

グリーンウォッシュ（見せかけの環境対応）の代償と法的リスクの予防

独禁/通商・経済安全保障ニューズレター

2023年11月22日号

執筆者:

[富松 由希子](#)y.tomimatsu@nishimura.com[渡邊 純子](#)j.watanabe@nishimura.com[藤井 康次郎](#)k.fujii@nishimura.com

1. はじめに

企業がその事業活動につき環境や人権への影響を把握し、管理し、説明するための措置を講じる方向での圧力が高まっていることを受け、従来は道徳的・倫理的・社会的責任の問題であったものが、法的規制や訴訟を通じて法的義務になりつつあります。

2023年10月31日、IBA¹（国際法曹協会）の年次総会（開催地パリ）（以下「パリ IBA」といいます。）でも、「ESG 訴訟」（定義は後述します。）が取り上げられました²。パネリストは、集団訴訟を専門とする弁護士、ESG 訴訟リスクを抱える企業のインハウスカウンセラー、ESG 訴訟の実務家研究者、気候変動活動家の原告団体及び気候科学者であり、ESG に関する最近の戦略的訴訟や規制・リスク管理分野の進展が世界全体に及ぼす影響について議論されました。特に欧米において ESG（環境（Environment）・社会（Social）・ガバナンス（Governance（企業統治）））に関連する訴訟件数が増加していることがその背景にあるものと思われます³。

ESG 訴訟に明確な定義はありません。ESG 投資家やそれと連携した NGO が国や企業の ESG に対する取組みの改善を目的として国や企業を訴える訴訟を ESG 訴訟と定義することもあります。しかしながら本 NL では、環境や人権を考慮した企業の経営・事業活動に関連して、消費者や被害者またはそれらと連携した NGO が、グローバルに事業を展開する大企業またはその子会社や関連会社に対して、損害賠償等を求めて提起する訴訟とします。

本 NL では、まず、ESG 訴訟のうち、日本企業及びその海外子会社・関連企業にも波及する可能性があり日本でも関心が高まっているグリーンウォッシュ規制と訴訟について概説しつつ、ESG 訴訟の原告側の目的・狙いや戦略を紹介します。その上で、今後、ESG 争訟（訴訟のみならず訴訟前対応を含みます。）やそのリスクに相對することとなる日本企業のグローバル・インハウスカウンセラーに期待される役割と留意点に

¹ [International Bar Association | International Bar Association \(ibanet.org\)](#)[最終アクセス 2023年11月17日]

² [Programme Details Page | International Bar Association \(ibanet.org\)](#)[最終アクセス 2023年11月17日]

³ 気候変動関連訴訟は世界中で重要性を増しており、2015年にパリ協定が採択された後、サビン気候変動法センター（SCCCL）が記録した2,300件以上の訴訟のうち、約3分の2が米国で提起されています。かつて被告は主に政府関係者でしたが、現在では企業に対する訴訟の数も増加し、多様化しています。もはや、化石燃料エネルギー分野の多国籍企業といった「古典的な」標的だけを狙った訴訟ではなく、化学、食品、金融、旅行など、数多くの企業を被告とする訴訟も増えていきます。（[ESG Litigation in the Face of Climate Change – An Introduction from a European Corporate Perspective | N&A Newsletters | Knowledge | Nishimura & Asahi](#) 参照）[最終アクセス 2023年11月17日]

ついて述べます。

2. グリーンウォッシュ

(1) グリーンウォッシュと規制

グリーンウォッシュとは、一般に、実体または科学的根拠に裏打ちされた合理的理由を伴っていないにもかかわらず「持続可能性」「生分解性」「環境配慮」等を謳い、環境意識の高い消費者を獲得しようとする行為であり、日本でも景品表示法違反（優良誤認表示）とされる可能性があります⁴⁵。実際に、2022年12月、消費者庁は生分解性プラスチック製品を販売した10社に対し、十分な根拠がないのに自然に分解されるかのように表示したのは優良誤認表示にあたる等として、再発防止などの措置命令を出しました。かかる事例は、グリーンウォッシュに対する消費者庁として摘発事例としてメディア報道でも注目を集めました⁶⁷。

欧米では、（日本の景表法で対象とされている）商品・サービスの品質や価格の優良誤認表示にとどまらず、グリーンウォッシュを対象とした規制対応が進んでいます。

2023年3月には、欧州委員会が、環境に関する明示的な訴求の立証と伝え方に関する指令（グリーン・クレーム指令）⁸案を公表しました。同指令案は、環境に関する明示的な訴求の立証⁹が、公認の科学的証拠と最新の技術的知識に依拠した評価に基づくこと、ライフサイクル全体の観点から影響、側面、性能の重要性を実証すること、性能を評価するためにすべての側面と影響を考慮すること、主張が製品全体について正確なのか、部分的なのか（ライフサイクル全体か、特定の段階のみか、事業者のすべての活動か、その一部のみか）等を実証することを求めるものです¹⁰¹¹。

また、同年9月には、EU理事会と欧州議会が、グリーン・トランスフォーメーションにあたり消費者の権利を強化しグリーンウォッシュ等から消費者等をより適切に保護するため、不公正商慣習指令（UCPD）

⁴ 景品表示法第5条第1項は、事業者が、自己の供給する商品・サービスの取引において、その品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、(1)実際のものよりも著しく優良であると示すもの、(2)事実に相違して競争関係にある事業者に係るものよりも著しく優良であると示すものであって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を蘇我いするおそれがあると認められる表示を禁止しています（優良誤認表示の禁止）。（[優良誤認とは | 消費者庁 \(caa.go.jp\)](#) [最終アクセス 2023年11月17日]）

⁵ たとえば、実際にはコピー用紙の原材料に用いられた古紙パルプの割合（古紙配合率）が50%程度であるにもかかわらず、あたかも「古紙100%」であるかのように表示する場合が消費者庁によって例示されています。（[fair_labeling_160801_0001.pdf \(caa.go.jp\)](#)（6頁） [最終アクセス 2023年11月17日]）

⁶ [偽の「エコ」に世界の目厳しく 消費者庁も初の摘発 - 日本経済新聞 \(nikkei.com\)](#) [最終アクセス 2023年11月17日]

⁷ [景品表示法関連報道発表資料 2022年度 | 消費者庁 \(caa.go.jp\)](#)の12月分参照。なお、環境省は、「主に自己宣言により環境表示を行う事業者および事業者団体を対象に、望ましい環境表示を目指す上で必要な環境情報提供のあり方について整理し、まとめたもの」として、「[環境表示ガイドライン](#)」を公表しています。（[環境省_環境ラベル等データベース_環境表示ガイドライン \(env.go.jp\)](#) [最終アクセス 2023年11月17日]）

⁸ Directive on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive) [Proposal for a Directive on green claims \(europa.eu\)](#) [最終アクセス 2023年11月17日]。Claim（訴求）とは、宣伝・広告等で、消費者の購買意欲に訴えかけることをいいます。

⁹ 環境表示を立証するための方法として、EU委員会は環境フットプリント手法の活用を推奨しています。（[Recommendation on the use of Environmental Footprint methods \(europa.eu\)](#) [最終アクセス 2023年11月17日]）

¹⁰ [Carriages preview | Legislative Train Schedule \(europa.eu\)](#) [最終アクセス 2023年11月17日]

¹¹ 同指令案は、本NL執筆現在において、欧州議会で審議されています。

¹²と消費者権利指令（CRD）¹³の改正に暫定合意しました¹⁴¹⁵。この改正により、持続可能な購入行動を妨げる商慣習から消費者がより適切に保護され、また、消費者が製品の耐久性や修理可能性についてより良い情報を得られるようになることが期待されています。

米国でも、連邦取引委員会（Federal Trade Commission、以下「FTC」といいます。）消費者の誤認を招く環境に関する広告表示について規制しています。なお、米国では、FTC が、環境に関するマーケティング・ガイドラインである「Guides for the Use of Environmental Marketing claims（以下「Green Guides」といいます。）」¹⁶も公表しており、各州規制法のほか、Green Guides に沿った対応をするよう呼びかけられています¹⁷。

オーストラリアやアジアにおいても、グリーンウォッシュの取り締まりが強化され、摘発事例も出ているとの報道もあるところ¹⁸、グローバルに事業を展開する企業にとって、グリーンウォッシュをめぐる法的リスクは、コンプライアンスの観点からもはや対岸の火事とはいえません。

(2) グリーンウォッシュ訴訟

グリーンウォッシュ訴訟は、企業の見せかけの環境対応に関して、それを信頼して行動した消費者等が損害を被ったとして、当該企業に対して損害賠償等を求める訴訟です。

日本では、消費者が企業に対してグリーンウォッシュを理由に損害賠償を求めて裁判所に訴訟を提起する大きな動きはまだ見られません。しかしながら欧米では、規制当局による取り締まりに加え、消費者や NGO 等から企業に対し、グリーンウォッシュを理由とする訴訟提起が増加しています。

欧米においては、多国籍企業が規制のないところで自由に経済活動を行い、市民社会の犠牲のもとで恩恵を受けていることを問題視し、「被害者」とともに訴訟という法的手段を用いて多国籍企業を訴え、よりよい市民社会を実現するための多国籍企業との交渉手段として使おうとする活動家（activist）が関与する訴訟提起が少なくありません¹⁹。上記 1 のパリ IBA のパネルでも、ESG 訴訟提起の主な目的は、企業の Accountability（説明責任）や Transparency（透明性）の失敗を是正することが主な目的であるとの話が聞かれました。日本においても今後、不法行為や不当利得等の法的根拠に基づき同様の目的でグリーンウォッシュ訴訟が増加する可能性があります。

¹² Unfair Commercial Practice Directive. 2022 年 3 月、欧州委員会が改正指令案を公表しました。

¹³ Consumer Rights Directive. なお、消費者の知る権利に関する問題でもあるため、グリーンウォッシュは人権に関する問題でもありません。

¹⁴ [Council and Parliament reach provisional agreement to empower consumers for the green transition - Consilium \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1000)[最終アクセス 2023 年 11 月 17 日]

¹⁵ 今後、EU 理事会及び欧州議会の各承認と採択が必要となります。

¹⁶ [Guides for the Use of Environmental Marketing Claims \("Green Guides"\) | Federal Trade Commission \(ftc.gov\)](https://www.ftc.gov/guides-for-the-use-of-environmental-marketing-claims)[最終アクセス 2023 年 11 月 17 日]。2012 年に最終更新されて以来アップデートされていませんが、2023 年 4 月締めでパブリック・コメントが募集されており、改訂が見込まれています。

¹⁷ たとえば、カリフォルニア州：[Quick Reference Guide to Biodegradable, Compostable, and Related claims on plastic products in California](https://www.cdpr.ca.gov/Programs/OPA/Pages/NR2023-0001.aspx)[最終アクセス 2023 年 11 月 17 日]

¹⁸ [焦点：豪アジアでグリーンウォッシュ取り締まり強化、罰則も | Reuters](https://www.reuters.com/business/sustainable-business/asia-focus-green-wash-tightening-penalties-2023-11-17/)[最終アクセス 2023 年 11 月 17 日]

¹⁹ 冒頭で紹介したパリ IBA のパネルでは、訴訟を提起した裁判所の管轄内の企業（子会社）のみならず、損害算定の際に親会社の売上げを基準に算定することを含め、親会社にも何らかの責任を負わせる（親会社を交渉に引きずり出す）ために「域外適用」を模索する傾向にあるとの話も聞かれました。

グリーンウォッシュ訴訟（特に集団訴訟）を提起された場合には、多大な対応コストや金銭的賠償のリスクを負うことになるほか、現地子会社のみならず日本の親会社を含むグループ会社全体が風評またはレピュテーションリスクに長期間さらされる可能性があり、大きなビジネスリスクにもなりかねません。

グリーンウォッシュ訴訟は、消費者保護法等の規制法にとどまらず、むしろ不当利得、不当表示、明示的な表明違反²⁰といった、規制法以外の法的根拠に基づいて提起されるのが特徴です。

そのため、グリーンウォッシュ訴訟やビジネスリスクを予防するには、商品・サービスの輸出先や事業展開先（投資受入国）の国内法規制を遵守するだけでは足りません。企業は、商品・サービスの輸出先や事業展開先の国内法を遵守するのは当然のことながら、それにとどまらず、輸出先や事業展開先で推奨されているガイドライン等（例えば上記(1)で紹介した FTC の Green Guides）や、自社グループの環境指針（ポリシー）・環境規約（特に公表済のもの）に沿った対応が有益となります²¹。

さらに、上記(1)で紹介した規制の動きにみられるように、グリーンウォッシュをめぐる規制の議論は日本を含む世界各国で活発化しており、各国・地域の規制の正確な予測は難しい状況です。しかしながら、規制の変化に対応できなければ、訴訟リスクやレピュテーション低下や風評によるビジネスリスクも高まってしまう。そこで、欧米や環境に関する規制の先進国における議論状況（EU 指令案や Green Guides の改正案を含みます。）やグリーンウォッシュ訴訟の判例・裁判例の動向を把握し、可能な限りそれらに沿った対応をすることが望まれます。特に欧州においては、パリ協定をはじめとする国際法に沿った EU 指令及び国内法が整備される傾向にあるところ、関連する国際法や国連のガイドライン等を踏まえて先を読みながら対応することも有益です。

3. 日本企業のグローバル・インハウスカウンセルに期待される役割と留意点

上記 1 で言及しましたパリ IBA パネルにおいて、ESG 訴訟のリスクを抱える多国籍企業のインハウスカウンセルが、ESG 訴訟やビジネスリスクの予防のため多国籍企業のインハウスカウンセルにおいて行うべき対応は次の 4 点であると述べていましたので、ご参考までにご紹介いたします。

- ① 企業内のトレーニング
- ② 随時、外部の専門家から ESG 規制や訴訟、ESG に関する国際法等に関する最新の情報や潮流のアップデートを受け、企業内にナレッジとして蓄積
- ③ 上記②の最新の情報を踏まえ、どのような経営・運営（management）を行うべきか考え、経営陣に進言
- ④ （非常に重要と前置きした上で）ステークホルダーのエンゲージメント

上記④ステークホルダーのエンゲージメントについては、ESG 訴訟の法的根拠が規制法に限られないことから、国内の規制法さえ遵守していれば ESG 訴訟を回避できるというわけではない（上記 2(2)ご参照。）ということも影響しているものと思われます。すなわち、ESG 訴訟を効果的に予防し、ビジネスリスクを軽減させるためには、訴訟を交渉手段として利用せざるを得なくなる前に、市民社会との対話を行うことも重

²⁰ *Smith v. Keurig Green Mountain, Inc.*, 2023 WL 2250264, at p.1 (N.D. Cal. Feb. 27, 2023) (alleging unjust enrichment, misrepresentation, and breach of express warranty)等。

²¹ たとえば、被告企業が自社商品につきリサイクル可能と表示した上でリサイクルの方法について説明書を付して販売したところ、同商品は実際にはリサイクル不能であったとして原告らから集団訴訟を提起された *Smith v. Keurig Green Mountain, Inc.* 事件（2023 年和解成立）の審理において、被告企業は Green Guides に合致した対応を行っていたと主張していました（同 393 F. Supp. 3d 837, 844-845 (N.D. Cal. June 28, 2019)）。

要と考えられます。

なお留意点として、市民社会との対話が奏功せず訴訟で解決せざるを得ない場面が生じる可能性も否定できないところ、対話の段階から訴訟も見据えて、秘匿特権の保護を含め訴訟手続の専門家とも相談しながら戦略的に対応することが有益です。

4. 終わりに

本 NL では、ESG 訴訟のうち、日本企業及びその海外子会社・関連企業にも波及する可能性があり、日本でも関心が高まっているグリーンウォッシュ規制と訴訟について概説しつつ、今後、ESG 争訟やそのリスクに相對することとなる日本企業のグローバル・インハウスカウンセルに期待される役割と留意点を紹介しました。

よりよい環境や人権への取組みについて表明し、表示することは、消費を通じた、消費者の環境や人権への貢献を促すことにつながり、持続可能な開発目標（SDGs）の達成にも有益です。一方で、グリーンウォッシュを含め見せかけの対応を行ってしまった場合の代償は、規制法違反による摘発や一時的なレピュテーションリスクにとどまりません。グローバルに事業を展開する日本企業は、国内外の訴訟リスクも念頭におきつつ、国内外の規制やガイドライン、EU 指令等につき情報収集を行い、国際法や訴訟の専門家とも相談しつつ、市民社会との対話を含めて対応していくことが有効です。

以上

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは [こちら](#) に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所・外国法共同事業 広報室 newsletter@nishimura.com