

## 「見える化」の進め方について（案）

**1. 「見える化」事業の進め方**

## ①「見える化」の戦略的拡大

「見える化」を実際に行っていく製品、サービスを戦略的に拡大していく。その際、関係省庁と連携しつつ、各省庁における取組と重複しないよう、十分配慮する。

## 1) 商品の見える化

商品のライフサイクル全般から排出される温室効果ガス排出量を計算し、「見える化」することで、消費者による温室効果ガスの排出が少ない商品の選択を推進する。

## 2) サービスの見える化

サービスなどの利用に伴って排出される温室効果ガス排出量を「見える化」することで、温室効果ガスの排出に関する利用者の意識向上、温室効果ガスの排出が少ないサービスの選択を推進する。

（サービスの例）

- ・ 電気、ガス<sup>1</sup>、水道、下水道といった公共サービス
- ・ 宅配便等の運送に関するサービス
- ・ 航空、鉄道、バス、タクシー等の交通機関に関するサービス
- ・ ホテル等の宿泊に関するサービス
- ・ イベントに関するサービス

## ②温室効果ガス排出量の計算・表示・活用方法の検討

商品、サービスにより排出される温室効果ガスの量の計算方法及び表示方法を検討する。

## 1) 計算方法

ISO における議論などの国際的な動向も踏まえ、製品・サービスごとに算定方法をガイドラインにより示す。

## 2) 表示方法

表示方法についても、様々な手法を考慮する必要がある。

（表示の例）

- ・ 商品へのラベリング
- ・ 商品の陳列棚での表示
- ・ インターネットにおける公表
- ・ QRコードを利用した携帯電話での表示
- ・ レシートでの表示

## 3) 活用方法

<sup>1</sup> 電気、ガスについては、改正法第 21 条の 11 で別途見える化について規定されており、本会議での検討対象としない。

表示された温室効果ガス排出量に価値を与え、国民による具体的な行動につなげていくことで、更に「見える化」の浸透を図る。

(連携が想定される制度の例)

- ・ カーボンオフセット
- ・ エコマネー
- ・ エコポイント
- ・ 環境家計簿

### ③信頼性の確保

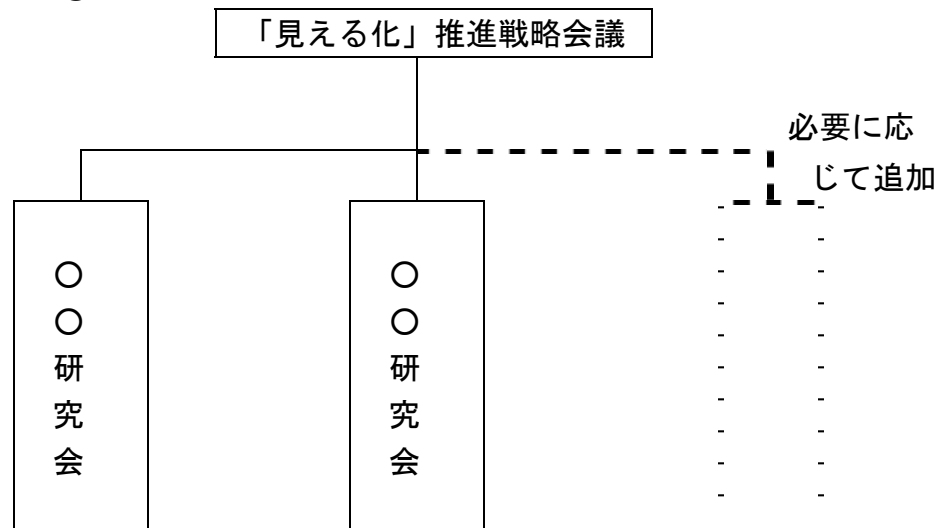
計算された数値の信頼性を確保するため、社会的コストなども考慮し、検証手法について検討する。

### ④国民の購買活動への影響の分析

見える化された製品、サービスが、消費者の購買意欲・ライフスタイルに与える影響についてアンケート調査を実施、解析する。

## 2. 体制

「見える化」推進戦略会議では、戦略的拡大についての検討、国民の購買活動への影響分析など、分野横断的な事項について検討（上記①、③、④）。戦略会議の下に、「見える化」を行う品目に応じて研究会を設置して、二酸化炭素排出量の計算等を実施（上記②）。



## 3. 今後のスケジュール

- 年度内
- ・ 「見える化」を行う対象商品、サービスの選定
  - ・ 対象商品、サービスの CO2 排出量の計算方法・表示方法等のガイドライン化
  - ・ 国民の購買活動への影響分析（アンケート調査）
- 来年度
- ・ 「見える化」対象商品・サービスの拡大