

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**



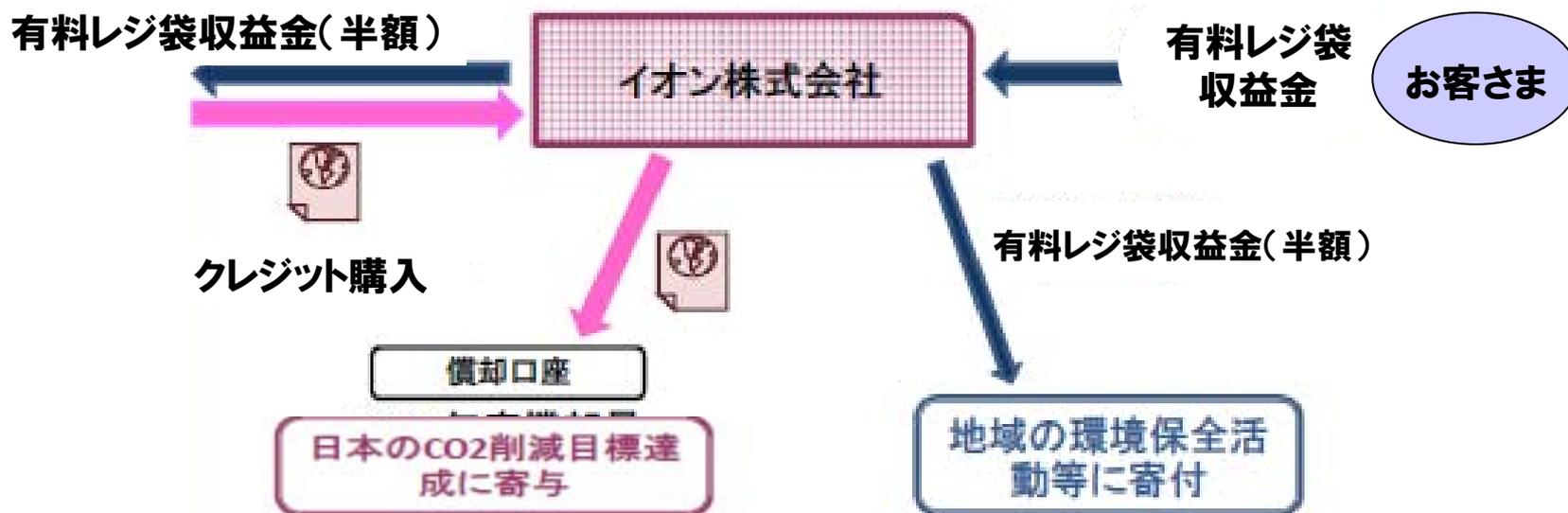
# クレジット購入の経緯

## 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。

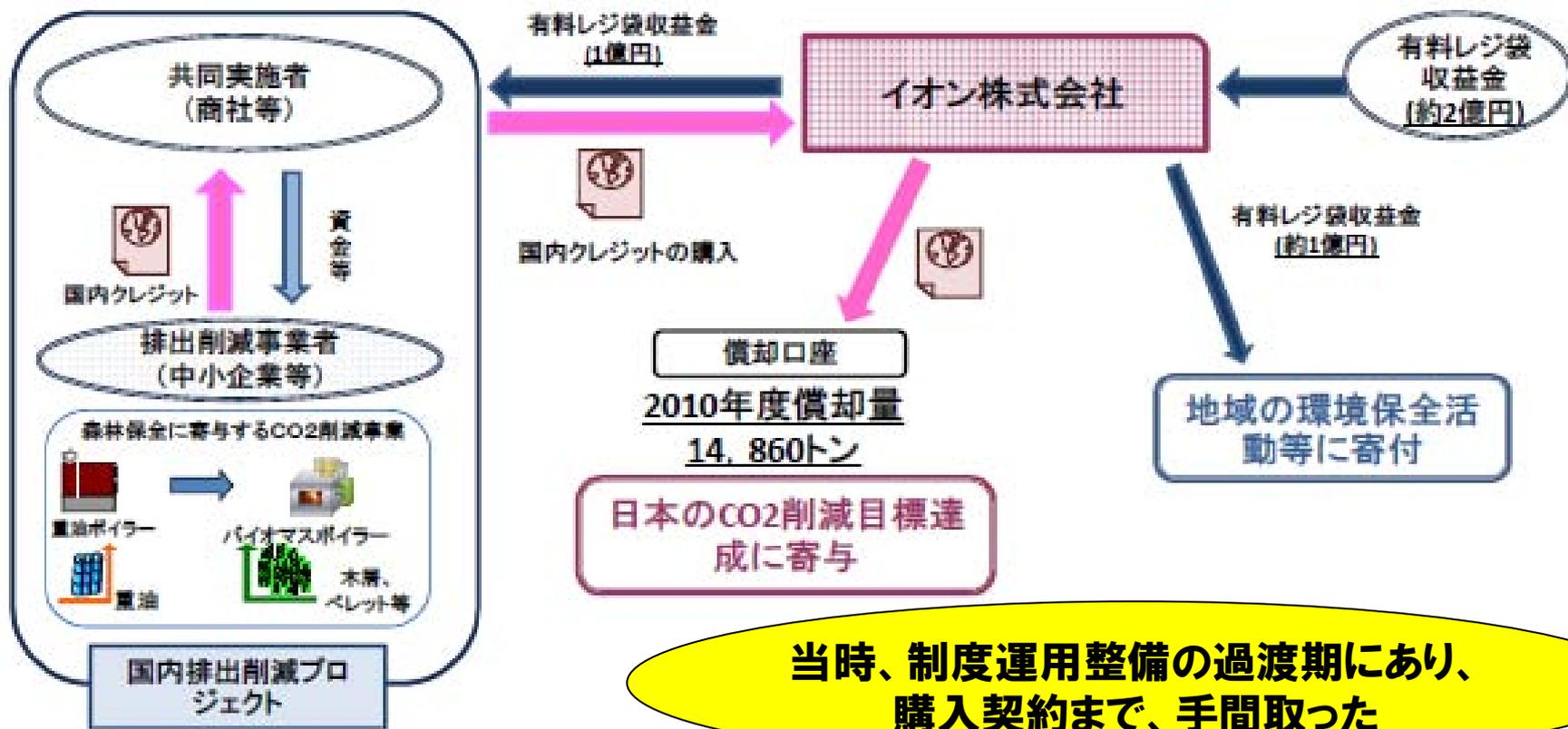


# ■当初C E Rのみ。2010年度から国内クレジットの活用を開始

「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。

理由

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)

### 買からはじめるエコ

そのお買い物が、CO<sub>2</sub>削減に、役立ちます。

カーボンオフセット  
キャンペーン 第20回

対象商品は  
このマークが  
あります。

ボーナス  
ポイント  
000

カーボンオフセットキャンペーンによるCO<sub>2</sub>削減効果

2008年	約4,700トンの排出権契約	※排出権1トン1トンのCO <sub>2</sub> 削減効果 (5の未 前71本の年間CO <sub>2</sub> 42t削減)
2009年	約3,753トンの排出権契約	過去3年間のCO <sub>2</sub> 削減効果は 約の約853,775本分のCO <sub>2</sub> 削減量
2010年	約3,572トンの排出権契約	
<b>合計</b>	<b>約12,025トンの排出権契約</b>	

※1本10万本

**「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CO<sub>2</sub>を、CO<sub>2</sub>排出削減活動を通じて創出された「排出権」を購入し、CO<sub>2</sub>(=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様が購入
- 2 お客様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われていたCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>(※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 緑地するCO<sub>2</sub>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」を特定しています。

※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「認定された排出削減量」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><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>環境に配慮した森林産物であることを証明するFSC認定原料の木材を原料とした商品を使用しています。</p> <p><b>10</b> ポイント</p> <p>FRUIT</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><b>30</b> ポイント</p> <p>つみず</p>	<p>環境に配慮した商品包装商品です。</p> <p><b>30</b> ポイント</p> <p>はんだ</p>
<p>エコカーシェア認定商品。軽乗用車「ホンダ・フィット」を保有しています。</p> <p><b>20</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</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><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>動物由来の原料を5割以上使用したエコヘルムを使用(数量限定)。</p> <p><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>おしめて清潔にも日本生まれの天然水。</p> <p><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</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><b>20</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>毎食用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><b>20</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>原料の生産から廃棄の処理まで、すべてがカーボンフットプリントを算出し、カーボンオフセットに取り組んでいます。</p> <p><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</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><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>
<p>本品容器にのみ使ったことで、廃棄プラスチック量を約70%削減。</p> <p><b>20</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>清く使って資源消費削減。資源減・廃棄物削減、CO<sub>2</sub>削減に貢献。</p> <p><b>100</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>CO<sub>2</sub>を削減できる代替商品。</p> <p><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>	<p>商品の一部に使った再生プラスチックを使用、環境配慮商品。</p> <p><b>10</b> ポイント</p> <p>おはろけせん</p>

## エコギフト(イオンリテール株式会社)

### CO<sub>2</sub>を見える化します

CO<sub>2</sub>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」CO<sub>2</sub>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」を算出し、CO<sub>2</sub>量に換算して表示することを言います。

【トップバリュ キャンプーラ油ギフト】の場合

CO<sub>2</sub>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

CO<sub>2</sub>排出量 **1.8kg**

はこぶ

商品の運送、店頭での販売(冷ケース・照明)など

CO<sub>2</sub>排出量 **1.7kg**

つかう

家庭での使用・調理・廃棄など

**CO<sub>2</sub>総排出量 9.1kg**

### 宅配時のCO<sub>2</sub>を減らします

- 宅配時におけるCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>1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個当たりのCO<sub>2</sub>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)

### CO<sub>2</sub>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(CO<sub>2</sub>)量に充当

#### イオンリテール北陸信越

### 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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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「CO<sub>2</sub>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。



この商品は、生産時に排出するCO<sub>2</sub>の一部として500g-CO<sub>2</sub>分を、社会福祉法人が取り締りCO<sub>2</sub>削減事業の排出権を活用することによりオフセットし、地球温暖化防止に貢献します。  
詳細はwww.self-service.jp/

★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、CO<sub>2</sub>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。