

| 広告規制機関 | 広告実施企業 | 年月日 | 問題となった表現 | 勧告の内容 | 理由の要旨 | 関連情報リンク |
|--|---|--------------------------------------|---|---|--|--|
| 1 ASA (英国) | ライオンエア (Ryanair) | 2020年2月5日 | "Europe's Lowest Fares, Lowest Emissions Airline" (ヨーロッパでもっともCO2排出量が少ない航空会社) "Fly Ryanair. Europe's low fare, low CO2 emissions airline (後略)" (CO2排出量が少ない航空会社で飛ばす)などの広告表示 | ライオンエア社に対し、広告を現在の形で再び掲載することを禁じ、環境に関する主張を行う際には、それを立証する十分な証拠を保有し、その主張の根拠を明確にするよう求めた。 | 消費者は「ヨーロッパの...最もCO2排出量の少ない航空会社」「ヨーロッパの...CO2排出量の少ない航空会社」などの比較表示から、ライオンエアの利用を選択することで、他のヨーロッパの航空会社の利用を選択した場合よりもCO2排出量が少なくなることを意味すると解釈する。消費者は広告には、座席密度への言及がない、あるいは、排出量を測定するために使用された指標、計算方法、計算における座席密度の役割に関する情報がなく、広告での主張の根拠は明確ではなく、提供された証拠では、ライオンエアがそのしほによつて最も二酸化炭素排出量の少ない航空会社であることを証明するには不十分である。 | ●ASA https://www.asa.org.uk/rulings/ryanair-ltd-cas-571089-p1w6b2.html |
| 2 ASA (英国) | シェル (Shell) | 2020年7月8日 | "Drive carbon-neutral by filling up and using Shell Go+ today. Make the change. Drive carbon-neutral (今すぐShell Go+を満タンにして使うことでカーボンニュートラルを推進しましょう。変化を作る。カーボンニュートラルを推進する。)"など並べるラジオ広告 | 英国放送広告規約3.1違反を認定。同様の形式での広告の再掲を禁じ、カーボンオフセットされるはロイヤリティスキームの会員に限定されることを明示するよう指示。 | Shell Go+は、消費者が会員になることで、化石燃料購入時の炭素排出がカーボンクレジットによってオフセットされるスキームであるところ、ASAは、広告の副文句からは、消費者は、Shell Go+は（オフセットプログラムではなく）カーボンニュートラルを実現することのできる新たな燃料であると推測する可能性が高いため、この広告は誤解を招くものであると判断した。 | ●ザンセンター https://climatecasechart.com/non-us-case/advertising-standards-authority-ruling-on-shell-uk-ltds-shell-go-campaign/ ●ASA https://www.asa.org.uk/rulings/shell-uk-ltd-g20-1049869-shell-uk-ltd.html |
| 3 RCC (オランダ) 自主規制機関 | KLMオランダ航空 | 2020年7月13日 | KLMオランダ航空が、バイオ燃料に関するブログにおいて「100%バイオ燃料で飛行するフライトは既に存在しますか？」という質問に対して「100%バイオ燃料を使用して航空便を運行することはまだ不可能です。航空業界の厳格な品質ガイドラインにより、バイオ燃料は従来の化石燃料による灯油と最大50%まで混合されます」と回答している記事。同社は同じキャンペーンで「バイオ燃料を毎日運航した最初の航空会社」であるとしてもいた。 | 環境広告規約2条違反を認定。今後同様の方法で広告を掲載しないよう勧告。 | KLMオランダ航空は50%バイオ燃料混合燃料を使用して一部の便を運航しており、パンデミック前は少なくとも1日1便でバイオ燃料混合燃料を使用していたが、2019年の総燃料消費量に占めるバイオ燃料の割合は0.18%に過ぎなかった。RCCは、当該記事は、ほぼ50%のバイオ燃料の使用が既に実際に行われているという印象を与え、実際の使用量は50%よりはるかに少ないにもかかわらず、この点が十分に明確にされていないために誤解を招くと判断した。実際のバイオ燃料の使用量が他の場所で参照できる事実は、この記事自体の性質に影響するものではない。 | ●edie (英語) ※目的主導型のビジネスメディアブランド https://www.edie.net/kims-biofuel-advertisements-were-greenwashing-regulator-rules/ ●RCC (オランダ語) https://www.reclamecode.nl/uitspraken/klm/vervoer-2020-00136/269836/ |
| 4 ニュージーランド広告基準苦情委員会 (Advertising Standards Complaints Board) | ファーストガス (Firstgas Group) | 2021年7月6日 | TV CMおよびYouTubeの"zero carbon gas (炭素ガス排出ゼロ)" 広告 | ファーストガスの広告キャンペーンに関し、Lawyers for Climate Action NZの苦情を支持し、広告の撤回を命じた。 | ASCBは、LCANZによる苦情と複数名からの同様の苦情を支持し、広告は根拠がなく、不正確で誤解を招くものであると判断した。ASCBは、広告は広告基準コードの原則1、規則1 (i) には概ね違反していないが、原則2、ルール2 (b) とルール2 (h) に違反していたと判断した。 | ●Lawyers for Climate Action NZ https://www.lawyersforclimateaction.nz/news-events/firstgas-decision ●ASA https://static1.squarespace.com/static/5cf303912690500011c02b0/t/60f8ea5baa10666fbee8f895/1626925660675/21194.pdf |
| 5 RCC (オランダ) 自主規制委員会 | シェル (Shell) | 2021年8月26日 | "Maak het verschil, Rij CO2-neutraal (Make a difference. Drive CO2 neutral/CO2ニュートラルな運転で差をつけよう)" キャンペーンにおける広告 | 環境広告規約2条及び3条違反を認定。今後同様の方法で広告を掲載しないよう勧告。 | シェルはカーボンクレジットの購入によりCO2の排出が相殺されているところ、RCCIは、平均的な消費者は「neutralized (中和された)」という用語から、CO2排出による環境への有害な影響が相殺措置によって完全に打ち消されることを意味する理解するだろう、しつうえて、ある程度の相殺がなれるとしても、完全な相殺が実現することの裏証はなされていないと判断した。 | ●ザンセンター (英語) https://climatecasechart.com/non-us-case/rcc-ruling-on-shell-drive-co2-neutral-1/ ●RCC (オランダ語) https://www.reclamecode.nl/uitspraken/resultaten/vervoer-2021-00190/304997/ |
| 6 RCC (オランダ) 自主規制機関 | シェル (Shell) | 2021年8月26日 | 熱帯雨林を背景にした、"IK BEN CO2 NEUTRAAL OP WEG. U OOK? (I AM CO2 NEUTRAL. ON THE WAY. ARE YOU?/私はCO2ニュートラルで移動していますが、あなたは？)" という、シェルのタンカートラックの表示。 | 環境広告規約2条違反を認定。今後、同様の方法で広告を掲載しないよう勧告 | シェルは、表示の「I (私)」の対象は、当該表示のなされたタンカートラックに限定されることを主張したが、RCCIは、このローガンは様々な解釈が可能であり、「I」は当該トラックのみを指すものとは言い切れないしつうえて、横荷 (化石燃料) と会社 (シェル) 自体がCO2ニュートラルではないことから、このローガンは誤解を招くものと判断した。 | ●ザンセンター (英語) https://climatecasechart.com/non-us-case/rcc-ruling-on-shell-drive-co2-neutral-2/ ●RCC (オランダ語) https://www.reclamecode.nl/uitspraken/shell/vervoer-2021-00180/301504/ |
| 7 RCC (オランダ) 自主規制機関 | アールアールズ (Arla) ※ヨーロッパ最大規模の乳製品メーカー、牛乳やチーズ、バター、粉乳など乳製品全般を製造。 | 2022年3月29日 | 製品パッケージ、ウェブサイト、SNSでの動画やコマースにおけるArlaのオーガニック乳製品の「climate neutral (気候中立)」という表現 | 環境広告規約2条及び3条違反を認定。今後同様の方法で広告を掲載しないよう勧告。 | 平均的な消費者は「climate neutral (気候中立)」という言葉から、Arla有機乳製品の生産による気候に対するあらゆる有害な影響が完全に相殺 (中立化) され、気候に影響を与えないと理解するだろう。Arlaが熱帯雨林保護と植林のための認定プロジェクトに資金を提供し、このこと自体は炭素クレジットとして許容される。しかし、約束された補償 (相殺) が、広告表現から主張されるおりに、完全、かつ永続的に実現されることについては十分に証明されていないと判断した。 | ●ザンセンター (英語) https://climatecasechart.com/non-us-case/rcc-ruling-on-arla-climate-neutral-milk/ ●RCC (オランダ語) https://www.reclamecode.nl/uitspraken/shell/voeding-en-drank-2021-00472-cvb/335095/ ※異議審では2条違反のみが認定されているが、判断対象となる表現が異なる。 |
| 8 RCC (オランダ) 自主規制機関 | KLM航空 | 2022年4月8日 | KLMのウェブサイトにおける「CO2 neutral (CO2ニュートラル)」「CO2ZERO (CO2ゼロ)」「CO2排出量の補償 (compensation)」などの広告表現 | 環境広告規約2条及び3条違反を認定。今後同様の方法で広告を掲載しないよう勧告。 | KLMは植林プロジェクトによる炭素クレジットを購入してCO2の排出を相殺している。RCCIは、平均的な消費者は、KLMオランダ航空が「CO2ZERO」「CO2 Neutral」などの用語を使用することで、植林プロジェクトを通じて自分たちの飛行が完全に気候に影響を与えないものになると考えが、植林プロジェクトによって完全な補償がなれることは裏証されていないと判断。 | ●ザンセンター (英語) https://climatecasechart.com/non-us-case/fossielvrij-nl-v-klm/ ※ただし主として訴訟に関する記事 ●RCC (オランダ語) https://www.reclamecode.nl/uitspraken/shell/reizen-en-toerisme-2021-00553/338478/ |
| 9 米国BBB National ProgramsのNational Advertising Division (NAD) | JBS USA Holdings ※精肉や加工肉、魚介類等を取り扱う世界第二位の食品会社であり、世界最大の動物性たんぱく質の生産者。 | 2023年2月15日 | "JBS is committing to be net zero by 2040 (JBSは2040年までのネットゼロを約束します)" "Global Commitment to Achieve Net-Zero Greenhouse Gas Emissions by 2040 (2040年までの温室効果ガス実質ゼロを達成するための国際的な約束)" "Bacon, chicken wings and steak with net zero emissions. It's possible (実質排出ゼロのベーコン、手羽先、ステーキ。それは実現可能です)"などの広告 | 2040年までにネットゼロを達成するという目標に関する表現を中止するよう勧告。 | 「ネットゼロ」という表現は消費者の合理的な期待をもたらすものであるところ、その達成のための具体的な行動がとられていることの証拠はない。JBSはNADの上部機関であるNational Advertising Review Board (NARB)に異議を申し立てたが、NARBもNADの判断を支持し、2023年6月20日にJBSに対して同様の勧告を行った。 | ●NAD https://bbbprograms.org/media-center/dd/jbs-net-zero-emissions ●BBB National Program https://bbbprograms.org/media-center/dd/narb-jbs-net-zero-emissions |
| 10 ASA (英国) | ルフトハンザ航空 | 2023年3月1日 | "LUFTHANSA GROUP. CONNECTING THE WORLD. PROTECTING ITS FUTURE. #MakeChangeFly (ルフトハンザグループ、世界をつなぐ、未来を守る。)"という広告 | 是正勧告 | ルフトハンザ航空が事業によって環境に悪影響を与えないための重要な緩和措置を既に講じているという誤った印象を消費者に与えるしつうえて、このような広告は、主張の根拠が明確でなく、十分な立証がなされていないためCAPコードに違反するとして、是正を求めた。 | ●ASA https://www.asa.org.uk/rulings/shell-uk-ltd-g20-1049869-shell-uk-ltd.html |
| 11 ASA (英国) | シェル (Shell) | 2023年6月7日 | ポスター、テレビ広告、YouTube広告 a) アリストルの街頭に提示されたシェルのロゴと共に「アリストルはグリーンエネルギーの準備ができています」などと書かれたポスター b) 走行する電気自動車や、充電ステーションの映像、シェルのロゴと共に、「英国はグリーンエネルギーの準備ができています」などと表示されるテレビCM c) シェルによる「英国はよりグリーンなエネルギーの準備ができています」とのタイトルで「電気自動車への充電から家庭用の再生可能エネルギーまで、シェルはお客様に多くの低炭素な選択肢を提供し、英国のエネルギーの移行を促進しています。」などの文字が表示されるYouTube動画の投稿 | a) c) について英国非放送広告規約3.1、3.3違反、b) について英国放送広告規約3.1、3.2違反を認定。各広告について、同様の方法での表示を禁じ、今後、環境に関する主張に言及する広告において、事業活動のうち低炭素な事業が占める割合を誇張したり、重要な情報を省略したりして誤解を招くことのないよう指示。 | 2021年のシェルの温室効果ガス排出量はCO2換算で13億7,500万トンに相当し、カーボンオフセット等を考慮しても、温室効果ガス排出に多大な寄与をしている。また、2022年以降の近い将来も大規模な石油・ガスへの投資と採掘がビジネスの大部分を占めることは変わらない。これに対して、a) b) c) の各広告は、シェルの事業の大部分が低炭素エネルギー製品で構成されているという全体的印象を与える。広告は、シェルの事業全体における低炭素エネルギー製品の割合に関する重要な情報が省略されており、誤解を招く可能性があるとして判断された。 | ●ASA https://www.asa.org.uk/rulings/shell-uk-ltd-g22-1170842-shell-uk-ltd.html |
| 12 RCC (オランダ) 自主規制機関 | シェル (Shell) | 2022年6月28日 (原審) 2022年10月20日 (異議審) | Maak het verschil. Compenseer CO2-uitstoot. (Make a difference. Compensate CO2 emissions./違いを出そう。CO2排出量を補償) キャンペーンにおける広告 | 環境広告規約2条及び3条違反を認定。今後同様の方法で広告を掲載しないよう勧告。 | ASAによるルフトハンザ航空への是正勧告が決定した後、シェルは自社広告の「CO2ニュートラル」という表現を「CO2補償」に置き換えたが、RCCIは、平均的な消費者の受け取る意味は「CO2ニュートラル」という表現と変わらず、シェルは炭素クレジットの購入によって排出が完全に相殺されることを十分に証明していないと判断した。RCCIによれば、シェルの広告の正当性が認められるためには、約束されたCO2排出の完全な相殺が実際に保証され、永続的に実現されるとい、確固たる、独立した、検証可能な、一般に認められた証拠が必要である。 | ●ザンセンター (英語) https://climatecasechart.com/non-us-case/rcc-cvb-ruling-on-shell-compensate-your-emissions/ ●RCC (オランダ語) https://www.reclamecode.nl/uitspraken/shell/vervoer-2022-00100-cvb/365319/ |
| 13 イタリア競争市場庁 (all'Autorità Garante per la Concorrenza e il Mercato in Italian) | エニ (Eni) ※イタリアの半国有大手石油・ガス会社で、イタリア最大の工業会社でもある。 | 2019年12月20日 | Eni Diesel+はグリーンで環境にやさしいと宣伝する広告 ※粗バーム油とその誘導体から製造されたHVO (水素化処理植物油) を 15% 含む新しいディーゼル燃料 | 「環境主張に関する不当な商行為」を理由に、500万ユーロの罰金の支払いを命じた。 | 当局は、広告メッセージに含まれる「環境に優しい」との主張には(i) 関連する製品の環境上の利点を正確かつ明確に反映していること、(ii) 科学的に検証可能であること、(iii) 正しく伝達されることが必要として、イタリア消費者法典第21条および第22条に違反する「不正な商行為」を構成しているとの裁定。同広告は消費者を誤解させるものであると判断した。 | ●Sabin Center for Climate Change Law https://climatecasechart.com/non-us-case/italian-competition-authority-ruling-eni-diesel-advertising-campaign/ ●Transport Environment https://www.transportenvironment.org/discover/eni-fined-%E2%82%AC5m-deceiving-consumers-over-its-green-diesel-italian-watchdog-rules/ |