

カーボン・オフセットを取り巻く 国内外の状況について

平成25年12月17日

指針が果たしてきた役割と見直しの背景

2008年指針が果たしてきた役割：信頼性のあるカーボン・オフセットの普及

- ✓ 普及促進母体の設立
- ✓ 取組の促進
- ✓ カーボン・オフセットに関連するガイドライン類の整備
- ✓ カーボン・オフセット関連の制度・システムの構築

指針策定後のカーボン・オフセットを巡る状況の変化

【カーボン・オフセットの普及に係る課題】

一般市民の認知度、取組件数の伸び悩み、大規模な取組の少なさ 他

【カーボン・オフセットのあり方に係る要整理事項】

環境価値の帰属先の考え方、オフセットの類型

【先進的な取組の広がり】

都市・地域のGHG排出量算定/カーボン・オフセット、クレジットを介した環境貢献

指針見直し

課題の整理と今後の方向付け、様々な取組の評価
先進的な取組の導入

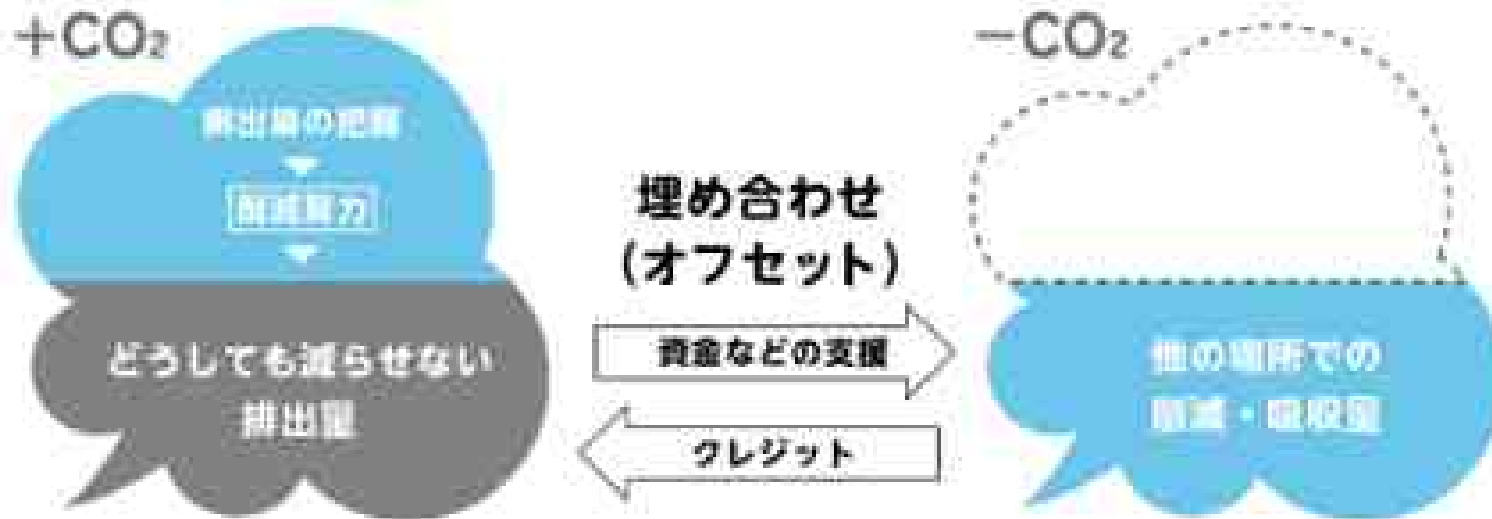
指針の改訂により期待される効果：カーボン・オフセットの更なる普及

- ✓ 自治体・政府が主体となったカーボン・オフセットの実施
 - ✓ 企業活動へのカーボン・オフセットの浸透
 - ✓ 市民生活におけるカーボン・オフセットの日常化
- 例：都市・地域レベルのカーボン・オフセットの促進

→ 我が国全体のGHG排出削減の促進

カーボン・オフセットの仕組み、意義、効果

- カーボン・オフセットとは市民、企業、NPO/NGO、自治体、政府等の社会の構成員が、自らの温室効果ガスの排出量を認識し、主体的にこれを削減する努力を行うとともに、削減が困難な部分の排出量について、他の場所で実現した温室効果ガスの排出削減・吸収量等を購入すること又は他の場所で排出削減・吸収を実現するプロジェクトや活動を実施すること等により、その排出量の全部又は一部を埋め合わせることをいいます。



カーボン・オフセットが普及・促進することで・・・

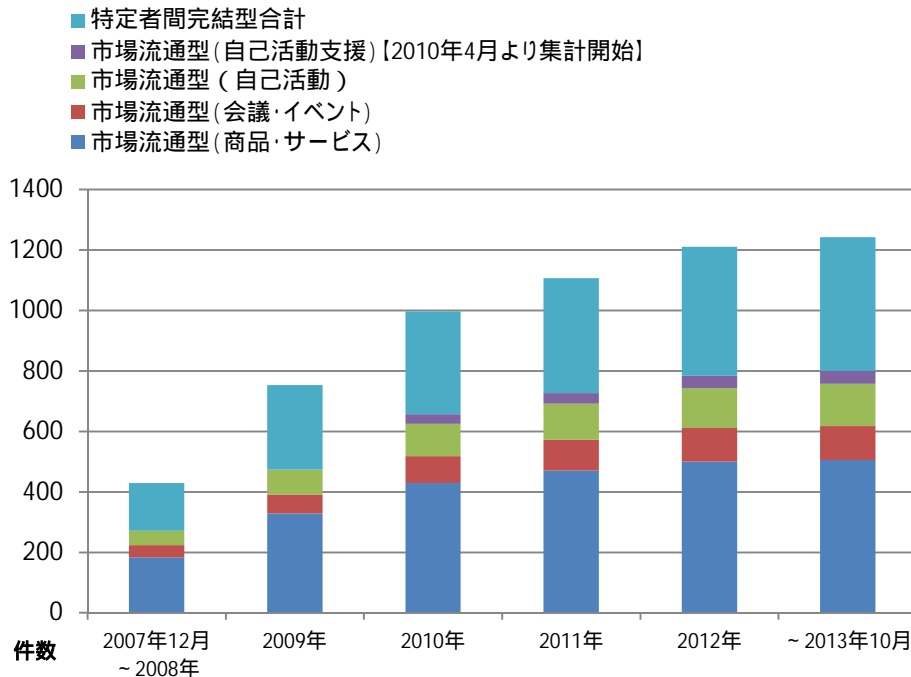
市民・企業等の主体的な削減活動が促進される

国内外の温室効果ガスの排出削減・吸収や公害対策、持続可能な開発を実現するプロジェクトへ資金が調達される

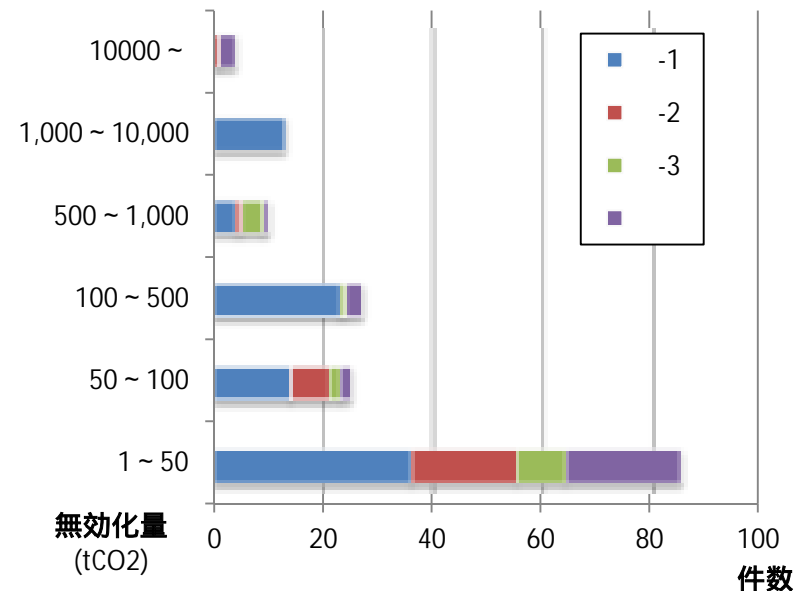
カーボン・オフセットの取組件数と傾向

- カーボン・オフセット大賞の創設等、市民、企業、NPO/NGO等の民間の活力を生かした取組促進が進み、報道発表ベースで1200件以上の取組が報告されるようになった。
- しかし、近年は取組数の伸びが緩やかになってきており、取組件数増加を後押ししていくことが必要である。
- 商品・サービスオフセットの取組が多く、企業活動全体のオフセットや国際的な会議・イベントのオフセットなど大規模な取組は少ないため、こうした取組の促進が必要である。

【参考】カーボン・オフセットの取組件数の推移
(報道発表ベース)



【参考】カーボン・オフセット認証(カーボン・オフセット制度・カーボン・オフセット認証制度)の内訳

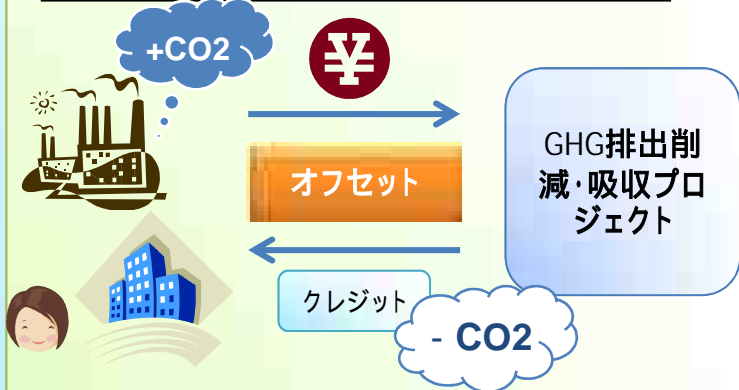


市民、企業等がカーボン・オフセットに取り組みやすい環境を整えることで取組件数の増加を促し、また大規模なオフセットの取組を推奨することにより、更なるGHG削減を促進する必要がある。

カーボン・オフセットに関わる取組の概観

『市場を通じて広く第三者に流通するクレジットを活用した取組（市場流通型）』

【基本形】
主体的に
「知って・減らして・オフセット」を行う取組



<カーボン・オフセットの例>



商品製造・サービス提供時のGHG排出量をオフセット



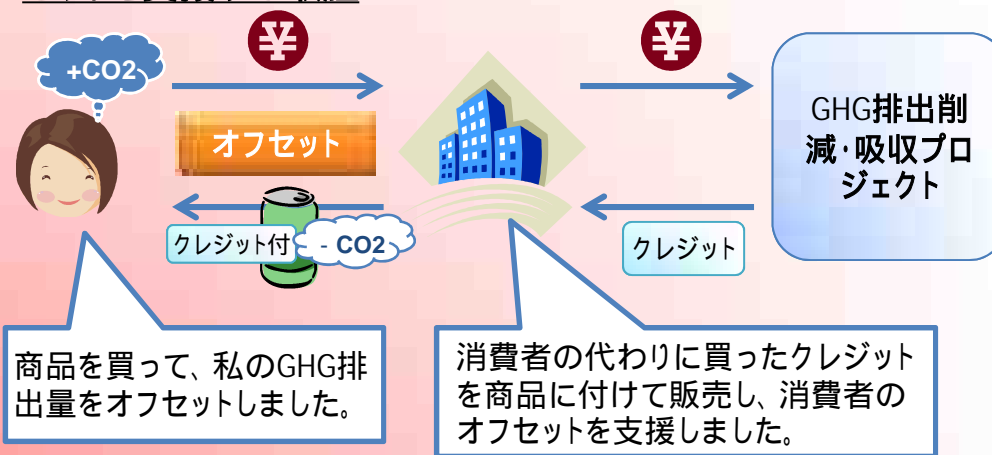
イベント開催時のGHG排出量をオフセット



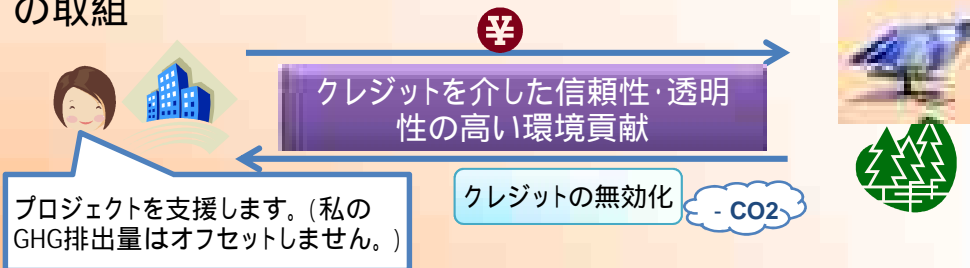
企業活動由来のGHG排出量をオフセット

【支援型】

企業がクレジットのついている商品を購入して消費者のオフセットを支援する取組



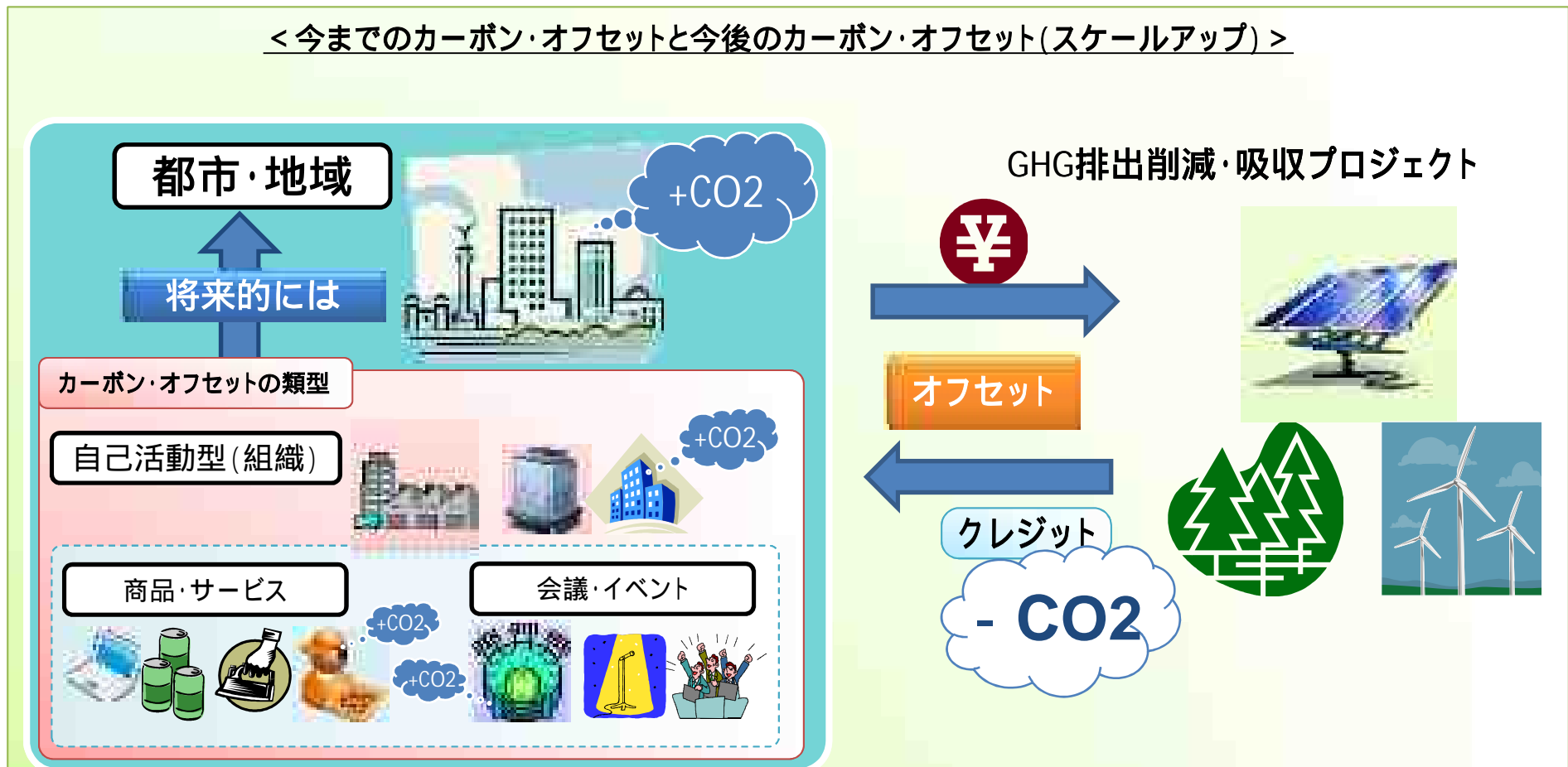
GHG削減を行うプロジェクトを直接支援する【環境貢献型】の取組



『市場を通さずに特定者間のみで実施される取組（特定者間完結型）』

(内容)「知って・減らして・オフセット」の取組がカーボン・オフセットの基本形。
 (現状)商品・サービス、会議・イベント、自己活動(組織)等、様々な種類のオフセットの取組が定着してきた。
 (将来)先進的な取組として都市・地域の排出量算定/オフセットの検討が各地で進められるようになってきた。

< 今までのカーボン・オフセットと今後のカーボン・オフセット(スケールアップ) >



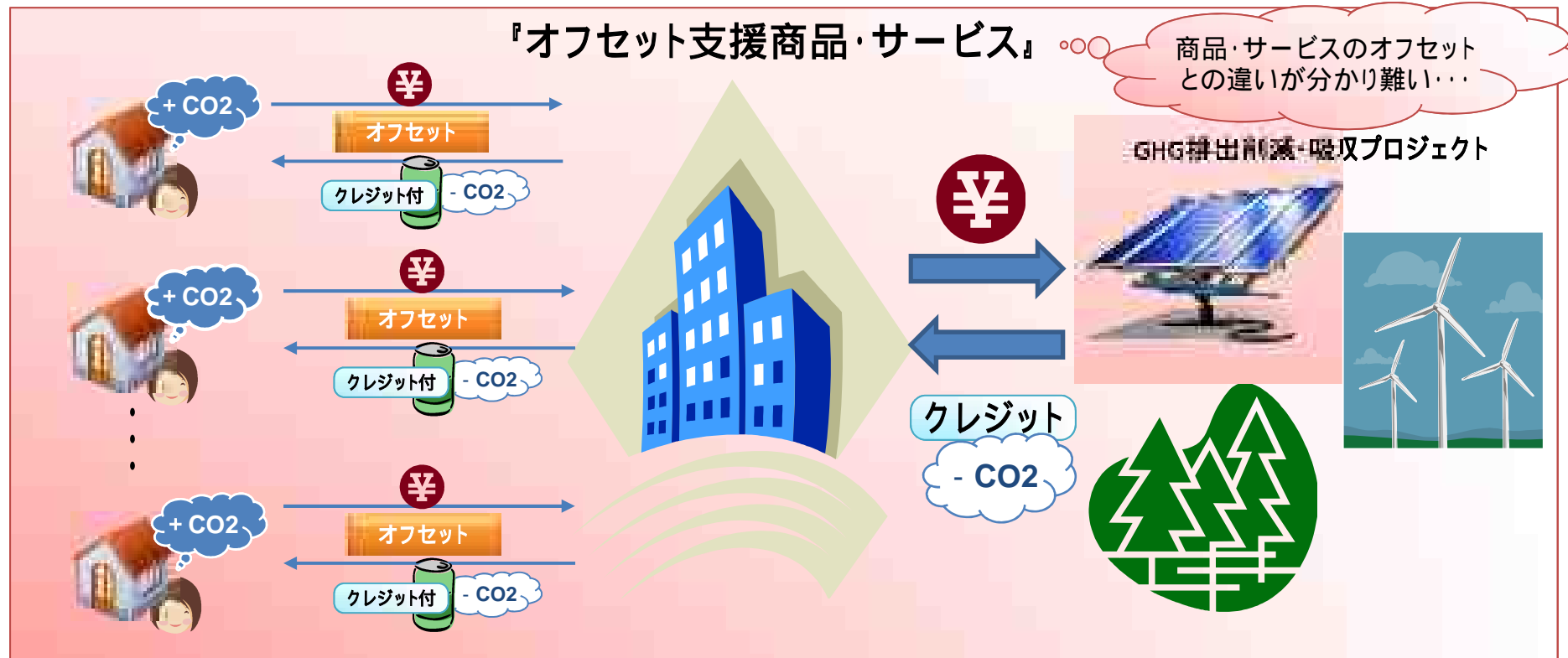
都市・地域のカーボン・オフセット/ニュートラルの取組が進むことで、大量のクレジットが取引されるとともに、都市・地域間で排出削減への貢献の見える化が進むようになる。
 大規模な削減

カーボン・オフセットに関わる取組 支援型

(内容)クレジット付きの商品・サービスの提供・購入を通じて、消費者の日常生活から排出されるGHGをオフセットする取組。

(現状)オフセットをしたいという消費者に向けた取組は近年増加傾向にある。

(課題)オフセットの対象が「商品・サービス」の製造・提供に係る排出量なのか、消費者の日常生活に係る排出量なのかわかりにくい(誰の排出量か)



クレジット付きの商品サービスが普及することで、市民生活においてカーボン・オフセットの取組への親近感が高まり、カーボン・オフセットの取組への理解が広まる。

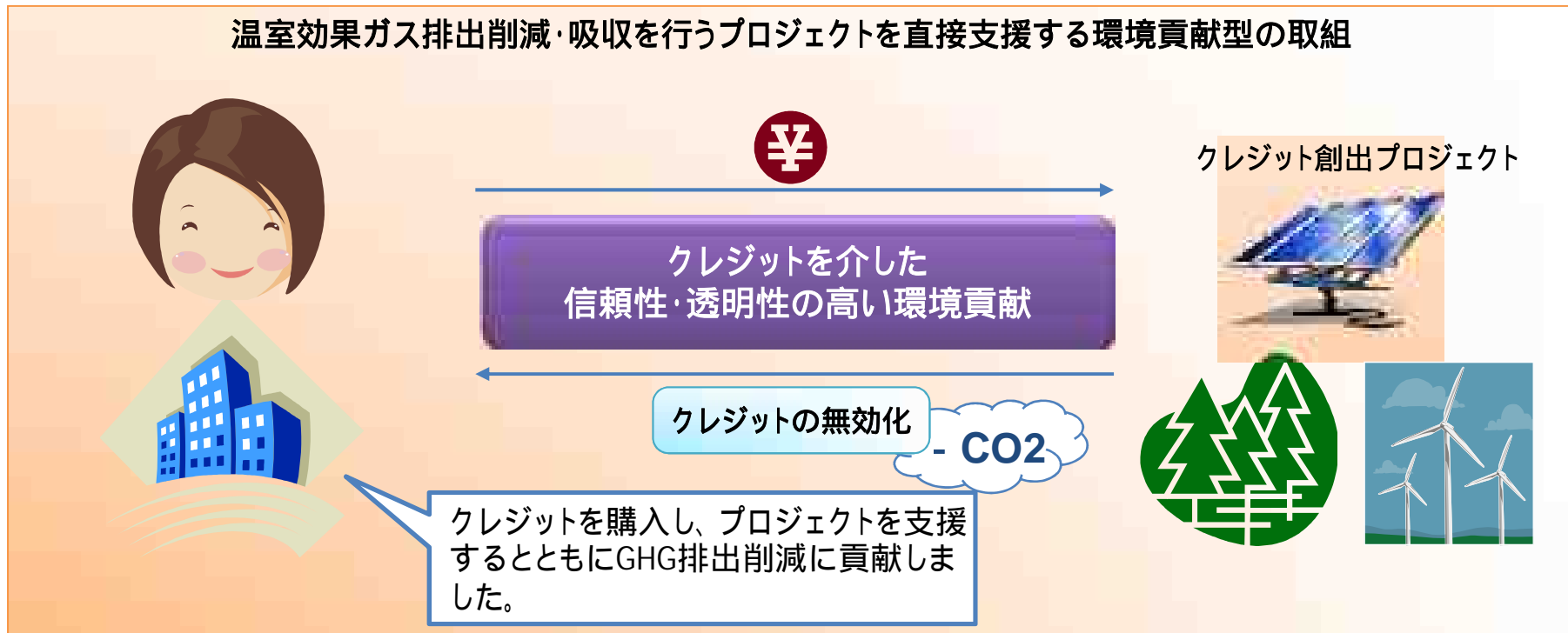
カーボン・オフセットに関わる取組 クレジットを介した環境貢献

(内容)カーボン・オフセットのためにクレジットを購入するのではなく、クレジット創出プロジェクトそのものを支援するためにクレジットを購入する取組。購入した分だけ、GHG排出削減に貢献したことになる。

(現状)クレジット創出側にとっては、クレジットの売買が活性化することにより、プロジェクトへの資金を得ることができる。

(将来)信頼性・透明性の高いクレジットを取得することによる貢献。

温室効果ガス排出削減・吸収を行うプロジェクトを直接支援する環境貢献型の取組



信頼性・透明性の高いクレジット制度を運用することは、確実なGHG排出削減プロジェクトに投資したいというニーズに応えることになる。

課題 カーボン・オフセットの取組拡大

● 都市・地域レベルへのカーボン・オフセットの拡大について

先進的な取組として都市・地域の排出量を算定しオフセットする取組が行われている。都市・地域のカーボン・オフセットの取組は、我が国においても取り入れ、指針の中に位置付けること以外に、どのようにしたら拡大し普及するのか。

● 一般市民のカーボン・オフセット推進のためのクレジット付商品の位置付けについて

我が国では、商品・サービスを介して、消費者の生活における排出量をオフセットする取組が多く実施されているが、商品の製造に係る排出量をオフセットした商品との違いが消費者に分かり難い。消費者のオフセットを支援するために商品やサービスにクレジットを付与する取組として、指針の中に位置付けること以外に、どのようにしたら取組が拡大するのか。

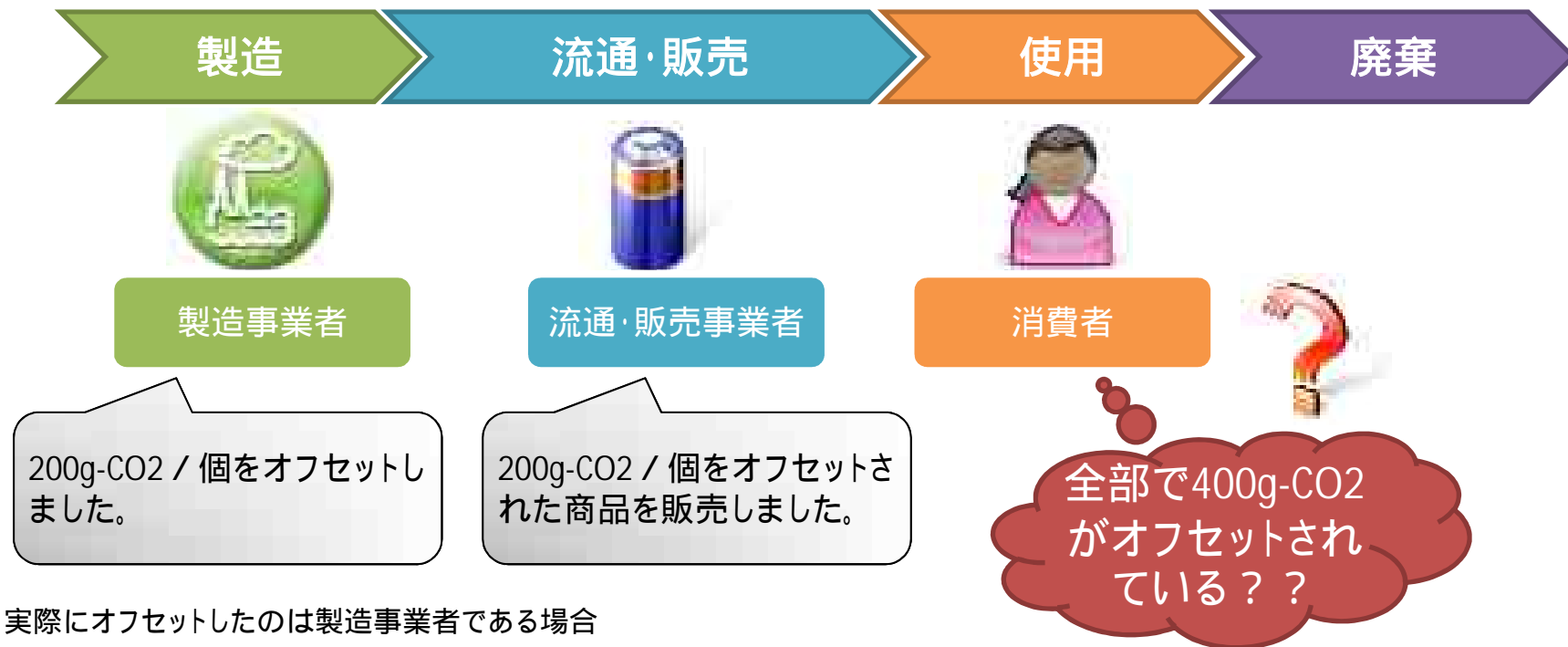
● クレジットを介した環境貢献活動の紹介について

我が国では、カーボン・オフセットの広まりと共に、排出削減・吸収プロジェクトの支援を目的としてクレジットを購入する取組もなされてきている。クレジットの活用する取組として、指針の中で紹介してはどうか。

課題 信頼性・透明性確保と情報提供

- カーボン・オフセットの取組は目に見えない取組なので、信頼性・透明性の確保が非常に重要。
- 中でも「クレジットの二重使用」と「環境価値の二重宣言」については起きてはならないこと。
- 「クレジットの二重使用」は登録簿の整備などで防止策がしっかりと取られているが、「環境価値の二重宣言」については明確に整理することが必要。

【環境価値の二重宣言の例】



環境価値の二重宣言について明確化することで、混乱がなくなり、カーボン・オフセットの透明性が促進され、カーボン・オフセットへの理解度が向上する。

課題 カーボン・オフセットに取り組む際に使用するガイドライン・制度等

- カーボン・オフセットの適切な普及に向け、ガイドライン類・基準の策定及び制度の創設が順次されてきた。
- 一連の文書が整理されたことを受けて、ガイドライン類の構成を見直す必要がでてきた。

ガイドライン類 (2008年10月～2011年4月にかけて整備)

カーボン・オフセットの対象活動から生じる温室効果ガス排出量の算定方法ガイドライン

カーボン・オフセットの取組に係る信頼性構築のための情報提供ガイドライン

特定者間完結型カーボン・オフセットの取組に係る信頼性構築のためのガイドライン

会議・イベントにおけるカーボン・オフセットの取組のための手引き

カーボン・オフセット認証制度(2009年3月～2012年4月)
カーボン・オフセットの取組に対する第三者認証機関による認証基準

カーボン・ニュートラル認証制度(2011年4月～2012年4月)
カーボン・ニュートラル認証基準

カーボン・オフセット制度
(2012年5月～)
第三者認証基準

オフセット・クレジット(J-VER)制度(2008年～2013年3月)

統合

J-クレジット制度
(2013年4月～)

国内クレジット制度

ガイドライン類の整理を行い、初めてカーボン・オフセットに取り組む人たちにもわかりやすいものとする事でカーボン・オフセットの取組を促進する。

課題 カーボン・オフセットの認知度の向上

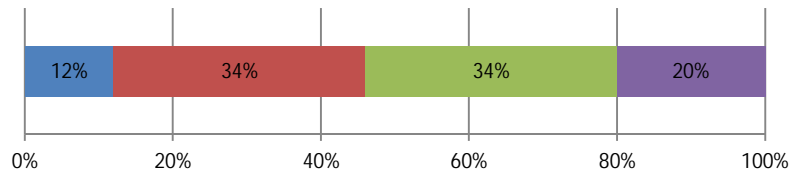
- 普及促進母体が連携して、カーボン・マーケットEXPO等のイベントやセミナーの開催及び、普及啓発ツールの活用を通じてカーボン・オフセットに関する理解の普及促進を行っている。
- 環境に関心のある事業者には一定程度は認知されているが(8割)、仕組みの正確な理解は半数以下で向上の余地がある。また、市民レベルでは認知度そのものがまだ低い状況にある(約半数)。
- 事業者を主対象としたアンケートでは、カーボン・オフセットの普及における課題として「仕組みが分かりづらい」「認知度が低い」という指摘がなされている。

認知度に関するアンケート

Q:「カーボン・オフセット」を知っていましたか。

< 2013 J-COFアンケート調査(於:地球温暖化防止展) >
事業者を対象としたイベントにおけるアンケート

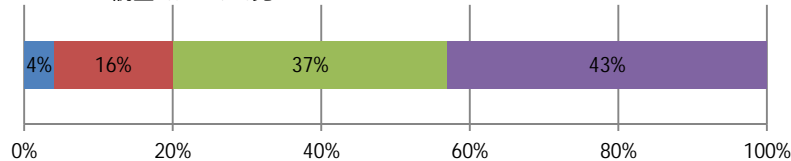
- よく知っており、その仕組みも理解していた。
- 仕組みをある程度知っていた。
- 言葉だけは知っていた。或いは聞いたことがあった。
- 知らなかった。



環境にかかわる用語の認知度(抜粋:カーボン・オフセット)

< グリーン・マーケット+(プラス)研究会におけるアンケート調査 >
一般市民を対象とした環境用語の認知度調査

- 内容を人に説明することができる
- 内容をおおよそ知っている
- 内容はよくわからないが聞いたことはある
- この調査ではじめて見る

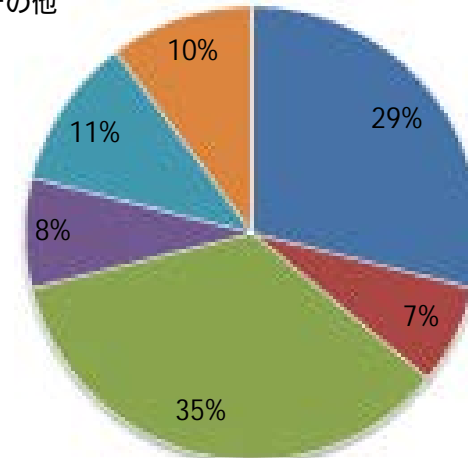


普及の課題に関するアンケート

Q:カーボン・オフセットを普及する上での課題は何だと思えますか？

< 2013 J-COFアンケート調査(於:カーボン・オフセット実務者研修) >
事業者を主対象とした研修におけるアンケート

- 仕組みが分かりづらい
- クレジット購入費用が高い
- 認知度が低い
- 認証取得が難しい
- 相談できる場所や相手等が整備されていない
- その他



市民・企業におけるカーボン・オフセットに関する認知度及び理解度向上に向けた普及促進活動が必要である。