

JERAの「CO2ゼロの火」広告 の真贋と、JAROの役割と責務

2023年10月5日

消費者目線で「気候グリーンウォッシュ広告」を問う
第2回 電力事業者の広告と“グリーンウォッシング”検証

一般社団法人環境金融研究機構

代表理事 藤井良広

英ASAがシェル広告を「グリーンウォッシュ」と認定



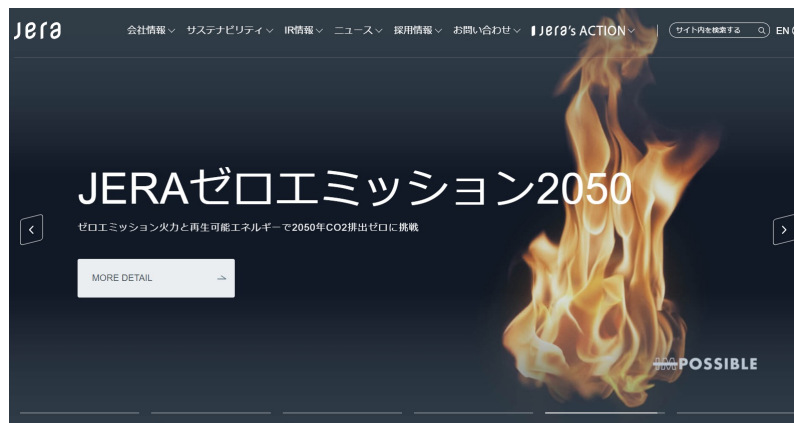
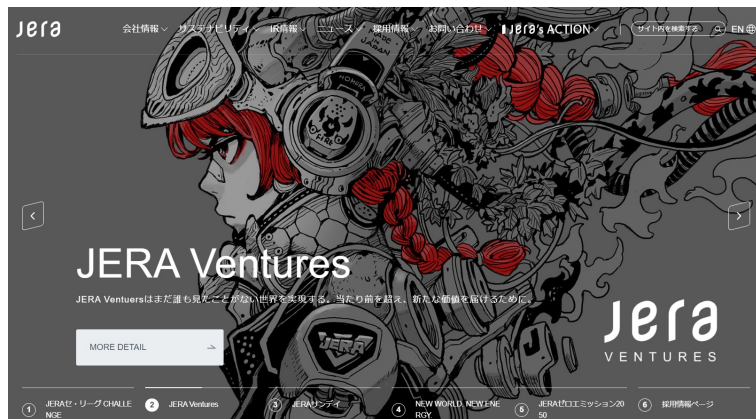
AdFree Cities

JERAは今年度末、愛知・碧南火力発電で20%のアンモニア混焼化を予定する。だが、残りの80%は当分の間、化石燃料のまま燃やす。英国のASAの指摘を踏まえると「見た人に、今、すでにゼロエミッションになっているとの誤解を与える」ように思える。

日本にも広告自主規制団体として、日本広告審査機構（JERO）等がある。国内の環境団体等は英国等の事例を踏まえて、「グリーンウォッシュ広告」の調査を求めてみてはどうだろうか。（RIEF: 2023/6/11）

<https://rief-jp.org/ct10/136331?ctid=>

JERAのサイト検索



「CO2ゼロの火」とは

【日本発】
世界が注目する
「CO2を出さない」火力発電

CO2が出ない火 をつくる。

ゼロエミッション火力 × 再生可能エネルギーで、
2050年CO₂排出ゼロに挑戦します。

発電の常識を変えてみせる。



IMPOSSIBLE

「CO2ゼロの火」とは

NEWS PICKS
Brand Design

— 今知っておきたい —
電力の話 #4

不可能を可能にする



私たちは挑戦し続ける。一人も取り残すことなく、
すべての人がクリーンエネルギーを手に入れられる世界をつくるために。

今こそ、やらなきゃダメなんだ。

世界は変わった。エネルギーも変わる。

その変化は、かつてないほど鮮烈だ。

化石燃料だけに頼る時代は終わった。

大国だけがエネルギーを大量に消費する時代は終わった。

従来延長線上でエネルギーを考える時代は終わった。

私たちは、もう動き出している、新しい世界へ向けて。

「燃やしてもCO₂が出ない火」。

化石燃料に代わる新しいエネルギー源で、火力発電のゼロエミッション化に挑戦する。

急速に成長するアジアを中心とした国々に、最適なクリーンエネルギーの選択肢を提供する。

今、未来がますます見えにくくなっている時代の中で、

世界中に広げた力を結集して、人々のかけがえのない暮らしを守り続ける。

ゼロエミッションへの ロードマップ



不可能を可能にする『行動』

ACTION

再生可能エネルギー

01



発電時にCO₂を排出しない

風力発電

海上での大規模洋上風力発電

ゼロエミッション火力

02



安定した発電が可能な火力発電

石炭火力発電

石炭火力発電×アンモニア

03



電気の使われる量やタイミングに合わせて
発電量をコントロールできる

LNG火力発電

LNG火力発電×水素

不可能を可能にする『アプローチ』

APPROACH

01

再生可能エネルギーと ゼロエミッション火力の 相互補完

ゼロエミッションは、再生可能エネルギーとゼロエミッション火力によって実現します。再生可能エネルギーの導入を、自然条件に左右されず発電可能な火力発電でサポート。火力発電は、よりグリーンな燃料の導入を進め、発電時にCO₂を排出しないゼロエミッション火力を追求します。

02

国・地域に最適な ロードマップの策定

ゼロエミッションは、国・地域に最適なソリューションとそのロードマップの策定を通じて実現します。ロードマップは、それぞれの国や地域が、導入可能な再生可能エネルギーの種類、多国間送電網・パイプラインの有無など、異なる環境におかれているため、国・地域単位でステークホルダーとともに策定。まずは日本のロードマップを策定し、他の国や地域へ順次展開していきます。

03

スマート・ トランジションの採用

ゼロエミッションは、施策の導入を決定する段階で、イノベーションにより利用可能となった信頼のおける技術を組み合わせること（スマート・トランジション）で実現します。低い技術リスクで円滑に、グリーン社会への移行を促します。

シェルのケースとの対比

オランダ広告規約委員会（RCC）のシェルへの勧告事例

Make a difference, Drive CO₂ neutral キャンペーン

Maak het verschil, Rij CO₂-neutraal

シェルと一緒にCO₂ニュートラルドライブで環境に配慮しましょう。

CO₂ニュートラルドライブがさらに簡単になりました。

compensatieAANを使えば、自動的にCO₂ニュートラルドライブができます。

第一回「広告におけるグリーンウォッシュとは」海外の自主的
広告機関の対応から（増本志帆弁護士資料より転載）

オランダ広告規定 「誤解を与える広告の禁止（2条）」
「立証の必要性（3条）」

JERAの「広告」を 「誤解を与えないか」「立証されているか」で評価すると

- 「CO2が出ない火をつくる」
- 「不可能を可能にする」
- 「アンモニア混焼20%：2023年開始」 ⇒ 「2030年実現」 ⇒ 「50%：2035年」 ⇒ 「100%：2050年」
- （アンモニアの）生産能力の拡大の可否
- （同製造）コスト削減の可否
- アンモニアから排出される他の汚染物質対応はどうか
窒素酸化物、ばいじん等
- 「不可能は可能になるのか」「不可能なままか」
「日本最大のCO2排出企業」が「CO2が出ない火」

政策に入り込んだ「広告」の意味

- 誰が「GX」をネーミングしたか
- 当事者が語る「詳細な調べ」と「丁寧な説明」
- 広告のキャッチコピーで、「中身の無い政策」を盛り上げる
- (?)
- 霞が関に跋扈する電通、博報堂・・・

日本広告審査機構（JARO）の役割と責務

構成団体：広告主、新聞、放送、出版、インターネット、
広告業、広告関連会社の7業界

会員の広告主 372社

業界区分は20分野

エネルギー・素材・機会（9社）

このうち、エネルギー企業は
大阪ガス、東京ガス、関西電力、中部電力の4社

1974年8月設立

「牛缶事件」による「欺瞞的広告」排除のため、業界団体、
広告業界、メディア、学識者、役所等が共同で設立

- ①行政による規制
 - ②消費者による監視
 - ③業界による自主規制
- の「3本の矢」で、欺瞞的広告を排除へ



日本広告審査機構（JARO）の審査基準

- 日本広告審査機構は、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、
- もって事業活動の適正化ならびに消費者利益の擁護および増進を期し、社会、経済の健全な発展と国民生活の向上に寄与することを目的としています。
- この自覚に基づいて、JAROは自主規制の実効を上げるため、次の審査基準を制定します。
- <基本原則>
- 広告および表示は、
- 公正で真実なものでなければならない。
- 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。
- 児童および青少年などに与える影響を考慮したものでなければならない。
- 品位を保ち、健全な風俗習慣を尊重したものでなければならない。
- 関係法規と社会秩序を守るものでなければならない。

日本広告審査機構（JARO）の自主性の担保

- 明確な自主基準の制定の必要性（特に、ESG、デジタル、ネット、知財等の分野のクライテリアの必要性）
- 業界からの独立性は担保できているか
- ガバナンス改革の必要性
- 第三者委員を増やすべき
- 消費者団体、NGO、研究機関、投資家等

英BP 「And, not or」 キャンペーンとJERAの比較



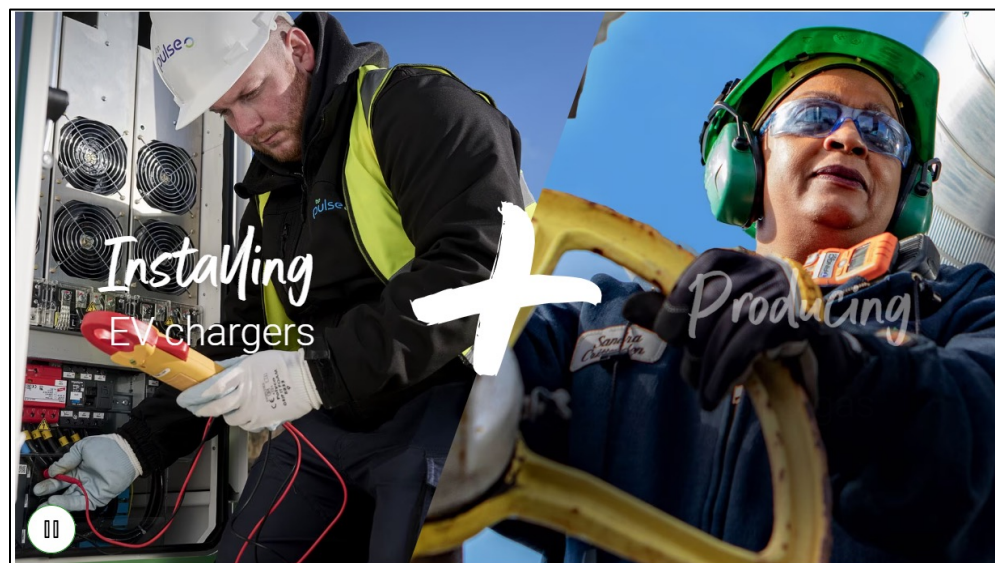
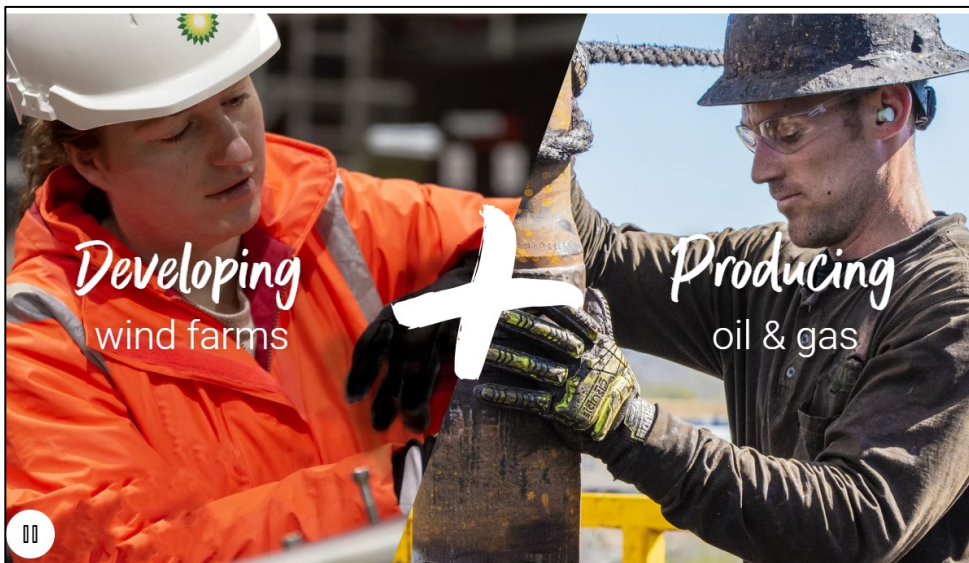
Join bp Worldwide

And, not or. →

The world's transition to a more secure, more affordable, lower carbon energy system needs massive investment in lower carbon energies AND continued investment in oil and gas as the alternatives grow. We're transforming bp to play our part – discover more here

Our transformation

BPが「And」でつなぐことを目指すもの



BPが「And, not or」を主張する理由

- We believe the world wants and needs a better and more **balanced energy system** that delivers secure, affordable and lower-carbon energy.
- We're playing our part by investing in today's energy system, which **is mainly oil and gas – and, not or – in our transition and the energy transition.**
- And while we're mostly in oil and gas today, we've increased global investment in our lower carbon, convenience stores and power trading businesses (what we call our **'transition growth engines'**) from around 3% in 2019 to around 30% in 2022.
- Increasing investment in these engines is a sign that bp's wider transformation is underway.

「And, not or」 より 「Change, not and or」

