



カーボンフットプリント表示のさらなる拡大に向けて

2024年12月13日

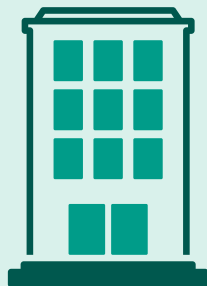
環境省地球環境局地球温暖化対策課

脱炭素ビジネス推進室



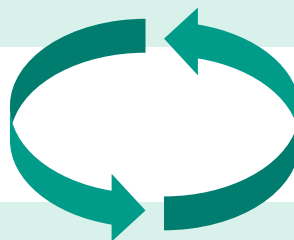
CFPのさらなる取組促進に向けて

- CFPのさらなる取組促進に向けて、今後必要と考えられる施策について、特に以下の観点から御意見を頂きたい



①事業者

企業によるCFPの算定・表示をさらに促進するには、どのような施策が必要か



②消費者

CFPの表示による消費者の行動変容を起こすためには、どのような施策が必要か

①事業者への取組（第1回検討会で頂いた御意見）

<委員・オブザーバーから>

- 企業の負担にならないようにすべき（特に中小企業にコストがかからないようにすべき）
- 自由なマーケティングの創意工夫をあまり抑圧しないようにすべき
- 表示のグリーンウォッシュは回避すべき
- 企業の取組姿勢を消費者に示すことができるもの（さらには、示すことを促進できるもの）にすべき
- 削減貢献量、削減実績量等、環境価値を評価する指標は他にもあるので、柔軟かつ適切にCFPを運用することが重要

<ヒアリングから>

- 科学的根拠や主張の裏付けを公開すべき
- グリーンウォッシュ規制等、世界の最新の動向に則るべき
- CFP表示に取り組む背景として、環境配慮を打ち出したいという前提があるならば、当該企業の脱炭素化計画をしっかりと立てるべき
- 数値に紐づく開示情報量・準備物が多く、様々な取引先に協力をしてもらい、多くの情報・データを収集しなければならないことが課題である
- 算定ツール等により標準化されると、効率的になるものの、削減努力の反映がしづらくなるというジレンマを感じている
- グローバルの共通したルールもあれば、地域ごとのルールもあり、それぞれに従うことに難しさを感じており、ルールに柔軟性があるとありがたい
- 中小企業も取り組み易いことがCFPの取組の普及拡大にあたっては重要である
- 都道府県など地域の脱炭素の取組との連携ができるとよい

①事業者への取組（これまで実施している施策）

- 国際規程を踏まえた算定のためのCFPガイドラインの策定
- CFPの算定・削減・表示に取り組むモデル事業の実施、得られた知見を踏まえた「実践ガイド」の作成
- 業界単位でのCFPの算定・表示ルールの策定支援
- CFP表示ガイドの検討
- CFPの表示が消費者に与える影響についての効果検証

（地域との連携）

- 地域全体の脱炭素経営への機運上昇のため、地域において中小企業向けのCFP勉強会を実施し、地域ぐるみでの脱炭素経営を支援

(参考) CFPモデル事業

- CFPモデル事業では、令和4年度4件、令和5年度5件、令和6年度個社4件・業界企業群2件を選定。
- 本事業の効果として、過年度の参加企業は、従来品との比較優位を定量的に消費者に訴求できるようになったことに加えて、**算定手法をノウハウとして社内に蓄積できたこと、どのプロセスでどれくらい排出されたのかが可視化できたこと、施策による削減インパクトの大小が定量的に分かるようになり、削減戦略に活用できることなどを挙げている**

甲子化学工業株式会社

チヨダ物産株式会社

株式会社ハースト婦人画報社

マルハニチロ株式会社

ミニストップ株式会社



HOTAMET
(防災ヘルメット)



HYDRO-TECH
(ビジネスシューズ)



「ELLE ACTIVE! for SDGs」
(イベント)



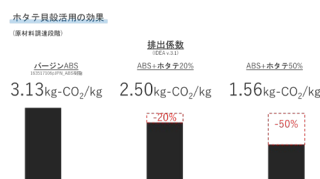
白身魚フライ
(市販冷凍食品)



ソフトクリーム
(食べるスプーン付き)

令和5年度
対象製品・サービス

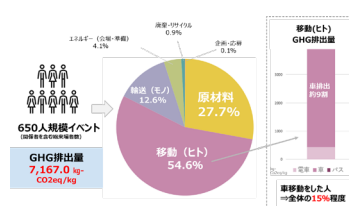
実績例



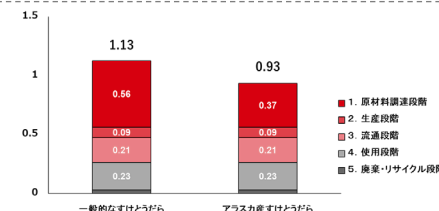
廃棄されていたホタテの貝殻を使用することで、プラスチックのみで作られたヘルメットよりも排出量が削減されることを確認



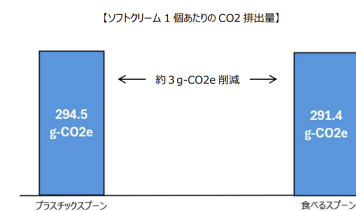
新製品のCFPの算定結果を製品に表示することで、顧客向けのブランディングとして活用



イベントにおける大きな排出源は人の移動段階であり、特に関係者や機材の移動に係る車の移動が多いことを確認



MSC認証のアラスカ産スケウダラの排出係数を用いることにより、一般的なスケウダラと比較してGHG排出量を削減



従来のプラスチックスプーンと比較して、食べるスプーンの方が排出量が低くなることを確認

令和4年度採択企業 (4件)

- (株) コーセー
- 東京吉岡 (株)
- 明治ホールディングス (株)
- (株) ユナイテッドアローズ

令和6年度採択企業・団体

【個社 (4件)】 (株) I-ne・山田製菓 (株)、(株) ゴールドウイン、レコテック (株)、佐川急便 (株)

【業界・企業群 (2件)】

①: (一社) 全日本文具協会、プラス (株)、コクヨ (株)、シヤチハタ (株)、ニチバン (株)、(株) リヒトラブ、ゼブラ (株)

②: チヨダ物産 (株)、東邦レマック (株)、TOSMAX (株)、(株) ダイマツ、山三商事 (株)

※各業界・企業群は、それぞれCFP算定又は表示ルールを策定予定

(参考) 地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制構築モデル事業

- 普段から中小企業と接点を有する**地域金融機関・商工会議所**等の経済団体等と**地方公共団体**が連携し、地域内中小企業の脱炭素経営普及を目指す、地域ぐるみでの支援体制構築に向けたモデル事業を実施
- R5年度**16団体**のモデル地域に加えて、R6年度ではさらに**10団体**のモデル地域が加わり、全国**26団体**、**各地域特性**を活かして支援体制構築に向けた取組を推進
- 岡山県では、岡山大学と中国銀行が旗振り役となり、サプライチェーン全体でのGHG排出削減を進めるためには排出量の可視化が必要であることから、**CFPの算定方法について学ぶ勉強会を開催**。勉強会で得られた経験値を地域へ広く還元することにより、地域全体の脱炭素経営への機運上昇を目指している

岡山県の地域ぐるみの概要

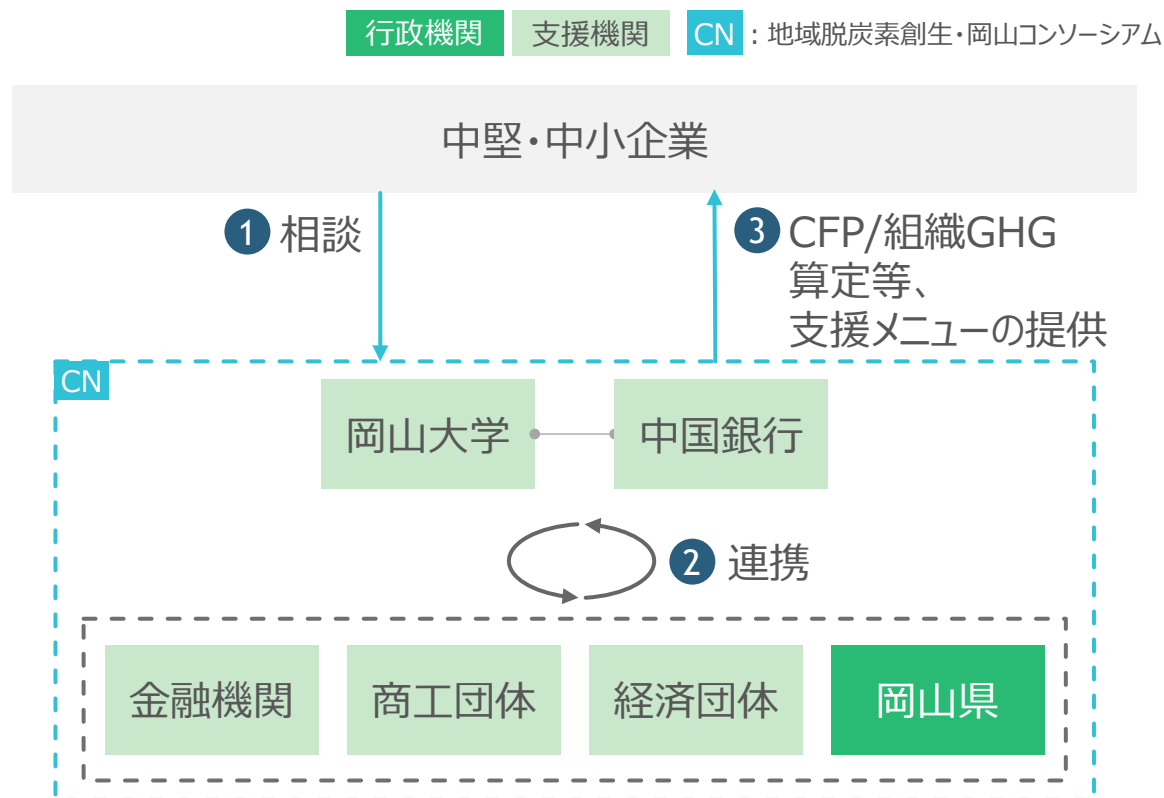
目指す姿

- 自動車部品を始めGHG排出量の多い製造産業が集積している地域特性を活かし、環境負荷低減と経済成長の両立を、**産学官金一体**となって支援する体制を構築することを目指す

体制の特徴

- 岡山大学と中国銀行が旗振り役となり、カーボン・フットプリント(CFP)又は組織単位でのGHG算定、及び脱炭素経営に向けた検討を行う
- 岡山コンソーシアムを中心に地域の主要な金融機関が網羅的に参画予定
- 中期的にはDX支援とも連携し、**GX・DX一体**となった推進の仕組みも検討

体制図 (2024年9月末時点)



①事業者への取組（今後考えられる施策）

- 企業におけるCFPの算定・表示の人材育成への支援
- 企業のCFPの取組や算定報告書等について掲載するプラットフォームの提供
- 算定・表示に関する業界共通ルールの策定支援

（地域との連携）

- CFP表示による企業・製品の価値向上等を通じて、地域の中小企業の競争力強化を支援するとともに、CFPの面的拡大の推進
- 地域と連携し、企業・サプライチェーンに対するCFP取組支援と、消費者への認知向上の取組を面的に行う、モデル地域の創出

②消費者への取組（第1回検討会で頂いた御意見）

<委員・オブザーバーから>

- 消費者における、CFPに取り組む企業姿勢の認知度・理解度を高める表示についても議論が必要
- CFPの表示限界（生物多様性や資源循環は示せない）を踏まえ、消費者にはどのような役割を担ってもらうのかという議論も必要
- 環境負荷やCFPなど基本的な考え方について、国民のリテラシーを高めるような取組が必要

<ヒアリングから>

- 国内の消費者に対して、CFPの認知度を上げていかなければならない
- 良い商品があって、それが環境に良いから買うのであって、好みではない環境に良い商品は、そもそも購入の土俵に乗らない
- ポイント等の運用が、消費者に脱炭素を促すきっかけになるのではないか

②消費者への取組（これまで実施している施策）

- デコ活補助金による、見える化による消費者の行動変容の推進（次ページ参照）
- ナッジ実証事業
 - 電力シェアリングによる、食品および地域産品への環境配慮ラベルの表示による消費選好に関する実証実験事業
 - ✓ オフセット証書を用いるなどし、CN化した製品に対し環境配慮シール（証書利用のためCFPではない）を付与し、非ラベル製品との購買率の違いや、グリーンプレミアを乗せた場合の許容度合いの検証を実施中

(参考) R6年度デコ活補助金 採択案件例

CFP

代表事業者
(株)日本総合研究所



CFP以外の見える化

代表事業者
一般社団法人LBMA Japan



株式会社unertry、
株式会社ブログウォッチャー、
ジオテクノロジーズ株式会社、
株式会社データインサイト

代表事業者
楽天グループ(株)



企業名（共同事業者
含む）

事業概要（予定）

- 大阪府との連携により府民に対して
脱炭素型購買を促す学習機会を提供
 - ✓ 催事開催
 - ✓ 全小学校向けキット配布
 - ✓ アプリ提供
- 大阪府内の食品スーパーやドラッグストア等において、**CFPやエコラベルが表示された食品や日用品等の身近な商品を、棚やPOP等により統一的に訴求**
 - ✓ 購買時に**CFPやエコラベルが付いた商品の探索・選択の習慣化を図る**

- 位置情報活用を推進する非営利業界団体LBMA Japan が中心となり、**移動におけるCO2排出量を計測・可視化**する共通ダッシュボードを構築
 - ✓ 国交省データより、単位輸送量当たりの二酸化炭素の平均的な排出量を試算
- ダッシュボードに繋げる共通APIを開発、共同事業者へのサービスと繋ぎ、ナッジ・インセンティブを活用して国民・生活者の行動変容を促進。

- 国内最大級のECプラットフォームである「楽天市場」を中心に、**商品やサービスの排出CO2相当量の“削減率”をBefore/Afterで算出する「デカボスコア」を「楽天市場（Earth mall with Rakuten）」及び「Earth hacksモール Yahoo!ショッピング店」等のECモールに展開**
- 多様な製品にCO2可視化表示を行うことで、国民・生活者の行動変容を促進。

②消費者への取組（今後考えられる施策）

- CFPについての認知向上のため、プラットフォーム等による積極的な情報発信を行う
- 衣食住/職/移動/買い物といった全ての生活領域で、どのような行動を選択するとどれだけの効果が得られるのかという情報や、行動変容が促される経済的・社会的なインセンティブを、持続的かつ分かりやすい形で国民・消費者に提供する
 - **The POSITIVE ACTION Initiative**：国内におけるデータ・サービス・プラットフォーマーが連携し国民生活者の消費行動（環境配慮行動など）を可視化・価値化し行動変容を促進することを目指す
- 行動によるCO2削減量が伝わるロゴ・マーク、環境ラベル表示やコミュニティを活用したナッジ提供の拡大