

我が国におけるカーボン・オフセットの 取組活性化について（中間とりまとめ）

平成 23 年 9 月

カーボン・ニュートラル等によるオフセット活性化検討会

目次

はじめに.....	3
1. 背景.....	3
2. 本検討会の設置および主な検討項目.....	5
3. 中間とりまとめの全体構造.....	6
カーボン・オフセットの現状.....	7
1. カーボン・オフセットの基本要素と分類.....	7
2. カーボン・オフセットの取組状況.....	9
3. カーボン・オフセットに利用されるクレジットの状況.....	12
4. カーボン・オフセット関連制度・施策.....	14
5. カーボン・オフセット普及に向けた枠組み.....	18
6. 今後のカーボン・オフセット市場規模.....	20
7. まとめ.....	21
今後の取組の方向性.....	22
1. カーボン・オフセットの取組の高付加価値化等による制度改善.....	22
1.1. カーボン・オフセットの概念や意義等の整理.....	22
1.2. 現行認証制度の改善に向けた基準類の整備.....	25
1.3. 取組効果の評価に関する考え方の整理、成功事例の収集・発信.....	31
1.4. 商品・サービス等、区分ごとの取組手法の標準化.....	33
1.5. 他施策と連携したカーボン・オフセットの促進策の検討.....	34
1.6. カーボン・ニュートラル認証開始に向けた概念整理.....	35
2. 消費者への理解の浸透、事業者の活動促進.....	37
2.1. 消費者への理解の浸透.....	37
2.2. 事業者によるカーボン・オフセットの取組の促進.....	39

2.3.重点取組分野の設定	41
3. カーボン・オフセット推進体制の強化	43
3.1. カーボン・オフセット普及促進母体の活性化.....	43
3.2. 地方独自の取組の推進.....	45
3.3. オフセット・プロバイダーの活用推進.....	45
3.4. 認証を行う主体の多様化と認証プログラムや認証主体の質の確保	46
4. 東日本大震災からの復興の過程における役割	48
5. 活性化方策の戦略的な実施とフォローアップ	50
おわりに.....	53
カーボン・ニュートラル等によるオフセット活性化検討会 委員名簿.....	54
カーボン・ニュートラル等によるオフセット活性化検討会 開催実績.....	55

添付資料：

カーボン・ニュートラル認証基準

カーボン・オフセット活性化への提案書(カーボン・オフセット推進ネットワーク(CO-Net)事務局)

カーボン・オフセットの現状とカーボン・ニュートラル(第4回検討会参考資料2)

はじめに

1. 背景

地球温暖化が最も重要な環境問題の一つとして認識されつつある中、我が国においては、京都議定書に基づく温室効果ガスの6%削減目標の確実な達成を目指すとともに、2020年に1990年比で25%削減（すべての主要国による公平かつ実効性のある国際枠組みの構築および意欲的な目標の合意を前提）、2050年に1990年比で80%削減という意欲的な目標を掲げ、国内外での排出削減・吸収に取り組んできた。

平成22年3月には、我が国の地球温暖化対策の基本的な方向性を明らかにするため、地球温暖化対策に関する基本原則や国、地方公共団体、事業者及び国民の責務、温室効果ガス排出削減に関する中長期的な目標等を規定した「地球温暖化対策基本法案」が閣議決定、国会提出された。

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・吸収量により創出されたクレジット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う。様々な温暖化対策がある中で、カーボン・オフセットは、産業、運輸、業務、家庭といったあらゆる分野における社会の構成主体が排出量の見える化や排出削減に取り組むためのツールとして捉えることができ、継続的な取組によりライフスタイルや事業活動を低炭素型へのシフトに貢献するとともに、温室効果ガス排出削減・吸収クレジット（以下「クレジット」という。）の取得を通じ、当該クレジットを創出する国内外の排出削減等のプロジェクトが実施される地域への資金等による支援の流れを作り出すことで、長期的に地球温暖化対策に貢献する有効な手段として、さらには、雇用促進や地域活性化等の効果を発揮することも期待されている。

環境省では、このカーボン・オフセットの取組の信頼性を高めるため、「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について（指針）」（平成20年2月）や「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」（平成21年3月）の策定や、オフセット・クレジット（J-VER）制度（平成20年11月）の創設等、様々な措置を講じてきた。その結果として、国内外でカーボン・オフセットに活発に取り組む動きがみられている。一方で、国内における温室効果ガスのオフセット量は約46万t-CO₂にとどまっており、アンケート等によると、消費者における認知度が低く、事業者にとっても仕組みが分かりにくいという指摘がなされている等、今後もより一層の促進のためにはいくつかの課題が存在している。また、従来の取組を更に進め、温室効果ガス排出量の全量をカーボン・

オフセットする「カーボン・ニュートラル」が海外で注目されるといった取組意識の高まりもみられることから、このような先進的な取組を含めて一層の活性化方策について検討していくことが重要である。地方公共団体や、海外における新たな動きも参考にし、既存制度の改定や新たな基準の策定も視野に入れながら、カーボン・オフセットの一層の活性化について検討を行うために、平成 23 年 4 月から、有識者からなる「カーボン・ニュートラル等によるオフセット活性化検討会」が設置された。本報告書は、本検討会でカーボン・オフセットの一層の活性化方策について議論された課題と今後の方策について中間的に取りまとめを行うものである。

2. 本検討会の設置および主な検討項目

前項で述べたカーボン・オフセットの取組の問題点を踏まえ、以下の点をカーボン・オフセットの取組の一層の活性化に向けた主な検討項目とするため、環境省により本検討会が設置された。なお、カーボン・オフセットの取組の現状に関しては次章において詳述する。

カーボン・オフセットに係る制度の改善

- ・カーボン・オフセットの取組の高付加価値化
- ・カーボン・オフセット認証制度の利便性の向上
- ・消費者への理解の浸透
- ・地方公共団体や民間の多様な主体の取組推進

カーボン・ニュートラル認証

- ・国内外の取組事例を踏まえ、「カーボン・ニュートラル」の考え方の整理
- ・カーボン・ニュートラル認証の基準、関連ガイドライン等の整備と現行の指針での位置付け

3. 中間とりまとめの全体構造

「はじめに」では、検討の経緯や背景、検討事項、課題と検討の方向性との対応関係及び中間とりまとめの全体構造について記す。

「カーボン・オフセットの現状」では、カーボン・オフセットの現状について、カーボン・オフセットの定義、分類、取組状況、カーボン・オフセットに利用されるクレジットの状況、現行のカーボン・オフセット認証制度、カーボン・オフセット普及に向けた枠組、カーボン・オフセット関連制度・施策、今後のカーボン・オフセット市場規模について記す。

「今後の取組の方向性」においては、個別の論点ごとに課題を挙げ、取組を進めるに当たっての留意点として、検討会委員から頂いた意見を整理し、検討会において議論された結果として、今後の方針を記す。

「まとめ」においては、全体のまとめを行い、工程表と今後の継続的な調査、分析について記す。

カーボン・オフセットの現状

1. カーボン・オフセットの基本要素と分類

「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について(指針)」(平成20年2月環境省)では、カーボン・オフセットの基本的要素として、以下の4つの点を挙げている。

自らの行動に伴う温室効果ガスの排出量を認識すること

市民、企業、NPO/NGO、自治体、政府等が、自ら排出削減努力を実施すること

によっても避けられない排出量を把握すること

上記の排出量の全部又は一部に相当する量を、他の場所における排出削減量・吸収量(クレジット)を無効化することによって、埋め合わせすること

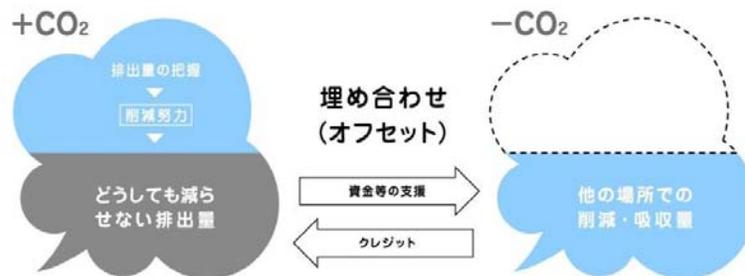


図1：カーボン・オフセットのイメージ

上記の基本的要素を含むカーボン・オフセットは、商品やイベントなど様々な活動に対して行われているが、こうした多様な取組を整理するひとつの考え方として、使用するクレジットの品質及び取組の対象の観点から、「市場流通型」と「特定者間完結型」の2つに大別することができる。

【市場流通型】

市場を通じて第三者に流通するクレジットを活用したカーボン・オフセットであり、オフセットの対象とするものの違いにより、さらに以下の4つに分類される。

商品使用・サービス利用オフセット：商品を製造・使用・廃棄したり、サービスを利用したりする際に排出される温室効果ガス排出量をオフセットするもの

会議・イベント開催オフセット：国際会議やコンサート、スポーツ大会等の開催に伴って排出される温室効果ガス排出量をオフセットするもの

自己活動オフセット：自らの活動に伴って排出される温室効果ガス排出量をオフセットするもの

自己活動オフセット支援¹：商品・サービス(クレジットが付されているもの)を介し、当該商品・サービスを購入・利用する消費者の日常生活などに伴う排出量のオフセットを支援するもの

¹ 「市場流通型：自己活動オフセット支援」は、「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(Ver.1.0)」(平成21年3月環境省)において環境省指針における類型に追加して設定した類型。

【特定者間完結型】

市場を通さずに特定者間のみで実施されるカーボン・オフセットであり、オフセットの対象となる活動から生じる排出量を、市場を通してクレジットを購入することではなく、別途に特定の者との共同等により排出削減・吸収活動を行ったり、植林や間伐を行ったりすることで、温室効果ガス排出の埋め合わせを行うもの。

2. カーボン・オフセットの取組状況

我が国において、カーボン・オフセットの仕組みを利用したと思われる取組は、報道発表されたものだけでも累積で平成 23 年 6 月現在約 1,000 件把握されている。

市場流通型の商品使用・サービス利用オフセットの事例数が最も多く、約半分を占めているが、特定者間完結型の取組事例数も顕著に増加しており、市場を流通するクレジット以外の排出削減・吸収量を利用した多様なカーボン・オフセットの取組が増えてきていることがうかがえる。

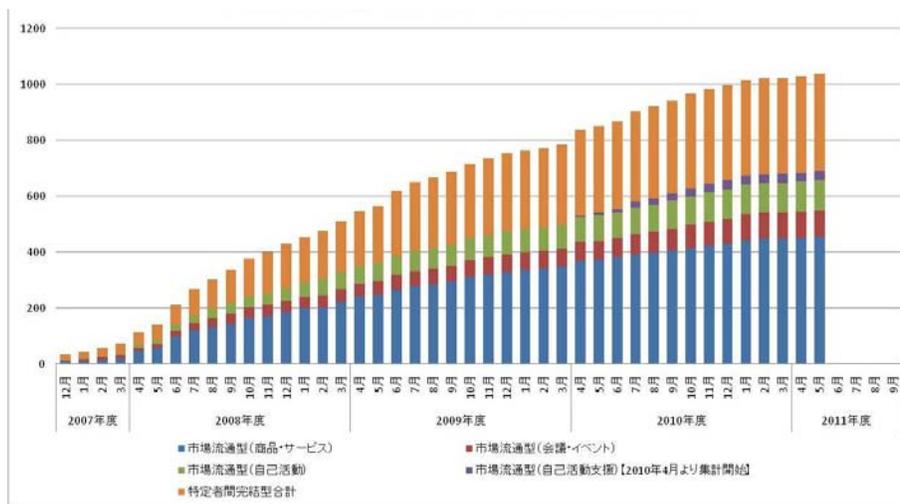


図 2: 国内におけるカーボン・オフセットの事例件数 (推移) (平成 23 年 5 月末現在)

表 1: 区分別取組事例数と認証件数の比較 (平成 23 年 5 月末現在)

オフセット区分	国内事例件数(約)	認証件数	認証/事例の割合(約)
I-1 商品・サービス	460件	40件	9%
I-2 会議・イベント	90件	8件	9%
I-3 自己活動	110件	4件	4%
II 自己活動支援	30件	9件	30%

これらの取組の中で、オフセット認証制度を利用しているのは全体の約 9% となっている (区分ごとの認証割合は表 1 参照)。そのうち、地方公共団体でオフセット認証制度を利用した取組は現在のところ 2 件にとどまっている。

上記のように取組件数が増加する一方で、「環境にやさしい企業行動調査 (環境省)」の平成 20 年及び平成 21 年のアンケート結果によると、「取り組んでいる」及び「今後実施する予定である」とする企業数は、平成 20 年には全体の約 30% に過ぎず、また平成 21 年にはその割合が約 20% に減少しているため、同じ企業が繰り返し商品等を提供しているだけで、取組主体数は増加していないことが推測される。なお、企業がオフセットの取組を行うに当たり行政に望む声としては、オフセットに

取り組む相談支援と、先進的な取組事例の紹介の拡充が求められており、今後の課題と認識される。

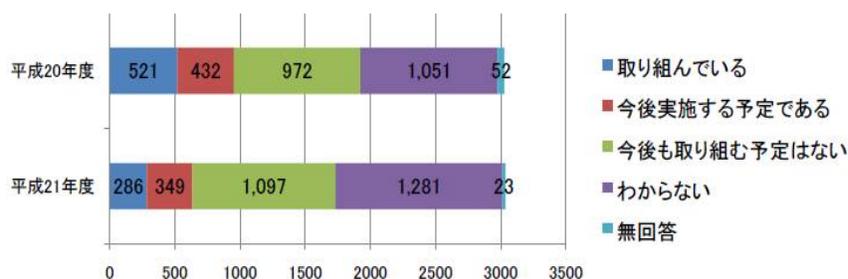


図3：企業のカーボン・オフセット取組状況（平成21年度環境にやさしい企業行動調査（環境省））



図4：今後オフセットの取組を行うに当たり、行政に望む支援（平成21年度環境にやさしい企業行動調査（環境省））

カーボン・オフセット商品等は最終的に消費者の目に触れることになるが、消費者における認知度を示す例として、例えば、エコライフ・フェア 2011 において実施したアンケートによると、仕組みをある程度まで理解している割合は35%にとどまり、オフセット商品の存在を知らないという回答は約60%となっている。カーボン・オフセットについての認知度・理解度が高いとはいえないため、社会的評価につながらず、カーボン・オフセットに取り組む意義が希薄となっている現状がうかがえる。

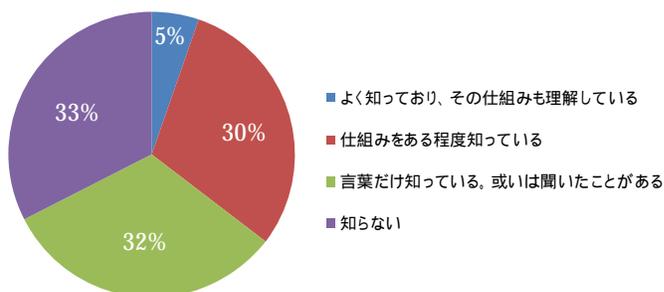


図5：カーボン・オフセットの認知度（カーボン・オフセットフォーラム（J-COF）調べ）

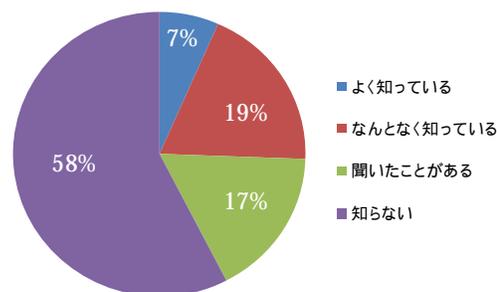


図6：カーボン・オフセット商品の存在（カーボン・オフセットフォーラム（J-COF）調べ）

カーボン・オフセットの取組が普及する中で、国内においてもオフセット・プロバイダーと呼ばれる事業者の活動が活発になってきている。オフセット・プロバイダーとは、市民、企業、NPO/NGO、自治体、政府等がカーボン・オフセットを実施する際に必要なクレジットの提供及び取組の支援、または取組の一部を実施するサービスを行う事業者をいう。具体的なサービスには、クレジットの調達・無効化をはじめ、カーボン・オフセット商品・サービスの企画や温室効果ガス排出量の算定といったカーボン・オフセットの取組全般の支援が挙げられる。オフセット・プロバイダーは、その業務内容から、クレジット創出事業者（需要側）とオフセットに取組む事業者（供給側）を仲介する役割を担っている。

3. カーボン・オフセットに利用されるクレジットの状況

前章で述べたような様々なカーボン・オフセットに利用されるクレジットにはいくつかの種類が存在しているが、カーボン・オフセットの取組の普及には、クレジットの信頼性が担保されていることが必要となる。平成 23 年 6 月末時点で、市場流通型：商品使用・サービス利用オフセットにおける埋め合わせに用いられた排出削減・吸収量の種類の内訳を見ると、クリーン開発メカニズム（Clean Development Mechanisms：CDM。以下「CDM」という。）を通じて開発途上国における排出削減・吸収プロジェクトから生成される認証排出削減量（Certified Emission Reductions：CER。以下「CER」という。）が約 82%、次いで、後述するオフセット・クレジット（Japan Verified Emission Reduction：J-VER。以下「J-VER」という。）及び都道府県 J-VER が、それぞれ約 11%、2%となっている。平成 21 年度において約 90%を占めていた CER が減少する一方で、J-VER 等国内産のクレジットが使用される事例が徐々に増加している。J-VER については、認証量 125,491t-CO₂（平成 23 年 6 月末現在）に対し、売買契約成立取引量の月平均は 7,000 t-CO₂ 台となっており、今後取引が活発に行われる余地が残されている。

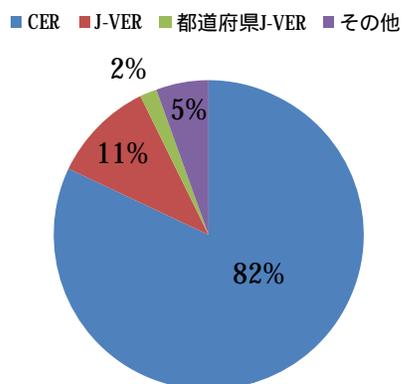


図7：国内におけるカーボン・オフセット事例における使用クレジット（平成23年6月末までの累計）

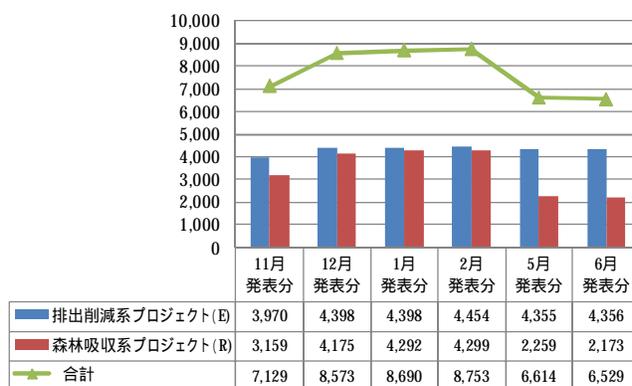


図8：J-VER 売買契約成立分の合計値（取引量）（平成 23 年 6 月末時点：都道府県 J-VER を除く）

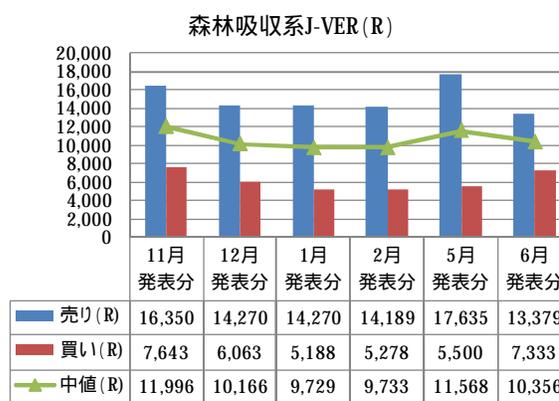
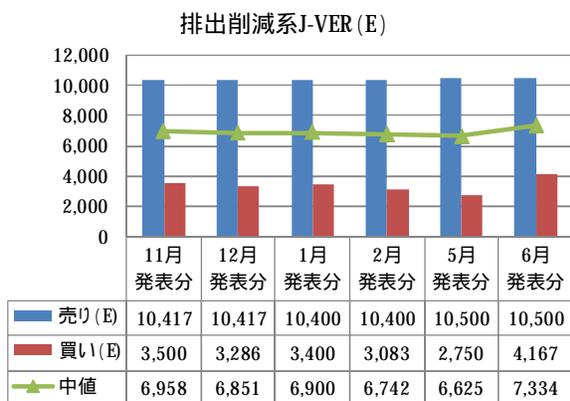


図9：J-VER 取引参考気配の調査と価格の傾向（一部の事業者からのヒアリングに基づく、平成 23 年度 6 月末現在の値）

なお、取引量が増加しない一つの要因として J-VER の価格が他のクレジットと比して高額となっている点が挙げられる。

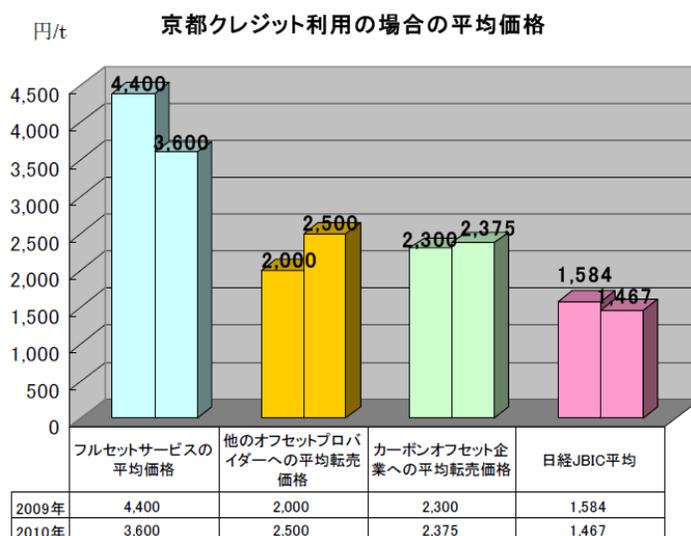


図 10 : 京都クレジット利用の場合の平均価格
(2011 年国際協力銀行 (JBIC) 調べ)

平成 22 年度 1 月現在の削減及び吸収プロジェクトからの J-VER クレジット平均価格は、約 8,000 円である。例えば京都クレジットの日経 JBIC 平均価格は平成 22 年度末の価格 (約 1,500 円) と比すると、5 倍以上の差があることになる。

4. カーボン・オフセット関連制度・施策

環境省では、カーボン・オフセットの信頼性構築のため、「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について（指針）」（平成 20 年 2 月）をはじめとし、信頼性構築のためのさまざまな制度作りを実施してきた。

カーボン・オフセットの取組に関連する認証制度としては、「知って、減らして、オフセット（埋め合わせ）」という一連のしるいと行為を認証する「カーボン・オフセット認証制度」と、カーボン・オフセットに用いられることを主目的として国内の温室効果ガス排出削減・吸収量をクレジットとして認証する「オフセット・クレジット（J-VER）制度」の 2 つが運営されている。

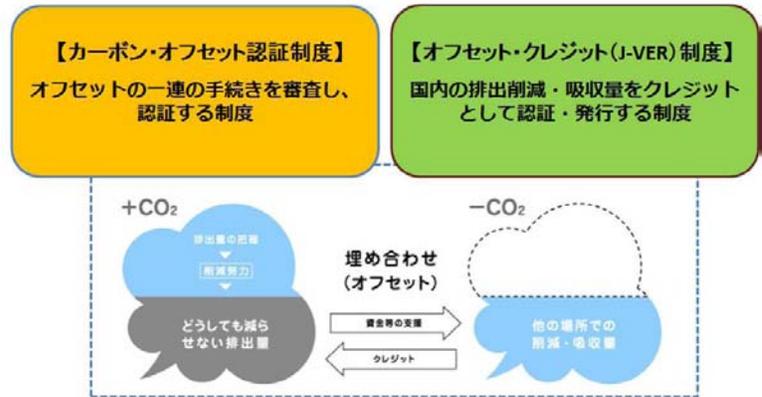


図 11：カーボン・オフセットに関する二つの認証制度

カーボン・オフセット認証制度（以下「オフセット認証制度」という。）は、カーボン・オフセットの取組に対する信頼性の構築を目的として、平成 21 年 4 月に環境省が策定した第三者認証基準に則して創設された制度である。オフセット認証制度は、個別のカーボン・オフセットの取組が認証基準に準拠しているかを確認し、カーボン・オフセット認証ラベル（以下「オフセットラベル」という。）を付与する第三者認証と、オフセット・プロバイダーの業務を確認し、その結果を公表するあんしんプロバイダー制度の 2 本柱の制度体系となっている。平成 23 年 6 月末現在、61 件のカーボン・オフセットの取組が認証され、10 社のオフセット・プロバイダーが同制度への参加を行っている。

オフセット・クレジット（J-VER）制度（以下「J-VER 制度」という。）は、カーボン・オフセットの取組を行う消費者や事業者等が、カーボン・オフセットをより身近に感じることができるよう、海外で実施された温室効果ガス排出削減・吸収活動から生じる京都メカニズムクレジット（特に CER）以外にも国内の温室効果ガス排出削減・吸収量をカーボン・オフセットに用いたいというニーズを踏まえ、平成 20 年 11 月に創設された制度である。J-VER 制度により認証されたクレジットがカーボン・オフセットに用いられることにより、これまで CER を活用したカーボン・オフセットの取組によって実質的に海外に向かっていった資金が国内に還流することとなるため、グリーン・ニューディールの一環として位置づけられ、国内投資の促進、雇用の確保、地域経済の活性化といった効果も期待されている。平成 23 年 6 月末現在 135 件のプロジェクトが登録され、125,491t-CO2 が認証されている。

上記のオフセット認証制度及び J-VER 制度を含め、その他のカーボン・オフセットの取組に関連する制度や施策を以下の表にまとめる。

【カーボン・オフセットの手續に関連する制度・施策】

カーボン・オフセット認証制度で扱うカーボン・オフセットの「排出量の認識、削減努力、クレジットの取扱い(無効化による相殺)」の手續に関連する各種制度及び施策として以下のようなものがあげられる。

表2: 排出量の認識、削減努力、クレジットの取扱い、無効化、情報提供の、いずれかのステップに関連する制度²

制度	排出量の認識	削減努力	クレジット(相殺)	概要
カーボン・オフセット認証制度				「知って、減らして、オフセット(埋め合わせ)」という一連の手續と行為を認証する制度。削減努力を行っているか、排出量と埋め合わせに用いられるクレジットの量が対応しているか、クレジットは埋め合わせのために無効化されているか、消費者への情報提供は十分かが審査される。
温室効果ガス算定・報告・公表制度				地球温暖化対策の推進に関する法律(平成20年6月改正)に基づく算定・報告・公表制度において、対象となっている事業者は、調整対象となる温室効果ガス排出量から、償却前移転を行った算定割当量、あるいは排出量調整無効化をした国内認証排出削減量(オフセット・クレジット等)を差し引いて、調整後排出量として報告することが、平成22年度より可能となっている。
交通・観光カーボンオフセットガイドラインの策定及び支援システム		()		カーボン・オフセット導入に際しての統一的なガイドラインを交通エコロジー・モビリティ財団が策定(国土交通省推奨)し、ガイドラインに沿った取組を可能とする交通・観光関係事業者向けカーボン・オフセット支援システムを構築している。

² その他、東京都、埼玉県、岐阜県、京都府、大阪府等、いくつかの地方公共団体でも、条例に基づきクレジットによる相殺を認める制度を実施している。

制度	排出量の認識	削減努力	クレジット (相殺)	概要
環境家計簿(えこ帳)			-	家庭におけるエネルギー等の使用量を入力すると、温室効果ガス排出量が算定され、データ化されるシステム。
カーボン・フットプリント制度			-	商品の一生(原料から廃棄まで)で排出されるCO2を商品にマーク表示する仕組み。
エコアクションポイント	-		()	ポイントをためると、ポイント数に応じてクレジット購入が可能。
チャレンジ 25 キャンペーン	-		-	1990年比25%削減目標の公表を受け、政府では地球温暖化防止のための国民運動として平成22年1月より「チャレンジ25キャンペーン」を実施するなかで、オフィスや家庭などにおいて実践できる温室効果ガス削減に向けた具体的な行動として提案されている「6つのチャレンジ」のひとつとして、カーボン・オフセットが位置づけられている。
グリーン購入法	-	()	-	国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律(グリーン購入法)に基づき、事業者による環境負荷の低減に資する原材料、部品、製品及び役務(以下「環境物品等」)の調達を推進するグリーン購入の取組みにおいて、「環境物品等の調達の推進に関する基本方針」の「3. その他環境物品等の調達の推進に関する重要事項」において、「第1章6」に述べるカーボン・オフセット認証ラベルを参照することが明記されている。

(): 言及はされているが、要求事項ではないステップ

【温室効果ガスの削減・吸収量を認証する制度】

温室効果ガスの削減・吸収量を政府機関、地方公共団体³、審査機関等による確認により、環境価値として認証する制度として以下のようなものがあげられる。

表 3: 政府機関、地方公共団体、審査機関等による確認により、削減・吸収量を環境価値として認めるもの

制度名	概要
オフセット・クレジット（J-VER） 制度【環境省】	カーボン・オフセットに用いられることを主目的として国内の温室効果ガス排出削減・吸収量をクレジットとして認証する制度。
都道府県 J-VER プログラム認証 【環境省】	J-VER 制度の一部であり、J-VER 認証委員会が、都道府県が実施する温室効果ガスの削減・吸収量の認証プログラムについて、J-VER 制度への整合を確認・認証するしくみ。
新潟県オフセット・クレジット制度 【新潟県】	上記都道府県 J-VER プログラム認証を受けた新潟県による温室効果ガスの削減・吸収量の認証制度。
高知県 J-VER 制度【高知県】	上記都道府県 J-VER プログラム認証を受けた高知県による温室効果ガスの削減・吸収量の認証制度。
自主参加型国内排出量取引制度 (JVETS) 【環境省】	温室効果ガス排出削減設備に対する設備補助、一定量の排出削減の約束（温室効果ガス排出総量目標）、排出枠の取引により、費用対効果に優れた形での温室効果ガス排出削減を実現する制度。排出量取引の試行的実施の参加類型の一つ。
国内クレジット制度 【経済産業省・環境省・農林水産省】	大企業の技術・資金等を提供して中小企業等が行った温室効果ガス排出抑制のための取組による削減量を認証する制度。大企業は自主行動計画等の目標達成のためにクレジットを活用。
グリーンエネルギー認証制度 【グリーンエネルギー認証センター】	自然エネルギーによって生み出された電力・熱のもう一つの価値、即ち省エネルギー(化石燃料削減)・排出削減などといった価値を認証するシステム。

³ その他、地方公共団体により同種の取組がいくつか行われている。

5. カーボン・オフセット普及に向けた枠組み

カーボン・オフセットの取組を普及促進するため、環境省では、情報発信のプラットフォームとしてカーボン・オフセットフォーラム(Japan Carbon Offset Forum: J-COF、以下「J-COF」という。)、国と地方公共団体とのネットワーク構築のために「日本カーボンアクション・プラットフォーム (Japan Carbon Action Platform: JCAP、以下「JCAP」という。)」を設置している。また、ビジネスの視点から取組を促進するものとして、「カーボン・オフセット推進ネットワーク (Carbon Offset Network: CO-Net、以下「CO-Net」という。)」が民間事業者により設置されている。

(1) カーボン・オフセットフォーラム (J-COF)

カーボン・オフセットに関する正しい理解の普及や啓発、カーボン・オフセットの取組に関する相談・支援を行うプラットフォームとして平成 20 年 4 月に設置され、各界の第一人者をアドバイザーに迎え、以下のような活動を行っている。

- 低炭素社会の構築に向けたカーボン・オフセットに関する考え方の普及
- 国内外におけるカーボン・オフセットに関する情報収集及び事例・情報の提供
- 国内における J-VER 制度に関する情報収集及び事例・情報の提供
- Web サイトを通じたカーボン・オフセット及び J-VER 制度に関する情報の提供
- カーボン・オフセット及び J-VER 制度に関する普及啓発ツールの作成及び提供
- ワークショップ、オープン・セミナー等の開催運営
- イベントへの出展、カーボン・オフセット EXPO の開催
- カーボン・オフセットに関する相談支援サービス (ヘルプデスク) の提供

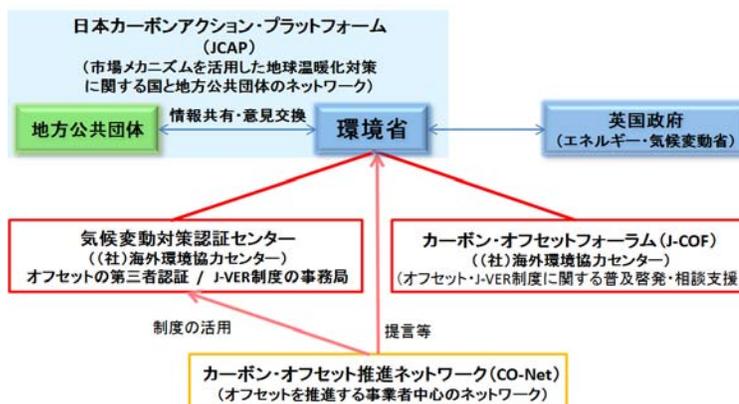


図 12 : カーボン・オフセット普及の為の枠組み

(2) 日本カーボンアクション・プラットフォーム (JCAP)

日本国内における地球温暖化対策、特に、国及び地域における市場メカニズムを活用した各種イニシアティブの重要性が高まっていることを受け、これを強力に推進していくため平成 20 年 6 月に設置された、国と地方公共団体のネットワーク。国と地球温暖化対策に対する関心の高い都道府県や市町村を中心に構成され、市場メカニズムを活用した各種イニシアティブについての情報共有、意見交換を行うとともに、具体的な取組における連携・協力を模索する場となっている。

(3) カーボン・オフセット推進ネットワーク(CO-Net)

カーボン・オフセットの普及を目的とし、企業や地方公共団体が自主的に参加する任意団体。会員企業・団体は平成 23 年 5 月現在 93 団体となっており、主に以下の 4 点を活動の基本方針とし、各種委員会や勉強会、シンポジウム等を開催している。

- カーボン・オフセット等の取組に関する需要喚起と市場形成促進
- カーボン・オフセット商品・サービスの開発及び信頼性向上の支援
- 信頼性の高い炭素クレジットを生み出す温室効果ガス排出削減・吸収プロジェクトの創出支援
- 各制度との連携やカーボン・オフセット活用拡大に向けた提言

6. 今後のカーボン・オフセット市場規模

現在、カーボン・オフセット市場において供給されるクレジット量（供給量）に対して、カーボン・オフセットの取組に活用されるクレジット量（需要量）は少ない。これまでのオフセット認証制度に申請のあった案件 1 件当たりの平均的なオフセット量は約 410 t-CO₂ となる（区分ごとの平均オフセット量については表 4 参照。）が、仮に現在行われているカーボン・オフセットの事例のうちすべてが認証案件と同じ量だけオフセットすると仮定すると、約 46 万 t-CO₂ のオフセットが行われることになり、J-VER 認証量の 125,491 t-CO₂（平成 23 年 6 月末現在）では供給が足りないほどの量となる。単純な比較はできないが、約 46 万 t-CO₂ すべてがオフセットされたとき、京都議定書における -6% の削減約束のうち、京都メカニズムでの確保分 1.6%（20,200,000t-CO₂）と比べても数%にすぎず、まだまだ活用のポテンシャルはあるのではないかと考えられる。

表 4：カーボン・オフセット認証制度 1 件当たりの平均的なオフセット量を
基にした全国のオフセット量の推計

オフセット区分	認証案件 平均オフセット量 (約)	全国事例件数(約) (平成 23 年 5 月末 現在件数)	想定オフセット量
I-1 商品・サービス	450t-CO ₂	460 件	207,000t-CO ₂
I-2 会議・イベント	150t-CO ₂	90 件	13,500 t-CO ₂
I-3 自己活動	795t-CO ₂	110 件	87,450t-CO ₂
II 自己活動支援	240t-CO ₂	30 件	7,200t-CO ₂
(特定者間完結型)	410t-CO ₂	350 件	143,500t-CO ₂
合計			458,650 t-CO ₂

7. まとめ

以上の分析より、カーボン・オフセットの取組への意欲をもつ企業は全体の2割から3割程度であり、その中でも実際にオフセットに取り組んでいる企業におけるカーボン・オフセット認証制度の利用割合は1割を切っていることが分かる。これは、事業者の認知度が低いだけでなく、取組に対する社会的価値につながる消費者の認知度・理解度も低いことがあげられる。さらに、オフセット量も、国内で様々な取組がおこなわれている実態に比べて、極めて低い値にとどまっていることが推測されることから、カーボン・オフセットの意義や効果に鑑みれば、今後の取組規模拡大のポテンシャルは大きいのではないかと考えられる。

また、カーボン・オフセットあるいはオフセットに用いるクレジットに関連する制度は多種存在しており、今後連携を強化することで温暖化対策をより一層促進できる可能性を有している。

これらの可能性を最大限に生かすため、既存の推進母体の強化も含め、今後のカーボン・オフセットの認知度の向上、企業や地方公共団体等、多様な主体による活動促進、及び現行制度の利便性の向上等によりオフセット量を増加させること等の課題に取り組んでいくことが必至であると考えられる。

今後の取組の方向性

前述の「本検討会の設置および主な検討項目」(P.6)について、本検討会において議論された課題と今後の方策について以下のとおり取りまとめを行った。

1. カーボン・オフセットの取組の高付加価値化等による制度改善

1.1. カーボン・オフセットの概念や意義等の整理

(1) 課題

カーボン・オフセットの概念や取り組む意義が分かりにくい等の理由により、カーボン・オフセットの取組が社会的に評価されにくく、取組のすそ野が広がりにくいという状況にある。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- カーボン・オフセットに取り組む目的や、当該取組によってどのように世の中に役立つのか、社会的効果の側面を明確にすることが必要である。
- カーボン・オフセットとは、あらゆる社会の構成主体が参加できる仕組みであるが、社会的認知度を上げ、より多くの参加者を得ていくためには、まずは、市民層を中心に訴えることが重要である。また、これらの取組は、自らの温室効果ガス排出量を認識できる点や、国内の森林保全や温室効果ガス排出削減事業の活性化につながるといった点等を伝えることが重要である。
- 既に取組を始めている関係者にとっても、カーボン・オフセットの考え方や取組が分かりにくい点があることから、これらの考え方の明確化を進めていく必要がある。
- カーボン・オフセットに取り組むインセンティブになるよう、国の地球温暖化対策や、低炭素化社会に向けた排出削減目標に対する有効性を関連付けることが必要である。
- 認証取得は、投資家や評価機関が企業価値を評価する際に参照され、また、企業にとっては企業価値を高めるツールとして活用されることから、認証制度の設計に当たっては認証取得が経済的価値を持つように工夫すべきである。

(3) 方針

カーボン・オフセットの概念、意義、削減努力の重要性等の考え方を、社会的貢献の側面も含めて再整理し、市民や事業者にとって分かりやすい形で説明をしていく必要がある。

また、こうしたカーボン・オフセットの概念・意義等の再整理に加え、カーボン・オフセット取組を広げていくためには、概念・意義等に関連して、取組の現場で誤解や様々な解釈等が生じている事項(カーボン・オフセットに取り組む際の環境価値の帰属、活用できるクレジットの考え方等)につ

いても、事例の提示等により具体的で分かりやすいものとするのが重要である。

ダブルカウントを防止するための措置について

今後、カーボン・オフセットの概念を整理していくに当たり、特に事業者等からの問い合わせの多いクレジットの二重使用（以下「ダブルカウント」という。）についての整理を以下のとおり行った。

現在のカーボン・オフセット認証制度においては、社会全体でオフセットされた量のダブルカウントが生じないように、オフセットの効果を環境価値という言葉に置き換えて、個々のオフセットの取組の中で、環境価値を主張できる者、つまり帰属先を「オフセットの主体」として定めるよう求めている。

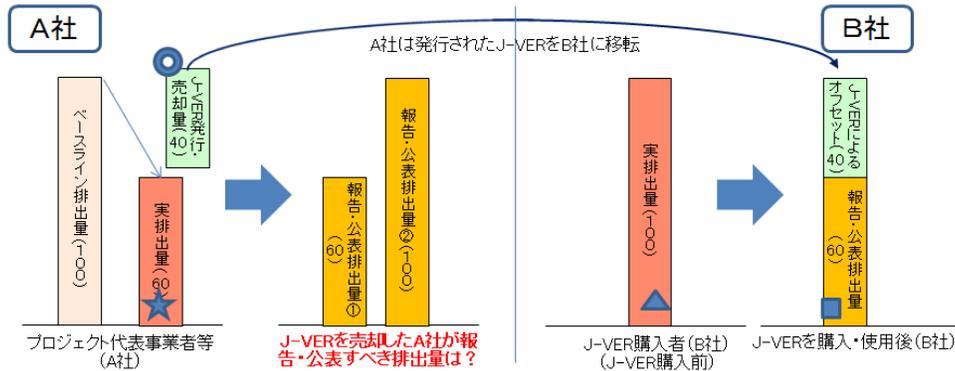
他方、オフセットに用いられるクレジット創出側の対応として、クレジット発行に伴いクレジット量と削減量の間でダブルカウントが生じないように、J-VER 制度において、クレジットの保有は環境価値の帰属先を決める権限を有している状態であると整理した上で、クレジットを創出するプロジェクト事業者に対し、クレジット発行により当該権限がいつでも移転可能な状態になるということから、クレジット発行時に当該クレジット量に相当する温室効果ガス排出量を自らの排出量に上乗せすることを求めている。

こうした前提の下、自ら創出した J-VER を自らの為に無効化する場合、当該行為は「他の場所」での削減活動によって埋め合わせを行うカーボン・オフセットではなく、自らの削減活動そのものに他ならず、こうしたオフセットを行うことは適切ではないが、自ら創出した J-VER を用いた場合であっても、オフセットの主体を自者以外に設定するのであれば、カーボン・オフセットに用いることも可能となる。

なお、この場合、自者の範囲としては、カーボン・オフセットが温室効果ガス排出量に関する自らの責任の範囲を認識し、まずはその範囲の削減活動を行うことを前提としており、法人内のクレジットの取引等を想定していないことから、法人を最小単位とすることが適当であると考えられる。

ダブルカウントを防止するための措置について

<J-VERを発行・移転する場合>



- ・ A社とB社の、J-VER発行・移転後の合計の実排出量は、60(☆)+100(△) = 160
- ・ B社は、J-VERを使用しオフセットしているため、対外的な報告・公表排出量を60(□)と主張する理がある。
- ・ 一方A社が、実排出量である60(☆)を報告・公表排出量とすると、A社とB社のJ-VER移転後の合計の報告・公表排出量は60(☆)+60(□)=120となり、両社の実排出量の合計160(☆+△)と一致しない。
- ・ これはA社が、環境価値を移転しておきながら、自らの排出削減としてダブルカウントしていることに起因している。

- したがってA社は、実排出量の60(☆)ではなく、J-VER発行・移転量を加えた値である100(☆+◎)を排出量として報告・公表(=J-VER発行・移転量を実排出量に上乘せ)することが必要である
- ⇒ この措置により、A社とB社の合計の報告・公表排出量は160((☆+◎)+□)となり、実排出量と一致する。

<自社のためにJ-VERを発行、無効化する場合>

- 「自らの」排出削減努力にもかかわらず、排出してしまった温室効果ガスを他者・他所の排出削減プロジェクト等によって埋め合わせするのが、オフセットの基本的な考え方である。
- 自社クレジットが発行された場合、X社はダブルカウント防止措置として排出量の上乗せすることが必要であり、下記の例であれば当該クレジット量の50t-CO2分上乗せされるため、対外的に報告する排出量はいったん300t-CO2となる。
- さらに当該クレジット量を自分のために無効化した場合、対外的な報告・公表排出量は300t-CO2から250t-CO2となり、結果としてX社の対外的な報告・公表排出量は無効化の前と後で変化していない。
- X社の排出量は、J-VERが発行される以前の排出量300t-CO2から、50t-CO2削減した250t-CO2となっているが、この50t-CO2は「自らのクレジット=自らの排出削減・吸収」そのものにほかならないのではないか。
- 自ら創出したJ-VERを自分のために無効化するのであれば、上乘せ分は、もともと当該J-VERの発行に伴い生じたものであるから、削減の実態に合わせて、当該上乘せ分が打ち消されたと考え、自社の創出したJ-VERを自らの活動のオフセットに用いることは適切でないと考えられる。

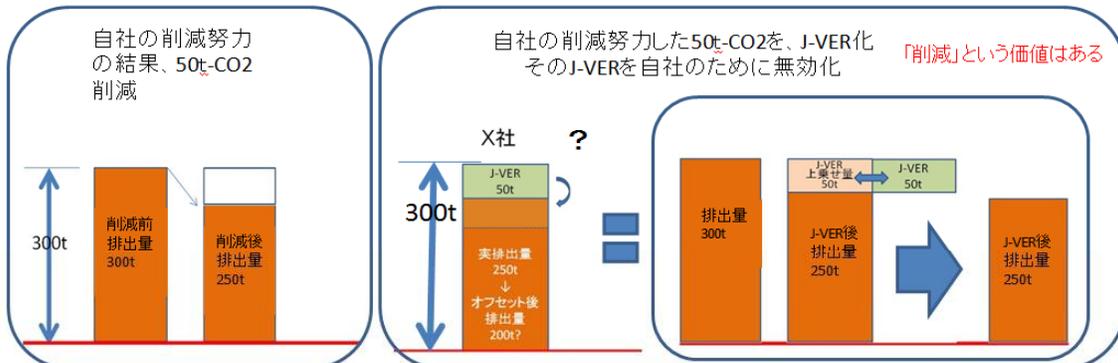


図 13：J-VER 制度におけるダブルカウントの考え方の整理（1/2）

ダブルカウントを防止するための措置について

【自社とそれ以外(他の場所)の区別】

特に会社には関連会社、子会社等様々な種別があるが、カーボン・オフセットにおける「自社」の単位について一定の整理を行っておかないと、使用可能なクレジットの理解について混乱が生ずる恐れがある。

- 原則として、「法人」を最小単位とすること。
- ただし、カーボン・オフセット及びカーボン・ニュートラルは、(気候変動要因としての)温室効果ガス排出量に関する自らの責任の範囲を認識することを前提としている制度であることから、当該オフセットに関する責任(あるいは環境に関する社会的責任)が及ぶと自ら認識する範囲を統合する観点から、法人を連結して範囲を決定することは望ましい。
- 事業所単位での取組においても、法人内におけるクレジットの取引は想定せず、「法人」を最小単位とする原則が適応される。

図 13 : J-VER 制度におけるダブルカウントの考え方の整理 (2/2)

1.2. 現行認証制度の改善に向けた基準類の整備

1.2.1 温室効果ガス排出削減以外の環境配慮の観点の組み込み

(1) 課題

カーボン・オフセットの取組は、自らの温室効果ガス排出量を把握し、削減を進めるツールであるが、カーボン・オフセットの取組やクレジット創出プロジェクトの実施により、温室効果ガスの排出削減・吸収のみならず、同時に、廃棄物の減量や適正処理の推進、植林・森林保全やそれを通じた生物多様性の保全等、温室効果ガスの削減以外の環境保全上の効果(コベネフィット)もあるが、これらが適切に評価されていない。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- コベネフィットに関しては、例えば、オフセットラベルの横に生物多様性等、プラスアルファの情報として記載してはどうか。消費者に訴えるという観点においては、定性的な内容のみならず、可能な限り定量的な表現ができるようにした方が良い。定量化が難しければ、段階分けや評価レート(星)などある程度の効果の程度が掴める方法も考えられる。
- オフセット側とクレジット創出側は表と裏の関係だが、例えば、生物多様性に配慮したプロジェクトから生じたオフセット・クレジット(J-VER)を使った場合、オフセット側で評価をするような仕組みを構築してはどうか。両方がうまく関連付けられれば、コベネフィットの取組の宣伝ができる。

(参考) コベネフィットの評価事例

< Climate, Community, and Biodiversity Standards (CCBS) >

コミュニティの利益や、生物多様性の利益にも資するようなコベネフィットを評価するところに特徴があり、多くの場合、CDM や VCS (「Verified Carbon Standard」の略称。海外における VER 制度の草分け的存在。) といった他の制度と併せて用いられる。妥当性確認及び検証審査の際には、排出量の算出に係る事項だけでなく、コミュニティや生物多様性に対する便益についても、第三者審査機関による確認を求めている。いくつかの非営利団体によって組織される The Climate Community and Biodiversity Alliance (CCBA) が運営事務局となっている。

< Gold Standard (GS) >

Gold Standard では、CDM や JI プロジェクトについて、持続可能な発展との観点を加えてさらに評価する仕組みのほか、それ以外の VER プロジェクトについて制度基準に基づいて評価する仕組みの双方がある。現在のところ、再生可能エネルギーや省エネに関する方法論を有し、持続可能な発展に資するかどうかを重要な点としている。約 60 の NGO の支援のもと、スイスにある事務局が運営している。

- ・(持続可能な開発へ向けての) パラダイム・シフトをもたらすようなエネルギー技術
- ・追加性と持続可能性
- ・環境 NGO による広範なサポート

という基準に基づき、再生可能エネルギーに関するプロジェクト及び消費側でのエネルギー効率向上プロジェクトのみを対象としている。

(3) 方針

確実な削減努力を行っていることを確認した上で、例えば、オフセットの取組内容に応じ、3R の推進、生物多様性の保全等の温室効果ガス削減以外の環境保全効果を追加的に評価することができないか検討する。

その際、カーボン・オフセットの取組において、温室効果ガス削減以外にもどのような環境保全上の効果が生じているのか、そうした効果に係る定量・定性評価の議論が現状どのように行われているかについて情報収集を行いつつ、カーボン・オフセットの取組における環境配慮の効果を把握・評価する手法を検討し、追加的に評価することが可能な取組については、カーボン・オフセットに関する情報提供やオフセットラベル使用において、積極的にこれらの意義を PR できるようにする方向で検討する。

1.2.2 ラベル表記に関するルールの整理

(1) 課題

カーボン・オフセット認証制度において認証された取組に対してオフセットラベルの使用が認められているが、認証された取組のブランドイメージ向上のための工夫がなされていない。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- ラベル表示において、他のラベルも参考に、いかに消費者の目にとまって、消費者にとって分かりやすい簡潔な情報を提供できるかが重要である。
- ラベル表記において付加価値を高めるということは、他との差別化を意味する。例えば、全国同じラベルをベースにし、地方名・認証機関名を入れてもらう等の工夫が考えられる。
- ラベルへの情報付加については、現在もラベルの横に説明が書いてある事例が多いが、その説明の書き方はどこまでが適切で、どこからが不適切なのか、事務局に詳細な相談をしながら進めているという現状があることから、いくつかケースを挙げて、表現例をガイドラインで示しても良いのではないか。
- オフセット側とクレジット創出側の地産地消に取り組みたいというのであれば、「 県のクレジットを活用した商品です」という情報を書けるのも良い。マークの横に書く方法やとマークの限られた面積の中で書く方法の両方を試みてはどうか。
- 認証主体の情報だけでなく、それ以外にもクレジットの創出主体の情報などかなり自由度を持った情報を書けると良い。

(参考) ラベルの事例

<カーボン・オフセット認証ラベル>



<EU エコラベル>



<エコマーク>



<JIS マーク>



(3) 方針

ラベリングは情報提供ツールの中でも最も有用かつ効果的なものの一つとして、環境分野の様々な制度・取組においても実施されている。オフセット認証制度においても認証案件にはオフセットラベルの使用が認められるが、現行のラベルを基調としながらも、取組のブランドイメージを高め、取組のインセンティブが高まるようなラベリング方法の検討を進める。

各地で行われているオフセットの取組について、消費者等がそれぞれの特徴を身近に捉えることができるようにするため、第三者認証基準に則った認証を行う主体の多様化を図りつつ、あわせて認証案件について、カーボン・オフセットに関する情報提供やラベル使用において認証主体情報を記載できることとする等、差別化を図る方向で検討を進める。また、消費者がこうした付加的情報を目にした際、その意味を理解し、比較することができるよう、ラベル情報等のデータベースの構築を検討する。

1.2.3 規程類の見直し（平易化、他制度の活用等）

（１）課題

現行の規程類（基準・ガイドライン等）には、専門用語の難解な表現が散見され、認証に係る要求事項が不明確で混乱を招きやすく、また、策定後、改定を重ねたことにより分量が増えていることから、申請者以外に知見を有する専門家等の手助けがなければ申請が難しい状態となっている。

（２）取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 埋め合わせに重点が置かれるオフセット認証制度と、1トンのCO₂を金銭価値のあるものとして販売するため比較的厳格な算定を求められるクレジット認証とは、数値の質という面で違いがあるため、オフセット認証については、保守性の考え方も取り入れながら、可能な限りシンプルにすべきである。オフセット認証は実際に決められた手順通りに物事が進められているかということとを重視すれば、既存データを使うことは可能となる。公平性が担保できるかと、適切に取組が行われていることを確認できるかが重要である。オフセットの認証についてはできるだけ幅広く認めて普及していく方向にすべき。
- 事業者が規程類を理解し、自己の判断で取組を進められるような制度にしていくべきであり、審査機関は、事業者の取組を補完する立場で取り組むことが重要である。そのためには、取組に対する要求事項が明確に示せるよう、規程類を整理する必要がある。また、申請手続の簡素化を考える際にも、申請者が規程類を理解した上で申請を行うための簡素化ということを念頭に置いて検討される必要がある。
- カーボン・オフセットの概念や認証に係る要求事項の明確化については、現在の規程類では、かなり事業者の裁量に任されている部分があるため、ある程度ルールを明確にすることが事業者の負担の軽減につながると考えられる。具体的には、市場流通型と特定者間完結型の再定義、オフセットに利用可能なクレジットの明確化、環境価値の主張方法に関する再検討及びダブルカウントの防止等が挙げられる。
- 申請から認証までの手続の簡素化に向けては、温室効果ガス排出量算定における重複作業を省略するため、既存データを使う等他制度の活用が必要である。
- 申請された取組案件について、認証の可否の判断に必要な確認項目をリスト化することで、誰でも認証ができるようになるのではないかと。事業者が主体的に取り組んでいることが前提で、検証は、牽制的にサンプリングを適宜行い、確認するというように進めるべきである。検証機関に求められるのは、公平性、透明性が確保され、公平な判断ができることである。
- スコープ3の算定については、スコープ3のガイドライン作成と連携して進めるべきではないかと。

(3) 方針

認証制度を活用しつつカーボン・オフセットの取組を促進していくためには、申請者がその内容を理解でき、申請者の判断で取り組んでいけるような制度とする必要がある。

このため、規程類の表現について重複情報を排除する、平易でシンプルなものにする等の整理を行い、申請者が理解でき、申請者の判断でカーボン・オフセットに取り組めるよう制度の改善を検討する。

また、可能な場合には他制度で取得したデータの活用を位置づけるなどにより、事業者にとって取組に必要な作業の軽減を図ることとする。例えば、事業者は温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル、The Greenhouse Gas Protocol 等に基づき、様々な温室効果ガス関連制度の下で既に温室効果ガス排出量の算定を行っていることが考えられることから、既存の算定結果で可能なものはできるかぎり活用を認めていくことで、申請手続の簡素化をさらに進めることを検討する。

1.2.4 カーボン・オフセットに用いるクレジット制度の環境整備

(1) 課題

カーボン・オフセット及びカーボン・オフセットに用いるクレジット制度については、多くの主体の参加が見込まれるにもかかわらず、当該制度が今後も引き続き安定的に運用できるかどうか不透明な部分があり、制度改善や環境整備における制約となっている。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 海外産のクレジットか国内産のクレジットかという点について、以前財団法人地球環境戦略研究機関(IGES)で横浜市及び北九州市の市民に対するアンケートを行ったところ、カーボン・オフセットは、海外からクレジットを購入するの良くないという意見が寄せられた。オフセットというだけでは国内のクレジットなのか海外のクレジットなのかが分からない場合が多い。それを変えるのも需要を喚起するひとつの要素として必要である。
- カーボン・オフセットの活性化は、需要側の取組活性化が最大の問題である。例えば、高知県の削減プロジェクトのクレジット販売実績が好調な理由として、県が直接企業と協議しながら、顧客へのアピールできるクレジットの活用方法を提案している点や間伐後の林地残材を使用し温室効果ガス削減に取り組んでいるというようなクレジット創出にストーリー性がある点への共感が得られていると考えられる。
- J-VER 創出を検討する事業者においては 2013 年度以降のクレジットの扱いが不明確な状態でプロジェクトの実施に踏み切れない場合も多い。国において、2013 年度以降の J-VER クレジットの取扱方針などを明確化することが望ましい。

- カーボン・オフセットに用いることができるクレジットとして、現在の認証基準では、J-VER と京都クレジットということになっている。一方で、日本には J-VER 以外に国内クレジット、グリーン電力証書、その他地方公共団体認証のクレジットがあることから、カーボン・オフセットに用いることができるクレジットの品質を担保するため、どのような基準を満たすクレジットなら使えるかということを確認にする必要がある。
- 地方公共団体がクレジット創出に関与する場合には、高知県のように、都道府県 J-VER 制度を活用して、認証のための費用を抑えることも可能である。しかし、同制度を活用した場合には、都道府県の財政的な問題も生じることから、一定期間は国が財政的な支援を行うことも検討すべきではないか。道州レベルで地方の認証主体を作るという考え方もある。ただ、財政的な負担が大きい場合、何らかの支援策がないと継続が難しい。
- カーボン・オフセットに用いることができるクレジットの基準を明確にした方が良いが、カーボン・ニュートラルとなると相当量のクレジットが必要になる可能性があり、価格が高い J-VER に限定することは現実的でないのではないかと考える。

(3) 方針

カーボン・オフセットの取組が引き続き関係者間で安心して行われ、取組が拡大していくよう、信頼性の高いカーボン・オフセットの取組や信頼性の高いクレジットの供給などの現行の制度を安定的に運営するとともに、その時々状況に応じて実施状況を点検し、カーボン・オフセットに関する制度改善及び環境整備を継続して行うことが必要である。また、クレジット創出プロジェクトからカーボン・オフセットの取組までの一連のクレジットの流れにストーリー性を持たせることで、クレジット制度とオフセット制度の関連性と透明性の担保を図ることができないか検討する。

1.3. 取組効果の評価に関する考え方の整理、成功事例の収集・発信

(1) 課題

カーボン・オフセットの取組を行った事業者の企業価値向上や地域経済活性化への貢献など、カーボン・オフセットの取組には様々な効果があるが、こうした情報や認識が関係者間で十分に共有されていないことが取組の広がりが進まない一つの原因なのではないかと考える。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 優良な取組事例を収集・公表するほか、うまくいかなかった事例の要因を調査し、今後の取組普及に向けた素地を整えるべきである。その際、カーボン・オフセットの取組がどの程度地域経済の活性化等に貢献しているのかといった社会的側面の効果を評価する手法についても検討を行う

とともに、実際に取り組む際の実用性にも留意する必要がある。

- 内閣府で設置している「低炭素都市推進協議会」等において、積極的にカーボン・オフセットの活用方を提示するなど、地方公共団体の意識を変えるため様々な機会を活用すべきではないか。
- 消費者の理解の浸透や取組の高付加価値化に関しては、いろいろな形での情報発信が不可欠である。高知県の場合は、クレジットの情報に関してホームページで事細かに情報発信している。このことで新たなお客様や取引の申し込みといったサイクルが生まれている。J-COF や CO-Net などいろんなチャンネルで情報発信してもらうことが大切である。
- カーボン・オフセットという言葉は普及しつつあるとは言え、まだ企業が取り組もうとする意欲を駆り立てるまでには至っていない。企業にとっての気づきをどのように促すかが重要である。企業にとっての気づきには、売り上げへの貢献に加えて、ブランディング、企業価値を高めるといった観点によりアピールする方向がある。優良事例が増えれば、それらの事例を真似て他の企業も取り組んでいく。取組を加速するためには、環境大臣賞や総理大臣賞でも良いが、企業の優良な取組を紹介していく仕組みを作り、公表する仕掛けを検討したらどうか。
- 優良事例に対する表彰等を行うことにより、事業者の取組へのインセンティブを強化するとともに、ニュース性を高め、社会的な関心と呼ぶ工夫を行うべきである。既にカーボン・オフセットに取り組んでいる事業者の取組に対するモチベーションをどう維持するかが重要である。取組事業者をアピールする期間を設けることにより、構造的に露出させてはどうか。例えば環境月間、10月の環境にやさしい買い物キャンペーンといった、様々な環境に関わる月間を活用して、既に取り組んでいる事業者をうまくコーディネートするような企画を是非とも考えるべきではないか。
- カーボン・オフセットの認証を取得することによって（掛かった費用に見合う）商品の価値や企業の価値が高められるかは、アピールの方法次第であり、それが普及・促進が進んでいない要因にも関連する。

（3）方針

カーボン・オフセットの取組を行った事業者の価値が向上するよう、地域経済の活性化に貢献しているなど、認証制度では必ずしも捉えきれない側面を含め、優良な取組事例を収集・公表するほか、うまくいかなかった事例の要因を調査し、関係者と共有することで、今後の取組が普及するような素地を整えるべきである。その際、カーボン・オフセットの取組が地域経済の活性化等にどの程度貢献しているのかといった効果を評価する手法についても検討を行うとともに、実際に取り組む際の実用性にも留意する必要がある。

また、これらの優良な取組に対して表彰等を行うことにより、事業者の取組へのインセンティブを強化するとともに、ニュース性を高め、社会的な関心と呼ぶ工夫を検討するべきである。

1.4. 商品・サービス等、区分ごとの取組手法の標準化

(1) 課題

現在のカーボン・オフセット認証基準では、カーボン・オフセットに取り組む者の利便性のために算定範囲等を自由に設定してよい等、取組の程度が事業者の裁量に任されている。一方で、その自由度の高さゆえに、消費者にとっては取組内容が分かりにくく、事業者にとっての検討内容が増加するなどの負担増要因となっている。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- カーボン・オフセットが認知されていない理由として、市場に流通しているオフセット商品が少ないことがある。今後、特定分野を狙って、市場に商品を供給できるように誘導するために、例えば、スーパー等で生鮮食品や洗剤等様々な日用品にターゲットを絞り、オフセットラベルを普及させていくというのが良い。今後の取組の方向性の中に、普及に向けた特定分野の検討を入れるべきである。
- 環境省からグリーン購入法の特定調達品目の提案募集が毎年行われているが、こういう具体的な商品カテゴリの中に、カーボン・オフセット基準に基づく商品群を位置づけてメーカーや事業者がオフセット商品を製造し、それらを地方公共団体や事業者がグリーン購入するという流れを構築する施策が必要ではないか。

(3) 方針

カーボン・オフセットでは、取り組む側の利便性のために算定範囲を自由に設定してよいとしているが、一方で、その自由度の高さが消費者にとっての分かりにくさや、事業者にとっての検討内容の多さなどの負担増にもなっているとの指摘がある。そのため、例えば比較的イメージが固定化しやすい「オフセット商品」や一定のまとまりのある地域等、特定の区分について望ましい算定対象範囲の標準的な設定方法を示すことが可能か検討する。

「オフセット商品」については、それを選択するインセンティブにも限界があることが指摘されており、ターゲット（BtoBなのか、BtoCなのかを含む。）を具体的に定め、関係者との協議の下、評価のためのモデル事業等も実施しつつ、当該分野でのカーボン・オフセットの取組（オフセット商品の開発等）が容易となるような環境づくりを行うことで、取組の集中的かつ効率的な実施を促すことができないか検討する。

1.5. 他施策と連携したカーボン・オフセットの促進策の検討

(1) 課題

カーボン・オフセットに関連する制度は、第 4 章 表 2 及び 3 で示されているように多種多様に存在しているが、これらの他施策との連携が弱く、社会全体におけるカーボン・オフセットの普及促進策を効果的に進められていない。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 利用先の拡大が図られるよう、様々な制度における活用を進めていくことが望ましい。
- 地球温暖化対策地方公共団体実行計画（以下「地方実行計画」という。）との連携を進め、地方公共団体におけるカーボン・オフセットを推進してはどうか。
- 地方にもいくつかの認証制度があるが、同じガイドラインを使い、認証される取組のレベルが同程度であるならば、相互連携を進めることで、2カ所以上の地方公共団体にまたがって事業を展開する事業者の利便性が向上するのではないか。
- 温室効果ガス排出量の把握と削減が必須である「エコアクション 21」との連携を検討すべきである。マネジメントシステムにおいて、カーボン・オフセットの取組を内部化するべきである。内部化により、継続的な取組と取組の恒常的な改善につながり、最終的にはカーボン・ニュートラルに近づくのではないか。
- カーボン・オフセットが「チャレンジ 25」を推進する一手段として位置付けられるとしてもよいのではないか。カーボン・オフセットは民間中心の仕組みであるため、民間事業者等による「チャレンジ 25」とカーボン・オフセットとの関係についての説明があってもよい。
- 環境省において推進しているポイント制度との連携を進め、消費者とカーボン・オフセットとの接点ををもたせるべきではないか。マーケティングに用いられるポイント制度は今すぐにできることとして有効である。
- 低炭素型・省エネ型の設備を導入するに際し、補助金等が用いられる場合には、カーボン・オフセット化やカーボン・ニュートラル化を推奨してはどうか。

(3) 方針

企業における環境開示の議論、投資家の環境投資評価項目検討の動向や CSR の動きを踏まえつつ、各事業者の環境開示項目・評価項目としてカーボン・オフセットの取組を盛り込む、グリーン購入法における位置づけを明確化するなど、事業者にとってのインセンティブ向上につながり、取組が更に広がるような方策を検討する。

また、カーボン・オフセットは一過性のものではなく継続的に進めることが極めて効果的であり、かつ、持続可能な社会の構築に向けても重要な取組であるとの認識が社会的なコンセンサスとなるよ

う、例えば、エコアクション 21 のように事業者の環境への取組に対する継続的改善を促すような仕組みと連携することにより、環境マネジメントのメニューの一つとして位置づけやすくするなど、継続的に取り組む企業を評価する素地を形成する方策について検討する。

1.6. カーボン・ニュートラル認証開始に向けた概念整理

(1) 課題

カーボン・オフセットを更に深化させた取組であるカーボン・ニュートラルは、その取組の規模や削減努力の継続性の観点から、我が国においても多くの主体により行われることが望まれるところであり、実際、我が国においてもいくつかの取組事例が見られるようになってきている。しかし、我が国では、カーボン・ニュートラルの概念は未だ整理されていない状況にあり、今後、より多くの主体により様々な考え方に基つき取組が拡大していく場合、取組の現場では様々な混乱等が生じるおそれがあり、これが、カーボン・ニュートラルに取り組もうとする者の障害となる可能性もある。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- カーボン・ニュートラルの定義について、カーボン・ニュートラルとは何かをきちんと議論する必要がある。カーボン・ニュートラルやカーボン・ゼロ等という表現が最近出てきており、誤解を与える可能性があることに留意する必要がある。
- カーボン・オフセットとカーボン・ニュートラルの相違点を明確にする必要がある。
- 多くの海外企業がカーボン・ニュートラルに取り組んでいる昨今、海外でもその取組がニュートラルだと認められるよう、基準の策定の際には海外のカーボン・ニュートラルの基準に十分に留意する必要がある。
- カーボン・ニュートラルの取組は先進的なものであり、当分の間は、取組事業者を支援していく体制を充実させる必要がある。
- カーボン・ニュートラルの取組の信頼性を担保するために、第三者認証が必要である。
- 普及の観点から、取り組んだ結果を消費者や市場に認知させる方策について議論を行う必要がある。
- 算定対象範囲をどこまで広げるとニュートラルと言えるのか、自社事業の排出量だけなのか、スコープ3も含めるのかという議論が必要である。また、スコープ3を含める場合は、他の事業者の排出量もオフセットすることになるため、ダブルカウントについて十分に留意すべきである。
- カーボン・ニュートラルに用いるクレジットとして新たに国内クレジットを使うことを認めるのであれば、クレジットの質を J-VER に近づけるべきということは意識しておく必要がある。
- カーボン・オフセットの取組の基本的なステップにおいては、削減困難な排出量に対してクレジ

ットで埋め合わせる前に、排出削減努力を行うことを求めているが、この場合、削減努力や削減のための体制の確認は必要であるものの、削減努力の結果、実際に原単位改善や排出量削減が達成されることまで要求し、これを確認するということまでしなくても良いのではないかと。

(3) 方針

事業者等にとって取り組みやすく、また、市民から見て分かりやすく信頼性が確保されたものとなるよう、我が国におけるカーボン・ニュートラルの考え方等を明らかにするとともに、こうした動きを支援するため、諸外国での取組状況や国際的な動向との調和を図りつつも、我が国で既に取り組まれているカーボン・ニュートラルに係る事例を把握し、我が国で取り組む上での課題を整理するとともに、これまでカーボン・オフセットの推進に関わってきた様々な関係者の意見を聴取しながら、事業者が取り組むに当たっての指針・基準の策定を進める。また策定後も、モデル的な取組を支援することにより得られた知見等を積極的に反映すること等により、カーボン・ニュートラルの考え方や指針・基準がより使いやすいものとなるよう、また、信頼性の高いものとなるよう、カーボン・オフセットの規程類の平易化等の見直し作業にも留意しつつ、改善に努めることが重要である。

2. 消費者への理解の浸透、事業者の活動促進

カーボン・オフセットの取組活性化において、オフセット商品等を企画・提供する事業者及びそれらを手にする消費者は、重要なステークホルダーである。当検討会では、カーボン・オフセット活性化に向けて、これらのステークホルダーに対するアプローチにおける各課題・論点を抽出し、取組を進めるに当たっての留意事項、方針を以下のように整理した。

2.1. 消費者への理解の浸透

(1) 課題

カーボン・オフセットの取組に対する消費者への理解の浸透がなかなか進まない理由としては、カーボン・オフセットの概念・取組情報が理解されにくい点、及びカーボン・オフセットの取組情報が消費者の目に届いていないという二点が挙げられる。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 市民・消費者心理を鑑みると、市民・消費者のオフセット活動がどれほど社会に貢献しているかという大義が重要であり、市民・消費者全員が参加できる仕組みづくりが必要である。
- カーボン・オフセットは間接的に排出量の削減に貢献する取組であり、取組の成果が形として見えにくい点、一般的には理解が進まない問題があるが、環境意識の高い層をターゲットにクレジットを活用する合理性やメリットの認識を高める等の告知の工夫が必要である。
- カーボン・オフセットの概念・取組情報が理解されるための効果的な広報には、分かり易さと繰り返しニュース化されることが効果的と考えられる。具体的には、公共広告機構のコマーシャル、節電に対する「ポイント制度」のようなオフセット商品を購入すればポイントがつく等の仕組みづくり、子どもに対して訴える視点、ストーリー性、シナリオやイメージづくり等が有効である。
- オフセットの理解を促進させるアプローチの一つとして、社会的影響力のある著名人を介した広報が必要である。
- ラベリングの工夫について、オフセットをすることについて、できるだけ簡潔でいかに消費者に伝わりやすいかを念頭に置き、どのような情報を載せると効果的か、ラベル表記における工夫、様々な情報提供ツールによる情報発信、他のマークとの連携等が必要である。
- 消費者の理解浸透を図るためには、各カーボン・オフセット関連団体（JCAP、CO-Net）、地方公共団体や民間関連団体等と連携した各種活動（イベント、セミナー、情報提供等）を行うことが効果的である。
- 会議・イベントオフセットを推進し、啓発を促進する。環境省や地方公共団体も協力して会議やイベントを広報し、表彰等、カーボン・オフセットの取組意欲を高めるような施策を検討する。
- ウェブサイトを充実させることは重要である。また、普及啓発 DVD を作成し、無料ダウンロード

ドが可能にする等、一般市民への啓発活動を展開する。

(3) 方針

ア) 消費者を巻き込む広報

消費者へのより一層の理解の浸透を図るため、JCAP の活用や、CO-Net をはじめとした消費者により近い関係にある地方公共団体や民間関連団体等とも連携して、以下の活動を行うべきである。その際には、こうした関連団体のニーズを把握しつつ、必要に応じて支援を行うことも重要である。

- 環境月間等のキャンペーンといったタイミングを利用し、効果的なイベント等の実施を行う。イベントの際には、イベント自体の積極的なカーボン・オフセット化を推進していくものとする。
- セミナー等のみならず、地方公共団体等の環境イベントに対して、カーボン・オフセットに関する教材提供、パネルの貸出、カーボン・オフセットに関する講師派遣やオフセット商品のサンプル貸出を行い、消費者等がカーボン・オフセットを知る機会を増やしていく。
- カーボン・オフセットの取組が、社会全体を低炭素化するために有効な仕組みであることを社会全体に対してアピールしていく方法の一つとして、消費者の関心を得やすい著名人など、発信力の高い者の協力を得る方策についても検討する。
- セミナー等を開催し、カーボン・オフセットが低炭素社会構築のための有効な手段の一つであるということに対する理解の浸透を図るなど、関心のある消費者等の市民層への働きかけを行う。こうした働きかけを通じた普及活動が一過性のもとならないよう、継続的な情報提供等の工夫（消費者・市民用ウェブサイトやメールマガジン、啓発ビデオ等）を行うこととする。

イ) 分かりやすい広報アイテムの作成

カーボン・オフセットの概念や取組情報が理解されにくく、また、カーボン・オフセットの取組情報が消費者の目に届いていない状況にあることから、分かりやすい広報アイテムの作成・活用が望まれる。その広報アイテムの作成に当たっては、カーボン・オフセットの概念や意義を分かりやすく説明する工夫やカーボン・オフセットへの関心を高める工夫を講じる。地球温暖化等の基礎情報に加え、再整理したカーボン・オフセットの概念や意義が、どのように説明すれば分かりやすいか、パンフレット、ウェブサイト等の作成の際に十分留意する。2011年度は、これらの普及アイテムについては試行的な活用を進めていくとともに、2012年度以降は他団体との連携による実施も含めた本格展開を行い、普及アイテムを積極活用することによって消費者への理解の浸透を図る。

また、実際にオフセットされた商品も有効な広報アイテムとなることから、消費者の目に触れやすい特定分野（日用品や食料品といった広く市場に流通する商品）のオフセットの取組の支援を検討する。

2.2. 事業者によるカーボン・オフセットの取組の促進

(1) 課題

事業者が、カーボン・オフセットの取組を行う上での課題としては、カーボン・オフセットの取組の実施に至るまでの知識やインセンティブが乏しい点が挙げられる。また、カーボン・オフセット認証制度の活用における課題としては、申請から認証までの手続が煩雑になっていることや、カーボン・オフセットの概念や認証に係る要求事項が明確でない点が挙げられる。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 手続事業者向けに、取組方法等の基本的なノウハウを解説する研修等といった取組支援の充実を図るべきである。
- 申請者向けの地球温暖化対策リーダー研修等でのカーボン・オフセットの取組における課題解決型の研修の実施や申請手続に関する教材の充実化、また、申請者がすぐに利用可能な相談窓口(ヘルプデスク)の設置により、申請者にとっての認証取得への手続面での負担軽減につなげる。
- 日本はオフセット認証の申請や審査にかかるコストが高いという点は、認証や審査が広がらない理由のひとつである。認証や審査を増加させるためには、一時的な費用負担が長期的な企業価値につながる等のメリットを分かり易く示していくことが重要である。
- 事業者の取組を事例として具体的かつ視覚的に紹介することで、オフセットに既に取り組んでいる事業者のモチベーションを保つことも重要である。
- 環境月間や10月の環境に優しい買い物キャンペーンと言った環境に関わる様々な月間中にターゲットを絞り、認証取得済みのオフセット事業者の方々をうまくコーディネートするような企画を練り、一定期間アピールするような仕組みも有用である。
- オフセットの取組件数や認証件数の変化や相場観を把握するのみでなく、オフセットが進んでいない現状分析、問題分析を行う上で事業者へのアンケートや関係団体からのヒアリング等を行う必要がある。それを通じてカーボン・オフセットに取り組む事業者の要望を理解し、どのような支援を行うか検討課題として対応する必要がある。

(3) 方針

各課題について、検討会で議論された点を踏まえ、事業者によるカーボン・オフセットの促進に向けて、次のように取り組むこととする。

ア) 事業者の取組支援の充実

NPO/NGO、地方公共団体を含む事業者がカーボン・オフセットに取り組むインセンティブを高め、温室効果ガス排出削減に積極的に取り組むことで企業価値を高めることができるよう、温室効果ガス

排出量の算定支援（モニタリング支援等）や削減ポテンシャルの診断、排出削減のアドバイス、認証制度の申請支援（認証費用支援、申請におけるアドバイス等）、優良事例の積極的な公表等、活動促進のための支援策を講ずることを検討する。

イ）認証制度の利便性向上のための申請者支援素材の作成・充実

申請から認証までの煩雑な手続を簡素化するとともに、申請者のサポート体制を充実していくことが望まれる。具体的には、申請者支援素材の作成・充実を行うことにより、それらの素材を教材としてセミナー等の場で活用できると考えられる。

例えば、地球温暖化対策リーダー研修等において、初歩的なカーボン・オフセットの理解のみならず、具体的に取り組む場合に直面する様々な課題をどのように解決していくのか等のより具体的な研修を行う。また、申請者が自ら理解するための教材を充実させ、それらの教材を用いて、セミナー等の研修機会により、申請手続に関して理解することにより、申請者にとっての認証取得への手続面の負担を軽減するよう努める。

2.3.重点取組分野の設定

(1) 課題

カーボン・オフセットの取組活性化に向けて、消費者及び事業者両方による取組が重要であるが、より効果的に進めるためには、消費者に向けたアピールと事業者のためのカーボン・オフセットへの取組インセンティブづけの両面から見た効果的な推進方策が不足している。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 消費者へのアピール性や事業者のカーボン・オフセット活動促進に向けて、エコマークのようにより効果的な特定の取組分野（日用品等）を狙った市場を誘導する方策を進めたり、業界にアプローチしやすくするためのイベント等に的を絞って行う。
- オフセットの浸透・普及を進める方策の一つとして、戦略的に B to B、会議・イベントオフセット等、特定の分野に戦略的に集中して取り組むことが有効である。
- 既にオフセットに取り組んでいる事業者のモチベーションを保持するために、例えば「カーボン・オフセット推進月間」のようなオフセットの取組を消費者にアピールする一定の期間を設ける等の仕組みも検討してはどうか。
- 算定対象範囲の設定については、標準的な設定方法をガイドライン等で示すことが可能かを検討する必要がある。現在、算定対象範囲は自由に設定できることになっている一方で、自由度の高さにより、事業者にとって検討内容の増加や、消費者から見た分かりにくさを招いている。
- ある一定の品質をもつ「オフセット商品」が、環境配慮型の購入行動として評価されるよう留意することが重要である。
- オフセット商品・サービスについては、シンボリックなものにターゲットを絞り意図的に進める。例えば、知名度が高く、存在感のある国内ブランドや全国規模で普及している商品やサービス、消費者へのイメージ浸透力の強い商品やサービス等で集中的に推進していくべきである。その際は、グリーン購入法やエコアクション 21 など、他の施策との連携を視野に入れるべきである。
- 「チャレンジ 25」等消費者を巻き込む様々な広報がある中で、それら関連施策との連携を考える必要がある。また、消費者を巻き込む取組として、オフセット商品を買うことによりポイントがつくキャンペーンを実施する等、行政と事業者とが上手く連携した取組が、カーボン・オフセットの活性化に有効である。

(3) 方針

消費者への効果的なアピールと事業者の取組へのインセンティブを高めるため、カーボン・オフセットに取り組む重点分野を設定し、関係団体等との連携も視野に入れ、同分野での消費者を巻き込む広報等や事業者の取組促進を集中的に行う必要がある。

また、2011年4月に公表した「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」については、地方公共団体や民間事業者が行う環境省後援イベント等、動員力があり、啓発効果が高いことから、消費者・事業者に共通する重点取組分野としてこれを推進する方策を検討する。

3. カーボン・オフセット推進体制の強化

我が国におけるカーボン・オフセットの取組は着実に広がりつつあるものの、更なる普及のポテンシャル、更なる認証制度の活用のポテンシャルは相当程度存在すると考えられる。これらのポテンシャル開拓に向け、現行の普及促進母体の活性化を始め、カーボン・オフセット推進体制を強化していくための方策を順次検討する。

3.1. カーボン・オフセット普及促進母体の活性化

(1) 課題

事業者の自主的な取組を推進するサポート体制が十分に活用されていない。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- オフセットの取組件数や認証件数の変化を捉え、ヒアリングやアンケートを実施し、実態を把握し、どこにどのような課題があるか集約し、現状分析を行う必要がある。個別の分析だけではなく、累計的集団的に分析を行うべきである。特にうまくいかなかった事例に係る分析は実態を把握する上で有効である。例えば、カーボン・オフセットに取り組んでいる事業者の中で、何らかの形で環境マネジメントシステム(EMS)を構築している事業者とオフセットの取組との関連関係を調査することも、傾向(EMSを構築している事業者ほど景気に影響されにくく、ある程度規模は縮小して継続している等)を把握する上で効果的である。
- オフセットの普及を支える上で、より簡便で使用しやすい仕組みを構築し、先進的な事例や分かりやすい事例を公表することで、取り組みやすい環境をつくるべきである。また、そのような取組を具体的に見える形で示すことが効果的である。
- カーボン・オフセットの取組に関する一般的な質問から、カーボン・オフセット認証制度の申請書を作成する際の質問まで、問い合わせができるヘルプデスクがあれば良いと考える。また、普及の観点から、一般の質問に関しても、オフセットの普及を支える上で、申請側がより簡便で使用しやすい仕組みを構築し、先進的な事例や分かりやすい事例を公表することで、取り組みやすい環境をつくるべきである。また、そのような取組を具体的に見える形で示すことが効果的である。
- ウェブサイトの充実は重要である。現状では J-COF・気候変動対策認証センター(CCCCJ)・CO-Net のウェブサイトがあるが、今後は各々がウェブサイトでの啓発対象を意識して、ポータルサイトとしての目的を果たし、閲覧を呼び込めるようなウェブサイトを作るべきである。また、普及啓発 DVD を作成して無料ダウンロードできるようにすると良い。
- CO-Net を軸に優良事例表彰の仕組みを整えていく必要がある。また、CO-Net は、取組事業者の

低炭素化 CSR や低炭素化販売促進戦略について調査を進め、広く企業の CSR 担当や販売促進担当に向けたメッセージを発信し、企業の CSR 担当や販売促進担当がオフセットプレイヤーとして活躍できるような仕組みを整える必要がある。

(3) 方針

CO-Net のような事業者の自主的な取組をサポートし、事業者によるカーボン・オフセットの取組が社会から評価される仕組みを構築し、事業者の要望を踏まえ、事業者がカーボン・オフセットに取り組みやすくしていくことにより、カーボン・オフセットが低炭素社会構築に向けた有効な施策として位置付けられる素地を作る必要がある。

このため、カーボン・オフセットを分かりやすく取り組みやすいものにする観点から J-COF の事業の再構築や、他の普及促進母体の活性化及びそれらの団体間の連携等も含め、国民運動としてのすそ野を広げるための方策を検討する。また、有効な方策を講じるために、取組事例や事業者へのヒアリング調査等の分析を行い、その結果を踏まえて議論がなされることが重要である。

上記のほか、カーボン・オフセットの取組を普及させていくため、地球温暖化防止に取り組む関連団体との連携方策についても検討する。

(参考)

<カーボン・オフセット推進ネットワーク (CO-Net) >

カーボン・オフセットを推進し、カーボン・オフセットを契機として低炭素社会構築の取組を行っているこうとする民間事業者中心のネットワークで、以下の基本方針に従った活動を実施している。

- ・カーボン・オフセット等の取組に関する需要喚起と市場形成促進
- ・カーボン・オフセット商品、サービスの開発及び信頼性向上の支援
- ・信頼性の高い炭素クレジットを生み出す温室効果ガス排出削減・吸収プロジェクトの創出支援
- ・各制度との連携やカーボン・オフセット活用拡大に向けた提言

<カーボン・オフセットフォーラム (J-COF) >

カーボン・オフセット活動の情報収集・提供、普及啓発、相談支援等を行うため、環境省が整備したプラットフォーム

- ・国内外の最新関連情報の収集、ウェブサイトを通じた情報や広報ツールの提供
- ・広報・イベントの企画、セミナーの開催 (カーボン・オフセット EXPO、地域リーダー研修、J-VER 全国説明会等)
- ・カーボン・オフセットに関する FAQ の提供、取組事業者に対するヘルプデスク

3.2. 地方独自の取組の推進

(1) 課題

地方公共団体独自の取組を推進するためのサポートがなく、地方公共団体によるカーボン・オフセットへの取組は限定的となっている。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 地方公共団体は、地球温暖化対策の推進に関する法律（温対法）の中で地方実行計画の策定を義務付けられている。地方実行計画の策定マニュアルの中にカーボン・オフセットの取組の方法を掲載するなど、地方実行計画との連携を図ることが、カーボン・オフセットの取組を地方で広域に展開していくことにつながるのではないかと。
- 地方実行計画の目標達成の手段としてのカーボン・オフセットの取組等といった具体的なカーボン・オフセットの取組の活用方法を提示することが重要である。
- 認証主体の多様化を図る一方で、地方でのクレジット制度やオフセット制度等の連携行うことも有効である。
- 都道府県クレジットの制度について、財政的な問題と同時に、体制と効率の問題がある。道州レベルでの地方認証主体を作ることも考えられる。より広域的なカーボン・オフセットの普及・促進を図るためには、何らかの財政的な支援策が必要である。

(3) 方針

地方実行計画の下で地方公共団体がカーボン・オフセットに取り組みやすくなるようなメニューの工夫等を検討する。CO-Net と連携して、JCAP の活動の活性化や、温暖化対策に取り組む地方公共団体の集まりの場でのカーボン・オフセットの事例紹介など、地方公共団体との連携強化策について検討する。

また、広域的でパッケージ化されたカーボン・オフセットの取組を進めるために、地方公共団体や地域開発事業者等との連携の下で、都市・地区等の単位での低炭素な街づくり（例えば、地域冷暖房の推進等）の取組と組み合わせる方策を検討する。

3.3. オフセット・プロバイダーの活用推進

(1) 課題

オフセット・プロバイダーはクレジットを創出するプロジェクト事業者から見ると、大口での取引や継続取引などが見込める存在であり、カーボン・オフセットに取り組む事業者から見ると、小口で

のクレジット購入への対応や、クレジット処理の代行、企画支援などを行っていることから、トータルで見ればカーボン・オフセット全般に関する社会コストの低減に寄与していると考えられる。したがって、オフセット・プロバイダーの仲介機能を評価し、より積極的に活用していくべきではないか。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- オフセット・プロバイダーとカーボン・オフセット普及促進母体とが連携しながら、カーボン・オフセットの取組の実施を検討している事業者及びオフセット実施のポテンシャルがある事業者に対してのサポート体制を構築する必要があるのではないか。
- カーボン・オフセットに取り組む際に欧米では客観性の観点からもオフセット・プロバイダーを活用することが一般的であるが、日本においては、オフセット・プロバイダーを活用しきれていない。日本におけるオフセット・プロバイダーに関する情報を分析し、カーボン・オフセットに取り組む主体に対して情報提供をすることが望ましい。

(3) 方針

市民、企業等がカーボン・オフセットの取組を実施する際に必要なクレジットを提供する等の支援や取組の一部を代行するサービスを行っているオフセット・プロバイダーについて、信頼性を確保しつつ、民間活力として積極的な活用が促されるような方策を検討する。

3.4. 認証を行う主体の多様化と認証プログラムや認証主体の質の確保

(1) 課題

認証を行う主体が限定的であると、全国の取組を幅広く扱うことは困難であるが、市民や地域の取組を汲み上げやすい地方公共団体や民間事業者等を新たな認証の担い手として活用を進めるには至っていない。また、認証プログラムや認証主体の質を確保するための基準が整備されておらず、認証プログラムや認証主体の質を確保する手段を欠いている。

(2) 取組を進めるに当たっての留意点

上記課題に対し、今後の取組方針を検討していくに当たっては、以下の点に留意することが重要である。

- 都道府県独自の認証が実施されている状況を鑑み、統一性を確保しつつ、簡易な形で認証が取れるという仕組みを構築することが考えられる。また、道州レベルで地方の認証主体を設置することも考えられる。
- 認証主体の質の確保という観点において、カーボン・オフセットやカーボン・ニュートラルの取

組は、取組を行うものが自立して、自らが責任を持って取り組んでいくことが重要である。また、そのための支援が必要でありヘルプデスクは非常に有効である。認証主体が多様化することも大切ではあるが、認証を行わなくても事業者が自立して取り組めることも大切であり、並行して、スキームを整理していく必要があるのではないかと。

(3) 方針

新たな認証主体と認証プログラムの実施者として期待できる地方公共団体や民間事業者等に積極的な参加を促すため、認証の業務やプログラムの運営を行うための明確な方法及び手順を示す必要がある。その上で、例えば、将来的に地方における各クレジット制度、オフセット制度等との相互連携を進められるような素地を作る必要がある。

上記の取組を推進するに際し、認証プログラムやそのプログラムを実施する認証主体の質の確保を図るため、一定の要件を定め、それらの要件に合致しているかどうかを、専門家の意見も踏まえ判定する方向で検討する。あわせて、認証プログラムによる認証状況のトレースを行うことについても検討する。

4. 東日本大震災からの復興の過程における役割

カーボン・オフセットの取組は、カーボン・オフセット取組主体の温室効果ガス排出削減を促すだけでなく、他の場所で行われる温室効果ガス排出削減・吸収プロジェクトの支援につながる側面を持つ。

その結果、カーボン・オフセット取組主体と温室効果ガス排出削減・吸収プロジェクトに係るプロジェクト代表事業者等の両者における節電、バイオマス燃料への切替等のエネルギー転換等、低炭素社会に向けた取組を促すことや、温室効果ガスの排出削減・吸収プロジェクトとプロジェクト支援の一連の取組による地域復興が期待されているところである。こうした取組は、東日本大震災の被災地や、震災に伴い節電が必要な地域で、既にも実施され、また、今後実施されようとしている節電を始めとする様々な取組と効果が重なる部分も多いと考えられる。

このため、カーボン・オフセットの取組が、東日本大震災からの復興プロセスの中でどのような意義・役割を担うことになるのか、クレジットの創出、それを利用したカーボン・オフセットの取組の双方の側面から整理・検討を行うとともに、CO-Net や JCAP 等での関係者の意見や、低炭素復興債のような提案も踏まえ、被災地で産み出された J-VER の積極的な活用が容易に行えるよう、例えば、当該地域のクレジットを活用した場合にはそれを識別できるようにするなど、具体的な措置を検討する。

<被災地復興における取組事例>

被災地のクレジット活用による被災地の森林整備事業活性化の仕組みを構築

- 三菱オートリース株式会社

電気自動車をはじめとした環境対応車の導入や、運用段階におけるエネルギー消費ロスの提言をサポートする商品・サービスの試乗会において、会場運営及び試乗により発生した温室効果ガスをオフセットする取組を実施。オフセットには、被災地である岩手県釜石地方森林組合が実施しているプロジェクトから創出された J-VER が活用された。

被災者用仮設住宅建設時の温室効果ガス排出量の一部に相当するクレジットの寄付 /

クレジット付きの木造仮設住宅の建設・建設時に発生する端材の再利用による環境負荷の低減と経済活動の両立を目標

- 福島ミドリ安全株式会社

福島ミドリ安全株式会社が、震災被災者用の仮設住宅を建築する建設会社に 30t-CO₂ 分の J-VER を寄付。福島県喜多方市のプロジェクトと同社が企業の森協定を締結している高知県高岡郡津野町のプロジェクトから発行された森林 J-VER が活用された。

被災地 J-VER の活用による復興支援協議会を設立

- 株式会社三菱総合研究所・株式会社リサイクルワン

被災地で創出された J-VER や被災地の原材料で作られた商品を活用したカーボン・オフセット商品の企画、販売促進を行い、被災地で創出される J-VER の利活用を通じて被災地支援を推進することを目的とした協議会を設立し、第一回協議会を開催した。

< J-VER 制度における被災地域における特例の設定 >

J-VER 制度の取組が東日本大震災からの復興プロセスに資するよう、現行のモニタリング方法や方法論において、クレジットの質を担保しつつも、代替エネルギー調達条件、ベースライン、モニタリング、既存プロジェクトへの対応の拡大等の特例措置を設けるとともに、施設・設備復旧に係る更新プロジェクトの推進等においても適切な条件の設定を行う方向で検討を進めている。

5. 活性化方策の戦略的な実施とフォローアップ

本検討会では、カーボン・オフセットの取組活性化に向けて多くの提案が取りまとめられたが、活性化方策を実施していくには、方策の相互の連携にも注意しつつ、優先順位を付して戦略的に実施していくことが重要である。

こうした観点から、活性化方策の戦略的な実施を図るため、各方策全体の工程表を作成することとし、その中で、鍵となる方策についての議論を行った。その結果、まずは、国民の認知度向上を図ることが、カーボン・オフセットに取り組む事業者のインセンティブ向上にもつながるなど、全体の活性化にも有効であるとの考え方に基づき、全体の方策を整理することとした。また、こうした観点で、各方策の中から優先的に取り組むものについて、以下の4つの方策を選定した。

ラベル表記に関するルールの整理

カーボン・ニュートラル認証制度の開始・試行事業の実施

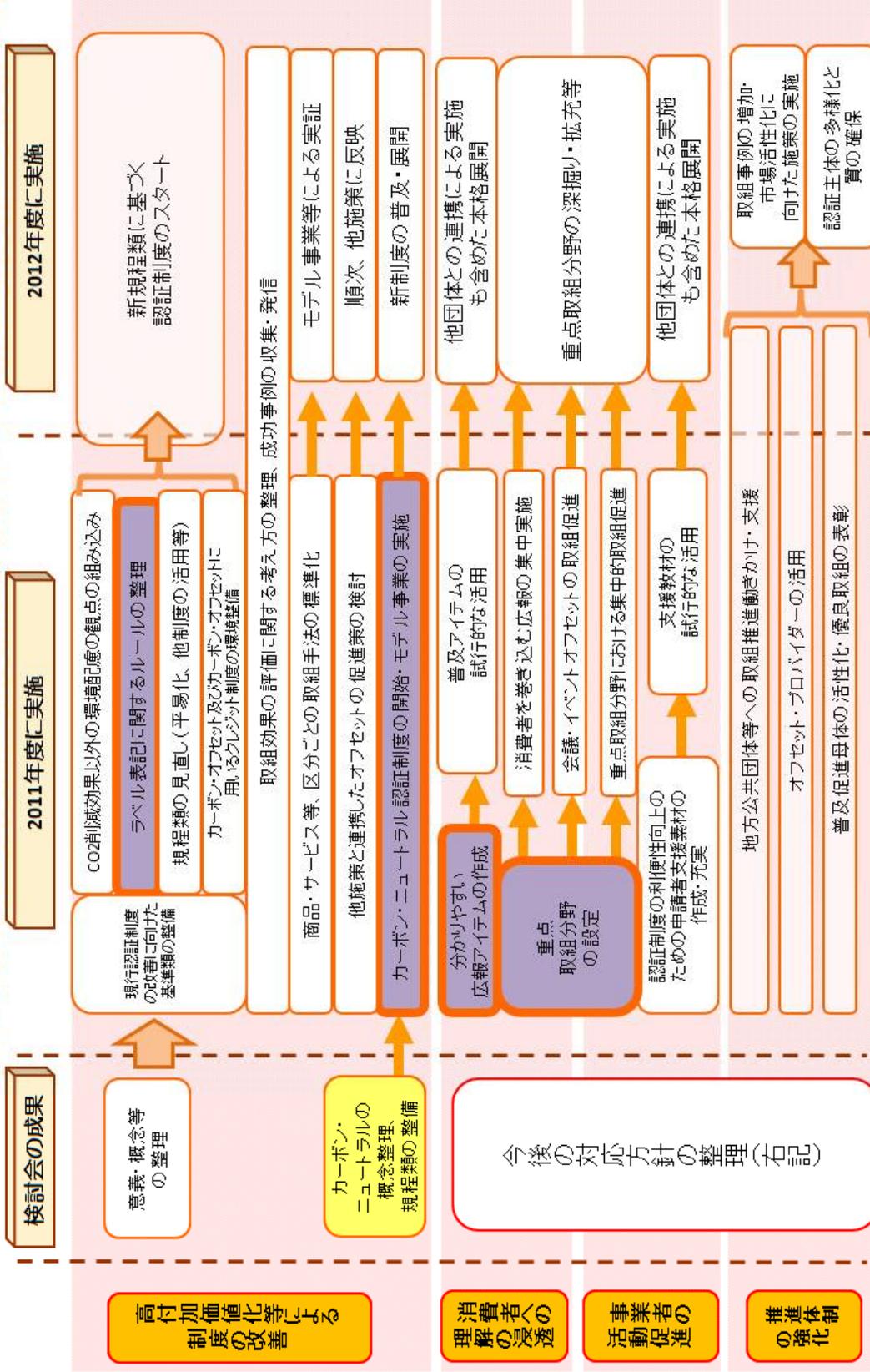
分かりやすい広報アイテムの作成

重点取組分野の設定

これらを工程表として取りまとめたものは次のページの通りであり、当分の間は、この工程表に基づき、活性化方策を実施することとする。工程表については、今後の動向等を踏まえ、必要に応じて柔軟に修正を加えることも検討する。

カーボン・オフセットの取組の活性化に向けた工程表

カーボン・オフセットの取組の活性化に向け、2011年度においては、国民の認知度の向上に効果の高い取組を優先的に進めるものとする（図中の



* 活性化施策の効果的・効率的実施のため、継続的に必要な調査・分析を行う。
 * 東日本大震災からの復興の過程における役割についても考慮しつつ上記取組を進める。

継続的調査・分析の実施

また、カーボン・オフセットの取組活性化に向けた各方針を効果的・効率的に講じていくため、以下のようなデータ収集および要望の整理を進め、継続的に調査・分析を行うこととする。

・クレジット購入企業の要望を踏まえた取組推進、取組が進まない理由の分析

事業者アンケートや関係団体からのヒアリング等を通して、カーボン・オフセットに取り組む事業者の要望を把握し、どのような支援を行うことが可能か検討する。

・業種毎、クレジット種類毎等の、クレジット活用に関する要因の分析

現状のカーボン・オフセットの取組実績について、業種毎、クレジット種別毎等にクレジット価格等取引に係る情報整理を行い、取組の現状、トレンドや要因等の分析を進める。

・認知度の向上に関する調査・分析

カーボン・オフセットの認知度に関して、様々な層へのアプローチを行い、認知度の向上の状況等を調査・分析して、今後の認知度向上に向けた取組につなげていく。

おわりに

本報告書は、温室効果ガス排出削減にむけた市場メカニズムを活用した一つ的手段としてのカーボン・オフセットの取組活性化に向けた方策を検討し、今後のカーボン・オフセットの在り方について中間的に整理して取りまとめを行ったものである。

今後、我が国における温室効果ガス排出量の削減を行うに当たり、カーボン・オフセットの取組をどのように位置づけていくのかについては、より詳細な検討が必要であろうが、温室効果ガス排出削減にむけたカーボン・オフセットの有効性が示されていくことにより、我が国における市民、企業、NPO/NGO、地方公共団体、政府等の社会の構成員が広く取組を行うことができるという一種の国民運動として、温室効果ガス排出に対する意識づけや温室効果ガス排出削減を促進していくものとなることを期待したい。

カーボン・ニュートラル等によるオフセット活性化検討会 委員名簿

(五十音順 敬称略)

明日香 壽川	東北大学 東北アジア研究センター教授
大島 美保	アスクル株式会社 CSR(社会的責任)社会コミュニケーションマネージャー
奥 真美	公立大学法人首都大学東京 都市教養学部 都市政策コース教授(座長代行)
鞠谷 和也	グリーン購入ネットワーク 専務理事・事務局長
篠崎 良夫	カーボン・オフセット推進ネットワーク カーボン・オフセット推進委員長
田村 壮児	高知県林業振興・環境部長
新美 育文	明治大学法学部教授(座長)
藤田 壮	独立行政法人国立環境研究所 社会環境システム研究センター 環境都市システム研究プログラム統括
武川 丈士	森・濱田松本法律事務所弁護士
山本 重成	一般財団法人日本品質保証機構 地球環境事業部次長

カーボン・ニュートラル等によるオフセット活性化検討会 開催実績

- 平成 23 年 4 月 28 日 第 1 回
 - (1) カーボン・オフセットの取組に係る現状と今後の検討の方向性について
 - (2) カーボン・ニュートラルについて

- 平成 23 年 5 月 25 日 第 2 回
 - (1) カーボン・オフセットの取組活性化について
 - (2) カーボン・ニュートラル認証について

- 平成 23 年 6 月 15 日 第 3 回
 - (1) カーボン・オフセットの取組活性化について
 - (2) カーボン・ニュートラル認証基準(案)について

- 平成 23 年 7 月 20 日 第 4 回
 - (1) 我が国におけるカーボン・オフセットの取組活性化について(中間とりまとめ)
 - (2) カーボン・ニュートラル認証基準(案)について