

気候ネットワーク
消費者目線でグリーンウォッシュ広告を問う
第5回「欧州におけるグリーンウォッシュ広告規制の最新動向と企業が取べき対応」

報告

EUにおける環境訴求規制の現状と展望
——改正不公正取引方法指令の射程

2025年8月1日（金）

カライスコス アントニオス
龍谷大学法学部教授
karaiskos@ymail.ne.jp

プロフィール

1 略歴

- ・ アテネ大学法学部卒業後、アテネ大学大学院法学研究科修士課程を修了
- ・ 修士課程在学中にギリシャ共和国司法試験に合格し、アテネ弁護士会所属の弁護士として実務に携わる
- ・ 文部科学省の国費留学生として日本に留学し、早稲田大学で博士号（法学）を取得
- ・ 京都学園大学専任講師、立正大学専任講師、関西大学准教授、京都大学准教授を経て2023年4月より現職
- ・ INTI 国際大学（マレーシア）特別研究員、元マラヤ大学（マレーシア）法学部客員教授、元タマサート大学（タイ）法学部客員准教授、元スオール・オルソラ・ベニンカーサ大学（イタリア）法学部客員准教授

2 役職等

- ・ 日本消費者法学会理事、京都市消費生活審議会委員、特定非営利活動法人消費者支援機構関西理事、一般社団法人ダークパターン対策協会理事、総務省情報通信法学研究会構成員、消費者庁新未来創造戦略本部「新未来ビジョン・フォーラム」フェロー、消費者庁新未来創造戦略本部「デジタル時代におけるより良い消費生活を支える信頼の構築に係る官民共創ラウンドテーブル」構成員、徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク（TIS）構成員、国民生活センター調査研究誌「国民生活研究」外部編集委員、法律雑誌「消費者法研究」アドバイザリー・ボード構成員 等
- ・ Fellow of the European Law Institute (ELI), Member of the Asian Law and Society Association, Member of the Scientific Board of Mediterranea International Centre for Human Rights Research (Italy), International Academic Fellow of the Malaysian Center for Satellite Universities Education (PPSU), Member of the Scientific Committee of the European Journal of Privacy Law and Technology (Italy), Member of the International Editorial Committee of the Journal of Liberty and International Affairs (Republic of North Macedonia), Member of the Editorial Board of the Journal of Law, Market and Innovation (Italy), Member of the Editorial Board of the Asian Crime and Society Review (Thailand), Member of the Scientific Council, Acta Iuridica Resoviensia (formerly: The Scientific Journal of the University of Rzeszow, Law Series), etc.

3 主な書籍

- ・ 宮下修一＝寺川永＝松田貴文＝牧佐智代＝カライスコス アントニオス『消費者法』（第2版、ストゥディア・シリーズ、有斐閣、2024年）
- ・ カライスコス アントニオス『不公正な取引方法と私法理論——EU法との比較法的考察』（法律文化社、2020年）
- ・ 谷本圭子＝坂東俊矢＝カライスコス アントニオス『これからの消費者法——社会と未来をつなぐ消費者教育』（第2版、法律文化社、2023年）

4 その他

- ・ 2022年3月、第5回津谷裕貴・消費者法学術実践賞を受賞
- ・ 主に日本とEUにおける民法・消費者法の比較法的研究に取り組んでいる

I 不公正取引方法指令による環境訴求の規制¹

1 不公正取引方法指令とは？

不公正取引方法指令 2005/29/EC²

- ・ 消費者に対して事業者が行う不公正な取引方法を広く禁止
 - ⇒ 消費者に対して事業者が行う取引方法：事業者による作為、不作為、行為態様または表示、取引通信（広告およびマーケティングを含む）であって、消費者への商品の販売促進、販売または供給に直接関係するもの
 - ⇒ 商品に関する取引の前に、その際に、またはその後に、消費者に対して事業者が行う不公正取引方法に適用
- ・ 3つの段階における規制（抽象性と具体性のバランス）
 - ① **ブラック・リスト**
 - いかなる場合にも不公正となる取引方法のリスト
 - ② **小さな一般条項**
 - 不公正取引方法の代表的なカテゴリーとしての、誤認惹起的取引方法と攻撃的取引方法を禁止する一般条項
 - ③ **大きな一般条項**
 - あらゆる不公正取引方法を禁止する大きな一般条項
- ・ 日本法で言うとは？
 - ⇒ 語弊を恐れずに例えるなら、消費者契約法の勧誘規制＋特定商取引法＋景品表示法＋α

¹ 本報告の内容に関する文献として、カライスコス アントニオス「持続可能性と消費者法」法の支配 214号（2024年）73頁以下、同「EUにおける環境訴求の規制——不公正取引方法指令と2つの新たな指令提案を中心に」龍谷法学 56巻4号（2024年）117頁以下（https://www.law.ryukoku.ac.jp/gakkai/data/hougaku/hougaku56_4.pdfにて閲覧可能）を参照。

² Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive'). 最新の改正後の不公正取引方法指令の紹介と和訳として、中田邦博＝カライスコス アントニオス＝古谷貴之「2024年改正 EU 不公正取引方法指令の意義と条文訳——グリーン移行指令による改正を踏まえ」龍谷法学 58巻1号（2025年）（https://www.law.ryukoku.ac.jp/gakkai/data/hougaku/hougaku58_1.pdfにて閲覧可能）を参照。同指令について詳細に分析する文献として、カライスコス アントニオス『不公正な取引方法と私法理論——EU法との比較法的考察』（法律文化社、2020年）も参照。

- ・ 不公正取引方法指令の解釈および適用に関するガイダンス³
⇒ 不公正取引方法指令の解説、ならびにこれに関する EU レベルおよび加盟国レベルでの当局や裁判所の判断等を集約
⇒ 立法ではないため拘束力を有しないが、広く参照されている

2 不公正取引方法指令による環境訴求の規制

2-1 改正前の規制

(1) 特別の規定の不存在

- ・ 環境訴求に特化した規定は置かれていなかった
⇒ しかし！環境訴求が事実³に反するものである場合には、不公正取引方法に該当する可能性があることが当然の前提とされていた
※ 不公正取引方法指令は、環境訴求の規制における一般法として位置づけられる

(2) 環境訴求の規制の概要

- ① 認定、ラベル、自主行動規準に関する一定の主張またはマーケティングに関する ブラック・リスト の一定の項目に該当する環境訴求は、当然に不公正なものとなる
- ② 環境訴求は、消費者の誤認を生じさせ、かつ、それがなければ行わなかったであろう取引上の決定を消費者にさせるもの (小さな一般条項 に反するもの) であってはならない (誤認惹起的取引方法に関する 6 条、7 条)
- ③ 「職業上の注意の要求事項」に反するあらゆる取引方法を禁止する受け皿規定としての 大きな一般条項
⇒ 「職業上の注意の要求事項」の水準を決定する際、国内のおよび国際的な自主行動規準も考慮されうる
- ④ 事業者は、環境訴求を裏付ける証拠を有し、かつ、環境訴求が争いの対象となった場合には、所管当局等にこれを分かりやすい形で提示できる準備がなければならない (主張の実証 に関する 12 条)

³ 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, C/2021/9320.

(3) 環境訴求の規制の内容

① ブラック・リストにおける項目

誤認惹起的取引方法

1. 事業者が、事実とは異なり、自主行動規準の署名者であると主張すること
2. 必要な許認可を得ていないにもかかわらず、トラストマーク、クオリティマークその他同様のものを表示すること
3. 事実とは異なり、自主行動規準が公的機関その他の団体から認定を受けたと主張すること
4. 事業者（その取引方法を含む）もしくは商品が、事実とは異なり、公的機関もしくは民間団体から認可、認定もしくは許可を受けたと主張し、または事業者もしくは商品が認可、認定もしくは許可の条件を遵守しないにもかかわらず、そのように主張すること
10. 法律が消費者に与える権利を、事業者の申入れの顕著な特徴として示すこと
例：法令が禁止する成分であるにもかかわらず、商品がその成分を含んでいない旨をアピールすること

② 誤認惹起的取引方法

ア 誤認惹起作為

・ 誤った情報の提供

例：生（物）分解性のものであるとの主張が事実と反する場合、あるいは、これを裏付ける試験が行われていない場合

例：電化製品が「環境に優しい（エコの）」ものだとしながらも、試験からは異なる結果が得られている場合、あるいは、そもそも試験が行われていない場合

例：タイヤが「エコタイヤ」だとしながらも、試験の結果が必ずしも一貫してそのことを示しているわけではない場合

例：竹を含む食器が持続可能、リサイクル可能かつ環境に優しい、プラスチック商品の代替物であるとしながらも、そのような商品がプラスチック、竹（時として竹パウダー）、メラミンとホルムアルデヒドを組み合わせた樹脂で作られたものである場合

・ 情報の不適切な示し方

⇒ 使われているレイアウト、色彩、画像、音、シンボルやラベル

※ 例：木、森林、水、動物の画像、あるいは、青色や緑色の背景や文字

・ 抽象的・一般的な環境訴求

⇒ 十分な裏付けがなく、かつ、環境訴求に関連する商品の側面が特定されていない場合

例：「環境に優しい」、「エコ」、「グリーン」、「自然フレンドリー」、「エコロ

ジカル」、「気候に優しい」、「汚染物質がない」、「生分解性」、「ゼロエミッション」、「カーボンフレンドリー」、「CO² 排出量の削減」、「カーボンニュートラル」、「気候ニュートラル」、さらには「意識の高い」、「責任ある」というより広範な主張

例：電気自動車レンタルが「エコロジカル」だと主張しながらも、たとえば、使用されている電力が再利用可能な資源によるものではない場合

例：レンタカー事業について「CO² ニュートラル」（カーボンオフセット）だと表示しながらも、炭素除去の対象となるキロメートル、削減の方法等について適切な情報を提供しない場合

例：髪の毛や肌のケア商品をマーケティングする際に、「エコ」「有機」であると表示しつつも、他に十分な情報を提供しない場合

※ 単に、第三者による認証ラベル等を表示しているだけでは、不十分

例：お菓子の商品 1 袋の購入について木を 1 本植えると広告しつつ、実際には、売り上げ数とは無関係に一定の数の木を植えることに同意している場合

- ・ 部分的にのみ該当する環境訴求

例：「100%再利用可能なエネルギーを用いた」としつつ、実際には、商品の製造工程の一部のみにこれが該当する場合

例：「持続可能なコットン」としつつ、実際にはトレーサビリティが確保されておらず、製造工程において一般のコットンと分離されていない場合

例：人工芝について、その利用の場面で水を要しないことから環境に優しいと表示しつつ、実際にはその製造および処分の中で環境に悪影響が及ぶ場合

例：水の消費量が少ない商品であると表示しつつ、実際には、その商品は同様の商品よりも多くのエネルギーを消費する場合

- ・ その他

⇒ 環境訴求は、適宜再評価および更新されなければならない

⇒ 社名、ブランド名、商品名に含まれている環境訴求も対象となる

例：化石油の商品名に「環境に配慮する」などの言葉が含まれている場合

⇒ 高汚染産業の場合、環境訴求の表示方法に特に注意を要する

例：「環境に優しい」ではなく、「環境にとってより有害ではない」

例：化石ガスの広告における、「環境に優しいエネルギー源」との表示

⇒ 自主行動規準を遵守している并表示する場合、実際にその内容を遵守しなければならない

⇒ ラベル・スキーム、認定、ロゴなどにも適用

イ 誤認惹起不作為

- ・ 追加情報の提供方法

⇒ 環境訴求に関する追加情報を、たとえば環境訴求の隣に表示するなど、より顕著な方法で提供できるにもかかわらず、あえて、消費者がこれを取得するためにはリンクのクリックなどの追加的な行動をしなければならないようにすることは、誤認惹起不作為に該当する場合がある

⇒ 商品のパッケージ、ポスター、看板、雑誌等、スペース上の制約がある媒体における環境訴求の場合には、追加情報を他の場所で提供すること自体は認められるが、事業者は、環境訴求とそのような情報の関連性を明確に示さなければならない

⇒ 環境訴求を目立つように表示しつつ、これに関する追加情報をあえて目立たないように表示することも、状況次第では誤認惹起不作為に該当する

- ・ 対象となる側面等の特定

⇒ 環境訴求が商品のどのような側面等を対象としているのかを特定しないことは、誤認惹起不作為に該当する

※ ただし！ 制定法に基づく環境訴求や公的なエコラベル・スキームの場合を除く

例：企業の社会的責任に関する声明や一部の商品に該当する持続可能性ラベルなど、一般的な環境訴求がウェブサイトに掲載されている場合、消費者の誤解を避けるため、個別具体的な商品に該当する環境訴求がどれなのかを明確にしなければならない

例：環境訴求が、商品全体あるいはそのいくつかの要素に関するものなのか、企業の全般的な活動あるいはその一定の活動に関するのか、どのような環境への影響あるいはプロセスに関するものなのかが明確にされなければならない

③ 環境訴求の実証

- ・ 当局等による実証可能性を確保しなければならない（12 条）

- ・ 環境訴求の正確性に関する証明責任は、事業者が負う

⇒ ただし！ 当局等は、機密情報についてはその機密性を遵守しなければならない

例：ミネラルウォーターの会社がその商品が環境への「ゼロ・インパクト」のものだと主張していたが、環境への悪影響を賠償するプロジェクトに参加していること以外の取り組みを実証することができなかった

- ・ 裏付けは、マーケティングが行われている間は最新の状態に更新されなければならない

(4) エンフォースメント

- 環境訴求に関するエンフォースメントは、不公正取引方法指令の一般的なエンフォースメント体制の枠組みにおいて行われる
- 不公正取引方法指令には、エンフォースメントに関する規定として、次のものが置かれている
 - ⇒ 実効性確保に関する規定（11 条）
 - ⇒ 救済に関する規定（11a 条）、
 - ⇒ 裁判所および行政機関による主張の正当性の実証に関する規定（前述の 12 条）
 - ⇒ 制裁（罰則）に関する規定（13 条）
- 不公正取引方法指令のエンフォースメントについて重要となるのが、消費者保護協力ネットワーク（Consumer Protection Cooperation network; CPC network）の存在である。
 - ⇒ 消費者保護協力規則（EU）2017/2394⁴によって設立されたもので、加盟各国において消費者法の執行を所管する当局によって構成されている
 - ※ 加盟国の所管当局に、不公正取引方法指令を含む EU 消費者法への違反行為についてスウィープ（一斉調査）を実施する権限を付与している（29 条）⁵
 - ◇ 欧州委員会および加盟国の当局は、2020 年に、EU におけるウェブサイトを対象として、環境訴求に関するスウィープを行った
…その結果、抽象的な、虚偽の、あるいは欺瞞的な環境訴求が多数存在することが確認された

2-2 改正後の規制

より良い保護およびより良い情報提供を通じて、グリーンへの移行のために消費者をエンパワーすることに関する指令（EU）2024/825⁶

⇒ 不公正取引方法指令、および、後述の消費者権利指令を改正

⁴ 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

⁵ EU におけるスウィープ制度の活用および日本における中央政府と地方政府との間での同様の連携の可能性については、カライスコス アントニオス「EU 法からみた日本景品表示法の特徴と課題」ジュリスト 1587 号（2023 年）14 頁以下を参照。

⁶ 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

(1) 定義規定の追加

- ・ 「環境訴求」「一般的な環境訴求」、「持続可能性ラベル」、「認証スキーム」および「承認された優れた環境パフォーマンス）」などの定義を追加

(2) 誤認惹起的取引方法に関する小さな一般条項の改正

不公正取引方法指令の誤認惹起的取引方法に関する小さな一般条項（6条および7条）を、次の通り改正

ア 誤認惹起作為

- ・ 6条(1)の誤認惹起作為の対象となる要素を定める諸項目のうちの(b)に、商品の主な特性として、耐久性、修理可能性、リサイクル可能性などの循環性の側面を追加
- ・ 同条(2)に、誤認惹起作為に該当する場合として、測定可能で期限を付した目標や、資源の配分など実施を支援するために必要なその他の関連要素を含む、詳細かつ現実的な実施計画に定めた、明確で客観的、一般に入手可能で検証可能な約束なく、かつ、独立した第三者である専門家によって定期的に検証され、その結果が消費者に提供されることなく、将来の環境パフォーマンスに関する環境訴求を行うこと（新項目(d)）を新たに規定

イ 誤認惹起不作為

- ・ 誤認惹起不作為に関する7条に、事業者が、商品を比較するサービスを提供し、商品またはその供給者の環境的もしくは社会的特性、または耐久性、修理可能性、リサイクル可能性などの循環的側面に関する情報を消費者に提供する場合、比較の方法、比較の対象である商品およびその商品の供給者に関する情報ならびにその情報を最新に保つための措置に関する情報が、同条の定める「重要な情報」とみなされるという規定を追加

(3) ブラック・リストの改正

- ・ 次の項目を、いかなる場合にも不公正となる取引方法として追加
 - ⇒ 認証スキームに基づかず、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を表示すること（新設された2a番）。
 - ⇒ 事業者が、主張に関連する承認された優れた環境パフォーマンスを示すことができないにもかかわらず一般的な環境訴求をすること（新設された4a番）
 - ⇒ 商品の特定の側面または事業者の事業における特定の活動のみに実際に関係するものであるにもかかわらず、商品全体について環境訴求をすること（新設された4b番）。
 - ⇒ 商品が温室効果ガス排出の面で環境に与える影響について、これが中立的、削減的または肯定的なものであることを、温室効果ガス排出のオフセットに基づ

いて主張すること（新設された 4c 番）

- ⇒ EU 市場における関連商品カテゴリーのすべての商品に対して法が課す要求事項を、事業者の申込みの特徴として提示すること（新設された 10a 番）
- ⇒ ソフトウェア・アップデートがデジタル要素を伴う物品の使用またはその商品の特定の機能に悪影響を与えることについて、消費者に情報を提供しないこと（新設された 23d 番）
- ⇒ 機能を向上させるのみであるソフトウェア・アップデートを、必要不可欠であるかのように提示すること（新設された 23e 番）
- ⇒ 物品の耐久性を制限するために導入された特性を有する物品について、その特性およびこれが物品の耐久性に及ぼす影響に関する情報が事業者にとって入手可能であるにもかかわらず、その物品について商業通信を行うこと（新設された 23f 番）
- ⇒ 通常の使用条件において、物品が使用期間や使用強度について特定の耐久性を有するとの虚偽の主張をすること（新設された 23g 番）
- ⇒ 修理が不可能であるにもかかわらず、修理が可能であるかのように物品を提示すること（新設された 23h 番）
- ⇒ 技術的な理由から、物品の消耗品を必要以上に早く交換し、または補充するように消費者を誘導すること（新設された 23i 番）
- ⇒ 元の製造業者が供給していない消耗品、スペア・パーツまたは付属品を使用した場合に、物品の機能性を損なうことに関する情報を隠し、または機能性を損なうとの虚偽の主張をすること（新設された 23j 番）

II 消費者権利指令による規制

消費者権利指令⁷

- ⇒ 消費者に対する事業者の一般的情報提供義務等を定める

⁷ Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. 同指令の和訳として、寺川永＝馬場圭太＝原田昌和訳「2011 年 10 月 25 日の消費者の権利に関する欧州議会及び理事会指令」、中田邦博＝鹿野菜穂子編『消費者法の現代化と集団的権利保護』（日本評論社、2016 年）551 頁以下を参照。

- ・ 消費者権利指令の改正内容は、主に「調和されたラベル (harmonised label)」(以下、「調和ラベル」という) に関するもの
- ⇒ 製造業者が提供する、耐久性についての約定保証に関する情報を記載した調和ラベルを導入している
- ※ 調和ラベルには、適合性についての法定保証への言及が含まれる
 - ※ 調和ラベルは、商品全体に適用され、2 年以上継続する無償の、耐久性についての約定保証の対象となる特定の商品がどの商品であるのかを消費者が容易に認識できるような方法で、目立つように表示されなければならないと定められている
- ・ 適合性についての法定保証に関する情報を提供するために、調和された通知 (harmonised notice) が店舗やウェブサイトが目立つように表示されなければならない
 - ・ 調和ラベルのデザインと内容に関する執行権限が、欧州委員会に付与されている

III 環境訴求指令提案における規制

環境訴求指令提案⁸

1 概要

- ・ 2023 年 3 月 22 日に提案
- ⇒ 2024 年 3 月 12 日、欧州議会は、第一次的な修正提案を公表した⁹
- ※ 本報告では、これに基づいて紹介する
 - ・ 指令であるため、採択された後には、加盟各国での国内法化を要する
 - ・ 環境訴求を行う事業者は、その裏付けを行うこと、および、消費者に対して正確に訴求することを義務付けられる
 - ・ 前記の、不公正取引方法指令および消費者権利指令の改正を補完するものとして位置づけられる
 - ・ 環境訴求指令提案は、不公正取引方法指令の特別法として、環境訴求の（イ）実証、（ロ）伝達、（ハ）認定について、詳細な規定を置くものとなる

⁸ Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive).

⁹ https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0131_EN.html

- ・ 近時の展開

- ⇒ 2025 年 6 月 20 日、欧州委員会は、指令提案を撤回する意向を表明した
 - ※ その理由は、従業員 10 人未満、年間売上高 200 万ユーロ未満の零細企業が規制の対象に含まれていることへの懸念であった
- ⇒ この発表により、2025 年 6 月 23 日に予定されていた三者間協議（トリローク）交渉が中止された
 - ※ この交渉は、指令の最終化を目的としていた
- ⇒ この動きは、欧州人民党（EPP）からの圧力によるもので、同党は特に小規模事業者に対するコンプライアンス負担が過剰であると主張していた
- ⇒ しかし、その直後、欧州委員会は「正式な撤回ではない」と釈明した
 - ※ 撤回の表明は、零細企業が除外されない場合に限るという条件付きのものであった
- ⇒ 実際には、欧州議会はすでに零細企業の除外に合意していたため、欧州委員会による撤回理由には疑問が残っていた
- ⇒ 現在、この指令の今後の進展は不明確な状態にあり、政治的合意の再構築と EU 加盟国間で規制の範囲について合意が得られるかどうかにかかっている

2 環境訴求の実証および認定

(1) 環境訴求の実証

- ・ 事業者が、自己の「明示的な環境訴求」を実証できることの義務付け
 - ⇒ 「明示的な環境訴求」：テキスト形式または環境ラベルに含まれる環境に関する訴求を意味する（2 条(2)）（以下、単に「環境訴求」という）
- ・ 具体的には、事業者は、次のような実証を求められる
 - ⇒ 環境訴求が製品の全体または一部に関連しているのか、製品のライフサイクルの一部に関連しているのか、製品の一部の側面に関連しているのか、事業者のすべてまたは特定の活動のみに関連しているのかを特定すること（3 条(1) (a)）
 - ⇒ 独立した、ピアレビューの、広く認められている強固かつ実証可能な科学的証拠に依拠し、正確な情報を使用すること（3 条(1) (b)）
 - ⇒ 環境訴求の対象となっている環境への影響がライフ・サイクルの観点から見て重大であることを示すこと（3 条(1) (c)）
 - ⇒ 環境パフォーマンス評価に基づいて環境訴求を行う場合には、関連するすべての環境側面あるいは環境パフォーマンスにとって重要である環境影響を考慮に入れること（3 条(1) (d)）
 - ⇒ 環境訴求が法令によって商品または事業者課される要件と同等ではないこ

とを示すこと (3 条(1) (e))

⇒ 商品または事業者が一般的な基準と比較して環境側面に関して著しく優れたパフォーマンスを発揮しているかどうかに関する情報を提供すること (3 条(1) (f))

⇒ 主張されている環境側面の改善が、たとえば、環境や環境への特定の影響（気候変動や生物多様性等）においてマイナスのトレードオフをもたらすかどうかを特定すること (3 条(1) (g))

⇒ 温室効果ガス排出量から使用されるカーボン・クレジットを追加の環境情報として分離し、そのクレジットにさらに説明すること (3 条(1) (h))

⇒ カーボン・クレジットを使用する場合は、二重カウントを避けるためにクレジットが認証スキームのレジストリから適切に削除されたことを示す次の証拠を提供しなければならない。すなわち、基準年排出量の割合として表される残留排出量の割合、残留排出量内の生物起源および化石起源の排出量の割合、使用された基礎となるクレジット活動の量と種類である (3 条(1) (ha))

⇒ 環境への影響に関する一次情報（所有、研究、調達などを通じて事業者がアクセスまたは入手できるもの）を含めること (3 条(1) (i))

⇒ 一次情報が利用できない場合は、一次情報を補完するものとして、商品または事業者の特定のバリュー・チェーンを表す、環境への影響に関する関連する二次情報を、二次情報が使用されている正当化根拠と共に含めること (3 条(1) (j))

⇒ 貢献訴求にカーボン・クレジットを使用する場合は、製品または事業者の気候または環境への影響の改善を主張するために金銭的な貢献が使用されていないことを確認し、追加の環境情報として、金銭的な貢献を製品または事業者の気候または環境への影響から分離すること (3 条(1) (ja))

十 追加的な要求事項

⇒ カーボン・クレジットの使用に基づく製品の環境への影響が中立、軽減、またはプラスであるという環境訴求の禁止 (3 条(3a)) 等

(2) 環境訴求の認定に関する制度の構築

- ・ 明示的な環境訴求については、加盟国は、その実証および伝達に関する認定のための手続を設けなければならない (10 条)
- ・ 認定者は、製品のマーケティングに関する認定と市場監視の要件を定める規則 (EC) No 765/200865 に従って認定された、第三者である適合性評価団体が務める (11 条)
- ・ 零細・中小規模事業者の負担を軽減するべく、加盟国は、環境訴求指令提案の定める要求事項を遵守することを支援するための適切な措置を講じなければならない (12 条)

3 環境訴求の伝達

- ・ 事業者は、環境訴求を行う場合には、環境訴求指令の要求事項を満たす環境訴求とその実証に関する情報を、規定されている方法に従い伝達（表示）する義務を負う（5条(2)）
 - ⇒ その伝達は、文字、ウェブ・リンク、QRコード、デジタル製品パスポートその他同様の方法で行われなければならない（5条(6)）
- ・ 環境訴求について伝達される情報には、少なくとも、環境訴求の認定に関する適合性証明書と、証明書を作成した検証者の連絡先等が含まれなければならない（5条(6)(e)）。

4 エンフォースメント

- ・ 環境訴求指令提案のエンフォースメントについては、基本的に、加盟各国の当局によって行われることが想定されている（13条以下）
 - ⇒ 加盟各国の所管当局に、いくつかの権限を付与
 - ※ 差止め（14条(2)(e)）
 - ※ 罰金（実効性のあるものでなければならない）、利得剥奪（14条(2)(f)、17条）
 - ※ 公的入札への、12か月の参加禁止
 - ⇒ 苦情処理手続に関する規定（16条(1)ないし(4)）
 - ⇒ 環境訴求に関する要求事項への違反行為は、集団的被害回復の対象となる（16条(5)および(6)）。

協議フォーラムの設立（18a条）

IV いくつかの示唆

1 環境訴求の規制のための、包括的な立法の必要性

- ・ 環境訴求に特化した新設指令等に注目が集まりがちだが、不公正な取引方法を広く全般的に規制する不公正取引方法指令、そして、消費者に対する事業者の説明義務を包括的に規律する消費者権利指令が、一般法としてその背景に存在していることを

忘れてはならない

⇒ このような包括的な立法が存在して初めて、さらなる実効性確保のために特別法が機能し得る¹⁰

2 透明性の確保の徹底

- ・ 透明性の確保は、EU 消費者法における中核的な命題および原則である
 - ・ 環境訴求の規律においても、環境訴求に関する情報提供義務、および環境訴求の実証、認定、伝達という一連のプロセスにおける透明性がさらに徹底されている
- ⇒ 特に、事業者が、環境保護や持続可能性に関して行う将来に向けた主張についても、そのような主張を行う時点での裏付けが求められていることが重要

3 世界をリードする姿勢

- ・ 環境訴求に関する規制内容は、EU に向けて商品を輸出する EU 域外の事業者にとっては、適用される法となり、これを遵守することが求められる
- ⇒ EU において率先して行われている環境訴求規制の再発展は、海外における同様の規制の展開においてもモデルとして機能するものとなろう

4 競争力の強化および市場の活性化

- ・ 環境訴求の規制は、単に環境保護あるいは消費者保護だけを目的として行われているものではない
- ⇒ EU の事業者の競争力の強化が、基本的に念頭に置かれている
- ⇒ 市場の活性化や雇用の創出という視点も存在している
- ※ たとえば、欧州グリーン・ディールに関する欧州委員会のウェブサイトを見ると、欧州グリーン・ディールが EU の経済および雇用創出等に及ぼす好影響も強調され、柱とされている

¹⁰ 日本における同様の指摘として、日本弁護士連合会「公正な消費者取引を確保するために分野横断的に適用される行政ルールを整備を求める意見書」2022年2月（オンラインで閲覧可能）、カライスコス アンтониオス「不公正取引方法について分野横断的に適用されるルール形成の可能性」現代消費者法 56号（2022年）72頁以下を参照。

V 要点のまとめ（不公正取引方法指令）と業界への影響

1 要点のまとめ（不公正取引方法指令）

(1) 環境訴求に対する厳格なルール

- ・ 一般的な環境訴求は禁止！「エコ」「グリーン」「生分解性」「持続可能」などの表現は、優れた環境パフォーマンスが証明されている場合のみ使用可能である
- ・ 「2030 年までにカーボンニュートラル」などの将来志向の環境訴求には、検証可能で期限付きの実施計画が必要である
- ・ 環境訴求は具体的かつ裏付けがあるものでなければならず、曖昧な表現や誤解を招く表現は避ける必要がある

(2) 持続可能性ラベルと認証制度

- ・ 使用できるのは認証されたラベルのみ
⇒ ラベルは認証制度に基づくか、公的機関によって設立されたものでなければならない
- ・ 現在 EU には 230 以上の持続可能性ラベルが存在しており、その信頼性を確保するための措置である

(3) 製品の耐久性と計画的陳腐化の防止

- ・ 事業者は次のような行為をしてはならない
⇒ 修理可能でない製品を修理可能と表示する
⇒ 純正部品以外の使用による影響について誤解を与える
⇒ ソフトウェアのアップデートや消耗品の交換スケジュールを誤解させることで早期陳腐化を促進する

(4) 消費者への情報提供の透明性

- ・ 企業は次の情報を開示しなければならない
⇒ 耐久性保証や修理可能性スコア
⇒ ソフトウェアの無料アップデートの提供状況
⇒ 製品の環境的・社会的影響

(5) 法的・財務的リスク

- ・ 違反した場合の罰則
⇒ 200 万ユーロ以下または年間売上高の 4%の罰金

⇒ 国境を越えた執行や集団訴訟の対象となる可能性も

2 業界への影響

- ・ 運用コストの増加
 - ⇒ パッケージ、ラベル、マーケティング資料の見直しが必要
- ・ コンプライアンス負担
 - ⇒ 主張の裏付けにはデータ収集、検証、第三者監査への投資が必要
- ・ 競争優位性の獲得
 - ⇒ 明確で検証された環境訴求はブランド信頼や顧客ロイヤルティを高める
- ・ リスク回避
 - ⇒ 誤解を招く主張を避けることで、法的措置や評判リスクを軽減

補完的に機能する他の主な立法（特別法）

- ・ EU エコラベル規則(EC) No 66/2010
- ・ エネルギー・ラベリング規則(EU) 2017/1369
- ・ 新乗用車燃費および二酸化炭素排出指令 1999/94/EC
- ・ エネルギー効率指令 2012/27/EU
- ・ 建物エネルギー性能指令 2010/31/EU
- ・ EU タイヤ・ラベル規則(EU) 2020/740
- ・ 電力域内市場指令(EU) 2019/944
- ・ エコデザイン指令 2009/125/EC
- ・ 有機農業および有機食品規則(EU) 2018/848
- ・ 再利用可能資源からのエネルギー使用促進指令(EU) 2018/2001
- ・ 天然ガス域内市場指令 2009/73/EC