



温室効果ガス排出削減等指針に沿った取組のすすめ
～**BtoC事業者版（概要版）**～

脱炭素化に向けた取組実践ガイドブック（入門編）

2023年3月

環境省 地球環境局 地球温暖化対策課 地球温暖化対策事業室



本ガイドブックの作成の背景と目的

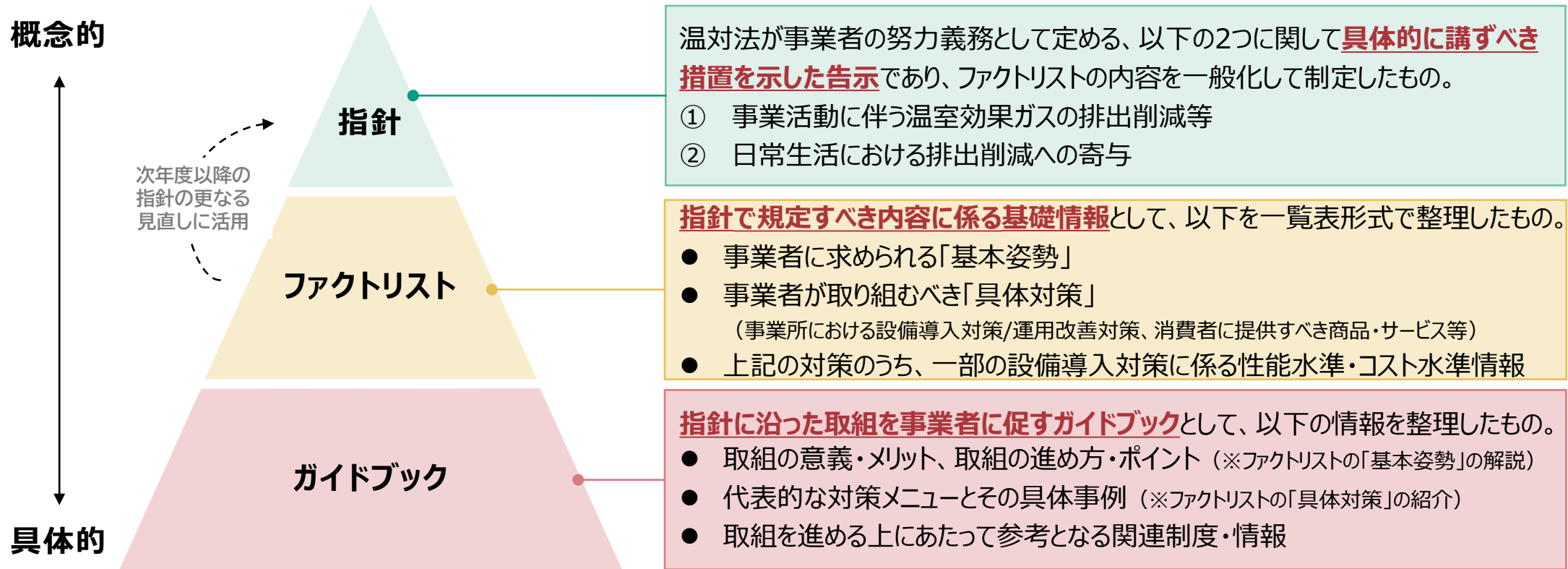
- 我が国では、2020年10月に政府が2050年カーボンニュートラル（以下、CN）を宣言しており、2021年5月には「地球温暖化対策の推進に関する法律（以下、「温対法）」を一部改正する法律が成立し、**2050年までのCN実現が基本理念として法律上も明記**されました。
- また、2023年には、温対法に基づき、事業者に対して排出削減のための努力義務を課す**「温室効果ガス排出削減等指針」（以下、「指針）」**の内容も改正され、この中で、一般消費者に製品・サービスを提供・販売する事業者（以下、「BtoC事業者」）に対しては、**自らの事業所の排出削減だけでなく、提供・販売する製品・サービスの使用・廃棄段階も含めた脱炭素化や消費者の行動変容を促す情報提供等**を求めています。
- 我が国全体でのCNの実現を目指していく上では、消費者のライフスタイルの脱炭素化も不可欠となることから、**消費者への訴求力が高いBtoC事業者には、その促進を図る役割が期待**されています。また、昨今、SDGs、サステナビリティ、ESG、エシカル消費…のキーワードが消費者の間に徐々に浸透していく中で、**購買行動における消費者の意識も変化**しています。

本ガイドブックは、こうした背景を踏まえ、日常生活における脱炭素化につながる製品やサービスの提供を検討されるBtoC事業者のご担当者様を対象として、指針の内容に沿って具体的な取組を進める上で、参考となる手引きとなることを目的に作成したものです。

【参考】指針とは

- 指針とは、温対法に基づき、事業者が努力義務として排出削減のために講ずべき具体措置を定めた告示です。
- 指針の内容は、その基礎情報として排出削減のための具体対策等を網羅的に整理した「ファクトリスト」を基に定められています。本ガイドブックは、この「**ファクトリスト**」の内容を事業者にとってより分かりやすい形で整理・解説し、事業者による指針に沿った取組を後押しするための手引きとして策定したものです。

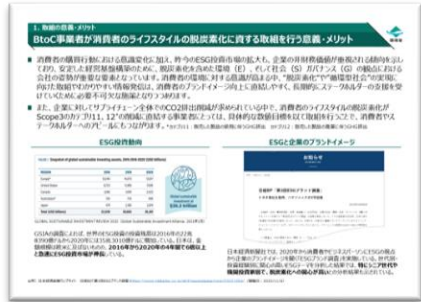
指針、ファクトリスト、ガイドブックの関係



本ガイドブックの構成

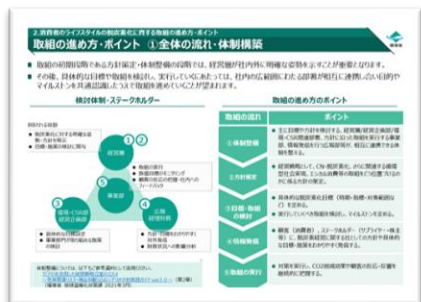
■ 本ガイドブックでは、BtoC事業者の皆様が、消費者のライフスタイルの脱炭素化に貢献する取組を進めるにあたり、参考となる情報やガイダンス等を整理しておりますので、関心のある箇所から読んで下さい。

1 取組の意義・メリット



- BtoC事業者の取組の意義・メリットとして社会全体の脱炭素化への貢献やそれに伴う企業のブランドイメージ向上・ステークホルダーへのアピール、またESG投資促進等の期待できる効果について解説。

2 取組の進め方・ポイント



- 消費者のライフスタイルの脱炭素化に資する取組の進め方・ポイントとして、先行事例から見えてきた体制整備から取組実行までの流れや取組の方向性、情報発信のポイント等について解説。

3 具体的な対策メニュー



- 指針の「②日常生活における排出の削減への寄与」として、BtoC事業者に対して求められている具体的な取組メニューや消費者に対して提供すべき情報について紹介。

4 取組事例



- 製品・サービスの消費活動に起因する温室効果ガス排出量の中でも、排出割合の高い「住居」、「食」、「消費財」に関連する事業者における取組事例（具体的な取組内容、情報発信の内容等）を紹介。



5 関連制度・参考情報



- 消費者のライフスタイルの脱炭素化に資する取組を進める上で参考となる情報として参考となるイニシアティブや環境省事業を紹介。

本ガイドブックのコンテンツ例：4. 取組事例

- 「4. 取組事例」では、環境配慮を通じた新たな製品・サービス展開のあり方を検討する際の参考となる、実際の企業の取組の実例を紹介しています。

4. 取組事例
事例1：セブン&アイ・ホールディングス

取組概要
■ 社会全体での環境負荷低減につながる食品ロス・リサイクル対策、プラスチック対策に係る目標を掲げ、顧客（消費者）にも共有しながら協働で取組を推進。

事業者概要
【主な事業内容】
● 国内外のコンビニエンスストア（セブンイレブン）、スーパー（イトーヨーカドー等）、専門店（ロフト等）といった小売業を中心としつつ、金融サービス等の事業も実施。

【GHG排出状況^[1]】
国内のグループ主要10社のCO₂排出量算定結果によると、Scope3が排出量全体の約半に及び、全体の77%が材料調達工程（かつり）からの排出。消費者サイドでの排出である、かつり1（販売した製品の使用）、12（販売した製品の廃棄）の排出については、相対的に小さい。
※[1]セブン&アイ サステナビリティレポート2021 (2020年分)
https://www.7andai.com/sustainability_data
https://www.7andai.com/sustainability_data/2021
（閲覧日：2023年2月15日）

取組の全体像・基本方針^[2] [3]
● 消費者の意識変化を背景に、2016年頃からサステナビリティ推進部を中心に、経営層とともに環境に係る取組方針について議論。
● 2019年、環境宣言「GREEN CHALLENGE 2050」を発表し、以下の①～④の4つのテーマについて定量的な目標を対外発信。
● 特に②～④については、消費者の理解・行動変容が不可欠な取組であるため、「GREEN CHALLENGE 2050」に係る特設サイトを通じて、消費者にも目標を発信・共有しながら協働で推進。定期的にアンケート調査等を実施する等、消費者の意向も把握しながら展開中。

『GREEN CHALLENGE 2050』（2019年5月公表）

① CO ₂ 排出量削減 グループの店舗運営に伴うCO ₂ 排出量 2050年目標 排出量実質ゼロ 脱炭素社会	② プラスチック対策 オシナル商品で使用する容器は環境配慮型素材に 2050年目標 100% 循環経済社会	③ 食品ロス・食品リサイクル対策 食品廃棄物量 食品廃棄物 2013年比 2050年目標 75%削減 100% 循環経済社会	④ 持続可能な調達 オシナル商品で使用する食品原材料は持続可能性が担保されたものを使用 2050年目標 100% 自然共生社会
---	---	--	---

※[2]セブン&アイ GREEN CHALLENGE 2050について https://www.7andai.com/sustainability/gc_challenge2050/index.html（閲覧日：2023年2月15日）
※[3]セブン&アイ 環境宣言 2020年度（2020年分） https://www.7andai.com/sustainability/gc_challenge2020/2020_02_7andai.pdf（閲覧日：2023年2月15日）

取組概要

当該事業者の取組の概要・ポイントを冒頭に掲載。

基本方針

脱炭素化に資する取組の全体像と基本方針、社内の検討体制について紹介。

4. 取組事例
事例1：セブン&アイ・ホールディングス

具体的な取組内容例

プラスチック対策や食品ロス・リサイクル対策推進に向けて、消費者の行動変容を促すため、ポイント付与の仕組みを効果的に活用。

● **プラスチック対策例：PETボトルの回収**
✓ 約2500店舗にペットボトル回収機を設置し、持ち込込込に応じてポイントを付与することで高い回収率を維持
✓ 回収したペットボトルはリサイクル業者等と連携して再製品化しており、循環型リサイクルを実現

● **食品ロス・リサイクル対策例：セブンイレブンエシカルプロジェクト**
✓ 消費期限の近い対象の商品に5%分のポイントを付与

情報発信の内容例

「GREEN CHALLENGE 2050」の特設サイトを通じて、消費者向けに複数のコンテンツを発信。

● **消費者向けのコンテンツ例**
✓ セブンイレブンやイトーヨーカドー等、各事業会社のTwitter等で広く啓発

● 6月の環境月間において「地球にやさしいくらし」テーマに特設サイトを設置
● ペットボトル資源の再活用等グループで実施している資源循環の取組を掲載。

● 食品ロス削減及びプラスチック等の資源の有効活用に向けた取組を促進させるためのプロジェクト
● 絵や写真、クイズ等を盛り交ぜながら消費者理解を深める工夫がされている

● 「1日1つづつ、1日1つづつ食べる」をコンセプトに、家庭であまり残らない食材を無駄にしないレシピを掲載
● 食品ロス削減のポイントや食料保管方法等のコツを紹介している

※[2]セブン&アイのGREEN CHALLENGE 2050 セブンイレブンの取組 https://www.7andai.com/sustainability/gc_challenge2050/index.html（閲覧日：2023年2月15日）
※[3]セブン&アイ GREEN CHALLENGE 2050について https://www.7andai.com/sustainability/gc_challenge2050/index.html（閲覧日：2023年2月15日）

取組内容例

具体的に実施している取組の内容やその狙いについて掲載。

情報発信例

消費者やステークホルダーに対して取組の内容を伝えるための情報発信の例を紹介。

