

2024年5月2日

公益社団法人 日本広告審査機構  
理事長 西澤 豊殿  
同審査委員会  
委員長 松本恒雄殿

特定非営利活動法人気候ネットワーク  
理事長 浅岡美恵  
一般社団法人 日本環境法律家連盟(JELF)  
理事長 池田直樹

### JAROにおける審査基準等についてのお尋ね及び審査の進捗伺い

私たちは公益社団法人日本広告審査機構（以下「貴機構」といいます。）に対し、2023年10月5日付で、①株式会社JERAの「CO<sub>2</sub>が出ない火をつくる。」等とする広告、同年12月25日付けで②関西電力株式会社の「火力発電でのCO<sub>2</sub>を出さない燃料の混焼」等とする広告及び③電源開発株式会社（J-POWER）の「CO<sub>2</sub>フリーの水素発電」等とする広告について、これらの会社の供給する電気が、実際には大量のCO<sub>2</sub>を排出する火力発電に由来するものであるにもかかわらず、CO<sub>2</sub>を排出しない発電による電気であるかのように広告していることは、景品表示法5条1号及び環境表示ガイドラインに抵触し、不当であるため、広告の中止を勧告するよう申し立てました（以下「本件申立て」といいます。）。また、気候ネットワークは2023年12月25日に、貴機構の広告審査の適正化に関する提言も提出しております。しかしながら、今日まで、貴機構からの連絡をいただいております。

そこで、下記のとおり質問いたします。つきましては、2024年5月31日までに、気候ネットワークまで回答くださいますようお願いいたします。

本件ご連絡先

特定非営利活動法人 気候ネットワーク

〒604-8124 京都市中京区帯屋町574番地 高倉ビル305号

TEL：：075-254-1011/FAX：075-254-1012

Email：kyoto@kikonet.org

## 記

### 1 本件申立てについての審査の現段階について

貴機構ウェブサイトによりますと、3段階の審査ステップが記載されています。「よくあるご質問」のうち「JAROに意見を伝えたらどういう対応をしますか？」によれば、「JAROで問題があると判断したものは、広告関係者の委員で組織する業務委員会で審議します」とあります。具体的には、業務委員会分科会の見解（案）をもとに業務委員会、さらに審査委員会で審議されるようですが、本件申立ては現在、どの段階にあるか、ご回答ください。

### 2 審理に際してのヒアリングの機会について

貴機構ウェブサイトでは、意見の申出者に対するヒアリングの有無が明らかにされていません。放送における言論・表現の自由を確保しつつ、視聴者の基本的人権を擁護するため、放送への苦情等に対応するために設立された第三者機関である放送倫理・番組向上機構においては、人権侵害の申立てがあった場合には、放送人権委員会の委員全員が申立人から直接ヒアリングを行うことが予定され、その上で、委員会決定がされるとされています。公正な広告活動の推進を通じて広告・表示の質的向上を図り、事業活動の適正化並びに消費者利益の擁護及び増進を図ることを目的とされる貴機構におかれても、とりわけ広告における環境に関する主張（以下「環境主張」といいます。）の適正と公正を確保するという観点においては、申出者のヒアリングを行うことが望ましいのではないかと考えられます。貴機構におきまして、ヒアリングを実施されたことがありますでしょうか。また、本申立てについて、ヒアリングの機会をいただけますでしょうか。

### 3 貴機構における環境表示の適正性の判断基準と「環境表示ガイドライン」との関係について

#### (1) 判断基準に環境表示ガイドラインを含むか否かについて

近年、消費者の環境意識が高まり、広告における環境主張をもとに商品選択をする傾向が高まっていますが、広告についての唯一の自主規制団体である貴機構が一般に公開している「広告トピック」の中には環境主張にかかる表示の事例がありません。

貴機構のウェブサイトによれば、事業内容として「3. 広告・表示に関する

基準の作成」が掲げられ、貴機構の審査基準の基本原則は、「広告及び表示は、  
一公正で真実なものでなければならない、一その受け手に不利益を与えること  
のないものでなければならない。(箇条書き項目略) 一関係法規と社会秩序を守  
るものでなければならない。」とされています。そして、『『ウソ』や『大げさ』  
『まぎらわしい』などの広告・表示をみかけたら J A R O にご連絡ください。』  
とあります。

ところで、広告・表示において守らなければならないルールとして、「国が定  
めた法律など。」と記載され、「景品表示法」とあわせて、「定められたルール以  
外のもの・社会的な『倫理観』『モラル』などへの配慮も」と記載されておしま  
すが、ここに、環境省が平成20年1月に定めた「環境表示ガイドライン」(平  
成25年3月改定版)は含まれていますでしょうか。ホームページ上では明示  
されていませんので、お尋ねいたします。

## (2) グリーンウォッシュ広告の審査・判断基準について

同環境表示ガイドラインには既に、グリーンウォッシュを射程とするガイド  
ラインが定められています。消費者庁も令和4年4月及び同年12月に、カト  
ラリー等について「生分解性プラスチック製品」についての表示について措置  
命令を発出するなどの動きがみられていることを、心強く思っているところ  
です。近時、グリーンウォッシュ広告への対応が世界的に進められており、E C  
不公正取引方法指令が改定されました。また、オランダのアムステルダム地方  
裁判所において2024年3月20日にKLMオランダ航空の「F l y R e  
s p o n s i b i l i t y」「CO2 ZERO」との広告が消費者を誤認させる  
として違法とされています。

いずれにせよ我が国の公告表示の適正化において重要な役割を担う貴機構  
において、消費者からの申出によって広く消費者利益が擁護・増進されること  
は自らの存在意義にかかるところであり、そのためには、貴機構の審査におけ  
る判断基準があらかじめ、外部に向けて、より具体的に示されていることが必  
要・不可欠であると思われまます。消費者基本法においても国及び事業者並びに  
消費者の責務として環境の保全への配慮が定められていますので、貴機構にお  
ける審査の判断基準に、少なくとも、環境省による「環境表示ガイドライン」  
が含まれていることは言うまでもないことと思われまます。この点を含め、グ  
リーンウォッシュの疑いのある広告についての審査・判断基準をご開示くださ  
い。

### (3) 景表法5条1号違反について

なお、本件申立てでは、各広告が環境表示ガイドラインに違反しているのみならず、景表法にも違反していることを指摘しています。具体的には、景表法5条1号は、「事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について」、「商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であって、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阻害するおそれがあると認められる」表示をしてはならないと定めています。気候危機への対応は世界の喫緊の課題となっています。消費者の商品選択において、環境や持続可能性への配慮を重視する傾向が高まっているなか、とりわけ発電事業からの排出がCO<sub>2</sub>排出量の約4割を占めており、その排出削減が重要な課題となっています。

上記の各広告は、各社が「供給する商品」である「電気」において、CO<sub>2</sub>の排出をゼロ又は大幅に削減するものと誤認させる表現を行っています。しかしながら、現実には水素・アンモニアの製造時を含む火力発電の全過程においてCO<sub>2</sub>を大量に排出し、地球温暖化を進行させるものであるにもかかわらず、科学的根拠を示すことなく、また何らの打ち消し表現も行っておりません。これは、気候変動への対応において実際よりも「著しく優良」な商品であると誤認させる表示であり、景表法5条1号に違反していることを指摘しております。この点について、貴機構の見解をお聞かせください。

## 4 貴機構の広告審査の適正化確保に関する提言についての検討状況について

気候ネットワークは2023年12月25日付けで、貴機構の広告審査の適正化確保に関して、

- (1) 広告審査のプロセスを明確にし、申出者の関与を位置づけ、これらを公表すること
- (2) 景品表示法及び環境表示ガイドライン等に基づき、審査基準を明確にし、公表すること
- (3) 広告審査における審査主体の氏名・属性等を公表し、広告審査機関としての人的リソースを確保すること
- (4) 申出や裁定結果の事例集を公表すること

(5) 広告主体からの独立性を高め、迅速かつ適切に審査を行うことができるよう、会員社に過度に依存しない財務体制を強化することを要請いたしました。これらについての現在の検討状況をご回答ください。

以上