

『エコ食品健究会』

(一社) / 少しでも環境や健康に配慮された食品を選びたい・・・



『環境省カーボンオフセットモデル事業のご報告』

ジーコンシャス 株式会社

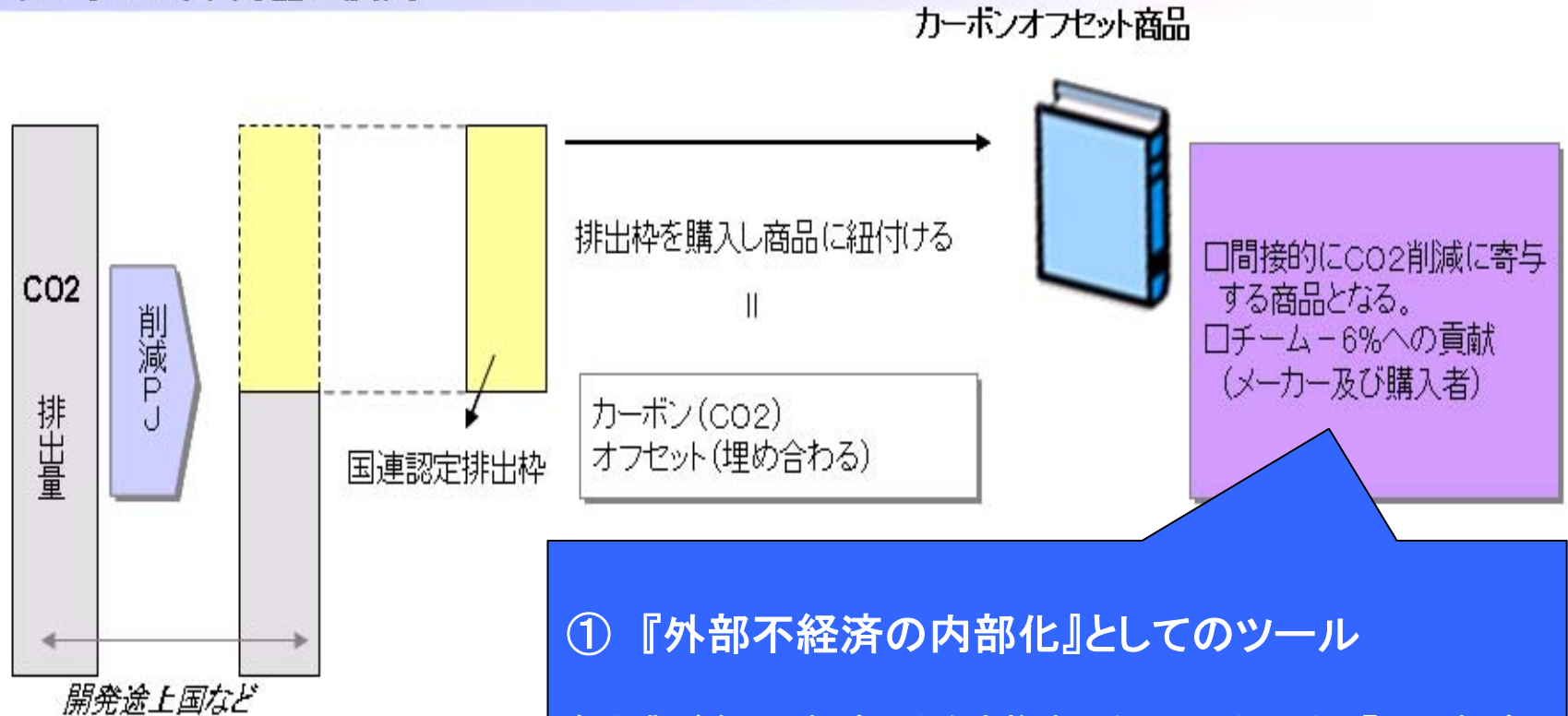
エコ食品健究会 代表(兼 事務局長)
経済産業省登録 中小企業診断士

北村 祐介

久保 正英

当該事業の主な意義

カーボンオフセット商品の展開



① 『外部不経済の内部化』としてのツール

各企業が自らの削減活動を実施する中で、活動以外の『CO2削減PJ』に資金を振り向け、自らの削減と見なすことは、合理的な活動であると言える

② 『低炭素社会』のツール

(企業や一般の消費者への啓蒙)

当該事業の役割図

本件モデル事業提案団体

ジーコンシャス(株)



調整

カーボンオフセットフォーラム
J-COF

環境省 市場メカニズム室

排出枠の調達・見える化

消費者

協力流通業

BBS 株式会社 ビジネスブレイン太田昭和
Business Brain Showa-ota Inc.

排出量等の算定・削減支援

連携

エコ食品健研究会

★健研究会Ⅳ(排出量の見える化・排出権の見える化)

排出量等のデータ提供
(約100品)
各種アンケート協力
(約120社)
商品発売(予定含む)
(約63品)



販売

商品供給

Beisia
ベisia

サミット

AL PLAZA HEIWADO

OKUWA

株式会社ユニバース

他10社展開予定

当該事業の展開エリア



統一マークの紹介

商品1個あたりに紐づけられた
排出枠を記載



お客様の排出量削減に
に貢献するマーク
(自己活動支援)

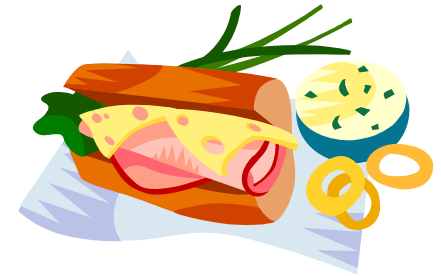
事例

実際排出量100g－国連発行の削減量100g＝合計0g



自社の排出量削減努力を
を表現するマーク
(商品使用・サービス利用)

類型



食品の類型

企業視点
(第三者認証)

売場視点
(購買者視点)

商品使用・サービス
利用オフセット

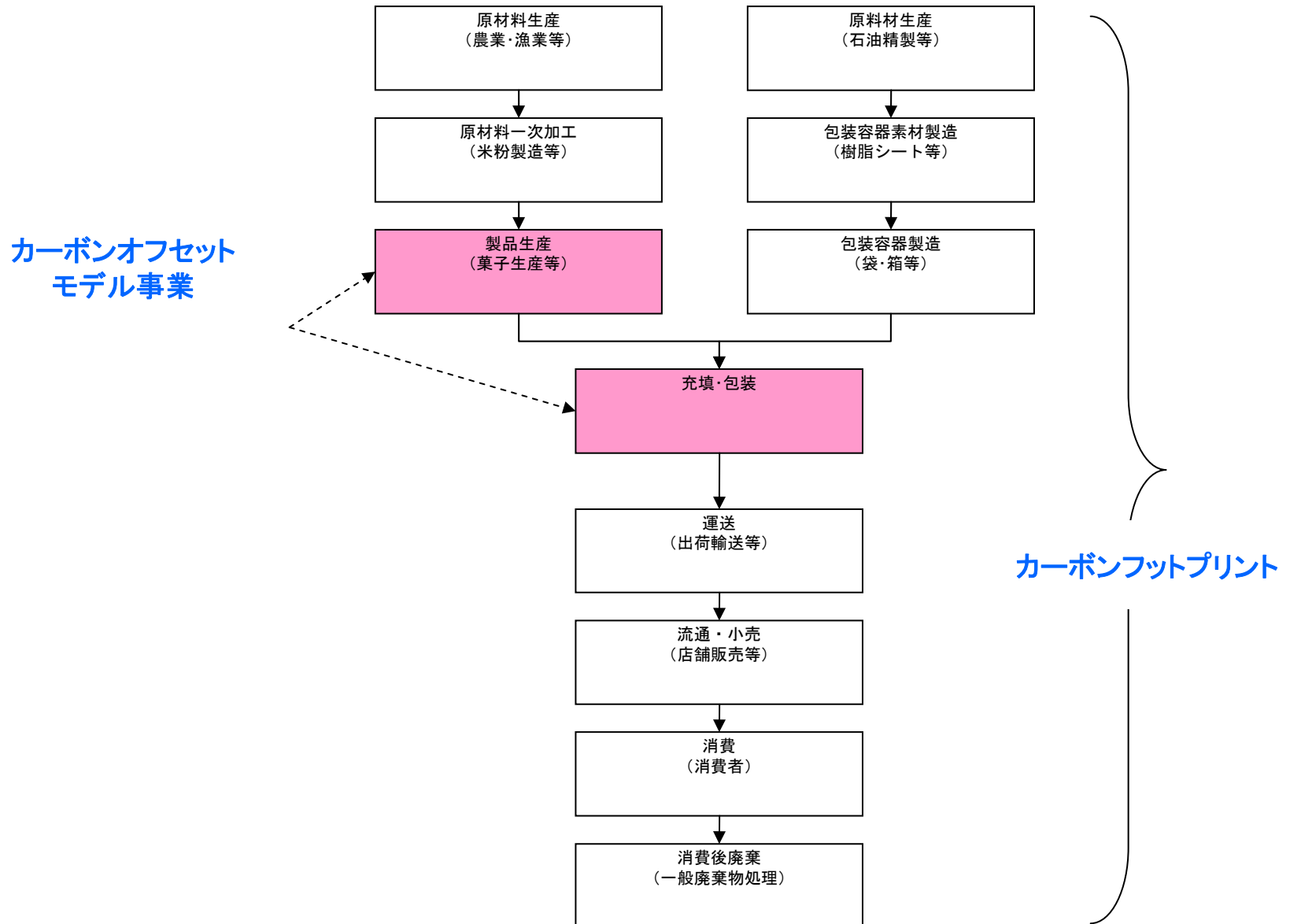
自己活動支援
オフセット

個別商品表示型

個別・売場表現型

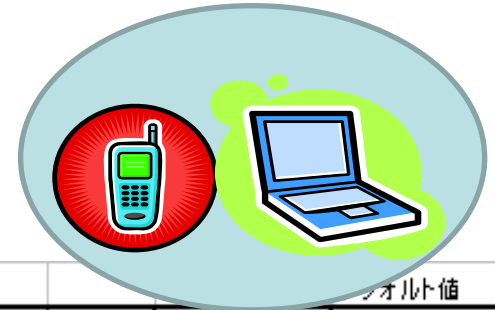
売場表現型

食品企業が対象にしているライフサイクルステージ

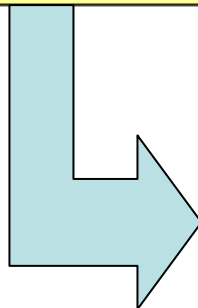


排出量の算定と見える化

抜粋



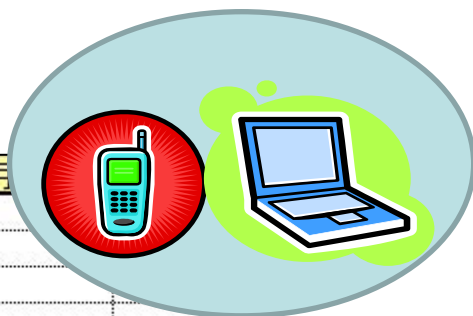
1)生産							ポルト値
エネルギー使用工程	機械	規格	kw	時間/h	kw・h	CO2/g	CO2/g
玄米昇降機	*****	0.140kw	0.140	0.500	0.0700	23.7	38.9
精米	*****	7.50kw	7.50	2.00	15.0	5070.0	8330.0
精米昇降機・ポンプ	*****	0.400kw	0.400	2.00	0.800	270.0	444.0
洗米	*****	200v2.00A	0.400	2.00	0.800	270.0	444.0
浸漬(タンク移動)	*****	1.50kw	1.50	2.00	3.00	1010.0	1670.0
排水ポンプ	*****	1.50kw	1.50	0.170	0.255	86.2	142.0
送米装置ポンプ	*****	1.50kw	1.50	1.50	2.25	761.0	1250.0
粉碎	*****	11.0kw	11.0	1.50	16.5	5580.0	9160.0
粉碎	*****	7.50kw	7.50	1.50	11.3	3820.0	6270.0
粉碎機下スクリー	*****	0.200kw	0.200	1.50	0.300	101.0	167.0
バケット昇降機	*****	0.200kw	0.200	1.50	0.300	101.0	167.0
蒸練横スクリー	*****	0.200kw	0.200	1.50	0.300	101.0	167.0



電気に関わるCO2排出量	943629.000
1袋あたりの電気に関わるCO2排出量	85.5

排出枠の見える化

抜粋



2008年度		4月	5月	6月	7月	8月		
	販売量							
	1個あたり排出権付与(g)							
	累計排出権付与(g)							
	排出権購入(g)							
	2008年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
	販売量		8320	1380	3260	1180	920	1260
	1個あたり排出権付与(g)		10	10	10	10	10	10
	累計排出権付与(g)		83200	97000	129600	141400	150600	163200
	排出権購入(g)		350000	0	0	0	0	0
	累計排出権購入(g)		350000	350000	350000	350000	350000	350000
	排出権過不足額		266800	253000	220400	187800	176000	166800
	日本政府償却口座移転(g)							
	未償却(g)							
	当月排出権付与(g)		83200		32600	11800	9200	12600
排出権・購入日								
2009年度	4月							
販売量								
1個あたり排出権付与(g)								
累計排出権付与(g)								
排出権購入(g)								
累計排出権購入(g)								
排出権過不足額								
日本政府償却口座移転(g)								
未償却(g)								
当月排出権付与(g)								
排出権・購入日								

・プロジェクト名:韓国ウルサン(蔚山)市におけるHFC破砕
 (HFC Decomposition Project in Ulsan)
 ・国連プロジェクト 参照番号 0003
 ・プロジェクトの概要:
 本プロジェクトは韓国ウルサン市におけるHFC類の破壊事業で、フロン分解装置を新たに設置し、京都議定書の温室効果ガス対象物質である、HFC23(自動車のエアコンの冷媒などに使われる代替フロン)を分解(ほぼ完全分解)することにより、CO2換算で約140万t/年の削減を行なう事業。
<http://www.gconscious.jp/business/project-0193.html>
 ・下記国連のページでこちらのプロジェクトの詳細をご確認いただけます。
<http://cdm.unfccc.int/Projects/DB/JQ.A1.0944781.08.13>

当該事業の今後

1、商品

⇒63品(09年中に予定・100品が目標)

2、販売先

⇒09年中に15社を予定



お菓子で始めよう!CO₂削減生活!

日本は2012年までに1990年まで温室効果ガス(CO₂)をマイナス6%削減する国際公約を掲げています。現状では約13%削減(07年時点)を上回るなど高削減の状況です。これを果たする取り組みが、環境省が推進するマイナス6%運動、林野庁が推進するマイナス3.5%運動(フレンドリーカーボンライフ)です。その運動に日本国民が参加できる手段にカーボンオフセット(削減クレジット)があります。カーボンオフセットとは、どうも環境にやさしい商品(削減クレジット)を買って、その排出量に相当する温室効果ガスの削減活動に投資することによって、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方で、その手段の一つとして、「カーボンオフセット食品」を販売するという方法があります。

(注:マイナス3%のうち、3.0%が森林吸収源)

カーボンオフセット食品とは?

温室効果ガスの削減に寄与できる食品です

- ①カーボンオフセット食品製造手帳
 - ②製造時の温室効果ガスの発生量を把握する。
 - ③できるだけ温室効果ガスを削減する努力をする。
 - ④それでも削減できない温室効果ガス(CO₂)の一部(または全部)を他の方法で削減する。
- (国産が認められCO₂等の削減に寄与できる事業への資金奨励あり)

これらの食品をお買い上げいただくことで、製造過程でCO₂排出量の一部削減、もしくは消費段階(家庭部門)でCO₂排出量の一部削減に寄与できます。

(一例)



下記のマークを毎日にお買い求めください。

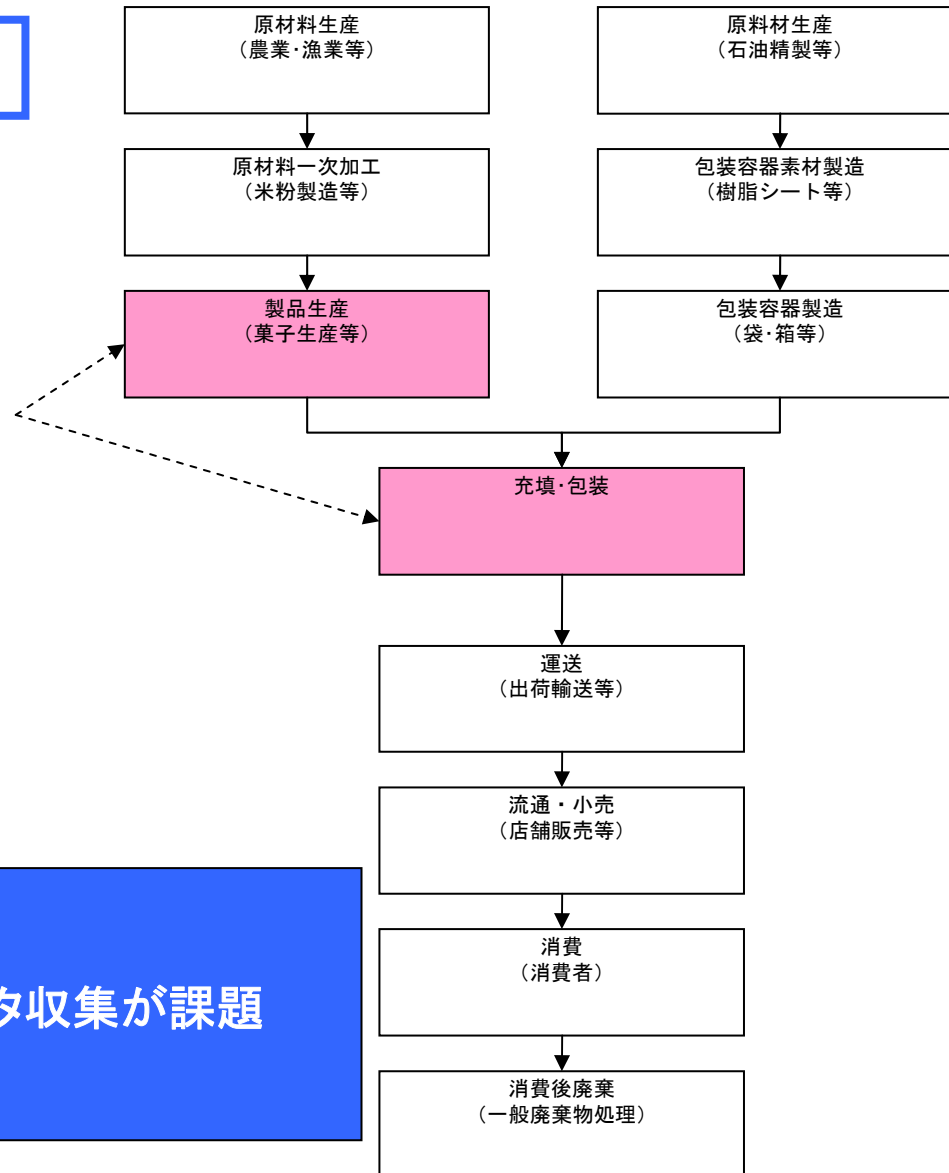


みんなでできる運動です。

今後の課題 ①

排出量の算定

カーボンオフセット
モデル事業



カーボンフットプリント

このデータ収集が課題

今後の課題 ②

- 主な問い合わせ内容は下記の通りです

カーボンオフセットに興味のある企業からの問い合わせ

- 企業からの問い合わせ
→ 総件数: 395件 (2009年1月現在)
- ①カーボンオフセット商品を開発したいので、指導に人を派遣して欲しい
- ②カーボンオフセットの仕組みを教えてください
- ③カーボンオフセットはマイナス6%に有効なのか否か？
- ④カーボンオフセットの環境会計との位置付け
- ⑤モデル事業の商品を販売するにはどうしたら良いか？
- ⑥カーボンフットプリントとどこが違うのか？
- ⑦カーボンフットプリントとオフセットとの関係を教えてください
- ⑧その他

フォロー

カーボンオフセット商品に対する消費者からの問い合わせ

- 消費者からの問い合わせ
→ 総件数: 1922件 (2009年1月現在)
- ①カーボンオフセットって何ですか？
- ②どこで買えるんですか？
- ③いつになったら〇〇県で買えるんですか？
- ④温室効果ガスの削減に貢献できるって本当ですか？
- ⑤マイナス6%って達成できるんですか？
- ⑥カーボンフットプリントとオフセットって何が違うんですか？
- ⑦カーボンフットプリントで何で温室効果ガスが削減できるんですか？
- ⑧その他

エコ食品健研究会とは

食品メーカーを中心とする最終消費財メーカー、外食企業、流通小売業・卸売業、各士業（管理栄養士・中小企業診断士・公認会計士・社会保険労務士等）、医者、NPO、NGO、さらにはコンサルティング会社、一般の消費者などの多様なメンバーが学習し、『できることから』実践する会費無料のインフォーマルな組織です。

健究部会のご紹介

- I. カロリーゼロ・カロリーオフ／健研究会（2008年12月をもって解散）
- II. トレーサビリティの学習／健研究会
- III. 農業生産法人の検討・実践／健研究会
- IV. 排出量・排出権の見える化／健研究会
- V. 土に戻る包材の回収システムと処分方法／健研究会
- VI. 知財に関わるリスク対応・競争力向上／健研究会
- VII. 環境会計の導入／健研究会
- VIII. 事業承継の健研究会（近月立ち上がります）
- IX. 遊休設備の他社利用健研究会（近月立ち上がります）

エコ食品健研究会のイメージキャラクターについて

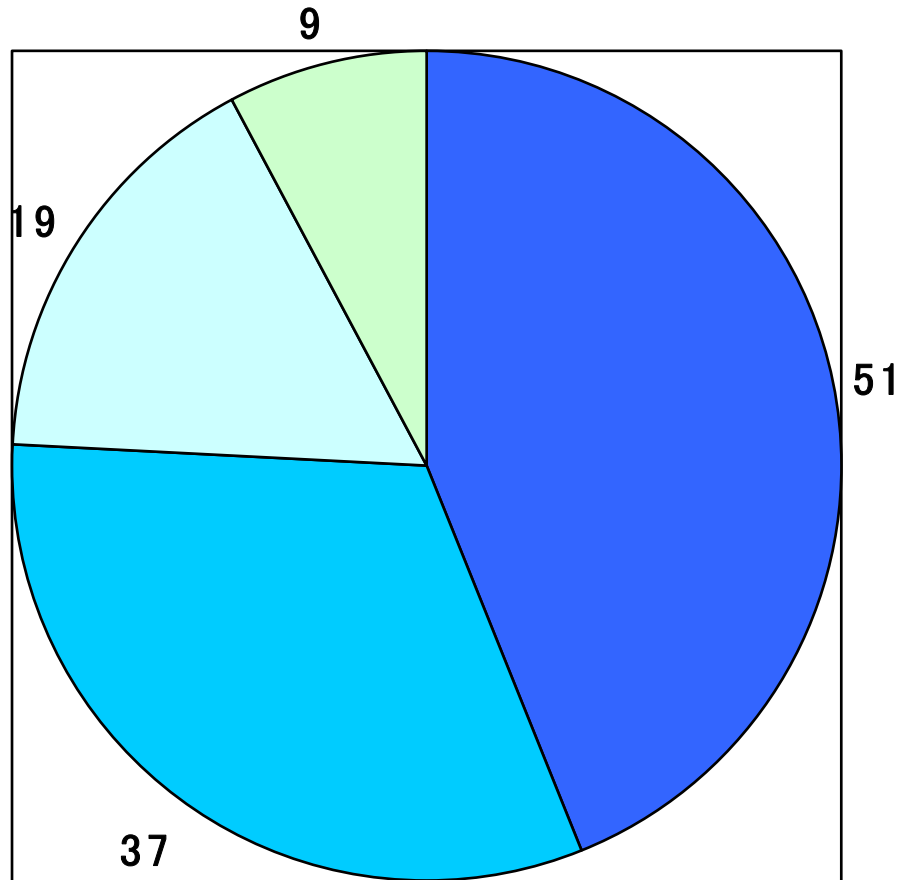
ドクターB(ブタ)：医者で管理栄養士、さらには各士業の尊重です



カーボンオフセットに取り組む理由

08年9月実施(エコ食品健研究会 調べ)(下記数字は社数)

取り組み理由



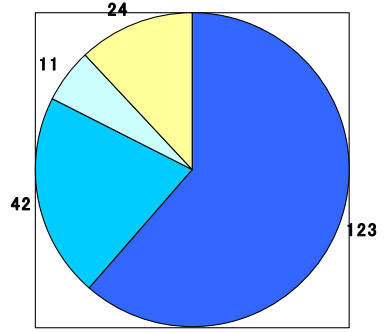
■ CSR目的 ■ 企業イメージの向上 ■ 販売促進 ■ その他

温暖化で知っている言葉(第一想起)

各社での購買経験者(直近1週間内)200人に質問

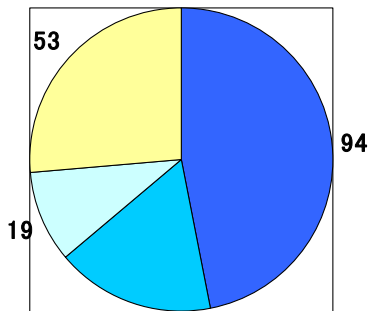


平和堂ユーザー



■ マイナス6% ■ CO2 ■ 京都議定書 ■ わからない

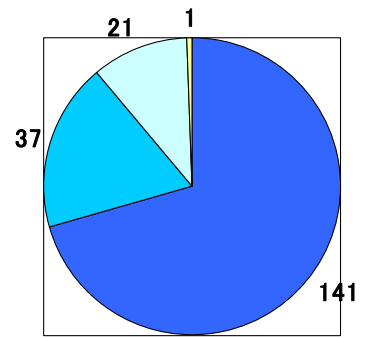
オークワユーザー



■ マイナス6% ■ CO2 ■ 京都議定書 ■ わからない

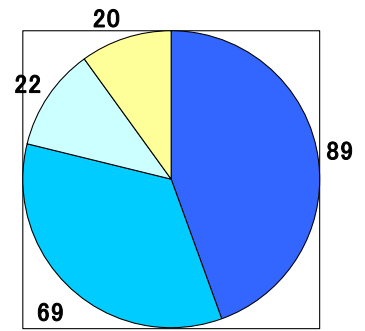


サミットユーザー



■ マイナス6% ■ CO2 ■ 京都議定書 ■ わからない

ベイシアユーザー



■ マイナス6% ■ CO2 ■ 京都議定書 ■ わからない

08年9月実施(エコ食品健研究会 調べ)(上記数字は人数)