

東京都・環境省の脱炭素経営に向けた施策のご紹介

SBT認証の補助事業・CFPを活用した グリーン製品創出事業の事業紹介

東京都 産業労働局
産業・エネルギー政策部 計画課 課長
陣内 恵子様

企業の脱炭素経営に向けた計画策定支援事業

- CO2排出量の「見える化」に係る可視化システム活用等の取組支援とともに、中長期の排出量削減目標の認定取得を支援することにより企業の脱炭素経営に向けた取組を後押し

支援内容① 「見える化」への取組支援

令和7年度末まで（1か年事業）

- 支援規模：都内中小企業 300社
- 支援内容：
 - ①システム等を活用したCO2排出量可視化支援
 - ②可視化の方法や可視化した数値の活用方法に関する研修等を通じた人材育成
 - ③排出量削減に向けた具体的な対策の提案

支援内容② SBT認定の取得支援

令和8年度末まで（2か年事業）

- 支援内容：【助成金】SBT認定取得に係るコンサルティング及び申請に係る費用

	上限額	補助率	件数（見込）
中小企業	80万円	2/3	100社
大企業	600万円	1/2	10社



SBT（Science Based Targets）とは、パリ協定が求める水準と整合した、企業が設定する温室効果ガス排出削減目標。4.2%/年以上の削減を目安として、申請時から5年～10年先の目標を設定。国際的な事務局による認定を受けるとSBT公式サイトにて公表。その後、排出量と進捗状況を年1回報告・開示（定期的に目標の妥当性を確認）し少なくとも5年に1度は再評価が必要。SBT認定取得により投資家や顧客に対し持続可能な企業であることをアピールできる。



環境省
「SBTについて」

今後の予定

令和7年7月中旬 公募開始予定（クール・ネット東京のウェブサイトで公表予定）



グリーン製品市場の創出に向けたサプライチェーン等における脱炭素化支援事業

- ▶ 大企業等と連携するサプライチェーン等に対して、CFP算定等によるグリーン製品の創出支援及び創出した製品が市場で選ばれるようにブランディングやPRを支援（R7-R8の2か年事業）

支援対象	①大企業、中堅企業、中小企業等で構成するグループ：2グループ（1グループは最大6社まで） ②中堅企業、中小企業、スタートアップ単独：3社 ※グループの代表となる企業及び単独で取り組む企業は、都内に主たる事業所を置いていること また、グループを構成する企業は、過半数以上が都内に主たる事業所を置いていること		
支援内容	【ハンズオン支援】 ・CFPの算定、GHG排出量削減計画の策定 ・策定した計画の進捗管理、創出した製品のブランディングやPR等にかかる伴走支援		
	【助成金】※都内に事業所のある中小企業等が対象 上記のハンズオン支援に基づく取組に係る経費の一部を助成 上限額 1社につき5,000万円 補助率1/2（中堅企業）・2/3（中小企業等）		
募集期間	令和7年6月17日（火）から同年8月20日（水）まで	事業HPは コチラ	

○助成金の詳細はクール・ネット東京のウェブサイトでご確認ください。
<https://www.tokyo-co2down.jp/subsidy/green-supply>





脱炭素経営推進に関する 関連施策紹介

2025年7月2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

佐野 勇介



バリューチェーン全体の脱炭素化（モデル事業）

サプライヤーエンゲージメント ～取引先と連携して取り組むもう～



バリューチェーン全体の排出削減計画策定支援モデル事業（個社支援）

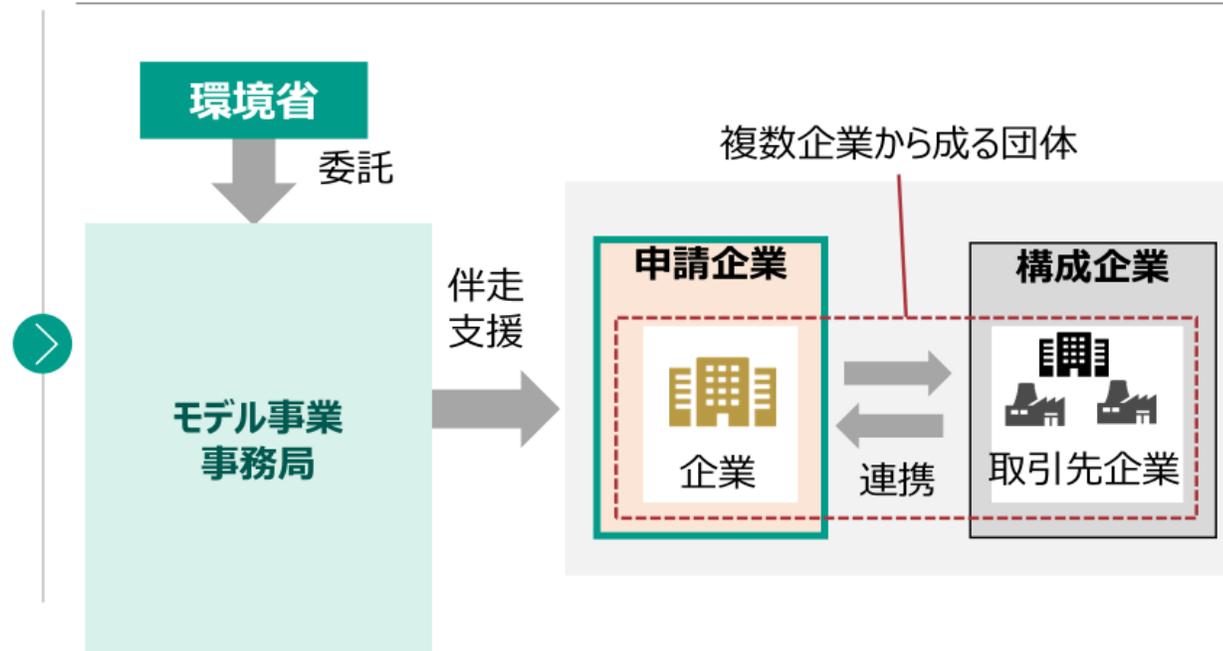


- 申請企業が主体となり、バリューチェーン上の取引先企業及び団体等と共同して行う取組を対象に、**取引先の排出量算定・削減、排出量データ開示等に向けたエンゲージメント方針策定、および取引先企業に対するエンゲージメントの実施について支援**を行う。
- また、モデル事業終了後も継続してエンゲージメントを行えるよう、次年度以降を見据えたエンゲージメント方針・内容等の検証・高度化の支援を行う。

背景と目的

- 我が国のGHG排出量を2050年までに実質ゼロとするためには、自社における排出量のみならず、VC上の取引先企業の排出削減が重要
- しかしながら、VC上の特に中小企業においては、知見やリソース不足等により排出量算定や削減取組に課題。VC内でのエンゲージメントや共同取組が重要
- このため、環境省では過年度にモデル事業により「バリューチェーン全体の脱炭素化に向けたエンゲージメント実践ガイド」にて取組指針を整理した
- 本モデル事業では、過年度に引き続き複数企業の共同・連携による取組を支援しつつ、取組継続のためのエンゲージメント方針策定支援し、VC全体の脱炭素化推進を図る

モデル事業の全体の流れ



令和5年度実施モデル事業 支援団体一覧



社名	E・Jホールディングス株式会社 	セブン-イレブン・ジャパン株式会社 	総合警備保障株式会社 
業種	建設コンサルタント業（岡山県）	コンビニエンスストア業（東京都）	警備業（東京都）
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 下請法への配慮のため、サプライヤの意思を理解し不利益とならない取組を検討した上で、取引先に対して、算定の研修会を実施した上で、算定フォーマットを提供し算定を依頼。 	<ul style="list-style-type: none"> 取引先各社とNDAを締結し、情報の秘匿性や、データの利用範囲や利用方法などを明確にした上でデータ連携を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> 算定支援の効率化、取引先の算定ルールの理解に課題があったため、独自のCO2算定ガイドラインを策定し、サプライヤの算定を支援
社名・団体	株式会社FUJI 	一般社団法人 東京都中小企業診断士協会 	
業種	製造業（愛知県）	その他	
取組内容（予定）	<ul style="list-style-type: none"> 多国籍な取引先従業員に対応するため、多言語対応の意識醸成研修を実施。削減方策検討に当たっては、FUJI側が省エネ診断費用を支援。 	<ul style="list-style-type: none"> アンケートにより支援先企業の実態把握をした上で、研修、ツール提供や結果のレビュー等により算定支援。支援先だけでなく診断士側の意識醸成にも寄与。 	

令和6年度実施モデル事業 個別VC支援



- 個別VC支援においては令和6年度は3社を採択
- 各社とも中小企業をエンゲージメント先として、意識醸成や算定支援、削減取組を実施

	株式会社カナエ	田中鉄工株式会社	アスクル株式会社
社名			
業種	軟包装資材の販売・受託包装加工	アスファルトプラント設計製造	法人・個人向けEC
取組内容	<ul style="list-style-type: none">• Scope3カテゴリ1の削減を目的とした、1次データ活用に向けた取組• サプライヤへの意識醸成や排出量算定支援、算定結果を踏まえた削減取組検討	<ul style="list-style-type: none">• 自社プラント販売先の排出量削減を目的とした、全油連と連携による販売先の化石燃料を廃食油に置換する仕組みづくり• 廃食油活用による、販売先の排出量削減の取組効果の見える化	<ul style="list-style-type: none">• SBTエンゲージメント目標を踏まえた、主要サプライヤにおける削減目標設定• サプライヤへの意識醸成や排出量算定支援、算定結果を踏まえた削減目標設定支援

バリューチェーン全体の排出削減計画策定支援モデル事業（業界支援）

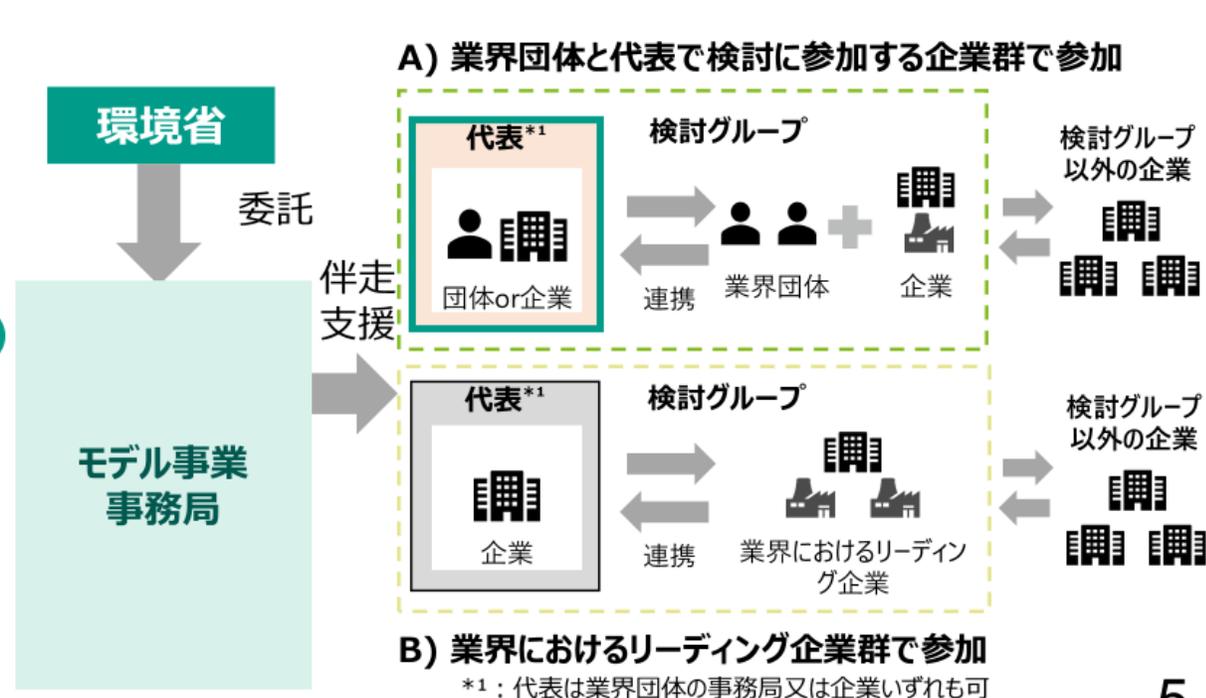


- バリューチェーン全体でのGHG排出量削減のためのエンゲージメントにあたり、依頼を受ける側の企業においては「複数企業より同様の依頼を受ける」、「依頼されるデータが異なる」、「そもそも自社として算定未実施」等の事情があり苦慮する企業も多く、エンゲージメントが進まない課題がある。
- そのため、データ連携の促進や後発企業支援を目的とし、**業界単位で統一的なScope3算定・1次データ取得のルールおよびエンゲージメント方針等のガイドライン策定の支援**を行うことで、業界内において取組を継続・自走が可能となるよう、支援を進める必要がある。

背景と目的

- 令和5年2月に閣議決定された「GX実現に向けた基本方針」の中で、2050年までのカーボンニュートラル実現のために、大企業のみならず中堅・中小企業も含めたサプライチェーン全体でのGXの取組が不可欠とされた
- そして、VC全体でのGHG排出量削減に向けては、取引先へのエンゲージメントが必要不可欠
- しかしながら、企業間でのデータ連携方法が未整備であることや後発企業のリソース・知見不足により、取引先とのエンゲージメントが進まない等の課題が存在。一方で、複数企業間で発生する課題であるため、個社対個社で解決するのは困難
- 本支援事業ではデータ連携の促進や後発企業支援のために、業界共通のScope3算定ルールやエンゲージメント方針のガイドライン策定に向けた業界の伴走支援を行う

支援スキーム図



令和6年度実施モデル事業 業界団体支援



- 業界団体支援においては、プレハブ建築、アパレル・繊維産業、百貨店業が対象
- 業界共通ルール・ガイダンスの策定に向けて伴走支援を実施

	プレハブ建築	アパレル・繊維産業	百貨店
参加団体	 <p>一般社団法人 プレハブ建築協会 Japan Prefabricated Construction Suppliers and Manufacturers Association</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 代表：大和ハウス工業 ■ 構成メンバー： プレハブ建築協会、旭化成ホームズ、積水化学工業、積水ハウス、トヨタホーム、パナソニックホームズ、ミサワホーム 	   <p>一般社団法人 日本アパレル・ファッション産業協会</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 代表：日本アパレル・ファッション産業協会 ■ 構成メンバー： ジャパンサステナブルファッションアライアンス、関西ファッション連合 他 各団体加盟企業 	 <p>一般社団法人 日本百貨店協会</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 代表：日本百貨店協会 ■ 構成メンバー： 小田急百貨店、京王百貨店、大丸松坂屋百貨店、東急百貨店、東武百貨店、松屋、三越伊勢丹ホールディングス、高島屋、エイチ・ツー・オー リテイリング 他 加盟百貨店
業種	工業化住宅の生産・建設等	アパレル・繊維	百貨店（小売）
取組内容（予定）	1次データ活用を含むScope3カテゴリ1の算定の業界共通ガイダンスの策定	アイテム単位の算定の考え方及び事例を示したガイドラインを作成 アイテム別推計値・削減効果推計値の作成	1次データ活用を含むScope3カテゴリ1の算定の業界共通ガイダンスの策定及びサプライヤ向け算定フォーマットの策定

■ モデル事業結果を踏まえ、取引先企業への働きかけ方法についてまとめたガイドブックを改訂

バリューチェーン全体の脱炭素化に向けたエンゲージメント実践ガイド 令和6年度改訂版



ガイドブック

第1章 本ガイドの目的と位置づけ

(参考) サプライチェーン排出量

第2章 バリューチェーン全体の脱炭素化に向けたエンゲージメント実践ガイド

第1節 エンゲージメント方針の決定

- (1) 脱炭素経営方針・削減目標の設定
- (2) エンゲージメントの目的・内容の決定
- (3) エンゲージメントの推進体制の構築
- (4) エンゲージメントの対象の設定
- (5) 取引先への支援策の検討
- (6) エンゲージメントのタイムラインの検討

第2節 取引先の意識醸成

- (1) 取引先への依頼事項の決定
- (2) 取引先への説明・協力依頼
- (3) 取引先との合意形成

第3節 取引先の排出量算定・

自社サプライチェーン排出量算定への反映

- (1) 算定に向けた取引先側の体制構築
- (2) 取引先の算定支援
- (3) サプライチェーン排出量の把握

第4節 連携した削減計画の作成・実行

- (1) 削減対象・目標の検討
- (2) 削減手法の検討
- (3) 取引先の巻き込み
- (4) 削減施策の実行

第5節 取組の発信・発展

- (1) 自社の取組を発信する
- (2) 自社の取組を発展させる

第3章 業界による取組の推進

- (1) 業界として取り組むメリットの確認
- (2) 業界の機運醸成
- (3) 業界による取組の検討

第4章 終わりに

Appendix 作成資料イメージ

- (1) 意識醸成研修資料
 - (2) 算定研修資料
 - (3) 算定ツール
- (参考) 本ガイドラインの検討体制

詳しくはこちらを
ご参照ください。



バリューチェーン全体の脱炭素化（モデル事業）

製品・サービスのカーボンフットプリント （CFP）



Source: カーボンフットプリントガイドライン(経済産業省、環境省)

(参考) 令和4年度 モデル事業参加企業・対象製品・成果



■ 4社を選定し、対象製品に係るCFPの算定等を実施



TOKYO YOSHIOKA



株式会社コーセー

東京吉岡株式会社

明治ホールディングス株式会社

株式会社 ユナイテッドアローズ

対象製品
・サービス



雪肌精 クリアウェルネス ピュア コンク SS



循環型リサイクルポリエチレン袋



明治ミルクチョコレート50g



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」

対象企業
(応募パターン)

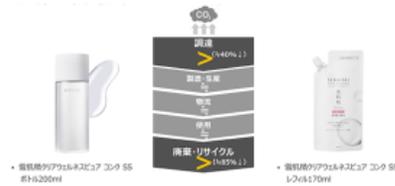
単独

単独

単独

複数企業で連携
(応募時は単独だったが、
複数企業で連携して算定)

実績
(一例)



レフィル容器はボトル容器に比して、調達と廃棄・リサイクル段階においてCO₂排出量に優位性が認められた



東京ビッグサイトでの展示
また、WEBサイト、展示会
などで販促広報も展開



チョコレートのCO₂排出のホットスポット
(多くCO₂を排出するプロセス)を定量化し、
社内のCO₂削減策を数値に基づき
強力に推進することが可能に



店頭POP等により、
Carbon Neutralityに向けた
活動として取組を発信

(参考) 令和5年度 モデル事業参加企業・対象製品・成果



■ 令和5年度モデル事業では5件を選定し、製品に加え、サービス（イベント）のCFP算定等も実施した。

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

対象製品・サービス



HOTAMET
(防災ヘルメット)



HYDRO-TECH
ビジネスシューズ



イベント
「ELLE ACTIVE! for SDGs」

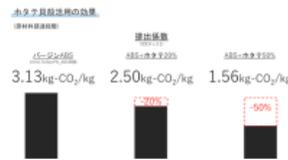


市販冷凍食品
(白身魚フライ)



ソフトクリーム
(食べるスプーン付き)

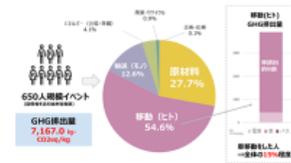
実績例



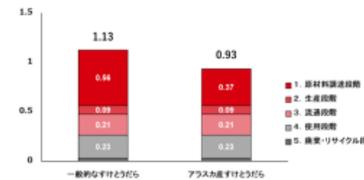
廃棄されていたホタテの貝殻を使用することで、プラスチックのみで作られたヘルメットよりも排出量が削減されることを確認



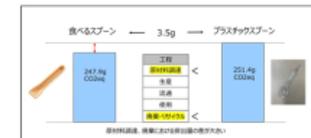
新製品のCFPの算定結果を製品に表示することで、顧客向けのブランディングとして活用



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ルトウダラの排出係数を用いることにより、一般的なスケルトウダラと比較して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

(参考) 令和6年度 モデル事業参加企業一覧 (個社支援)



■ 令和6年度モデル事業では、4件を選定し、CFPの算定・表示等に向けた取組を実施した

株式会社I-ne、
山田製薬株式会社

株式会社ゴールドウイン

レコテック株式会社

佐川急便株式会社

取組対象製品・サービス



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



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)

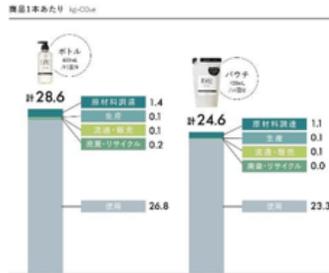


pool resin製 緩衝材

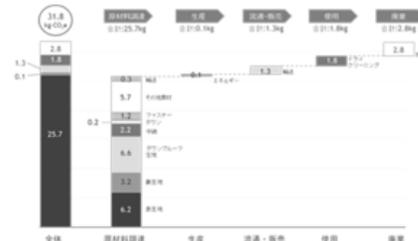


飛脚宅配便

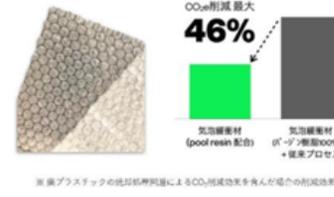
実績例



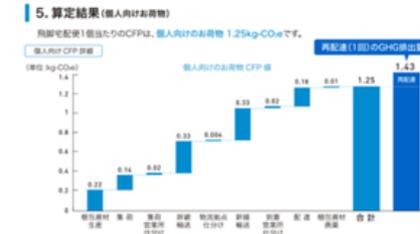
シャンプーのCFPの9割以上が
使用段階であること、
ボトルに比べた場合の
パウチのCFPの削減率を確認



原材料調達段階での排出量が
全体の約8割を占めることを確認



バージン材を使用した場合よりも、
レジン、緩衝材ともに
CFPが削減されることを確認



宅配便1個当たりのCFPと
再配達によるGHG排出量を算出

令和6年度 モデル事業参加グループ一覧（業界支援）



- 令和6年度モデル事業では、業界支援として2グループが、業界におけるCFP 算定ルール又は表示ルールの共通化に向けた取組を実施した

文具・事務用品

履物全般

<p>取組対象 製品群</p>	<ul style="list-style-type: none"> ボールペン、マーキングペン、シャープペンシル、鉛筆、万年筆等の筆記具類 厚型ファイル、レターファイル、クリアファイル、ホルダー、バインダー等のファイル・バインダー類 ノート、ルーズリーフ、封筒等の紙製文具類 ステープラー、テープのり、修正テープ、定規、スタンプ台、はさみ、クリップ等の事務用品類 	<ul style="list-style-type: none"> 紳士靴、婦人靴、子供靴 スニーカー、ブーツ、サンダル、長靴 等 
<p>業種</p>	<p>文具・事務用品製造</p>	<p>靴の企画開発・輸入・卸売</p>
<p>参加団体</p>	<ul style="list-style-type: none"> 一般社団法人全日本文具協会 プラス株式会社 コクヨ株式会社 シャチハタ株式会社 ニチバン株式会社 株式会社リトラブ ゼブラ株式会社 	<ul style="list-style-type: none"> チヨダ物産株式会社 東邦レマック株式会社 TOSMAX株式会社 株式会社ダイマツ 山三商事株式会社
<p>策定した ルール</p>	<p>CFP表示ルール</p>	<p>CFP算定及び表示ルール</p>

CFPの算定・表示の拡大に向けた取組（R7年度） ※採択先決定済



- 業界又は業界の企業群による**CFPの算定・表示ルール**の共通化を支援。策定した共通ルールについては検討グループで実証を行い、改善点等の反映を行った上で、発行を予定。
- **地域におけるCFP算定・表示に係る人材育成の先進事例を創出するモデル事業**を実施予定。
- その他、CFP表示が消費者に与える影響についての調査や、消費者や中小企業におけるCFPの認知拡大のための取組を実施予定。

業界単位の共通ルール策定支援

事前準備
(応募段階)

ルール策定

実証

発行



- 検討対象の決定
- チームの構築
- 検討ゴールのイメージの共有



- 検討ゴールの決定
- ルールの執筆 (素案作成、協議)
- (必要な場合) レビューの実施
- 実現に向けたロードマップの策定



- ルールを用いた実証



- ルールの発行
- 報告会

最終成果物

- CFP 製品別算定ルール/表示ルール (どちらか一方でもよい)
- 業界における中期的CFP活用目標に向けたロードマップ

参加団体の主体的な取組を、事務局が支援

地域におけるCFP算定・表示に係る人材育成モデル事業(P)

地域のステークホルダー（自治体・商工会議所・金融機関・大学・支援機関等）が行う、CFPの算定・表示に係る人材育成の取組を支援。

<取組支援の例>

- 地域におけるCFP算定・表示の知見を持った人材を育成するセミナー等への教材・講師の提供（単なる講演会ではなく、複数回開催で実際のCFP算定まで行う）
- 地域の特産品等についてのCFPの算定・表示ルールの策定を支援（ルールの実証として実際の算定も行う）
- 地域の大学や学校等においてCFPを扱う教材や授業等を作成・提供する教員・企業への助言

等

- CFP人材育成の取組や得られた知見をまとめたガイドブックを作成予定。

カーボンフットプリント表示ガイドの公表



- 令和6年度、CFPの表示等に関する国内外の動向や商品表示に関する国際規程等を踏まえつつ、企業によるCFPの積極的な表示等や、表示等を通じた消費者とのコミュニケーションを促進するため、「**カーボンフットプリントの表示等の在り方検討会**」を設置。
- 検討会における議論を踏まえ、実務の現実性と表示の妥当性のバランスを取ったCFP表示や背景情報の提供を推進し、企業の取組促進と消費者の行動変容につなげることを目的に、令和7年2月、経済産業省と連名で「**カーボンフットプリント表示ガイド**」を公表。
- 本ガイドは、事業者のGHG削減取組に関するコミュニケーションツールとしてのCFPの、**消費者における認知度・理解度を高めるため、CFPの表示を促進することを目的**とし、その**表示方法と算定に関わる情報の提供に関する考え方を示すもの**。CFPを表示しなければならないという義務、又はCFPの表示をする際の義務的記載事項について規定するものではない。

検討会委員・オブザーバー（敬称略）

座長	稲葉 敦	一般社団法人 日本LCA推進機構 理事長
委員	北村 暢康	The Consumer Goods Forum 日本サステナビリティローカルグループ 共同議長
委員	佐藤 吾郎	岡山大学副理事 (法務・コンプライアンス担当)
委員	西尾 チヅル	筑波大学 副学長
委員	森原 誠	ボストン・コンサルティング・グループ合同会社 マネージング・ディレクター & パートナー

オブザーバー

- ・ 日本経済団体連合会
 - ・ 日本商工会議所
 - ・ 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
- その他関係省庁として、農林水産省・経済産業省・消費者庁等が参加



CFP表示と背景情報提供の例

	OKの例 背景情報を表示	HIGの例 背景情報の表示なし
機能単位	XX kg-CO ₂ e 牛乳1Lあたり	XX kg-CO ₂ e 1足あたり
算定対象は	原材料調達～ 廃棄・リサイクル	原材料調達～ 廃棄・リサイクル
算定報告書は	こちら	こちら
背景情報	製品名 XX kg-CO ₂ e 1足あたり	製品名 XX kg-CO ₂ e ペン(黒)1本あたり
ライフサイクル ステージ	製品情報 原材料調達～ 廃棄・リサイクル	製品情報 原材料調達～ 廃棄・リサイクル
算定報告書 へのアクセス	CFP 説明文	CFP 説明文
	CFPと一緒に表示	CFPと少し離れた 場所に表示
	Webサイト等 ¹⁾ に 表示	表示なし

CFP表示に必要な背景情報の提供

OKの例 -背景情報を表示

NGの例 -背景情報の表示なし

XX kg-CO₂e
牛乳1Lあたり
算定対象は
原材料調達～廃棄・リサイクル

◀算定報告書はこちら

XXkg-CO₂e

Tシャツ1枚あたり
算定対象は
原材料調達～廃棄・リサイクル

◀算定報告書はこちら

XX kg-CO₂e

製品名 XX kg-CO₂e
1足あたり
算定対象は
原材料調達～廃棄・リサイクル

CFPの
説明文

▶算定報告書

商品の
Website

製品名
製品情報

XX kg-CO₂e
ペン（黒）1本あたり
算定対象は
原材料調達～廃棄・
リサイクル

▶算定報告書

商品の
Website

製品名
製品情報

XX kg-CO₂e
ペン（黒）1本あたり

背景情報	機能単位 宣言単位	✓ CFPと一緒に表示	✓ CFPと少し離れた場所に表示	✓ Webサイト等 ^{※1} に表示	✓ Webサイト等に表示	✓ Webサイト等に表示
	ライフサイクル ステージ	✓ CFPと一緒に表示	✓ CFPと少し離れた場所に表示	✓ Webサイト等に表示	✓ Webサイト等に表示	
	算定報告書 へのアクセス	✓ CFPと一緒に表示	✓ CFPと少し離れた場所に表示	✓ CFPと一緒に表示	✓ Webサイト等に表示	表示なし

※1 Webサイト等はWebサイトや其他媒体を指す

考え方

- **CFPの値の比較は、同等の機能を有する自社製品や同一製品カテゴリ内のベースライン等との比較に限り、その結果を示してもよい**
 - 比較した結果は、CFPの削減量や削減率、ベースライン※1との差分、判定ルールを用いた等級等での表示が考えられる
 - 比較は、同一の製品／製品カテゴリ内に限る
 - ✓ 自社の同一製品に関して、原材料やサプライヤー内のプロセス、自社内プロセスの変更等で、CFP算定の結果に変化が生じた場合は、算定報告書で差分を報告してもよい（パフォーマンスストラッキング※2）
 - ✓ 他社製品との比較の際は、同一製品カテゴリであっても機能の僅かな差異や算定時の外部環境※3の違い（用いる電力の電源構成の変化等）がCFPの値に影響するため、単純に比較することは困難である点に留意が必要である
 - 詳しくは、CFPガイドラインの「製品間比較をする際の留意点」を参照。CFPガイドラインでは、他社製品との比較が想定される場合に満たすべき要件を「比較されることが想定される場合」として記載している。例えば、他社製品との比較を一般に開示する場合は、算定に用いる製品別算定ルールを利害関係者との協議を通じて作成し、3名以上の独立した外部専門家によるレビューを行う、といった要件が示されている※4
 - 同一のルールに基づいてCFPが算定されることが必要
- **比較の結果を表示する場合は、誤解を招かないように下記の情報を示す**
 - 定量的な情報（CFP算定の結果を含む）
 - 説明文
 - ✓ 比較の前提となる削減量や削減率の計算ルール
 - ✓ 等級表示の場合は、判定ルール
- **CFPの算定結果のみをもって、CFP以外の環境影響についても優れているかのような表現をしない**
 - NG例：総合的に環境面で優れている 等

※1 業界や地域やラベルの組織等で設定された基準値を指す

※2 パフォーマンスストラッキング（経時比較）：同一組織の同一製品における、経時的なCFPの変化の調査（同一製品の場合のみではなく、同一の機能単位や算定単位を持つ代替製品間のCFPの経時的な変化も含む）

※3 企業の努力では変えることが難しいもの

※4 「CFPガイドライン Step1 算定方針の検討 イ 算定方法の具体化 ②製品別算定ルールの作成（2/3）」の脚注において、「当該ルールを用いて算定したCFPが新聞紙上等で公に他社製品と比較して公表される場合や公共調達で利用されることが想定される場合には、レビューを受けることが必要」と記載されている

- CFPの算定・表示に初めて取り組む方々を対象とした「CFP入門ガイド」を2025年3月に公表
- CFPの概要・算定方法・表示方法等について、「CFP実践ガイド」（2023年5月）等の内容に対応しつつ、わかりやすさを重視して作成

ライフサイクルフロー図を作成し、算定の対象を明確にする

作成方法: 5つのライフサイクルステップごとに、算定対象のすべてのプロセス (モノ/工程) を記載
ポイント: 積丹をモノ、四角を工程に付ける
・ 全てのプロセスに適した番号を振り、算定ツールでの参照をしやすくする

項目	投入量 (インプット)	出力量 (アウトプット)
合計	15kg	15kg
原材料	10kg	
製造		5kg

CFPの算定結果及び算定に関する情報を表示する

- 算定結果と、以下の情報を示す
① 算定の単位 (例: 製品1個あたり)
② ライフサイクルステップ (例: 原材料調達～廃棄・リサイクル)
③ 算定報告書へのアクセス (例: 二次元コード)
④ (必要に応じて) 説明文

kg-CO₂eとして表示する
(equivalent (同等) の漢文字
を作成する)
算定方法をまとめ、
CFP結果の信頼性を伝える

算定報告書

テヨダ物産株式会社の
CFPの表示例

表計算ソフトで算定ツールを作成して CFPを算出する

- ライフサイクルフロー図をもとに
プロセスを記載する
・ 適した番号を振る
- データベースから排出係数を
探しを入力する
・ 出身データ項目名・
単位も記載する
- 活動量を記載する
・ 排出係数の単位における
単位、出典を記載する
- 全てのプロセスのGHG排出量を
出し合わせて、CFPを算出する
・ 活動量に排出係数を乗じて、
各プロセスのGHG排出量を
算出する
・ 算定に必要以外の
項目は、記載しないことを
ダブルチェックする

活動量は実測値や配分したデータを基本とするが、入手が困難なプロセスは「シナリオ」と「カットオフ」を活用する

- 実測値: あるプロセスに対する実際のデータ
- 配分: 関連する事業単位等の価値を、事業単位の価値ベースに割り当てること
- シナリオ: CFPへの影響が小さいまたは高い見込まれないプロセスに与える。算定の前提条件
- カットオフ: CFPへの影響が小さいプロセスを、算定対象外とする (可能な限り回避する)

Carbon Footprint of Product CFP入門 ガイド 2025年3月 環境省

排出係数? kg-CO₂e? カーボンフットプリント?
ライフサイクルフロー図?
GHG排出量?
シナリオ?
活動量?
算定報告書?
脱炭素経営?
算定ツール?
シナリオ?

CFPの取組は様々なステークホルダーとコミュニケーションをとって進める

CFPの算定・表示・削減を推進するにあたって、CFP担当者が行うべき働きかけ

- 社内の他部門との連携**
 - 社内の調達・生産部門にデータ提供を依頼する
 - 社内のマーケティング、ブランディング部門等にCFPの表示を依頼する
 - 必要に応じて、業界内で製品別算定ルールや表示ルールの策定に取り組み
- パートナー企業との連携**
 - サプライヤーやOEM/ODM先にデータ提供を依頼する
 - サプライヤーやOEM/ODM先と共にGHG削減施策を検討し、取組む
- 顧客・消費者への訴求**
 - CFPの算定結果や、算定の背景情報をわかりやすく提供する
 - 使用段階のGHG排出削減の必要性や削減方法を訴求する

CFP担当

カーボンフットプリント等に関する情報発信



■ 環境省では、様々な媒体を用いてCFPや脱炭素の取組について発信中！

「脱炭素ポータル」での発信



カーボンニュートラル実現のための様々な情報を発信しています



日本の新たな温室効果ガス削減目標 (NDC) とGX推進政策について

この記事では、日本の次期NDCの内容に加え、日本でのGX推進政策の取組について、...

2025年3月14日 普及啓発



地域で展開する、地場産業と自治体・商工会議所・金融機関などとの連携事例をご...

環境省「令和6年度地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制構築モデル事業」を実施して...

2025年3月3日 取組み事例



「カーボンフットプリント表示ガイド」の公表について

環境省では、カーボンフットプリント (CFP) の表示促進と、CFP表示を通じた消費者との...

2025年3月14日 (更新) 普及啓発

脱炭素ポータル



メルマガ登録



公式Facebook/Xでの発信

脱炭素ポータル/環境省
4日 · 🌐

#カーボンフットプリント 表示ガイドを公表！

カーボンフットプリント(CFP)とは製品やサービスがライフサイクル全体で温室効果ガスをどれだけ排出しているかを示す指標のこと。

#脱炭素ポータルでは、CFPの解説や本ガイドの概要を掲載しています

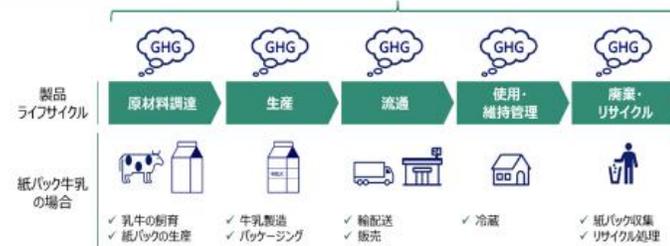
ぜひご覧下さい👉

グリーン・バリューチェーン・プラットフォーム(GVC)

カーボンフットプリント (CFP) とは何か

カーボンフットプリント (CFP: Carbon Footprint of Product) とは、製品・サービスの原材料調達から廃棄、リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通じた温室効果ガス排出量を、CO2排出量として換算した値のことです。

CFP = 原材料調達から廃棄・リサイクルまでの温室効果ガスの総排出量
(単位例: kg-CO₂e) CO₂eの"e"は、equivalent (同等) の略文字です。



グリーン・バリューチェーンプラットフォーム | 環境省

バリューチェーン全体の脱炭素化（モデル事業）

地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制構築 ～地域で仲間を作って取り組もう～



地方公共団体



金融機関



商工会議所・経済団体



業界団体

脱炭素経営フォーラム（2024年度）開催概要



- 本年度、環境省で実施した脱炭素経営を支援する各モデル事業の取組事例を共有し、バリューチェーン全体での脱炭素化に向けた取組を推進する、「脱炭素経営フォーラム（2024年度）」を、令和7年3月5日（水）に対面及びオンラインとのハイブリット形式にて開催しました。

日時	令和7年3月5日(水) 13:00~16:30
開催方式	ハイブリッド（現地会場およびライブ配信）
会場	虎ノ門ヒルズフォーラム ホールB 東京都港区虎ノ門1-23-3 虎ノ門ヒルズ森タワー4階
会場定員	200名



環境省公式YouTube

YouTube → [脱炭素経営フォーラム（2024年度）パート①](#)
各者資料 → [企業の脱炭素経営への取組状況](#) | [地球環境・国際環境協力](#) | [環境省](#)

時間	プログラム	
13:00~13:05	環境省	開会の挨拶
基調講演		
13:05~13:25	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 調査・開発本部 ソーシャルパクト・パートナーシップ事業部サ ステナビリティ経営支援室 フェロー 吉富まり氏	脱炭素にまつわる最新動向について紹介
セッション①：バリューチェーン全体での脱炭素化支援事業		
13:25~14:25	アスクル株式会社	中小企業を含めたバリューチェーン全体での脱炭素化を進めるために、サプライヤーエンゲージメントを代表とする取引先企業に対する働きかけの取組を支援するモデル事業参加企業の取組を紹介。
	株式会社カナエ	
	田中铁工株式会社	
パネルディスカッション		
13:25~14:25	大和ハウス工業株式会社 他6社、1団体	統一的なScope3算定ルールやエンゲージメント方針等の作成に関するモデル事業参加業界・団体の取組を紹介。
	一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会 他2団体	
	一般社団法人日本百貨店協会 他9社	
セッション②：地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制構築事業		
14:25~15:00	今治市	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支援体制構築に向けたモデル事業参加団体の取組を紹介。
	熊子市	
	パネルディスカッション	
15:00~15:10	休憩	
セッション③：製品・サービスのライフサイクルを通じた温室効果ガス排出量算定・表示推進事業		
15:10~16:10	株式会社I-ne,山田製菓株式会社	CFPの算定・表示に取り組み、排出削減やビジネス成長を目指す企業を支援するモデル事業参加企業の取組を紹介。
	株式会社ゴールドウィン	
	佐川急便株式会社	
	レコテック株式会社	
	パネルディスカッション	
15:10~16:10	ミニストップ株式会社	CFP表示の取り組みについて紹介。
	一般社団法人全日本文具協会 他6社	CFP算定や表示ルール策定に関するモデル事業参加業界・団体の取組を紹介。
	チヨウ物産株式会社 他4社（履物業界）	
16:10~16:15	経済産業省	施策の紹介
16:15~16:20	農林水産省	施策の紹介
16:20~16:25	国土交通省	施策の紹介
16:25~16:30	環境省	開会の挨拶

その他ご参考

省エネ法・温対法・フロン法電子報告システム（EEGS）



- **令和4年度報告より、一定量以上排出する事業者の温室効果ガス排出量報告を原則デジタル化。**報告のあった**全事業者（自治体等を含む約13,000者）の年間排出量等をオンラインの報告システム（EEGS）上でいつでも・誰でも確認可能。** <https://eegs.env.go.jp/ghg-santeikohyo-result/>
- **排出量算定・データ共有に係る企業ニーズの高まり等を踏まえ、報告義務の対象外となる中小・中堅事業者が、EEGSを使って排出量算定や削減取組情報の入力を行い、それらを公表する機能を追加（令和6年6月より、運用開始）**

事業者用算定画面

1. 事業者全体で常時使用する従業員数

事業者全体で常時使用する従業員数は21人ですか。 ●はい ○いいえ

2. 事業所毎のその他の活動量

事業所名	活動量	エネルギー使用量入力	活動量入力
関東工場	XXt-CO2	エネルギー使用量入力	活動量入力
関西工場	XXt-CO2	エネルギー使用量入力	活動量入力

事業者の方 事業者の方

事業者のpBizID 事業者が参照/編集可能とする チェック実行



ポイント

- ✓ 工場・事業所単位での入力が可能。

排出量確認画面

排出量の確認

エネルギー起源CO2	100,000tCO2
非エネルギー起源CO2	100,000tCO2
非エネルギー起源CO2（廃棄物の燃焼料使用）	100,000tCO2
CH4	100,000tCO2
H2O	100,000tCO2
PF6	100,000tCO2
SF6	100,000tCO2
HF3	100,000tCO2
エネルギー起源CO2（発電所毎配分前）	100,000tCO2

事業者名

特定排出コード

主たる事業

所在地

任意の追加情報

更新履歴

登録



ポイント

- ✓ ガスごとの排出量確認が可能。
- ✓ 自社の取組等の記載が可能な自由記述欄(回答は任意)。



ポイント

- ✓ 年度毎の排出量推移が一覧化される。
- ✓ 結果公表については任意。

グリーン製品の需要創出等によるバリューチェーン全体の脱炭素化に向けた検討会



開催趣旨

- 2050年ネット・ゼロ及びGXの実現には、国内での脱炭素分野への投資と、その結果生み出される脱炭素に資するグリーン製品（サービスを含む。排出削減努力により、カーボンフットプリントの低減や削減実績量・削減貢献量の創出等が図られたものを想定。）が市場で積極的に評価されることによる需要創出の両輪が必要。
- このため、次のような「**サプライサイドとデマンドサイドの取組の好循環**」への道筋を描いていくことが重要。
 - ▶中堅・中小企業含めたバリューチェーンの各段階を視野に入れ、自らの排出削減とあわせ、**サプライサイドでの脱炭素に資する投資や調達先の選択を推進**し、Scope3を含めた排出削減を推進
 - ▶そうした企業活動により生み出されるグリーン製品について、**製品単位での排出削減努力を見える化すること等**により、消費者選択を促進、需要を創出

■委員(五十音順、敬称略)

高村 ゆかり	東京大学未来ビジョン研究センター教授（座長）
伊坪 徳宏	早稲田大学理工学術院創造理工学部環境資源工学科教授
稲垣 孝一	Green×Digitalコンソーシアム 見える化WG 主査
北村 暢康	The Consumer Goods Forum 日本サステナビリティローカルグループ共同議長
末吉 里花	一般社団法人エシカル協会 代表理事
渡慶次 道隆	株式会社ゼロボード 代表取締役
藤崎 隆志	公益財団法人日本環境協会エコマーク事業部長
森原 誠	ポストンコンサルティンググループ マネージング・ディレクター & パートナー

※オブザーバー

経済産業省、農林水産省、国土交通省、消費者庁、一般社団法人日本経済団体連合会、日本商工会議所、公益社団法人消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、一般社団法人サステナブル経営推進機構、Green x Digitalコンソーシアム、一般社団法人日本鉄鋼連盟、一般社団法人日本化学工業協会、電機・電子温暖化対策連絡会、日本製紙連合会、日本チェーンストア協会、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、一般社団法人日本百貨店協会

■当面の日程（予定）

第1回：5月12日（月）

- 検討会のねらい、関連施策状況の説明
- 委員からの発表

第2回：5月29日（火）

- 中小企業含むバリューチェーンの脱炭素化に向けた議論
- 関係者ヒアリング

第3回：6月11日（水）

- グリーン製品の需要喚起に向けた議論等

第4回：7月下旬

- 中間的な取りまとめ

※並行して産業界等と個別に意見交換を行い、検討会にインプット。

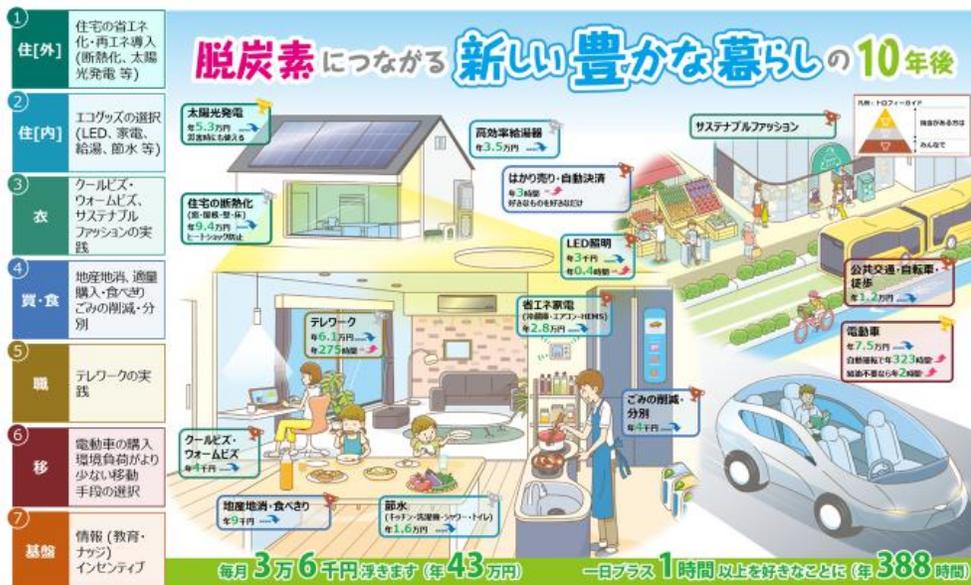
※その後も必要に応じ開催。

生活者への取り組み：「デコ活」（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）



- 「デコ活」：脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの実現に向けた国民の行動変容、ライフスタイル転換のムーブメントを起こすための国民運動。
- 令和6年2月、“**くらしの10年ロードマップ**”を策定。必要に応じて取組・対策を強化。そのうち、「**基盤**」テーマにおいて「**製品やサービス購入に伴う CO₂排出量の見える化と、排出削減量に応じたインセンティブ付与が一般化**」していることをゴールとして設定。
- 上記にゴールの実現に向け、「デコ活」の一環として実施しているプロジェクト「The POSITIVE ACTION Initiative」（以下、「PAI」という。）において、**生活者の脱炭素に資する行動の促進を目的とし、環境省と有志の企業等が連携し、生活者による様々な脱炭素に資する行動の CO₂排出削減効果のデータベース「デコ活データベース」**を作成。

「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの10年後」の絵姿



「くらしの10年ロードマップ」概要

国民・消費者目線で、脱炭素につながる豊かな暮らしの道筋（課題と仕掛け）を全領域（衣食住・職・移動・買物）で明らかにし、官民連携により行動変容・ライフスタイル転換を促進

国民にとってのボトルネック	課題解消に向けた仕掛け（主な対策）		
	2024～2026	2027～2029	2030～
意欲	導入メリット・意義が不明	メリット・意義、最新情報を導入機会と同時に伝達（商業・公共施設等を体験・体感の場）	住
	昔のイメージのまま敬遠	新築/既存住宅リフォーム+太陽光発電設備・高効率給湯器等のパッケージ化	衣
	手間・難しさの忌避感	商品・ブランド別のエシカル度が見える化	移
実践	問題への理解・関心不足	サステナブルツアー（出張・旅行等）、カーボンオフセット付き旅行保険等	基盤
	初期費用・大規模支出	科学的情報等を行動とセットで提供（DXを活用したワクワク感、楽しさなどの動機付け）	住
	導入に時間がかかる	サブスクリプション型サービスやPPA・リース、環境配慮型ローン等の提供拡大	住
慣習・制度が実践を妨げ	機会・情報が限定・不十分	公的支援情報を分かりやすく提供し、複数補助制度の一括申請の受付を拡大	住
		通常リフォームに合わせた+αの断熱、家電販売時の省エネ・再エネのパッケージ提案	衣
		リペア、アップサイクル・染め直し等、衣類の交換会、回収リサイクルの場の拡大	買・食
行動変容・ライフスタイル転換		フードシェアリング、フードドライブ・フードバンク活動、エシカル商品サービス等の拡大	職
		テレワークとマッチするよう必要に応じてルール見直し、必要なサービス・インフラ・情報提供	基盤
		データ活用した行動見える化、デマンドレスポンス、住民・従業員へのインセンティブ拡大	基盤
		費用対効果に優れた気付き・ナッジの提供	基盤

