

〔資料紹介〕

米国連邦取引委員会による環境表示規制

竹濱 朝美*

1 課題と方法

(1) 研究の課題

本稿は、FTC米国連邦取引委員会による環境表示規制の概要およびその意義を確認する。連邦取引委員会は、環境マーケティング主張に関する不当表示を直接に規制するため、1992年に環境マーケティング主張の使用に関するガイドを発表している。(Guides for the Use of Environmental Marketing Claims, 以下、Guidesと略す。ガイドの該当箇所を示す場合は、§ 260.7.1のように記す)

まずFTCガイドの構成を概観し、次に、特定の環境主張の要件を要約する。全般的環境効果の主張、分解可能・生分解可能、堆肥化可能、リサイクル可能、リサイクル素材の含有、資源節約の主張、再充填可能、オゾンに安全・オゾンに優しい、という主張の表示要件を整理する。環境主張ごとにガイドの設例を要約し、欺瞞表示の判断基準を整理する。

(2) 研究の方法

本稿では、国際規格ISO14021と比較し、FTCガイドの特徴を確認する。ISO14021規格は、技術規格であって法令ではない。ISO規格

に反しても罰則は無く、強制力も持たない。しかし、環境表示規制を考察するうえで重要な規格であり、ISO規格との比較検討により、FTCガイドの意義を明らかにする。

日本においては、環境情報をめぐる広告表示も景品表示法の規制をうけるが、現在のところ、製品の環境情報をめぐる表示を直接の対象とした独立した不当表示防止の法規制は整備されていない。業界の自主規制ルールも一部をのぞいて未整備な状態である¹⁾。公正取引委員会からは、「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態報告書」が出されているが、それは、景品表示法の運用基準を示したものとはいえない²⁾。この点で、FTCのガイドにおける欺瞞表示の判断基準を確認することは、参考になる。

環境配慮型製品の表示においては、リサイクル素材含有、生分解可能、コンポスト可能など、環境保全技術において固有に使用される主張が使用される。このため、不当表示の一般的規定を定めた景品表示法のみでは、環境分野に固有に使用される製品情報を適正に表示させることには、困難が伴う。この点で、FTCのガイドは参考になる³⁾。

* 立命館大学産業社会学部助教授

2 FTCガイドの概要

(1) 経緯および適用範囲

ガイド成立の経緯

FTC米国連邦取引委員会による環境マーケティング主張に関するガイドは、1992年に発表され、1996年、1998年に修正が行われて、現在に至っている。米国においても、環境規制の強化につれて、製品の環境保全上の性能を主張する環境広告その他の表示が増加し、それとともに、曖昧な表示、誤解を招く表示、誇張された表示など、欺瞞表示が見られるようになった。このため、FTCは、不公正競争防止および消費者保護の観点から、直接に、環境広告表示に関するガイドをもうけた。

FTCのガイドは、直接に「環境広告およびマーケティング慣行」における表示を規制対象としたガイドラインである。ガイドが適用される範囲は、ラベル表示、広告、販売促進資料、その他全ての形態のマーケティング手段に含まれる環境主張であって、直接的または暗示によるものであれ、言語、シンボル、紋章等の記号、ロゴ、叙述、製品銘柄名、さらにインターネットまたは電子メールのようなデジタルまたは電子的手段を通じて行われる環境主張である（§ 260.2）。このガイドは、個人や家庭向けのみならず、機関向け、または企業用の製品、パッケージ、サービスの環境属性に関する主張に適用される。注意すべきは、インターネットなどの電子媒体による表示が含まれること、製品名などの銘柄名も環境主張に入るという点である。

ガイドの構成

ガイドは、1. 声明の目的、2. ガイドの範囲、3. ガイドの構成、4. ガイドの修正手続き、5. 環境マーケティング主張の解釈および

実証、6. 一般原則、7. 環境マーケティング主張、8. 環境アセスメントの8つの節から構成されている。環境マーケティング主張では、環境保全上の効果のタイプごとに、要件を規定している。具体的には、(a)「環境に優しい」などの全般的環境効果の主張、(b)分解性・生分解性、光分解性、(c)堆肥化可能、(d)リサイクル可能、(e)リサイクルされた素材、(f)資源削減、(g)再充填可能、(h)オゾンに安全、オゾンにやさしい、という8つの主張について、欺瞞表示の判断基準を示している。

(2) ガイドの法的効力

FTC法5条の運用基準

米国連邦取引委員会法(FTC法)第5条は、通商におけるまたは、通商に影響を及ぼす欺瞞的行為または慣行を禁じている。FTCのガイドは、「連邦取引委員会によって執行される法の行政上の解釈を示すもの」であり、不公正および欺瞞的な取引行為および慣行を規制する「FTC法第5条を、環境広告およびマーケティング慣行に適用したものである」(§ 260.1)。同ガイドは、「FTC法18条のもとでの立法上の規則ではなく、それ自体としては、法的拘束力をもつものではない」(§ 260.2)が、同ガイドに示された立場に合致しない行為は、FTC法第5条にもとづいて、同委員会による調整が行われる(§ 260.1)。この点で、同ガイドはFTC法第5条に該当するかどうかについて、違法性の判断基準を整理したものとされる⁴⁾。

ISO14021との相違

ISO14021と比較するなら、FTCの環境主張ガイドは、不当表示に関する遵守すべき最低限の規準を示したものであるのに対して、ISO14021は、遵守することが望ましい標準である。

FTCガイドの特徴は、環境主張のタイプごとに例示を示すことによって、どのような表示が欺瞞に該当するか、また、欺瞞表示となることを回避するための限定条件の付け方が示されている点である。これらの例示は、欺瞞表示に該当するか否かの違法性を判断するにあたって、法の運用基準を具体的に示したものである。例示は、FTC法第5条のもとで、市場関係者に「安全な避難港」を提供するものとされている（§ 260.3）。

（3）欺瞞に関する政策声明

FTCガイドにおける欺瞞表示の解釈は、欺瞞に関する政策声明⁵⁾に基づいている。「欺瞞に関する政策声明」は、明示的または暗示的な何らかの主張が、欺瞞に該当するかどうかを判断する同委員会の判断基準を示したもので、環境表示も、この政策声明に基づいて解釈される。

「欺瞞に関する声明」で示された欺瞞の判断基準のうち、重要な点は次の三点である。第一に、欺瞞とは、消費者を誤解させるおそれのある表示、省略、慣行が存在すること。第二に、欺瞞的行為または慣行は、製品またはサービスに関して、消費者の行為または意思決定に影響を与えるような重要な表示または慣行である。言い換えれば、消費者の選択に影響を与えるような重要な情報に関して、不正確な表示、省略、慣行が見られること。第三に、欺瞞は、合理的消費者の理解を基準に判断する。合理的消費者を誤解させるおそれのある表示、省略、慣行がみられる場合に欺瞞とみなされる。

（4）広告実証義務

広告実証義務

FTCガイドによれば、製品、パッケージ、

サービスの環境属性について何らかの明示的または暗示的な主張を行う団体は、その主張が行われる時点で、主張内容を実証する合理的な根拠を保持し、かつそれに依拠しなければならぬ。「合理的な根拠」とは、「適格で信頼しうる証拠から構成されるもの」（§ 260.5）とされ、環境マーケティング主張に関しても、主張内容の実証は、適格かつ信頼しうる科学的証拠に基づくことが要件である。

広告実証声明

広告内容について、主張者がその表示を行う時点で、表示内容を裏付ける合理的な根拠を保持していなければならないとする考え方は、広告実証義務と呼ばれ、連邦取引委員会が1983年に示した広告実証に関する政策声明に基づいている⁶⁾。広告主および広告業者が表示内容を実証する合理的根拠を有していない場合、その行為は、虚偽および欺瞞表示として、FTC法第5条に違反するものとなる。

（5）一般原則

ガイドは、一般原則と、特定の環境マーケティング主張に関する規定からなっている。一般原則としては、以下の諸点が規定されている（§ 260.6）。

- (a) 主張に付される限定条件または情報の開示は、欺瞞を回避できるよう、十分に明瞭・明確で理解可能なものでなければならない。
- (b) 製品、パッケージ、サービスの環境保全上の効果は、明確に区別されなければならない。
- (c) 明示的であれ黙示によってであれ、製品の環境属性または環境効果を誇張してはならない。

(d) 比較主張においては、欺瞞を回避すべく、比較の根拠を十分に明確にしなければならない。

3 全般的環境効果の主張

(1) 表示要件

限定条件無しに、製品、サービス、またはパッケージが全般的な環境効果をもつと主張することは、解釈が難しく、さまざまな意味を消費者に伝達する。多くの場合、全般的な環境効果の主張は、製品が非常に広範な環境効果を持つことを意味する可能性がある。広告実証義務が果たされない場合は、包括的な環境効果の主張は、適切に限定条件を付されるか、さもなければ、回避されなければならない(§ 260.7, a)。

(2) 全般的環境効果の主張をめぐる設例

設例を訳出する(§ 260.7, a, example 1 ~ example 6)。

設例 1

エコ・安全 (eco-safe) のような銘柄名は、製造業者が証明し得ないような環境効果を持つと消費者が解釈する恐れがあるため、欺瞞に当たる。ただし、「エコ・安全」のような銘柄名も、安全性を特定の製品特性に限定するような明確かつ明瞭な限定条件を伴う場合には、欺瞞に当たらない。

設例 2

「環境にやさしい」「塩素漂白していないため、環境にやさしい」と表示したラップ包装について、このラップ包装は、塩素漂白されていないが、環境に有害な副産物を放出していた。この場合、「環境にやさしい」との主張は、当該製品が環境中に全く有害副産物を放出しないかのように、消費者が解釈する恐れがあるため、欺瞞に当たる。

設例 3

「環境にやさしい」と表示された揮発性有機化合物のスプレー製品の場合。揮発性有機化合物による製品は、スモッグを引き起こす可能性がある。限定条件を伴わない場合、当該製品が、なんらの大気汚染その他の環境破壊も伴わないかのように、消費者が解釈する恐れがあるため、欺瞞に当たる。

設例 4

芝用殺虫剤について、「本質的に無毒、ほとんど無毒」との表示がある場合。この主張について、消費者が、人体に対してのみならず環境に対しても無害であり、なんらの危険も与えないものと解釈する恐れがある。当該殺虫剤が人体または環境のいずれかに対して、重大な危険を持つ場合は、欺瞞に当たる。

設例 5

製品に、「地球に配慮」との文言と地球儀の図案が配置された環境シールが付されている場合。他の製品に比べて、当該製品が環境保全上、優れているかのような意味を消費者に与える。製造業者が、この広範な主張内容を実証できない場合、欺瞞に当たる。ただし、環境上の優位性に関する表示を特定の製品属性に限定するような、明確かつ明瞭な説明を伴う場合には、欺瞞に当たらない。

設例 6

「環境により望ましい」との広告表示を付す場合、この製品が他の製品に比べて、環境保全上、優れているとの意味を伝える可能性がある。主張者がこの広範な主張内容を実証できない場合、欺瞞に当たる。ただし、明瞭かつ明確な限定的言語によって、環境上の優位性を特定の製品属性に限定するなら、欺瞞に当たらない。

(3) 考察：ISO14021 との比較

銘柄名と環境表示

限定条件の無い全般的環境効果の主張は、

ISO14021の5.3の「曖昧な主張・不特定の主張」に当たる。ISO14021では、「曖昧な主張または不特定の主張」「製品が環境に有益または環境にやさしいと大雑把に示唆する主張」「自然の友」「環境に優しい」「地球に優しい」「非汚染」「グリーン」「自然の友」などの漠然とした主張は規制されている。ただし、ISO14021では、環境主張に製品名、銘柄名までを含むか否かは、明記されていない。このため、銘柄名における環境表示の取り扱いについては、「エコ・安全」などの無限定な全般的環境効果の表現を禁じているFTCガイドの規定の方が明確である（ISO14021, 1999）。

4 分解可能、生分解可能、光分解可能の主張

（1）表示要件

FTCガイドによれば、製品、パッケージが分解可能、生分解可能、または光分解可能であると限定条件無しに主張する場合、製品またはパッケージの全体が、通常の廃棄の後、合理的短期間に、自然界に存在する諸要素にまで分解し、完全に還元することを、適格かつ信頼しうる科学的証拠によって実証しなければならない。分解性、生分解性、光分解性の主張は、製品またはパッケージが通常の廃棄にまかされた場合の環境中の分解能力、分解率および分解の程度について、限定を付さなければならない（§ 260.7, b）。ただし、FTCガイドは、分解の期間については「合理的短期間のうちに」と記すのみであり、分解期間の最低限度は規定していない。

（2）生分解可能の設例

設例を要約的に訳出する（§ 260.7, b, example 1 ~ example 3）。

設例 1

補足説明を伴わずに、「分解可能」と表示されたゴミ袋の場合。この表示は、現状の水および酸素の条件下で、製品が分解することを示す埋め立てテストに依拠している。しかし、ゴミ袋は、通常、湿度および酸素を最小限にすることによって分解を抑制する方式による焼却施設または埋め立て地に廃棄されている。分解可能性は、焼却された場合および、埋め立てに処された場合は無関係であって、合理的短期間のうちに、ゴミ袋が分解する根拠は、十分に実証されていない。この場合、主張は欺瞞にあたる。

設例 2

農業用マルチフィルムについて、「日光にさらされた場合、小片に崩壊」との説明を付して、光分解性と表示された場合。製品は、日光にさらされた場合、合理的短期間に土壌の一部になる程度にまで、小片に断片化することについて、信頼しうる科学的証拠を有している。製品が小片に断片化すると主張は、「断片化」という限定条件を付した主張であり、欺瞞に当たらない。ガイドは、無条件に光分解可能を主張する場合、製品は、「自然界に存在する諸要素にまで分解」するのでなければ、欺瞞表示にあたるとしている。この設例の主張は、製品が「小片に断片化する」と表示しているの、無条件の主張には当たらず、限定された主張として扱っている。

（3）考察：生分解性プラスチックにおける分解可能主張

生分解性プラスチックの実用展開

FTCガイドでは、限定条件なしの分解可能の主張は、「通常の廃棄の後に」、「合理的短期間のうちに」、分解されることが要件である。通常の廃棄方法では、合理的短期間に分解しない場合は、その旨の限定を付けること、分解率、分解の程度の限定条件を付けることが要件であ

る。

今後、分解可能の主張が使用されることが特に予想されるのは、生分解性プラスチックの分野である。今日、生分解性プラスチックについては、微生物産生系のポリヒドロキシブチレート、化学合成系では、トウモロコシを原料とするポリ乳酸をはじめとして、ポリブチレンサクシネート、ポリ（ブチレンサクシネート/アジペート）、ポリ（ブチレンサクシネート/テレフタレート）、ポリ（ブチレンアジペート/テレフタレート）、ポリビニルアルコール、天然物系の酢酸セルロースなどがある。これら多様な生分解性プラスチックが家庭用ごみ袋、窓付き封筒、製品包装、農業用シート、農業用育苗ポット、衣類、製品の容器包装、AV機器やパソコン用筐体の一部において、実用展開が図られつつある⁷⁾。

ポリ乳酸の分解特性とコンポスト

現在最も実用化が進んでいるのはトウモロコシを原料とするポリ乳酸系である。このポリ乳酸生分解性プラスチックは、温度60度以上となる発酵コンポストにおいては短期間に分解するが、自然の土壤中ではゆっくりと分解することがメーカーによって確認されている。高分子量のポリ乳酸は、土壤中などの自然界の微生物によっては分解されにくく、穏やかに分解が進行する。土壌埋没後も、1年前後までは分解はほとんど認められない⁸⁾。ポリ乳酸の場合、製品の形状と厚みにもよるが、一般的に土壌中や水中では、形状崩壊を起こすまでに3 ± 1年を要するとされる⁹⁾。

たとえば、2004年秋から、ソニーは、ポリ乳酸系プラスチックと石油系生分解性プラスチックを混ぜたものを、音響機器ウォークマンの筐体（外枠）として製品に採用している。この

ウォークマン向けポリ乳酸プラスチックは、三菱樹脂製「エコロジー」である（「日経エコロジー」、2002年8月号、pp.118-119）。このウォークマン筐体用素材は、生分解性プラスチック研究会による「グリーンプラ識別表示制度」により認定されたグリーンプラ識別表示制度登録製品264番の生分解性プラスチックである。

この筐体の分解性について、筆者がソニー技術陣に問い合わせたところ、「60度以上のコンポスト中で分解するのに、1年から2年を要し、自然界の土壌または水中で分解するには3年以上を要すること、大気中における通常の使用条件下では、10年以上の耐用年数を持たせることを目標に物性を確認中である」との回答を得た（筆者による電話ヒアリングに対し、ソニーのテクニカルソリューションセンター環境技術開発室のエコ・マテリアルエンジニアより、回答を得たものである）。

この事例が示すように、生分解性プラスチックといえども、発酵コンポスト以外の自然の土壌中では、厚さが数ミリあれば分解には数年を要し、大気中では通常のプラスチックとほとんど変わらない耐用年数を持つものもある。しかし、ポリ乳酸系生分解性プラスチックがコンポスト以外では、分解に数年を要するという特性について、一般の消費者は知識を持っていないのが通常である。

管理された環境下

生分解性プラスチックは、その種類ごとに、それに適した分解条件を要求する。生分解性プラスチックの分解性の試験方法について、JISは、「管理された環境下」であることを明記しているが、特定の種類の生分解性プラスチックの分解性、つまり分解期間は、温度・湿度など、管理された環境下での分解結果を測定したもの

である。しかし現実に埋め立て処分される場合、処分場内の微生物の種類、量、処分場内の温度、湿度、酸素量、PHなどの条件は処分場ごとに異なっており、全国一様ではない。自然の土壌中、海中に廃棄される場合も同様である。したがって、特定の種類の生分解性プラスチックごとに、それに適した分解環境が確保されなければ、生分解性プラスチックといえども、容易には分解しない。

分解条件と回収施設

現在、日本においては、コンポスト回収施設、発酵コンポスト施設はほとんど整備されていない。その場合、生分解性プラスチックも、通常の焼却処分または埋め立て処分に任されることになる。FTCガイドの規定を参照するなら、発酵コンポストのような管理された環境下でなければ短期間には分解しない製品の場合、その限定条件を明記する必要がある。

安易なポイ捨てを防ぐためにも、生分解性プラスチックの分解性を消費者が過大評価することのないよう、それぞれの廃棄条件下での分解程度、分解性について、説明を付することが不可欠である。特に、分解のためには、コンポストのように管理された環境を要する製品でありながら、回収システムを伴わない場合、生分解性の表示は、回避されるべきである。

現在、ポリ乳酸を使用した生分解性プラスチック応用の製品において、「この製品は、生分解可能なプラスチックを使用しています。焼却しても有害ガスを発生しません」などの表示が見られる。このような無限定な主張は、生分解性プラスチックの分解特性について、正確な知識を持っていない消費者が分解性を過大に評価し、自然界においても1年以内などのごく短期間に分解するかのような、誤った理解をする可

能性がある。その場合は、安易なポイ捨てにつながる恐れがある。したがって、発酵コンポストなど、管理された特殊な分解環境を前提とした生分解性プラスチックについて、無条件に「生分解可能」と表示をすることは、消費者の誤解を招く恐れがある。

（４）考察：ISO14021 との比較

ISO14021においては、分解可能性の主張は、分解および試験時間の最大レベルを含む特定の試験方法との関係を言及する場合に限って認められること、また、製品が廃棄される状況に関連して主張されなければならないことが要件である（ISO14021, 7.3.2.1）。ただし、一定期間内に分解しなければならないとする分解期間の定めは規定されていないため、分解の試験方法および分解のレベルに言及することで要件を満たす。

したがって、通常のISO14021においても無条件の生分解性主張はできず、特定の分解試験の方法の言及、すなわち分解条件の明記が必要である。また、通常の廃棄方法に即して主張されなければならないので、通常の廃棄方法での分解挙動についての限定条件、または通常の廃棄方法では分解困難な場合の限定条件を付することが必要であろう¹⁰⁾。

5 コンポスト可能な主張

（１）表示要件

製品またはパッケージがコンポスト可能（堆肥化可能）と主張する場合、適格かつ信頼しうる証拠によって、安全なコンポスト施設または、自家用コンポスト装置内において、製品中の全ての物質が使用可能な堆肥（土壌調整物

質、敷き藁など）に分解，または堆肥の一部となることを実証する必要がある。

パッケージが自家用コンポスト装置において安全に分解しない場合，無条件にコンポスト可能と主張することは欺瞞に当たる。つまり，FTCガイドにおいては，無条件なコンポスト可能の主張は，自家用コンポスト装置で分解する場合に限られる。

製品が埋め立て処理された場合の環境効果について，消費者が誤解する場合は，無条件にコンポスト可能と主張することは欺瞞に当たる。

自治体等のコンポスト施設においてコンポスト可能と主張する場合，自治体のコンポスト施設の利用が限定される場合には，欺瞞を回避するために，コンポスト施設の利用が限られていることについて，限定条件を付けることが望ましいとされる（§ 260.7.c）。

（2）コンポスト可能主張の設例

ガイドの設例を要約する（§ 260.7, c, example 1 ~ example 5）。

設例 1

無漂白のコーヒー・フィルターがコンポスト可能であると表示する場合。限定条件無し的主張であっても，当該フィルターが安全かつ適切な期間内に家庭用コンポスト容器において使用可能な堆肥に変換する場合は，欺瞞に当たらない。

設例 2

樹葉用の袋について，「カルフォルニア自治体コンポスト施設においてコンポスト可能」と表示している場合。当該袋が，崩壊するにつれて，堆肥物質中に有害成分を放出する場合，有害成分によって，堆肥が使用できなくなる場合には，欺瞞表示となる。

設例 3

限定条件無しにパッケージがコンポスト可能であると主張する場合。自治体のコンポスト施設は，製品の販売地域に存在するが，パッケージは家庭用コンポスト装置のなかでは，使用可能な堆肥にならない。欺瞞を回避するためには，当該パッケージが家庭用コンポスト容器に適さない旨を開示しなければならない。

設例 4

全国的に販売されている芝・樹木葉用袋にコンポスト可能と表示されている場合。当該袋が家庭用コンポスト装置を使用するように設計されていない旨が示されている。袋は，多くのコミュニティにおける庭園剪定コンポストプログラムにおいて堆肥化されているが，この堆肥化システムは，当該袋が販売されているコミュニティまたは消費者の実質の大多数には，利用できない。このような場合，庭園剪定コンポストプログラムを供給されていない地域に住んでいるかなりの消費者は，コンポスト施設が自分の地域において利用できると考える可能性があるため，欺瞞に当たる。欺瞞を回避するためには，コンポストプログラムの利用が限定されていることを示すよう，主張は限定されなければならない。そのほか，コンポストプログラムが利用できる人口またはコミュニティのおよそのパーセンテージを示すのも，また，主張を限定する適切な方法である。

設例 5

使い捨てオムツについて，「このオムツは，固形廃棄物コンポスト施設のある場所でコンポスト可能です。現在，X個の廃棄物コンポスト施設が存在します」との表示をしたもの。これは欺瞞表示に当たらない。

（3）考察：ISO14021 との比較

この例示から，ガイドにおいては，製品が販売される地域のうち，コンポスト施設の利用が一部の地域または一部の人々に限られている場合，堆肥化可能の主張を行うには，その旨の限

定条件を付さなければならないことがわかる。

ISO14021では、コンポスト可能の主張は、次の要件を満たすことが必要である。

土壌改良剤としての堆肥の全体的な価値に悪影響を及ぼす場合、または、分解またはその後の使用中に、環境に有害な濃度の物質を放出する場合、または堆肥化の速度を著しく減退させる場合は、コンポスト可能の主張はできない（ISO14021, 7.2.2.1）。製品の一部のみが堆肥化可能の場合には、堆肥化可能な成分を特定しなければならない（7.2.2.2）。

製品または成分を堆肥化するためには、殆どの家庭では入手できない材料、装置、専門的スキルを必要とする場合は、家庭用コンポスト可能との主張をしてはならない（7.2.2.3）。

家庭用コンポスト以外の設備を利用する場合、製品または包装の販売地域における適切な割合の購入者が、それらの施設を便利よく利用できなければならない。これらの施設が、製品の購入者に便利よく利用できない場合は、その旨を示す補足説明を付けなければならない。施設の利用が限られていることを明示しないまま、「設備があればコンポスト可能」という表示は適切でない（7.2.2.4）。

6 リサイクル可能の主張

（1）リサイクル可能をめぐる欺瞞の判断基準

リサイクル可能の主張の要件を要約する（Guides, 16 C.F.R. § 260.7.d）

虚偽の表示

製品またはパッケージがリサイクル可能であ

ると虚偽表示をすることは、欺瞞（deceptive）に当たる。この場合、表示は、言語や文章により、直接に明示する場合のみならず、暗にほめかす場合も含まれる。「製品またはパッケージが、確立されたリサイクル・プログラムを通じて、収集され、分離され、あるいは再使用のために廃棄物の流れから回収されて、他の製品やパッケージの製造または組立過程のなかで再生されることができない場合、製品またはパッケージは、リサイクル可能として市場で販売促進、広告されてはならない」（§ 260.7.d）。

無限定な主張

製品またはパッケージについて、何らの限定条件も付さず、ただ単にリサイクル可能という表示ができるのは、製品構成物のうち重要でない付随的部分を除いて、製品またはパッケージの全体がリサイクル可能の場合に限る。

リサイクル可能な部分を特定すること

製品またはパッケージがリサイクル可能な部分および不可能な部分の両方から構成される場合、リサイクル可能の主張は、製品のどの部分がリサイクル可能であるかを特定できるように、限定条件を付けなければならない。

リサイクル施設の利用が制限されることの明示ガイドによれば、リサイクル・プログラムおよび収集施設の利用が制限されている場合、リサイクル可能の主張には、限定条件が付されなければならないとされている。

リサイクル可能な属性が部品により制約される場合

製品要素のうち、主要ではない付随的要素が製品またはパッケージのリサイクル可能の性質を大きく制約する場合、リサイクル可能という主張をおこなうことは、欺瞞にあたる可能性がある。

リサイクル可能な属性が形状等により制約される場合

製品またはパッケージがリサイクル可能な素材から作られている場合でも、その形状、サイズ、その他の属性によって、リサイクル・プログラムに受け入れられない場合は、リサイクル可能として、販売および販売促進されてはならない。

（2）リサイクル可能をめぐる設例

TFCのガイドは、リサイクル可能の主張をめぐって、欺瞞表示に該当する場合、該当しない場合について、設例を示している。これを要約する（§ 260. 7, d, exzample 1 ~ example11）。

設例 1

包装された製品について、無限定にリサイクル可能とのみ表示している場合は、主張が、製品について主張しているのか、パッケージについて言及しているのか不明確であり、合理的消費者が、製品とパッケージの両方とも、全てがリサイクル可能であると誤解するおそれがある。この場合、主張には、製品と包装のどちらがリサイクル可能であることを明示する限定を付けなければならない。

設例 2

全国的に販売される 8 オンスのカッテージチーズ用プラスチック容器が、プラスチック産業協会（the Society of the Plastics Industry, SPIと略される）の記号を、容器前面のラベル上で、かつ製品名およびロゴマークにきわめて近いところに表示している場合。この記号は、素材のプラスチック樹脂の種類を示す数字と略記を三角形の矢印が囲むデザインとなっている。このSPIの記号をことさら目立たせる表示方法は、リサイクル可能主張を構成するとみなされる。リサイクル施設が実質的の大多数の消費者またはコミュニティに利用できない場合は、リサイク

ル施設の利用が制限されることを明示する限定条件を付さなければならない。ただし、SPI記号が、製品の目立たないところ（例えば、製品の底部など）に付されている場合は、リサイクル可能の主張を構成しないものと見なされる。

設例 3

全国的に販売される瓶ビールについて、リサイクル可能との無条件の主張がある場合。リサイクルのための素材の回収施設は、一定割合のコミュニティ、または、一定割合の人々に利用できるが、実質的に大多数のコミュニティまたは消費者は、このリサイクル施設を利用できない。無条件にリサイクル可能を主張する場合、回収サービスを供給されていない合理的な消費者が、その地域内で、リサイクル・プログラムを利用できると考える恐れがある。したがって、リサイクル可能という無条件な主張は、欺瞞に当たる。

欺瞞を回避するためには、回収プログラムの利用が限定されていることを示す限定条件を付けなければならない。例えば、「貴方の地域では、このボトルは、リサイクルできないかもしれません。」「このボトルのリサイクル・プログラムは、あなたの地域には、存在しない場合もあります」。または、プログラムが利用できる人口またはコミュニティの割合について、限定条件を付けた主張を行うことが適切である。

設例 4

全国的に販売されるボール紙容器に「施設がある場所で、リサイクル可能」と表示する事例。この容器のリサイクル・プログラムは、ある程度の割合のコミュニティまたは消費者に利用できるようになってはいるが、実質的に大多数の消費者が利用できるわけではない。ボール紙容器のリサイクル・プログラムが供給されていないコミュニティに住む消費者は、この主張について、自分の地域において、リサイクル・プログラムが利用できると理解する可能性がある。この主張は欺瞞にあたる。この場合、リサ

イクル可能の主張には、リサイクル・プログラムの利用が限定されている点について、限定条件を付すことが求められる。

設例 5

発泡ポリスチレン製カップについて、「発泡ポリスチレン製カップのリサイクル施設のある少数のコミュニティでリサイクル可能です」との表示が行われた事例。当該カップをリサイクルする収集場は、6つの主要な大都市地域にしか建設されていない。この表示は、少なからずのコミュニティでは収集施設が存在しないか、または、少なからず人々には、施設が利用できないなどのように、リサイクル・プログラムの利用が限られている場合に、誤解を回避するために主張を限定する方法として、適切とされる。その他、収集プログラムをもつコミュニティの数または、プログラムを利用できるコミュニティまたは人々の割合を示すことも、主張を限定する適切な方法とされる。

設例 6

製品の容器は、異なる四層の素材から形成されている。四層のうち一層は、リサイクル可能であるが、他の層は、リサイクル不可能である場合に、「リサイクル可能な素材を含んでいます」と表示された事例。この素材のリサイクル・プログラムは、実質的多数の消費者に利用可能であるが、リサイクル可能な素材を他のリサイクル不可能な素材から分離する能力を有しているのは、2、3の施設のみである場合、この主張は不適切である。この場合は、「ごく少数のコミュニティにおいてのみリサイクルできる素材を含んでいます」と表示するか、または、プログラムを持つコミュニティの数や、プログラムが利用できるコミュニティの割合または人々の割合を示すことが、適切である。

設例 7

欺瞞表示に該当しない場合の事例。リサイクル可

能な容器付きとして販売された製品は、ミズーリ州のみで流通・販売された。この容器のリサイクルの収集場は、ミズーリ州の実質的多数の人々には利用できるが、全米の人々が利用できるわけではなかった。一般的に、回収プログラムは、製品が販売された地域で利用可能であるのが普通であるから、このような無限定な主張であっても、リサイクル・プログラムの利用が限定されていることについて、消費者を欺瞞したことはない。

設例 8

実質的に多数のコミュニティに販売店を持つカメラ製造業者が、その全ての販売店を通じてカメラを回収している場合に、「私どもの販売ネットワークを通じて、リサイクル可能です」と表示する場合。この主張は、欺瞞表示に当たらない。

設例 9

レーザー・プリンター用トナー・カートリッジのメーカーが、カートリッジを全国的な販売店網を通じて、再生させるリサイクル・プログラムを確立している場合。メーカーは、カートリッジについて、全国的に「リサイクル可能」「詳しくは、販売店におたずねください」と表示している。ただし、この再生プログラムに参加している販売店は、一定数のコミュニティに存在するが、実質的な多数のコミュニティに存在するわけではない。

この場合、欺瞞を回避するためには、回収プログラムが利用できるコミュニティが限られていることについて、限定条件を付けなければならない。例えば、「貴方の地域では、リサイクルできないかもしれませんが」、「リサイクル・プログラムは、あなたの地域には、存在しない場合もあります」、あるいは、プログラムが利用できる人口またはコミュニティの割合を表示するなどの限定が適切である。販売店がごく少数のコミュニティにしか存在しない場合は、「回収施設のある少数のコミュニティでリサイクル可能

です」などの限定が必要である。

設例10

飲料水用アルミニウム缶に「リサイクルをお願いします（Please Recycle）」と表示する場合、消費者に、このパッケージがリサイクル可能であると理解される可能性がある。ただし、アルミニウム缶のリサイクル施設は、実質的多数の消費者またはコミュニティで利用できるため、リサイクル・プログラムの利用が限られていることについて、限定を付する必要はない。

（3）ガイドにおける要件の特徴

リサイクル施設の利用に関する限定条件

解説の多くが、リサイクル・プログラムの利用が限定される場合に付ける限定条件に当てられている。リサイクル可能の主張についてガイドが特に重視している要件は、製品またはパッケージが技術的または材質上、リサイクル可能である（is capable of being recycled）というだけでは不十分であって、リサイクルの回収施設またはプログラムを「*大多数の消費者（the vast majority of consumers）*」が利用できる」という点である。リサイクル・プログラムが、「*少なからずの割合のコミュニティで（in a significant percentage of communities）*利用可能」なものであっても、「*実質的多数の消費者またはコミュニティ（a substantial majority of consumers or communities）*」に利用できない場合は、利用が制限されることを示す限定条件を付けなければ、欺瞞に当たるという基準が示されている。

なお、限定条件を明示する義務があるのは、回収施設またはプログラムが大多数の消費者に利用可能かどうかという点であって、製品の供給者（生産者、販売者等）が提供したリサイクル施

設・プログラムであるかどうかは、問われない。

また、設例3において、「回収施設のサービスを供給されていない地域の合理的消費者が、その地域内で、リサイクル・プログラムを利用できると考えるおそれ」、設例4において、「自分の地域において、リサイクル・プログラムが利用できる」と理解する可能性」、設例7において、「一般的に回収プログラムは、製品が販売された地域で利用可能であるのが普通」等の解説が付けられている。したがって、実質的多数の消費者またはコミュニティに利用可能であるとは、製品の販売地域において、この条件が確保されればよいものと理解できる。

1999年に発効した国際規格ISO14021のリサイクル可能の要件では、製品または包装のリサイクル目的の収集設備または集配設備が「製品の販売地域における製品の妥当な割合の購入者、潜在的購入者および使用者（a reasonable proportion of purchasers, potential purchasers and users of the product）」に便利に使用できない場合には、「収集設備の利用が限定されることを適切に伝達しなければならない」とされている（ISO14021, 7.7.2 b）。ISO14021は法的拘束力を持たず、準拠する事が望ましい標準であるのに対して、FTCのガイドは、FTC法第5条違反を判断する運用規準である。この点を考慮するなら、「実質的多数の消費者またはコミュニティ」というFTCガイドの基準は、厳しい内容であると考えられる。

リサイクル可能の記号

環境表示においては、記号などの視覚表現も重要な情報を構成する。記号の使用については、ガイドは、設例2で示したように、プラスチック産業協会（SPI）の記号の表示方法について、例を挙げているのみである。そこでは、プラス

チック樹脂の識別を示すSPIの記号（三角形の矢印記号）がリサイクル可能の表示と混同されやすいことが考慮されている。パッケージ前面ラベル上で、かつ銘柄名およびロゴマークに近接した位置に記号を表示するなど、記号をことさら目立たせるような表示方法は、リサイクル可能の主張を構成すること、反対に同じ記号であっても、製品の目立たないところに表示する場合は、リサイクル可能の主張を構成しないと判断されている。

環境表示においては、メビウスループ（Mobius loop。この記号はthree-chasing-arrows追いかける三本の矢の記号とも呼ばれる）など、リサイクル可能を表示する記号が存在する。また、SPIの記号のように、デザインの類似性によって、リサイクル可能の表示と混同される可能性のある記号が存在する。このため、記号の使用方法を規制することは、消費者の誤解を回避する上で重要な要件である。

ただし、注意すべきことは、ガイドは、リサイクル可能を表示するための特定の記号を定めていないという点である。この点は、「環境マーケティング主張」に相当する自己宣言型環境主張の国際規格を定めたISO14021と対照的である。ISO14021は、「リサイクル可能」および「リサイクル素材の含有」を示すために、メビウスループの記号とその用法を定義している。FTCガイドの規制は、「リサイクル可能」に関する限り、言語表現に対する規制が中心であり、視覚的表現への言及は少ない。

7 リサイクル素材含有の主張

（1）表示要件

リサイクル素材の含有の主張は、製造過程

（プレ・コンシューマー）または、消費者の使用後（ポスト・コンシューマー）のいずれかにおいて、固形廃棄物の流れから分離または回収された素材についてのみ主張できる。製造業者または広告者は、リサイクル回収されなければ、プレコンシューマー素材は固形廃棄物の中に流入するはずであったことを実証する義務がある。また、プレコンシューマー素材とポスト・コンシューマー素材とを区別する必要がある。無条件に、リサイクル素材含有との主張は、製品またはパッケージの全体がリサイクルされた素材から形成されている場合にできる。製品またはパッケージの一部がリサイクル素材から形成されている場合は、完成品のうちに占めるリサイクル素材の量および重量について、適切な限定条件を付す必要がある（§ 260.7.e）。

（2）リサイクル素材含有の設例

以下、設例を要約する。

設例 1

生産者は、本来の製造過程からこぼれた原材料または残されたクズを収集し、これらクズ材をバージン素材にあわせて、同じ製品の生産過程で使用する場合、リサイクルされた素材を含有するとの主張は欺瞞に当たる（example 1）。

設例 2

グリーティング・カードについて、紙重量の30%が消費者の使用済み古紙から回収したもので、また紙重量の20%は製紙過程の終了後、固形廃棄物の流れから分離され集められたもので、本来の工程では正規には再使用されないものから構成された製品の場合は、「リサイクルされた繊維を50%含む」「当製品は、50%のリサイクル繊維を含み、30%のポスト・コンシューマー素材を含む」と表示することができる（example 3）。

設例3

ボール紙箱は全体がリサイクルされた素材であるが、プラスチック・カバーはリサイクル素材で無い場合に、プラスチック・カバーが付いたボール紙製の箱について、リサイクルされた包装と表示を行うことは欺瞞に当たる。これは、ボール紙箱とプラスチック・カバーとの両方がリサイクルされた素材であると示唆することになるため、欺瞞に当たる。ボール紙箱に限定して、リサイクル素材の含有主張を行う場合は、欺瞞にあたらない（example 5）。

設例4

ホイル、プラスチック、紙の三層ラミネート包装のうち、プラスチック層は、全てリサイクルされたプラスチックである場合、「三層のうちの一つは、リサイクルされたプラスチックからできている」との主張は、欺瞞に当たらない（example 6）。

設例5

包装済み食品について、補足説明を伴わずに、追いかける三本の矢印記号（メビウスループとも呼ばれる。引用者注）を表示している場合、このパッケージが「リサイクル可能」であり、かつ、パッケージがすべてリサイクルされた素材からできているとの両方の意味を伝える可能性がある。この場合、「リサイクル可能」と「すべてリサイクル素材からできている」との両方の意味を実証できない場合、主張がどちらを意味するかについて、限定条件を付す必要がある。パッケージの全てがリサイクル素材からできていない場合に、リサイクル素材の含有を主張する場合は、リサイクルされた素材の含有パーセンテージを開示する必要がある（example 10）。

8 資源節約の主張

資源削減の主張は、資源削減の量、比較の根拠について、限定する必要がある（§ 260.7.f）。

以下、ガイドの設例を要約する。

設例

製品から排出される廃棄物が、「重量で10%削減」と表示している場合。この主張は、直近の先行する製品に対してなされた比較か、競争業者の製品に対してなされた比較か、明確でない。いずれの比較についての言及かを明確にし、比較内容を実証しなければ、欺瞞表示となる。あるいは、直近の先行製品および競争業者の製品の両方について、主張内容を実証しなければ、欺瞞表示に当たるとされる（example 2）。

9 再充填可能な主張

パッケージの収集および回収、製品を使用した後に、他のパッケージに詰められて販売された製品を、消費者がパッケージに充填する、という二つの条件を満たすものでなければ、再充填可能な主張を行ってはならない（§ 260.7.g）。以下、設例を訳出する。

設例

「X回、再充填可能です」と記された運搬用容器。メーカーは、再充填する能力を有しており、かつ、運搬用容器は、少なくともX回は使用できる耐久性を持っていた。しかし、メーカーは製品を回収するシステムを作らなかったため、再充填するために、容器をメーカーに返却し回収する手段がなかった場合。この場合、限定条件をつけずに「再充填可能」と主張することは、欺瞞表示に当たる（example 1）。

10 「オゾンに安全、オゾンにやさしい」

（1）表示要件と設例

製品が何らかのオゾン破壊物質を含む場合、

オゾン層を破壊しない(ozone safe, ozon friendly)との主張は欺瞞表示となる(§ 260.7.h)。以下、設例を要約する。

設例 1

「オゾンにやさしい」との表示は、大気浄化法のクラス Ⅰ、クラス Ⅱ 物質を含めて、製品が何らかのオゾン層破壊物質を含む場合は、欺瞞表示となる(example 1)。

設例 2

エアゾール製空気清浄剤について、オゾンにやさしいと表示されている場合。製品成分が揮発性有機化合物(VOCs)であるため、グランドレベルのオゾン層の一因となることによってスモッグを引き起こす可能性がある。このような主張は、製品が全体として大気に安全であるとの意味を伝える可能性があるため、欺瞞表示に当たる(example 2)。

設例 3

限定条件なしに「CFCs(クロロフルオロカーボン、フロン類) を含まない」との表示について。この製品は、CFC 類を含んでいないが、HCFC - 22 を含んでいた。この表示について、ガイドは、「CFC 類を含まない」との主張によって、当該製品がオゾン層を破壊しないものと消費者が誤解する可能性があるため、欺瞞に当たるとしている(example 3)。

(2) 代替フロンと「フロンを含まない」

参考までに付言するなら、設例 3 については、現在、モンリオール議定書により、CFC は使用が禁止されており、HCHC (ハイドロクロロフルオロカーボン) も、2019 年末までに使用削減することが決まっている。現在販売されている家庭用エアコンの冷媒には、オゾン層を破壊しない代替フロン HFC-R410a が使用され、家庭用冷凍冷蔵庫の冷媒も、HFC-134a が使用されている。また、2002 年初頭に、家

電メーカー各社から、特定フロンおよび代替フロン HFC も使用しない冷蔵庫として、イソブタン冷媒を使用した冷蔵庫が発売されている。イソブタンはオゾン層を破壊しないのみならず、地球温暖化に与える影響という点でも、従来の代替フロン HFC に比べて、格段に温暖化負荷の少ないものである(地球温暖化係数は、FHC134a の 1300 に対して、イソブタンは 3 である)。

11 結び

最後に、FTC ガイドの意義と課題を簡単にまとめておこう。FTC ガイドの最大の意義は、具体的な設例を通じて、どのような表示が欺瞞にあたるか、欺瞞回避のためにはいかなる限定条件が必要かについて、違法性判断の運用基準を示したことである。これに対して、日本では、環境表示は景品表示法によって取り締まられているが、FTC ガイドのような具体的な運用基準が整備されていないことによって、環境表示は十分に取り締まられているとはいえない。

他方、FTC ガイドの問題点は、主張内容を実証しうるかどうかという広告実証主義に重点が置かれ、環境性能について、製品が備えるべき最低数値基準が示されていないことである。このことにより、FTC ガイドは、違法性の判断にグレーゾーンを残している(Grodsky, 1993)。

具体的には、「分解性、生分解性、光分解性」の主張において、分解に要する期間および分解の程度、「コンポスト可能」の主張における分解の期間および程度、「リサイクル可能」において、地域内人口に占めるリサイクル施設の利用人口の割合、「リサイクル素材含

有」の主張において、製品重量に占めるリサイクル材の比率、「資源節約、資源使用の削減、廃棄物削減」の主張において、製品重量に占める資源削減分の比率などについて、最低限満たすべき数値基準（ミニマム水準、最低限度数値基準）は、示されていない。

例えば古紙含有率が、直近の旧製品に比べて重量比でわずか3%であっても、事実として古紙を含有する限りは、「リサイクル素材含有」「古紙含有」の表示は、FTCガイドではただちには、欺瞞表示には当たらない。業界の平均的な製品の古紙配合率が40%であるとき、「3%含有」の製品は、環境性能としては全く優越性をもっていない。同様の問題は、「資源使用3%削減」などの表示においても、生じる。

生分解性素材についても、「合理的短期間」とはどの程度の期間であるのか、「分解される」とは、どの程度の分解程度であるのかについて、満たすべき最低数値基準は示されていない。このため、例えば、分解に5年以上かかる製品であっても、微生物により水と二酸化炭素に分解される特性をもつ限りは、「生分解性」との表示は欺瞞には当たらない。

以上の例は、環境表示に対する規制は、欺瞞表示の一般的な原則のみで規制するには、限界があること、かつ、環境性能に関する適切な品質基準ないし技術規格と共に、運用されるべきことを意味している。なぜなら、環境主張は、多くの場合、競合製品ないし業界平均に比べて、製品が環境上の品質において優位性をもつことを主張しているからである。

しかし、製品が備えるべき最低限度の環境性能については、製品分野の技術水準により状況が異なるため、一律に、最低数値基準を決めることはできない。むしろ、それらは、製品分野

ないし業界ごとの環境性能の品質基準によって、確保されなければならない。この点では、各種環境ラベル（商品類型ごとのエコマークの基準、パソコンなどのエネルギースター・プログラム、家電品における省エネ法基準など）や、業界ごとの公正競争規約における環境主張の定めを整備する意義が大きい。適正な環境表示を確保するには、一方では、FTCガイドのような欺瞞表示の規制によって、欺瞞か否かを規制すること、他方では、環境性能の優越性については、製品分野ごとの基準ないし工業規格を規定する各種環境ラベルの両方によって、確保されなければならない。

*本研究は、平成15年度、科学研究費補助金、基盤研究C-2、「環境配慮型製品の広告における誤解を招かない情報コミュニケーションの研究」（課題番号14530160）による助成を受けた。

注

- 1) 環境表示に関する業界の自主規制ルールは、いまだ不十分な状態にあり、例外的に、次の分野において、公正競争規約において部分的な言及があるに過ぎない。

自動車業においては、「安全、環境、衛生」について、新車の安全、環境、衛生に関する表示をおこなう場合は、客観的な根拠に基づき、具体的な内容を明瞭にすることが規定されている（「自動車業における表示に関する公正競争規約」、第2章「新車」の第5条（6）、平成12年6月23日全部変更）。

家庭電器製品製造業においては、「一般消費者に誤認される恐れのある表示」として、「省エネルギー、節約、静音等の用語を商品名、愛称などに冠的に使用すること」、「人の身体・生命・財産にかかわる健康、安全、環境保全等の用語を直接的または暗示的に商品名、愛称などに冠的に使用すること」を禁止している（「家庭電器製品製造業における表示に関する公正競争規約

施行規則」第7条(2),(3))。

さらに家電品については、「家電品の『リサイクル』等に関連する用語の使用基準」として、

「リサイクル可能」「リサイクルできます」の表示要件、「リサイクル率」の表示要件が規定されている。また、「リサイクル可能率」については、「将来的な『可能率』を言うのは、推定値に過ぎず、具体的な根拠に基づくものでないこと、使用できないこと、商品名・愛称への「リサイクル」などの冠使用は原則として行わない」ことが規定されている（全国家庭電器製品公正取引協議会、2000、「家電品における『地球環境保全』の訴求に関する表示基準」）。

- 2) 公正取引委員会は、「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」（公正取引委員会、2001）を出している。

この報告書において、同委員会は、表示の示す対象範囲が明確であること、強調する原材料の使用割合を明確にすること、実証データによる表示の裏付けの必要性、曖昧・抽象的表示は単独ではおこなわないこと、第三者認証マークについては、認定理由を明確に表示すること、事業者マークも、マークの認定理由を隣接併記することなど、五つの留意点について、消費者の誤認を生じさせないための表示のあり方を示している。しかし、公正取引委員会の報告書は、堆肥化可能、生分解可能、リサイクル素材の含有、回収エネルギー、廃棄物削減など、環境保全に固有な主張について、表示の法的要件を整理したものではない。

この報告書について、本城昇氏は、次のように指摘している。事業者の表示が先の5つの留意点を満たしていないからといって、必ずしも景品表示法上問題ある表示に該当するわけではないこと、この点で、公正取引委員会の報告書は、環境表示に関する違法性の判断基準および景品表示法の運用基準を示したものとは言えない。（本城（2001）を参照）。

第三者機関の認証を伴わない環境主張については、自己宣言型環境ラベリングの国際規格ISO14021、および、全てのタイプの環境ラベリ

ングに適用される一般原則を示したISO14020において、要件が定められている。これらの規格は、製品の環境情報について、正確で誤解を招かないコミュニケーションを確保するのに必要な要件を定めている点で、欺瞞表示防止を目指したFTCのガイドと共通点がある。しかし、ISO国際規格では、どのような表示が規格に反するかについて、規格の運用目安となるような具体的な例示は、提示されていない。

- 3) FTCのガイドに関する先行研究としては、内田(1994)および本城(2001)を参照。
4) FTCガイドは法令のように法的拘束力をもつものではないが、連邦取引委員会が法を適用する場合の解釈・運用の基準を示すもので、環境表示についての違法性の判断基準を示すものとなっている。（本城、2001、p.18）

ガイドの法的効力については、FTCのスタッフの見解として、次のように解説されている。「この環境主張ガイドは、連邦取引委員会によって執行される法律についての法執行上の解釈である」。「環境主張ガイドに抵触するような行為に対しては、同委員会による調査の結果、不正または欺瞞的な行為または慣行を禁止した法律に違反していると判断される根拠があるときは、同委員会による調整が行われる」（FTC's Staff, 2000, p.1）。

- 5) FTC, 1984, *Federal Trade Commission Policy Statement on Deception*.
6) FTC, 1984, *Federal Trade Commission Policy Statement Regarding Advertising Substantiation*.
7) 生分解性プラスチックの実用展開の状況については、大島（2002）を参照。
8) 望月(2001)、生分解性プラスチック研究会技術委員会(1997)を参照。
9) 生分解性プラスチックの分解性については、八木（2002）を参照。ポリ乳酸の土壌中および発酵コンポスト中における分解挙動については、望月(2001, 2002)を参照。
10) 生分解性プラスチックについては、安全性、環境安全性、分解性について、業界による識別認証制度がある。重金属類を基本的に含まず、生分解性と安全性、環境安全性が一定基準以上

にあることを確認した材料だけから構成される製品について、生分解性プラスチック研究会が「グリーンプラ」の名称とシンボルマークを付けて、識別表示している。この制度では、生分解性と安全性を確認した材料のみを認めたポジティブリストがあらかじめ示されており、ポジティブリストに記載された材料だけから構成される製品を、生分解性プラスチックとして認証し、非生分解性プラスチックとの識別を図っている。ただし、この識別表示制度は、独立した団体による認証ではなく、製造業者らがつくる団体による業界認証である（生分解性プラスチック研究会のサイト参照）。

参考文献

Consumeres International:

, 1999a, *Green Claims: Environmental Claims on Products and Packaging in the Shops, An International Study*. コンシューマーズ・インターナショナルのサイト、<http://www.consumersinternational.org> より入手可能。

, 1999b, *A Guide to the International 'Green Claims' Code: ISO14021*. コンシューマーズ・インターナショナルのサイトより入手可能。

Grodsky, J. A., 1993, "Certified Green: The Law and Future of Environmental Labeling," *Yale Journal on Regulation*, 147, Winter .

FTC (Federal Trade Commission),

FTC, Guides for the Use of Environmental Marketing Claims, 16 C.F.R. § 260 (2002) , (1992 , revised 1996, and 1998) , 57 FR 36363, Aug. 13, 1992 ; 61 FR 53311, Oct. 11, 1996 ; 63 FR 24240, May 1, 1998, available at <http://www.ftc.gov/bcp/grnrule/guides980427.htm>.

, 1984, *Federal Trade Commission Policy Statement on Deception*, appended to Cliffdale Associates, Inc., 103 F.T.C. 110, at Appendix, reprinting letter dated Oct. 14, 1983, from the Commission to the Honorable John D. Dingell, Chairman, Committee on Energy and Commerce, U.S. House of Representatives (1984), available at <http://www.ftc.gov/bcp/>

[policystmt/ad-decept.htm](http://www.ftc.gov/bcp/policystmt/ad-decept.htm).

, 1984, *Federal Trade Commission Policy Statement Regarding Advertising Substantiation*, 49 Fed. Reg. 30999 (1984), Appended to Thompson Medical Co., 104 F.T.C. 648 (1984), available at <http://www.ftc.gov/bcp/guides/ad3subst.htm>;

, 1998, "Eco-Speak: A User's Guide to the Language of Recycling," available at <http://www.ftc.gov/bcp/conline/pubs/alerts/ecoalrt.htm>.

, 1999, "Sorting Out Green Advertising Claims," available at <http://www.ftc.gov/bcp/conline/pubs/general/sortgrn.htm>.

, 1999, "Environmental Marketing Claims," available at <http://www.ftc.gov/bcp/conline/pubs/buspubs/epaclaims.htm>.

, The FTC's Environmental Cases, at <http://www.ftc.gov/bcp/grnrule/environmental-cases.htm>.

FTC's Staff, 2000, "Complying with the Environmental Marketing Guides," available at <http://www.ftc.gov/bcp/conline/pubs/buspubs/greenguides.htm>.

International Chamber of Commerce, 1996, *ICC International Code of Environmental Advertising*, at http://www.iccwbo.org/home/statements_rules/rules/1996/envicod.asp.

ISO (International Organization for Standardization), 1998, *ISO14020, Environmental Labels and Declarations - General Principles*.

, 1999a, *ISO14021, Environmental Labels and Declarations: Self-Declared Environmental Claims*.

上原春夫, 1999, 「製品市場と環境情報ディスクロージャー：環境ラベルの動向」, (國部克彦・角田季美枝編, 1999, 『環境情報ディスクロージャーと企業戦略』 東洋経済新報, 第5章所収)。

上原春夫編, 2002, 『Q&A環境商品表示の実務』, 新日本法規出版。

内田耕作, 1994, 「環境表示規制のあり方：米国における規制動向を手がかりとして」, 『公正取引』 第523号, 1994年, 5月。

大島一史, 2002, 「生分解性プラスチックの現状と実

- 用化に向けた課題と展望」、『プラスチック』、第53巻第10号、工業調査会。
- 公正取引委員会、2001、「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態調査について」、<http://www.jftc.go.jp>。
- 全国家庭電気製品公正取引協議会：
，2000a、「家庭電器製品製造業における表示に関する公正競争規約新旧対照表」、<http://www.jftc.go.jp>より入手可能。
，2000b、「家電品における『地球環境保全』の訴求に関する表示基準」、http://www.eftc.or.jp/news/news_info_02.html。
- 生分解性プラスチック研究会、2001、「BPS report」臨時増刊改定2号、9月。
，「グリーンプラ識別表示制度について」、<http://www.bpsweb.net>より入手可能。
- 生分解性プラスチック研究会技術委員会、1997、「生分解性プラスチックのフィールドテスト（土壌・水中系）第3報」。
- 竹濱朝美、2001、「環境配慮製品の広告表示とISO14021:『すべての自己宣言型環境主張に適用する要求事項』について」『立命館産業社会論集』第37巻第2号、9月、pp.31-61。
，2002、「米国連邦取引委員会の環境表示規制および『リサイクル可能』表示をめぐる審決」、『立命館産業社会論集』第38巻第2号、9月。
，2002、「米国連邦取引委員会の環境表示規制および『リサイクル可能』表示をめぐる審決」、『立命館産業社会論集』第38巻第3号、12月。
- 波光巖、1999、「欺瞞の広告に対する連邦取引委員会の規制」、『公正取引』、587号（9月号）。
- 本城昇、2001、「適正な環境表示の必要性とその課題不実証表示の規制と適正な情報提供の促進の必要性」、『国民生活研究』、2001年9月。
- 望月政嗣、2001、「テラマック：ソニー、NTTドコモが本格採用」、『プラスチック』、第52巻第10号、pp.25-27。
，2002、「植物から生まれた次世代合成繊維、ポリ乳酸繊維『テラマック』は何が新しいか」、『科学と工業』第76巻第6号、pp.278-285。
- 八木正、2002、「レイシア」、『プラスチック』、第53巻第10号。
- 山本良一・山口光恒監修、2001、『環境ラベル：一般原則&タイプ』、産業環境管理協会発行、日本規格協会。