

新「環境表示ガイドライン」の注目点 WWFの視点から



WWFジャパン主催セミナー

新「環境表示ガイドライン」
を読み解く

2026年6月2日

WWF ジャパン 専門ディレクター（環境・エネルギー）
昭和女子大学院客員教授 小西雅子

小西 雅子

- (公財) WWFジャパン 専門ディレクター(環境・エネルギー)
- 昭和女子大学大学院 福祉社会・経営研究科 福祉共創マネジメント 専攻 客員教授
- (株)東邦銀行 社外取締役

博士(公共政策学・法政大2018)。米ハーバード 大院修士課程修了(2005)。気象予報士(1997)

【略歴】

中部日本放送アナウンサー等を経て、2005年から国際NGOのWWFジャパン勤務。

2017年から大学教員兼職、2022年から東邦銀行社外取締役。

国連の気候変動に関するCOP会議に2005年から参画、「パリ協定」の成立に尽力。国内外の環境エネルギー政策に高度な専門知見を持ち、企業経営層へのサステナビリティ経営に関するアドバイス経験豊富。環境省中央環境審議会委員など公職多数。

【主な著書と論文】

『気候変動政策をメディア議題に』著 (ミネルヴァ書房2022)

『地球温暖化を解決したい エネルギーをどう選ぶ?』著 (岩波書店2021)

『Routledge Handbook of Environmental Journalism, Part IV: Environmental Coverage in Asia and Australia; 25. The Status and Future of Environmental Journalism in Japan』共著 2020

『地球温暖化は解決できるのか〜パリ協定から未来へ!〜』著 (岩波書店2016)



環境表示ガイドライン

令和8年3月版

<https://www.env.go.jp/content/000390026.pdf>

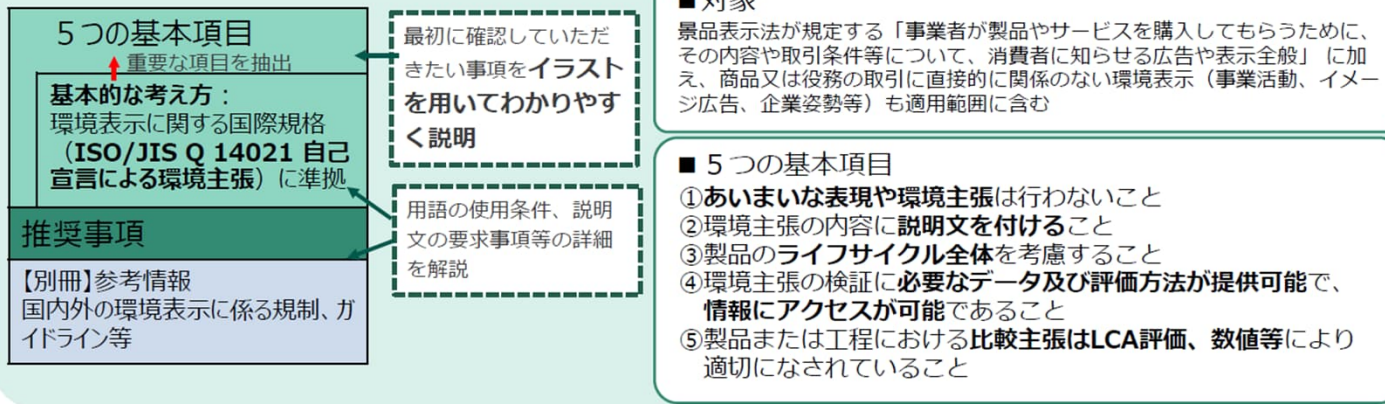
環境表示ガイドラインの改定概要



- 欧州では見せかけのグリーン対応であるグリーンウォッシュに対する目が厳しくなっており、EUではグリーン訴求指令案が2023年3月に公表されている。
- 企業が萎縮せず、かつ、消費者に対し適切な環境表示を促進する観点から、環境配慮型製品の流通の妨げとならないように、環境情報提供のあり方について、改めて整理する。
- 環境表示のあり方について整理した「環境表示ガイドライン」（2013年3月改定）について、事業者等が自己の責任で環境表示を行う際に注意すべき点についてアップデートを行った。（R8年3月31日公表）

環境表示ガイドラインの概要

環境表示を行う事業者および事業者団体を対象に、自己宣言による適切な環境表示のあり方について、各事業者等の自主性を尊重することを原則としつつ、国際規格であるISO/JIS Q 14021規格へ準拠した環境表示を行うことを求めている。



対象と適応範囲

- 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が対象
- 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
- 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（たとえば森林認証制度の一つであるFSCや、水産物についてのMSC認証制度など）

「表示」とは

景品表示法が規定する「事業者が商品又は役務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

※本資料のスライド資料の出典「環境表示ガイドライン」令和8年3月版
赤字の強調、および**緑の枠に囲まれた表示**は、筆者コメント

注目点：商品PRだけでなく「イメージ広告」も対象に！

（５）企業姿勢、イメージ広告、銘柄名等に対する要求事項

事業者等の環境配慮への姿勢やイメージを示す表示は消費者の選択に影響を与えると考えられます。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。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、ISO/JIS Q 14021 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。

- これまでは、個別の商品やサービスを販売するための商品PRが対象と考えられがち
- 今回の改定では、取引に直接関係がない「企業姿勢」や「事業活動全般」を示すイメージ広告も対象に含まれることを強調
- 「〇〇は、地球環境の保全に貢献しています」といったブランドイメージのメッセージであっても、事実に基づいた適切な説明が求められる

※本資料のスライド資料の出典「環境表示ガイドライン」令和8年3月版
赤字の強調、および緑の枠に囲まれた表示は、筆者小西コメント

具体例

【企業姿勢、イメージ広告の例】

株式会社〇×は海洋環境の保全に取り組んでいます

環境にやさしい、グリーンなどあいまいな表現を使用しない

説明文を付ける↓

2025年度は漁業系廃棄物を約300kg回収し、繊維製品にリサイクルして販売しました。売上の10%を、サンゴ礁の保全と海岸清掃を行う団体へ寄付しています。



自然物は、環境主張とつながりがある場合に使用する

出典「環境表示ガイドライン」令和8年3月版

国際規格への準拠

- 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・製品等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**こととなります。
- 欧州等ではグリーン・ウォッシュに対する目が厳しくなっており、欧米では巨額の制裁金や、消費者団体等による集団訴訟に発展するケースが増えており、日本国内でも2022年に景品表示法に基づく措置命令が行われています。
- このような中、日本の優れた環境技術や環境配慮製品の国際競争力を維持するとともに、我が国の企業が萎縮することなく、環境に配慮した製品・サービスや取組を国内外に訴求し、グリーンな経済システムの構築に資するよう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必要
- 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

注目点:

別冊:参考情報
に詳しく世界のグリーンウォッシュに関する情報が掲載！しかも今後ともアップデートされていく！

<https://www.env.go.jp/content/000389907.pdf>

本ガイドラインで定める5つの基本項目



(参考) 環境表示ガイドライン 5つの基本項目

■ 環境表示ガイドラインでは、5つの基本的項目を設定しているが、改定案では直感的に内容を把握するためイラストでの掲載を行った。

① あいまいな表現や環境主張は行わないこと

✗ 単独で使用できない表現

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
持続可能
〇〇を含まない など



○ 望ましい表現例

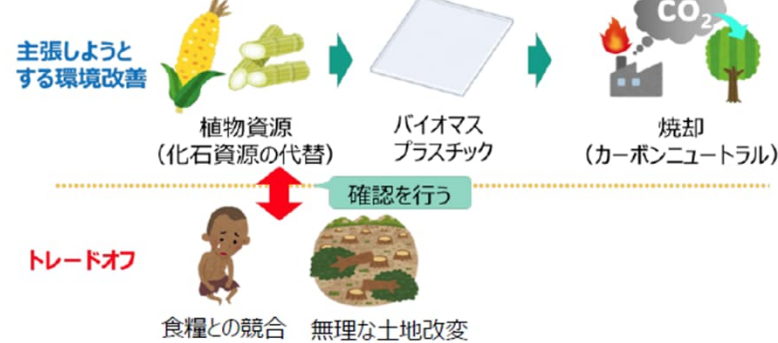
製品本体に
再生プラスチック70%使用
年間消費電力量を約5%削減
※当社従来品▲▲と比較
カーボンフットプリント
XX kg-CO2e
牛乳1Lあたり
算定対象は 原材料調達～廃棄・リサイクル ▼算定報告書はこちら



③ 製品のライフサイクル全体を考慮すること

主張しようとする環境改善が、重大なトレードオフをもたらさないか確認することが望ましいです。
※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。

例) バイオマスプラスチックの使用とトレードオフ



② 環境主張の内容に説明文を付けること

○×社はプラスチック削減に取り組んでいます



説明文を付ける↓
比較可能で、比較対象が明確
主張部分が明確

従来の同製品よりもボトル(キャップ、ラベル除く)のプラスチック重量を5g減らし、再生材料を7.0%以上配合しました

製品又は包装中の質量比
※変動する場合は「以上」としても可

【合理的な根拠(例)】
試験成績書
サプライヤー証明
(原料証明書、納品書など)
学術文献

④ 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、情報にアクセスが可能であること

消費者等が、環境主張を裏付けるデータや評価方法に、容易にアクセスできることが重要です。



業界初!
包装の約10%にバイオマス原料を使用



2025年10月1日現在国内で販売されている豆腐において、当社調査による。
バイオマス度は14C法による「バイオベース炭素含有率」を測定

⑤ 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

百分率(%)が絶対値で比較し、製品の改善と包装の改善は別個に主張します。



プラスチック使用量を減らしました
(削減量: 本体10g、包装5g)
※当社従来品▲▲と比較



カーボンフットプリントを前機種より約25%削減しました
カーボンフットプリント
XX kg-CO2e
1製品あたり
算定対象は 原材料調達～廃棄・リサイクル ▼算定報告書はこちら

1. あいまいな表現や環境主張は行わないこと

① あいまいな表現や環境主張は行わないこと

✖ 単独で使用できない表現

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
持続可能
〇〇を含まない など



○ 望ましい表現例

製品本体に
再生プラスチック70%使用

年間消費電力量を約5%削減
※当社従来品▲▲と比較

カーボンフットプリント
XX kg-CO₂e
牛乳1Lあたり
算定対象は 原材料調達～廃棄・
リサイクル ▼算定報告書はこちら



- 客観的、具体的、定量的な表現であることを求めている
- 注意すべき表現を挙げ、「あいまいな表現や環境主張は行わないか、行う場合は単独では行わず、必ず合理的な説明文を付けることが求められます」としている
- 「持続可能」「サステナブル」などの表現を、商品やブランド、企業姿勢などの説明に使用している企業は、具体的にどのような点が「サステナブル」なのか示すことが必要に

カーボン・オフセットに関する主張

② カーボン・オフセットに関する主張

カーボン・オフセットとは、市民、企業、NPO/NGO、自治体、政府等の社会の構成員が、自らの温室効果ガスの排出量を認識し、主体的にこれを削減する努力を行うとともに、削減が困難な部分の排出量について、カーボン・クレジット等により、その排出量の全部又は一部を埋め合わせることで、すなわち『知って、減らして、オフセット』の取組をいいます。カーボン・オフセットを行う者が、まず、自らの排出量を認識した上で、可能な限り排出削減の取組を実施する必要があり、自ら排出削減を行わないことの正当化に利用されることがあってはなりません。

環境省は、信頼性の高いカーボン・オフセットの取組を実施する上で必要な基本的な考え方や手続きについて説明し、それらに則ったカーボン・オフセットの取組を推奨する「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について（指針）－第4版－」（以下、「オフセット指針」といいます。）及び「カーボン・オフセットガイドライン Ver.3.0」を公表しています。

オフセット指針では、カーボン・オフセットの取組に対する信頼性を構築する上で次の6つの事項が重要であるとしており、カーボン・オフセットの主張は、これらの事項に沿って実施することが望まれます。

【オフセット指針】

1. カーボン・オフセットの対象となる活動に伴う排出量を一定の精度で算定する必要があること
2. カーボン・オフセットが、自ら排出削減を行わないことの正当化に利用されるべきではないこと
3. カーボン・オフセットに用いられるクレジットを生み出すプロジェクトの排出削減・除去の確実性・永続性の確保及び排出削減・除去量が一定の精度で算定される必要があること
4. カーボン・オフセットに用いられるクレジットを創出するプロジェクトの二重登録、実現された削減・除去量に対するクレジットの二重発行及び同一のクレジットが複数のカーボン・オフセットの取組に用いられることを回避する必要があること
5. カーボン・オフセットの取組について適切な情報提供を行う必要があること
6. オフセット・プロバイダーの活動の透明性を確保する必要があること

▶ 「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について（指針）－第4版－」

<https://www.env.go.jp/content/000207718.pdf>

▶ 「カーボン・オフセットガイドライン Ver.3.0」 <https://www.env.go.jp/content/000209289.pdf>

なお、カーボン・オフセットの活用については、国際的に様々な議論¹⁵があり、海外の取扱動向も確認することが望まれます。



注目点：カーボン・オフセットは「自ら排出削減を行わないことの正当化に利用されるべきではない」

- 「カーボンフットプリント(CFP)に関する主張」と「カーボン・オフセットに関する主張」の項目も追加
- 該当するISO規格に加え、環境省や経済産業省のガイドラインに準拠するよう求め、各ガイドラインを引用して説明
- オフセットは、GHG排出量の把握・削減の努力をした上で、どうしても削減できない分について埋め合わせる手段であることが明記

CFP

- 「カーボンフットプリント表示ガイド(2025年2月、環境省・経済産業省)」
- ISO14067

カーボン・オフセット

- 「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について(指針)－第4版－(2024年3月6日、環境省)」
- 「カーボン・オフセットガイドライン Ver.3.0(2024年3月6日、環境省)」
- ISO14068-1

¹⁵ 例えば、国連 非国家主体のネットゼロ宣言に関するハイレベル専門家グループの報告書（参考情報5参照）

注目点：カーボン・オフセットに関する国際動向も紹介されている！

国際的には、短中期目標のオフセットは要注意

参考情報

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。

本ガイドラインは、日本国内での環境表示を対象としています。本ガイドラインは、国際規格である ISO/JIS Q 14021 に整合することを原則としていますが、環境主張に関する法律やガイドライン等の状況は、国や地域により異なります。多くの国や地域では、虚偽または誤解を招くような環境主張を規制する一般消費者保護法（日本では景品表示法がこれに相当）と、グリーン・ウォッシュを防止して誤解のない適切な環境主張を促進するためのガイドラインを併用する例が多く見られますが、環境主張に対する特定の法律を制定して規制している国や地域もあります。特に EU（欧州連合）では、不公正取引慣行指令（UCPD）（2005/29/EC）が改正され（2026 年までに加盟国で法制化される予定）、第三者認証制度に基づかない、または公的機関によって確立されていない持続可能性ラベルは不公正な商慣行とみなされ、罰則の適用対象となります。「持続可能性ラベル」には、自己宣言型の環境宣言プログラム（従来のタイプ II 環境ラベル）も含まれると考えられますので注意が必要です。

日本国外で環境主張を行う場合には、本ガイドラインの要求事項によらず、必ず、該当国・地域の法律やガイドライン等を確認し、それらに整合した環境表示を行う必要があります。

(1) 国連

国連環境計画（UNEP）は、2017 年に製品の持続可能性情報に関する主張方法のガイダンスとして「製品の持続可能性情報の提供に関するガイドライン(The Guidelines for Providing Product Sustainability Information)」の改訂版を発行しています。「製品ライフサイクル全体の考慮」と「持続可能性の主流化」（持続可能性の主張を、製品開発等の意思決定及び管理プロセス全体に統合）を前提条件としたうえで、最低要件である 5 つの基本原則（「信頼性」、「関連性」、「明確性」、「透明性」、「アクセシビリティ」）に加え、継続的な改善と消費者とのエンゲージメントを高めるための 5 つの指針（「持続可能性の 3 つの側面」、「行動変容と長期的な影響」、「マルチチャネルと革新的なアプローチ」、「コラボレーション」、「比較可能性」）を提示しています。さらに、環境主張におけるあいまいな表現として「環境にやさしい」、「無毒」、「グリーン」、「持続可能」など 13 項目（用語）を挙げています。

このほか、国連 非国家主体のネットゼロ宣言に関するハイレベル専門家グループによって 2022 年に、企業や自治体等がネットゼロを宣言する際の指針としてネットゼロ原則の指針「Integrity Matters（インテグリティの重要性）」が発行されています。本指針では、5 つの基本原則（野心、誠実さ、透明性、信頼性、公平性）と 10 の勧告をまとめており、なかでもカーボン・オフセット（クレジット）は、短中期目標（2025 年、2030 年、2035 年）の達成に使用してはならず、中間目標を達成した又は達成見込みの場合に残り

(3) 欧州委員会

欧州では 2024 年に欧州委員会によって、「不公正取引慣行指令（Unfair Commercial Practices Directive: UCPD、2005/29/EC）」が改正され、いかなる場合も不公正取引とみなされる取引慣行に、以下の 5 つの行為が追加されています。このため、EU 域内に製品等を上市する場合は特に注意が必要です。

- 認証制度に基づかない、または公的機関によって確立されていない自主的な持続可能性ラベルを表示すること
- 製品または事業者が優れた環境性能を実証できないにもかかわらず、一般的で曖昧な環境性能に関する主張（「エコ」や「グリーン」等）を行うこと
- 製品の特定の側面または事業の特定の活動のみに関係しているにもかかわらず、製品または事業の全体について環境主張を行うこと

8

参考情報

- 温室効果ガスの排出を相殺する（カーボン・オフセット）ことに基づいて、製品が温室効果ガスの排出に関して環境に中立的、削減的、またはプラスの影響をもたらすと主張すること
- 製品分野内の全ての製品に法律で課せられている要件を、事業者が提供する際立った特徴として提示すること

- ▶ European Commission https://commission.europa.eu/index_en
- ▶ DIRECTIVE (EU) 2024/825 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL OF 28 February 2024 amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj>

国際的には、短中期の削減目標には、カーボンクレジットによるオフセット（相殺）は、グリーンウォッシュを見なされる

- 国連ノネットゼロ宣言に関するハイレベル専門家グループによる指針「Integrity Matters(インテグリティの重要性)」
- 欧州委員会の「不公正取引慣行指令」の改正

クレジットによるオフセットは
要注意

2. 環境主張の内容に説明文を付けること

② 環境主張の内容に説明文を付けること

○×社はプラスチック削減に取り組んでいます



説明文を付ける↓

比較可能で、比較対象が明確

主張部分が明確

従来の同製品よりもボトル（キャップ、ラベル除く）のプラスチック重量を5g減らし、再生材料を70%以上配合しました

製品又は包装中の質量比
*変動する場合は「以上」としても可

【合理的な根拠（例）】

試験成績書
サプライヤー証明
（原料証明書、納品書など）
学術文献

- 環境表示は、“説明責任”が求められるように
- サステナビリティ経営の推進にあたって、企業には「どのように正確に伝えるか」が重要に
- 環境表示は企業の信頼性を左右する重要な経営要素に

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。

具体例があってわかりやすい！

- 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

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。

マスバランス方式について

●● 参考 ●●

マスバランス方式について

原料から製品までの加工・流通のサプライチェーンを監査する加工・流通過程の管理（Chain of Custody¹⁸）モデルの一つに、マスバランス方式があります。マスバランス方式とは、原料から製品への加工・流通工程において、ある特性を持った原料（例：リサイクル由来原料）がそうでない原料（例：石油由来原料）と混合される場合に、その特性を持った原料の投入量に応じて、製品の一部に対してその特性の割当を行う手法をいいます。実配合率と一致しない等、実際の利用と比べて環境価値が一見して分かりにくい等の特性があるため、マスバランス方式により再生材料やバイオプラスチック等の表示を行う場合には、製品特性に応じた適切な表示・コミュニケーションを行う必要があります。（参考：環境省「プラスチック資源循環におけるマスバランス方式の活用に関する基本的な考え方」（令和6年9月））。マスバランス方式により表示する場合においても、5つの基本項目をはじめとした本ガイドラインの確認が必要です。また、マスバランス方式は様々な原材料にその考え方が適用されつつありますが、原材料ごとにその取扱いについて議論がされているため、確認することが必要です。

出典：環境省「プラスチック資源循環におけるマスバランス方式の活用に関する基本的な考え方」（令和6年9月）

<https://www.env.go.jp/content/000254454.pdf>

注目点：マスバランス方式には正確で丁寧な説明を

- 「マスバランス方式」とは、特性の異なる原料を混合して製造する際、ある特性を持つ原料の投入量に応じて、生産物の一部にその特性を割り当てる手法」についても触れられた
- 国内では、特に鉄鋼製品におけるマスバランス方式を使った製品にご注意
- 生活者に直感的に伝わりにくいため、環境表示には丁寧な説明が必要

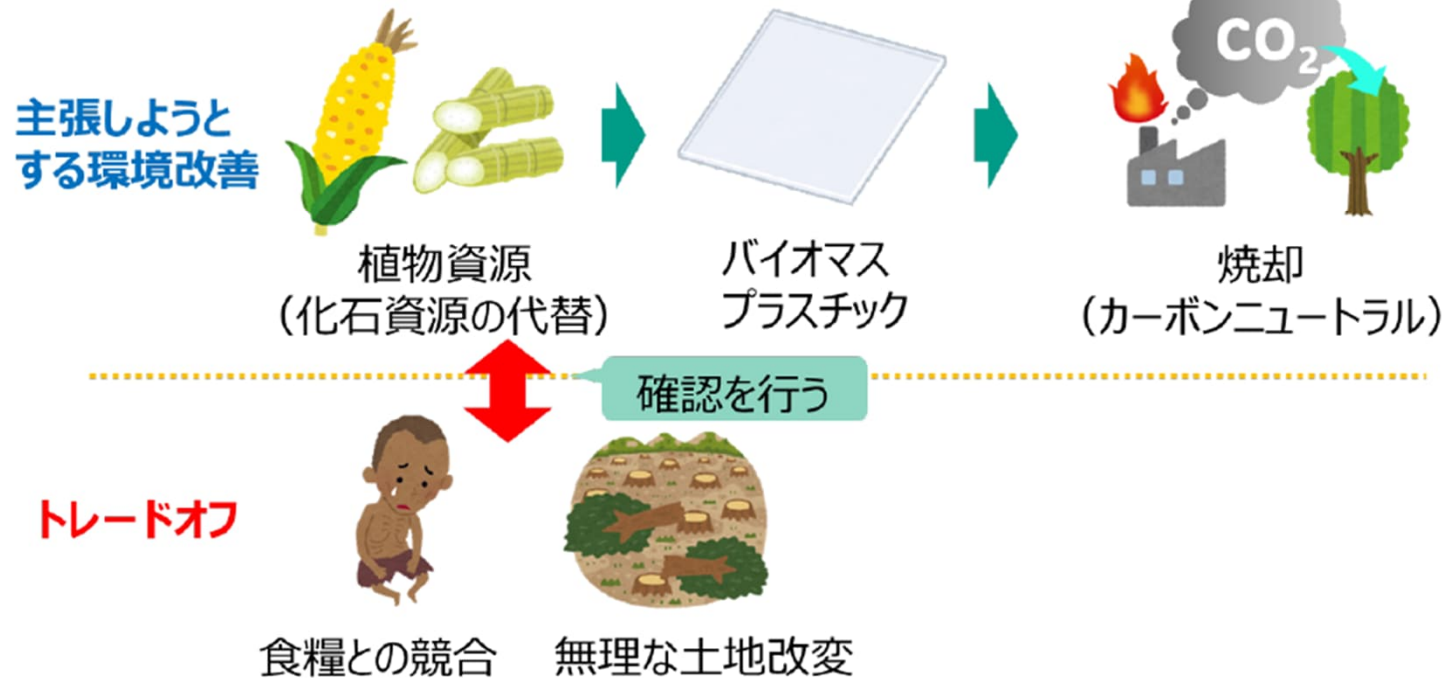
3. 製品のライフサイクル全体を考慮すること

③ 製品のライフサイクル全体を考慮すること

主張しようとする環境改善が、重大なトレードオフをもたらさないか確認することが望ましいです。

※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。

例) バイオマスプラスチックの使用とトレードオフ



- 「トレードオフが確認された場合は、その事実も隠さず表示する、あるいは軽減対策を講じることが求められる」
- 例として、「リサイクル材料含有率が高いことだけを強調し、人の健康や環境に深刻な影響を与える有害化学物質を多く使用していることを隠す」

注目点:
ライフサイクルで見る
都合の良い部分だけを
主張してはいけない!

4. 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、 情報にアクセスが可能であること

- ④ 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、情報にアクセスが可能であること

消費者等が、環境主張を裏付けるデータや評価方法に、容易にアクセスできることが重要です。



業界初！
包装の約10%にバイオマス原料を使用



2025年10月1日現在
国内で販売されている豆腐において。
当社調査による。

バイオマス度は14C法によるバイオベース炭素含有率を測定

製品上に表示できない場合でも、客観的、具体的、定量的な根拠データを開示する必要がある

5. 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 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

百分率 (%) か絶対値で比較し、製品の改善と包装の改善は別個に主張します。



プラスチック使用量を減らしました
(削減量：本体**10g**、包装**5g**)
※当社従来品▲▲と比較



カーボンフットプリントを前身機より
約25%削減しました

カーボンフットプリント
XX kg-CO₂e
1製品あたり
算定対象は 原材料調達～廃棄・
リサイクル ▼算定報告書はこちら

独自の算定方法ではなく、公的な算定手法に従って、定量的な評価を根拠とすること

国際的なグリーンウォッシュを防ぐ規制等について 別冊でアップデートされていく！

別冊:参考情報<https://www.env.go.jp/content/000389907.pdf>

5. 環境表示に関する海外のガイドライン、自主規制等

定められています。それらの一部を次に紹介します。

本ガイドラインは、日本国内での環境表示を対象としています。本ガイドラインは、国際規格である ISO/JIS Q 14021 に整合することを原則としていますが、環境主張に関する法律やガイドライン等の状況は、国や地域により異なります。多くの国や地域では、虚偽または誤解を招くような環境主張を規制する一般消費者保護法（日本では景品表示法がこれに相当）と、グリーン・ウォッシュを防止して誤解のない適切な環境主張を促進するためのガイドラインを併用する例が多く見られますが、環境主張に対する特定の法律を制定して規制している国や地域もあります。特に EU（欧州連合）では、不正取引慣行指令（UCPD）（2005/29/EC）が改正され（2026 年までに加盟国で法制化される予定）、第三者認証制度に基づかない、または公的機関によって確立されていない持続可能性ラベルは不正な商慣行とみなされ、罰則の適用対象となります。「持続可能性ラベル」には、自己宣言型の環境宣言プログラム（従来のタイプ II 環境ラベル）も含まれると考えられますので注意が必要です。

日本国外で環境主張を行う場合には、本ガイドラインの要求事項によらず、必ず、該当国・地域の法律やガイドライン等を確認し、それらに整合した環境表示を行う必要があります。

(1) 国連

国連環境計画（UNEP）は、2017 年に製品の持続可能性情報に関する主張方法のガイドランスとして「製品の持続可能性情報の提供に関するガイドライン(The Guidelines for Providing Product Sustainability Information)」の改訂版を発行しています。「製品ライフサイクル全体の考慮」と「持続可能性の主流化」（持続可能性の主張を、製品開発等の意思決定及び管理プロセス全体に統合）を前提条件としたうえで、最低要件である 5 つの基本原則（「信頼性」、「関連性」、「明確性」、「透明性」、「アクセシビリティ」）に加え、継続的な改善と消費者とのエンゲージメントを高めるための 5 つの指針（「持続可能性の 3 つの側面」、「行動変容と長期的な影響」、「マルチチャネルと革新的なアプローチ」、「コラボレーション」、「比較可能性」）を提示しています。さらに、環境主張におけるあいまいな表現として「環境にやさしい」、「無毒」、「グリーン」、「持続可能」など 13 項目（用語）を挙げています。

このほか、国連 非国家主体のネットゼロ宣言に関するハイレベル専門家グループによって 2022 年に、企業や自治体等がネットゼロを宣言する際の指針としてネットゼロ原則の指針「Integrity Matters（インテグリティの重要性）」が発行されています。本指針では、5 つの基本原則（野心、誠実さ、透明性、信頼性、公平性）と 10 の勧告をまとめており、なかでもカーボン・オフセット（クレジット）は、短中期目標（2025 年、2030 年、2035 年）の達成に使用してはならず、中間目標を達成した又は達成見込みの場合に残り

別冊の参考資料には、**国際機関を含む海外のガイドラインや自主基準の概要とリンク集**が掲載された。

海外で環境主張を行う場合には、必ず**該当国・地域の法律やガイドラインに準拠**するよう呼びかけている。

- **世界各国でグリーンウォッシュを防ぐためのガイドラインが整備・強化。**

- 2017年に国連環境計画(UNEP)が「**製品の持続可能性情報提供に関するガイドライン(The Guidelines for Providing Product Sustainability Information)**」を公表

- 2024年に欧州委員会によって、「**不正取引慣行指令(Unfair Commercial Practices Directive: UCPD、2005/29/EC)**」が改正され、**不正取引とみなされる取引慣行に、環境主張に関する行為が追加。EU域内に製品を出す場合は特に注意が必要**

環境表示ガイドラインを活用しよう！（WWF視点から）

- 環境省は「出来るだけ可能な範囲で早い時期に、本ガイドラインに準拠した表示に切り替えていただくことが望ましい」としている
- 本ガイドライン自体に法的拘束力はないとはいえ、新基準に抵触していれば、グリーンウォッシュ企業との批判は避けられないだろう
- 企業は自社のコミュニケーションを速やかに点検しよう
- 特に国際展開する際には、日本より進んでいるグリーンウォッシュに関する規制にさらに注意する必要がある
- 国際的にグリーンウォッシュに関する視線が厳しくなっており、関連するISO規格の改訂作業の動向や、各国の規制のアップデートも注視していこう
- 本ガイドラインは、各国の動向をアップデートされていくことになっているので、日本語で信頼性のある情報を得るツールとして活用しよう！
- Q&Aが充実している！活用しよう！