

【別冊】

CFP人材育成 ガイド

—①CFP算定・表示の意義—

2026年2月 環境省





本資料の説明

- 本資料はこれからCFP¹の算定・表示に取り組む意義を学びたい方々を読み手として想定しています
- 本資料ではCFPの算定・表示に取り組む意義を学ぶことができます

本文書の位置づけ



CFP人材育成ガイド 別冊 ①-③

- CFP算定・表示の意義 (別冊①)
- CFP算定・表示の手順 (別冊②)
- CFP模擬算定 (別冊③)



本資料は、CFPの算定・表示に取り組む意義を理解するためのものです

既に意義を理解しており、算定・表示の内容について学びたい方は別冊②や③をご覧ください

目次

CFPの概要

攻めのCFP活用

- ① B2B企業による脱炭素価値の訴求事例
- ② B2C企業による脱炭素価値の訴求事例
- ③ GHG削減への活用事例
- ④ 公共調達における需要獲得

守りのCFP活用

- ⑤ 取引先からのデータ要請対応

まとめ



目次



CFPの概要

- 攻めのCFP活用
 - ① B2B企業による脱炭素価値の訴求事例
 - ② B2C企業による脱炭素価値の訴求事例
 - ③ GHG削減への活用事例
 - ④ 公共調達における需要獲得
- 守りのCFP活用
 - ⑤ 取引先からのデータ要請対応
- まとめ

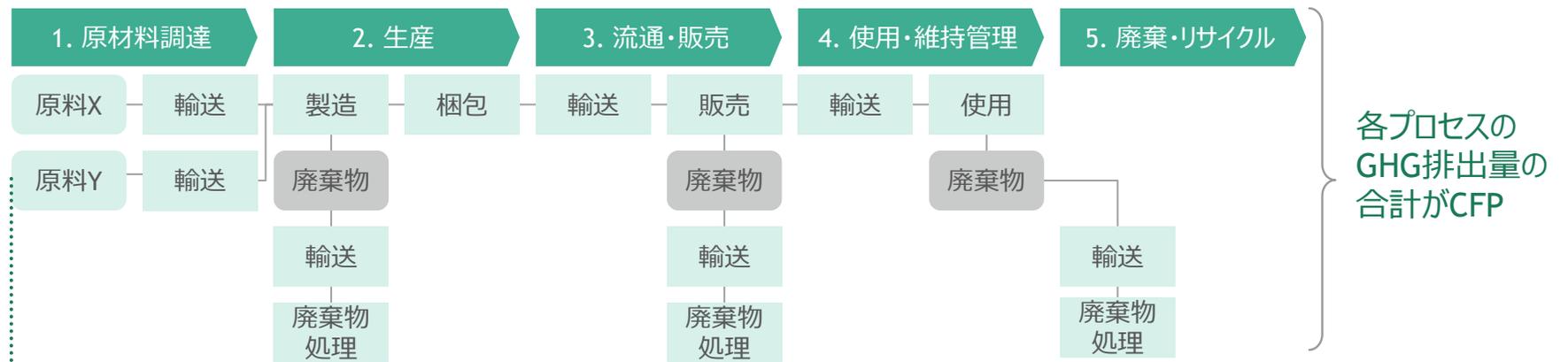
CFPの定義

- 製品・サービスの原材料調達から廃棄・リサイクルまでの温室効果ガス (GHG)¹ の排出量を足し合わせたものを、CFP: Carbon Footprint of Productといいます



カーボンフットプリント (CFP)

(例) 12.5kg-CO₂e
ライフサイクル全体 (原材料調達から廃棄・リサイクルまで) を通じたGHG排出量を、CO₂排出量に換算した値



各プロセスのGHG排出量の合計がCFP

活動量

原材料の重量、製造における電力投入量等

×

排出係数

各プロセスの単位あたりのGHG排出量

(例) 原料Y生産の排出係数 ●● kg-CO₂e/kg

実際の算定では、表計算ソフトを用いる

製品名		原料調達		製造		流通・販売		使用・維持管理		廃棄・リサイクル	
数量	単価	数量	単価	数量	単価	数量	単価	数量	単価	数量	単価
100kg	1000円	50kg	500円	100kg	1000円	100kg	1000円	100kg	1000円	100kg	1000円
...

1. Greenhouse Gasの略。二酸化炭素(CO₂)やメタン(CH₄)、一酸化二窒素(N₂O)、フロンガス等が該当する
 出所: 経済産業省、環境省「カーボンフットプリントガイドライン(別冊)CFP実践ガイド」; 環境省「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム カーボンフットプリント全般」; 環境省「CFP入門ガイド」



CFPを用いてできること

- 顧客や消費者に製品・サービスの脱炭素価値を示すことができる指標としてCFPが注目されています
- また、CFPを算定するとライフサイクルのGHG排出量を見える化できることから、効率的なGHG削減の計画・実行に役立ちます

顧客・消費者に対して脱炭素価値を示すことができる

中間製品のCFPを算定し、顧客に脱炭素価値を示す



顧客が、自社のScope3削減に向けて、CFPが小さい製品を調達する

完成品のCFPを算定し、消費者に脱炭素価値を示す

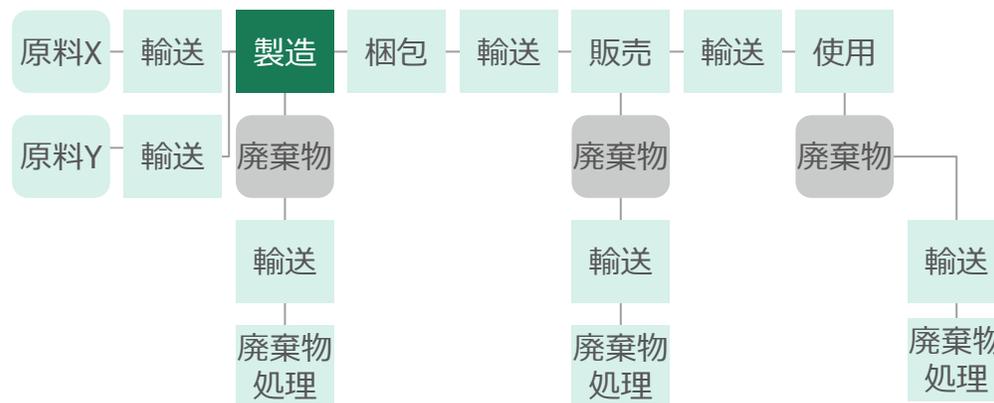


サステナビリティに配慮したい消費者が、CFPを算定した製品を購入する
また、CFPを活用する企業姿勢に好感を抱く

排出量が多い段階の把握ができる



CO₂ "製造の機械のエネルギー使用が大きく、GHG排出量が特に大きい (=ホットスポット)" と判明
 >> 優先して、製造の機械を省エネルギーのものに更新





CFPにおける攻めと守り

- 攻めと守りの両軸でCFPの取組を実施することで、企業は成長機会の獲得及びリスク低減を同時に狙うことができます

攻め



- ① B2B企業が、顧客に対して製品・サービスのCFPやその脱炭素価値を示すことで、引き合いが増加する
- ② B2C企業が、消費者に対して製品・サービスのCFPやその脱炭素価値を示すことで、製品のブランディング・PRや企業のイメージアップにつながる
- ③ CFP算定により、GHG排出のホットスポットを把握することで、効率的にGHG排出削減に取り組むことができる
- ④ グリーン購入法においてCFPが判断基準のひとつとなっている製品・サービスの関連企業が、CFPを算定・表示し、公共調達での需要を獲得できる

守り



- ⑤ B2B企業が、顧客から製品・サービスのGHG排出量 (CFP) の提示を求められた際に、対応可否が取引の判断基準の一つになる可能性もある
 - 近年では、Scope3の情報開示、サプライチェーン全体でのGHG削減、輸出製品の一部でのCFP提供等が求められており、サプライチェーンを構成する中小企業等も対応が求められる可能性がある



目次

- CFPの概要



攻めのCFP活用

- ① B2B企業による脱炭素価値の訴求事例
- ② B2C企業による脱炭素価値の訴求事例
- ③ GHG削減への活用事例
- ④ 公共調達における需要獲得

- 守りのCFP活用

- ⑤ 取引先からのデータ要請対応

- まとめ

1 B2B企業による脱炭素価値の訴求事例 (1) - 東京吉岡株式会社

- 東京吉岡はCFPを活用し、HPや展示会で循環型リサイクルポリエチレン袋のGHG削減率をわかりやすく訴求し、販路を拡大しています

概要

企業

東京吉岡株式会社

- 事業内容
 - アパレルパーツ・副資材
 - RFIDによる物流効率化
- 事業本部: 東京都
- 従業員数: 200名¹

算定対象

循環型リサイクルポリエチレン袋「リサール」

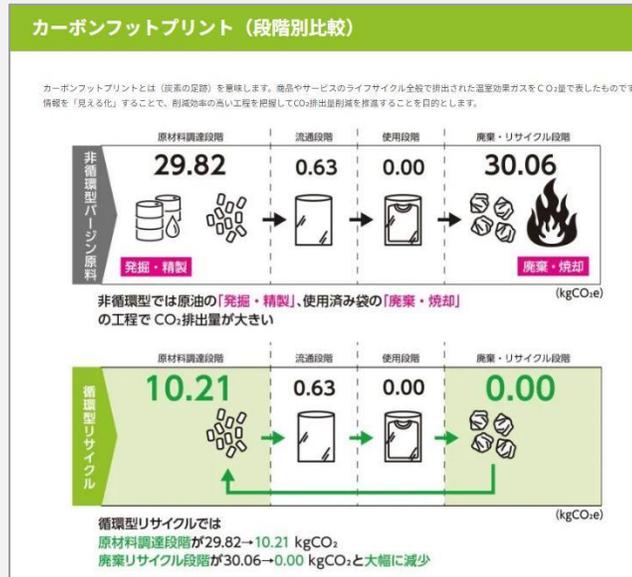
- 回収・リサイクルして、繰り返しつかえる透明袋
- 現在主にアパレル向け、他業界にも提案中
- 最大約80%以上のCO₂を削減



写真はイメージです。

CFPの訴求事例

自社HPにて、非循環型バージン原料を使用した製品と比較して、原材料調達及び廃棄・リサイクル段階でのCO₂排出量を大幅削減したことを訴求



循環型リサイクルご採用のお客様へ、年間のCO₂削減量を提出し、脱炭素価値を示している



約200社が出展した「サステナブルファッションEXPO (2023年4月)」での、東京吉岡ブースの様子

1. 2025年12月時点 (吉岡グループでは計300名)

出所: 東京吉岡株式会社「リサール | 循環型リサイクルポリエチレン袋」; 東京吉岡株式会社「リサイクルポリエチレン袋」; WWD JAPAN.com「WWD 合同展示会「ファッションワールド 東京」」

1 B2B企業による脱炭素価値の訴求事例 (2) - レコテック株式会社

- レコテックはCFP算定で従来品比較の削減率を明らかにし、自社製品の脱炭素価値を数値化して訴求しています

概要

企業

レコテック株式会社

- 事業内容
 - 廃棄物計量管理システム (pool) の開発・販売
 - Pool resinの製造・販売
 - 資源循環コンサルティングの提供
- 事業本部: 東京都
- 従業員数: 7人¹

算定対象

pool resin

- 廃プラスチックを用いた100%PCR材
- 製造に係るCO₂排出量を最大76%削減



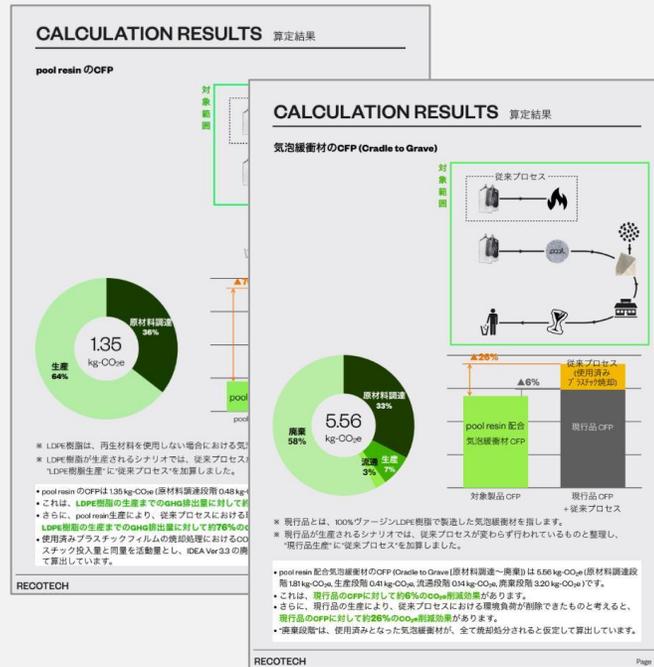
pool resin 配合気泡緩衝材

- 豊田通商に自動車部品向け梱包資材として定期納入

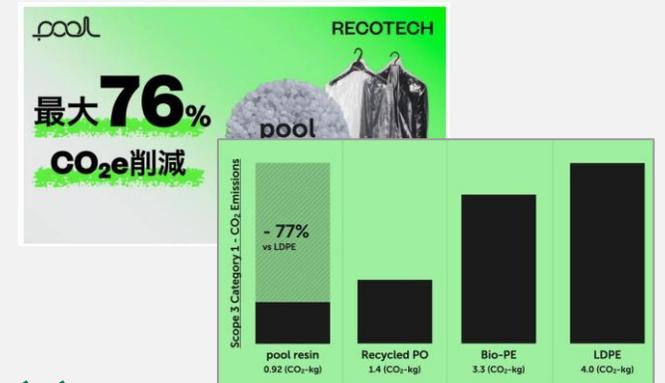


CFPの訴求事例

Pool resinと、緩衝材 (自動車品用梱包材) のCFPを算定し、結果を顧客に提供するほか、自社HPに算定報告書を掲載



各種ウェブサイト等にて、自社製品の優れた脱炭素価値を定量情報によって効果的に訴求



CFPを公表してから、リユース資材・リサイクル製品のCFP算定に関する依頼が増えた

レコテック株式会社
ご担当者



1. 2024年7月時点
出所: レコテック株式会社「国産100%PCR材 | pool resin」; レコテック株式会社「CARBON FOOTPRINT REPORT」; PR TIMES「pool resin とpool resin 配合資材のカーボンフットプリントを算定」;
PR TIMES「レコテック pool resin、豊田通商の梱包資材に定期採用開始(2024/01/24)」

1 2 B2B/B2C企業による脱炭素価値の訴求事例 - 甲子化学工業株式会社

- 甲子化学工業は再生材のCFPを国内外の顧客に提供することで、製品の脱炭素価値が評価されています

概要

企業

甲子化学工業株式会社

- 事業内容
 - プラスチックを中心とする製品の設計・製造・販売
 - 商品の企画デザインから量産支援
 - 電動模型の設計・製造・販売
- 事業本部: 大阪府
- 従業員数: 16名¹

算定対象

SHELTEC

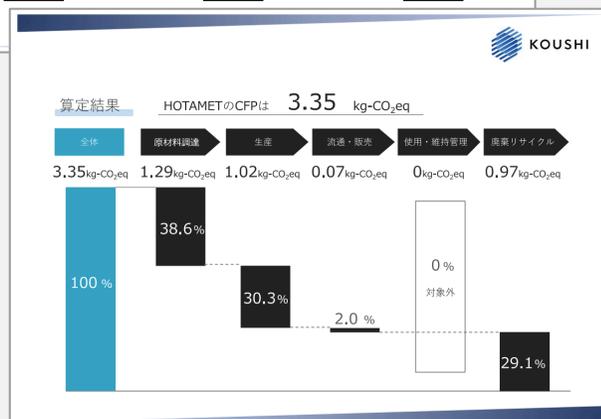
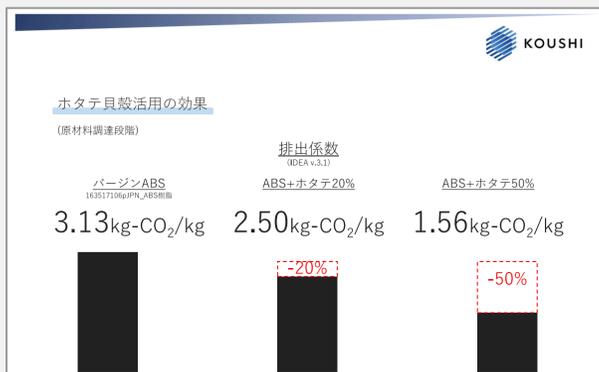
- 破棄貝殻と、再生プラスチックやコンクリート等からつくった再生材
- ヘルメット (ホタメット) や、テトラポット等に使われている

ホタメット

- SHELTECを用いてつくられた防災用ヘルメット



CFPの訴求事例



CFPは自社製品の削減効果を示すために活用しており、CFPを示すことが引き合い増加の一因となっている

国内のお客様からは「CO₂排出量が本当に減るかどうかを数値で確認できるためとても便利」「様々なエコプランを数値で比較して事前に検討できるため役立つ」という声をいただいている

海外のお客様にはCFPと共に算定報告書を提出して、調達先の材料として活用してもらっている

甲子化学工業株式会社
ご担当者



1. 2024年9月時点 (パート社員も含む)

2 B2C企業による脱炭素価値の訴求事例 - ミニストップ株式会社

- ミニストップは実店舗でCFPの表示を実施し、店頭表示内容がお客様の認知にダイレクトに影響することを確認しています

実証概要

実施企業 | ミニストップ株式会社

実施目的 実店舗で、ソフトクリームのスプーンのCFPに関する表示物を展開し、表示有無や表示内容によるお客様の認知・行動への影響を調査・検証

実施内容 店舗ごとに異なる訴求内容の表示を実施
ソフトクリームを購入されるお客様に食べるスプーン、プラスチックスプーンのどちらをご希望かお聞きし、その理由をアンケートボードに回答いただいた

実証結果

- 表示の有無や内容によって、スプーン選択理由が変化
- 環境表示は一般の販促物と同様に、店頭表示内容がお客様の認知に影響すると言える

	A店	B店	C店																																								
表示内容																																											
食べるスプーン選択理由	<p>「おいしいから・おいしそうだから」が +13 ポイント</p> <table border="1"> <tr> <th>理由</th> <th>表示なし</th> <th>表示あり</th> </tr> <tr> <td>おいしいから・おいしそうだから</td> <td>49% (33)</td> <td>62% (52)</td> </tr> <tr> <td>脱プラ・脱炭素に貢献できるから</td> <td>21% (14)</td> <td>13% (11)</td> </tr> <tr> <td>ゴミが出ないから</td> <td>30% (20)</td> <td>25% (21)</td> </tr> </table>	理由	表示なし	表示あり	おいしいから・おいしそうだから	49% (33)	62% (52)	脱プラ・脱炭素に貢献できるから	21% (14)	13% (11)	ゴミが出ないから	30% (20)	25% (21)	<p>「脱プラ・脱炭素に貢献できるから」が +5-6 ポイント</p> <table border="1"> <tr> <th>理由</th> <th>表示なし</th> <th>表示あり (-11/19)</th> <th>表示あり (-11/24)</th> </tr> <tr> <td>脱プラ・脱炭素に貢献できるから</td> <td>9% (7)</td> <td>14% (20)</td> <td>15% (36)</td> </tr> <tr> <td>おいしいから・おいしそうだから</td> <td>69% (52)</td> <td>63% (87)</td> <td>61% (146)</td> </tr> <tr> <td>脱プラ・脱炭素に貢献できるから</td> <td>21% (16)</td> <td>22% (31)</td> <td>24% (56)</td> </tr> </table>	理由	表示なし	表示あり (-11/19)	表示あり (-11/24)	脱プラ・脱炭素に貢献できるから	9% (7)	14% (20)	15% (36)	おいしいから・おいしそうだから	69% (52)	63% (87)	61% (146)	脱プラ・脱炭素に貢献できるから	21% (16)	22% (31)	24% (56)	<p>「脱プラ・脱炭素に貢献できるから」が +12 ポイント</p> <table border="1"> <tr> <th>理由</th> <th>表示なし</th> <th>表示あり</th> </tr> <tr> <td>脱プラ・脱炭素に貢献できるから</td> <td>3% (2)</td> <td>15% (15)</td> </tr> <tr> <td>おいしいから・おいしそうだから</td> <td>53% (41)</td> <td>53% (54)</td> </tr> <tr> <td>脱プラ・脱炭素に貢献できるから</td> <td>45% (35)</td> <td>32% (32)</td> </tr> </table> <p>表示をすることで、脱プラ脱炭素に貢献できるからの選択割合が10ポイント以上増加</p>	理由	表示なし	表示あり	脱プラ・脱炭素に貢献できるから	3% (2)	15% (15)	おいしいから・おいしそうだから	53% (41)	53% (54)	脱プラ・脱炭素に貢献できるから	45% (35)	32% (32)
理由	表示なし	表示あり																																									
おいしいから・おいしそうだから	49% (33)	62% (52)																																									
脱プラ・脱炭素に貢献できるから	21% (14)	13% (11)																																									
ゴミが出ないから	30% (20)	25% (21)																																									
理由	表示なし	表示あり (-11/19)	表示あり (-11/24)																																								
脱プラ・脱炭素に貢献できるから	9% (7)	14% (20)	15% (36)																																								
おいしいから・おいしそうだから	69% (52)	63% (87)	61% (146)																																								
脱プラ・脱炭素に貢献できるから	21% (16)	22% (31)	24% (56)																																								
理由	表示なし	表示あり																																									
脱プラ・脱炭素に貢献できるから	3% (2)	15% (15)																																									
おいしいから・おいしそうだから	53% (41)	53% (54)																																									
脱プラ・脱炭素に貢献できるから	45% (35)	32% (32)																																									
アンケート回答率	29.1% 12.8%	53.1% 54.2% 75.2%	19.1% 10.6%																																								

3 GHG削減への活用事例 - チヨダ物産株式会社、株式会社ゴールドウイン

- チヨダ物産は、CFP算定が太陽光パネルの導入の契機になりました
- ゴールドウインは、バルトロライトジャケットにおいて、CFPの大部分を占める原材料の一部を再生材に変更することでGHG削減を図っています



チヨダ物産株式会社
ご担当者

CFP算定後、CFPの削減のため、取引先と協力して製造工場における太陽光パネルの導入を進めています



株式会社ゴールドウイン
ご担当者

CFPの多くを占めていた表生地を再生材に変更し、GHG排出量削減を図っています



紳士靴
「ハイドロテックウルトラライト」
3品番



THE NORTH FACE
(ザ・ノース・フェイス)
バルトロライトジャケット (ユニセックス)

(参考) 環境省CFPモデル事業の参加企業一覧

- 先進的な企業は、CFPを製品・サービスのブランディング等に活用し、脱炭素価値を訴求しています

令和6年度事業

I-ne、山田製薬



BOTANIST (ボタニスト)
ボタニカルシャンプー モイスト
ボトル460ml/詰め替えパウチ400ml

ゴールドウイン



THE NORTH FACE
(ザ・ノース・フェイス)
バルトロライトジャケット (ユニセックス)

令和5年度事業

甲子化学工業



防災ヘルメット「HOTAMET」

ハースト婦人画報社



SDGs関連イベント
「ELLE ACTIVE! FESTIVAL 2023」

令和4年度事業

明治ホールディングス



明治ミルクチョコレート50g

ユナイテッドアローズ



グリーンレーベル リラクシング
「クルーネック半袖カットソー」

レコテック



pool resin製 緩衝材

佐川急便



飛脚宅配便

チヨダ物産



紳士靴「ハイドロテック
ウルトラライト」3品番

マルハニチロ



冷凍食品
「白身魚タルタルソース」

コーセー



雪肌精 クリアウェルネス
ピュア コンク SS

東京吉岡



循環型リサイクル
ポリエチレン袋

ミニストップ



「ソフトクリーム バニラ (食べるスプーン)」

4 公共調達における需要獲得

- グリーン購入法の判断基準として示されているCFPの算定・開示に取り組むことは、公共調達の需要を獲得することに寄与します

グリーン購入法

概要 国等の公的機関が、環境に配慮した物品、サービスを調達することを狙いとした法律

判断基準

基準値 1 調達に際しての支障や供給上の制約等がない限り調達を推進していく、**より高い環境性能の基準**

- (CFPに関する記載は配慮事項と同様)

配慮事項 調達に当たって**配慮することが望ましい事項**

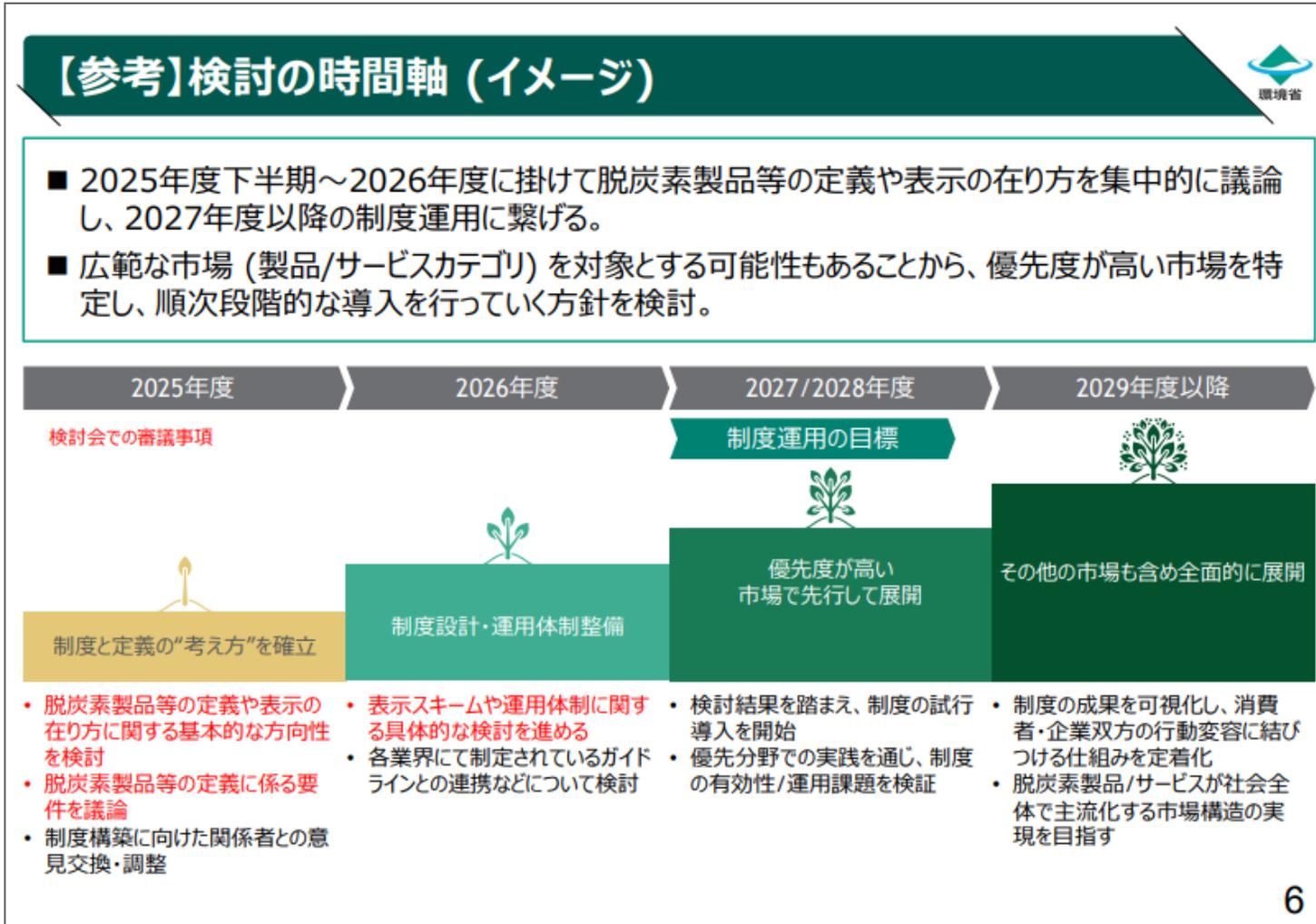
- 右記に記載の分野、品目で「定量的環境情報が算定・開示されていること」と記載あり

分野又は品目	CFP記載基準	分野又は品目	CFP記載基準
コピー機 等 3品目	基準値1	電子レンジ	配慮事項
制服、作業服、帽子、靴 ※	基準値1	ストーブ	配慮事項
タイルカーペット	基準値1	温水器 等 4品目	配慮事項
その他繊維製品 (ブルーシート) ※	基準値1	LED照明器具	配慮事項
印刷	基準値1	LEDを光源とした内照式表示灯	配慮事項
紙類 (トイレトーパー、ティッシュペーパー)	配慮事項	電球型LEDランプ	配慮事項
文具類	配慮事項	乗用車用タイヤ ※	配慮事項
オフィス家具 等	配慮事項	消火器	配慮事項
画像機器 等 ※	配慮事項	インテリア・寝装寝具5品目 ※	配慮事項
プリンタ、プリンタ複合機、ファクシミリ、スキャナ	配慮事項	金属製ブラインド	配慮事項
プロジェクタ	配慮事項	ニードルパンチカーペット、タフテッドカーペット、織じゅうたん	配慮事項
シュレッダー	配慮事項	作業手袋	配慮事項
一次電池または小型充電形電池	配慮事項	その他繊維製品 (集会用テント、旗、モップ 等 6製品) ※	配慮事項
携帯電話、PHS、スマートフォン	配慮事項	太陽熱利用システム ※	配慮事項
テレビジョン受信機	配慮事項	飲料自動販売機設置 ※	配慮事項
電気便座	配慮事項	プラスチック製ごみ袋	配慮事項

※2025年度新たに設定された項目

(参考) 脱炭素製品等の需要喚起に向けた検討会

- 政府では脱炭素製品の需要創出に関する検討を進めています



製品・サービスの脱炭素価値を見える化する制度の検討が開始

- 脱炭素に資する製品・サービスの価値が、消費者に認知・評価・購買される市場の創出を目指す
- 2027年度以降の制度運用を想定



目次

- CFPの概要
- 攻めのCFP活用
 - ① B2B企業による脱炭素価値の訴求事例
 - ② B2C企業による脱炭素価値の訴求事例
 - ③ GHG削減への活用事例
 - ④ 公共調達における需要獲得



守りのCFP活用

- ⑤ 取引先からのデータ要請対応
- まとめ

5 取引先からのデータ提供依頼

- Scope3やCFP算定等を背景に、企業が上流のサプライヤーへ、取引品やサービスのCFPの提供等の対応を求める可能性があり、その対応可否が取引の判断基準の一つになり得ます

サプライヤーへのデータ提供要請の背景



“ 製品のCFPを算定したい

- 輸出向け製品で海外のCFP関連規則に対応しなければならない
- グリーン購入法に対応したい
- 製品のブランディングにCFPを活用したい

“ 組織排出量 (Scope3 カテゴリ1) の算定で、実際のデータ (1次データ) を使いたい

- Scope3の開示義務化に対応したい
- SSBJでは、できる限り1次データの使用が求められている

“ サプライチェーンでの排出削減を示したい

- 投資家からサプライチェーンのGHG削減を求められている
- サプライヤーの削減努力を示すため、1次データを活用したい

原材料のGHG排出量 (出荷までのCFP) を要求



企業



サプライヤー

! データ提供に対応できないと、取引に影響を与えるリスクがある

5 取引先からのデータ提供依頼 - Scope3の開示義務化

- 2027年より、大企業を対象にScope3を含む気候関連情報の開示が義務化され、中小企業を含むサプライヤーへのエンゲージメントが強まる可能性があります

日本版サステナビリティ開示基準

概要

- ISSBの国際基準を踏まえて策定
- ESGの情報を開示を義務化
 - TCFDでは「推奨」だったScope3の算定と開示も義務化



1次データを優先する旨が記載されており、サプライヤーはデータ提供を求められる可能性

B8. 報告企業のスコープ3 温室効果ガス排出の測定にあたり、1次データは、2次データに比べ、報告企業のバリュー・チェーンの活動及び温室効果ガス排出をより表現する可能性が高い。他のすべての条件が同じであれば、これら2つのうち、1次データの使用を優先しなければならない。

日本版サステナビリティ開示基準に基づき作成する有価証券報告書では、Scope3で1次データを用いた部分の記載をしなければならない

(c) スコープ3 温室効果ガス排出
 当社グループは、スコープ3 温室効果ガス排出について、「温室効果ガスプロトコルのコーポレート・バリュー・チェーン（スコープ3）基準（2011年）」に定めるスコープ3 カテゴリーごとに分類し、「GHGプロトコル（2004年）」に基づき、次の活動量及び排出係数を用いて見積りの方法に基づき測定している。

	活動量	排出係数
カテゴリーXX：〇〇〇〇
カテゴリーXX：〇〇〇〇
カテゴリーXX：〇〇〇〇
.....

この際、サステナビリティ開示テーマ別基準第2号「気候関連開示基準」における「スコープ3 測定フレームワーク」に従い、.....(利用可能なデータのうち、スコープ3 温室効果ガス排出の測定にあたって用いる要素及び仮定に組み込むデータを決定した方法を記載する。).....のように組み込むデータを決定している。
 また、.....(1次データを使用した範囲).....については1次データを使用しており、.....(検証されたデータを使用した範囲).....については検証されたデータを使用している。

発行

2025年3月

適用企業 (方針¹)

- 2027年3月期: 時価総額3兆円以上の企業
- 2028年3月期: 時価総額1兆円以上の企業
- 2029年3月期: 時価総額5,000億円以上の企業

1. 金融審議会とりまとめ方針であり、2026年1月末時点では未確定



目次

- CFPの概要
- 攻めのCFP活用
 - ① B2B企業による脱炭素価値の訴求事例
 - ② B2C企業による脱炭素価値の訴求事例
 - ③ GHG削減への活用事例
 - ④ 公共調達における需要獲得
- 守りのCFP活用
 - ⑤ 取引先からのデータ要請対応



まとめ



CFPの意義のまとめ

- 本資料を通じて、攻めと守りの視点からCFPの算定・表示に取り組む意義を学びました
- 次はCFPの算定・表示の手順を学びましょう

CFPの算定・表示の意義

✂ 攻めのCFP活用

- 脱炭素価値の訴求による成長機会の創出
- GHG排出量の見える化による効率的な削減
- 官公需・制度対応を通じた成長機会の確保

🛡 守りのCFP活用

- サプライチェーン要請への備え

次のステップ

本資料で理解したCFP算定・表示の意義を踏まえ、次は、別冊②でCFPの算定・表示の手順を学んでみましょう



CFP人材育成ガイド 別冊 ①-③

- CFP算定・表示の意義 (別冊①)
- **CFP算定・表示の手順 (別冊②)**
- CFP模擬算定 (別冊③)