

## 2 - 3 消費者等に対する環境配慮情報提供についての法制度面の要請

循環型社会の構築に向けての法制度面での基本的な枠組み法である『循環型社会形成推進基本法』（平成 12 年制定）では、その第 20 条において、事業者が、その事業活動に係る製品、容器等の循環的な利用が行われるために必要な材質、成分、処分の方法その他の情報を事業者、国民等に提供するように国が必要な措置を講ずることが規定され、また『グリーン購入法』では、その第 12 条～14 条において、事業者は“環境物品等に関する情報の提供に努めること”が規定されている。

また、平成 16 年に制定された『環境配慮促進法』では、その第 12 条において、“事業者が製品等に係る環境への負荷の低減に関する情報の提供に努めること”が規定されるとともに、第 13 条において、“国は国民が製品等の利用に当たって環境情報を利用することを促進するため必要な措置を講ずること”が規定されている。

さらに、平成 16 年に改正（消費者保護基本法を全面改正）された『消費者基本法』では、その第 15 条において、“国は、消費者が商品の購入等に際し、その選択を誤ることがないようにするため、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備するなど必要な施策を講ずる”旨が規定されている。

### 循環型社会形成推進基本法

（製品、容器等に関する事前評価の促進等）

**第二十条** 国は、循環資源の循環的な利用及び処分に伴う環境への負荷の程度を勘案して、事業者が、物の製造、加工又は販売その他の事業活動に際して、その事業活動に係る製品、容器等に関し、あらかじめ次に掲げる事項について自ら評価を行い、その結果に基づき、当該製品、容器等に係る環境への負荷を低減するための各種の工夫をすることにより、当該製品、容器等が廃棄物等となることが抑制され、当該製品、容器等が循環資源となった場合におけるその循環的な利用が促進され、並びにその循環的な利用及び処分に伴う環境への負荷の低減が図られるよう、技術的支援その他の必要な措置を講ずるものとする。

- 一 その事業活動に係る製品、容器等の耐久性に関すること。
  - 二 その事業活動に係る製品、容器等が循環資源となった場合におけるその循環的な利用及び処分の困難性に関すること。
  - 三 その事業活動に係る製品、容器等が循環資源となった場合におけるその重量又は体積に関すること。
  - 四 その事業活動に係る製品、容器等に含まれる人の健康又は生活環境（人の生活に密接な関係のある財産並びに人の生活に密接な関係のある動植物及びその生育環境を含む。）に係る被害が生ずるおそれがある物質の種類及び量その他当該製品、容器等が循環資源となった場合におけるその処分に伴う環境への負荷の程度に関すること。
- 2 国は、事業者が、その事業活動に係る製品、容器等が廃棄物等となることが抑制され、又は当該製品、容器等が循環資源となった場合においてこれについて適正に循環的な利用及び処分が行われるために必要なその材質又は成分、その処分の方法その他の情報を、その循環的な利用及び処分を行う事業者、国民等に提供するよう、規制その他の必要な措置を講ずるものとする。

### 国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）

（環境物品等に関する情報の提供）

**第十二条** 物品の製造、輸入若しくは販売又は役務の提供の事業を行う者は、当該物品の購入者等に対し、当該物品等に係る環境への負荷の把握のため必要な情報を適切な方法により提供するよう努めるものとする。

**第十三条** 他の事業者が製造し、輸入し若しくは販売する物品若しくは提供する役務について環境への負荷の低減に資するものである旨の認定を行い、又はこれらの物品若しくは役務に係る環境への負荷についての情報を表示すること等により環境物品等に関する情報の提供を行う者は、科学的知見を踏まえ、及び国際的取決めとの整合性に留意しつつ、環境物品等への需要の転換に資するための有効かつ適切な情報の提供に努めるものとする。

(国による情報の整理等)

**第十四条** 国は、環境物品等への需要の転換に資するため、前二条に規定する者が行う情報の提供に関する状況について整理及び分析を行い、その結果を提供するものとする。

## **環境情報の提供の促進等による特定事業者等の環境に配慮した事業活動の促進に関する法律（環境配慮促進法）**

**第四章** 製品等に係る環境への負荷の低減に関する情報の提供

**第十二条** 事業者は、その製品等が環境への負荷の低減に資するものである旨その他のその製品等に係る環境への負荷の低減に関する情報の提供を行うように努めるものとする。

**第五章** 環境情報の利用の促進

**第十三条第二項** 国は、前項に定めるもの（ ）のほか、事業者又は国民が投資、製品等の利用その他の行為をするに当たって環境情報を利用することを促進するため、技術的な助言その他の必要な措置を講ずるものとする。

( ) 環境報告書

## **消費者基本法**

(広告その他の表示の適正化等)

**第十五条** 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

消費者基本法の改正に先立って国民生活審議会で決定された「21世紀型の消費者政策に向けて」(国民生活審議会消費者政策部会(平成15年5月))では、以下のような記述が盛り込まれている。

第3章第5節 3. 消費者政策における環境問題への対応

(3) 消費者の環境配慮型行動のための消費者政策の展開

消費者が環境に配慮した行動を実践するためには、消費者政策においても、事業者及び行政による消費者への適切な情報提供や消費者教育が必要である。このため、環境ラベル制度の整備・普及、広告・表示の適正化、消費者啓発及び消費者教育の充実と情報のネットワーク化等を図る必要がある。

環境ラベル制度の整備・普及

消費者が商品の環境配慮にかかる情報を得るためには、環境ラベルがその有力な情報源となるが、環境ラベルは運営主体や導入された経緯等によって多種多様な制度が存在しているため、多様な環境ラベルに関する情報を一元化し、インターネット等を利用して閲覧するための「環境ラベル等データベース」が本格的に運用される等、その情報提供体制が整いつつあるが、これをさらに推進する。また、インターネット以外の媒体も利用し適切な情報提供を行っていく必要がある。

環境に関する広告・表示の適正化

環境に配慮した商品に関する広告・表示は、「環境にやさしい」等のあいまい又は抽象的な表現が多く消費者が適切な判断を行いにくい状況にある。このため商品の再生素材の使用の程度や、リサイクルへの配慮、廃棄後の環境への影響等を商品のライフサイクルを通じて具体的にわかりやすく示す広告表示が徹底される必要がある。

消費者啓発・教育の充実と情報のネットワーク化

消費者の環境に対する意識の高まりに対応するため、消費者教育においても、消費行動と環境に関する講座を積極的に展開するとともに、わかりやすい教材を提供していく必要がある。また、消費者、事業者、行政等による横断的なネットワークを構築し、各々の情報の共有化を進めるとともに、各主体の環境問題への取組を促進していくためのキャンペーン等の施策を講じていく必要がある。