

**繊維産業に係る平成 20 年度情報関係事業における  
「オーガニック・コットン含有率に関する適正な表示ルール  
のあり方に関する調査事業」**

**報告書**

**平成21年3月**

**独立行政法人 中小企業基盤整備機構**



## 目 次

第1編 本調査事業の背景と目的.....	2
1. 背景 .....	2
2. 目的 .....	2
3. 検討方法及びスケジュール.....	2
4. 検討委員 .....	3
第2編 調査結果 .....	4
1. オーガニック・コットン産業の現状分析.....	4
2. オーガニック・コットン表示ガイドラインの検討.....	8
3. 経済産業省（行政）への提言.....	28
4. 将来的規制の在り方.....	31
5. 今後の課題 .....	39
参考資料 .....	40
1. 消費者アンケート調査結果.....	41
2. 事業者ヒアリング調査結果.....	60

## 第1編 本調査事業の背景と目的

### 1. 背景

「環境への配慮」を求める世界的な潮流の中にあって、オーガニック市場は顕著に拡大しつつある。

特に、オーガニック・コットン市場は、主要なアパレルブランドが素材として取り入れ、小売企業が積極的にプロモーションを行うことで顕著な拡大を見せており、これに伴ってオーガニック・コットン製品の需要は着実に伸び、オーガニック・コットンの生産も増加している。

一方で、環境配慮の意味に加え、健康面への機能・効果を謳うなど、繊維製品におけるオーガニックの定義は曖昧であることから、オーガニック・コットンの信頼性を確保しつつ、消費者保護の観点を踏まえ表示の適正化を図ることが市場が拡大しつつある現段階において喫緊の課題となっている。

### 2. 目的

「1. 背景」を踏まえ、「市場」が求める正しいオーガニック・コットンのあり方を推進するため、有識者による委員会を設置し、本委員会において、オーガニック・コットンの定義や具体的な表示ルールを検討し、最終的に「含有率表示等に関する適正な表示ルールのあり方についての提言等」をとりまとめる。

### 3. 検討方法及びスケジュール

委員会（3回）に加え、消費者アンケート調査やヒアリング調査を実施した。

- ・第1回委員会 : 2008年12月19日
- ・第2回委員会 : 2009年 1月30日
- ・第3回委員会 : 2009年 3月 5日

## 4. 検討委員

### ○委員長

近藤 健一 大正紡績株式会社 営業部長

### ○委員

河邊 司郎 株式会社赤ちゃん本舗 代表取締役会長

小篠 ゆま 株式会社ユマコシノアソシエイツ 代表取締役

佐藤 一則 株式会社カドリールニシダ 営業部

重松 健 株式会社三越伊勢丹HD 営業政策本部 常務執行役員

西川 恵 毎日新聞社 専門編集委員

橋本 京子 多摩美術大学生産デザイン学科 教授

日比 暉 日本オーガニックコットン協会 理事

藤澤 徹 株式会社新藤 代表取締役

皆川 魔鬼子 ISSEY MIYAKE INC 取締役

山口 源兵衛 誉田屋源兵衛 代表取締役

若狭 純子 織研新聞社 編集局本社編集部

渡邊 利雄 渡辺パイル織物株式会社 代表取締役社長

### ○アドバイザー

稲垣 貢哉 興和株式会社 DM部テネリータ課プロデューサー

ドナルド・ノーティング ECOサート-QAIジャパン有限会社 取締役社長

宮崎 道男 日本オーガニックコットン流通機構

山口 泰 株式会社FEM 営業部 主任

### ○オブザーバー

山岡 俊文 株式会社ハート 社長

工藤 尚一 株式会社三越 総合企画部 品質管理担当 担当課長

十六原 隆 日本紡績協会・課長

上田 睦治 日本紡績協会・原料委員長

桐部 仁志 経済産業省 製造産業局繊維課 課長補佐

大隅 恵枝 経済産業省 製造産業局繊維課 課長補佐

小林 大輔 経済産業省 製造産業局繊維課 品質規格係長

曳地 里嘉 経済産業省 製造産業局繊維課

堀江 隆経 経済産業省 産業技術環境局認証課

島崎 真人 農林水産省 消費・安全局表示・規格課有機食品制度班 課長補佐

加藤 紀江 農林水産省 消費・安全局表示・規格課有機食品制度班 有機農畜産物係長

伊藤 ミツエ 独立行政法人中小企業基盤整備機構 繊維産業支援室 室長

相地 沢春 独立行政法人中小企業基盤整備機構 繊維産業支援室 主任

(五十音順、敬称略)

## 第2編 調査結果

### 1. オーガニック・コットン産業の現状分析

通常のコットンと同様にオーガニック・コットンは事業者とオーガニック・コットン生産農家との相対での取引が中心となっており、貿易上、通常のコットンに含まれ、貿易統計においてもオーガニック・コットンというコードは存在しない。そのため、オーガニック・コットンの原料、糸、織物ごとの仕出地別輸入数量などの輸出に係る情報の判断をすることは困難な状況となっている。

オーガニック・コットン産業の統計情報については、唯一、米国のオーガニック・コットンの認証基準を策定しているOrganic Exchangeによって「Organic Exchange Marketplace Report」として、取りまとめられており、我が国では日本オーガニック流通機構ならびに日本オーガニックコットン協会などにより、本情報が提供されている。

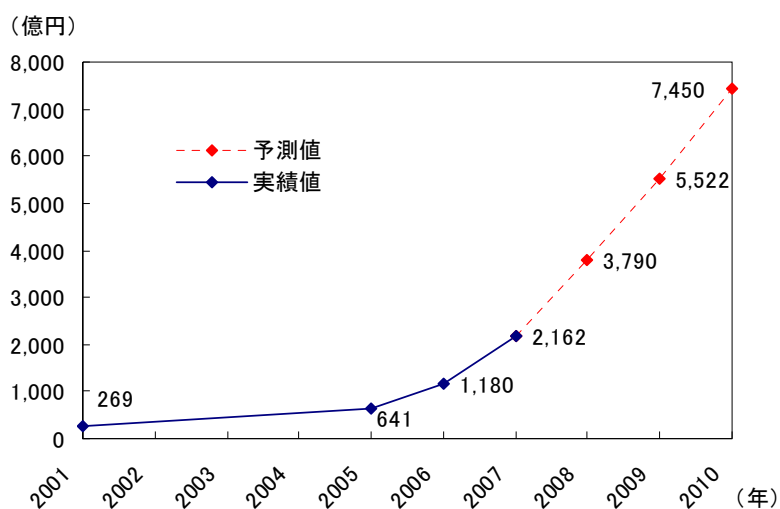
ここでは、オーガニック・コットン産業の現状分析として、世界のオーガニック・コットン市場、世界のオーガニック・コットン生産量および2004～2006年栽培地域別収穫量の内訳について、上述レポートに従いとりまとめた。

その結果を以下に示す。

## (1) 世界のオーガニック・コットン市場<sup>1</sup>

世界のオーガニック・コットン市場は目覚ましい成長ぶりを見せている。2001年から2005年までの5年間で、オーガニック・コットン市場は金額ベースでは、2倍強の伸びを見せたが、2005年以降は単年で前年比平均約2倍と加速度的に市場が拡大している。今後もその傾向は続く予測され、2010年には2001年の30倍弱の7,450億円に達すると見込まれている。

図表・1 世界のオーガニック・コットン市場（金額ベース）



図表・2 世界のオーガニック・コットン市場における主要マーケットター（使用量ベース）

	2005年	2006年	2007年
1	Nike	Wal-mart/Sam's Club	Wal-mart/Sam's Club
2	Coop Switzerland	Nike	Nike
3	Patagonia	Coop Switzerland	Woolworth's South Africa
4	Otto Group	Patagonia	Coop Switzerland
5	Wal-mart/Sam's Club	Otto Group	C&A

<sup>1</sup> 出所：Organic Exchange Marketplace Report 2007 より日本オーガニックコットン流通機構作成

## (2) 世界のオーガニック・コットン生産量<sup>2</sup>

世界のオーガニック・コットン市場の成長ぶりに呼応し、オーガニック・コットン生産量も拡大をしている。2000-2001年には6,480トンであった生産量は、2006-2007年には57,931トンに達しており、6年間の年平均伸び率は44%となっている。

また、地域別の生産量では、中東（トルコ、イスラエル）、東南アジア（インド）、アフリカが主要な産地となっており、世界の生産量の80%以上を占めている。

図表・3 世界のオーガニック・コットン生産量

年	生産量（トン）
2000-2001	6,480
2005-2006	37,799
2006-2007	57,931

図表・4 2004～2007 栽培地域別生産量の内訳

栽培地域	2004-2005	2005-2006
中東（トルコ、イスラエル）	42.9%	34.7%
東南アジア（インド）	27.3%	34.9%
アフリカ	11.0%	12.3%
アメリカ	7.7%	6.0%
中国	7.4%	8.2%
南米	3.5%	3.8%
その他	0.3%	0.4%
合計	100.0%	100.0%

(主要生産国)

- ・トルコ、インド、中国、シリア、ペルー、アメリカ、ウガンダ、タンザニア、イスラエル、パキスタンなど

<sup>2</sup> 出所：Organic Exchange Marketplace Report 2007 より日本オーガニックコットン流通機構作成



### (3) オーガニック・コットンの生産量増加、市場拡大の要因<sup>3</sup>

世界のオーガニック・コットンの生産量が増加し、市場が拡大した要因として、以下が挙げられる。

#### 【生産量増加の要因】

- ・綿花生産者を支援するプログラムの実施
- ・収穫量の安定した品種への改良
- ・認証付きのオーガニック・コットン製品の消費市場からの認知 など

#### 【市場拡大の要因】

(消費者サイド)

- ・多くの消費者の意識がエコや健康を優先
- ・各企業の行うプロモーションにより消費者がオーガニック・コットンを理解

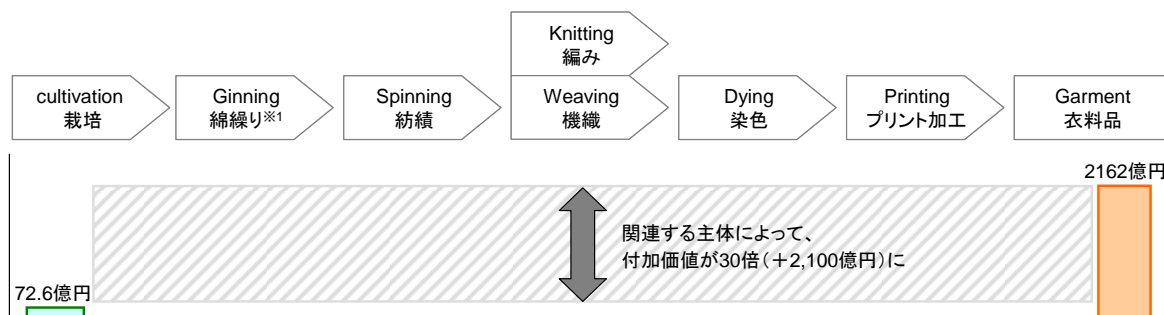
(売り手サイド)

- ・多くの企業がエコをテーマに商品戦略を練り、オーガニック・コットンを積極的に採用
- ・この数年、多くのアパレル企業がオーガニック・コットン製品の取り扱いを続けたことにより、消費市場に定着
- ・小売企業もオーガニック・コットン商品ラインを導入

### (4) オーガニック・コットンの付加価値分析

オーガニック・コットンの付加価値連鎖を分析すると、オーガニック・コットンの生産に伴う取引金額と、衣料品などとして取り扱われる市場での販売額を比較した場合、付加価値が30倍近く上昇していることが分かる。

図表・5 オーガニック・コットンのバリューチェーン



<sup>3</sup> 出所：Organic Exchange Marketplace Report 2007 より日本オーガニックコットン流通機構作成

## 2. オーガニック・コットン表示ガイドラインの検討

検討会において、オーガニック・コットン表示ガイドラインを策定することが望ましいとの結論に至り、必要とされるオーガニック・コットン表示ガイドラインの骨子の策定について議論がなされた。検討にあたっては、「有機農産物等に係る青果物等特別表示ガイドライン（農林水産省）」を参考とした。以下に表示ガイドラインに記載する項目ならびに主要な論点を示す。

### (1) 趣旨

(論点) オーガニック・コットンの表示ガイドラインを通じて、達成したいこととは

### (2) 適用の範囲

(論点) オーガニック・コットン原料のみを適用の範囲とするのか、オーガニック・コットン製品までを適用の範囲とするのか

### (3) オーガニック・コットンの定義・基準

(論点) オーガニック・コットンの定義・基準とは

### (4) 表示及び転記

(論点) ラベルなどの表示方法について規定すべき事項とは

### (5) 表示事項

(論点) 表示すべき事項とは

### (6) 関係する事業者の義務

(論点) 本ガイドラインを遵守するために規定すべき事項とは

### (7) 表示禁止事項

(論点) 紛らわしい用語・表現の禁止として規定すべき事項とは

### (8) その他

(論点) 追加的に記載すべき事項とは

上記の項目ごとに、①記載事項、②ポイント、③理由（検討会での議論の内容、根拠となるアンケート調査の結果など）を次ページ以降に記載する。なお、表示ガイドラインの作成にあたっては、消費者保護を最優先に、オーガニック・コットンを扱う者として、守るべき最低限の項目を規定することとした。

## (1) 趣旨

### ① 記載事項

近年、世界は、環境への配慮、安心と安全を求める潮流の中にあつて、オーガニック製品の市場が拡大しているが、その表示についての考え方が必ずしも一定しておらず、オーガニック・コットン製品の市場の生産・流通・消費に対し、不適切な表示による支障が生まれる可能性が想定される。

このため、オーガニック・コットン製品市場の適正な流通を図り、消費者の適正な選択を促すためのオーガニック・コットンの表示に関するガイドラインを定める。

### ② ポイント

本表示ガイドラインは、「消費者保護に資する」、「国際的に通用する」表示ガイドラインとなるよう、規定した。

### ③ 理由

検討会では、「①国際的に通用する表示ガイドラインとすべき」、「②消費者保護に資する表示ガイドラインとすべき」の2点が表示ガイドラインのポイントであるという意見が挙げられた。

(委員からの意見)

- 「消費者保護に資する」こと
  - ・現状、オーガニック・コットン製品市場は顕著な伸びを見せているが、オーガニック・コットンの信頼性が確保されなければ、消費者へのデメリットを回避することはできない。よって、本表示ガイドラインは「消費者保護に資する」ことを目的とすべきである。
  
- 「国際的に通用する」こと
  - ・我が国の企業は、オーガニック・コットンの原料、糸、製品を輸入（または輸出）するなど、グローバルに活動を展開していることから、「国際的に通用する」表示ガイドラインとする必要がある。よって、本表示ガイドラインはオーガニック・コットン製品市場の適正な流通が行われるガイドラインとする必要がある。

オーガニック・コットン市場における問題点に鑑み、検討会ではこの2点を趣旨として明示することについて同意された。

## (2) 適用の範囲

### ① 記載事項

このガイドラインは、一般に流通、販売されるオーガニック・コットン製品に適用するものとする。

### ② ポイント

オーガニック・コットン原料のみを適用範囲とするのではなく、オーガニック・コットン製品までを適用範囲とする。

### ③ 理由

検討会では、適用範囲として「原料のみとすべき」「製品までとすべき」の両方の意見が挙げられた。

(委員からの意見)

- ▶ 原料のみとすべき
  - ・製造段階も含めた認証ではなく、あくまで原料段階の認証で留めるべきである。
- ▶ 製品までとすべき
  - ・消費者にとって意味のあるガイドラインにすることが大前提であり、製品までを適用範囲とすべきである。

本表示ガイドラインは、「(1) 趣旨」のとおり、オーガニック・コットン製品の適正な流通を図り、消費者の適正な選択に資するオーガニック・コットンの表示に関するガイドラインと明示していることから、オーガニック・コットン製品までを適用範囲とすることが相応しいといえる。

### (3) オーガニック・コットンの定義・基準

#### ① 記載事項

このガイドラインにおいて、「オーガニック・コットン」とは、農業段階において、国際的な基準に基づき有機性が認証されたコットンと定義する。

このガイドラインにおいて、「オーガニック・コットン製品」とは、原料の一部または全てに「オーガニック・コットン」が使用されていることが証明できる最終製品と定義する。

#### ② ポイント

「オーガニック・コットン」および「オーガニック・コットン製品」の両方を本ガイドラインでは定義する。

「オーガニック・コットン」とは、農業段階において既に確立されている国際的な基準に基づき、有機性が認証されたコットンと定義する。基本的には、以下の要件に合致するものを想定する。

- ・オーガニック・コットンとは、3年間農薬や化学肥料を使わないで栽培された農地で、農薬や化学肥料を使わないで生産されたコットン
- ・栽培に使われる農薬・肥料については、オーガニック・コットン認証関連団体により、厳格な基準が設けられており、これに基づき、認証機関が実地検査を行ったコットン
- ・遺伝子組み換えを行ったものは、オーガニックコットンとはしない

「オーガニック・コットン製品」とは、上記のオーガニック・コットンが原料の一部または全てに使用されていて、かつ使用されていることが証明できる状態であること（表示内容と製品に相違がないこと）を求める。つまり、国際的な基準とされている「Global Organic Textile Standard (GOTS)」や「Organic Exchange Standards (OE)」の事項と同調するよう配慮する必要がある。

#### ③ 理由

検討会では、農業段階の「オーガニック・コットン」と「オーガニック・コットン製品」の両方を定義する必要があるという意見が挙げられた。

農業段階の「オーガニック・コットン」については、すでに国際的な基準が確立されているが、「オーガニック・コットン製品」については、国際的な基準が一本化されていないことから、定義すべき事項として、「含有率の条件」、「普通綿の混入」、「使用することができる副資材等・化学薬品等」、「オーガニック・コットンのメリット」などの意見が挙げられた。

(委員からの意見)

- ▶ 含有率の条件について
  - ・オーガニック・コットンの含有率は、国際的な基準でも規定が異なっている。Organic Exchange Standards (OE) の場合、含有率が5%以上でも良いとする議論もあるが、Global Organic Textile Standard (GOTS) の含有率70%以上にあわせるべきではないか。
  - ・アメリカ国内では、オーガニック・コットン70%以上でなければオーガニック・コットンと表示してはいけないという規則がある。OEはそれにもとづいている基準である。日本はこれに学ぶということも有り得る。70%の根拠は、国際食品規格 (CODEX<sup>4</sup>) で決められている。
  - ・オーガニック・コットンを地球環境への貢献という観点で広げていくのであれば、数%であっても良い。表示さえ正しくすれば良い。素材としてオーガニック・コットンが混入されているということが必要だ。
- ▶ 普通綿の混入について
  - ・オーガニック・コットンに普通綿を混入することは、国際的な基準でも規定が異なっている。普通綿の混入可否を明確にする必要がある。
- ▶ 使用することができる副資材等・化学薬品等
  - ・副資材や糸に何を使っていなければ良いのか、染料やプリントの扱いについても検討が必要である。
- ▶ オーガニック・コットンのメリット
  - ・現状でオーガニック・コットンのメリットを限定しすぎることも良くない。

上述のとおり、定義すべき事項は多々あるが、グローバル化するマーケットにおいて、表示ガイドラインは「国際的な表示ルール」と同調する形式にすることが求められる。ただし、オーガニック・コットンの含有率と、通常のコットンの混合の可否については、国際的な基準でも規定が異なっているのが実状である。例えば、「Global Organic Textile Standard (GOTS)」の場合、オーガニック・コットンの含有率が70%以上を求められるのに対し、「Organic Exchange Standards (OE)」では、オーガニック・コットンの含有率が5~100%と規定されている。また、GOTSは普通綿の混入を禁止しているのに対し、OEでは普通綿の混入は可能である。なお、オーガニック・コットンの含有率について、どちらかの基準を採用した場合のメリット・デメリットは以下のとおり。

条件	メリット	デメリット
70%以上の含有率を基準とした場合	高い含有率を期待する消費者が、安心して製品を購入できる	企業の取り扱い製品の幅が限定される
5%以上の含有率を基準とした場合	オーガニック・コットンの普及をより促す	含有率の規定について、消費者に対する普及啓発が必要となる

<sup>4</sup>国連食糧農業機関(FAO)と世界保健機関(WHO)が合同で作成した国際的な食品規格

基準によっては、オーガニック・コットンの含有率が70%以下の製品はオーガニック・コットン製品とならないが、オーガニック・コットン製品の使用拡大が環境問題や、その他社会問題の解決に寄与することを考慮し、含有率に下限値を設けることや普通綿の混入を認めないことは、今のところ難しいと言える。

ただし、消費者保護の観点から、製品の一部または全てに「オーガニック・コットン」を使用し、かつそれを表示する場合には、表示されている内容と製品とに相違がないことを確実に証明できる最終製品でなければ、消費者保護に資する「オーガニック・コットン製品」とはならない。よって、オーガニック・コットンの含有率ならびに通常のコットンの混合表示については、消費者が適切な判断ができるようにする必要がある。

## 【参考】既存のオーガニックの基準に関する記述

図表・6 有機 JAS 認定（農林水産省）の概要

### 有機農作物の生産方法の基準

- ・堆肥等による土作りを行い、播種・植付け前2年以上及び栽培中に（多年生作物の場合は収穫前3年以上）、原則として化学的肥料及び農薬は使用しないこと
- ・遺伝子組換え種苗は使用しないこと

### 有機畜産物の生産方法の基準

- ・飼料は主に有機農産物を与えること
- ・野外への放牧などストレスを与えずに飼育すること
- ・抗生物質等を病気の予防目的で使用しないこと
- ・遺伝子組換え技術を使用しないこと

### 有機加工食品の生産方法の基準

- ・化学的に合成された食品添加物や薬剤の使用は極力避けること
- ・原材料は、水と食塩を除いて、95%以上が有機農産物、有機畜産物又は有機加工食品であること
- ・薬剤により汚染されないよう管理された工場で製造を行うこと
- ・遺伝子組換え技術を使用しないこと

図表・7 Control Union Certifications 資料に記載されているオーガニックの概要

### Why Organic...? (なぜオーガニックなのか・・・?)

- ・Symbiosis human & nature (人と自然との共生)
- ・Sustainable cultivation (持続可能な栽培)
- ・Safe Meal & Cloth & Accommodation (安全な衣食住)
- ・Social Responsibilities (社会的責任)

### What is Organic...? (オーガニックとは・・・?)

- ・Organic Agriculture is an ecological production management system that promotes and enhances biodiversity, biological cycles and soil biological activity. It is based on minimal use of off-farm inputs and on management practices that restore, maintain and enhance ecological harmony. (有機農業は生物多様性、生物循環、土壌の生物学的活性化を促進し高める、環境配慮型の生産管理システムです。農地外からの資源等の投入を最小限にすることや、回復、維持、生態との調和を高める管理の実施に基づいています。)



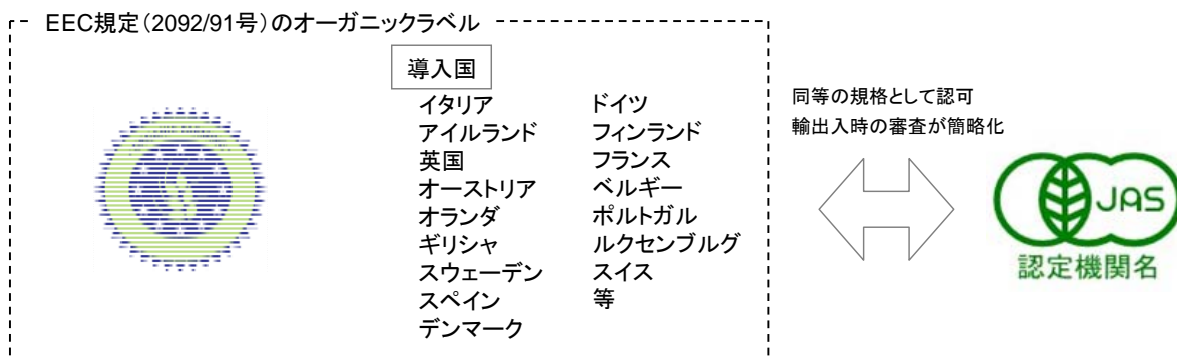
## 【参考】農業段階のオーガニック・コットンの認証制度について

農業段階の基準としては、アメリカ農務省が規定している自然有機プログラム「USDA/NOP」や、1991年、EU委員会が告示したEU統一基準EEC規定（2092/91号）等がある。

例えば、EEC規定（2092/91号）の内容を以下に示す。

- EEC規定（2092/91号）は、EUで初めて拘束力のある規制として法制化された規格基準である。
- 同規定に基づき、1993年までに EU内の全ての国が法制化し、製品によってはEU法よりも厳格な基準を設けている国もある。
- EEC規定（2092/91号）は、2007年に改訂され、審査の透明性がより高くなり、各地域の実情に合わせたカスタマイズができるような基準となった。（European Commission ホームページ参照）
- また、2009年より、EU内で生産されるオーガニック農家の生産物については、EUロゴを付けることが義務づけられる予定である
- また、EEC規定（2092/91号）は、日本の有機JAS制度との整合性が担保されており、輸出入時の審査が簡略化される。

図表・8 EEC 規定と JAS との整合性





図表・9 オーガニック・コットンに関する国内外の基準・規格

		← 農業段階		製造段階 →		
		綿花	紡績	染色・プリント	編み・織り	縫製
オーガニック認証 基準・規格	他国、国際ルール	EU規格2092/91 (EU)	①Global Organic Textile Standard (EKO)			
		USDA/NOP※1 (USDA※2)				
	日本ルール		③JOCA基準 (JOCA)			
			④NOC基準 (NOC)			
関連する他の認証 基準・規格	他国、国際ルール			⑤ OekoTex Standard (Oeko-Tex Association)		

※1 : National Organic Program、※2 : United States Department of Agriculture (米国農務省)



図表・10 GOSとOEの認証の違い<sup>5</sup>

基準	基準内容	表示方法	審査内容
<p>① Global Organic Textile Standard (GOTS)</p> 	<p>➢企業体制</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>OC専用の製造管理マニュアルの有無、記載内容</li> <li>在庫(原料、仕掛品、製品)保管場所の状況、梱包・輸送手段</li> <li>OC製品と他の製品の分類表示の義務</li> <li>環境マネジメント体制の有無、内容</li> <li>製造管理体制(数量管理、工程管理の仕組みが十分か)</li> </ul> <p>➢製品基準</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>OCの混合率70%以上</li> <li>OC以外の混入繊維の種類(普通綿の混入は禁止)</li> <li>使用染料、副資材の制限</li> </ul> <p>➢社会的基準</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>強制労働の禁止</li> <li>労働環境の整備</li> <li>児童労働の禁止</li> <li>最低賃金の保証 等</li> </ul>	<p>➢審査の結果、GOTSに適合すると判断された製品に対し、表示を許可</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>混合率70~94%:「made with X% organic materials」</li> <li>混合率95%~:「organic」</li> </ul> <p>➢“organic-in conversion”(転換中)の表示も可能</p>	<p>➢審査機関(主体)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ISO65を取得しており、かつGOTSのWorking Groupに承認された審査機関が、事業者の審査を実施</li> </ul> <p>➢審査方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現地調査</li> <li>書類審査</li> </ul> <p>➢審査頻度</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>年1回</li> </ul>
<p>② ・Organic Exchange 100 Standard ・Organic Exchange Blending Standard</p> 	<p>➢企業体制</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>OC専用の製造管理マニュアルの有無、記載内容</li> <li>在庫(原料、仕掛品、製品)保管場所の状況、梱包・輸送手段</li> <li>OC製品と他の製品の分類表示の義務</li> <li>製造管理体制(数量管理、工程管理の仕組みが十分か)</li> </ul> <p>➢製品基準</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>OCの混合率5%~100%</li> <li>OC以外の混入繊維の種類(普通綿の混入も可能)</li> </ul> <p>➢社会的基準</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>記述なし</li> </ul>	<p>➢審査の結果、OE基準に適合すると判断された製品に対し、表示を許可</p> <p>➢表示混合率は5%~100%</p> <p>➢“organic-in conversion”(転換中)の表示も可能</p>	<p>➢審査機関(主体)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>OEによって認定された審査機関(Control Unionなど)によって、事業者の審査を実施</li> </ul> <p>➢審査方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現地調査</li> <li>書類審査</li> </ul> <p>➢審査頻度</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>年1回</li> </ul>

<sup>5</sup>出所：GOTS ver2.0 (2007) ,OE 100 Standard (2007) ,OE Blended Standard,一部、認証機関へのヒアリング調査による

参考として、我が国におけるオーガニック・コットンに関する基準・規格として、日本オーガニックコットン協会（JOCA）による基準と、日本オーガニックコットン流通機構（NOC）による基準が挙げられる。具体的な内容を以下に示す。

図表・11 我が国におけるオーガニック・コットンに関する基準・規格<sup>6</sup>


基準	基準内容	表示方法	審査内容
③ JOCA オーガニック基準 	▶製品基準 <ul style="list-style-type: none"> <li>製造ラインの清掃、整頓</li> <li>OC製品と他の製品の分類表示の義務</li> <li>各製造工程における化学物質の使用禁止／制限</li> <li>OCの混合率60%～100%（普通綿の混入も可能）</li> <li>化繊の混率10%以内</li> <li>使用染料、副資材の制限</li> </ul> ▶社会的基準 <ul style="list-style-type: none"> <li>環境配慮（自治体基準の遵守）</li> <li>従業員の健康・安全の保持向上（自治体基準の遵守）</li> </ul>	▶審査の結果、JOCA基準に適合すると判断された製品に対し、表示を許可 <ul style="list-style-type: none"> <li>混合率60%以上：「Organic Blend」</li> <li>混合率100%：「Organic Pure」</li> </ul>	▶審査機関（主体） <ul style="list-style-type: none"> <li>JOCA</li> </ul> ▶審査方法 <ul style="list-style-type: none"> <li>書類審査</li> </ul> ▶審査時期、頻度 <ul style="list-style-type: none"> <li>記述なし</li> </ul>
④ NOCコットン基準 	▶製品基準 <ul style="list-style-type: none"> <li>OCの混合率60～100%（普通綿の混入は禁止）</li> <li>他の混入繊維の種類（有機認証のある天然繊維のみ）</li> <li>使用染料、副資材の制限</li> <li>付加機能を求める化学処理（漂白、捺染、柔軟性確保、防しわ、等）の排除</li> <li>化学合成洗剤の禁止（天然石けん、洗濯石セラミックス、電解水、バイオ洗浄を推奨）</li> </ul> ▶社会的基準 <ul style="list-style-type: none"> <li>フェアトレードの遵守</li> </ul>	▶審査の結果、NOC基準に適合すると判断された製品に対し、表示を許可 ▶混合率60～100%を表記	▶審査機関（主体） <ul style="list-style-type: none"> <li>NOC</li> </ul> ▶審査方法 <ul style="list-style-type: none"> <li>書類審査</li> </ul> ▶審査時期、頻度 <ul style="list-style-type: none"> <li>記述なし</li> </ul>

<sup>6</sup>出所：JOCA、NOC ホームページ

(参考) 関連する他の認証基準・規格 (表示方法を含む)

Oeko-TEX Standard は、世界の 14 の研究所・試験機関からなるエコテックス国際共同体が策定した、染色・プリントの化学物質規制のための基準である。具体的な内容を以下に示す。

図表・12 関連する他の認証基準・規格<sup>7</sup>

基準	基準内容	表示方法	審査内容
⑤ Oeko-TEX Standard  	▶製品を「肌への接触度」(一部、人体の敏感度)で4グループに分類 I. 乳幼児用繊維製品 (ex. 下着、シーツ、ぬいぐるみ) II. 肌と接触の多い繊維製品 (ex. 下着、シャツ、タオル) III. 肌と直接接していない繊維製品 (ex. コート、ジャケット、詰め物) IV. 装飾用インテリア (ex. テーブル用カバー、カーテン) ▶各グループごとに、検知される化学物質の限界値を規定	▶審査の結果、Oeko-TEX基準に適合すると判断された製品に対し、表示を許可	▶審査機関(主体) <ul style="list-style-type: none"> <li>• エコテックス国際共同体に承認された検査機関</li> <li>• 日本は「財団法人 日本染色検査協会」</li> </ul> ▶審査方法 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 書類審査</li> </ul> ▶審査時期、頻度 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 記述なし</li> </ul>

<sup>7</sup> 出所 : Oeko-TEX ホームページ

## (4) 表示及び転記

### ① 記載事項

オーガニック・コットン製品における表示は、オーガニック・コットン原料の使用状況が、消費者に対して明確となるような表示とする。  
また、明確な基準・規格に基づく表示を推奨する。

### ② ポイント

表示情報の正しさのみならず、消費者にとっての表示の分かりやすさを求める。また、既存の国際的な基準・規格に基づき、表示が行われていることから、これらの表示を推奨する。

さらに、「⑤表示事項」、「⑦表示禁止事項」に基づく表示を行うことで、あいまいな表示の乱立を防ぐことが可能となる。

### ③ 理由

検討会では、消費者保護の観点から、一般の消費者にとって分かりやすい表示とする必要があるという意見が挙げられた。

- 一般の消費者にとって分かりやすい表示
  - ・一般の消費者にとって分かりやすい表示が必要だ。消費者は製品にラベルがたくさん付いていても見ない。(3種類が限度)

よって、オーガニック・コットン製品における表示は、オーガニック・コットンの使用状況が、消費者に対して明確となるような表示とすることが求められる。

## (5) 表示事項

### ① 記載事項

家庭用品質表示法を遵守しつつ、最低限表示すべき事項は、「コットンの使用率」、「コットンに占めるオーガニック・コットンの混合率」、「その他の原料（麻、絹、獣毛など）の使用率」とする。

なお、オーガニック・コットンの原産国、綿の種類、オーガニック・コットンのメリットの表記も可能とする。ただし、家庭用品品質表示法の規定は遵守する。

また、使用しているコットンの全てがオーガニック・コットンの場合、「オーガニック・コットン製品」と表示できるが、オーガニック・コットンを一部使用している場合は、「オーガニック・コットン混用（または混紡）製品」と表示する。

### ② ポイント

最低限表示すべき事項は、「オーガニック・コットンの使用の有無」および「その混合率」とする。つまり、製品に占める「コットン」、「コットンに占めるオーガニック・コットン」、「その他の原料」の使用率を示せばよい。

なお、オーガニック・コットンの原産国、綿の種類、オーガニック・コットンのメリットの表記についても可能とするが、表示にあたっては、家庭用品品質表示法の規定を遵守する。具体的な記載方法（案）を以下に示す。

(案1) オーガニックコットン70%、30%が麻を使用している場合

綿 70%
麻 30%
(綿についてはオーガニック・コットン 100%)

(案2) 70%が綿（そのうちオーガニックコットンが50%、通常の綿が50%）、30%が麻を使用している場合

綿 70%
麻 30%
(綿についてはオーガニック・コットン 50%)

### ③ 理由

検討会では、表示事項として、「オーガニック・コットンの使用の有無」、「オーガニック・コットンの混合率」、「オーガニック・コットンの種類」、「オーガニック・コットンの原産国」、「オーガニック・コットンのメリット」などが挙げられた。

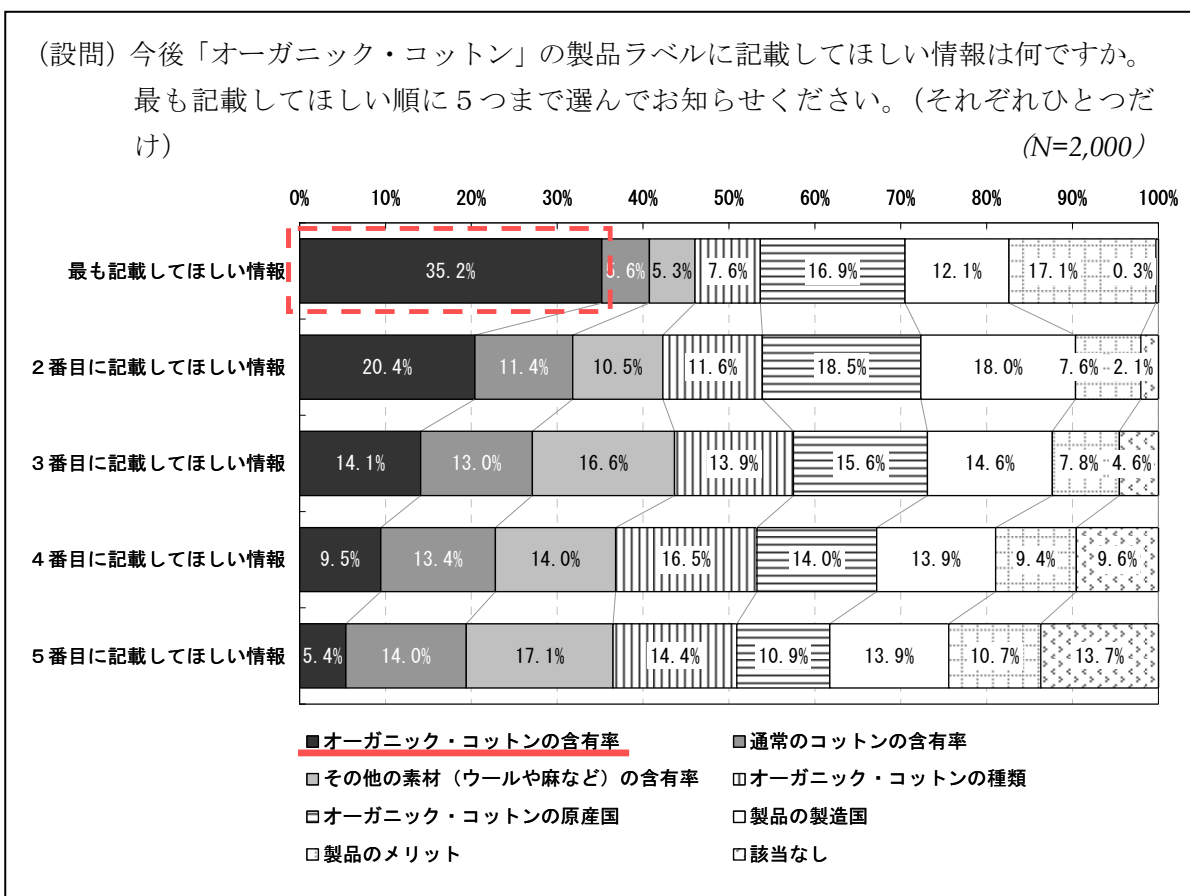
- ▶ 表示事項全般に関して
  - ・表示ガイドラインは、最低限のルールだけを縛ればよい。原綿でのオーガニック・コットン使用の有無と混率の表記ぐらいだろう。これについては、表示義務としても良いのではないか。
  - ・オーガニック・コットンであるという事実が、消費者にはっきり伝わるだけでいい。後はオーガニック・コットン製品を購入した消費者の感覚の問題だろう。また、オーガニック・コットンはこれからの成長分野であるので、ルールが厳しすぎた場合、認証取得にかかるコストの最終価格への転嫁や、オーガニック・コットン入荷先が無くなる可能性もある。
- ▶ オーガニック・コットンの使用の有無、オーガニック・コットンの混合率について
  - ・オーガニック・コットンラベルには、オーガニック・コットンを使用しているのか、使用していないのか、使用しているのであれば、その含有率表示が必要不可欠である。
- ▶ オーガニック・コットンの種類について
  - ・素材を楽しむ消費者が増えていることから、綿の種類も必要ではないか。消費者が素材を選択する習慣ができるだろう。
  - ・綿の種類は任意で良いだろう。
- ▶ オーガニック・コットンの原産国について
  - ・原産国の表示が必要だ。
  - ・原産地表示することで特段の優位性があれば表示すれば良いが、消費者の視点から言えば、原産地表示は任意で良いだろう。ただし、表示するのであれば、間違いなくそれが証明できることが大前提である。
- ▶ オーガニック・コットンのメリット
  - ・オーガニック・コットンのメリットとして何が書けるのか、という部分をはっきりさせたい。

また、2009年2月、インターネットによる一般消費者を対象に実施したアンケート調査結果から、まずはオーガニック・コットンの含有率に関連する情報が必ず表記されることを消費者は望んでいるという結果が得られた。

消費者保護という観点、ガイドラインという特性に鑑み、最低限表示すべき事項としては、「オーガニック・コットンの使用の有無」および「その使用率」が妥当と考える。



図表・13 オーガニック・コットン製品に記載する情報



## (6) 関係する事業者の義務

### ① 記載事項

オーガニック・コットン製品であることを記載する場合、オーガニック・コットン製品に関与する事業者はトレーサビリティを確保する。トレーサビリティを確保するには、書面での情報管理を行うとともに、実地検査を受けるなど、客観的な判断を受けることが望ましい。

### ② ポイント

関係する事業者の義務として求められることは、トレーサビリティを確保することである。トレーサビリティを確保するには、書面で以下のような生産履歴に関する情報を正確に把握・管理する必要がある。

- ・ いつ（オーガニック・コットンの授受日、生産日）
- ・ 誰が（オーガニック・コットンを受け渡し元）
- ・ 誰に（オーガニック・コットンを受け渡し先）
- ・ どの程度（調達量、使用量、生産量などの数量）
- ・ 薬品管理の状況
- ・ 区別された保管・表示

これらの情報は、帳簿（書面）上で確実に管理するとともに、一定期間ごとに、数量チェックなどを行うことが必要となる。またこれらの記録は、最低3年間は保存する必要がある。なお、現場での実地検査においては、第三者機関による定期的な認証を受けることが望ましい。

### ③ 理由

検討会では、関係する事業者の義務として、書面での情報管理、実地調査が必要という意見が挙げられた。

事実、既存の国際的な認証を取得するには、書面での情報管理のみならず、実地検査が必要となる。また、書類審査だけの実施のみで、オーガニック・コットン製品を認証しているケースもあり、第三者機関による定期的な認証を受けることが望ましいとした。

また、オーガニック・コットンに関する情報が、関係者にいつでも開示できる状態が求められており、CODEXでは、認証に必要な記録は最低3年は保存する必要がある。こういった点から、情報の把握のみならず、情報を保管することについても規定する必要がある。

図表・14 各基準と認証機関、審査内容

基準	認証機関	審査内容
①GOTS	ISO65 を取得。 GOTS の Working Group に承認された審査機関	実地調査、書類審査
②OE	OE によって認定された審 査機関	実地調査、書類審査
③JOCA オーガニック基準	JOCA	書類審査
④NOC コットン基準	NOC	書類審査

## (7) 表示禁止事項

### ① 記載事項

科学的根拠が示せない用語など、消費者に誤解を与えるような表示は禁止とする。

### ② ポイント

科学的根拠の示せない、消費者にとって紛らわしい用語が販売段階で使用されているケースがあることから、消費者保護の観点から、このような言葉を掲示させないことが求められる。

紛らわしい用語の一例を以下に挙げる。

- ・オーガニック・コットンでアトピーが治る。
- ・オーガニック・コットンは健康に良い。
- ・オーガニック・コットンは安全である。
- ・オーガニック・コットンは肌に優しい。

ただし、科学的根拠がある用語については表示可能とする。一例を以下に挙げる。

- ・製造工程において化学物質を使用していないことから、環境に配慮された製品である。

## (8) その他

### ① 記載事項

国、地方公共団体及び関係団体等は、このガイドラインに基づく表示の普及を図るため、事業者及び消費者の啓発に努めるものとする。

### ② ポイント

今後は、本表示ガイドラインをいかに消費者に理解させるかがポイントとなる。そこで、国や地方公共団体などの公的機関、関係団体はこのガイドラインに基づく表示の普及を図るため、事業者や消費者に対しての普及啓発活動を実践していく。

### 3. 経済産業省（行政）への提言

「2. オーガニック・コットン表示ガイドラインの検討」によって、取りまとめられた事項をもって、経済産業省に対し、オーガニック・コットンに係る表示ガイドライン（骨子案）を提言する。

具体的な提言の内容は次ページのとおり。

## オーガニック・コットンに係る表示ガイドライン（骨子案）

### 第1 趣旨

近年、世界は、環境への配慮、安心と安全を求める潮流の中にあつて、オーガニック製品の市場が拡大しているが、その表示についての考え方が必ずしも一定しておらず、オーガニック・コットン製品の市場の生産・流通・消費に対し、不適切な表示による支障が生まれる可能性が想定される。

このため、オーガニック・コットン製品市場の適正な流通を図り、消費者の適正な選択を促すためのオーガニック・コットンの表示に関するガイドラインを定める。

### 第2 適用の範囲

このガイドラインは、一般に流通、販売されるオーガニック・コットン製品に適用するものとする。

### 第3 オーガニック・コットン製品の定義

このガイドラインにおいて、「オーガニック・コットン」とは、農業段階において、国際的な基準に基づき有機性が認証されたコットンと定義する。

このガイドラインにおいて、「オーガニック・コットン製品」とは、原料の一部または全てに「オーガニック・コットン」が使用されていることが証明できる最終製品と定義する。

### 第4 表示及び転記

オーガニック・コットン製品における表示は、オーガニック・コットン原料の使用状況が、消費者に対して明確となるような表示とする。

明確な基準・規格に基づく表示を推奨する。

### 第5 表示事項

家庭用品質表示法を遵守しつつ、最低限表示すべき事項は、「コットンの使用率」、「コットンに占めるオーガニック・コットンの混合率」、「その他の原料（麻、絹、獣毛など）の使用率」とする。

なお、オーガニック・コットンの原産国、綿の種類、オーガニック・コットンのメリットの表記も可能とする。ただし、家庭用品質表示法の規定は遵守する。

また、使用しているコットンの全てがオーガニック・コットンの場合、「オーガニック・コットン製品」と表示できるが、オーガニック・コットンを一部使用している場合は、「オーガニック・コットン混用（または混紡）製品」と表示する。

### 第6 関係する事業者の義務

オーガニック・コットン製品であることを記載する場合、オーガニック・コットン製品に関与する事業者はトレーサビリティを確保する。トレーサビリティを確保するには、書面での情報管理を行うとともに、実地検査を受けるなど、客観的な判断を受けること

が望ましい。

#### 第7 表示禁止事項

科学的根拠が示せない用語など、消費者に誤解を与えるような表示は禁止とする。

#### 第8 その他

国、地方公共団体及び関係団体等は、このガイドラインに基づく表示の普及を図るため、事業者及び消費者の啓発に努めるものとする。



#### 4. 将来的規制の在り方

今後の課題として、本表示ガイドライン骨子案を具体的な運用可能な表示ガイドラインとする必要がある。将来的規制の在り方については、検討会において挙げられた意見は以下のとおり。

- ▶ 罰則規定が必要である。
  - ・今の仕組みでは罰則がない。表示制度を作る際は、罰則規定が必要である（景品表示法での「優良誤認」等で判断できる可能性はある）。
  - ・取り締まりをしっかりとするというスタンスをもつべきである。
- ▶ 既存の法規制に「オーガニック・コットン」を規定すべきである。
  - ・公正取引法の排除勧告では、従わない場合に罰則がある。ただし、オーガニック・コットンの場合、最終製品で区別がつかないから適用できない。一方、家庭用品品質表示法にオーガニック・コットンを追加することもあり得る。

仮に虚偽の報告や不当表示などがあつた場合には、罰則規定を制定することで、確実なルールの運用が期待される。オーガニック・コットンに関する規定を盛り込む可能性がある法として、以下が挙げられる（いずれの法も消費者保護に資する規制である）。

- ・農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律で規定されている有機 JAS マーク
- ・家庭用品品質表示法（および同法に基づく繊維製品品質表示規定）
- ・不正競争防止法
- ・不当景品類及び不当表示防止法

仮に、上記の法において、オーガニック・コットンに関し、規定するのが困難な場合は、不当景品類及び不当表示防止法の「公正競争規約制度」の活用も想定される。本制度は、公正取引委員会の認定を受けて、事業者又は事業者団体が表示に関する事項について自主的に業界ルールを設定することが可能な仕組みである。

これらの内容を次ページ以降に掲載する。

## 参考（１）

### 農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律で規定されている有機 JAS マーク

#### ① 目的

- ・ 有機農産物の生産の方法についての基準等を定めること

#### ② 内容

- ・ 有機食品の JAS 規格に適合した生産が行われていることを登録認定機関が検査し、その結果、認定された事業者のみが有機 JAS マークを貼ることができる。この「有機 JAS マーク」がない農産物と農産物加工食品に、「有機」、「オーガニック」などの名称の表示や、これと紛らわしい表示を付すことは法律で禁止されている。

#### ③ 罰則規定

- ・ 1 年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金（認定を受けずに有機 JAS マークを貼付）
- ・ 50 万円以下の罰金（有機 JAS マークの貼付がない農産物に「有機」表示を行った）

#### ④ 罰則適用例

- ・ 岩国青果販売「廃業」 県への報告書に レンコン産地偽装／山口県<sup>8</sup>

中国産加工レンコンを岩国産と偽って販売した岩国市の食品加工販売会社「岩国青果販売」（篠田理博社長）が廃業したことが 25 日、同社が県に提出した報告書で明らかになった。報告書はこの日、県に郵送で届いた。

県生活衛生課によると、報告書には同社が 21 日付けで廃業したことに加え、県の改善指示後は中国産原料の仕入れや使用を中止し、不適正表示の可能性のある商品は廃棄したことなどが記載されていた。原因については「原料原産地、製造工程の管理が不適正であった」としていたという。

県は 10 月、今年 3～7 月に岩国産として販売したレンコンの水煮約 5 トンのうち、少なくとも中国産が約 2 トン混ざっていたなどとして、同社に JAS 法（農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）などに基づく改善を指示。その上で、25 日までに原因の究明や再発防止策の実施についての報告を求めていた。（後略）

---

<sup>8</sup> 出所：2008 年 11 月 26 日 朝日新聞朝刊

## 参考（２）

### 家庭用品品質表示法（および同法に基づく繊維製品品質表示規定）

#### ① 目的

- ・ 一般消費者が製品の品質を正しく認識し、その購入に際し、不測の損失を被ることのないように、事業者が家庭用品の品質に関する表示を適正に行うよう要請し、一般消費者の利益を保護すること。

#### ② 内容

- ・ 品質に関して表示すべき事項（表示事項）とその表示事項を表示する上で表示を行う者が守らなければならない事項（遵守事項）とが品目ごとに規定されている。（繊維の組成の表示）

組成繊維であるすべての繊維の名称を示す用語にそれぞれの繊維の混用率を百分率で示す数値を併記して表示することになっている。

#### ③ 罰則規定

- ・ 表示事項を表示しなかったり、表示の標準を守らない表示をしている事業者があった場合、経済産業大臣が表示をするよう「指示」する。
- ・ 指示に従わない場合、その事業者の名称と表示を行っていない事実や不適正な表示を行っている事実を一般に「公表」する。
- ・ 指示や公表だけでは正しい表示が徹底されず、そのまま放置しては消費者に著しい不利益を与えると認められる場合、決められた表示を守るように罰則をもって強制する「適正表示命令」を出す。
- ・ さらに表示のないものの販売を禁ずる「強制表示命令」を出せる。
- ・ 命令に違反した者は、20万円以下の罰金

#### ④ 罰則適用例

- ・ 「カシミヤ」実は0%<sup>9</sup>

経済産業省関東経済産業局は十日、衣料品販売のユナイテッドアローズ（東京）が「カシミヤ70%」などの表示で販売した女性用ストール約千枚に実際は全くカシミヤが使用されておらず、羊毛などが使われていたとして、同社が自主回収を始めたと発表した。

同産業局は家庭用品品質表示法に違反するとして「今後、必要な指導をする」としている。

同社などによると、回収対象は昨年六月から今年九月にかけ、東京都や福岡市中央区の計三店舗とインターネットで通信販売したネパール産のストール六品目。社内調査で判明した。

---

<sup>9</sup> 出所：2007年10月11日、東京新聞朝刊

## 参考（３）

### 不正競争防止法

#### ① 目的

- ・ 事業者間の公正な競争を確保することにより、国民経済の健全な発展に寄与すること。

※事業者間の公正な競争を確保するための法律であって、消費者を保護することを目的とはしていない。ただし、表示規制など、法規制の性質上、事業者を保護するとともに、消費者をも保護する側面も持っているといえる。

#### ② 内容

- ・ 商品の原産地、品質、内容、製造方法等について誤認させるような表示をする好意やそのような表示をした商品を譲渡等する行為を、不正競争行為（誤認惹起行為）として規制する。

#### ③ 罰則規定

- ・ 誤認惹起行為があった場合、「民事上の請求（救済）」または「刑事上の制裁（処罰）」が規定されている。

（民事上の請求）

- ・ 営業上の利益を侵害された者またはそのおそれのある者は、誤認惹起行為の差止、侵害予防行為等を請求することができる

（刑事上の制裁）

- ・ 不正の目的で誤認惹起行為を行った者および虚偽表示により誤認惹起行為を行った者は、5年以下の懲役または500万円以下の罰金（もしくは併科）に処される。また、誤認惹起行為が法人の業務に関して行われた場合、その法人に対して3億円以下の罰金刑が科せられる。

#### ④ 罰則適用例

- ・ 結城紬に不正表示 信頼回復の道険し 組合代表ら書類送検＝茨城<sup>10</sup>

茨城特産の結城紬（つむぎ）の「重文指定」証票が指定外の製造技法で作られた反物にも付けられて販売された問題で、栃木県小山市の業者の告発を受けて捜査を続けていた結城署は19日、本場結城紬検査協同組合の代表理事（70）ら3人（いずれも結城市）を不正競争防止法違反容疑で水戸地検下妻支部に書類送検した。

代表理事らは調べに、要件を満たしていない反物に「重文」表示をしていたことは認めながら、「産地では長年続けられてきた」とも話しているという。

この問題では昨年、組合に検査を委託している重文結城紬技術保存会が文化庁から検査の徹底などを求められ、組合が新証票を作成するなどして改善を図ってきた。新証票では「重文指定」との表示をやめ、「本場結城紬検査之証 地機（じばた）」などの表示に変更した。（後略）

<sup>10</sup> 出所：2006年4月20日、東京読売新聞朝刊

## 参考（４）

### 不当景品類及び不当表示防止法

#### ① 目的

- ・ 不当な表示を制限又は禁止し、公正な競争を確保することで、消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守ること。

#### ② 内容

- ・ 商品・サービスの品質や価格について、実際よりも著しく優良であると見せかける表示が行われると、消費者の適正な商品選択が妨げられるため、消費者に誤認される不当な表示を禁止している。

（優良誤認表示について）

- ・ 事業者が供給する商品・サービスの取引において、品質・規格などについて、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)事実と相違して競争関係にある事業者の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、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示を禁止する。
- ・ なお、公正取引委員会は、優良誤認表示に該当するか否かを判断する必要がある場合、期間を定めて、事業者に表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができ、事業者が求められた資料を期間内に提出しない場合や、提出された資料が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものと認められない場合には、当該表示は不当表示とみなされる。

#### ③ 罰則規定

- ・ 景品表示法に違反する行為に対し、排除命令などの措置がとられる。
- ・ 景品表示法に違反する不当な表示や、過大な景品類の提供が行われている疑いがある場合、公正取引委員会は、関連資料の収集、事業者への事情聴取などの調査を実施する。
- ・ 調査の結果、違反行為が認められた場合は、公正取引委員会は、当該行為を行っている事業者に対し、不当表示により一般消費者に与えた誤認の排除、再発防止策の実施、今後同様の違反行為を行わないことなどを命ずる「排除命令」を行う。
- ・ また、違反の事実が認められない場合であっても、違反のおそれのある行為がみられた場合は「警告」、違反につながるおそれのある行為がみられた場合は「注意」の措置がとられる。

#### ④ 罰則適用例

- ・ 不当表示で日生協に排除命令／公取委<sup>11</sup>  
セーターなどのカシミア混用率に不当な表示があったとして、公正取引委員会は17日、日本生活協同組合連合会（東京都渋谷区）に景品表示法違反（優良誤認）で排除命令を出した。公取委によると、日生協は昨年9月～今年3月ごろ、

<sup>11</sup> 出所：2008年7月18日大阪読売新聞朝刊

通販カタログに「ハーフカシミア」「素材：カシミア50%」などと表示し、セーターやカーディガン計9品目を販売、計2万着（1億1900万円）を売り上げたが、実際の混用率は1～5%弱だった。

## 参考（５）

### 不当景品類及び不当表示防止法における「公正競争規約制度」について<sup>12</sup>

#### ① 目的

- ・ 不当な表示による競争を防止し、業界大多数の良識を「商慣習」として明文化し、この「商慣習」を自分も守れば他の事業者も守るという保証を与え、とかくエスカレートしがちな不当表示や過大な景品類の提供を未然に防止すること。

#### ② 内容

- ・ 公正競争規約で定めることのできる内容は、表示又は景品類に関する事項に限られるが、このほか、規約を運用するために必要な組織や手続に関する規定を定めることもできる。具体的にどのような内容を規定するかは、規約を設定する事業者又は事業者団体の決めることであり、例えば、表示に関する公正競争規約では、通常次のようなものが考えられる。

- (1) 必要な表示事項を定めるもの（原材料名、内容量、賞味期限、製造業者名等の表示を義務付けることなど）
- (2) 特定事項の表示の基準を定めるもの（不動産広告の徒歩による所要時間は、80メートルにつき1分の換算で表示することなど）
- (3) 特定用語の表示を禁止するもの（加工乳及び乳飲料には、「牛乳」の用語を使用しないことなど）

#### ③ 認定要件

- ・ 公正取引委員会は、公正競争規約の設定又は変更の認定についての申請を受けた場合、必要に応じ、公聴会等を開催して消費者、関係事業者、学識経験者等の意見を聴いた上で、その規約の内容が次の4つの要件に適合すると認められることが必要となる。

- (1) 不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争を確保するために適切なものであること。
- (2) 一般消費者及び関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと。
- (3) 不当に差別的でないこと。
- (4) 公正競争規約に参加し、又は公正競争規約から脱退することを不当に制限しないこと。

#### ④ 効果

- ・ 事業者に対する消費者の信頼を高め、ひいては業界全体に対する消費者の信頼を高めること
- ・ 公正競争規約は、事業者又は事業者団体が自主的に設定するルールであることから、規約に参加していない事業者には適用されない。公正競争規約に参加していない事業者が行う虚偽・誇大な表示や過大な景品類の提供については、公正取引委員会が景品表示法の規定に基づいて措置を採ることになる。

<sup>12</sup>公正取引委員会景品表示法 HP (<http://www.jftc.go.jp/keihyo/index.html>)

⑤ 公正競争規約設定までの流れ

- 公正取引委員会への事前相談  
業界が公正競争規約の内容について具体的な検討を始める事前の段階で、設定する事項、期待される効果など、業界が設定しようとしている規約について相談
- 業界における規約案の作成  
事業者又は事業者団体が自主的に定める表示についてのルールであることから、規約案は、規約を設定しようとする者が作成する。  
実際に公正競争規約案を作成する過程では、時には公正取引委員会も加わって、市場に出回っている商品パッケージやチラシなど実際の表示物を持ち寄って適正な表示の在り方について検討を重ねるなどして、業界内での意見をまとめていく。
- 表示連絡会  
公正競争規約の内容を業界にとってだけでなく、消費者にとっても適正なものとするため、規約を設定しようとする者だけで検討するのではなく、「表示連絡会」と呼ばれる会合を開催し、規約案の内容を説明し、意見を求める。
- 規約設定の認定申請  
表示連絡会で出た意見を反映するなどして公正競争規約案を修正した後、景品表示法第12条に基づき、一定の書式に従って、公正取引委員会に対しての規約設定の認定に係る申請を行う。
- 公正取引委員会による公聴会  
公正取引委員会が公正競争規約設定の認定を行うに当たっては、通常、消費者、学識経験者、関係省庁、関係業界からの意見を聴取するための公聴会が開催される。



## 5. 今後の課題

本調査事業によって、経済産業省に提言する具体的な「オーガニック・コットンの表示ガイドライン（骨子案）」が策定された。本ガイドラインの骨子案が策定されたことにより、「不明瞭な表示をしたオーガニック・コットン製品」が排除され、消費者保護が実現される土台が構築されたことになる。

しかし、「4. 具体的な規制の在り方」に記載したとおり、今後の課題として、本表示ガイドライン骨子案を、まずは、具体的な運用可能なガイドラインとする必要がある。将来的には、規制とすることも検討すべきと思われる。何故なら、オーガニック・コットン表示ガイドラインの中に、不当な表示等に対する某かの罰則が組み込まれることにより、より効果的な仕組みとなることが期待できるからである。

したがって、今後は規制に係る関係主体とも連携し、継続的な議論を実施することが望まれる。

## 参 考 资 料

## 1. 消費者アンケート調査結果

インターネットリサーチにより、一般市民 2,000 人を対象に、オーガニック・コットンに関わるアンケート調査を 2009 年 2 月に実施した。

調査の概要ならびに調査結果を以下に示す。

### ○ 調査の概要

調査名	: オーガニック・コットンに関するアンケート調査
実施主体	: 榎野村総合研究所
調査目的	: オーガニック・コットンについて、市民がどのような意識を持っているかを把握すること
調査期間	: 2009 年 2 月
調査方法	: インターネットアンケートシステム「TrueNavi」を使用して実施。 まずは、全国のモニターに「設問（1）オーガニック・コットンの認知度」に関するアンケートへの回答を依頼し、40,033 の回答数を得た。 次に、「（1）オーガニック・コットンの認知度に関するアンケート」において、「オーガニック・コットンのことをまったく知らない」と回答したモニターを除いた 25,631 モニターに、「設問（2）」以降に関するアンケートへの回答を依頼し、回答数が 2,000 に達した時点で調査を終了した。

### ○ 性別・年齢階層

- ・回答者の性別・年齢階層は以下のとおり。

図表・15 回答者の年齢階層

性別・年齢層別	回答数	%
1 男性20歳代	200	10.0
2 男性30歳代	200	10.0
3 男性40歳代	200	10.0
4 男性50歳代	200	10.0
5 男性60歳以上	200	10.0
6 女性20歳代	200	10.0
7 女性30歳代	200	10.0
8 女性40歳代	200	10.0
9 女性50歳代	200	10.0
10 女性60歳以上	200	10.0
合計	2,000	100.0

## (1) オーガニック・ Cottonの認知度

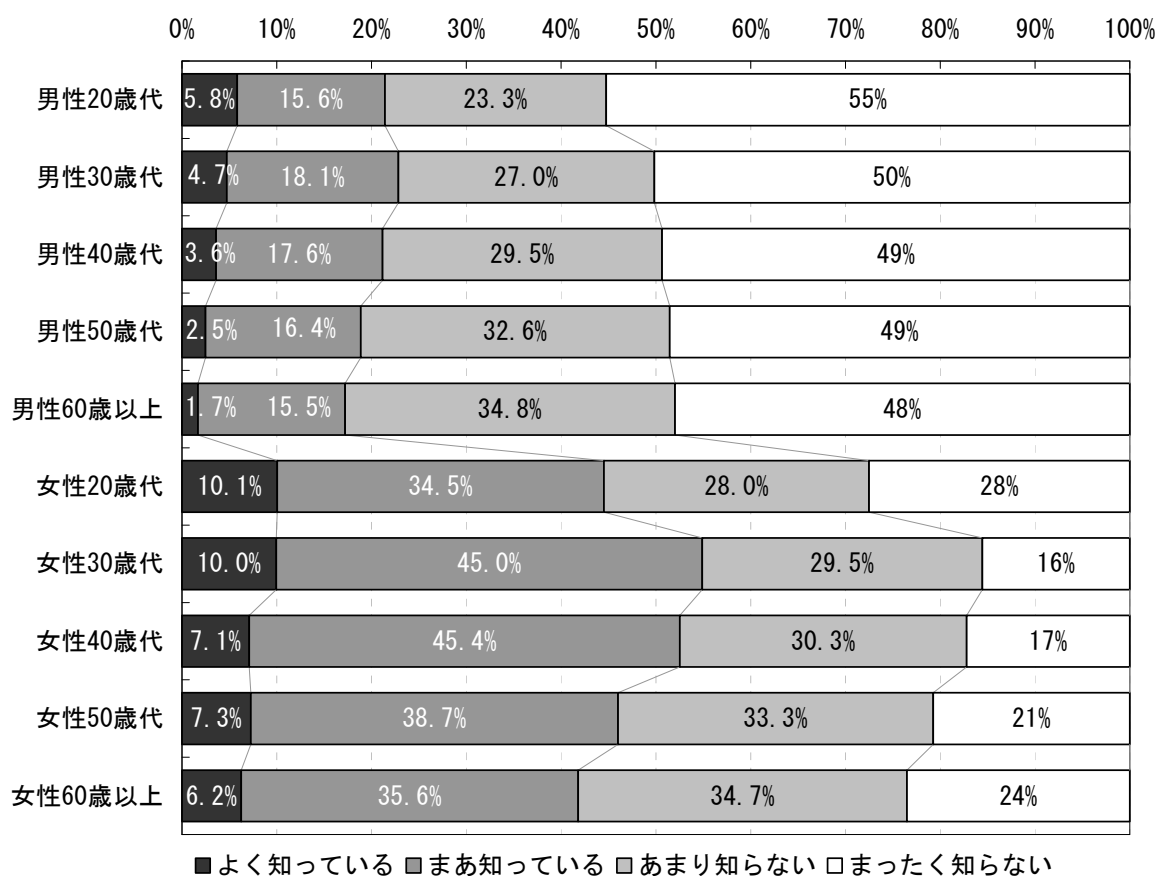
### ポイント

- ☞ オーガニック・ Cottonを知っている市民は全体の6割程度である。
- ☞ 特に、女性のオーガニック・ Cottonに対する認知度は高く、男性よりも高い。

図表・ 16 オーガニック・ Cottonの認知度

(設問) あなたはオーガニック・ Cottonを知っていますか。

(N=40,033)



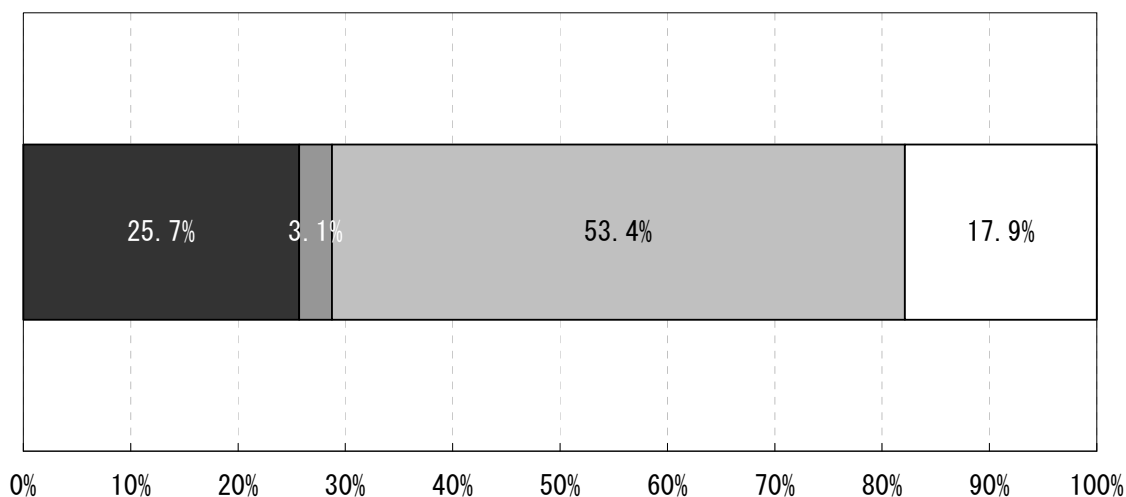
## (2) オーガニック・コットン製品の購入経験・購入意向

### ポイント

- ☞ 今後、オーガニック・コットンを購入したいと思う消費者は、全体の約 8割に及ぶ。
- ☞ オーガニック・コットン製品の購入経験者の場合、今後の購入意向も強く、購入者がリピーターになる可能性は高い。
- ☞ 特に女性は購入経験者が多く、今後も購入意欲が高い傾向にある

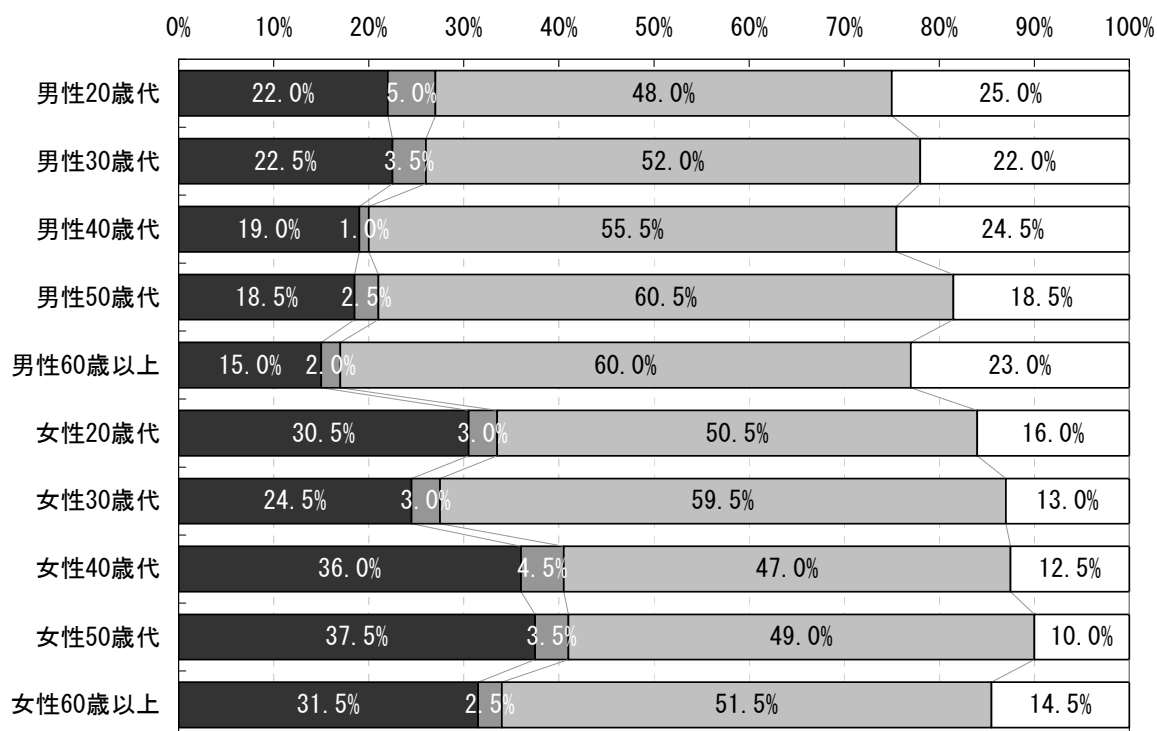
図表・17 オーガニック・コットン製品の購入経験・購入意向

(設問) あなたは「オーガニック・コットン」を使用した製品を今までに購入したことがありますか。また今後購入したいと思いますか。(ひとつだけ) (N=2,000)



- 今までに購入経験があり、今後も購入したい
- 今までに購入経験はあるが、今後は購入したいとは思わない
- 今までに購入経験はないが、今後は購入してみたいと思っている
- 今までに購入経験はなく、今後も購入したいとは思わない

図表・18 オーガニック・コットン製品の購入経験・購入意向（性別・年齢別）



- 今までに購入経験があり、今後も購入したい
- 今までに購入経験はあるが、今後は購入したいとは思わない
- 今までに購入経験はないが、今後は購入してみたいと思っている
- 今までに購入経験はなく、今後も購入したいとは思わない

### (3) 具体的な購入製品

#### ポイント

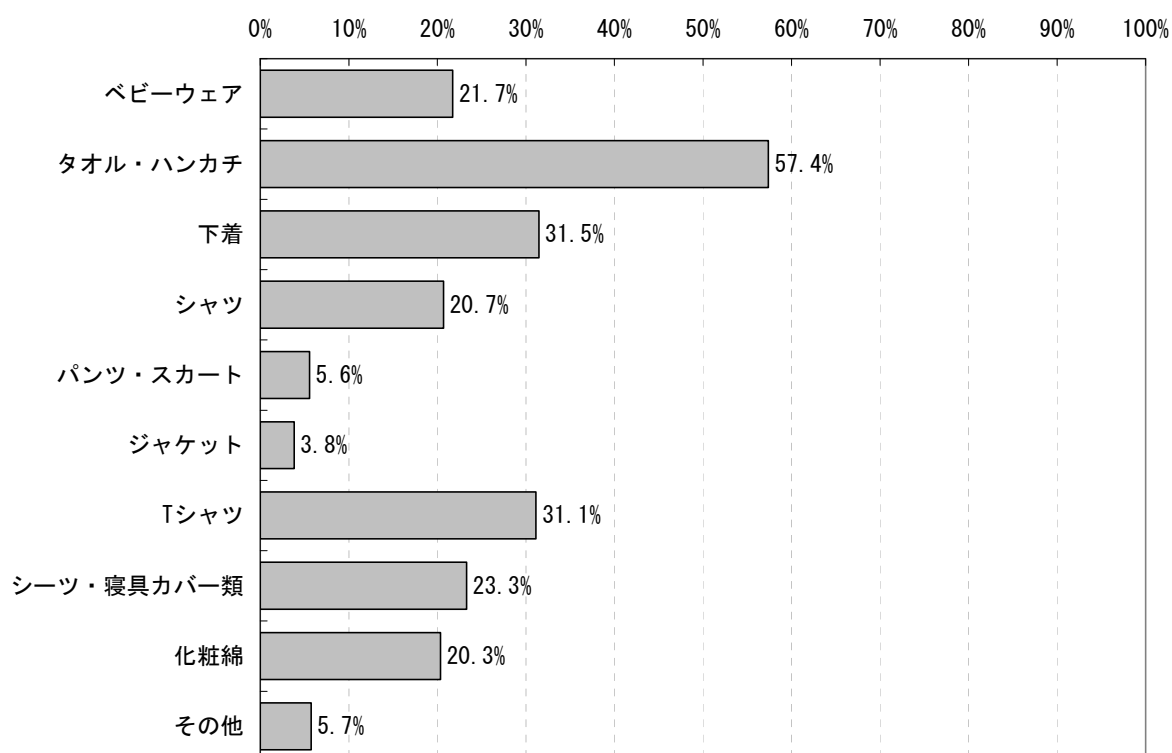
- ☞ タオルや T シャツ、下着など直接肌に身につけるオーガニック・コットン製品を中心に購入されている
- ☞ 性別で見ると、下着やシャツは男性、タオル・ハンカチは女性の購入者が多い
- ☞ また、下着は高齢者層ほど購入者が多く、男性 60 代以上の購入経験者は 5 割を占める
  - ・なお、その他の回答としては、「ぬいぐるみ」、「布ナプキン」、「カーディガン」「毛糸・手編糸・手芸キット」、「パジャマ」などが挙げられた。

図表・19 具体的な購入製品

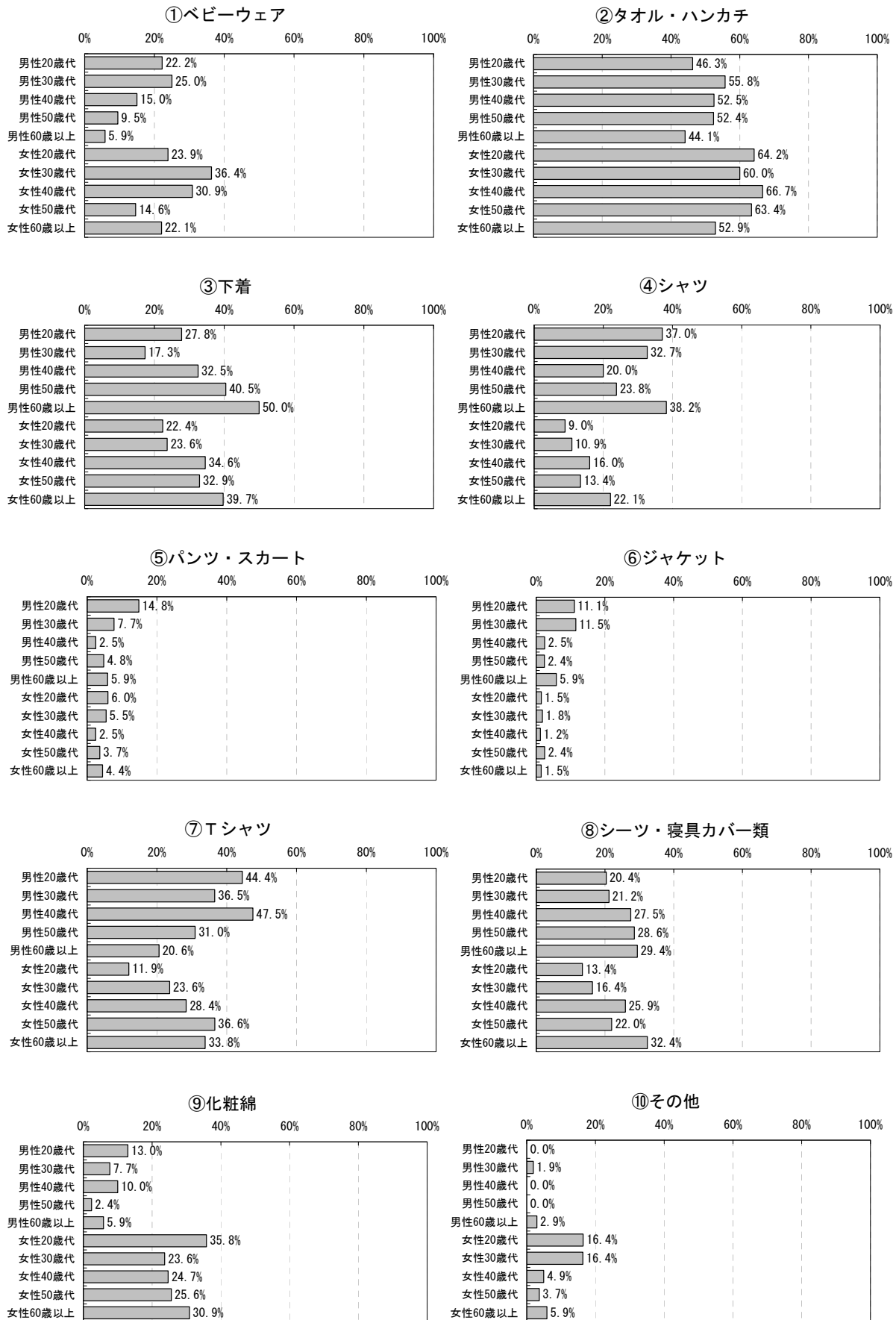
(設問) あなたが今までに購入したことがある「オーガニック・コットン」製品をお知らせください。

(いくつでも)

(N=2,000)



図表・20 具体的な購入製品（性別・年齢別）





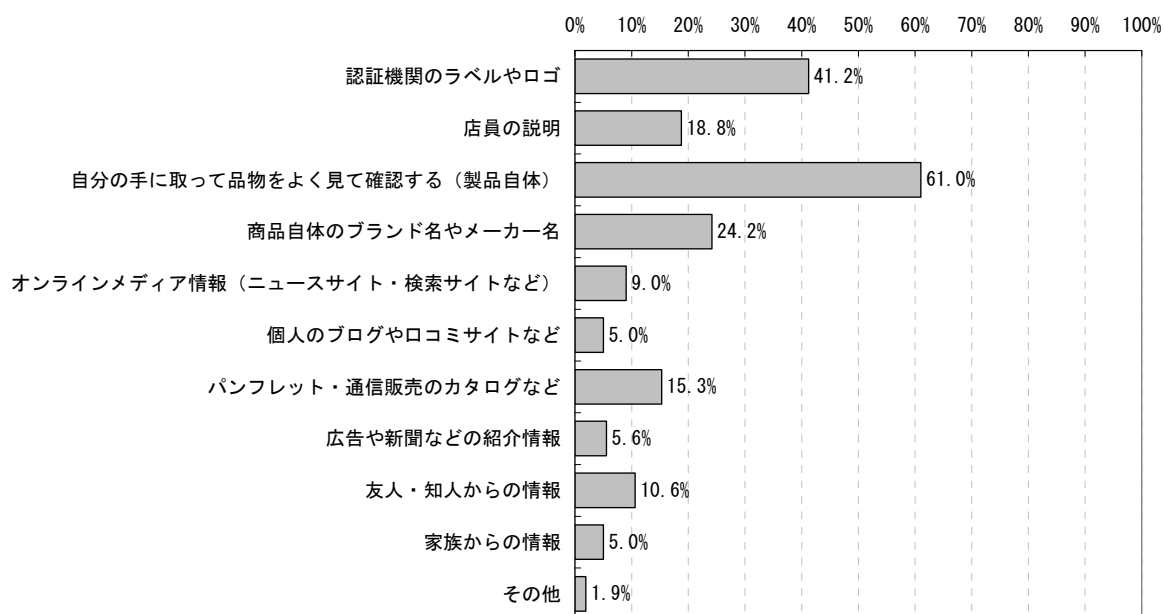
#### (4) オーガニック・コットン製品の購入時の確認方法

##### ポイント

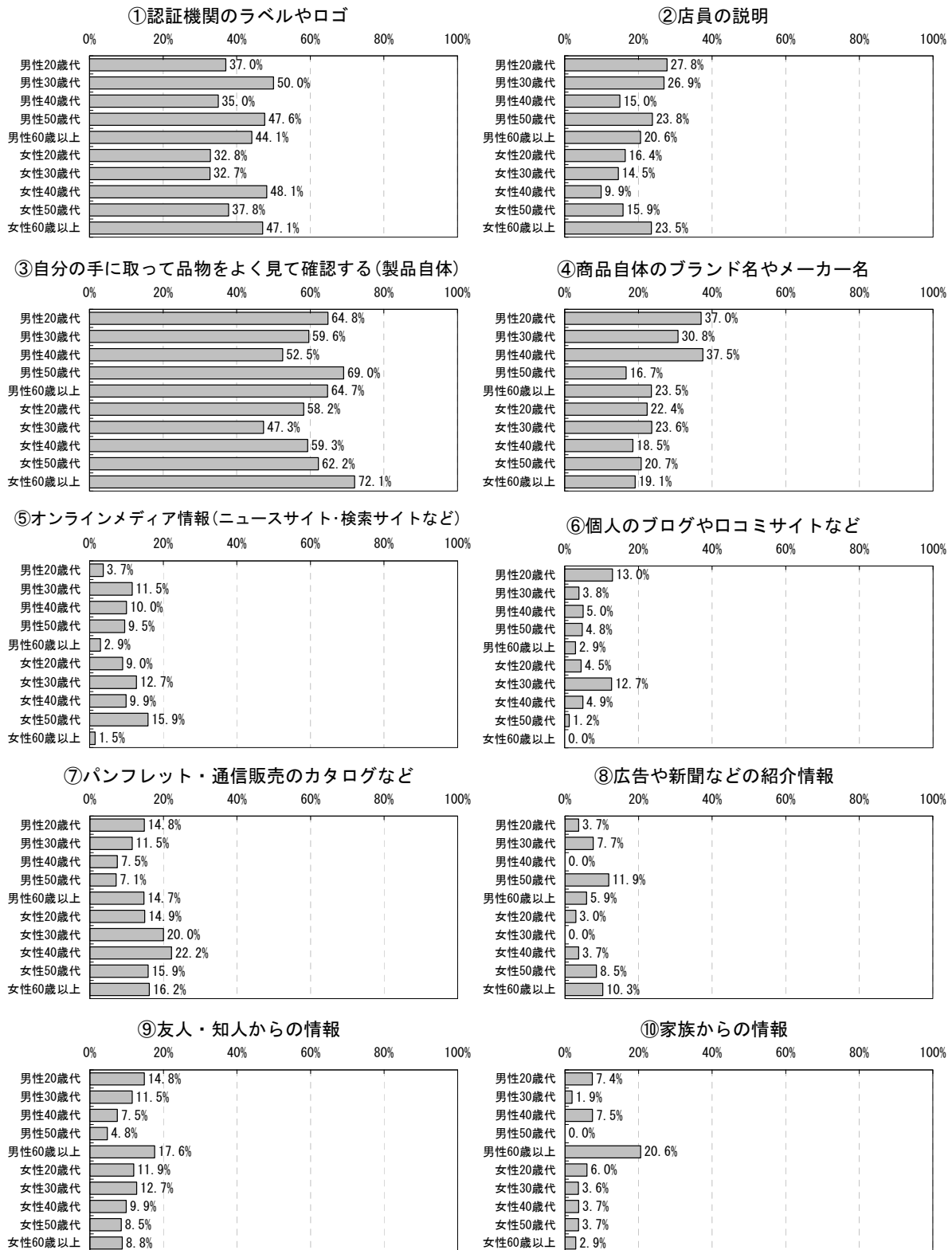
- ☞ 消費者は、製品を手で触れ、ラベルを見ることで、オーガニック・コットン製品を確認している。
- ☞ 特に、高齢者層の消費者ほど、ブランドやメーカー名ではなく、手触りやラベル、店員の説明といった実質的な評価基準によってオーガニック・コットン製品を確認している。

図表・21 オーガニック・コットン製品の購入時の確認方法

(設問) あなたが今までに購入したことがある「オーガニック・コットン」製品をお知らせください。  
(いくつでも) (N=2,000)



図表・22 オーガニック・コットン製品の購入時の確認方法（性別・年齢別）



⑪ その他



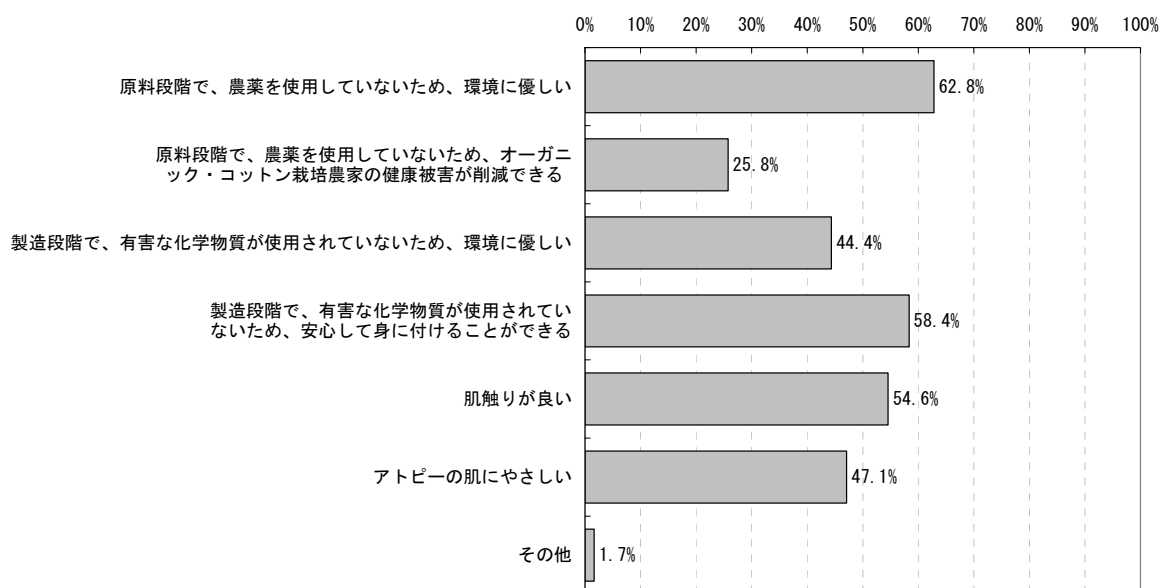
## (5) オーガニック・コットン製品に対するイメージ

### ポイント

- ☞ 消費者は、オーガニック・コットンが「環境に優しい」と認識する一方で、「安心・肌に優しい」とも感じる傾向にある
- ☞ 具体的には、消費者は、オーガニック・コットンに対して、原料段階では環境への優しさをイメージしている。一方、製造段階では、人体にとって安心であることをイメージしている

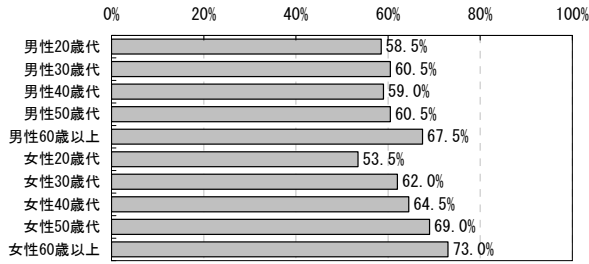
図表・23 オーガニック・コットン製品に対するイメージ

(設問) 「オーガニック・コットン」に対するイメージのうちあてはまるものをすべて選んでお知らせください。(いくつでも) (N=2,000)

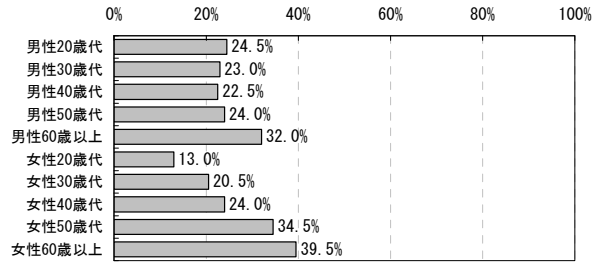


図表・24 オーガニック・コットン製品に対するイメージ（性別・年齢別）

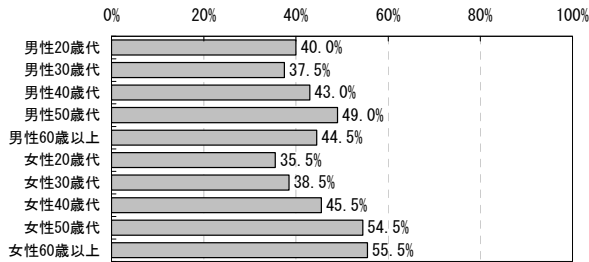
①原料段階で、農薬を使用していないため、環境に優しい



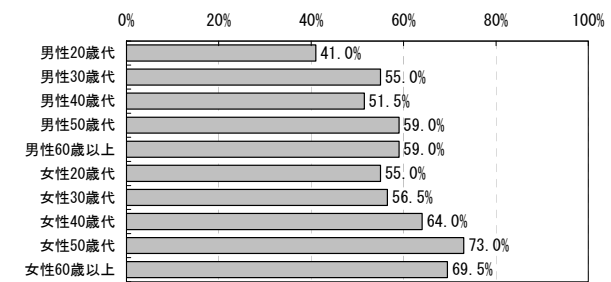
②原料段階で、農薬を使用していないため、オーガニック・コットン栽培農家の健康被害が削減できる



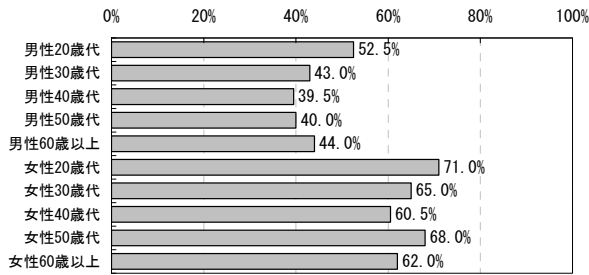
③製造段階で、有害な化学物質が使用されていないため、環境に優しい



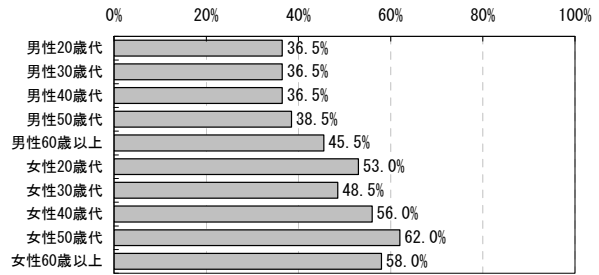
④製造段階で、有害な化学物質が使用されていないため、安心して身に付けることができる



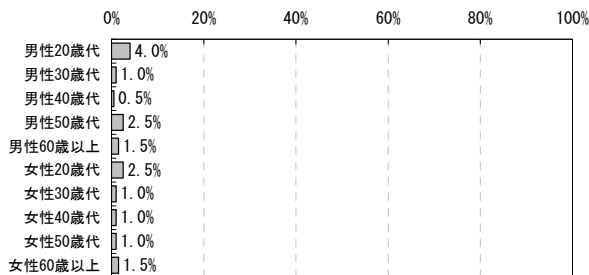
⑤肌触りが良い



⑥アトピーの肌に優しい



⑦その他



（「その他」の具体的な回答）

- ・なんとなくよさそう ・安心できる ・普通のコットンと比べ、コシがあり丈夫
- ・長持ちする ・全く興味もなく想像も出来ない ・温かみがある
- ・敏感肌の人でも使える ・値段が高い ・色がやさしい など

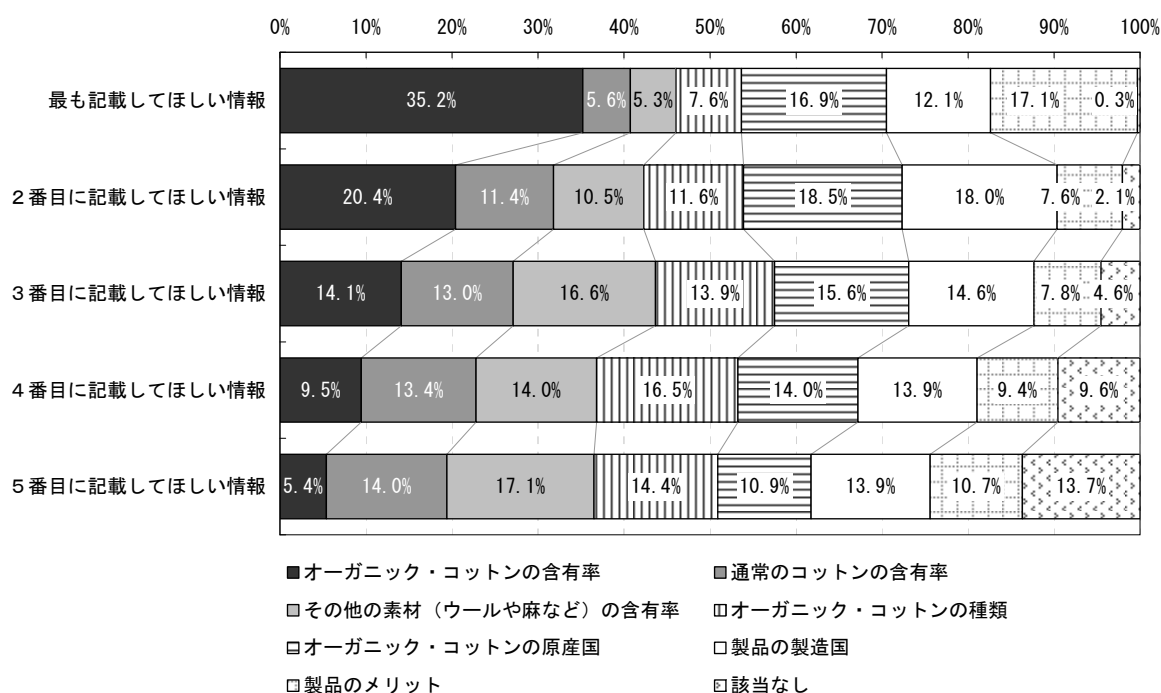
## (6) オーガニック・コットン製品に記載する情報

### ポイント

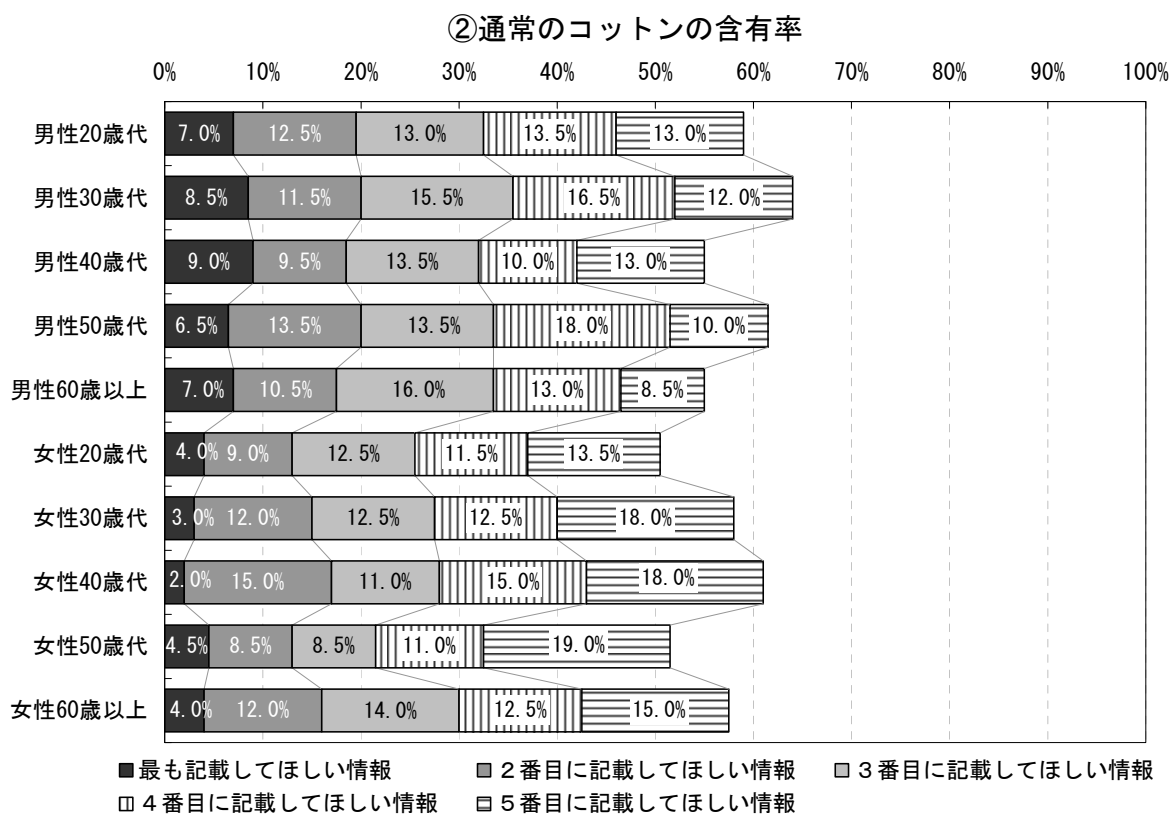
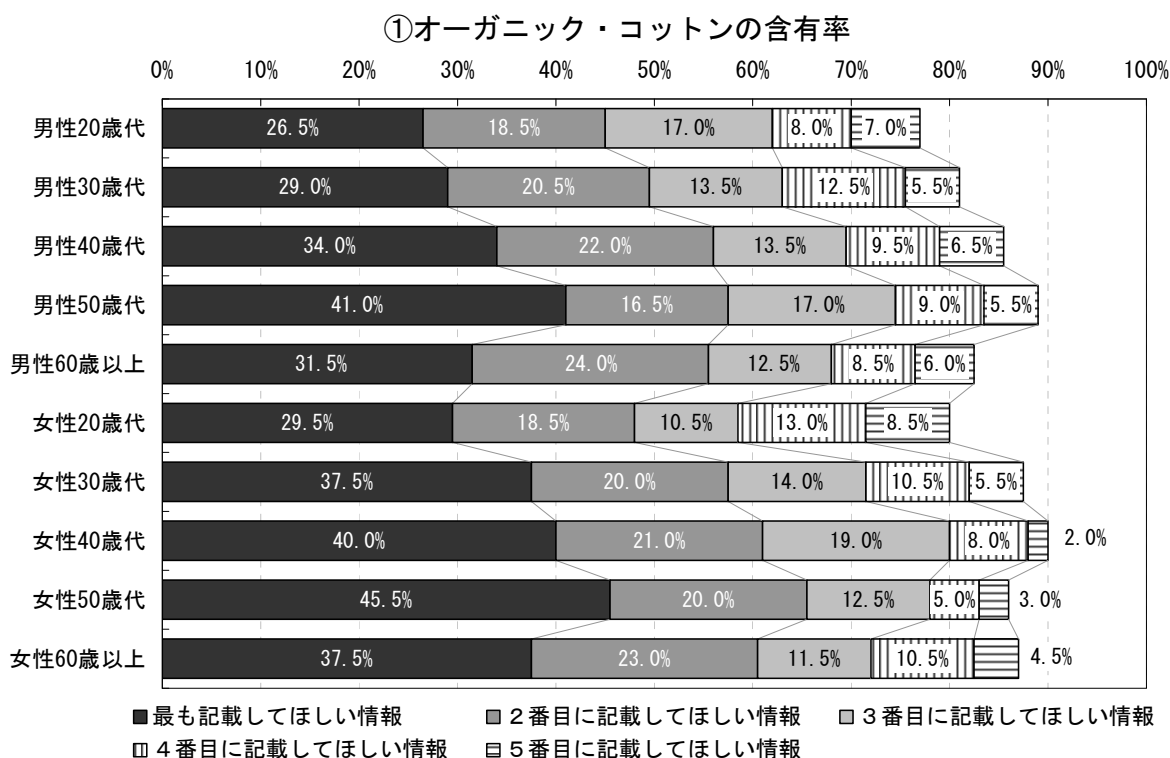
- ☞ 消費者は、オーガニック・コットンの含有率に関連する情報を、最も記載して欲しい情報と感じている。
- ☞ 一方、通常のコットンの含有率表示、コットン以外の素材の含有率表示に対する顕著なニーズは見られない。
- ☞ 原産国表示に関しては、女性の場合、高齢者層ほど、表示を望む傾向にある。
- ☞ また、若年層は、オーガニック・コットンのメリットを知りたがっているといえる。

図表・25 オーガニック・コットン製品に記載する情報

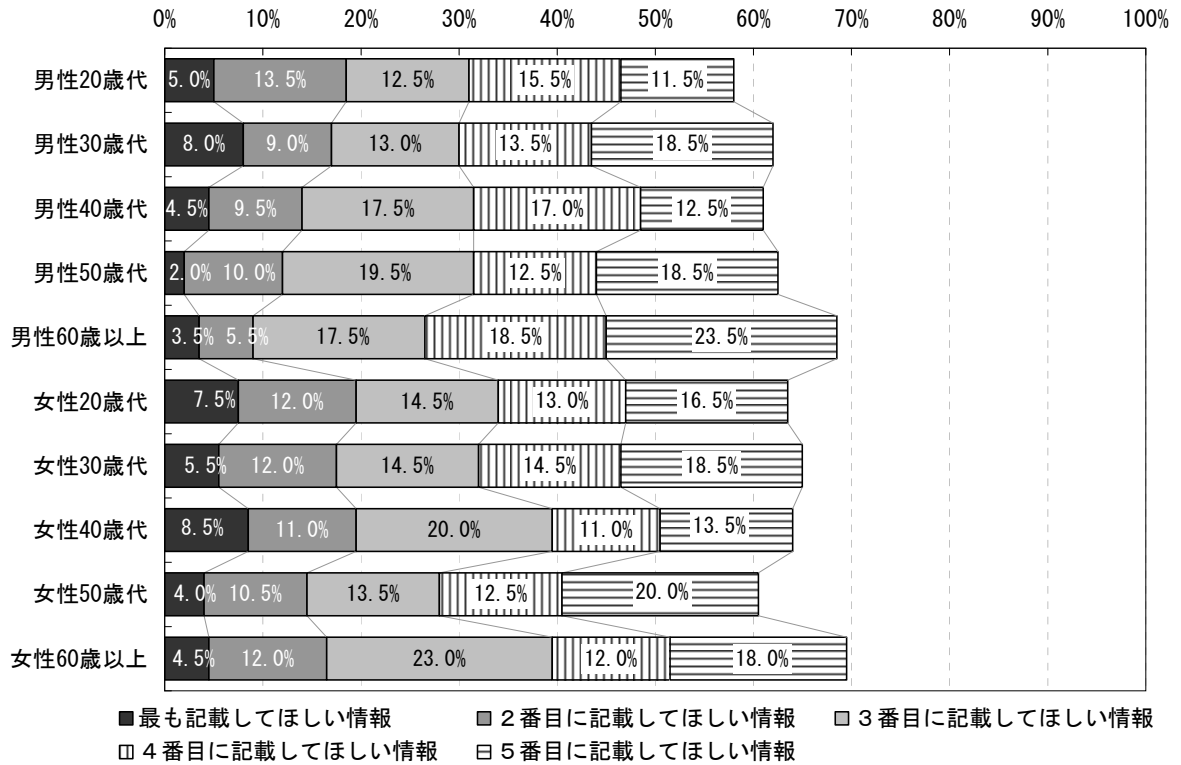
(設問) 今後「オーガニック・コットン」の製品ラベルに記載してほしい情報は何ですか。最も記載してほしい順に5つまで選んでお知らせください。(それぞれひとつだけ) (N=2,000)



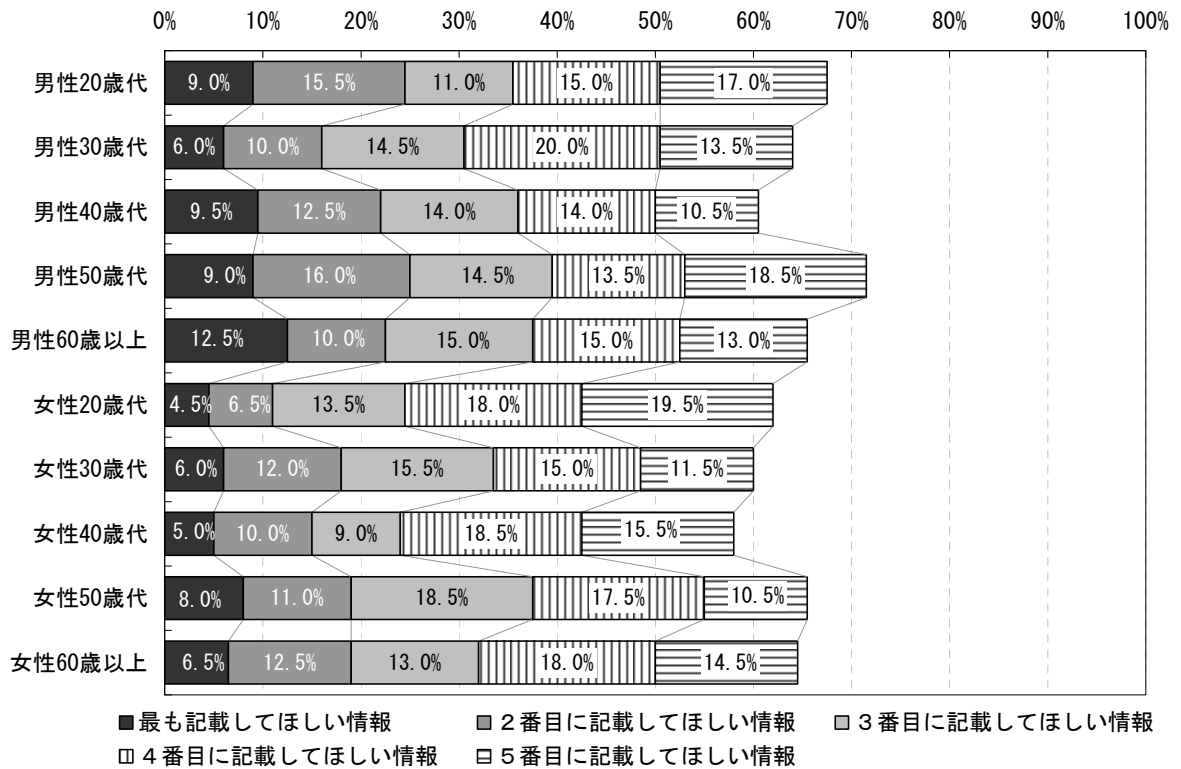
図表・26 オーガニック・コットン製品に記載する情報（性別・年齢別）



### ③ その他の素材（ウールや麻など）の含有率

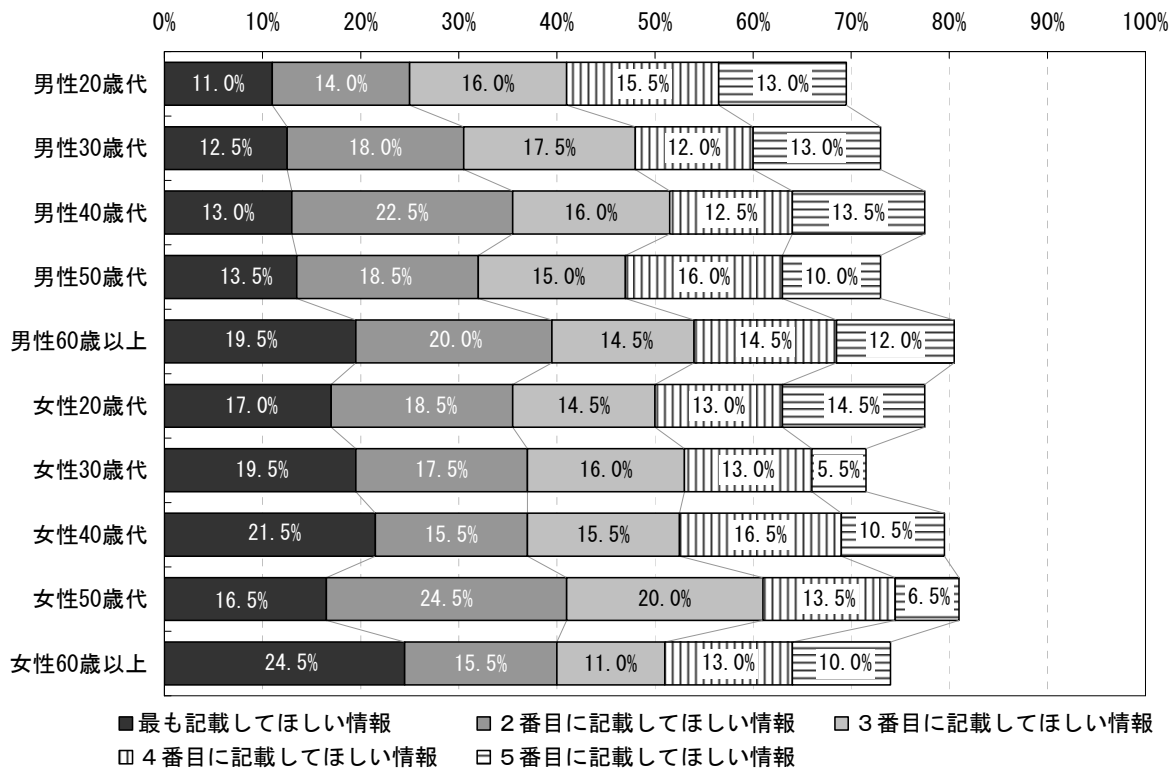


### ④ オーガニック・コットンの種類

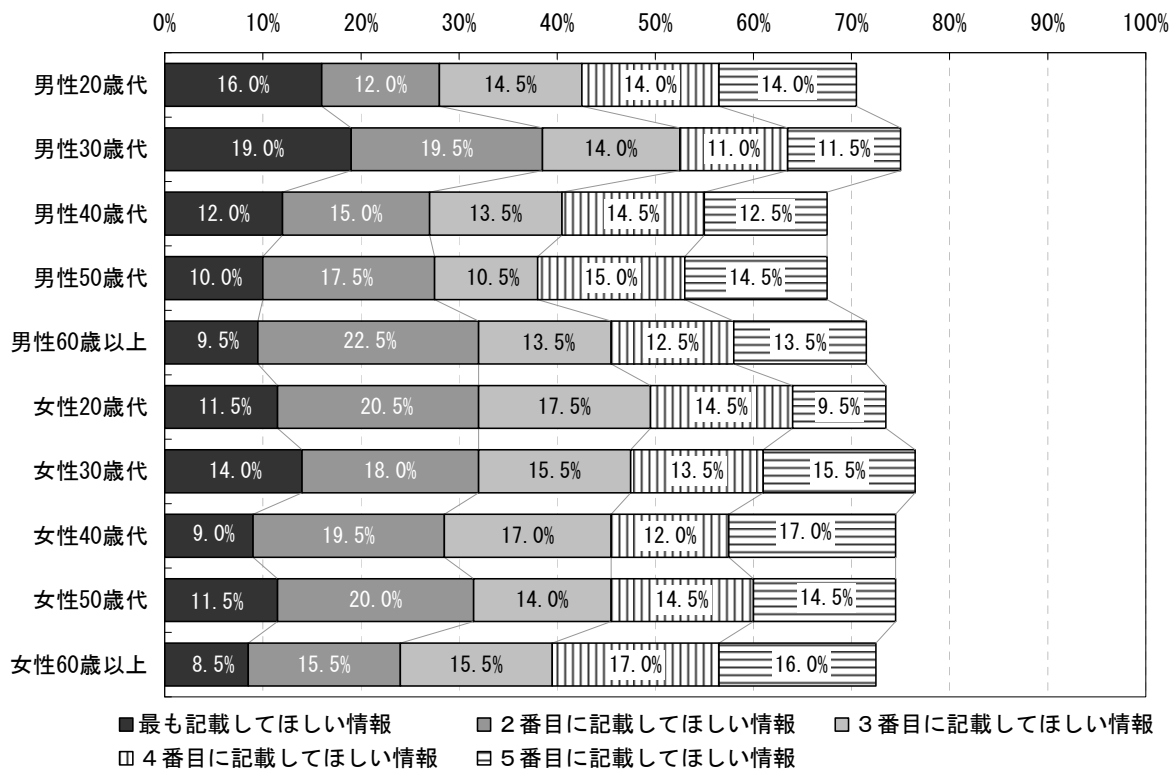




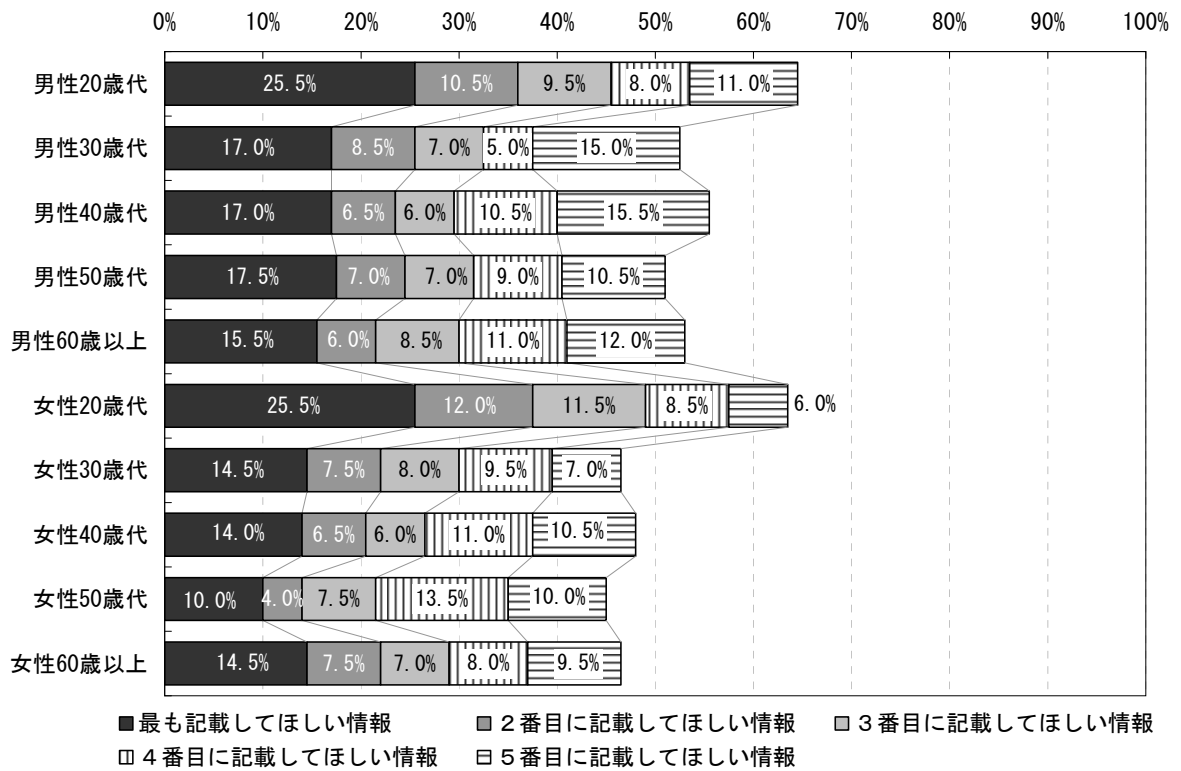
### ⑤オーガニック・コットンの原産国



### ⑥製品の製造国



⑦製品のメリット



## (7) 価格感度分析

### ポイント

(タオルの場合)

- ☞ オーガニック・コットン<タオル>の価格設定は、普通コットンのタオルが1,000円の場合、上限価格が1,250円~1,300円、下限価格が1,000円~1,050円、理想価格が1,050円~1,100円、妥協価格1,150円~1,200円である。

(衣類の場合)

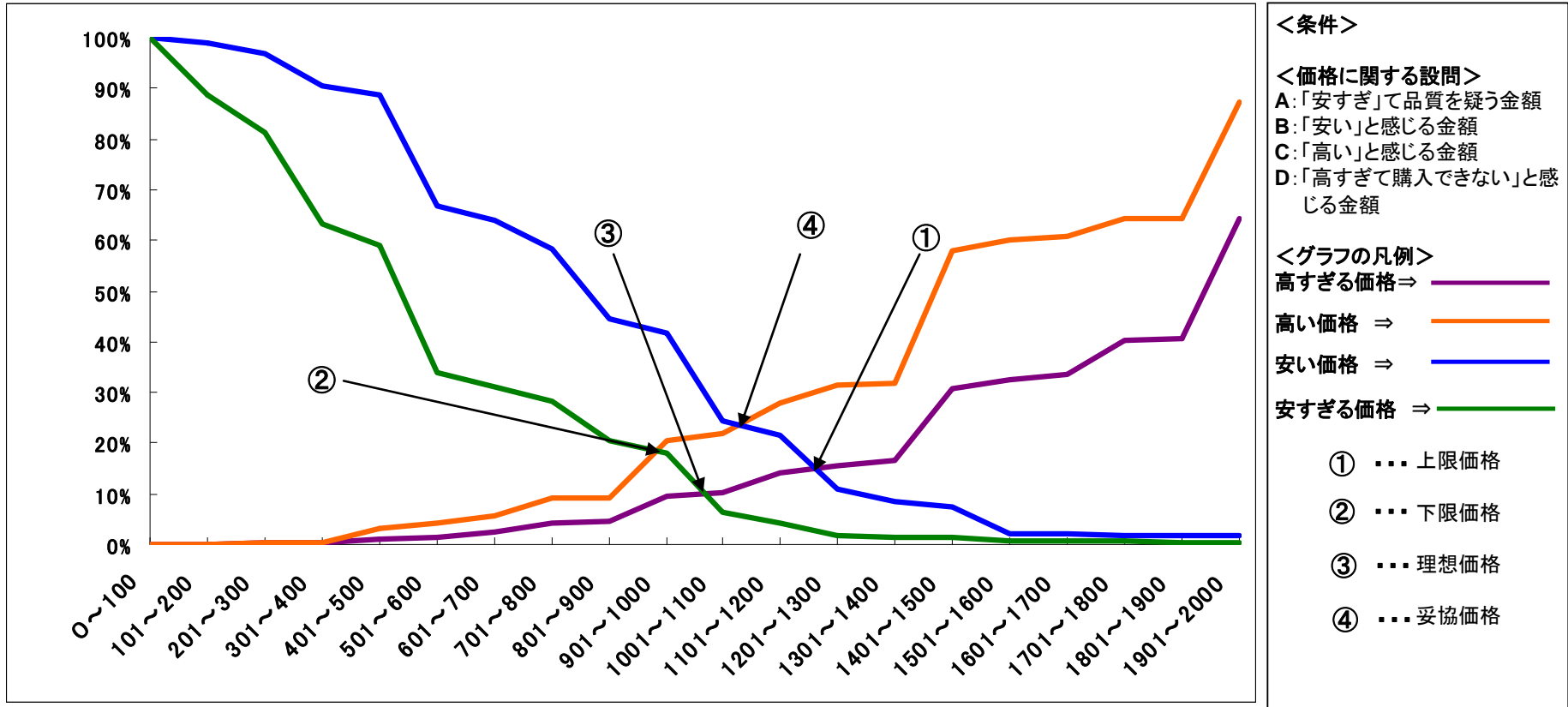
- ☞ オーガニック・コットン<衣類>の価格設定は、普通コットンの衣類が10,000円の場合、上限価格が10,500円~11,500円、下限価格が9,500円~10,000円、理想価格が10,000円~10,500円、妥協価格は10,500円~11,000円である。

(図表の見方)

- ・ 上限価格：「これ以上高く値段を設定すると誰も買ってくれなくなる」という価格
- ・ 下限価格：「これ以上安くすると『品質が悪いのでは?』と疑いはじめる」価格
- ・ 理想価格：「消費者が望んでいる」価格
- ・ 妥協価格：「この製品ならこれぐらいの金額なら購入しても構わないと感じる」価格

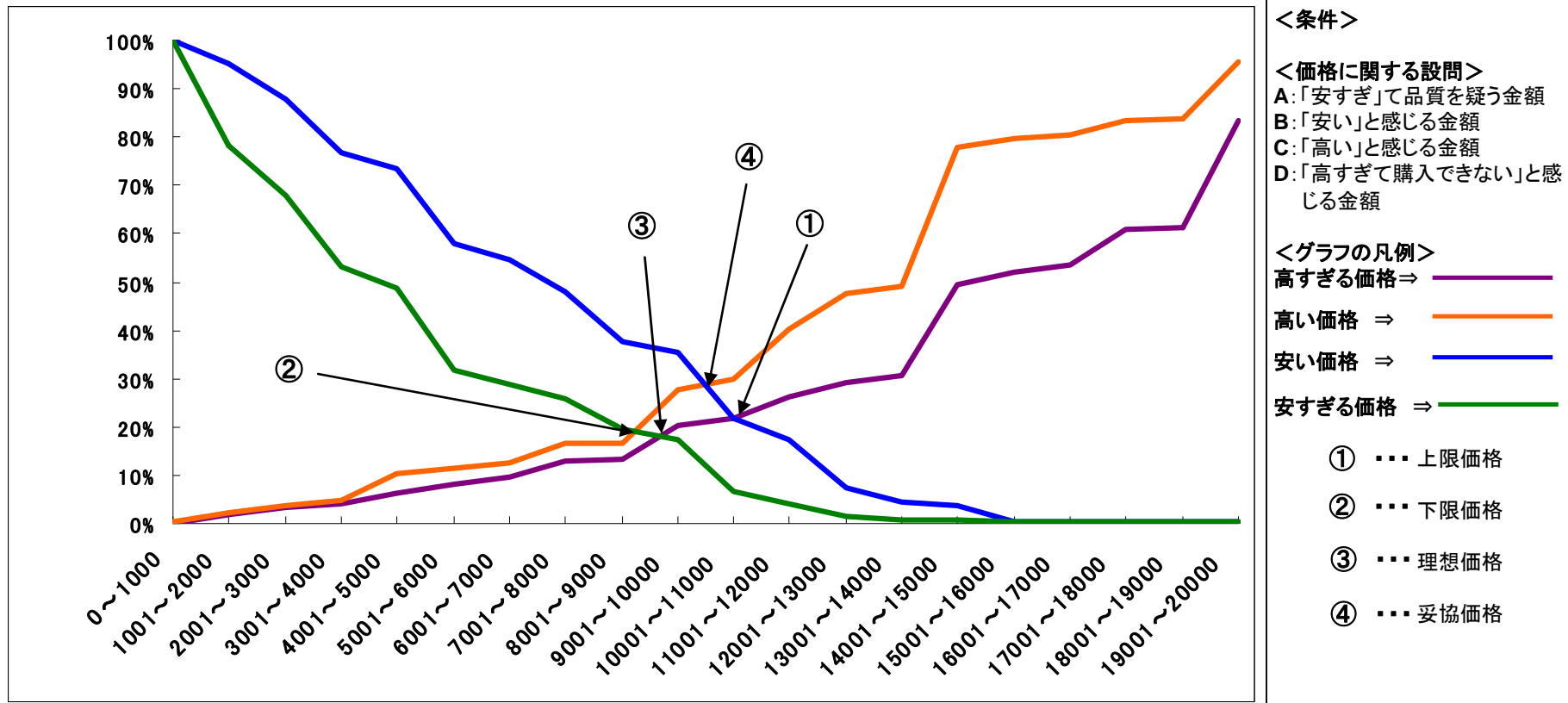
図表・27 価格感度分析 (タオル)

n=2000



図表・28 価格感度分析（衣類）

n=2000



## 2. 事業者ヒアリング調査結果

オーガニック・コットンに関する現状の問題点・課題と、解決・克服が期待される対策について、事業者に対するヒアリング調査を行った。その結果を以下に示す。

### ① オーガニック・コットンの定義について

#### (問題点)

- オーガニック・コットンのメリットは、「人に優しい（健康に良い）」ことではなく、「地球に優しい（環境に良い）」ことである。土壌等への環境負荷が減るだけである。肌に優しい、アトピーが治る、という宣伝文句は確かではない。
  - NIKE、パタゴニアのような世界的な企業は、地球に優しいという点を明確に訴える販売をしている。それが世界の常識である。
  - スポーツメーカーのナイキは、オーガニック・コットンの主要なマーケットターとして知られているが、同社はオーガニック・コットンを CSR の一環として使用している。具体的には、自社製品で使用するコットンに必ず3%混入させている。日本企業がオーガニック・コットン100%であるといった商品戦略として活用しているのに対し、海外では、企業戦略として活用されている。
- 一方で消費者は肌に優しいという点を期待する傾向にある。
- 農薬を使って育てた通常のコットンと比較して、オーガニック・コットンの性質はほとんど変わらない。特に製品段階では、残留農薬もゼロに等しいため、どちらのコットン製品でも性質は同じである。

#### (想定される対策)

- 100%、ブレンド等に関する公的な定義の設定
  - 世界の制度を参考に、わが国におけるオーガニック・コットンの定義を設定する・必要がある。
  - 健康などへのメリットについては、将来的に科学的な根拠を提示する必要がある。
- オーガニック・コットンの定義、オーガニック・コットン糸の定義、オーガニック・コットン製品の定義については、分ける必要がある。さらに、このような違いをきちんと消費者に理解させるための取り組みも追加的に実施する必要がある。
- オーガニックであることをどこで担保しているのか、それに応じたグレーディングを行ってはどうか。

## ② オーガニック・コットンの認証・表示制度について

### (問題点)

- 我が国には「公的機関」が定めたオーガニック・コットンの表示ルールは無い。
  - ただし、欧州の制度については民間団体が運用しているが、団体の第三者性が広く認められており、また、長い歴史があり、制度運用にあたっての信頼性がある。
  - 現在ある認証制度の中で、テキサス州の認証制度が最も完成されている。オーガニック・コットン原料の入った一俵ごとにシリアルナンバーを付与している。
  - 海外のオーガニック・コットンの認証を1度取得しただけで、実際は普通のコットンをオーガニック・コットンとして使用する問題もある。これは、量的な整合性が取られないことが原因である。
- 何も根拠がない中で、オーガニック・コットンであると単に歌っている製品が横行している。また、“無添加”、“自然素材”のような、オーガニックと紛らわしい表示が横行している。
- 世界に多数のオーガニック・コットン基準が存在するため、消費者が分かりづらい。
- 本物のオーガニック・コットンとそうでないものとを明確に区別する必要がある。
- オーガニック・コットンなのか通常のコットンなのかは、製品検査では識別ができないので、違っていても分からない。消費者に販売する際に不安がある。

### (想定される対策)

- JIS規格に基づく認証・表示制度の策定
  - 農業分野ではJAS規格があるように、国が定めたルールが必要である。JIS規格になれば、違反した場合の罰則が設けられる。JAS規格制定時には、店頭における曖昧な表示が一斉に無くなった。JIS規格をどこまで活用できるか、検討が必要である。
  - 間違ったものを売った場合、なんらかの罰則を与える仕組みが必要である。
  - ただし、通常のコットンとオーガニック・コットンを識別することは不可能であるため、抜き打ちでのサンプリング調査は意味がない。
- 調達量、使用量、生産量などの数値情報を管理できる制度が必要である。
- 書類チェックができる体制が機関には求められる。
- 現場検証ができる体制が機関には求められる。審査官による現場検証が必要であって、書類審査のみでは厳格な認証は不可能である。
- 公共性の高い認証団体の設置
  - 制度・ルールを決める認証団体と、それを運用する団体または一般の民間企業は、明確に分離された体制とすべきである。JOCAの公共性を高めることも、対策の一策だろう。