

カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット制度  
に関する説明会

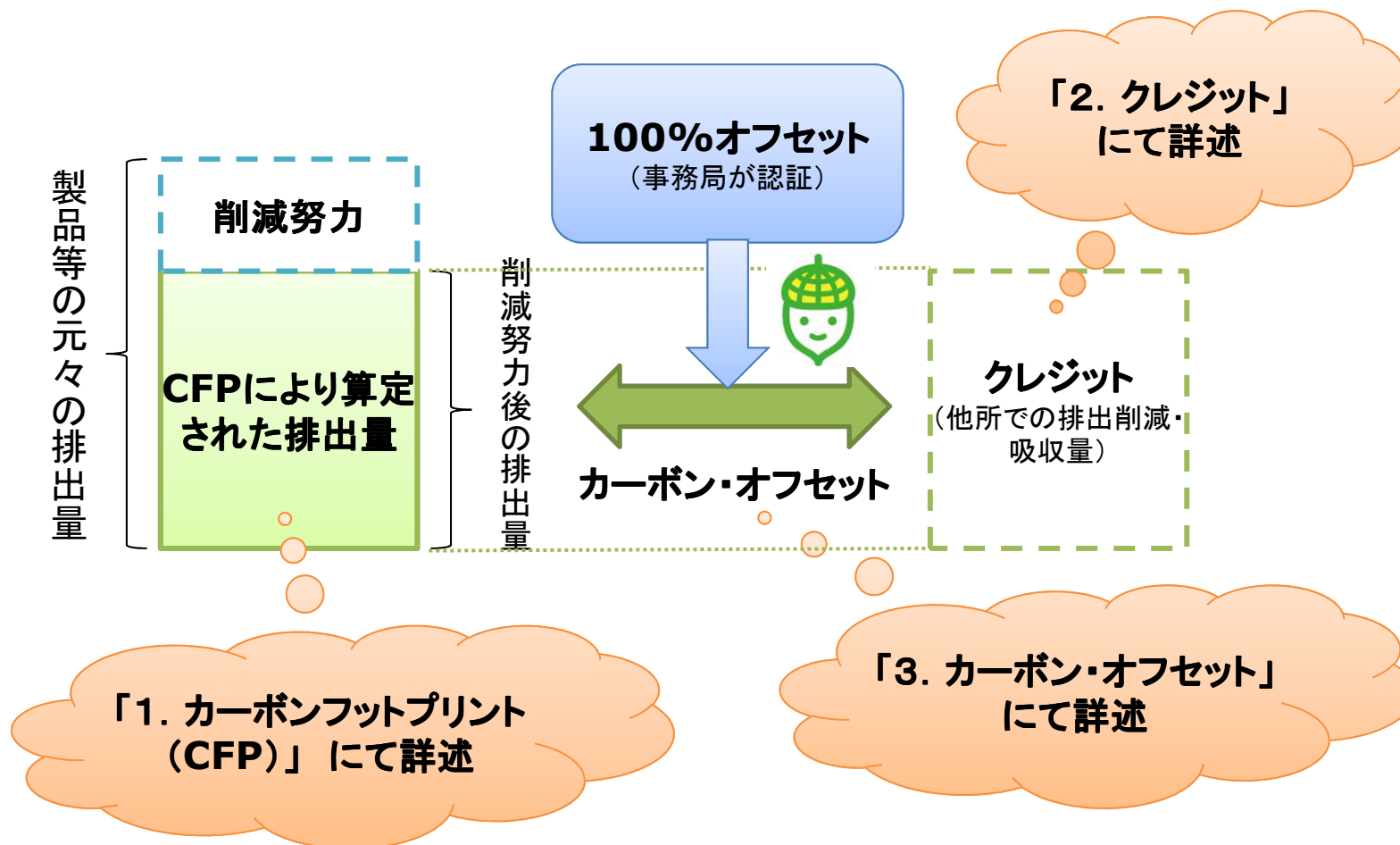
# カーボンフットプリントを活用した カーボン・オフセット制度について



平成25年10月  
「カーボンフットプリントを活用した  
カーボン・オフセット製品等」  
試行事業事務局

## カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット制度概要

経済産業省では、製品等のライフサイクルでの温室効果ガス排出量であるカーボンフットプリント(CFP)を算定した事業者が、別途取得した同量のクレジットにより埋め合わせ(カーボン・オフセット)を行ったことを事務局が認証し、製品等に認証マークを使用する試行事業を実施しています。



※ 詳細は、本制度HPをご参照ください。 <http://www.cfp-offset.jp/>

# 1. カーボンフットプリント(CFP)

## カーボンフットプリント(CFP)制度とは

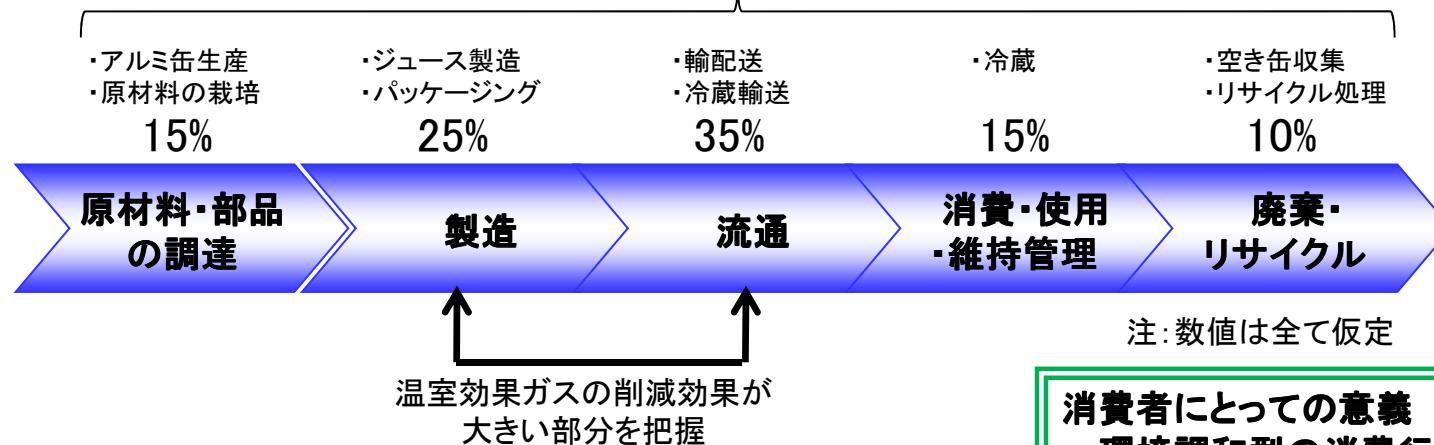
○カーボンフットプリント制度とは、商品のライフサイクル全体で排出された温室効果ガスを二酸化炭素の排出量に換算して「見える化」する仕組みの一つ。

○事業者・消費者双方が温室効果ガス削減に向けた行動をするため、一定のルールに基づいて算出した数値(物差し)。

### 事業者にとっての意義

CO2数値を表示できる高レベルの  
サプライチェーン管理(トレーサビリティ)のアピール

### カーボンフットプリントのイメージ(例:缶飲料)



注: 数値は全て仮定

消費者にとっての意義  
＝環境調和型の消費行動のためのシグナル

事業者間を超えた最適化  
≡「ムダの見える化」

(事例)

CFPを算定したところ流通での排出割合が高いことが判明。配送ルートを見直し、鉄道輸送の利用を推進すること(モーダルシフト)でコスト削減と共にCO<sub>2</sub>排出量削減を実現。

## なぜ今、カーボンフットプリント(CFP)か

### 温室効果ガス排出量の「見える化」による地球温暖化対策

【国内】「低炭素社会づくり行動計画」(2008年7月)で、カーボンフットプリント制度を閣議決定。

温対法に明確に位置づけ、グリーン購入法に基づく基本方針にも盛り込んで閣議決定。

【海外】イギリスなどの世界各国で、カーボンフットプリント制度に関する具体的な取組がスタート。

国際規格化の議論も進み2013年に「ISO/TS 14067:2013」が公開された。

#### 【地球温暖化対策の推進に関する法律】(抜粋)

(日常生活における排出抑制への寄与)

第二十条の六 事業者は、国民が日常生活において利用する製品又は役務(以下「日常生活用製品等」という。)の製造、輸入若しくは販売又は提供(以下この条において「製造等」という。)を行うに当たっては、その利用に伴う温室効果ガスの排出の量がより少ないものの製造等を行うとともに、当該日常生活用製品等の利用に伴う温室効果ガスの排出に関する正確かつ適切な情報の提供を行うよう努めなければならない。(※)

(※)地球温暖化対策の推進に関する法律第21条に基づく排出抑制等指針(2013年4月10日改正)

事業者は、日常生活用製品等について、当該日常生活用製品等の環境性能等及びその認証等を表示する標章や、低炭素社会づくり行動計画に記載されたカーボン・フットプリント制度等の「見える化」の活用により、その利用に伴う温室効果ガスの排出の量等について、当該日常生活用製品等への貼付、陳列棚やレシートにおける表示、インターネット等を通じた情報の提供を行うよう努めること。

#### 【「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)第6条の規定に基づく「環境物品等の調達の推進に関する基本方針(平成25年2月5日変更閣議決定)」】(抜粋)

##### 3. その他環境物品等の調達の推進に関する重要事項

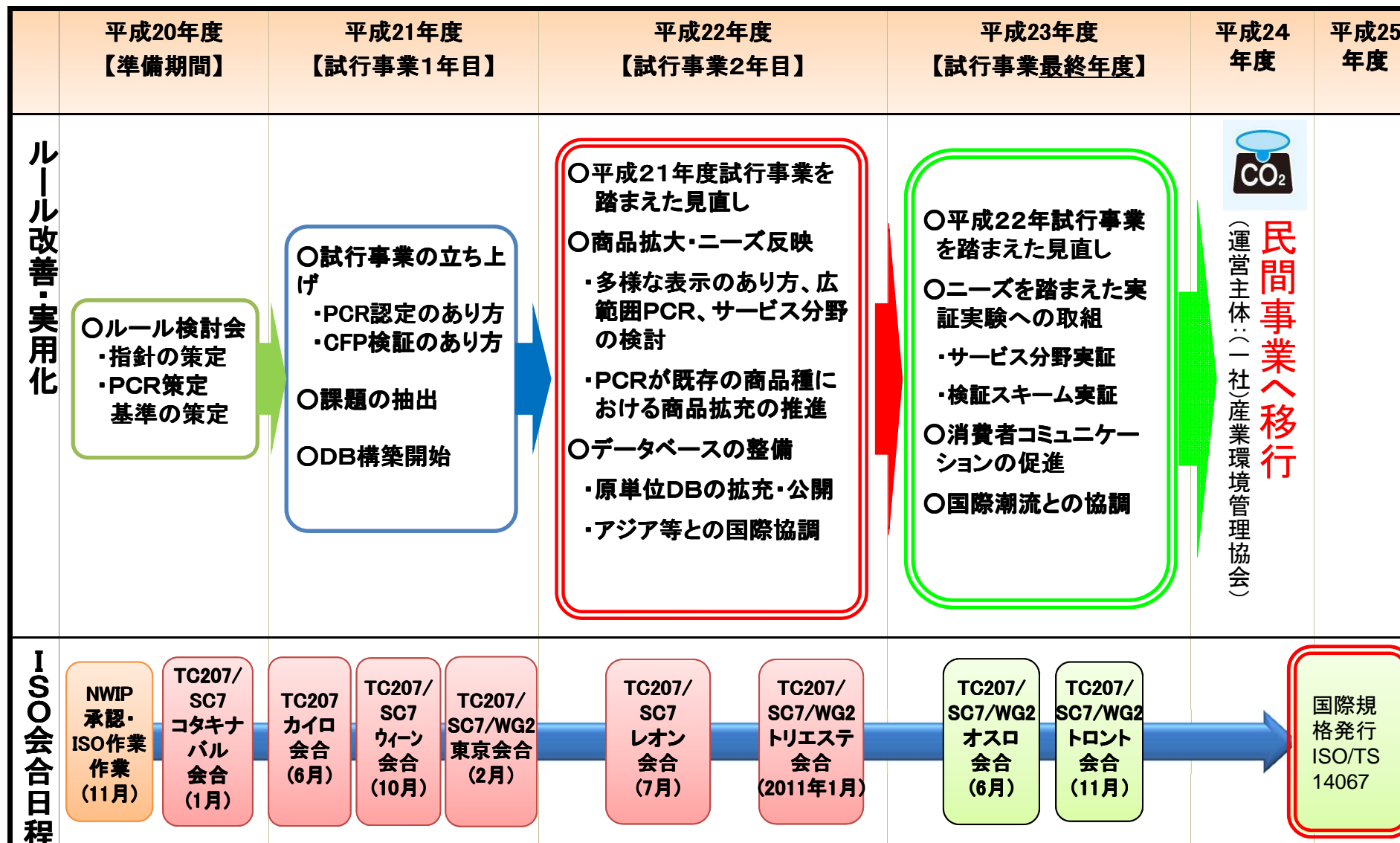
##### (6) 環境物品等に関する情報の活用と提供

…各機関は、提供情報の信頼性や手続の透明性など当該情報の適切性に留意しつつ、エコマークや、エコリーフなどの第三者機関による環境ラベルの情報の十分な活用を図るとともに、温室効果ガス削減のための新たな取組であるカーボン・オフセット認証ラベル、カーボンフットプリントマークを参考とするなど、できる限り環境負荷の低減に資する物品等の調達に努めることとする。…

## 国によるCFPに対する取り組み(試行事業:平成21年度～平成23年度)

○ISO等の国際的な制度協調を図りつつ、当初より平成24年度以降の民間移行を睨み、試行事業を推進。

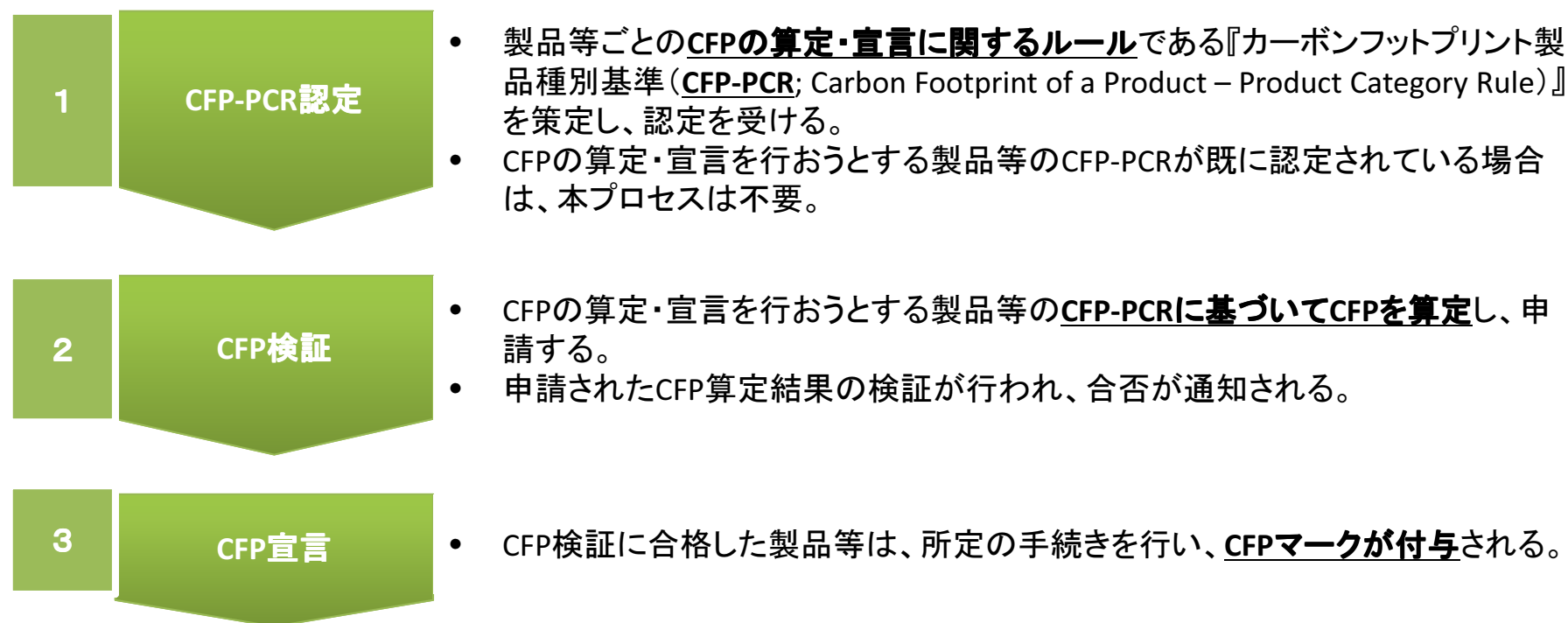
○試行事業成果を踏まえ、(一社)産業環境管理協会が平成24年4月より事業化。



## CFPプログラム

項目	概要
民間運用開始	2012年4月2日～（本格運用：2012年7月2日～）
前身制度	経済産業省等主導により実施された「カーボンフットプリント制度試行事業」
運営主体	一般社団法人産業環境管理協会

### CFP宣言までの流れ



※ 詳細は、CFPプログラムHPをご参照ください。 <http://www.cfp-japan.jp/>



## カーボンフットプリント(CFP)制度の活用事例

- 世界で最も進んだCFPの取組の1つ(ISO/TC 207会合において発表)
- 2013年9月時点で85のPCRが認証され、717のCFP対象製品が検証済



Source: Nippon Meat Packers, Inc. / AEON Co., Ltd. / Imuraya Group Co., Ltd. / DENROKU Co., Ltd. / Shachihata Inc. / Chikuma, LTD

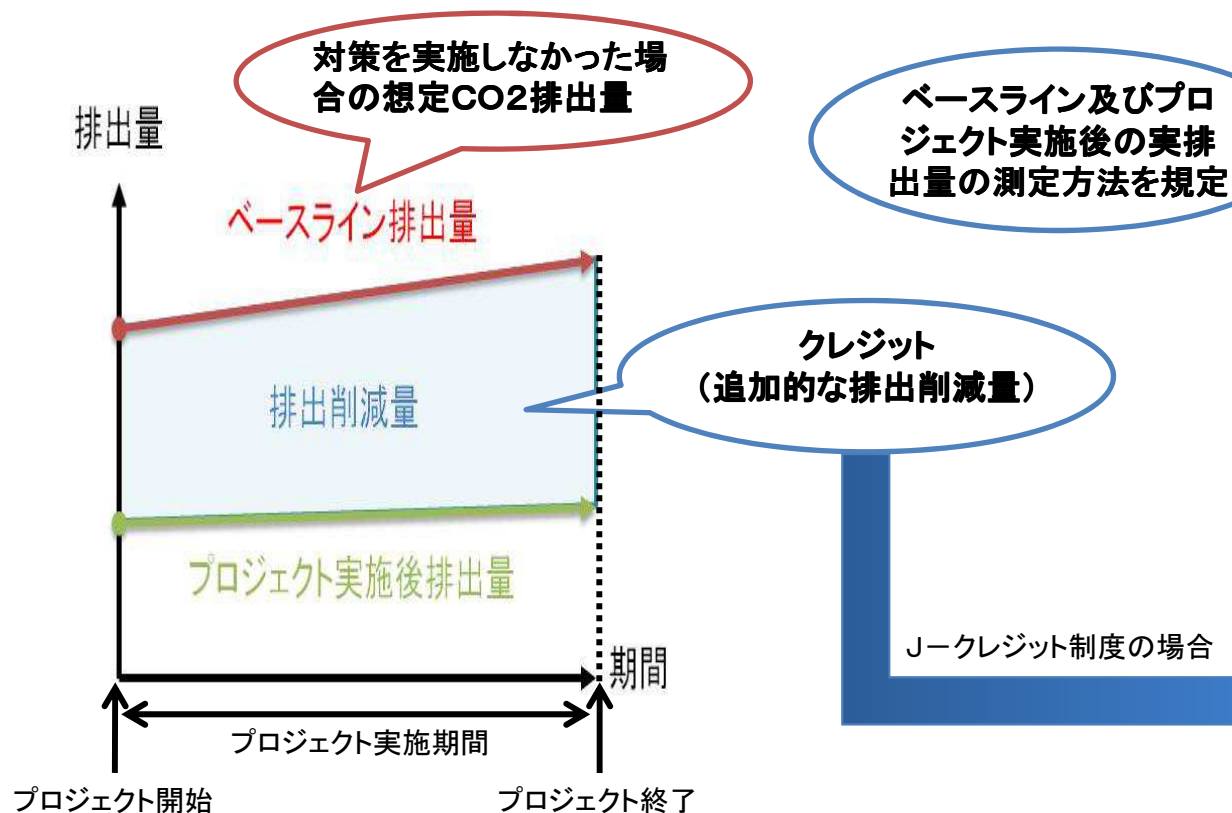


## 2. クレジット

## クレジットとは

○「**ベースライン・アンド・クレジット**」の考え方(ベースライン排出量(プロジェクト実施後の活動量と同じ活動量を、対策を実施しなかった設備等において得られる場合に想定される排出量)からプロジェクト実施後の排出量を減じて排出削減量とする)に基づき温室効果ガス削減量を評価する。具体的な評価については、温室効果ガスを削減する技術や方法ごとに定められた**排出削減方法論に基づいて算定**する。

### ベースライン・アンド・クレジットの考え方



### クレジットの認証の流れ(J-クレジット制度の場合)

プロジェクト実施者が  
方法論に基づき排出削減量を算定

審査機関が確認

J-クレジット制度認証委員会での  
審議に基づき、国が認証

#### 【プロジェクトの例】

ボイラーの導入、ヒートポンプの導入、  
太陽光発電設備の導入、バイオマスボイラーの導入など

#### 【方法論がない場合】

新規方法論が必要となる場合は、事業者等が新規方法論を作成し、J-クレジット運営委員会の審議に基づき、国が承認。

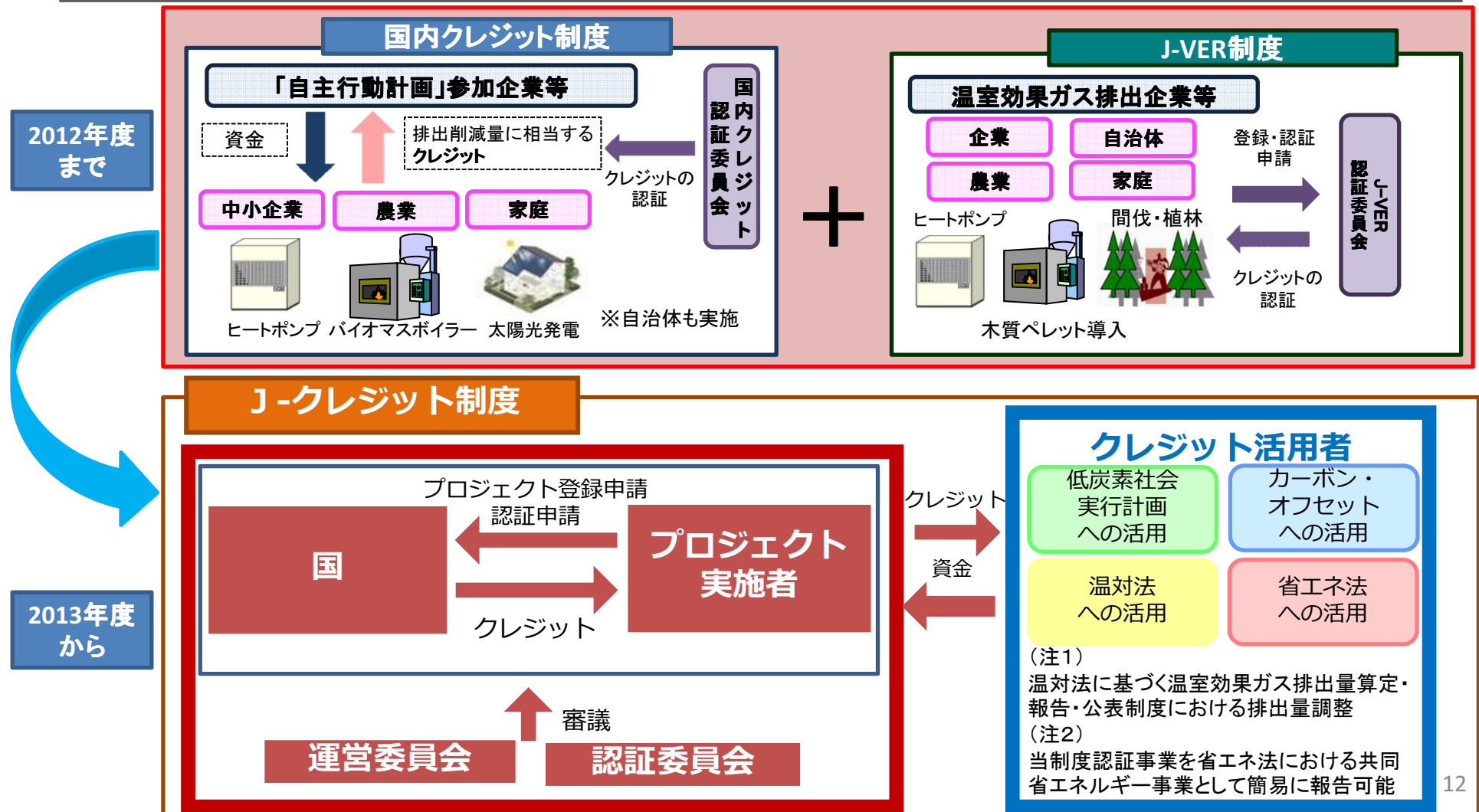
## カーボン・オフセットに活用できるクレジット

クレジット種別	概要	参考
J-クレジット	温室効果ガスの排出削減量や吸収量を「クレジット」として国が認証する制度によるもの (国内クレジット制度とJ-VER制度が発展的に統合)	※ 詳細は次頁参照 ※ 制度HPは下記 <a href="http://japancredit.go.jp/">http://japancredit.go.jp/</a>
地域版J-クレジット	J-クレジット制度において、運営主体として承認された地方公共団体等が、排出削減・吸収量を認証する制度によるもの	
国内クレジット	経済産業省等により運営され、中小企業等が行った温室効果ガス排出削減量を認証する制度によるもの	※ 制度HPは下記 <a href="http://jcdm.jp/">http://jcdm.jp/</a>
オフセット・クレジット (J-VER)	環境省により運営され、国内における自主的な温室効果ガス排出削減・吸収プロジェクトから生じるもの	※ 制度HPは下記 <a href="http://www.j-ver.go.jp/">http://www.j-ver.go.jp/</a>
都道府県J-VER	J-VER制度において、本制度と整合していると認められた都道府県の制度によるもの	
京都議定書に定める京都メカニズムクレジット	下記の京都メカニズムクレジット <ul style="list-style-type: none"> <li>• AAU (各国に割り当てられる排出量)</li> <li>• ERU (JIで発効されるクレジット)</li> <li>• CER (CDMで発効されるクレジット)</li> <li>• RMU (吸収源活動による吸収量)</li> </ul>	

## J-クレジット制度の概要

クレジットを創出する制度（国内クレジット制度、J-VER制度）が併存しているわかりにくい状況を解消し、制度のさらなる活性化を図る（**制度の一本化による利便性向上**）

- ◆ 2013年以降も、国内における排出削減対策、吸収源対策を引き続き積極的に推進
- ◆ 産業界の取組やCSR活動、カーボン・オフセット等の取組をさらに拡大



## クレジットの取得・無効化等の方法

クレジットの取得および無効化等の方法として、2通り想定される。

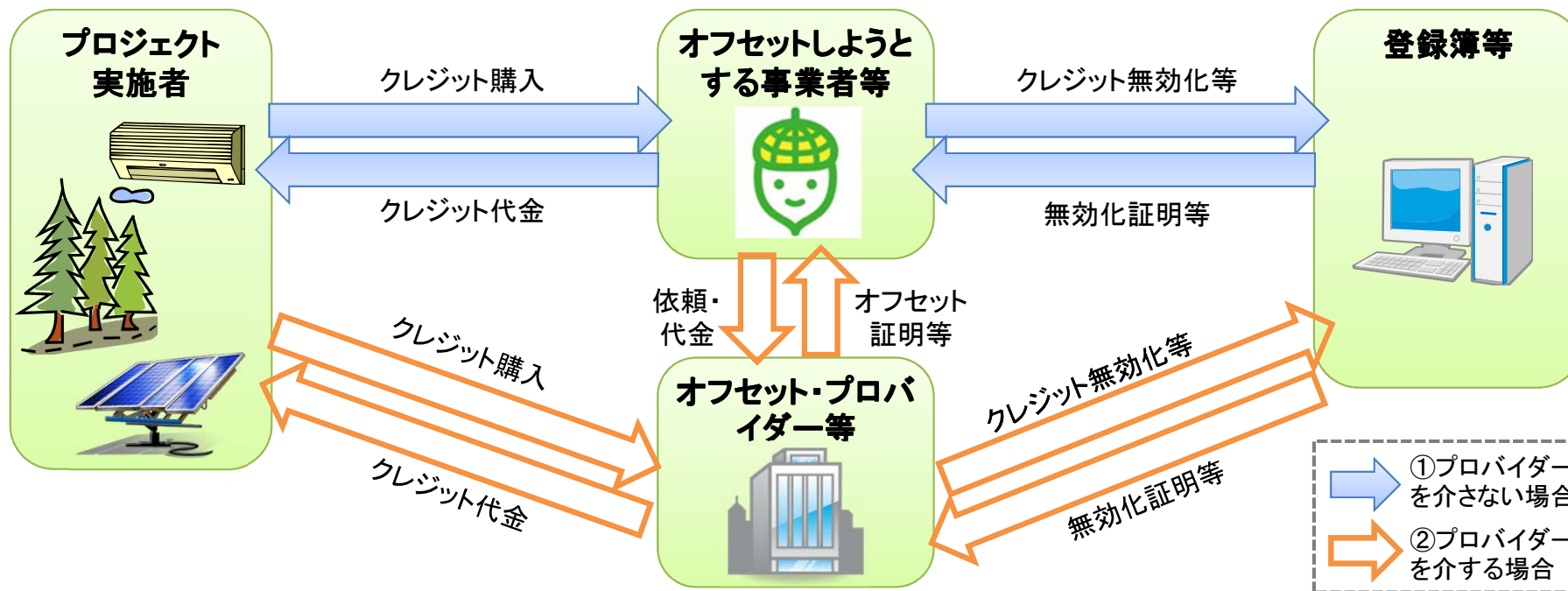
### ①直接取得・無効化等する方法

- クレジットを創出するプロジェクトの実施者より、直接クレジットを取得する。
- 取得したクレジットの無効化※(京都クレジットの場合は償却)を行う。

### ②オフセット・プロバイダー等の仲介業者を介する方法

- クレジットの売買を仲介する業者(オフセット・プロバイダー等)より、クレジットを取得する。
- 仲介業者からクレジットの移転を受けず、仲介業者がクレジットを無効化を行うことも可能。

※ 無効化とは、登録簿等の各クレジット制度が運営するシステム上で、当該クレジットを無効化口座に移転し、それ以降移転できない状態にすることを指す。



※ オフセット・プロバイダーをお探しの際は、カーボンオフセット協会 (<http://co-a.org/index.html>) を参照ください。

### 3. カーボン・オフセット

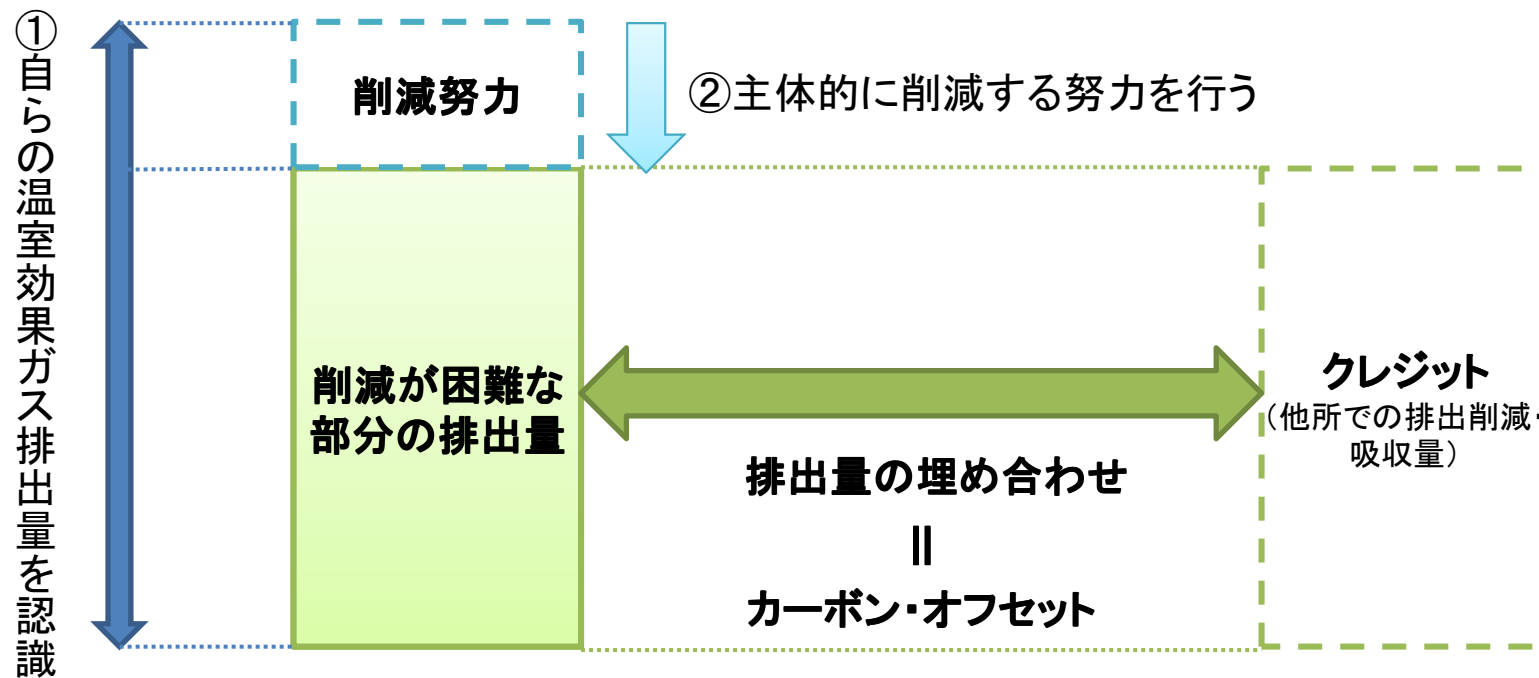


## カーボン・オフセットとは

### 【カーボン・オフセットの定義】

市民、企業、NPO／NGO、自治体、政府等の社会の構成員が、

- ①自らの温室効果ガスの排出量を認識し、
- ②主体的にこれを削減する努力を行うとともに、
- ③削減が困難な部分の排出量について、クレジットを購入することや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。



- ③クレジットを購入すること等により、  
排出量の全部又は一部を埋め合わせる

## CFPを活用したカーボン・オフセット

カーボンフットプリント(CFP)により算定された排出量を同量のクレジットにより100%オフセット

### CFPのみ...

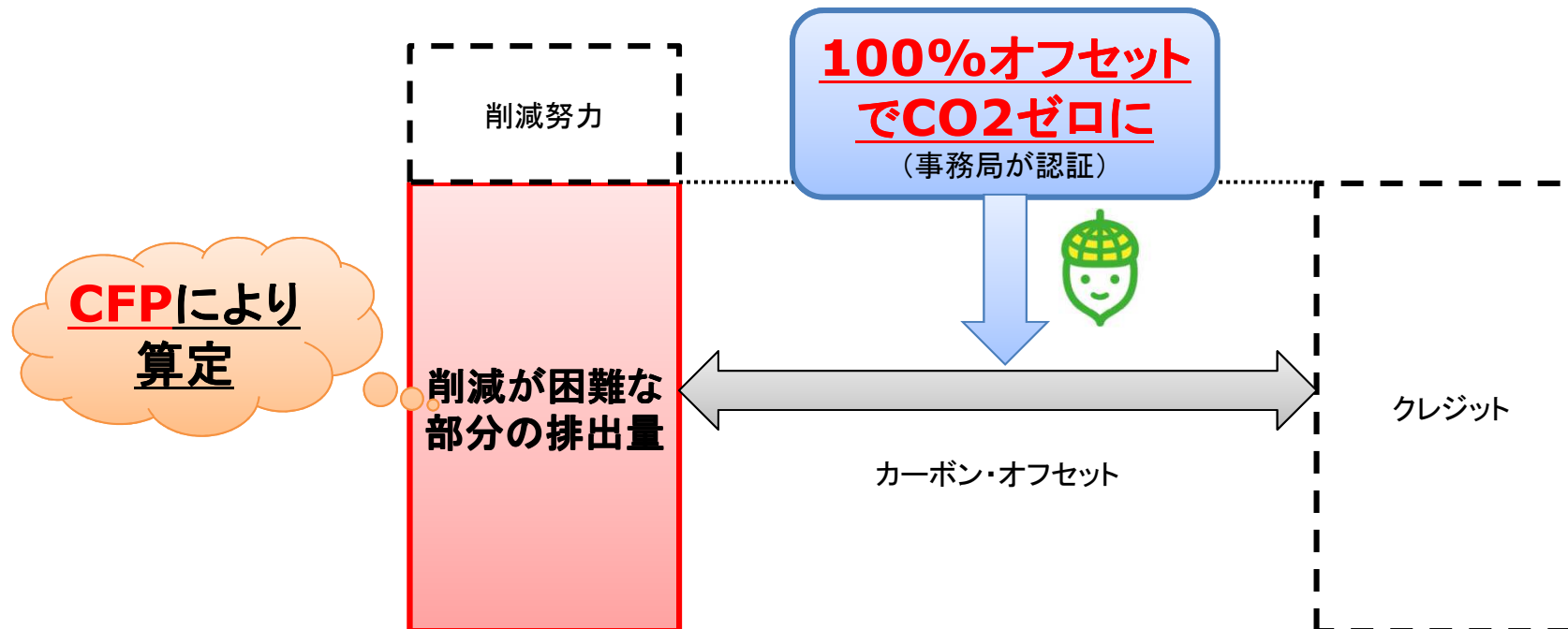
CFP制度を用い、製品のCO2排出量を見える化することで、企業は消費者に対して環境配慮の取組をPR。

(消費者がその数値の価値を判断する)



### CFPを活用したカーボン・オフセット...

カーボン・オフセット製品等であることを国が認定し、それを活用することで、消費者に対して環境貢献をより強くPRできる。



## 4. CFPを活用したカーボン・オフセット 試行事業の取組(昨年度の取組)

## CFPを活用したカーボン・オフセット試行事業の取組(平成24年度)

- 昨年8月に試行事業に係る研究会を設置し、計4回の審議を実施。
- 「カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット」について、最終製品に係る認証規程を作成(9月)するとともに、当該認証を受けたことを示すラベルを作成。
- 11月末に試行事業に参加する事業者の公募を開始し、8事業者(12製品)が参加。
- エコプロへの出展等を通じた制度の認知度向上、事業者及び消費者の意識調査を行うとともに海外のオフセット制度の調査等を実施。

### ○「製品のカーボン・ニュートラル制度」試行事業研究会

- ・第1回 平成24年8月10日
- ・第2回 平成24年9月18日
- ・第3回 平成25年2月15日
- ・第4回 平成25年3月15日

※研究会の議事要旨および配布資料は下記URLより入手可能。

[http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/energy\\_environment.html#carbon\\_neutral](http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/energy_environment.html#carbon_neutral)

### ○事業者及び消費者の意識調査

- ・エコプロ展2012におけるアンケート調査

【調査対象】エコプロダクツ2012 経済産業省ブース来場者460名

【調査方法】紙面による記述式アンケート

- ・平成24年度試行事業 Webアンケート調査結果

【調査対象】20歳以上の男女600名(各性年代区分ごとに75サンプルずつ収集)

【調査方法】WEBアンケート

### <認証マーク>

環境教育で子供たちがよく利用するどんぐりをモチーフにしたもの。どんぐりは、コマのように回ったり、やじろべえになったりしてカーボン・バランスの大切さを人々にわかりやすく伝えることができる。環境に関するロゴの中では新しいモチーフで、認知を高めていく。



【CFPを活用したカーボン・オフセット  
の認証マーク】

## 平成24年度試行事業 参加事業者状況 (1/2)

### ➤ 8事業者12製品が参加

NO	事業者名	対象製品	CFP 算定結果	認証 製品数	算定排出 量 合計量	クレジット の種類	クレ ジット 量	オフ セット 量	削減努力(概略)	オフセット の 選定理由	ラベル 表示方法	今後の展開
1	朝日化工 株式会社	強化磁器食 器	14.1 kg-CO <sub>2</sub>	354	5 t-CO <sub>2</sub>	国内クレ ジット	5 t-CO <sub>2</sub>	5 t-CO <sub>2</sub>	原材料を変更 することにより 排出量を削減 (定量評価あ り)	地域社会 支援	製品にCFPと 併記したどん ぐりシールを 添付	・カタログに表示 ・ウェブサイト掲載 ・PR活動(子供たち と教育関係者に対 しCFPとカーボン・ オフセット製品に ついての情報提供)
2	エム・エム・ プラスチッ ク 株式会社	MMP サンドイッチ パレット	65.3 kg-CO <sub>2</sub>	100	6,530 kg-CO <sub>2</sub>	国内クレ ジット	7 t-CO <sub>2</sub>	7 t-CO <sub>2</sub>	原材料を変更 することにより 排出量を削減 (定量評価あ り)	地域社会 支援	製品にCFPと 併記したどん ぐりシールを 添付	・製品本体、カタロ グに表示 ・プレスリリース ・ウェブサイト掲載
3	サンメッセ 株式会社	社会・環境報 告書2012 ダイジェス ト版	410 g-CO <sub>2</sub>	2,000	820 kg-CO <sub>2</sub>	国内クレ ジット	1 t-CO <sub>2</sub>	1 t-CO <sub>2</sub>	製品をサイズ ダウンすること により排出量を 削減	被災地支 援	・製品の表紙 にどんぐり シールを添 付 ・製品の裏表 紙にCFP印 刷済	・プレスリリース ・工場内でのブー ス展示 ・地方紙の取材
4	大日本印 刷株式会 社	地球環境 ゲーム 「マイアース」	990 g-CO <sub>2</sub> (製品 1個あた り)	1,000	990 kg-CO <sub>2</sub>	国内クレ ジット	1 t-CO <sub>2</sub>	1 t-CO <sub>2</sub>	製造時の改善 により排出量を 削減	環境活動 啓発	製品のパッ ッケージ表に どんぐりシー ルを添付 (CFPの掲載 等はなし)	・プレスリリース ・製品本体に表示 ・販売店での販売 ⇒アンケート実施

## 平成24年度試行事業 参加事業者状況 (2/2)

NO	事業者名	対象製品	CFP 算定結果	認証 製品 数	算定排出 量 合計量	クレジットの種 類	クレ ジット 量	オフ セット 量	削減努力 (概略)	オフセット の 選定理由	ラベル 表示方法	今後の展開
5	株式会社 チクマ	女子事務服 ジャケット 女子事務服 ベスト 女子事務服 スカート 女子事務服 パンツ 女子長袖ブラウ ス (5製品)	12.4 7.0 7.0 9.3 6.77 kg-CO <sub>2</sub>	20 20 20 20 40	984.8 kg-CO <sub>2</sub> (5製品 合計)	国内ク レジット	1 t-CO <sub>2</sub> (5製品 合計)	1 t-CO <sub>2</sub> (5製品 合計)	製品の回収・リ サイクルにより 間接影響として 排出量を削減 (定量評価あり)	被災地支 援	・製品にど んぐりの下 げ札を添付 ・CFPの下 げ札も別途 添付あり	・ウェブサイトへ の掲載 ・展示会での啓 蒙活動 ⇒アンケート実 施
6	株式会社 デコス	デコスファイ バー (建築用断熱 材)	11.9 kg-CO <sub>2</sub>	2,016	24 t-CO <sub>2</sub>	オフ セット・ クレジット (J- VER)	24 t-CO <sub>2</sub>	24 t-CO <sub>2</sub>	生産段階で使用 するエネルギー 消費量が少ない ことにより排出 量を削減	森林保全 支援	・製品にど んぐりシー ルを添付 ・CFPは印 刷済	・製品本体に表 示 ・プレスリリース ・建築雑誌 ・ウェブサイト掲 載
7	日本ハム 株式会社	日本ハム グループ 社会・環境 レポート 2012 (ページ数 80 ページ)	730 g-CO <sub>2</sub>	8,000	5.8 t-CO <sub>2</sub>	オフ セット・ クレジット (J- VER)	6 t-CO <sub>2</sub>	6 t-CO <sub>2</sub>	用紙を薄くする ことにより排出 量を削減	森林保全 支援	製品にどん ぐりシー ルを添付	・展示会での啓 蒙活動
8	レーク大津 農業協同組 合	「はなふじ」米	1.31 kg-CO <sub>2</sub> (玄米 1kg)	玄米 21t	27.5 t-CO <sub>2</sub>	国内ク レジット	28 t-CO <sub>2</sub>	28 t-CO <sub>2</sub>	肥料を変更する ことにより排出 量を削減 (定量評価あり)	地域社会 支援	製品にCFP と併記した どんぐり シーンを添 付	・プレスリリース ・ウェブサイトへ の掲載 ・直販所で販売 ⇒アンケート実 施



# <参考①: 試行事業参加事業者によるプレスリリース>

## 【大日本印刷株式会社】

CO2排出量の削減活動の一つとして、経済産業省の「カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット製品」試行事業に参加

大日本印刷株式会社(本社:東京 社長:北島義俊 資本金:1,144億円 以下:DNP)は、経済産業省が環境省などと連携して推進している「カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット製品」試行事業に参加します。

この試行事業は、製品のライフサイクルにおけるCO2排出量を算定するカーボンフットプリント(CFP)を活用し、算定したCFP値とオフセットしたクレジット量を確認し、100%のカーボン・オフセットを実施した製品であることを認証するための手続きやルールを確認するものです。

今回DNPIは、トレーディングカードゲーム『My Earth』1,000セットでカーボン・オフセットを実施し、同時にカーボン・オフセット商品であることを認証するラベルを貼付して、CO2排出量削減への取り組みをわかりやすくし、この商品を博物館などで販売していきます。

★本試行事業の詳細はこちらのURLで確認できます。

<http://www.metigo.jp/press/2012/11/20121127001/20121127001.html>



### 【本試行事業におけるDNPの取り組みについて】

DNPIは、日本初となるこの試行事業に参加し、遊びながら地球環境の大切さを学ぶトレーディングカードゲーム『My Earth』の「スタートパッケージ陸+川」「スタートパッケージ海+川」の初回出荷分のうちの1,000セットについてCFPを活用したカーボン・オフセットを実施しました。

DNPIは、当商品を、12月13日～15日に東京ビッグサイトで開催される「第14回 エコプロダクツ2012」のDNPブースに出展し、今後も環境対応製品の開発を一層推進していきます。

出典:大日本印刷ウェブサイト[http://www.dnp.co.jp/news/10065773\\_2482.html](http://www.dnp.co.jp/news/10065773_2482.html)

## 【株式会社デコス】

DECOSTORY プレスリリース

### 報道機関各位



デコス、第2回カーボン・オフセット大賞 優秀賞 を受賞

2013年1月25日、株式会社デコス(代表取締役:安成信次、本社:山口県下関市 以下:デコス)は、「近くの山の木でつくる、省CO2で心地よい木の家プロジェクト」にて、第2回カーボン・オフセット大賞 優秀賞を受賞いたしました。

本プロジェクトは、(株)安成工務店 (株)エコビルド (株)トライ・ウッド (株)デコスの4社協働による木の家づくりにおいて、経済産業省及び関係省庁が推進する「カーボンフットプリント(CFP)を活用したカーボン・オフセット製品」試行事業に基づき、上棟する物件に使用する建築用断熱材「デコスファイバー」のライフサイクル(原材料調達、生産、流通、使用・維持管理、廃棄・リサイクル)全体における温室効果ガス(GHG)排出量に対してカーボン・オフセットを実施する取組です。

この取組によりオフセットされたデコスファイバーは、「実質排出ゼロ・カーボン断熱材」となります。

デコスファイバーは、主原料にリサイクル材である新聞紙を使用し、生産工場の動力エネルギーは重油や石油などの化石燃料を使わずにすべて電力を利用。さらに輸送手段にはモーダルシフト(R貨物)を積極的に活用するなど、ライフサイクルCO2の排出量削減に取組んでいます。

また、デコスファイバーは2011年11月に日本で初めて建築用断熱材としてCFP認証を取得し、2012年12月「カーボンフットプリント(CFP)を活用したカーボン・オフセット製品」試行事業に採択されています。

デコスは引き続き、建築分野における省CO2排出の意識向上と、「実質排出ゼロ・カーボン断熱材」を活かした木造建築にて低炭素社会構築により一層取組んで参ります。

### ●第2回 カーボン・オフセット大賞 CARBON OFFSET AWARD

<http://www.carbonoffset-network.jp/news.html?id=304>

本大賞は、社会全体へのカーボン・オフセットの取り組みを推進する団体である【カーボン・オフセット推進ネットワーク(通称:CO-Net)】が主催し、低炭素社会の実現に向けた、カーボン・オフセットの取り組みを評価し、先進的で優れた取組を行う団体を表彰する事業です。

主催:カーボン・オフセット推進ネットワーク(CO-Net)

後援:環境省、経済産業省、農林水産省

協力:一般社団法人海外環境協力センター



### ●「カーボンフットプリント(CFP)を活用したカーボン・オフセット製品」試行事業

「デコスファイバー(1袋15kg)」の算定CFP値(11.9kg-CO2e)と同量のクレジットによりカーボン・オフセットを実施することで、製品のライフサイクルでのCO2排出量が実質的にゼロであることを示すラベルを製品へ貼付するものです。

デコスがオフセットに使用したクレジットは、親会社である安成工務店の取引先で、林業を営む株式会社トライ・ウッド(大分県日田市上津江町)による間伐推進プロジェクトから創出されるJ-VERクレジット(森林吸収系)を利用。



出典:株式会社デコスウェブサイト

<http://www.decos.co.jp/images/press20130129.pdf>

## 【JALレーク大津】

はなふじ米がカーボン・オフセット製品試行事業の認証取得

### 「JALレーク大津トップブランド米」はなふじ

「カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット製品」試行事業の認証取得!

このたび、経済産業省がすすめる「平成24年度カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット製品」(試行事業)の認証を取得しました。

対象製品は大津市の特産品である「はなふじ」米で、そのライフサイクルで排出される温室効果ガス(おもにCO<sub>2</sub>)1.31kg-CO<sub>2</sub>e/玄米1kgを市内の国内クレジット(排出削減認証量)を用いてカーボン・オフセットしました。「はなふじ」米は、本田で肥料を使用しないことにより通常の環境こだわり米と比べて28%のCO<sub>2</sub>削減を達成しましたが、それでも出てしまうCO<sub>2</sub>の排出量を、市内事業者のCO<sub>2</sub>削減分を用いて全量オフセットすることで、排出量ゼロを実現しました。



事業者名	レーク大津農業協同組合
製品名	「はなふじ」米
CFP登録番号	CV-AA02-001
CFP算定結果	1.31kg-CO <sub>2</sub> e/玄米1kg(精米0.91kg)
対象製品数(量)	玄米21t (CO <sub>2</sub> 総排出量27.5t-CO <sub>2</sub> =21t×1.31kg-CO <sub>2</sub> e/玄米1kg)
オフセット量	28t (総排出量27.5tに対する100%オフセット)
無効化日	平成25年1月7日
クレジット情報	国内クレジット(排出削減事業番号:0544) 「琵琶湖畔おごと温泉湯元館におけるボイラー更新プロジェクト」 京都BWAKOクレジット

詳しくは、社団法人産業環境管理協会が運営するホームページ「CFPプログラム」の下記のURLをご覧ください。  
CFPプログラム: [http://www.cfp-japan.jp/info/p\\_detail.php?id=166&p=1](http://www.cfp-japan.jp/info/p_detail.php?id=166&p=1)

カーボンフットプリントとは、製品が作られてから捨てられるまでのライフサイクルの過程で排出されたCO<sub>2</sub>を表示し、低炭素社会に向けて消費者への「CO<sub>2</sub>の見える化」を促進するもの。  
右のマークが目印です。



製品の原材料調達から製造、リサイクルまでの温室効果ガス排出量を見える化する「カーボンフットプリント(CFP)」制度で新たな試行事業が始まりました。  
右は、CFPを活用したカーボン・オフセット事業のラベルです。



出典: JALレーク大津ウェブサイト

<http://lakeootu.jp/eino/cfp.html>

## <参考②:新聞報道>

【大日本印刷株式会社】 印刷タイムス  
(平成24年12月12日)

### 大日本印刷 CO2排出量の削減活動の一つ、「カーボン・オフセット製品」の試行事業に参加

2012年12月12日

大日本印刷(DNP、北島義俊社長)は、経済産業省が環境省などと連携して推進している「カーボンフットプリントを活用したカーボン・オフセット製品」試行事業に参加する。

この試行事業は、製品のライフサイクルにおけるCO2排出量を算定するカーボンフットプリント(CFP)を活用し、算定したCFP値とオフセットしたクレジット量を確認し、100%のカーボン・オフセットを実施した製品であることを認証するための手続きやルールを確認する。

今回DNPは、トレーディングカードゲーム『My Earth』1,000セットでカーボン・オフセットを実施し、同時にカーボン・オフセット商品であることを認証するラベルを貼付して、CO2排出量削減への取り組みをわかりやすく示し、この商品を博物館などで販売していく。

★同試行事業の詳細はこちらのURLで確認できる。

<http://www.metigo.jp/press/2012/11/20121127001/20121127001.html>

DNPは、日本初となるこの試行事業に参加し、遊びながら地球環境の大切さを学べるトレーディングカードゲーム『My Earth』の「スタートパッケージ陸+川」・「スタートパッケージ海+川」の初回出荷分のうちの1,000セットについてCFPを活用したカーボン・オフセットを実施した。

DNPは、同商品を、12月13日～15日に東京ビッグサイトで開催される「第14回 エコプロダクツ2012」のDNPブースに出展し、今後も環境対応製品の開発を一層推進していく。

【株式会社デコス】 住宅産業新聞  
(平成25年1月1日)

デコス 断熱材で採択  
CFP関連の試行事業で  
木質繊維系断熱材を製造・販売するデコス(山口県下関市、安成信次社長)の、新聞紙を主原料とする断熱材「デコスファイバー」が、経済産業省、環境省、農林水産省、国土交通省の4省が連携する試行事業「カーボンフットプリント(CFP)断熱材で採択」に採択された。

同事業は、製品のライフサイクルでのCO<sub>2</sub>(LCCO<sub>2</sub>)排出量を算定するCFPを活用し、CFPの値とオフセットしたクレジット量を確認し、100%カーボン・オフセットを実施した製品であることを認証するための手続きやルールを確認する。住宅・建材業界からはデコスのみが採択されており、同社のほか7社が試行事業に参加。事業実施期間は3月29日まで。

同製品は、建築用断熱材で初めてCFP制度の認定を取得した。主原料にリサイクル材の新聞紙を使用し、生産工場の動力に電力を使用している。輸送手段に鉄道を活用するなど、LCCO<sub>2</sub>排出量削減に取り組んでいる。同製品1袋あたりのCFP算定結果は、11.9kg。同製品のカーボン・オフセットに使用するクレジットは、親会社の安成工務店の取引先で、林業を営むトライ・ウッド(大分県日田市)による間伐推進プロジェクトから創出されるJ・VERクレジットを利用する予定とした。

【JALレック大津】 中日新聞  
(平成25年2月17日)

### カーボンオフセットの米、全国初販売

2013年2月17日

大津市のJALレック大津は、温室効果ガス(CO<sub>2</sub>)の排出削減に協力するカーボンオフセット製品の市内産コシヒカリ「はなふじ米」の販売を始めた。カーボンオフセットの米の販売は全国で初めてという。

カーボンオフセットは、つくる過程などで出されるCO<sub>2</sub>の「排出権」を、よそのCO<sub>2</sub>削減の取り組みにお金を出すことで埋め合わせる仕組み。商品を買うことでCO<sub>2</sub>削減に協力することになる。

「はなふじ米」は、生産から廃棄までに玄米一キロ当たり一・三キロのCO<sub>2</sub>を出す。同JAは今回販売する玄米二・一トンの排出権を購入。市内の温泉旅館にお金を払い、旅館がボイラー省エネ化で削減した分で埋め合わせた。

同JAによると、昨年十二月に経済産業省が試行事業として全国の八社の製品を採択し、「はなふじ米」は農産物として唯一、カーボンオフセット製品として認証を受けた。

「はなふじ米」は、CO<sub>2</sub>排出量を示すカーボンフットプリントの表示認証を受けている。肥料にはマメ科植物の種を使用。県が認証する化学肥料などが五割以下の「環境こだわり農産物」と比較しても、CO<sub>2</sub>排出量を28%削減している。さらに環境に配慮した商品を目指すと、カーボンオフセット製品の認証を受けた。

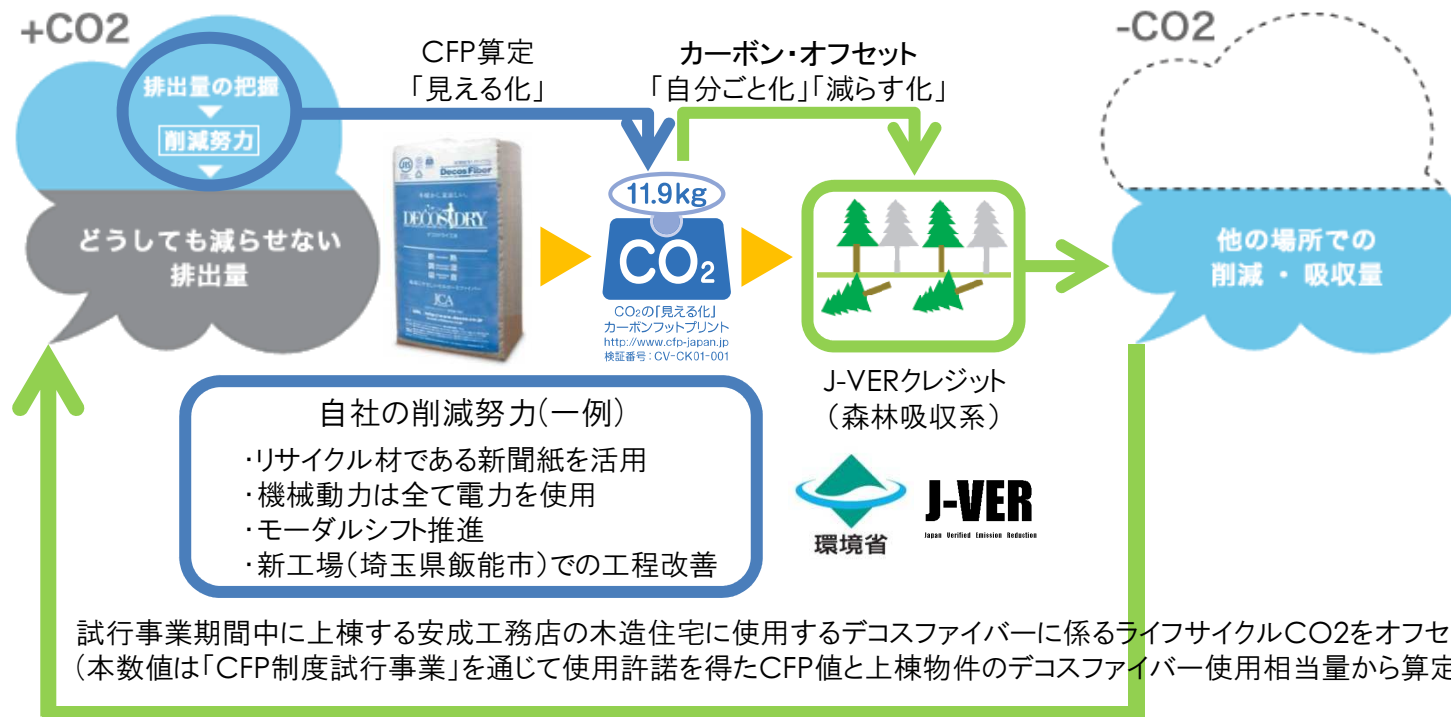
同JAの担当者水ロー平さん(34)は「作り手と買い手が取り組みの意義を一緒に考えて、一緒にCO<sub>2</sub>を減らせれば」と言う。JA直売所グリーンファーム石山店(同市石山寺)と堅田店(同市堅田)で、三十キロの玄米が一万二千二百円、三キロの白米が千六百二十円で買える。





## 事例紹介:(株)デコスの例(1/2)

### カーボン・オフセット



「CFPを活用したカーボン・オフセット製品」試行事業

オフセットの根拠となる  
「商品」のライフサイクルCO<sub>2</sub>を  
算定する方法に**CFPを活用**

出典:(株)デコス資料

## 事例紹介:(株)デコスの例(2/2)

### CFP取得のメリット

#### ①条件を得る

知識・人脈・CFPマークetc.

#### ②条件を活かす

環境をキーワードとした  
積極的なPR活動が可能となる

免許・資格・認定と同じ

問題は、  
やるか、やらないか？

### パブリシティ掲載40媒体以上

### CFP取得後の取り組み

- ①プレスリリース作成・業界媒体へ送付・パブリシティ多数掲載
- ②CFP説明資料作成・印刷・社内教育実施
- ③名刺穴あけ・配布(2,000部以上) 高知県知事・埼玉県知事・山口県知事に！
- ④CFP臨時勉強会開催(博多・岡山・京都・東京・グループ会社)
- ⑤ホームページCFPコンテンツ作成・追加 デコスファイバーCFP情報
- ⑥建材ポータルサイト・メールマガジン広告
- ⑦CFPマーク追加(風袋・パンフレット)
- ⑧展示会PR(エコプロダクツ・実践報告・自社・代理店展示会)
- ⑨広告デザイン変更・新規広告媒体追加
- ⑩資料同梱発送(2,540部・FC5団体)
- ⑪関連企業・地方自治体・官庁へ説明(銀行・市・県・議連)

### 2つの効果＝モチベーションUP

#### ●インナー効果

再認識  
再評価

自社製品の強み  
企業姿勢  
公的な数値評価



#### ●アウター効果



### カーボン・オフセット大賞 優秀賞 受賞

#### CARBON OFFSET AWARD

#### 第2回 カーボン・オフセット大賞 優秀賞 受賞

「近くの山の木でつくる、省CO2で心地よい木の家プロジェクト」

#### CFP展開事例 デコスの場合



試行事業募集11/27～12/4(11)、応募14/39、COとは？11/30、申請書提出12/3、採択12/5  
COテキスト購入12/6、CO大賞応募締切 応募12/10  
〔「情報収集」+「ネットワーク」+「実証」+「タイミング」+「企画力」+「強力なパートナー」+「やる気」〕

### 活動成果

### 銀行の「環境格付け融資」の武器に

#### ●優遇金利

活用  
して  
もら  
える

出典:(株)デコス資料

## 平成24年度試行事業 参加事業者の意見(1/2)

- 実際に試行事業に参加された事業者にはアヒアングを実施。
- アヒアング方式:
  - ・面談方式によるアヒアング(4社)
  - ・書面郵送方式によるアヒアング(4社)

### ○代表的な意見

#### <制度全体の印象>

- 製品の CO2 排出量を CFP で算定していれば、排出量の計算ルールがあるため計算が容易にできる。
- 製品の CO2 排出量をゼロにするというメッセージはわかりやすい。顧客に対しては、カーボン・オフセットと伝えた方が理解してもらいやすい。
- 本制度によって使用するクレジットも、サプライチェーン活動の一環(原料供給業者や流通業者が生み出したクレジットを利用するなど)とすることで、サプライチェーンを巻き込んだ活動として広めたい。

## 平成24年度試行事業 参加事業者の意見(2/2)

### ○代表的な意見(続き)

#### <社内の反応>

- CSR の担当部門としては CFP よりもアピールしやすいという印象であり、**会社全体としても CFP 単独よりも取り組みやすい。**
- 経営層から後押しがあった。また他の部門については、CFP のときのような作業協力が必要なく、作業工数がかからず良かったとの反応。新たに環境アピールに使える材料が出来たことが良いとの反応もあった。
- CFP からオフセットへという流れを社内で理解してもらうことが必要。そのためのリーフレットを作成の上、社内での勉強会を実施することで、まずは社員の理解促進に努めた。

#### <社外の反応>

- **本制度を活用する際に、地場の企業が創出したクレジットを利用してオフセットするというストーリーが良い。**復興支援のクレジットを使用すれば、復興支援や地産地消といった形でのアピールがしやすい。
- **お客様や取引先との話のネタになりやすい。**



## エコプロ展2012への出展

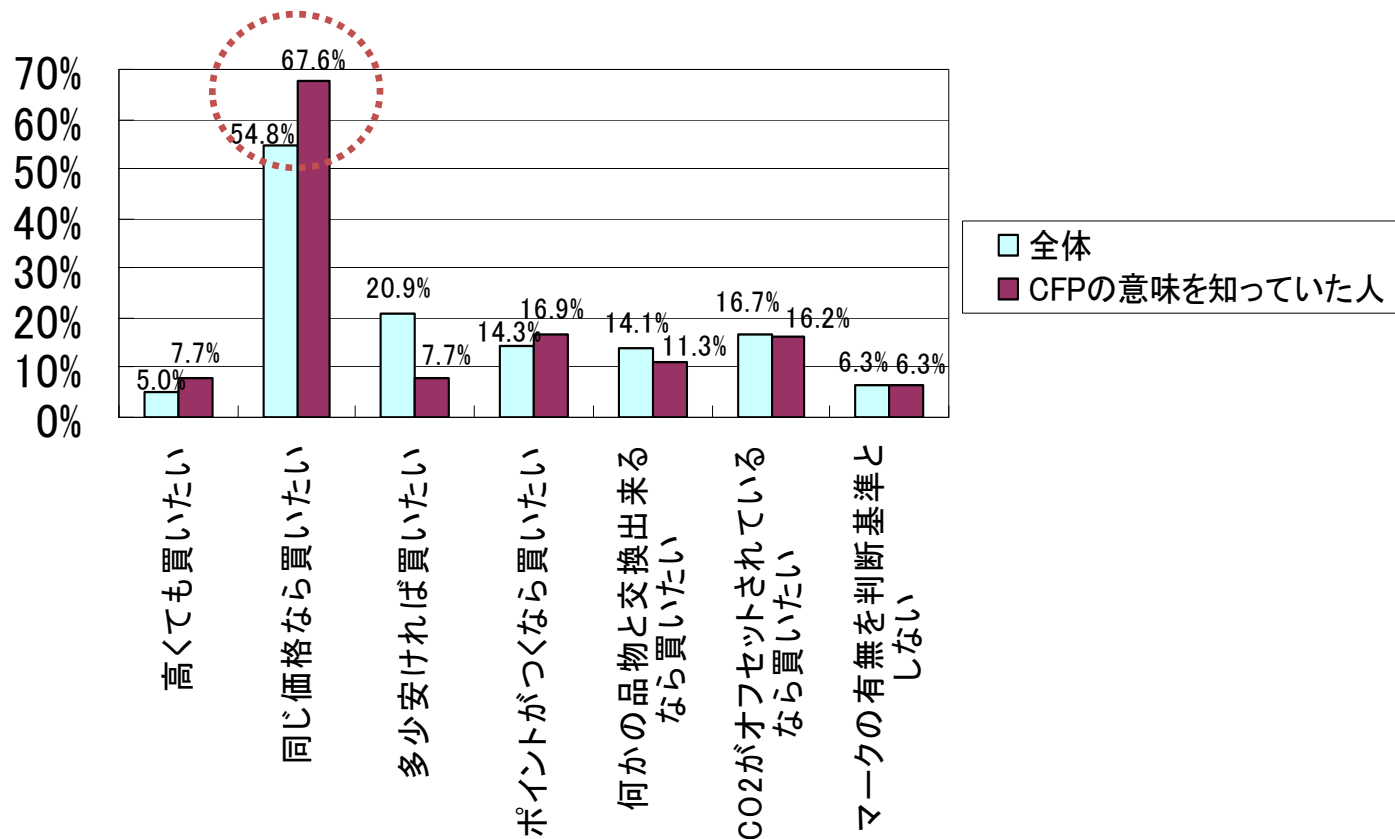
- 幅広い消費者に対する環境貢献の「見える化」を意識して、エコプロ展2012(平成24年12月)において特設コーナー展開
- 展示コーナーには、7事業者の11製品を展示し、3日間で約 4,100人(※)が来場。  
(※リーフレット配布枚数から算出)



## エコプロ展2012におけるアンケート結果(1/2)

- CFPの意味を知っていた(環境に関する知識が深いと推測される)人は、「高くても買いたい」や「同じ価格なら買いたい」と答えた人の割合が全体と比較して高かった。

Q: CFPマークが表示された製品を表示されていない製品よりも優先して買いたいですか？(複数回答可)



## エコプロ展2012におけるアンケート結果(2/2)

- どんぐりの表示マークは、親しみやすい印象を与えている。
- 親しみやすさのあるどんぐりマークではあるが、どんぐりマークを個性的と判断される方も多いため、両立できているものと考えられる。

### Q4:CFPを活用したカーボン・オフセット製品マークを見て感じた印象

- ・ 親しみを持った人が75%、好きが60%と概ね好印象でマイナス評価は低い。
- ・ 個性的かどうかについて約半数が個性的と回答。親しみやすさのあるどんぐりマークではあるが、どんぐりマークを個性的と判断される方が多いため両立できているものと考えられる。
- ・ 使いやすさ(事業者対象)に関しては、約4割が使いやすいと回答。

#### 親しみ



#### 個性的



#### 好き



#### 使いやすさ(事業者対象)

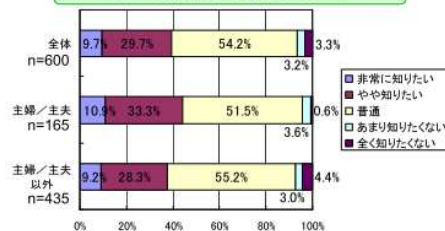


## 平成24年度試行事業 Webアンケート調査結果(1/3)

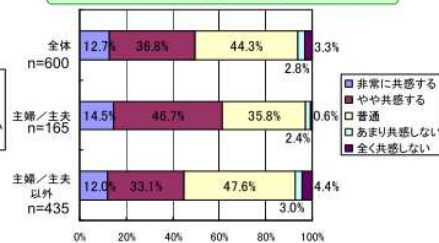
- 取組を実施している事業者に対して、全体的に40～50%の人がポジティブな考えを持つことが示された。
- 上記理由としては、「事業者に好感が持てるから」や、「事業者の努力が伝わってきたから」との回答が多い。

### Q5: 取組を実施している事業者に対する考え(設問ごとに1つ必須選択)

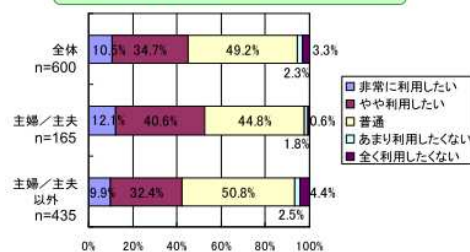
#### Q5-1: 事業者の活動を知りたいか



#### Q5-2: 事業者に共感するか



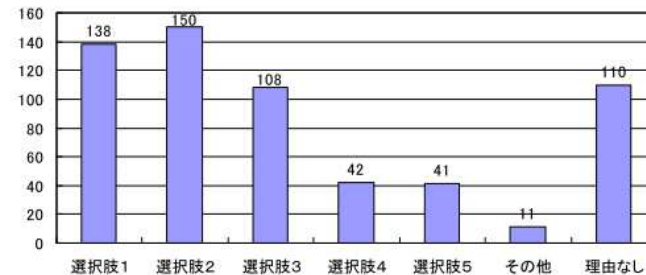
#### Q5-3: 事業者の製品を利用したいか



- 全体的に40～50%の人が取組を実施している事業者に対してポジティブな考えを持つことが示された。
- また、いずれの質問においても主婦/主夫層は、全体と比較して肯定的な考えを持つ人が多い。
- 否定的な回答は少ないものの、「普通」を50%前後の人が選択。

### Q5-1～Q5-3において、各選択肢を選択した理由(1つ必須選択)

- 「事業者に好感が持てるから」や、「事業者の努力が伝わってきたから」と回答した人が多く、ネガティブな意見である選択肢4、5を選ぶ人はそれぞれ7%程度にとどまった。

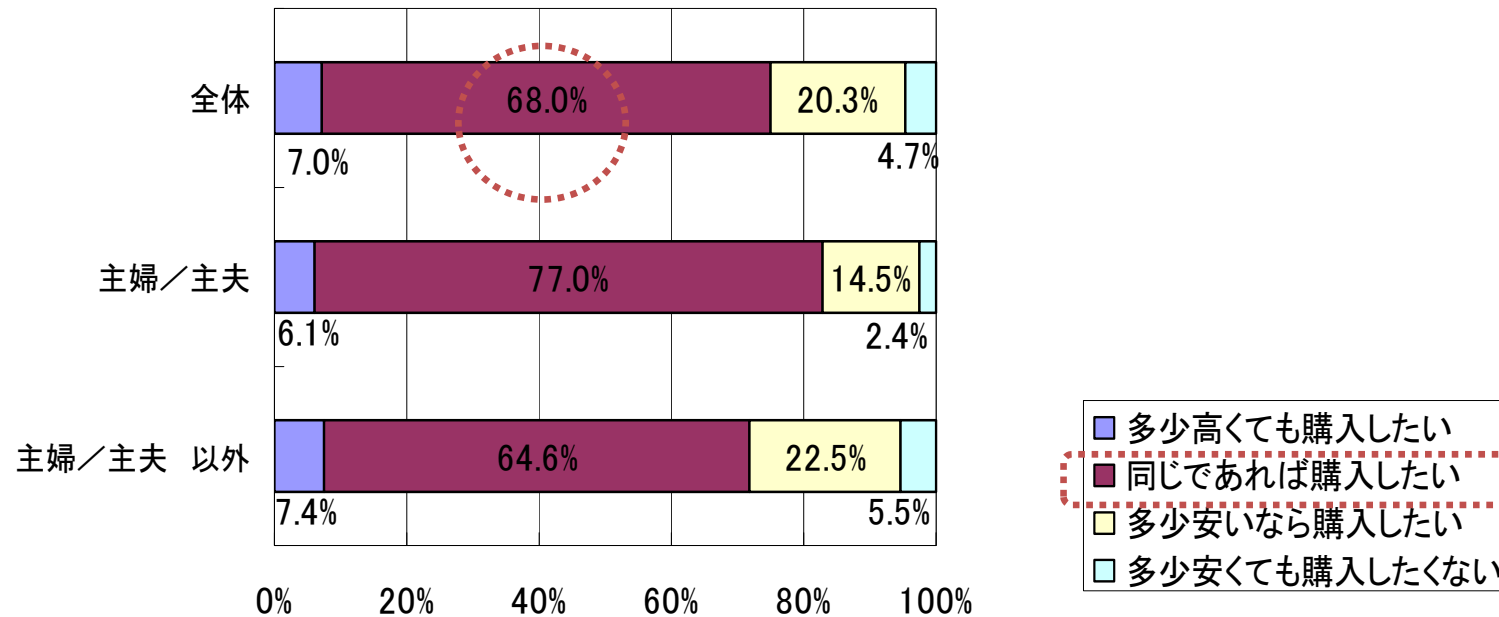


- 選択肢1: 取組んでいる事業者が努力していることが伝わってきたから
- 選択肢2: 取組んでいる事業者に好感が持てるから
- 選択肢3: 取組んでいる事業者は消費者も参加しやすい制度を推進しているから
- 選択肢4: 取組んでいる事業者はCO2排出量をお金で解決しているから
- 選択肢5: 制度に取組む事で製品の価格が高くなると思われるから

## 平成24年度試行事業 Webアンケート調査結果(2/3)

- CFPを活用したカーボン・オフセット製品の購入について、一般の製品と比較して、7%の人が「多少高くても購入したい」、68%の人が「同じ価格であれば購入したい」と回答した。
- さらに、主婦／主夫層においては、全体と比較して「同じ価格であれば購入したい」と考える人が多いことが示された。

Q: 一般の製品と比較してCFPを活用したカーボン・オフセット製品を購入したいか  
(1つ必須選択)

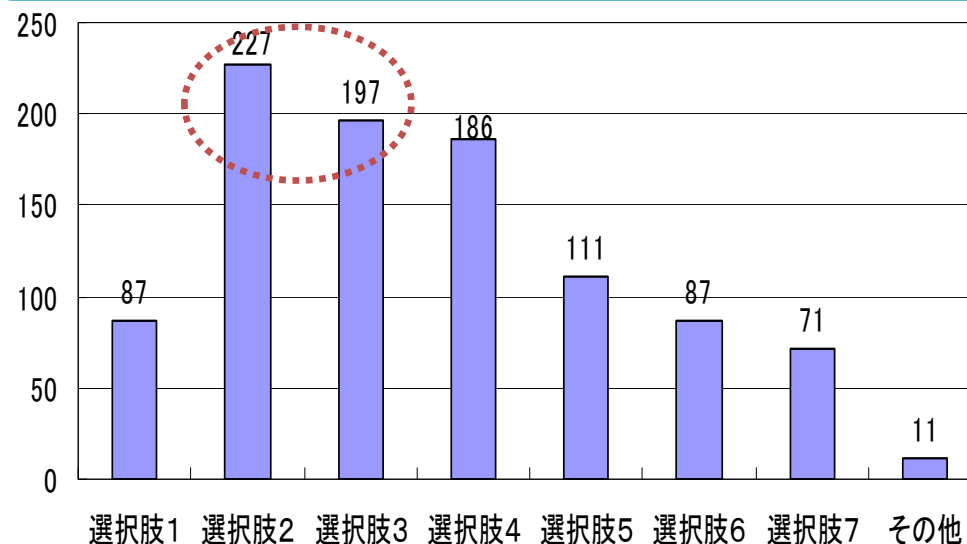




## 平成24年度試行事業 Webアンケート調査結果(3/3)

- 15%程度の人は「制度そのものに共感するため、取組がなくても購入する」と回答。
- 「売上の一部を環境保護活動に活用」や「マークを集めると地域社会に貢献できる」といった社会貢献に寄与する取組を、制度に織り交ぜて行くことが、本制度の普及に効果があることが示唆された。

Q:どのような取組があると良いと思うか（3つまで選択可）



選択肢1: 制度そのものにするので、下記のような取組がなくても購入する

選択肢2: CFPを活用した共感カーボン・オフセット製品を購入すると売上の一部が環境保護活動に活用される

選択肢3: (ベルマークのように、)学校や自治体などの地域社会でマークを集めると、地域社会に貢献(地域社会で共同使用する設備や物品と交換など)できる

選択肢4: 各事業者のポイントが付与されたり、スタンプカードのようにマークを集めると品物と交換できたりできる

選択肢5: CFPを活用したカーボン・オフセット製品に関する一連のストーリーがメディア(テレビ、新聞、雑誌など)で好意的に紹介されている

選択肢6: 店頭でのポスターやポップなどでCFPを活用したカーボン・オフセット製品に関する一連のストーリーが、製品を購入する際にも制度の紹介がされている

選択肢7: 上記のような取組が実施されていても購入しない



## 5. 平成25年度の取組

## 本年度(平成25年度)の取組

平成24年度の事業との主な違い

・対象範囲の拡大

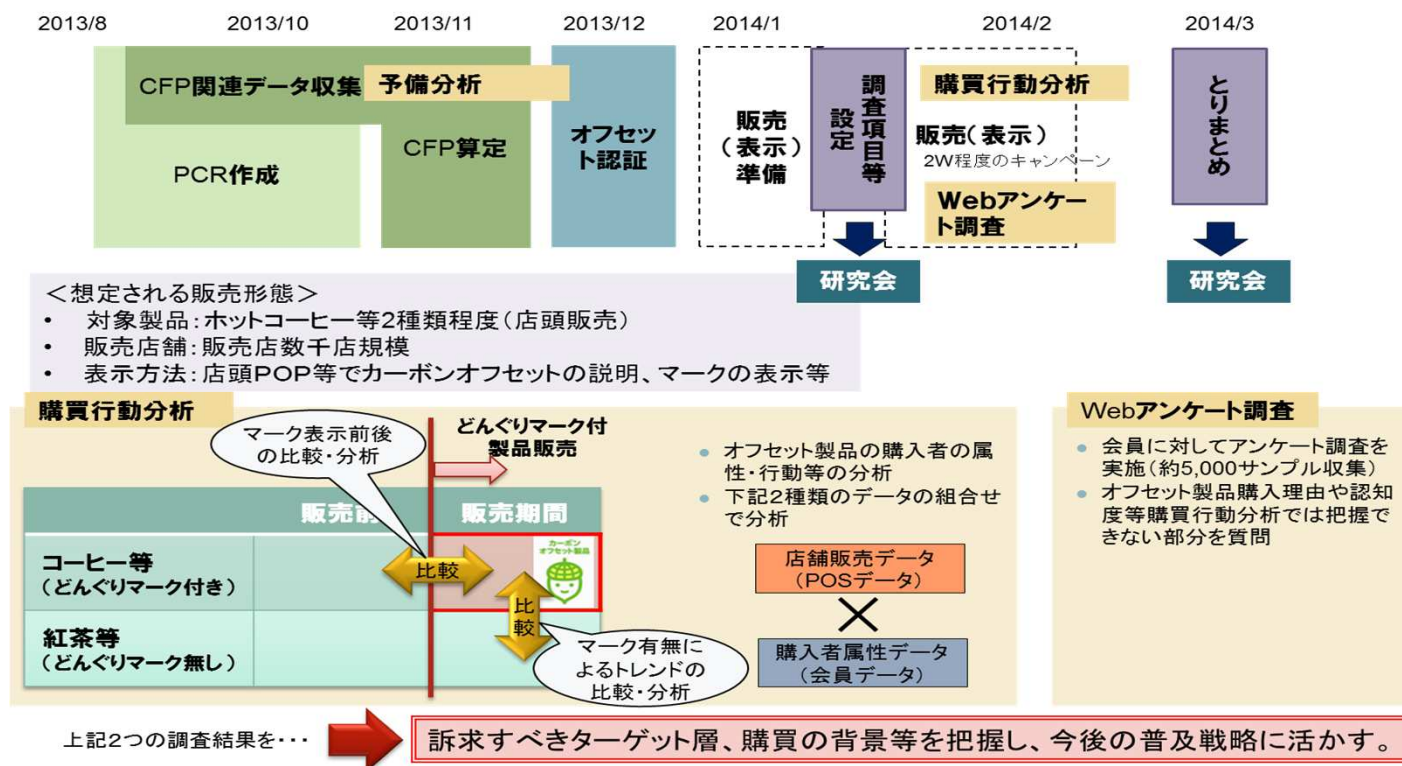
➡ 最終製品のみではなく中間財、サービスも対象に

・普及活動を強化

➡ 実際のCFPオフセット商品の販売を通した一般市民の消費動向調査・分析を大規模に実施

➡ 『「見える化」制度連携活性化事業(ポイント事業)との連携(別途説明)』

### 小売店と共同による普及に向けての消費者受容性調査(イメージ)



## 平成25年度試行事業における認証事例

- (株)リコーが主催する「グリーンPOD研究会」に参加している印刷会社である(株)プリプレスセンター、(株)正文舎が印刷する印刷物で、本年度の試行事業における第一号の認証を取得。

※グリーンPOD研究会：

商用印刷市場における環境負荷削減の推進を目的とした印刷物発注者と印刷会社による研究会

(株)プリプレス・センター 「環境学習ノート」



(株)正文舎 「Print Next 2014 ダイレクトメール」

