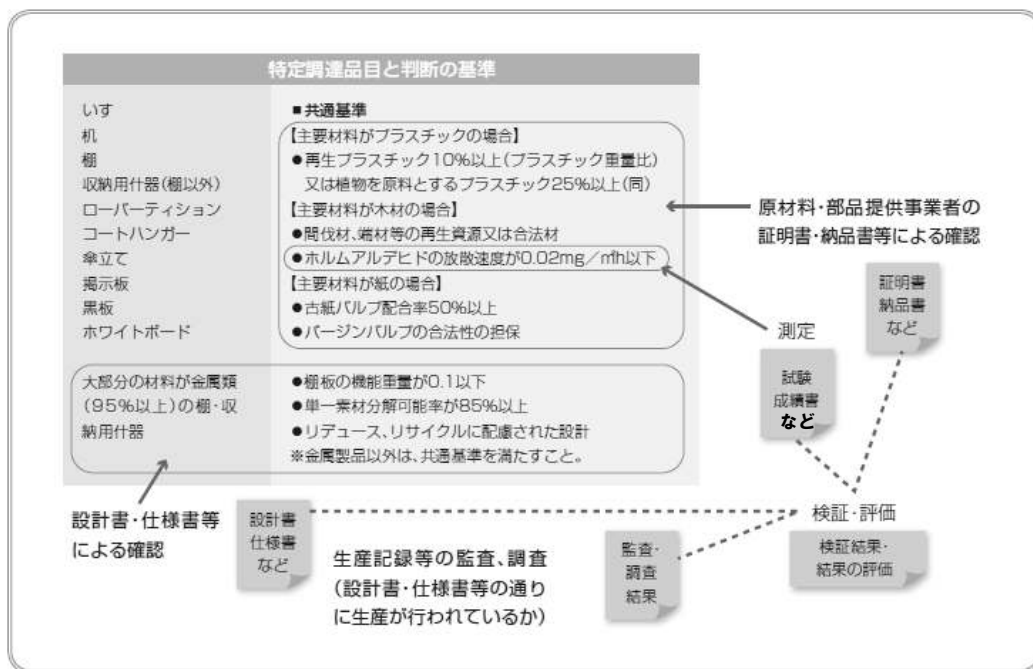
自らが製造する物品等を特定調達物品等として市場に供給するためには、「判断の基準」に適合していることを確認する必要があります。「判断の基準」への適合の確認には、自主的取組による場合と、第三者機関の認証による場合とがあります。

自主的取組による場合、「判断の基準」のそれぞれの項目に適した方法（試験、測定、監査、検査、調査など）により検証、実証をすること（レビュー）が必要です。このとき、レビューの対象、設計文書、方法、結果（監査報告書、試験成績書等）、結果の評価、関与した試験研究機関などの情報を文書化して保存しておく必要があります。この文書が、「判断の基準」への適合の表示の根拠となります。

なお、「判断の基準」と同等以上の規格に基づき、第三者機関による認証を受けた物品

等（エコマーク認定製品等）については、「判断の基準」への適合の信頼性は、当該第三者機関と製造事業者等との間で確保されているとみなされます。

■ 製造事業者求められる取組のイメージ（オフィス家具等の場合）



★ II. 「判断の基準」への適合の表示

「判断の基準」への適合が確認された物品等については、「判断の基準」への適合の表示を製品等に行いましょう。

「判断の基準」への適合が確認された物品等については、特定調達物品等であることを明示する等、「判断の基準」への適合の表示を行います。

「判断の基準」への適合の表示を行う場合には、製品そのものへの表示のほか、適合宣言書、カタログ、送付状、取扱説明書、ウェブサイト等の手法・媒体があります。

■ 「判断の基準」への適合を確認していることを表示した例（コピー用紙の場合）

<p>総合 評価値</p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">83</p> <p>【参照先】 http://www.xxx-paper.co.jp/fyoka</p>	<p>総合評価値の内訳</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">●古紙パルプ配合率</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">80%</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">80</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">●その他の持続可能性を自認したパルプ利用割合</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">20%</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">10</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">●白色度は</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">82%</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">10</td> </tr> </table>	●古紙パルプ配合率	80%	80	●その他の持続可能性を自認したパルプ利用割合	20%	10	●白色度は	82%	10
●古紙パルプ配合率	80%	80								
●その他の持続可能性を自認したパルプ利用割合	20%	10								
●白色度は	82%	10								

※1：古紙パルプ配合率は、日本製紙連合会の「古紙パルプ配合率検証制度」に基づいて管理した最低保証値です。

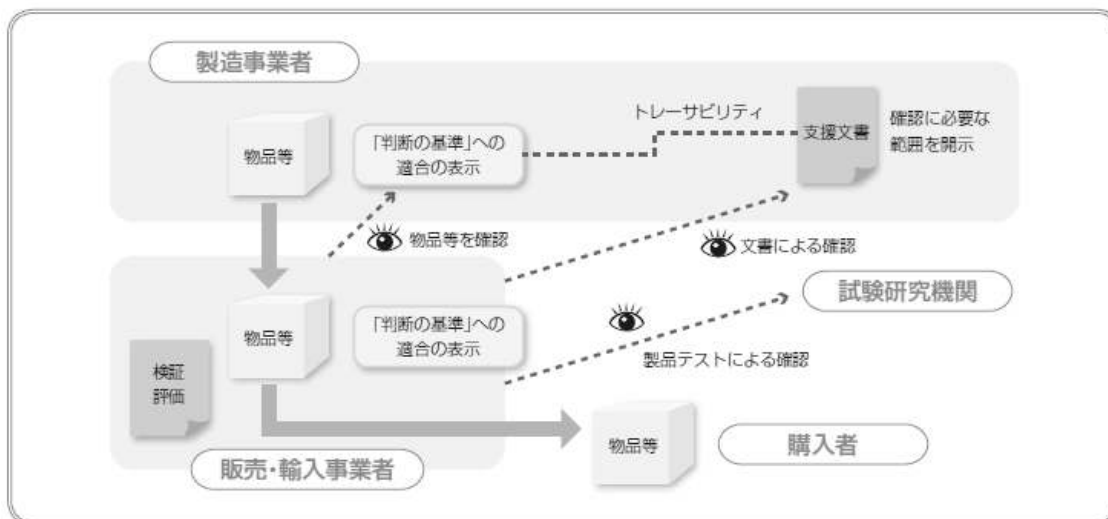
※2：「その他の持続可能性を自認したパルプ」として使用されるパルプは、林野庁の「木材・木材製品の合法性、持続可能性の証明のためのガイドライン」に準拠して調達した原料を使用しております。

※3：白色度は、製品ロットごとの管理標準値です。

- 特定調達物品等の販売・輸入事業者求められる取組
「判断の基準」への適合の確認と表示を適切に行いましょう。

販売・輸入事業者のみなさまは、自らが取り扱う物品等が「判断の基準」に適合することを確認する必要があります。どのような方法を採用する場合でも、確認した結果を文書化して保存しておく必要があります。

■ 販売・輸入事業者求められる取組のイメージ

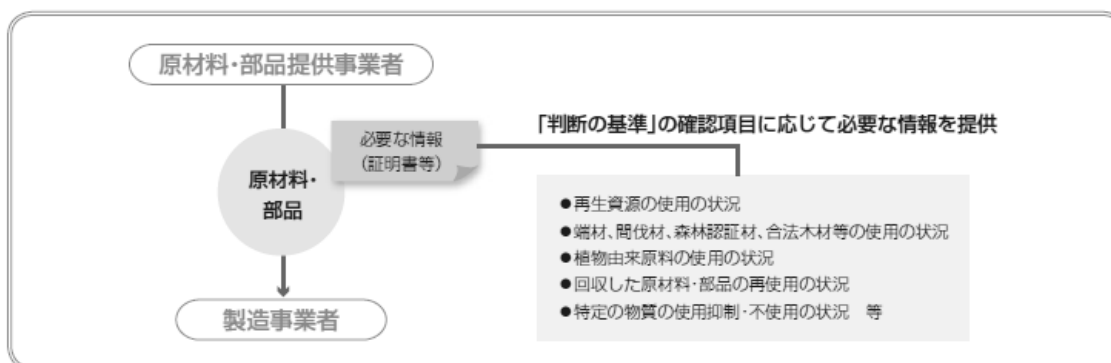


● 特定調達物品等の原材料・部品提供事業者求められる取組

「判断の基準」への適合の確認は、製造事業者が自ら原材料・部品を製造している場合を除き、原材料・部品提供事業者から関係する情報を入手しなければ行うことができません。

原材料・部品提供事業者のみなさまは、製造事業者が適合を確認しようとする品目の「判断の基準」に応じて、必要な情報を提供する等の協力を行う必要があります。

■ 原材料・部品提供事業者求められる取組



7. 「環境ラベル等データベース」について

シンボルマーク等を用いて自主基準に適合していることを宣言する場合は、そのシンボルマーク等に関する情報（使用基準、基準の項目及び内容等）を自社のウェブサイトやカタログ等に公表することが非常に重要です。しかし、消費者にとって各事業者のウェブサイト等を一社ずつ確認することは容易ではありません。したがって、情報が集約され、一覧で確認することができる「環境ラベル等データベース」に情報を登録することが望まれます。

▶環境省「環境ラベル等データベース」への登録

環境省では、平成13年度よりウェブサイト上に「環境ラベル等データベース ～環境物品を選ぶための情報ページ～」を開設し、第三者機関や事業者、地方公共団体等が行っている様々な環境ラベル等について情報提供を行っています。なお、本データベースに登録するためには、別に定める掲載条件を満たすことが必要となります。また、本データベースで紹介する環境ラベル等は、それぞれの運営組織の責任において実施されているものであり、これらの環境ラベル等より提供される情報の内容について環境省が保証するものではありません。

環境ラベル等の登録方法等については、次のアドレスにアクセスし、確認をしてください。

▶ 環境ラベル等データベース

<http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/index.html>

【環境ラベル等データベースの環境表示の掲載例】

ここでは、環境ラベル等データベースに掲載されている統一の環境表示に関する取組をいくつか紹介します。まず、「(1) 消費者にとってわかりやすい環境表示のための取組」として、消費者の商品選択に役立つような環境表示の全体設計や、消費者への周知方法などを取り上げています。次に、「(2) 主張内容の信頼性や透明性を高めるための取組」として、環境表示の基準策定方法や運用方法などを取り上げました。また、「(3) 環境表示の効果」についても、環境表示を行う製品の普及状況を紹介しています。

掲載例1：GPマーク（社団法人日本印刷産業連合会）

環境に配慮された印刷物については、グリーン購入法基本方針に定められる「判断の的基準」や、エコマーク認定基準が存在しています。一方、印刷業界団体10団体（約9,200社）で組織する日本印刷産業連合会では、印刷物への環境対応に関する社会的要請の高まりを受け、印刷業界自らがより実効性の高い環境配慮の基準を普及させようと、2001年8月にこれらの公的基準等よりさらに厳しい自主基準を策定しました。

2006年10月、日本印刷産業連合会はこの自主基準を改定すると同時に、「グリーンプリンティング認定制度」（自主基準を満たすと認定された工場のみがGPマーク（右図）を表示できる仕組み）を整備しました。さらに、2010年には印刷工場で購入・使用する資機材の環境配慮基準に基づく認定制度を追加しています。



GPマークについて、日本印刷産業連合会では次のような取組が行われています。特に、多数の中小企業を含む様々な印刷関連事業者の団体で構成される大規模な組織として、独自の基準や認定システムに関する各事業者への周知徹底についても配慮した取組が行われています。

(1) 消費者にとってよりわかりやすい環境情報を提供するための取組

①複数品目を対象とした業界統一の環境表示

GPマークは、印刷関連事業者において広く採用可能な統一の環境表示であり、表示対象は、オフセット印刷物、デジタル印刷、シール印刷物の3種類の印刷物と、オフセット印刷工場（デジタル印刷工程含む）、シール印刷工場、グラビア印刷工場、スクリーン印刷工場の4種類の印刷関連事業所です。特に、製品である印刷物にGPマークを表示できるのは、印刷関連事業所が印刷等製造工程及び事業者の取組（環境マネジメント等）に関する自主基準を満たす印刷工場として認定を受け、印刷物を構成する購入資材（紙、インキ等）に関する自主基準に適合した資材を使用して製造されている場合となります。

②総合評価

「グリーンプリンティング認定制度」では、購入資材、印刷等製造工程、事業者の取組について、環境汚染物質の削減、省資源・省エネルギー、物質循環の観点から、印刷関連事業者が取り組むべき内容を基準化し点数配分を行った上で、総合評価により適合性を判断できるようにしています。

さらに、総合評価においては、既存の環境表示である、日本印刷産業連合会及び関連業界で策定した印刷資材「古紙リサイクル適性ランクリスト」規格を組み込み、さらに日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会の「環境保護印刷認証制度（クリオネマーク）」、日本水なし印刷協会の「バタフライマーク」、その他各印刷資材（用紙、インキなど）に関する環境基準と整合を取ることで、印刷物としての統合的な評価を実現しています。

③多段階評価

認定工場が行った製造工程の範囲（2段階）と、印刷資材に関する自主基準（2段階）をもとに、2009年10月より環境配慮度合いに応じた3段階表示（下図）を行っています。



④消費者の製品選択に役立つ情報提供

自主基準を満たした印刷製品のほかに、認定工場のウェブサイトや営業資料にも認定工場用GPマークを使用できることとし、購入予定者への情報提供に活用しています。

また、環境ラベル等データベースにもGPマークに関する情報を登録しています。

(2) 主張内容の信頼性や透明性を高めるための取組

①自主基準の客観性

自主基準は、評価項目別に基準値等を設定し、何をすれば基準を満たせるのかを具体的に記述しています。また、基準の内容や点数配分等の評価方法をすべて公開して、申請者が事前に自己評価することもできるようにしています。

②公的基準や第三者認証基準との整合性

印刷資材、印刷等製造工程及び事業者の取組に関する自主基準には、公的基準や第三者認証基準を満たすような基準と、さらに厳しい独自基準が設けられています。GPマークを表示した印刷製品であれば全て、グリーン購入法により定められた公的基準や、エコマークが定める第三者認証基準を満たしていると言えます。

さらに、この自主基準は、グリーン購入法の役務（印刷）の『配慮事項』においても参考にされています。また、自主基準の一部に組み込んだ「古紙リサイクル適性ランクリスト」規格は、グリーン購入法の役務（印刷）の『判断の基準』の中で使用されています。

③独自の認証システム

印刷関連事業者の事業所が、印刷工程及び事業者の取組に関する自主基準に適合しているか否かについて、日本印刷産業連合会から委託を受けた認定審査員が申請書審査と現地審査を行い、さらに、学識経験者や環境団体、ユーザー企業、マスコミ等で構成される認定委員会の判定をもとに認定する、独自の認定システムを導入しています。

④事業者への周知徹底

基準や認定システムなど、「グリーンプリンティング認定制度」の内容について、日本印刷産業連合会は印刷関連事業者に対し、説明会の開催、パンフレットの作成のほか、ウェブサイトでの紹介、印刷業界向けの展示会への出展などの周知活動を行っています。また、日本印刷産業連合会に所属する印刷業界団体も、印刷関連事業者への周知活動を行っており、日本印刷産業連合会は各団体の周知活動を支援しています。具体的には、全会員事業者へのパンフレットの配布、団体支部等での説明会の開催、ウェブサイトでの紹介やインターネット番組の放送などの活動を所属団体が実施しています。

(3) 環境表示の効果

このような取組のもと、G Pマークはグリーン購入やグリーン調達を行う購入者を中心に認知が広がりつつあり、認定工場申請数は 289 工場（2013 年 1 月時点）、G Pマーク表示製品数は 8,125 件 2 億 4,177 万部（2013 年 2 月時点）と順調に増加しています。

掲載例 2：グリーンマーク（社団法人日本オフィス家具協会）

環境配慮型のオフィス家具については、グリーン購入法の特典調達品目に関する公的基準が存在しています。オフィス家具関連事業者約 100 社の業界団体である日本オフィス家具協会は、グリーン購入法の基準策定に協力を行っている経緯から、2001 年 7 月にグリーン購入法適合を示す「グリーンマーク」（右図）を制定し、会員企業のグリーン購入法適合製品への表示を開始しました。



グリーンマークについて、日本オフィス家具協会では次のような取組が行われています。

(1) 購入者にとってよりわかりやすい環境情報を提供するための取組

①複数品目を対象とした業界統一の環境表示

日本オフィス家具協会の専門部会の会員企業であれば、グリーン購入法の特典調達品目 10 品目（いす、机、棚等）を対象に、グリーン購入法適合製品にグリーンマークを表示することができます。

②購入者の製品選択に役立つ情報提供

メーカーのカタログ等にもグリーンマークを表示して、購入予定者への情報提供に活用しています。現在、国内主要メーカーのカタログ等にグリーンマーク表示製品が掲載されているため、幅広い購入層にグリーンマークが認知される結果となっています。

(2) 主張内容の信頼性や透明性を高めるための取組

① 公的基準への準拠

グリーン購入法により定められた基準を満たすことが、グリーンマークの表示基準となっています。表示基準は（グリーン購入法の基準と協調して）毎年継続的に改善が行われており、業界としてより高い目標を達成しています。

さらに、表示基準（グリーン購入法の基準）について解説した「グリーン購入法の手引き」を作成し、業界内で統一の理解に基づく適合性判断を行えるよう努めています。

(3) 環境表示の効果

このような取組のもと、グリーンマークはグリーン購入やグリーン調達を行う購入者を中心に広く認知され、表示製品のニーズは、官公庁にとどまらず、グリーン調達を行う事業者等にも広く波及してきています。また、グリーンマークを表示することは、例えば海外メーカーの環境配慮型でない製品との差別化要因の一つともなっています。

現在、日本オフィス家具協会の専門部会会員であるオフィス家具メーカー約 50 社がグリーンマークの表示を行っており、国内主要メーカーの多くの自社製品にグリーンマークが見られるようになってきました。

掲載例 3：エコガラス（板硝子協会）

エネルギー効率の高い電気機器や自動車、建築資材等の公的基準として、エネルギーの使用の合理化に関する法律（省エネ法）により定められた基準があります。例えば、建材分野では、経済産業省が省エネ法第 86 条に基づいて告示した「窓等の断熱性能に係る情報提供に関するガイドライン」に従って、2008 年 4 月に「省エネ建材等級」表示制度が整備されました。

大手ガラスメーカー 3 社で組織する板硝子協会では、省エネ建材等級表示制度に先駆けて、2006 年 4 月に、省エネ法で設定された基準よりもさらに高い省エネルギー性能をもつ複層ガラス製品の幅広い認知・普及を進めるため、「エコガラス」の呼称とシンボルマーク（右図）を表示する取組を開始しました。



エコガラスについて、板硝子協会では次のような取組が行われています。特に、建材は一般消費者に直接販売する商品ではないことから、流通業者等の関連事業者と協力して様々な購入関与者へ周知を行うための取組も行われています。

(1) 消費者にとってよりわかりやすい環境情報を提供するための取組

① 複数メーカー共通の基準

板硝子協会会員 3 社の複層ガラス製品を対象に、断熱性能と遮熱性能に関する自主基

準に適合した製品であれば、エコガラスのシンボルマークを表示することができます。

②消費者の製品選択に役立つ情報提供

自主基準を満たした製品のほかに、テレビ・コマーシャルやメーカーのウェブサイト、カタログ等にもエコガラスのシンボルマークを表示して、一般消費者や住宅メーカー等の購入関与者への情報提供に活用しています。さらに、流通業者等の製品を取り扱う全ての事業者のカタログや店頭ポスター等にエコガラスのシンボルマークを使用できることとし、メーカーと流通業者の営業担当者が協力して様々な購入関与者に情報提供できるように工夫しています。メーカーや流通業者の営業担当者がマークや表示製品についての説明に使用するためのパンフレットも、板硝子協会が作成し、提供しています。

また、環境ラベル等データベースにもエコガラスに関する情報を登録しています。

(2) 主張内容の信頼性や透明性を高めるための取組

①自主基準の客観性

自主基準は、断熱性能と遮熱性能についてそれぞれ基準値等を設定し、公開しています。製品の性能が基準値を満たすか否かについては、メーカーが行う JIS 規格に基づく性能試験の結果をもとに判断されます。

②公的基準との整合性

自主基準は、省エネ法により定められた公的基準や省エネ建材等級に対応する形で策定されています。特に、省エネ建材等級の第2位等級以上に該当することを自主基準の一部に設定しています。

(3) 環境表示の効果

このような取組のもと、エコガラスは開始2年後の2008年3月に板硝子協会が実施した認知度調査により、一般消費者の50%以上の高い認知を獲得したことが明らかになりました。また、表示対象製品である省エネルギー性能の高い複層ガラス (Low-E 複層ガラス) 製品の普及率 (戸建住宅への戸数普及率、板硝子協会調査) は、2006年度に29.2%であったのに対し、2010年度には53.2%と急速に伸びています。