第22回

弁護士からみた
環境問題の深層

SDGs実現のために企業が求められる環境ラベルのあり方

町野 静

弁護士法人イノベンティア 東京事務所 弁護士／
日本CSR普及協会 環境法専門委員会委員

SDGsやESG経営の重要性が各所で謳われている昨今においては、企業は環境に関する情報を積極的に開示することが求められている。

環境に関する情報開示や表示には様々な方法があるが、その中でも製品やサービスそのものに関して表示され、消費者に直接訴求する表示として環境ラベルがある。企業の中には、自社の製品やサービスに環境ラベルを付すことで消費者や投資家にアピールすることを検討しているところもあると思われる。

しかしながら、環境ラベルには、その実施主体によって様々な種類があるうえ、その表示に関する基準も一様ではない。環境ラベルの導入を検討する企業においては、それぞれの環境ラベルの性質を理解したうえで、どの表示を採用することが適切か、表示におけるリスクがあるかといった点についてよく検討を行う必要がある。そのうえで、正しい方法により、かつ、ターゲットとなる者にアピールできるだけのストーリーを持った環境ラベルを付すことは、商品やサービスの差別化を図ることにもつながり、企業の環境情報の提供や商品・サービスの売り出し方の一手法として検討に値すると思われる。

はじめに

SDGsやESG経営の重要性が各所で謳われている昨今においては、企業は環境に関する情報を積極的に開示することが求められている。

企業は投資家向けの統合報告書やウェブサイトなどの様々な媒体で環境負荷の低減に関する取り組みを開示したり、説明・紹介したりするようになってきている。とりわけ、上場企業に関しては、コーポレートガバナンス・コードにおいてもこうした情報提供が求められている。例えば、コーポレートガバナンス・コード第3章・補充原則3-1③では、「上場会社は、経営戦略の開示に当たって、自社のサステナビリティについての取組みを適切に開示すべきである。」とされている。このように、環境に関する情報開示や表示は今や企業経営において必ず考えなければならない事項の一つである。

その中でも製品やサービスそのものに関する表示として環境ラベルがある。しかし、環境ラベルには様々な種類があり、その表示に関する基準も一様ではなく、どの表示を採用することが適切か、表示におけるリスクがあるかといった点はこれまであまり議論がされていないように思われる。

そこで、本稿では、環境ラベルに関する基本的な説明をしたうえで、企業が環境ラベルに係る表示をする際の留意点を紹介する。

1．環境ラベル（エコラベル）とは

1.1 環境ラベルの定義

「環境ラベル（エコラベル）」とは、「製品やサービスの環境側面について、製品や包装ラベル、製品説明書、技術報告、広告、広報などに書かれた文言、シンボルまたは図形・図表を通じて購入者に伝達するものを、幅広く指す用語」とされている*1。主として消費者ないし需要者向けの表示であり、通常はロゴや分かりやすい文字で表記される。エコマークやグリーンマークは古くからある環境ラベルの例である。

国及び第三者機関の取り組みによる環境ラベルの例

事業者団体の取り組みによる環境ラベルの例

事業者の取り組みによる環境ラベルの例

図1　環境ラベルの分類及び例[*5]

1.2 環境ラベルの種類

現在我が国で表示がされている環境ラベルには、非常に多くの種類がある。

その分類方法にはいくつかあるが、環境省の環境ラベル等データベース[*1]においては、取組主体毎に以下のような分類がされている（**図1**に環境ラベルの一例を示す）。

①国及び第三者機関の取り組みによる環境ラベル

国及び第三者機関が認証された製品に付すことが認められる環境ラベルである。国（省庁）や第三者機関が認証基準を定めており、申請者はそうした認証基準を充足していることを示すための資料を提出し、認証を受けるのが一般的である。

上記の「第三者機関」には日本国内の機関のほか、国際的な認証機関もある。例えば我が国の代表的な環境ラベルであるエコマークは公益財団法人日本環境協会が認証するラベルであり、FSC認証は国際的なNPOであるForest Stewardship Council（森林管理協議会）により行われている。（もっとも、エコマークについては、海外の認証機関との間の相互認証も行っており、国内のみならず国際的な認証を付与する役割も有している[*2]）こうした国や第三者機関による認証は一般的には厳しい基準が設けられており、認証を取得するためには企業努力が求められる。

②事業者団体の取り組みによる環境ラベル

民間の団体である事業者団体が認証の基準を策定し、それに従った認証を行った製品に付すことのできる環境ラベルである。例えば、一般社団法人パソコン3R推進協会によるPCグリーンラベルや、全日本ベッド工業会による衛生マットレスのマークなどがある。

③事業者の取り組みによる環境ラベル

事業者が独自に設けた基準に基づき認証を行う環境ラベルである。環境省による分類では、さらに、（ⅰ）ISOタイプⅡ規格に準拠した環境ラベルと（ⅱ）その他の環境ラベルに分けられている。このうち、前者は、国際標準化機構（ISO）が発行する国際規格「環境ラベルおよび宣言」シリーズのうち、事業者等の自己宣言による環境主張について定めるISO 14021タイプⅡ環境ラベル表示（我が国ではJIS Q 14021）[*3]に準拠したものを指す。

ここで、ISOによって規格化されている「環境ラベル及び宣言」について、補足説明をする。ISOは、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おり、これには、３種類ある。そのうち、第三者認証のない、事業者の自己宣言型の環境主張が上記「ISO 14021タイプⅡ環境ラベル表示」にあたる（**表1**にISO規格の種類を示す）。

④地方公共団体の環境ラベル

地方公共団体が独自の基準に従って事業者、製品、事

表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」*4

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	・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	・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	・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 ータイプⅢ環境宣言ー 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	・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。

業所などを認定し、認定を受けた製品等に付す環境ラベルである。取り組みは自治体によって様々であるが、認定を受けた製品を自治体が優先的に調達することを定めるものもある。

⑤表示識別マーク・その他のマーク

缶やプラスチック、ペットボトルなどを分別するために製品に付されているマークも環境ラベルの一種に分類されている。

2．環境ラベルの意義と問題点

2.1 環境ラベルの意義

環境ラベルの制度目的は、ラベルを表示した製品のイメージを向上させ、消費者が製品を選ぶ参考にさせることにより、製造者に製品の環境上の影響についての責任感を養い、市場を通じて環境を保護することであると理解されている*6。すなわち、環境ラベルの本来的な目的は市場を用いて事業者や消費者の行動を変えることであり、このように、情報の提供を通じて環境負荷の少ない行動を取ることを促す政策手法を情報的手法という。環境ラベル制度は、情報的手法の代表例である。

また、環境ラベル制度に関しては、グリーン購入との関係が重要である。グリーン購入とは、市場に供給される製品・サービスの中から環境への負荷が少ないものを優先的に購入することによって、これらを供給する事業者の環境負荷低減への取組を促進しようとする行動のことである*6。環境ラベルを付した製品をグリーン購入の対象とすることによって、官公庁が環境負荷の低い製品を調達する「グリーン公共調達」に資するという意義もある。なお、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）が制定されており、国や独立行政法人が同法に従って環境負荷の低い製品を調達することが義務づけられている。グリーン購入は、前述のように地方公共団体独自のエコラベルの制度においても取り入れられて

いるほか、昨今施行されたプラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律においても、国は、認定を受けたプラスチック製品の調達が推進されるよう十分に配慮することが定められている（第10条第1項）。

さらに、本来的な役割ではないものの、環境ラベルは、昨今のSDGs、ESG経営の観点からは、企業が環境負荷の少ない製品を製造、販売等しているというアピールになるという側面もある。

2. 2 環境ラベル制度の問題点・論点

次に、環境ラベル制度の問題点について検討する。

一番の問題点としては、様々な種類の環境ラベルが乱立することにより、消費者に十分にその存在や意義が浸透しておらず、また、環境ラベルを活用しようと考える事業者も何を選択したらよいか分からない状態になっていることであると考える。前述のとおり、環境ラベルはその認証主体が多岐に渡っており、種類もかなり多くなっているが、エコマークなどの古くからある一部のものを除いては、国民の認知度は必ずしも高いとはいえない。その結果、「消費者が製品を選ぶ参考にさせる」という役割は十分発揮できていないと言わざるを得ないように思われる。また、環境ラベルを自社の事業において活用したい事業者においても、どの認証主体による環境ラベルを選択するか、あるいは自社独自の環境ラベルを作るかの判断が難しくなり、環境ラベルを導入することへの足かせとなっている面もあるように思われる。

また、環境ラベルを付すことはそのラベルが信憑性を持つことが必要であり、表示の正確性、科学的根拠の明確性が非常に重要であるが、我が国のエコマークはその基準が明確でないことが批判されているところである*6。他方、とりわけ、FSC認証やMSC認証といった国際的な認証機関が付与する環境ラベルについては認証の基準や監査も厳格であり、事業者が厳しい基準を遵守のハードルは高い。事業者においては、費用をかけてまで認証を取得することにつき慎重になってしまう場合もあるであろう。

事業者によっては、独自の環境ラベルの策定を試みる場合もあるが、その場合、そもそもそのラベルを作ることにどの程度の意義があるのかが検討されるべきであるし、どのような基準を設定し、どのようなチェック体制を設けるかという実務面でも難しい問題に直面することがある。

3．企業が環境ラベルを選択する際の留意点

3. 1 環境ラベルの分類による比較

表２　分類毎の環境ラベルのメリットとデメリット

環境ラベルの分類	メリット	デメリット
国及び第三者機関の取り組みによる環境ラベル	・基準に客観性がある ・国民からの認知度が相対的に高い	・基準が明確ではないと批判されるものがある ・基準が厳しく事業者にとっては遵守のハードルが高いものがある
事業者団体の取り組みによる環境ラベル	・業界の実情に応じた基準作りが可能 ・個々の事業者の取り組みと比較すると、製品全体の環境負荷の低減に資する効果がある	・国民からの認知度は必ずしも高くはない
事業者の取り組みによる環境ラベル	・事業者の社内の取り組みや企業努力を反映したきめ細やかな基準作りが可能	・国民からの認知度は必ずしも高くはない ・ISOに準拠していない場合、その理由の説明が求められる
地方公共団体の環境ラベル	・地方の実情に応じた制度設計や認証が可能 ・広報活動によっては、当該地域では認知され、市民や事業者の意識向上につながる	・影響を与えられる範囲が極めて限定される

表３　環境表示ガイドラインの概要（抜粋）

（1）国際標準への準拠

本ガイドラインにおいては、自己宣言による環境表示は、タイプⅡ規格に準拠することを求めています。タイプⅡ規格の要求事項としては、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および評価方法が提供可能であること
4．製品また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．評価および検証のための情報にアクセスが可能であること

また、下記の３つのケースについても、タイプⅡ規格の要求事項として定めています。

1．シンボルマークを使用する場合
2．メビウスループのシンボルを使用する場合
3．特定の用語を用いた主張を行う場合

（2）国際規格に加えて取組むことが望ましい推奨事項

本ガイドラインにおいては、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下記の推奨事項を設定しています。

・国際規格に即したLCA評価（JIS Q 14021　6.3.2への付加推奨項目）
・環境表示に関する情報開示（JIS Q 14021　6.5への付加推奨項目）
・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については、説明文を記載または説明文をトレースできるようにすること（JIS Q 14021　5.7mの付加推奨項目）

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」が策定されているので、これを参考にしてください。

3. 2　事業者の留意点

では、環境ラベルを導入しようとする事業者はどのような点に注意すべきか。

この点、最も大切なのは、企業が環境ラベル導入の目的を意識することであると考える。環境ラベルの一般的な意義は前述のとおりであるが、実際に環境ラベルを導入しようとする企業においては様々な目的があると思われる。単なる対外的なアピールにとどまらず、実際に製品の環境負荷を低減させるという目的を達成して自社の事業への貢献も得るためには、どのようなラベルを選択するのかをよく検討する必要があるし、消費者に対する認知度も考慮する必要がある。

個別の留意事項については、環境省が公表している「環境表示ガイドライン（https://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/guideline/）が参考になる。このガイドラインは、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、及び、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、平成25年３月に策定された*[7]。

表３にその概要を記載する。ポイントは、明確性や科学的な裏付けがあること、そして、国際規格への準拠が望ましいとされている点である。

とりわけ、国際規格への準拠について、環境表示ガイドラインでは以下のように述べられている。

> 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。

すなわち、現在特に国際規格に準拠しない企業独自の環境ラベルが認められているものの、今後独自のラベルを策定するに当たっては、国際規格に準拠させることが望ましいとされている。

3. 3　虚偽表示の場合のリスク

次に、環境ラベルに関して虚偽の表示等があった場合に

法的にどのようなリスクがあるのかを紹介する*[8]。

環境ラベルに関する虚偽の表示として考えられるのは、①事業者自身で策定した環境ラベルにつきその定めた基準に到達していないにも関わらずラベルを表示する行為や、②第三者認証による環境ラベルにつき、表示のルールを守っていなかったり、認証を取得していない製品につき認証を得ているかのように表示をする行為が考えられる。これらのうち、基準を満たさない製品へのラベルの付与は景品表示法上の優良誤認表示（景品表示法５条１号）や不正競争防止法上の不正競争行為（不正競争防止法２条１項20号）に該当する可能性がある。また、表示上のルールを遵守していない場合にも、その内容によってはこれらの法令に抵触し得る。

景品表示法への違反が認められた場合には、行政処分である措置命令や課徴金の納付命令が課されることもある。また、不正競争防止法との関係では、競合他社からの差止や損害賠償の請求のほか、刑事罰の対象にもなる。

実際に過去にあった事例としては、2008年に、製紙メーカーが古紙配合率を実際よりも高く表示していた行為が優良誤認表示に当たると認定され、製紙メーカーが排除命令（当時）を受けたケースがある。この事案では、エコマーク事務局が調査を行い、認定製品のホームページへの掲載中止等の措置も採っている*[9]。

法令違反により上記のような行政処分や請求がなされれば当然企業のレピュテーションが低下することになるし、エコマーク等のエコラベルを付すことができるものと認定された製品の販売等の停止を余儀なくされるといった事態にもなり得る。また、そこまで至らなくとも、いわゆるグリーンウォッシュが問題視されている昨今の状況では、一般消費者や投資家から厳しい批判に晒される可能性がある。

したがって、環境ラベルに係る表示を行うに当たっては、認証の基準を満たした製品となっているかや、表示の方法が適切なものになっているかをよく確認し、定期的にチェックすることが法的リスクを回避するために重要である。

3. 4 環境ラベルを導入するメリットは

営利企業である以上、そもそも企業において対外的アピール以上に環境ラベルを導入するメリットはあるのか、より直接的にはラベルを付すことで製品やサービスが売れるようになるのか、という点は気になる点であると思われる。

「エシカル消費」等の言葉がよく聞かれるようになっているものの、この点については賛否があるところであり、環境に配慮した製品よりもやはり安い製品の方が売れるのではないかという意見もある。とりわけ、消費者の健康にダイレクトに影響しないような環境配慮（温室効果ガスの排出量の低減や生態系への配慮など）が消費者に対してアピールするかについては予想が難しいともいえる。

他方で、エコラベルを付すことが売上の増加に繋がった事例もある。日本生活協同組合連合会では、エシカル消費対応商品の前期供給高（売上高）が前年比101％（2,036億円）となり、エコマークが前年比134％、FSC認証116％と大幅に伸長しているとのことである*[10]。これについて同連合会は、エシカル消費対応商品については「組合員の需要が非常に高い」と述べており、そもそも同連合会の組合員がこうした環境負荷の側面を意識しておりそこに訴えかけたことが売上の伸長につながったものと考えられる。環境ラベルはただ投資家への対外的なアピールのために使うのではなく、やはりそれが広く消費者に支持されることが必要である。そのためには、このような例を参考に、環境ラベルを導入するに当たっては、どのような年齢や趣向の人が対象となるのかをよく見極めて、しっかりとストーリーを作っておくことが大切であろう。

4．まとめ

SDGs、ESG経営が必要とされる中、企業は環境に情報開示を積極的に行うことが求められている。個々の企業がどのような環境表示を行うかはその裁量に委ねられているものの、投資家のみならず消費者に直接訴求していく方法としては、環境ラベルを付すことによって製品やサービスの環境負荷について情報提供をしていくことも検討に値すると思われる。

その際は、環境ラベルの種類や各環境ラベルのメリットとデメリットを正しく理解したうえで、法令やガイドラインに準拠した表示を行うことが求められる。

＊1　環境ラベル等データベースウェブサイトhttps://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/e01.html
＊2　公益財団法人日本環境協会　エコマーク事務局ウェブサイト https://www.ecomark.jp/about/mutual/
＊3　環境表示ガイドラインウェブサイトhttps://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/guideline/
＊4　環境省・環境表示ガイドライン９頁より抜粋
＊5　環境ラベル等データベースウェブサイトhttps://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/touroku.html
＊6　大塚直「環境法 BASIC（第３版）」（有斐閣・2021年４月）、85頁
＊7　ガイドライン２頁
＊8　環境表示に関する表示規制については、NBL No.1219（2022.6.1）「連載　消費者取引とESG 第２回　表示規制とESG」が詳しい。
＊9　エコマーク事務局「古紙偽装問題等に係るエコマーク事務局の対応状況について」https://www.ecomark.jp/pdf/08-002.pdf
＊10 食品新聞2022年７月１日 https://shokuhin.net/58439/2022/07/01/ryutu/kouri/