

2023年12月25日

公益社団法人日本広告審査機構 御中

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 JELF (日本環境法律家連盟)

理事長 池田 直樹

関西電力株式会社による不当な広告の中止勧告の申立

申立の趣旨

関西電力株式会社は、後記広告1、2記載の広告を行っているところ、その内容は、後述するとおり、「温暖化の原因であるCO₂の約4割は発電時に排出されています。」との前書きのもとに、石炭火力発電において混焼するアンモニアを「CO₂を排出しない燃料」と表示し、再生可能エネルギーの模型や絵を掲げ、同社の販売する電気がCO₂フリー電気であると強調するものです。また、原子力発電所の模型を掲げ「CO₂を出さずに電気を安定的に供給できる、原子力発電のさらなる可能性の拡大。」とし、「ゼロカーボン発電で明るい未来へ。」と記載しています。

石炭火力発電における水素・アンモニア混焼はCO₂排出削減効果がほとんどなく、「CO₂が出ない」ものではなく、2030年までに電力セクターからのCO₂排出を半減させる目標には到底、間に合いません。しかも、高コストで、消費者にとって気候変動対策として望ましい電気とはいえません。

また、原子力発電には、福島原発事故の例をいうまでもなく、事故時の放射能汚染の危険性があり、日本には高レベル放射性廃棄物の最終処分の適地がなく、処理・処分方法も定まっておらず、極めて高コストです。

にもかかわらず、その具体的根拠を述べることなく、その発電による電気が、地球環境のためにCO₂を出さない発電による電気であると消費者に誤認させ、あわせて関西電力株式会社が地球温暖化防止のために画期的排出削減を行う事業者であるとの誤った印象を消費者に与えるものです。これらの広告は景品等表示法及び環境表示ガイドラインにも抵触するものです。これらによる広告を中止し、今後、同様の広告を行わないよう勧告されるよう申し立てます。

申立の理由

目次

第1	申立人らについて	3
1	特定非営利活動法人気候ネットワーク https://www.kiconet.org/	3
2	一般社団法人 JELF（日本環境法律家連盟） https://www.jelf-justice.org/	3
第2	関西電力株式会社及び本件申立に係る広告について	3
1	関西電力株式会社について	3
2	関西電力の所有又は提携する火力発電所	4
3	関西電力の石炭火力発電におけるアンモニア混焼計画	6
4	本申立に係る関西電力による広告	6
第3	気候危機と消費者～企業の環境訴求広告におけるグリーンウォッシング監視の重要性	7
1	地球沸騰の時代における確実な排出削減が求められていること及び石炭火力発電からの排出削減は緊急の課題であること	7
2	JARO におけるグリーンウォッシング広告監視の役割	8
3	気候変動に関連する海外の広告審査機関の決定例	9
4	EU などにおける環境広告規制の強化の動き	10
第4	本件広告は景表法に違反し、また、環境ガイドラインに抵触するもので、中止すべきものであること	10
1	日本における気候関連広告に関連する法制	10
(1)	消費者基本法	10
(2)	不当景品類及び不当表示防止法（景表法）	11
(3)	環境表示ガイドライン	11
2	関西電力の広告の問題点	13
(1)	対象広告1及び2において、火力発電における「CO ₂ を排出しない燃料の混焼」と記載しているのは、事実に相違し、CO ₂ を出さない発電であると誤認させるもので、景表法及び環境ガイドラインに違反するものであること	13
(2)	対象広告1、2は、水素・アンモニア燃料の混焼によるゼロエミッション火力が達成できない場合の環境及び消費者のリスクを説明していないこと	14
(3)	対象広告1及び2は、「CO ₂ を出さずに電気を安定的に供給できる、原子力発電の更なる可能性の拡大」によって、「CO ₂ を出さずに電気を安定的に供給できる明るい未来へ」とする本件広告は、原子力発電によって安定供給と明るい未来がもたらされると消費者に誤認させるものであること	15
3	結語	15

第1 申立人らについて

1 特定非営利活動法人気候ネットワーク <https://www.kikonet.org/>

特定非営利活動法人気候ネットワーク（以下「気候ネットワーク」という）は、人々が安心して暮らすことができるよう、公平・平和・豊かな社会・経済に転換し、脱炭素で持続可能な社会をつくっていくことを目指して活動する NPO 法人です。

気候変動枠組条約第3回締約国会議を機に1998年に設立され、地球温暖化防止のため、国際交渉への参加、調査研究・政策提言、キャンペーン、人材養成・ネットワークづくりなど、多岐にわたる活動を行ってきました。2012年には「認定特定非営利活動法人」として認定されています。

2 一般社団法人 JELF（日本環境法律家連盟） <https://www.jelf-justice.org/>

一般社団法人 JELF（日本環境法律家連盟）（以下「JELF」という）は、環境問題に取り組む弁護士による団体です。1997年に設立され、全国約420名以上の弁護士が加盟しています。JELFの弁護士は、自然保護・野生生物保護の活動や、気候変動・エネルギー問題、動物福祉など、多様な事件や活動に取り組み、環境の保全・持続可能な社会の実現を目指しています。

第2 関西電力株式会社及び本件申立に係る広告について

1 関西電力株式会社について

関西電力株式会社（以下「関西電力」という）は、1951年に設立された電力会社で、水力発電事業を行ってきましたが、1955年（昭和30年）に国産初の火力プラントとして姫路第一発電所の運転を開始し、以来、多くの石炭火力発電所を建設及び原子力発電所を建設してきました。

同社は「関西電力グループ統合報告書2023」

[（https://www.kepco.co.jp/share_corporate/pdf/2023/report2023.pdf）](https://www.kepco.co.jp/share_corporate/pdf/2023/report2023.pdf)で、その経営理念について、大切にしている価値観として「公正」「誠実」「共感」「挑戦」を掲げ、「真にコンプライアンスを徹底する企業グループへと生まれ変わるよう、あらゆる改革に全力で取り組みます」としています。また、「ゼロカーボンビジョン2050」

[（https://www.kepco.co.jp/sustainability/environment/zerocarbon/index.html）](https://www.kepco.co.jp/sustainability/environment/zerocarbon/index.html)をブランドステートメントと位置付けています。

同社グループゼロカーボンロードマップは以下のとおりです。

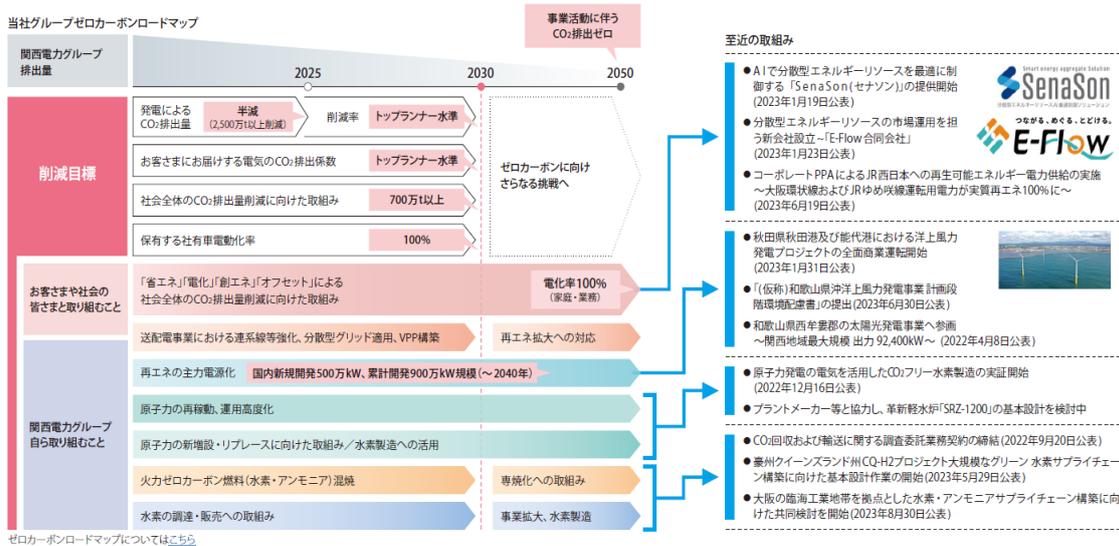


図 関西電力グループゼロカーボンロードマップ

関西電力グループゼロカーボンビジョン 2050

(<https://www.kepcoco.jp/sustainability/environment/zerocarbon/index.html>) における火力への取組みとして、ゼロカーボン燃料（水素・アンモニア等）を使用した発電への移行、CCUS 技術の適用、これらの取組みを集積・相互連携し、水素などの利活用に向けた「ゼロカーボン技術拠点化」の推進が記載されていますが、水素・アンモニアが「ゼロカーボン」である根拠についての記載はありません。

表 関西電力ゼロカーボンビジョン 2050（抜粋）

【サプライサイド】	
・非化石電源（再エネ、原子力）は、技術開発・革新、運用の高度化等により最大限導入・活用	
・火力はゼロカーボン燃料（水素・アンモニア等）を使用した発電へ移行するとともに、CCUS 技術を適用	※2
・水素製造においては、エネルギー源として非化石エネルギー（再エネ、原子力）を活用	

※2. CCUS: 排ガスからCO₂を回収し、有効利用または地中帯に貯留する技術

2 関西電力の所有又は提携する火力発電所

関西電力の 2023 年 3 月現在の火力発電所は以下のとおりで、計 1382.64 万 kW で

す。また、事業者別 CO₂排出量では国内 6 位です¹。

表 関西電力の所有又は提携する火力発電所
(関西電力ウェブサイトから作成)

発電所名	所在	最大出力	ユニット数	主要燃料	稼働開始年
堺港発電所	大阪府堺市	200万kW	5	天然ガス	2009年～2010年
南港発電所	大阪府住之江区	180万kW	3	天然ガス	1990年～1991年
関西国際空港エネルギーセンター	大阪府泉南郡	4万kW	2	灯油	1993年
舞鶴発電所	京都府舞鶴市	180万kW	2	石炭	2004年、2010年
姫路第一発電所	兵庫県姫路市	150.74万kW	4	天然ガス	1995年～1996年 2012年
姫路第二発電所	兵庫県姫路市	291.9万kW	6	天然ガス	2013年～2015年
赤穂発電所	兵庫県赤穂市	120万kW	2	重油/原油	1987年
御坊発電所	和歌山県御坊市	180万kW	3	重油/原油	1984年、1985年

自社の石炭火力発電は舞鶴発電所（180 万 kW）のみですが、他に、株式会社神戸製鋼所の石炭火力発電所 4 基計 270 万 kW（2002 年と 2003 年に稼働を開始した各 70 万 kW 及び 2021 年と 2022 年に稼働を開始した各 65 万 kW）における発電電力を全量買い取って、一般消費者等に販売しています。

他に原子力（31%）及び一般水力（14%）も所有していますが、再生可能エネルギーについては現在開発を進めている段階であり、2022 年の発電実績の過半は火力発電（石油＋ガス＋石炭計 53%）です。

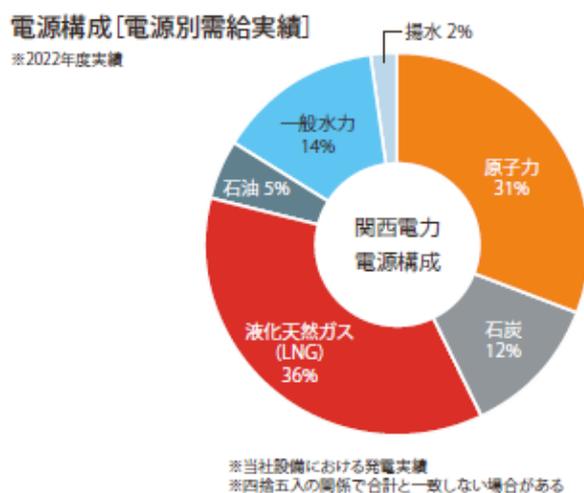


図 関西電力の電源構成

¹ https://www.kepcoco.jp/energy_supply/energy/thermal_power/plant/index.html

3 関西電力の石炭火力発電におけるアンモニア混焼計画

関西電力は、アンモニアの利用を拡大するために、大阪湾岸部でアンモニアの貯蔵施設の整備の検討を行うとともに、活用する企業の開拓を進めるとしています。2023年8月30日には、三井物産株式会社、三井化学株式会社、株式会社 IHI とともに、「水素・アンモニアは、燃焼時に CO₂を排出しないなど、カーボンニュートラルの実現に向けたエネルギーの一つです。」とし、「利活用先候補の一社であり、電力事業のカーボンニュートラルへの挑戦を表明している株式会社神戸製鋼所と協議を開始いたします。」と公表しています。

4 本申立に係る関西電力による広告

■対象広告1 朝日新聞 2023年8月20日23面

これからますます電気の時代ですもんね。

地球環境のために CO₂を出さない発電を！

ご存じでしたか？温暖化の原因であるCO₂の約4割は発電時に排出されています。そこで関西電力では発電時に発生するCO₂をできるだけ減らすために、さまざまな取組みを進めています。洋上風力を中心とした再生可能エネルギーの積極的な開発や、火力発電でのCO₂を排出しない燃料の混焼。そして、CO₂を出さずに電気を安定的に供給できる、原子力発電のさらなる可能性の拡大。私たちはこれからも新しい技術を取り入れながら、現在、そして未来の電力を支えていきます。

**2050年、ゼロカーボン発電で明るい未来へ。
みんなでアクション すすめ、ゼロカーボン！**

関西電力 power with heart

関西電力による広告の内容

「これからますます電気の時代ですもんね。」

「地球環境のために CO₂を出さない発電を！」

「ご存じでしたか？温暖化の原因である CO₂の約 4 割は発電時に排出されています。

そこで関西電力では発電時に発生する CO₂をできるだけ減らすために、さまざまな取組みを進めています。

洋上風力を中心とした再生可能エネルギーの積極的な開発や、火力発電での CO₂を排出しない燃料の混焼。

そして、CO₂を出さずに電気を安定的に供給できる、原子力発電のさらなる可能性の拡大。

私たちはこれからも新しい技術を取り入れながら、現在、そして未来の電力を支えています。

2050年、ゼロカーボン発電で明るい未来へ。

みんなでアクション すすめ、ゼロカーボン！」

■対象広告2 毎日新聞 2023年10月24日

同上

第3 気候危機と消費者～企業の環境訴求広告におけるグリーンウォッシング監視の重要性

1 地球沸騰の時代における確実な排出削減が求められていること及び石炭火力発電からの排出削減は緊急の課題であること

気候変動の影響の重大性、対策の切迫性については、2023年10月5日付け JERA の広告についての申立てで詳しく述べたところですので、これを援用し、繰り返しません。危険な気候変動の防止のために、国際社会は2015年にパリ協定を採択し、2021年11月のグラスゴー気候合意で、地球の平均気温の上昇を1.5°C未満に抑える努力を追求すること、排出削減対策が取られていない石炭火力発電の段階的廃止の加速などを合意しました。

IPCC 第6次評価報告書統合報告書(2023年3月)は、2030年までに2019年比45%削減が必要としています。さらに、2023年12月13日、COP28において、平均気温上昇を産業革命前から1.5°C未満に抑えるために、科学に基づき、2019年比で2030年までに温室効果ガス(GHG)を43%、2035年までに60%削減し、2050年までにネットゼロが必要との認識を確認し、そのために、この10年(2030年まで)に脱化石燃料を加速させることを合意しました。

なお、COP28において、日本は4年連続となる「本日の化石賞」を受賞しました(日本単独での受賞)。化石賞を主催するClimate Action Network (CAN: 気候行動ネットワーク)はプレスリリースで、日本政府の進めている石炭火力発電所での水素・アンモニア混焼等の取り組みについて、「国内およびアジア全体で石炭とガスの寿命を延ばそうとする彼らの試みが透けて見える」とし、これは「グリーンウォッシングにほかならない」と受賞の理由について説明しています。

気温上昇を1.5°C未満に抑えるための残余のカーボンバジェットは急速に減少しており、2050年カーボンニュートラルは言うまでもなく、各国は、2025年までに排出削減目標を上げるよう求められています。このように、危険な気候変動を回避するために、この10年に確実に大きく排出削減をする必要がますます高まっていることが、気候変

動にかかる広告におけるグリーンウォッシングに厳しい監視の目が必要とされている理由です。

2 JARO におけるグリーンウォッシング広告監視の役割

公益社団法人日本広告審査機構（JARO）のホームページによれば、JARO 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ます。」とあります。また、そのミッションとしては、「消費者利益の擁護及び増進」を期すことのみならず、「公正な広告活動の推進」を通じた「事業活動の適正化」も掲げられています。

その審査基準として示されているのは、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。
- ・関係法規と社会秩序を守るものでなければならない。

等というものです。環境配慮を訴求する広告についての評価指標として、抽象的ではありますが、常識に適った基準といえます。

環境配慮を訴求・主張する広告については、環境省の環境表示ガイドラインの注意事項にあげられているように、「環境に安全」「環境にやさしい」「地球にやさしい」「無公害」「グリーン」などのような、あいまいな表現によって環境への配慮を大まかにほのめかす表現は避ける必要があります。こうした主張の多くは、その根拠が明記されていないため解釈が難しく、消費者に対して美的な映像やデザイン、シンボルマークのみを使用して環境に配慮されたものであるかのような印象を与える可能性があります。また、このような広告が放置されてしまえば、上記のような適切でない印象により消費者が適切な消費行動を選択できず、消費者利益が損なわれ、また、現実的な事業活動の環境配慮への努力が停滞し、事業活動の適正化も図られなくなり、上掲の JARO のミッションにも反する事態をもたらすこととなります。JARO では、現に「それらの弊害を避けるためにも、独自または共通の基準および適合状態や改善状況などを、具体的に説明することが必要となります。」と注意を促しています²。

また、JARO においては、2008 年に、「原子力発電はクリーンな電気のつくり方」との電気事業連合会の広告について、原発を「発電時に CO₂を出さないことだけをとらえて『クリーン』と表現すべきでない」と裁定した先例もあります。世界の緊急課題である気候変動においても、迅速かつ適切な判断が求められています。

こうした視点から、広告における環境主張の適否を検証する必要があります。

² <https://www.jaro.or.jp/shiryuu/topic/sonota/085.html>

3 気候変動に関連する海外の広告審査機関の決定例

既に海外では、オランダ広告規約委員会（RCC）やイギリス広告基準協議会（ASA）など JARO のような広告審査機関が、企業の気候変動対応に関する広告に撤回を求める勧告を発するなど、先駆的役割を果たしています。気候変動問題において企業に求められる行動は世界共通であり、日本においても今後、参考となるものと思われます。資料3に決定例を記載しています。以下、代表的な例をあげます。

- ① 2021年8月26日、RCC（オランダ広告規約委員会）のシェルに対する撤回勧告
"Make a difference. Drive CO₂ neutral,"との広告に対し、RCCは、「平均的な消費者は『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ものと理解するだろう。ある程度の相殺がなされるとしても、完全な相殺が実現することの実証はなされていない」と判断し、今後同様の方法で広告を掲載しないよう勧告。
- ② 2022年6月、RCCのシェルに対する勧告
シェルのウェブサイト上の"Make a difference. Compensate CO₂ emissions."「変化を生む。二酸化炭素排出量を補おう」キャンペーンに関するいくつかの記述は、環境広告規約（MRC）の第2条および第3条に違反していると判断し、今後同様の方法で広告を掲載しないよう勧告した。シェルは異議を申し立て、「ドライブ CO₂ニュートラル」を「ドライブ CO₂補償」に置き換えたが、RCCは2022年10月、「『CO₂ニュートラル』の主張と異なる。シェルの広告が正当と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う、確固たる、独立した、検証可能な証拠が必要」とし、原決定を維持。
- ③ 2022年4月8日、RCCのKLMオランダ航空に対する勧告
KLMオランダ航空の“Be a hero, fly CO₂ ZERO”森林再生プログラムについて、2019年の総燃料消費量に占めるバイオ燃料の割合は0.18%に過ぎなかったが、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るとして、環境広告規約（Milieu Reclame Code）違反を認定。KLMオランダ航空が「CO₂ゼロ」や「CO₂ニュートラル」などの用語を使用することで、平均的な消費者は、植林プロジェクトを通じて自分たちの飛行が気候に影響を与えないと誤って考えることになるとして、そのような方法で宣伝を行わないよう勧告。
- ④ 2023年6月、シェルの代替広告に対し、ASAは再改善を指示
シェルの「英国はクリーン再エネの準備ができています」とのキャッチフレーズに対し、ASAは、「同広告は、シェルが現在、英国で投資、販売するエネルギーの相当部分がクリーンエネルギーである、あるいは近い未来にそうなるとの印象を、見た人に与える」と認定し、シェルに対して、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。
- ⑤ 2023年2月、米国全国広告審査局（NAD）が食品会社に中止勧告

食品会社 JBS の「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について、「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として、中止するよう勧告。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。

4 EU などにおける環境広告規制の強化の動き

欧州では、不公正取引方法指令によって欺瞞的な広告規制を行ってきましたが、環境訴求広告に対する対応がより適切になされるよう、2022 年 3 月に同指令の改正案（グリーン・トランジションに向けた消費者権利強化指令案）及び、2023 年 3 月には明示的な環境主張の実証と伝達に関する指令案（グリーンクレーム指令案）がまとめられました。これらは、広告における環境訴求が備えるべき最低要件を定めようとするもので、2024 年にも包括的な指令として採択される見通しです。

また、韓国では 2023 年 2 月、環境への影響を誤認させる企業広告に対して最高 300 万ウォン（2,300 米ドル）の罰金を導入する法案が提案されています³。

第 4 本件広告は景表法に違反し、また、環境ガイドラインに抵触するもので、中止すべきものであること

1 日本における気候関連広告に関連する法制

(1) 消費者基本法

消費者基本法は第 2 条（基本理念）において、「消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。」（第 5 項）と定めています。

更に、第 5 条（事業者の責務等）では、「事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。」（第 5 項）と定めています。

また、第 7 条においては、消費者の努力義務として、「消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。」（第 2 項）と定めています。

電力は私達の生活に欠かせない商品です。今回の申立の対象広告である関西電力の広告においても、日本の火力発電所からの CO₂排出量は日本全体のエネルギー起

³ Japan Times : South Korea eyes fines for corporate greenwashing

<https://www.japantimes.co.jp/news/2023/04/10/business/south-korea-greenwashing-draft-law/>

源 CO₂排出量の約 40%を占めることを指摘しています。消費者も、発電由来の CO₂排出削減のため、再生可能エネルギー電気を求めるなど、気候変動問題への関心は高まっています。

更に、今日 SDGs という言葉が広く市民権を獲得し、「エシカル消費」も広がっています。今や消費者は単に安全で品質が良く、価格が適正であるだけでなく、持続的な環境の保持に整合しているかという観点からの消費活動が求められており、実際にそのような行動をとろうとする人も増えています（平成 29 年 4 月「倫理的消費」調査研究会による取りまとめ⁴も参照）。

（2）不当景品類及び不当表示防止法（景表法）

景表法第 5 条第 1 項第 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、又は事実に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。

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すこと、客観的事実に基づく具体的数値または合理的根拠がない場合などがこれに該当するとされています。

例えば、直近では生分解性プラスチックについて根拠がないのに「その場に放置するだけで生分解する」と受け取れる表示をすることは景品表示法違反（優良誤認）に当たるとされています⁵。

また、強調した表示の場合、強調表示に近接して打ち消し表示がない場合は、その強調表示は、一般消費者に誤認され、景品表示法上問題となるおそれがある（消費者庁による 2017 年 7 月 14 日付「打消し表示に関する実態調査報告書」⁶。）ともされています。

（3）環境表示ガイドライン

⁴ 平成 29 年 4 月「「倫理的消費」調査研究会取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～」(「倫理的消費」調査研究会)

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/ethical_study_group/pdf/region_index13_170419_0002.pdf

⁵ 「生分解性プラで再発防止命令 優良誤認で 10 社に」日本経済新聞 2022 年 12 月 26 日付け記事

⁶ 「打消し表示に関する実態調査報告書」(平成 29 年 7 月消費者庁)

https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180921_001.pdf

ア 環境に係る表示について、環境省から「環境表示ガイドライン⁷」が示されています（2013年（平成25年）3月最終改訂）。

同ガイドラインは、「市場において環境配慮型製品等の供給や環境配慮への取組を進める事業者等が評価・選択されることを促し、グリーン購入をはじめとした経済社会の変革を図るために不可欠である。主に事業者等から消費者に向けて発信される様々な環境情報について検討し、事業者及び消費者双方にとって有益な環境情報の提供の促進に向けて、事業者等が取り組むべき内容を取りまとめたもの」とされています。

同ガイドラインで適切な環境表示の条件として示されているのは、

- ・ 根拠に基づく正確な情報であること
- ・ 消費者に誤解を与えないものであること

です。これらはいずれも、改めて言うまでもない要件というべきです。

イ 環境表示ガイドラインによって禁止される広告

ガイドラインでは、適切な環境表示の条件として、原則として自己宣言による環境表示は、国際規格であるタイプII規格（ISO14021：1999）に準拠することを求めています。それらは、

- ・ 主張する環境側面又は環境改善に関して具体的でなければならないこと
- ・ 誤解を生じるおそれがあることがあってはならないこと
- ・ 最終製品に関して真実であるだけでなく、一つの環境影響を減少させる過程で、他の環境影響を増大させる可能性があることを認識できるように、製品のライフサイクルにおける、関連する側面のすべてを考慮したものでなければならないこと
- ・ 表現上は真実である主張であっても、関係する事実を省略することによって、購入者が誤解するか又は誤解しやすいものであれば、これを行ってはならないこと

などを定めたものです。

これらの指標をもとに、ガイドラインでは、タイプII規格の要求事項として、大きく以下の5つの基本項目を定めています。

- ① あいまいな表現や環境主張は行わないこと
- ② 環境主張の内容に説明文を付けること
- ③ 環境主張の検証に必要なデータ及び評価方法が提供可能であること
- ④ 製品又は工程における比較主張はLCA評価、数値等により適切になされていること
- ⑤ 評価及び検証のための情報にアクセスが可能であること

⁷ <https://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/guideline/guideline.pdf>

2 関西電力の広告の問題点

- (1) 対象広告1及び2において、火力発電における「CO₂を排出しない燃料の混焼」と記載しているのは、事実と相違し、CO₂を出さない発電であると誤認させるもので、景表法及び環境ガイドラインに違反するものであること

ア 景表法に違反するものであること

関西電力による本件広告は、女性が「これからますます電気の時代ですもんね。」と語り、男性俳優が風力発電所と原子力発電所の模型を持ち、「地球環境のためにCO₂を出さない発電を！」と語りかけるイメージによって、「火力発電でのCO₂を出さない燃料の混焼」が再生可能エネルギーと原子力とともに、「ゼロカーボン発電」であり、「明るい未来」をもたらす如く記載されています。

これは、消費者の気候変動の激化に対する危機感の高まりを前提に、地球温暖化問題（CO₂の文脈では気候変動問題）の重要性を強調し、「温暖化の原因であるCO₂の約4割は発電時に排出されています。」とし、関西電力では火力発電事業が発電の過半であるにもかかわらず、太陽光と風力及び水力と原子力発電の模型や絵のみを掲げて火力発電は掲げず、説明文の中で、「火力発電でのCO₂を出さない燃料の混焼」と記述して、関西電力の電気は火力発電を含めてCO₂を出さないゼロカーボン発電によるものであり、これらによって、関西電力が「明るい未来をもたらす」電力事業者であることを、消費者に訴える広告です。

しかしながら、ここに「CO₂を出さない燃料の混焼」とあるのは、「石炭火力発電などにおける水素・アンモニアの混焼」であることは、どこにも記載されていませんし、そもそも、石炭火力におけるアンモニアの「混焼」とは、混焼以外の発電は石炭火力そのものであり、そこからCO₂が大量に排出されることを記述していません。

さらに、混焼される水素・アンモニアは「CO₂を排出しない燃料」ではありません。これらは海外から輸入するもので、海外での水素・アンモニアの製造や輸送で多大のCO₂を排出するため、原料調達から電力供給までのプロセスの全体で見ると殆ど排出削減にならないものであることも、前述のJERAの広告についての同様の申立において指摘したとおりですが、水素・アンモニアの製造や輸送にかかるCO₂排出についての説明は、全くありません。

また、同社の2023年8月30日付前記プレスリリースによれば、当面、神戸製鋼所の石炭火力発電所でのアンモニア混焼の可能性が検討されているようですが、本広告では、関西電力が直接又は間接的に受電しているどの発電所で、いつからどの程度、実施し、その他の石炭火力発電所はどのように運用するのかについて、何ら、説明がありません。

このように、「CO₂を出さない燃料」との表記は事実と相違しているうえ、「CO₂を出さない燃料の混焼」による発電が「CO₂を出さない発電」であるとする根拠を具体

的に説明していません。さらに、関西電力は消費者に供給する電気が「ゼロカーボン発電」による電気であるかのように述べ、かつ、何らの打ち消し表示も行っていないもので、消費者に、自社の販売する電気は実際よりも著しく優良であるかのように誤認させる表示であるというほかなく、景表法第5条1項1号に違反しているものです。

イ 環境表示ガイドラインにも違反するものであること

環境表示ガイドラインにおいても、「根拠に基づく正確な情報であること」が求められており、「あいまいな表現や環境主張は行わないこと」「環境主張の内容に説明文を付けること」との指示にも反しています。

また、同ガイドライン要求事項「h」最終製品に関して真実であるだけでなく、一つの環境影響を減少させる過程で、他の環境影響を増大させる可能性があることを認識できるように、製品のライフサイクルにおける、関連する側面のすべてを考慮したものでなければならない。」同「k」表現上は真実である主張であっても、関係する事実を省略することによって、購入者が誤解するか又は誤解しやすいものであれば、これを行ってはならない。」とされていることに照らしても、アンモニア製造時等にCO₂が発生するという重要な事実を省略することによって、その製造時等においてCO₂が大量に発生するという環境影響の増大を認識できるような表示となっておらず、これらの条項に反するものです。

よって、関西電力の本件広告における「火力発電におけるCO₂を出さない燃料の混焼」は削除し、石炭及び混焼するアンモニアの製造及び輸送過程などによるライフサイクル全体でのCO₂の排出について正確に記載すべきです。

(2) 対象広告1、2は、水素・アンモニア燃料の混焼によるゼロエミッション火力が達成できない場合の環境及び消費者のリスクを説明していないこと

また、近年に顕著な石炭の高騰や、高コストのアンモニアを利用することで、消費者が将来的に高い電気料金を負担せざるを得ないことになりかねません。

同社は、ゼロエミッション火力を掲げるのであれば、それが実現できる根拠、及びできない場合のリスクを、具体的かつ客観的に消費者に説明する必要がありますが、全くそのような説明はなされていません。そのような広告は、根拠を示さず、同社の電気が「CO₂削減効果が高く環境に優しい」と訴求して、実際のものより著しく優良であると誤認させるもので、景表法第5条第1項第1号に違反すると言わざるをえません。

また、同広告は、アンモニア混焼は上述のような様々な仮定に係るにもかかわらず、その実現可能性を示す分析の有無、その結果を開示していません。これは、環境表示ガイドラインの要求事項である「③環境主張の検証に必要なデータ及び評価方法が提供可能であること」「⑤評価及び検証のための情報にアクセスが可能であること」に反しています。

そして、そのようなリスク・デメリットについて根拠に基づく適切な説明をしないことで、リスクやデメリットのない画期的な方法による電気であるという誤解を一般消費者に与えるものであり、環境表示ガイドラインの定める「②環境主張の内容に説明文を付けること」の要求事項・タイプII規格（JISQ14021 5.7）「g）誤解を生じるおそれがあることはない。」同「k）表現上は真実である主張であっても、関係する事実を省略することによって、購入者が誤解するか又は誤解しやすいものであれば、これを行ってはならない。」にも反するというべきです。

（3）対象広告 1 及び 2 は、「CO₂を出さずに電気を安定的に供給できる、原子力発電の更なる可能性の拡大」によって、「CO₂を出さずに電気を安定的に供給できる明るい未来へ」とする本件広告は、原子力発電によって安定供給と明るい未来がもたらされると消費者に誤認させるものであること

JARO は、1995 年に、中部電力が行った「原子力発電所って、爆発せーへんの？——はい、大丈夫です。燃料の大部分が燃えないウランのため、原子力爆弾のように爆発することはありません。」との広告について、「安全が確実であるとの誤解を与える。誤認のおそれのある断定的表現を避け、適正な広告を行うべき」と裁定しています。これは、2011 年 3 月 11 日の福島原発事故を待つまでもなく、事実反する広告でした。

また、電気事業連合会が雑誌に掲載した「原子力発電はクリーンな電気の作り方」の広告について、JARO は 2008 年に、「原子力にクリーンという表現を使うことはなじまない。」と裁定しています。

事故による放射能汚染の可能性はもとより、放射性廃棄物の処理・処分方法はいまだ確立しておらず、日本には最終処分地の適地が極めて厳しいこと、また、事故や不祥事による稼働停止がしばしば出現し、大規模電源であることから、電力需給に大きな影響を及ぼしてきました。

「発電時に CO₂を出さないこと」だけで、安定的に電気を供給し、「明るい未来へ」向かうという表現は、消費者に、同社の販売する電気は実際よりも著しく優良であるかのように誤認させる表示であり、景表法第 5 条 1 項 1 号に違反しているというべきです。

また、原発事故が発生すればその被害は甚大かつ広範で不可逆的であり、その地域の生活や環境を破壊してしまい、自然環境も破壊します。従って、上記環境ガイドライン要求事項「h）」や、同「k）」「g）」にも反するものというべきです。

3 結語

以上から、同社の広告は、景表法及び環境表示ガイドラインに反すると考えますので、関西電力に対し、上記広告の中止を勧告されることを求めます。

以上