



検討の背景・目的

事務局資料

令和7年12月16日
地球温暖化対策課



検討の背景①

(地球温暖化対策計画の改定)

- 2025年2月に地球温暖化対策計画が改定され、2050年ネット・ゼロの実現に向けた直線的な経路にある野心的な目標として、2035年度、2040年度において、温室効果ガスを2013年度からそれぞれ60%、73%削減することを目指すこととした。

(昨今の排出削減対策の潮流)

- これまで地球温暖化対策推進法¹や省エネ法²、また、各種補助金等の政策により、事業者のとりわけ Scope 1, 2³に焦点を当てた温室効果ガスの排出削減を促進してきたところであるが、GX（グリーントランسفォーメーション）の実現に向けて、GX経済移行債を活用した先行投資支援と成長志向型カーボンブライシング構想によるGX投資先行インセンティブを組み合わせつつ、重点分野でのGX投資を分野別投資戦略を通じて促進するなど、取組を具体化してきたことにより生産段階でのGX投資が進みつつある。

(脱炭素に資する製品・サービスの市場創出の必要性)

- バリューチェーンにおける製品・サービスの供給側での脱炭素投資・取組を長期的・継続的なものとして定着させていくためには、その結果として生み出された脱炭素に資する製品・サービスの価値が評価され、需要側で支える市場を創っていくことが必要不可欠。
- 脱炭素製品の中には、使用段階でエネルギーコストが削減されるなど、消費者に便益をもたらすものもあれば、生産工程での排出削減に寄与するものの、機能としては従来品と同様で、場合によっては、対策技術のコストが現状では高いため、相対的に価格が高くなるものも多くある。
- こうした製品も含めて、消費者・企業・政府がその価値を理解して購買・消費することができ、各企業の積極的・継続的な脱炭素投資が行われるような市場の創出を目指すことが必要である。

1. 地球温暖化対策の推進に関する法律 2. エネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法律 3. Scope1：事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)、Scope2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出、Scope3：Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他の排出)

検討の背景②



(バリューチェーン検討会でのとりまとめ)

- こうした課題を踏まえ令和7年5月～7月にかけて、「グリーン製品の需要創出等によるバリューチェーン全体の脱炭素化に向けた検討会」を開催し、現状の整理を行うとともに今後講じていくべき施策を整理。とりわけ「政府・企業・消費者における最終需要の喚起」については、市場パターンによらず、需要喚起に成功すればその需要獲得を目指して、サプライサイドも自ずと経済合理的にバリューチェーンでの連携や中堅・中小企業の脱炭素経営も進展していくことが想定されるため、優先的に着手すべき事項とされた。
- グリーン製品に対する政府・企業・消費者による最終需要が一定程度顕在化され、それに伴って十分にグリーン製品が供給されるような市場を創造するには、予算措置、モデル事業等の短期的施策だけでは十分ではなく、市場の中で優れた排出削減価値を有する製品が高く評価され、調達、購入されるような制度的措置を導入し、社会に定着させることが必要。

(本検討会での狙い)

- 上流側のGX投資等によって製造され既存製品と性能が変わらないものの現時点においては高コスト化してしまう製品/サービスが有する脱炭素価値の訴求は初期市場の創出・拡大の基盤であり、正確で、わかりやすく、普及が見込める評価・表示スキームを国が検討する必要がある。
- 本検討会では、どのような特徴を持った製品・サービスを脱炭素製品等と位置付けるのか、評価の対象とする取組は何なのか、既存制度との連携をどうするのか等について議論することを目的とする。

脱炭素価値を有する製品・サービスに対する認知



- 脱炭素価値を有する製品・サービス（以下、「脱炭素製品等」という）は、設備投資や技術革新に伴い生産コストが増加することを受けて、当該コストが製品価格に転嫁される場合がある。
- 上流側の設備投資や技術革新には多額の費用を要するため、製造された財/サービスに対する需要が担保される環境形成が、上流側の投資の呼び水となる側面がある。
- 生産コスト増を伴って製造された（価格転嫁された）財/サービスが有する脱炭素価値を見える化し、評価でくる環境を整備することは、消費者が製品価値を正しく認知することに繋がり需要担保の一助となる。

“脱炭素製品等” の市場化に対する、従来の捉え方

環境面



コスト面

再生可能エネルギー、リサイクル・バイオ原料等の調達が生産コスト増に繋がる可能性

再生可能エネルギーの導入

- 再エネメニューの選択や非化石証書・グリーン電力証書の購入などの追加コストが発生する

リサイクル原料の調達

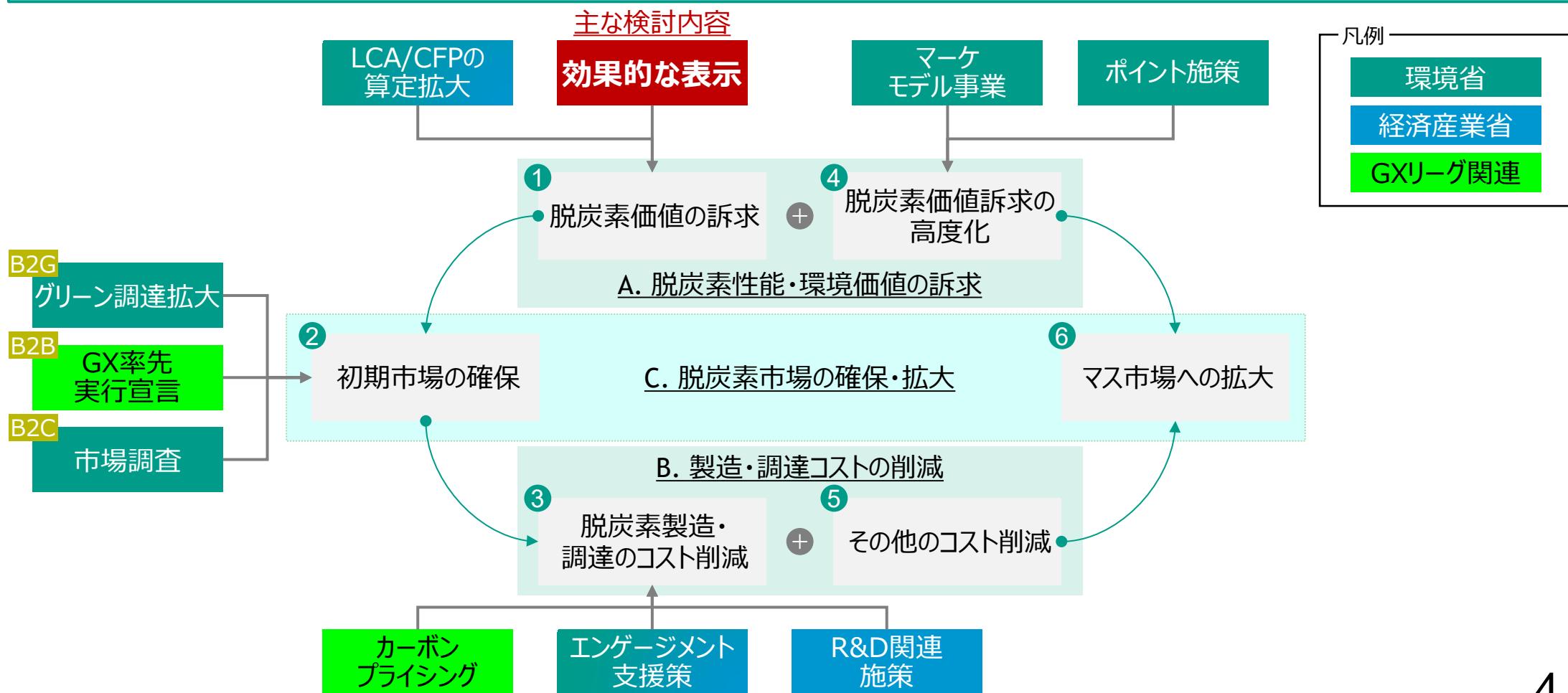
- 回収・分別・再加工などの工程や品質対応にコストがかかり、原料価格が上昇する

バイオ原料の調達

- 植物由来原料の調達価格が高く、生産プロセスの多段化で製造コストが上昇する

関連施策と本検討の位置づけ

- 脱炭素製品等の市場を創出・拡大していくにあたっては、製造・調達コストの削減、脱炭素価値の訴求、市場の確保・拡大の3つのサイクルを回していくことが重要。
- 本検討会では、脱炭素価値の訴求に重点を置きつつ、脱炭素市場の確保・拡大との接続についても検討。

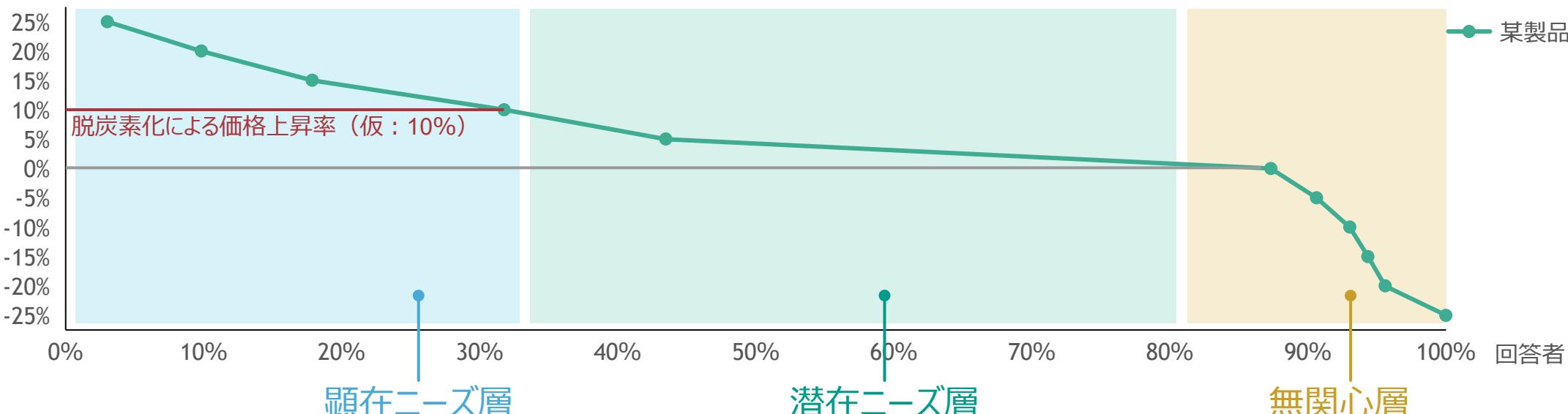


【参考】市場創出・拡大の段階アプローチ

- 脱炭素価値を有する製品が設備投資や技術革新に付随する生産コスト増に伴い価格転嫁されている現状では、顕在ニーズ層→潜在ニーズ層を段階的に取り込んでいくべきと考えられる。

Q. 一般品とCO2削減に注力した製品があるとします。一般品が普段あなたが購入している商品の価格とすると、いくらなら注力商品を購入しますか？

価格上昇率



セグメントの定義

脱炭素製品等の価格上昇を許容し、
満額のプレミアム支払意思がある層

一定のプレミアム支払意思はあるが、
価格上昇幅に届かない層

現時点では、脱炭素製品等への
プレミアム支払意思がない層

必要なアクション

需要の“探索 / 発掘”
 • セグメント規模・属性の特定
 • ニーズの束化、販売チャネル開設

需要の“增幅 / 底上げ”
 • “脱炭素価値 + α” の伝達
 • コスト削減、CP、ポイント付与等

需要の“創出”
 • 気候変動危機の普及啓発等による長期の意識変革

【参考】検討の時間軸（イメージ）

- 2025年度下半期～2026年度にかけて脱炭素製品等の定義や表示の在り方を集中的に議論し、2027年度以降の制度運用に繋げる。
- 広範な市場（製品/サービスカテゴリ）を対象とする可能性もあることから、優先度が高い市場を特定し、順次段階的な導入を行っていく方針を検討。

