

2012年 5月14日(月)

新クレジット制度の在り方に関する検討会 御中

イオン(株)
グループ環境・社会貢献部

イオンの概要

■設立 1926年(大正15年)(2012年2月29日現在)

■売上高 5兆2,061億円

■企業数 181社

■店舗数

総合スーパー 590

食品スーパー 1,537

スーパーセンター 29

ディスカウントストア 105

ホームセンター 124

コンビニエンス 4,138

専門店 3,424

サービス 1,384

金融 460

その他 420

合計 12,211



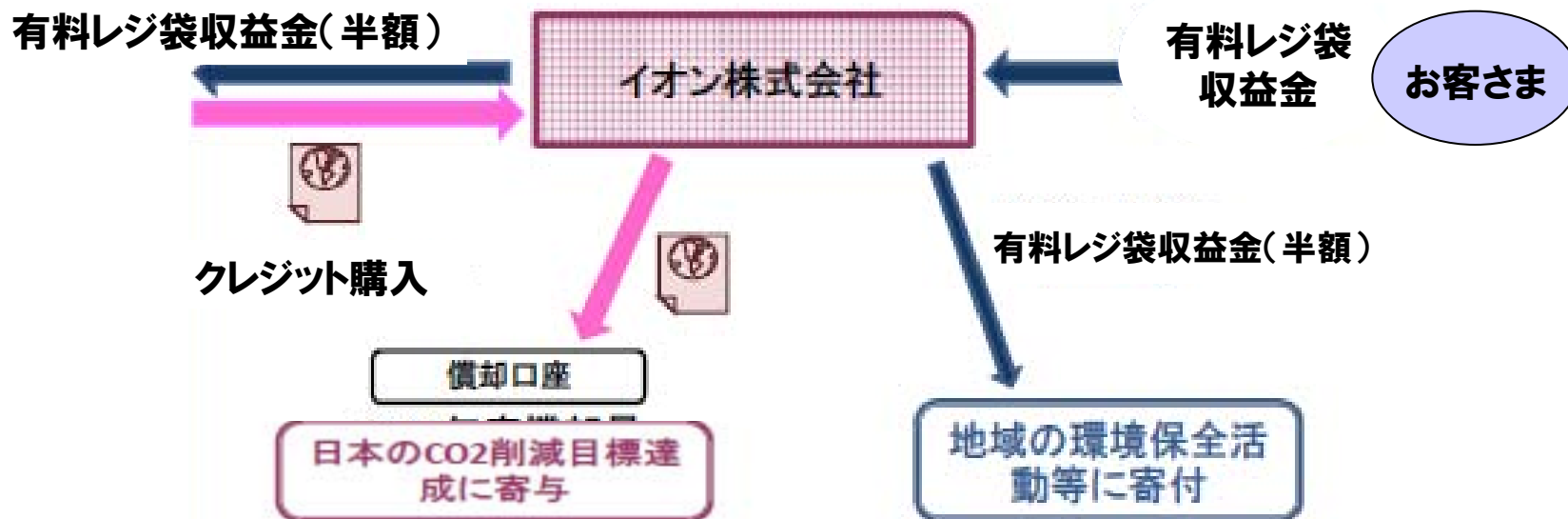
クレジット購入の経緯

2008年度から2011年度までの購入量（千トン）

| 国内クレジット | J-VER | CER |
|---------|-------|-----|
| 56 | 0.5 | 45 |

2008年度に有料レジ袋収益金の使途として活用を開始

「温暖化防止」問題への真剣な対応を求められている社会の動向において「排出権取引制度」は重要な現実的政策テーマであり、それは拡大傾向にあると認識。

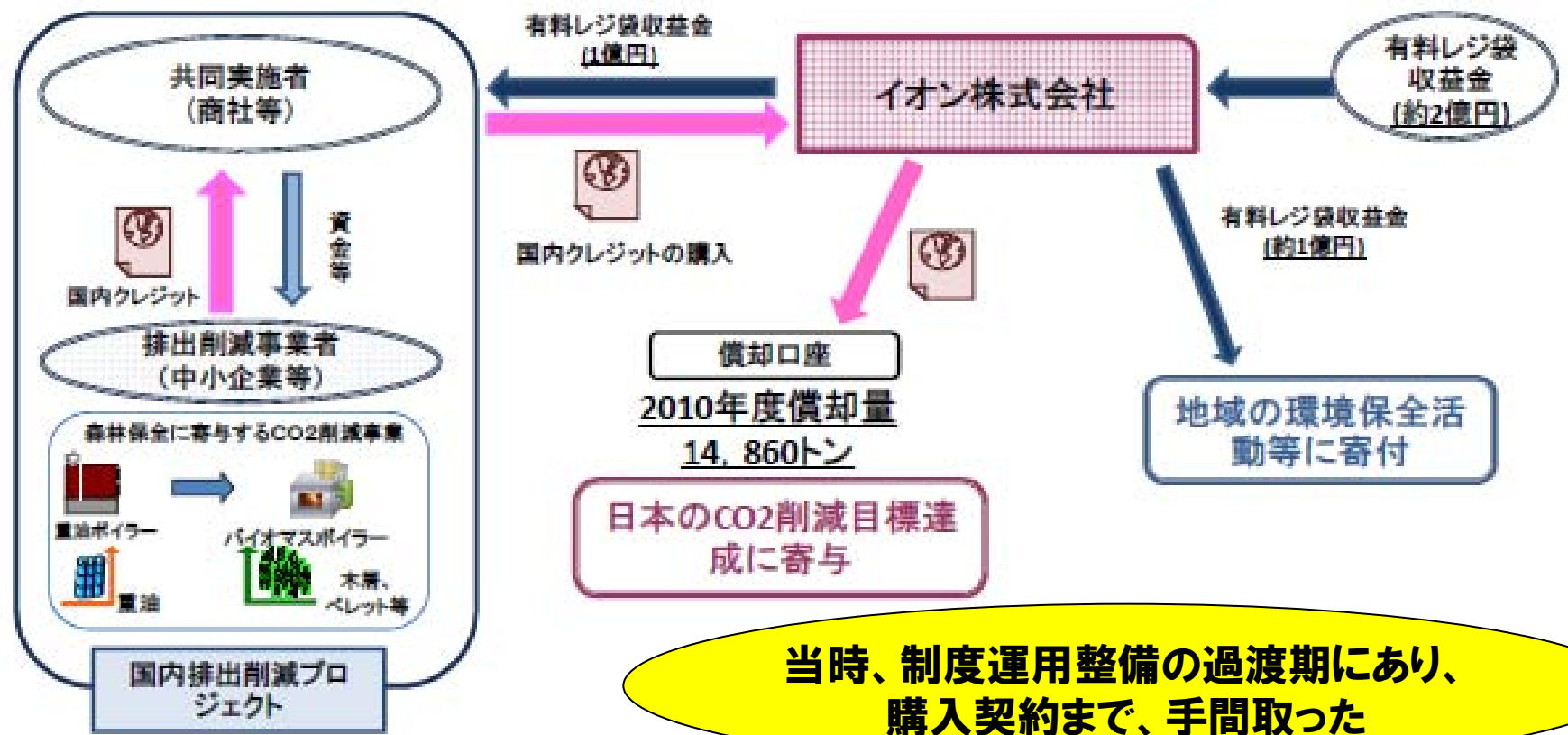


■当初C E Rのみ。2010年度から国内クレジットの活用を開始

理由

「分かりづらい」等の意見があり、わかりやすさが課題となった。

削減方法を特定した国内クレジットの大量購入が、経済産業省の受託事業として実施する「国内クレジット地域活性化支援プログラム」を活用することで煩雑さが解消されることになった。



イオングループ事例



買うからはじめるエコ(イオングループ各社)

そのお買い物が、CO₂削減に、役立ちます。

カーボンオフセット キャンペーン

2010年 11月20日

対象商品はこのマークが
付きます。

ボーナス
ポイント
000

「カーボンオフセット」とは日常生活でどうしても発生してしまうCO₂を、CO₂排出削減活動を通じて創出された「排出権」を購入し、CO₂(=カーボン)を相殺(=オフセット)しようとする取組です。

- 1 キャンペーン期間中に対象商品をお客さまが購入
- 2 お客さまが購入された商品の店舗への搬送～発着～使用時及び使用後の廃棄までの工程で行って発生するCO₂の一部を相殺する排出権をイオン(株)が購入
- 3 「排出権」を日本国政府に譲渡することで、日本のCO₂削減に貢献します。

キャンペーン期間対象商品が排出するCO₂(※1)をイオン(株)がCDM(クリーン開発メカニズム)達成により取得した排出権(※2)で、日本国の償却口座に移転し、日本の京都議定書削減目標に貢献いたします。

※1 緑色はCO₂の削減は、「イオン環境センターから店舗への搬送」「店舗での販売」「使用後の廃棄」を想定しています。
 ※2 CDMとは、京都議定書による削減メカニズムの一環(第6条)。途上国の削減量を達成するために途上国と協力して削減事業を行い、その結果生じた削減量(吸収量)を「削減された排出削減量」として事業に貢献した途上国等が獲得できる制度で、イオン(株)は、インドで実施している風力発電プロジェクト「12.5 MW Wind Project at Chitradurga, Karnataka」などが排出権を確保しました。

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>配送輸送比率が高い、エコレールマーク®認定商品です。</p> <p>10ポイント</p> | <p>環境に配慮した森林や素材を使用していることを証明するFSC認証取得済み素材を使用しています。</p> <p>10ポイント</p> | <p>ボトル容量を従来の20%削減、つみずと各種が1/3になるエコボトル。</p> <p>30ポイント</p> | <p>環境に配慮した商品包装商品です。</p> <p>30ポイント</p> |
| <p>エコレールマーク®認定商品、省資源・省エネルギー省スペース「ペロリ」シリーズを保有しています。</p> <p>20ポイント</p> | <p>環境に配慮した「ECO(エコ)カップ」を使用しています。</p> <p>10ポイント</p> | <p>動物由来の原料を5割以上使用したエコヘルスを採用(数量限定)。</p> <p>10ポイント</p> | <p>おしえて清潔にも日本生まれの天然水。</p> <p>10ポイント</p> |
| <p>店頭回収リサイクル30%、工場内回収70%を使用しトレーを使用しています。</p> <p>20ポイント</p> | <p>低汚染フィルムを使用していない地球にやさしいパックです。</p> <p>20ポイント</p> | <p>原料の生産から廃棄の処理まで、すべてがカーボンオフセットで削減し、一部を途上国に売却し取り戻しています。</p> <p>10ポイント</p> | <p>FSC(森林管理協議会)認証の紙スリーブを使用しています。</p> <p>10ポイント</p> |
| <p>本品容器にのみ使ったことで、販賣プラスチック量を約70%削減。</p> <p>20ポイント</p> | <p>清くなくて資源消費削減、省資源・廃棄物削減、CO₂削減に貢献。</p> <p>100ポイント</p> | <p>ゴミを削減できる代替商品。</p> <p>10ポイント</p> | <p>商品の一部に使ったバック再生素料を使用、環境配慮商品。</p> <p>10ポイント</p> |

エコギフト(イオンリテール株式会社)

CO₂を見える化します

CO₂をできるだけ出さない社会をめざしています。カーボンフットプリントとは、「どこで」「どれだけ」CO₂が排出されたかを「見える化」したもので、商品のライフサイクルの各過程で排出された「温室効果ガスの量」を計算し、CO₂量に換算して表示することを言います。

【トップバリュ キャンーラ油ギフト】の場合

CO₂排出量 5.6kg

つくる

商品のパッケージの原材料の採掘・運搬・加工など

CO₂排出量 1.8kg

はこぶ

商品の運送、店舗での販売(冷ケース・照明)など

CO₂排出量 1.7kg

つかう

家庭での使用・調理・廃棄など

CO₂総排出量 9.1kg

宅配時のCO₂を減らします

- 宅配時におけるCO₂排出をオフセットします。
- 森林資源活用による森林再生への貢献をします。

➔

国内でのCO₂削減事業(日本の森林資源の活用)によるクレジットでカーボンオフセットしています

宅配時に発生するCO₂1個当たり約0.4kg分を減らします

カーボンオフセットとは、温室効果ガスの排出量削減が困難な部分については、他の場所で実現した温室効果ガスの排出削減・吸収などを購入したり、プロジェクトを実施することにより、その排出量を埋め合わせることを言います。
 ※1 1個当たりのCO₂排出量は、大手宅配運送会社ホームページより参照しています。

母の日・父の日・中元・
 歳暮カタログ商品宅配時
 の排出をオフセット

エコツアーでの排出をオフセット (イオンリテール株式会社)

CO₂吸収量を購入

する取り組みを始める。
12月2〜5日に「フルーレシート
キャンペーン」と銘打ち、県内のイ
オン16店で青色レシートを発行。店
内の箱に投函されたレシートの売上台
計金額の1%相当を同カンパニーが拠
出し、同クレジットを賣う。来年1月
に県農林公社から購入予定で、目標

イオンリテール北陸信越

イオンリテール北陸信越カンパニー
(新潟市中央区) は来月から、地球温
暖化防止に協力するため、県が認証す
る「オフセット・クレジット」(温室効
果ガス排出削減、吸収量)を購入し、
同カンパニー主催のエコ啓発ツアーで
発生する二酸化炭素(CO₂)量に充当

売上げ一部をエコツアーに充当へ

量は50ト。
ツアーで利用する交通機関などから
出るCO₂総量を、購入した同クレジッ
トで相殺する。第1弾は同5月に佐渡
市を訪れ、間伐体験などを行う。ツア
ー代金は同カンパニーが負担し、参加
者約50人を募集する方針。
イオンと県は今年6月に結んだ包括
連携協定でカーボン・オフセット制度
の推進を挙げていた。
企業が購入した同クレジットは通
常、製品製造など本業の事業活動で出
るCO₂排出に当てられるため、県は
「同様のケースは聞いたことがない」
とする。同カンパニーは「CO₂削減に
対し、お客さまがあらためて認識を
深める機会にしてもらいたい」と強
調した。



★2012年度実施中
■商品の運搬に係わる排出の一部をオフセット
主に東北地方の社会福祉法人が行う、CO₂削減事業から生まれた排出権を購入し、各施設との協働で温暖化防止に取り組んでいます。

SELF+SERVICE(イオンリテール株式会社)

コミュニケーションの課題

一般のお客さまにとっては、「環境配慮」を伝えるコミュニケーション手段としては分かりにくい。



クレジットによるオフセット貢献だけではなく、お客さまにとって自分事に感じられる身近さが必要。

制度設計の要望

排出削減事業の促進とユーザーが活用する際の利便性（選択肢、購入の簡便性）の確保。

制度が複数あると全体整合がとれないので、運用が統合化された制度設計が必用。