

August 15, 2024

To Mr. António Guterres, Secretary-General of the United Nations:

Kiko Network  
Mie Asaoka, President

**Sharing information on the response from the  
Japan Advertising Review Organization (JARO) to our greenwash  
advertisement petitions**

Kiko Network is a Japanese environmental NGO/NPO that engages in policy advocacy, information dissemination, and support for citizens' activities to tackle climate change. In particular, we have been focusing on the need to phase out coal-fired power generation in Japan.

We are deeply impressed by your strong leadership in the path to averting the climate crisis. Unfortunately, in Japan most of the media has only been urging adaptation to the “new normal” of more frequent and intensifying heat waves and heavy rain-related disasters, and so we greatly appreciate the wording in your July 25 speech that “extreme heat is the new abnormal”, as well as you calling attention to the causes of climate change that are exacerbating heat waves and pointing out the need for a fast and fair phase-out of fossil fuels and end to new coal projects. In addition, we thank you for repeatedly calling for the early phase-out of coal-fired power generation as the remaining carbon budget for the 1.5°C target is becoming increasingly scarce, and we found it very encouraging that in your address “A Moment of Truth” on June 5, you called for a ban on fossil fuel advertising and for advertising and PR companies to stop subsidizing greenwashing advertisements, which are delaying climate action and the phase-out of fossil fuels.

Among the G7 countries, Japan is the only country that has not set a target year to phase-out coal-fired power. Under its current energy strategy and GX (“Green Transformation”) policy, the Japanese Government allows the use of coal-fired power even in 2050, instead deciding to utilize hydrogen/ammonia co-firing as a measure to reduce emissions from coal-fired power generation. We are concerned that Japan's GX policy itself is a significant case of greenwashing.

Under such government policy, thermal power companies are now planning measures to continue using coal-fired power far beyond 2030. In particular, JERA, the largest power utility in Japan, continues to spread advertisements advocating for what it calls “zero-emission thermal power” through various media, sports stadiums and movie theaters. The company claims it will achieve “zero emissions” by co-firing ammonia produced from fossil fuels in existing coal-fired power plants. However, not only does JERA not specify such details, it also does not indicate that, even if currently 20% of fuel is replaced with ammonia, these co-firing plants will continue to burn 80% coal. Furthermore, even if the percentage of ammonia co-fired with coal is increased toward 2050, large amounts of CO<sub>2</sub> will be emitted during ammonia production. Therefore, ammonia co-firing will not result in any meaningful emission reductions, and these advertisements can only be described as greenwashing.

On October 5, 2023, Kiko Network, together with the Japan Environmental Lawyers Federation (JELF), filed a petition to the Japan Advertising Review Organization (JARO) for it to issue a recommendation that JERA cease its greenwashing advertisements. On December 25, we filed another appeal to JARO regarding similar advertisements by Kansai Electric Power Co., as well as advertisements by utility J-POWER that refer to hydrogen from coal gasification as “CO<sub>2</sub>-free hydrogen”. On the same day, Kiko Network also submitted “Recommendations to JARO” to recommend required improvements to JARO’s processes and systems in order to properly fulfill its mission to maintain the appropriateness of advertising.

However, we did not receive any response from JARO, and so on May 2, 2024 we wrote to them inquiring about the status of the reviews of our appeals and recently received a reply that said, “We have decided not to conduct an examination because it is beyond our capabilities regarding the scope of judgement for advertising and labeling” and that this would be their “final response” and would not respond to any further inquiries. Regarding our recommendations, JARO only briefly mentioned that they “will keep this in mind for future reference”. In light of this response, we can only assume that JARO has no intention to improve the situation.

JARO, a public interest incorporated association whose members include advertising companies, is the only advertising self-regulatory organization in Japan. On its website, JARO says “JARO is tasked to receive appeals and inquiries concerning advertising and labeling, examine them and, where necessary, recommend advertisers modify or discontinue questionable representations.” Nevertheless, they refused to review our submissions without giving any explanation, claiming that it was “beyond the scope of

its judgment," is nothing less than its abandonment of its own social mission.

JERA is the largest CO<sub>2</sub>-emitting power utility in Japan, and its greenwashing is not limited to the domestic market, but could also significantly impact the climate change policies of countries throughout Asia.

Therefore, in light of your stance calling for a ban on fossil fuel advertisements, we would like to share with you this information to inform you of the trends in Japan concerning the advertising by fossil fuel companies and the stance taken by self-regulatory organizations in the advertising industry.

### **Related Information**

Letter: Inquiry about examination criteria and status of JARO's review (written in Japanese [PDF](#))

Recommendation to JARO (written in Japanese [PDF](#))

### **Petitions**

Petition for Recommendation to Cease and Desist Unjustified Advertising by JERA Corporation (Summary) ([PDF](#))

Full text of a petition for requesting to stop misleading advertisements by Kansai Electric Power Company, Incorporated (KEPCO) (written in Japanese [PDF](#), summary in English [PDF](#))

Full text of a petition for requesting to stop misleading advertisements by Electric Power Development Co., Ltd. (J-POWER) (full paper written in Japanese [PDF](#), summary in English [PDF](#))

### **References**

- [【Press Release】](#) JARO Follow-up: Inquiring about the progress of the review of greenwash ads (May 2, 2024)
- [【Press Release】](#) Kanden and J-Power's So-called, "Zero CO<sub>2</sub> Emission Fuel" is Climate Greenwashing – Request to stop misleading advertisements has been filed –(December 25, 2023)
- [【Press Release】](#) JERA's Ad "Zero CO<sub>2</sub> Emission Thermal Power Generation" is a Climate Greenwash – Filed Recommendation for exclusion (October 5, 2023)

2024年8月15日

国連事務総長 アントニオス・グテーレス様

特定非営利活動法人 気候ネットワーク  
理事長 浅岡美恵

## グリーンウォッシュ広告申立てに対する 日本広告審査機構（JARO）の対応についての情報共有

気候ネットワークは、地球温暖化防止に関わる政策提言、情報発信、市民活動への支援などに取り組んでいる日本の環境 NGO/NPO です。なかでも、国内の石炭火力発電所の段階的廃止の必要性を訴えて参りました。

閣下の気候危機回避に向けた強いリーダーシップに感銘を受けております。日本のメディアの多くは、猛暑や豪雨災害の頻発・激化に対して、「新たな日常」として適応を促すにとどまっている残念な状況ですが、閣下は、7月25日の演説において「極端な熱暑は新たな異常」であると指摘し、猛暑を悪化させる気候変動をもたらしている原因に目をむけさせるとともに、改めて化石燃料の速やかで公正なフェーズアウトと新規石炭火力計画の撤廃の必要性をご指摘くださいました。また、1.5°C目標に残された炭素予算がますます乏しくなっているなか、石炭火力の早期廃止を繰り返し求め、今年6月5日には脱化石燃料を遅らせている化石燃料の広告の禁止および、広告・PR会社にグリーンウォッシュ広告へのほう助をやめるよう求めたことは、誠に的を得た提起であり、大変勇気づけられました。

日本はG7国のなかで唯一、石炭火力の廃止年を明らかにしていません。日本政府は、エネルギー政策やGX政策において、水素・アンモニア混焼などを石炭火力の排出削減対策と位置付け、2050年までも石炭火力の利用を容認しています。私たちは、こうした日本のGX政策を、グリーンウォッシュ政策と懸念しています。

火力発電事業者は、政府政策の下で2030年を超えても石炭火力を使い続ける策を計画しています。それだけでなく、特に日本最大の火力発電事業者である株式会社JERAは、さまざまな広告媒体、スポーツ競技場や映画館などを介して「ゼロエミッション火力」を標榜する広告を流布し続けています。石炭火力に化石燃料由来のアンモニアを混焼することで「ゼロエミッション」を達成するという趣旨ですが、具体的な内容を明記していないばかりか、当面は燃料の20%をアンモニアに置き換えても80%は石炭を使い続ける計画であること、しかも、2050年に向けて混焼率を上げていくとしても混焼するアンモニアの製造において大量のCO<sub>2</sub>を発生させ、実質的な排出削減にはならないことも伝えておらず、グリーンウォッシュ広告と言わざるを得ません。

そこで、気候ネットワークは日本環境法律家連盟（JELF）とともに、2023年10月5日、公益社団法人日本広告審査機構（JARO）に、JERAのグリーンウォッシュ広告の中止を勧告するよう申立てました。また、同年12月25日には、関西電力株式会社の同様の広告及び電源開発株式会社（Jパワー）の石炭のガス化による水素をCO<sub>2</sub>フリー水素と称する広告について、JAROに申立て、同日、広告の適正化を果たすために求められる体制・機能の改善を提言いたしました。

しかしながら、JAROからは、何らの問合せまたは返答がなかったため、2024年5月2日に進捗状況の問合せを行いましたところ、先般、「当機構が（審査）可能な広告・表示に関する判断の範囲を超えているため、審査は行わないことといたしました。」とする「最終回答」が届きました。そこには、今後、何の問合せにも応じないとも記載されています。JAROの広告審査手続きの適正化および審査体制の強化に関する提言についても「今後の参考とさせていただきます。」とあるのみで、今回の対応に照らしますと、改善する意思はないものとする他ありません。

JAROは、広告会社などが会員として名を連ねている公益社団法人であり、日本で唯一の広告自主規制機関です。そのホームページには、消費者に迷惑や被害を及ぼすウソや大げさ、誤解をまねく広告を社会から無くし、良い広告を育む活動を行っていると掲げられています。にもかかわらず、「判断の範囲を超えた」として理由も示さず、審査対象とすることすら拒否したことは、その社会的任務を自ら放棄したというほかありません。

株式会社JERAは日本最大のCO<sub>2</sub>排出事業者であり、そのグリーンウォッシュは国内にとどまらず、アジア諸国の気候変動対策にも影響を及ぼしかねません。そこで、事務総長が化石燃料企業の広告について規制を呼び掛けておられる姿勢に鑑み、日本の化石燃料企業の広告をめぐる動向や広告業界の自主規制機関の姿勢について、認識していただくために、情報を共有させていただきます。

## 補足資料

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 ([PDF](#))

公益社団法人 日本広告審査機構への提言 ([PDF](#))

## 各社の広告に対する申立書

株式会社JERAによる不当な広告の中止勧告の申立【全文】 ([申立書 PDF](#))

株式会社JERAによる不当な広告の中止勧告の申立【要旨】 ([要旨 PDF](#))

関西電力株式会社による不当な広告の中止勧告の申立【全文】([PDF](#))

電源開発株式会社による不当な広告の中止勧告の申立【全文】([PDF](#))

## 参考

【[プレスリリース](#)】JARO のグリーンウォッシュ広告に関する審査の進捗の問合せを送付  
(2024年5月2日)

【[プレスリリース](#)】関電と電源開発の「CO<sub>2</sub>を排出しない燃料」広告は気候グリーンウォッシュ～JAROに不当広告の中止勧告を申立～(2023年12月25日)

【[プレスリリース](#)】JERAの「CO<sub>2</sub>が出ない火」広告は気候・グリーンウォッシュ～JAROに排除勧告を申立～(2023年10月5日)