

環境ラベルに関する実態調査報告書【概要】

令和8年8月20日

本調査の趣旨

- 気候変動をはじめとする環境問題が喫緊の課題となっており、一般消費者の環境意識が高まっている中、消費者庁は、「グリーン志向の消費行動に関するワーキングチーム」で議論、報告書を昨年取りまとめ
- 平成13年に公正取引委員会が「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態調査報告書」において、景品表示法の考え方を公表

同実態調査報告書で示した考え方を踏まえつつ、近年の変化に鑑み、
景品表示法の考え方を示すため、本調査を実施



包装に再生プラスチックを
25% 使用しています。

本調査対象の環境ラベル

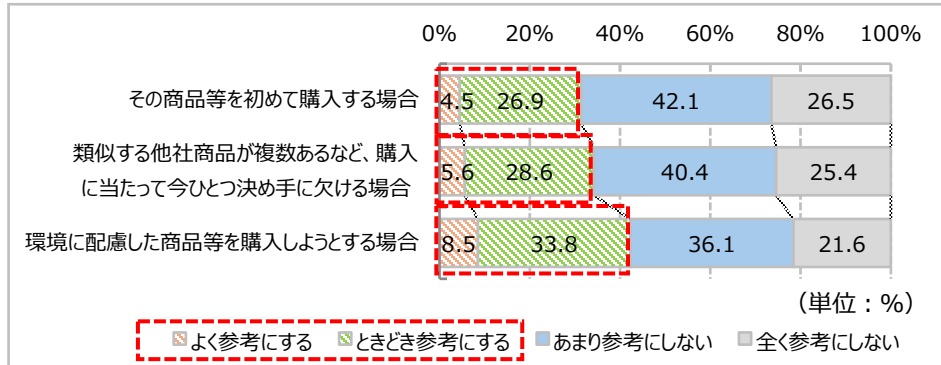
事業者が、自己の供給する**商品・サービスが環境に配慮したもの**であることを**一般消費者に示すマークや目印**のことであり、広告表示の一種

➡ マークや目印を用いて環境配慮を訴求するものであり、**限られたスペースで環境配慮を訴求できることが特徴**

調査方法

1. 事業者ウェブサイトやECサイトなどのインターネット上の一般消費者向け商品又はサービスに係る広告表示に用いられている環境ラベル139種類を収集して**サンプリング調査**
2. 環境ラベルを表示する事業者等（計15者）、第三者認証ラベルの運営主体（3機関）に対し**ヒアリング調査**
3. **一般消費者1,000名**に対し**アンケート調査**

環境ラベルに対する一般消費者の意識



商品・サービスを選択する上で環境配慮が判断要素の一つになっており、環境ラベルの有無を重視している一般消費者が一定数存在

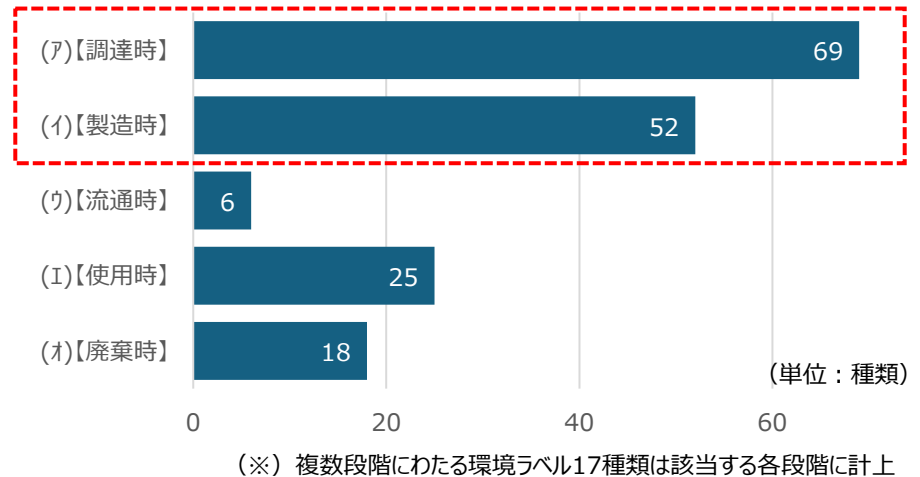
環境ラベルが表示されている商品・サービスの分類

商品・サービスの区分	収集した環境ラベルの種類数
生活・文化用品	42種類
食料品・飲料	38種類
情報・通信機器	13種類
住宅	7種類
家電	1種類
サービス	2種類
複数の商品・サービス区分にまたがって表示されるもの 「プライベートブランド商品に表示される環境ラベル」 5種類 「第三者認証ラベル」 31種類	36種類
合計	139種類

「生活・文化用品」、「食料品・飲料」が全体の過半

訴求しているライフサイクルの段階

- (ア) 【調達時】における環境配慮を訴求
- 原材料等に再生素材、生物由来素材（バイオマス素材）、森林認証紙を使用
- (イ) 【製造時】における環境配慮を訴求
- 省資源化（石油由来プラスチック等の削減）
 - 製造工程におけるカーボンニュートラル
- (ウ) 【流通時】における環境配慮を訴求
- 積載効率化による省エネルギー及び脱炭素化
 - モーダルシフト（トラックから船舶や鉄道へ転換）による脱炭素化
- (エ) 【使用時】における環境配慮を訴求
- 商品使用時の省エネルギー、節水
- (オ) 【廃棄時】における環境配慮を訴求
- 資源分別によるリサイクル（再資源化）やリユース（再利用）
 - 省包装や詰め替えによるリデュース（廃棄物発生抑制）



「調達時」と「製造時」における環境配慮の訴求が全体の約7割

(1) 訴求する対象範囲の明確性

サンプリング調査結果

環境ラベル139種類のうち、**訴求する環境配慮の対象が商品本体か、包装等か、商品と包装等の全体かが明確でないものが20種類**みられた。

明確である
119

明確でない
20

(具体例) 衣服のタグに、原材料として再生素材を利用している旨を示す環境ラベルが表示されているが、再生素材が利用されている範囲が衣服か、タグかが明確でない。

ヒアリング調査結果

- 他社の環境ラベルの中には、環境配慮の対象範囲が付属品である旨の表示が非常に小さく、一見すると商品全体が対象であると誤解してしまうものがあるとの指摘が複数あった。

アンケート調査結果

約7割(73.7%)の一般消費者は、**対象範囲に商品が含まれる**と思うと回答



(2) 原材料等の環境配慮を訴求する場合の使用割合の明確性

サンプリング調査結果

原材料等の環境配慮を訴求している環境ラベル62種類のうち、**使用割合が具体的な数値を用いて明確に表示されていないものが29種類**みられた。

＜原材料等の環境配慮を訴求している環境ラベル（62種類）＞

表示されている
33

表示されていない
29

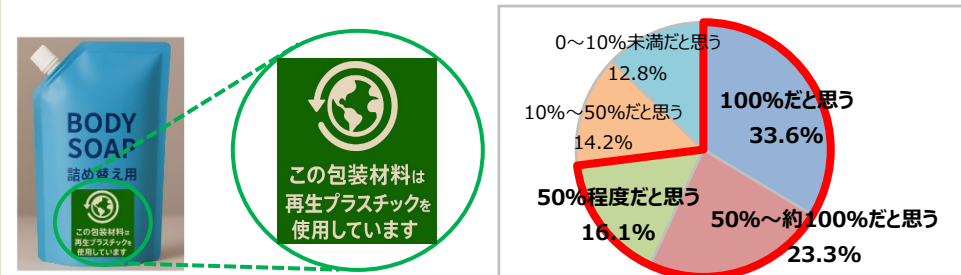
(具体例) 食品の容器包装に「バイオマス素材を使用」と示す環境ラベルが表示されているが、バイオマス素材の具体的な使用割合が明確でない。

ヒアリング調査結果

- 商品ごとに使用割合が異なり社内での管理が煩雑なことを理由に、原材料等の使用割合を明確に表示していないと述べる事業者がいた。

アンケート調査結果

約7割(73.0%)の一般消費者は、**使用割合は50%程度以上**だと思うと回答



(3) 石油由来プラスチック等の削減を訴求する場合の削減率の明確性

サンプリング調査結果

石油由来プラスチック等の削減をもって環境配慮を訴求する環境ラベル25種類のうち、**削減率が具体的な数値を用いて明確に表示されていないもの**が15種類みられた。

＜石油由来プラスチック等の削減を訴求する環境ラベル（25種類）＞



（具体例）食品の包装に、「外装プラ削減」とプラスチックを削減して製造された旨を示す環境ラベルが表示されているが、プラスチックの具体的な削減率が明確でない。

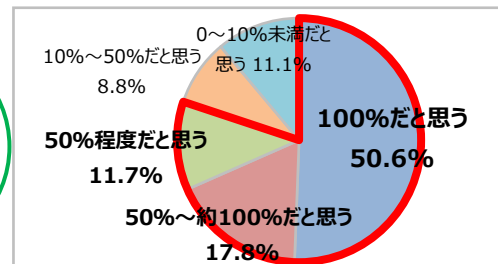
ヒアリング調査結果

- 削減率については当局から景品表示法上の考え方が示されていないことを理由に、明確に表示していないと述べる事業者がいた。

（注）平成13年の公正取引委員会による実態調査報告書では、強調する原材料等の使用割合について景品表示法上の考え方は示されているが、削減率については明示されていない。

アンケート調査結果

約8割（80.1%）の一般消費者は、**削減率が50%程度以上**だと思つと回答

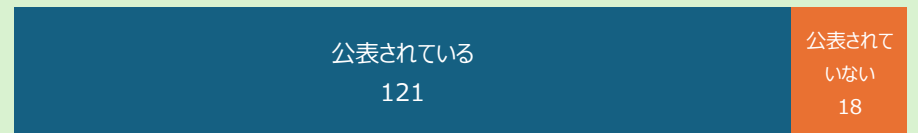


(4) 訴求する環境配慮がもたらす効果の実証データ等による表示の裏付け

サンプリング調査結果

環境ラベル139種類のうち、**表示の裏付けとなる実証データ等を表示自体から確認できるものはなかった。**

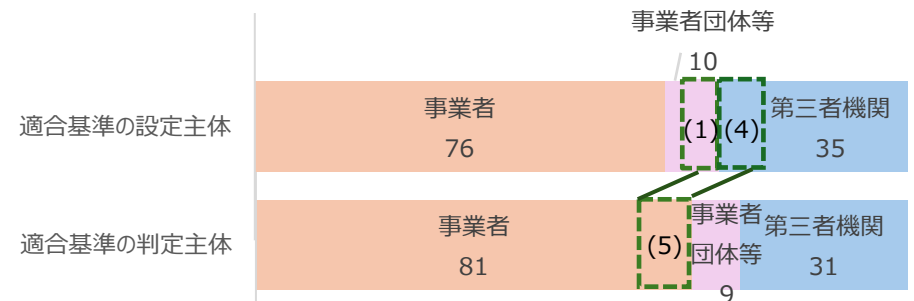
他方、環境ラベルを表示させることができる基準（**適合基準**）の公表の有無が確認できなかったものが18種類あった。



ヒアリング調査結果

- 適合基準を設定しているが当該基準を公表していないと述べる事業者がいた。

＜適合基準の設定主体と判定主体＞

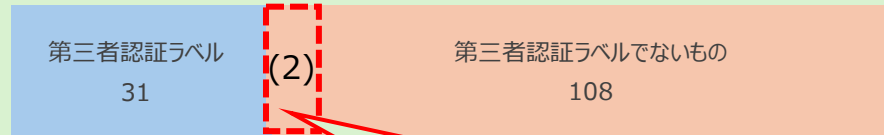


- 適合基準の設定主体が事業者団体等(10種類)のうち1種類及び第三者機関(35種類)のうち4種類は、適合基準の判定主体が事業者であった。
- 第三者認証ラベルは31種類あった。

(5) 第三者認証ラベル

サンプリング調査結果

第三者認証ラベルでないもの108種類のうち、一見すると**第三者認証ラベル**のようであるかのように見受けられるものが2種類みられた。



第三者認証ラベルではないのに、「認証」の文言又は認定番号が付されたものが2種類あった。

アンケート調査結果

約6割（62.2%）の一般消費者は、「**X機関認証**（X機関は**独立した第三者機関**）」と記された環境ラベルが**一番信頼できる**と思うと回答

	最も（1番） 信頼できる	次に（2番目に） 信頼できる	3番目に信頼する
X機関は 独立した 第三者機関 	62.2%	19.3%	18.5%
A社は 供給事業者 	9.6%	52.3%	38.1%
	28.2%	28.4%	43.4%

● 第三者認証ラベルに関連して ●

ヒアリングでは、**第三者認証ラベル**を取得した商品・サービスは、プラットフォーム上の各種サイトで**プラットフォーム事業者から独自のマークを付され、上位表示されやすい傾向**にあると思われることから、**比較的容易に基準をクリアできる**第三者認証ラベルのみを**取得している**と述べる事業者がいた。実際に、一定の環境ラベルが付されている商品・サービスに、プラットフォーム事業者による独自のマークが表示されているケースがみられた。

(6) 表示の内容の明確性

サンプリング調査結果

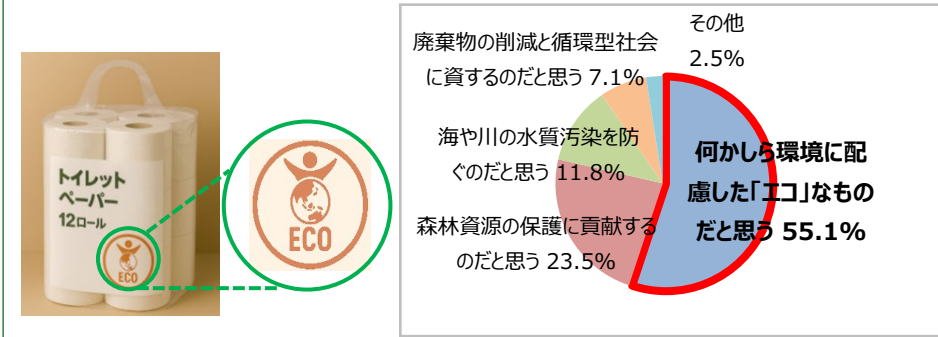
環境ラベル139種類のうち、説明等が併記されていないなど、訴求する**環境配慮の内容が外形上明確でないもの**が59種類みられた。



（具体例）化粧品の外箱に、「ECO」の文字と木の葉のイラストで構成される環境ラベルが表示されているが、環境配慮に関する具体的な説明はない。

アンケート調査結果

より具体的な訴求内容を選択した消費者も4割ほどいたものの、**5割強（55.1%）**の一般消費者は、**何かしら「エコ」だ**と思うと回答



環境ラベルにおける景品表示法上の考え方及び消費者庁の取組

環境ラベルによって、その商品・サービスが実際のもの又は事実に相違して競争事業者のものよりも著しく環境に配慮していると一般消費者に誤認される場合には、**不当表示（優良誤認表示）**として景品表示法上問題となる。

■ 環境ラベルの対象範囲が明確に表示されておらず、実際には環境への効果を有する範囲が商品・サービスの一部にとどまる場合

- 環境ラベルの対象範囲（訴求する環境配慮の対象が、商品本体か、包装等かなど）を明確に表示するなど**対象範囲が全体又は主要な部分であると認識されない表示**とする必要がある。
- 対象範囲を表示する場合、**文字の大きさ、配置箇所等に留意**する必要がある。

■ 環境ラベルにおいて、環境に配慮した原材料等の使用割合又は省資源化（石油由来プラスチック等の削減）による削減率が明確に表示されておらず、実際には一部にとどまる場合

- 使用割合／削減率を明確に表示するなど**使用割合が100%又は大部分であると認識されない表示**とする必要がある。
- 使用割合を表示する場合、「○%」（確定値）以外にも、例えば、「○%未満」や「□%～◇%」などの表示も考えられる。

■ 環境ラベルの訴求する環境配慮がもたらす効果の実証データ等による裏付けがない場合

- 環境ラベルの訴求する環境配慮がもたらす効果の**実証データ等**を、**表示の裏付けとなる根拠**として有している必要がある。
- 実証データ等**は、**環境ラベルの表示内容と適切に対応**している必要がある。

■ 第三者認証ラベルではないにもかかわらず、第三者認証ラベルであるかのように表示する場合

- 第三者認証ラベルではない場合には、**第三者認証ラベルであるとの印象を与えるような表示をしない**ようにする必要がある。

■ 環境ラベルが、「エコ」や「グリーン」等の文字や自然をモチーフにしたイラストのみで構成されており、訴求する環境配慮の内容が明確でない場合

- 訴求する環境配慮の内容が明確でない場合、環境ラベルの訴求する環境配慮の**具体的な内容が分かりやすく伝わるように工夫**することが求められる。

プラットフォーム事業者が独自に付するマークについて

- ◆ 留意点は、環境ラベルについての留意点と同様である。
- ◆ 加えて、環境配慮の度合いに応じた認証基準とするなど、よりきめ細やかな消費者への情報提供が可能となるようなマークとすることが望ましい。

消費者庁の取組

- ▶ 環境ラベルに関する不当表示等を防止するため、本調査報告書において示した考え方を、関係する省庁（環境省）等とも連携を図りながら、広く事業者等に周知する予定。
- ▶ 環境ラベルに関する不当表示等が疑われる事案に接した場合には、迅速に指導を行い是正を図ることを含め、景品表示法に基づき厳正に対処していく。

消費者においては、こんな環境ラベルに注意しましょう

- ✓ 訴求する環境配慮の対象（商品本体か、包装等かなど）が明確でないもの
- ✓ 環境に配慮されている割合や率が明確でないもの
- ✓ 環境配慮効果の裏付けがあるか、第三者認証ラベルであるかが疑わしいもの
- ✓ 訴求する環境配慮の内容が明確でないもの