

「環境表示ガイドライン」の改定案 に対するパブリックコメント

注1：本文書には日本語版と英語版が存在しますが、パブリックコメントとして提出したのは日本語版のみであり、英語版はその英訳になります。

注2：本文書にあるすべての脚注およびハイパーリンクはパブリックコメントとして提出した文書には含まれていません。すべての脚注およびハイパーリンクは、本文書をご覧いただいた方にとって参考となるよう、パブリックコメントの提出後、本文書の公開時にクライアントアースにより付け加えられたものです。

1. 気候変動分野の国際的グリーンウォッシュ動向を踏まえていない

該当箇所：第一章

「環境表示ガイドライン」改定案自体（以下、改定案）に国際的議論や問題事例の具体的記載がなく、どのような環境表示が国際的にグリーンウォッシュと問題視されているのかが伝わらず、事業者が改定案に従っても、海外の厳しい監視に対応できないおそれがある。また、改定案は既存ガイドラインの引用にとどまり、国際的事例や議論を十分に網羅しているとは言い難い。

下記で述べるようなEUを中心とするグリーンウォッシュの規制強化の国際的動向を反映した充実したものとなることで、消費者を誤解を招く表示から守り、真に持続可能な企業が公正に競争できる環境を整え、日本企業が海外市場で競争優位を確保することが期待される。

2. カーボンオフセットに関する環境表示

該当箇所：P.18-20

改定案はカーボンオフセットに関する記述を追加しており、国際動向を踏まえた点は評価できる。しかし、引用されている既存ガイドライン¹はいずれも、カーボンクレジットにより温室効果ガス排出量を相殺し、ネットゼロやカーボンニュートラルを実現し得ることを前提としており、サプライチェーン外の排出削減と製品・役務に関する排出削減は等価ではなく、相殺は不可能とする国際的議論と相容れない。国際的には、オフセットに基づくカーボンニュートラル等の主張は、製品・役務の環境影響について誤解を招くとの見解が標準的であり、EU指令(EU指令

¹ 「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」（環境省、2024年3月6日改訂）、「カーボン・オフセットガイドライン Ver3.0」（環境省、2024年3月6日改訂）および「カーボンフットプリント表示ガイド」（環境省・経済産業省、2025年2月）が引用されている。

2024/825/ECによる改正後 2005/29/EC, Annex I 第4条 c)²でもオフセットによるカーボンニュートラル等の主張は禁止されている³。

従って、改定案では既存ガイドラインの引用を削除し、オフセットによるカーボンニュートラルやネットゼロ表示が誤解を招くことを明示し、国際的標準及びその解釈に沿ったカーボンオフセットのガイドラインを定めるべきである。

3. ネットゼロ目標など将来に関する表明

該当箇所：P.37-38

日本でもネットゼロ目標を掲げる企業が増えているが、改定案は将来に関する企業の表明の表示方法を扱っていない。国際的にはネットゼロ目標を巡る訴訟や当局調査が相次いでいるにもかかわらず（例えば、世界初のネットゼロ目標を巡る訴訟となった豪州 Santos の事例⁴、[違法と認められたフランスの事例](#)⁵、競争当局が動いたカナダの RBC の事例⁶など）、改定案では一例も示されていない。EU 指令(EU 指令 2024/825/EC による改正後 2005/29/EC, 第6条 2項(d))⁷は、詳細で現実的な実施計画に基づかない将来の環境主張は誤解を招くと規定し、[オーストラリア ACCC も、正当な計画のない野心的目標の明確な主張を避けるべきと指摘](#)している。

従って、改定案の「企業姿勢に対する要求事項」には、将来の環境目標を示す際に、明確・客観的で公開・検証可能な実施計画の存在、予算や技術開発などの裏

² [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](#) (“EU 指令 (2024/825)”)、別紙第(2)項。

³ 特に、EU 指令 (2024/825) のいわゆる“Whereas”条項の第12条では、「気候中立 (“climate neutral”)」、「CO₂ ニュートラル認証 (“CO₂ neutral certified”)」、「カーボンポジティブ (“carbon positive”)」、「気候ネットゼロ (“climate net zero”)」、「気候補償 (“climate compensated”)」、「気候への影響低減 (“reduced climate impact”)」、「CO₂ フットプリントの低減 (“limited CO₂ footprint”)」が禁止の例として挙げられている。なお、同条では、「当該禁止措置も企業がカーボンクレジット・プロジェクトを含む環境イニシアチブへの投資を宣伝することを妨げるものではない」ことも明記されており、企業が、製品・役務の取引とは独立して、カーボンクレジットの購入を通じてカーボンクレジット・プロジェクト等へ貢献したことを表示することは問題ない。

⁴ *Australasian Centre for Corporate Responsibility v Santos Limited* [2026] FCA 96。本事例の結果としては、Santos のネットゼロ目標は合理的な根拠に基づいている等として ACCR の敗訴となった。

⁵ フランスの複数の NGO 団体がエネルギー大手の TotalEnergies Electricité et Gaz France を訴えた事例。本事例では、フランスの裁判所は、TotalEnergies が 2050 年までにネットゼロ目標を達成するというマーケティングは、石油やガスに投資を増加させている事業実態と相容れず、消費者に誤解を招くものであり違法であると判断した。

⁶ 本事例では、カナダの競争当局が、ネットゼロ・エミッションを 2050 年までに達成するというマーケティングを行ったカナダの大手銀行 Royal Bank of Canada に対して 2022 年に捜査を開始した。

⁷ EU 指令 (2024/825)、第1条第(2)項(b)。

付け、独立第三者による検証と定期的な進捗監査、を求める旨を盛り込むべきである。

4. 化石燃料など高汚染製品に対する規制の強化

該当箇所：P.14-31

カーボンオフセットやネットゼロ目標は、化石燃料と組み合わせた環境表示で特に問題となる。日本では石炭やLNG依存が依然高く、「[カーボンオフセット都市ガス](#)」「[ゼロエミッション火力](#)」「[天然ガスはクリーン](#)」などのマーケティングが多く見られる。これらは、採掘・製造・輸送時の排出⁸やCCSの技術上の限界を無視し⁹、化石燃料が環境に良いかのような誤解を与えかねない。

EUでは化石燃料を「高度に汚染性のある (Highly polluted)」と明確に位置付け¹⁰、関連する環境主張は厳格な審査対象となるなど¹¹、国際的に化石燃料の広告規制は強化されている¹²。

従って、改定案では、基本項目1の曖昧な環境主張、基本項目3のライフサイクル要件において、化石燃料に特化した例示を盛り込み、環境に良い印象を与える用語との併用が不適切であること、燃焼時のみを強調し上流における排出を無視する表示はライフサイクルを考慮していないこと、を明確に注意喚起すべきである。

5. 企業姿勢、イメージ広告等に対する法規制の欠如

⁸ 例えば、アンモニアの多くは天然ガスから製造されるが、天然ガスの採掘時や輸送時にはメタンガス漏洩の問題があり、ハーバーボッシュ法による場合、製造工程で多くのエネルギーを必要とする。アンモニア燃焼時には、温暖化係数がCO₂の約300倍とされるNO₂を排出するリスクもある。カーボンロックインの懸念について、クライアントアースの[日経GXへの寄稿記事](#)（有料記事）を参照（全文は[こちら](#)）。

⁹ 例えば、いわゆるブルー水素やブルーアンモニアの製造に用いられるCCSには、CO₂を回収・貯留を行う場合、運搬や貯留場所などに技術的・経済的な課題があり、回収・貯留されるCO₂の比率は100%には程遠いといわれている。また、CCSの設備を稼働するのにも化石燃料が使用され、原料となる化石燃料を採掘する際にメタンが漏洩することなど、ライフサイクル排出量を考慮する必要がある。カーボンロックインの懸念について、クライアントアースの[日経GXへの寄稿記事](#)（有料記事）を参照（全文は[こちら](#)）。

¹⁰ 欧州委員会、「[Commission Notice – Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market](#)」（2021年12月29日）、78頁。Commission Noticeは、EU指令（2005/29/EC）の解釈を補うものとして運用されている。ここでは“Highly polluting industries”の注意事項が記載されているが、その例として“fossil gas”が取り上げられていることから、化石燃料に関わる業界は“Highly polluting industries”であると解釈される。

¹¹ 同上。「“Highly polluting industries”は、裁判所や当局から、その環境主張において、当該製品が環境に全体として悪影響を及ぼすことを消費者に明確に示すよう求められる場合がある」と示唆している。

¹² フランスでは先駆けて[2022年に化石燃料に関する広告を禁止](#)した。ローカルレベルにおいては、2026年2月時点で、[50以上の都市が化石燃料の広告を禁止、または禁止を検討](#)しているといわれている。一方で、日本では化石燃料に対する広告に関して規制する声は聞こえてこない。

該当箇所：P. 37-38

現行法では、企業姿勢やイメージ広告等の取引に直接関係しない環境表示は規制対象外であるが、上記 3 で取り上げた将来に関する声明や、企業イメージ広告における文言や事業計画が排出削減目標や化石燃料への投資を増加させている事業実態と相容れない場合¹³など国際的に重大な問題となっている。日本ではこれを取り締まる法的枠組みがなく¹⁴、企業のイメージ広告に関するグリーンウォッシュが拡大する懸念が強い。

そのため、企業姿勢やイメージ広告に関するガイドラインを強化するとともに、景品表示法の解釈に明確に取り込むための景品表示法の改正を行うべきである。

以上

¹³ 上記脚注 5 のフランスの事例のほか、例えば、[豪州の事例](#)で、石炭採掘会社大手の **Glencore** の 2050 年までにネットゼロを達成するという脱炭素化計画を発表しながら、実際は石炭の産出を拡大し続けており、それがグリーンウォッシュに当たるとして、競争当局の **ACCC** および会社・金融市場等の規制当局である **ASIC** に、そして独立した自主広告規制機関である **Ad Standards** に通報されたものがある。

¹⁴ 有価証券届出書や有価証券報告書等における記載などは金融商品取引法による虚偽記載の責任枠組みが適用されうるが、そうでなければこのような広告を取り締まるのは現行法において難しいと考えられる。

本書は一般的な情報を提供するために作成されたものであり、法律、専門、金融、投資に関するアドバイスを提供するものではありません。特定の状況に関しては、専門家のアドバイスを受ける必要があります。クライアントアースは、提供する情報が正確であるよう努めますが、その正確性については、明示または黙示を問わず、いかなる保証もいたしません。

Beijing Berlin Brussels London Los Angeles Luxembourg Madrid Tokyo Warsaw

ClientEarth is an environmental law charity, a company limited by guarantee, registered in England and Wales, company number 02863827, registered charity number 1053988, registered office The Joinery, 34 Drayton Park, London, N5 1PB, a registered international non-profit organisation in Belgium, ClientEarth AISBL, enterprise number 0714.925.038, a non-profit limited liability company in Germany, ClientEarth gGmbH, HRB 202487 B, a registered foundation in Poland, Fundacja "ClientEarth Prawnicy dla Ziemi", KRS 0000364218, NIP 7010254208, a registered delegation in Spain, Fundación ClientEarth Delegación en España, NIF W0170741C, a registered 501(c)(3) organisation in the US, ClientEarth US, EIN 81-0722756, a registered subsidiary in China, ClientEarth Beijing Representative Office, Registration No. G1110000MA0095H836, a registered subsidiary in Japan, Ippan Shadan Hojin ClientEarth, corporate number 6010405022079, a registered subsidiary and company limited by guarantee in Australia, ClientEarth Oceania Limited, company number 664010655.