



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



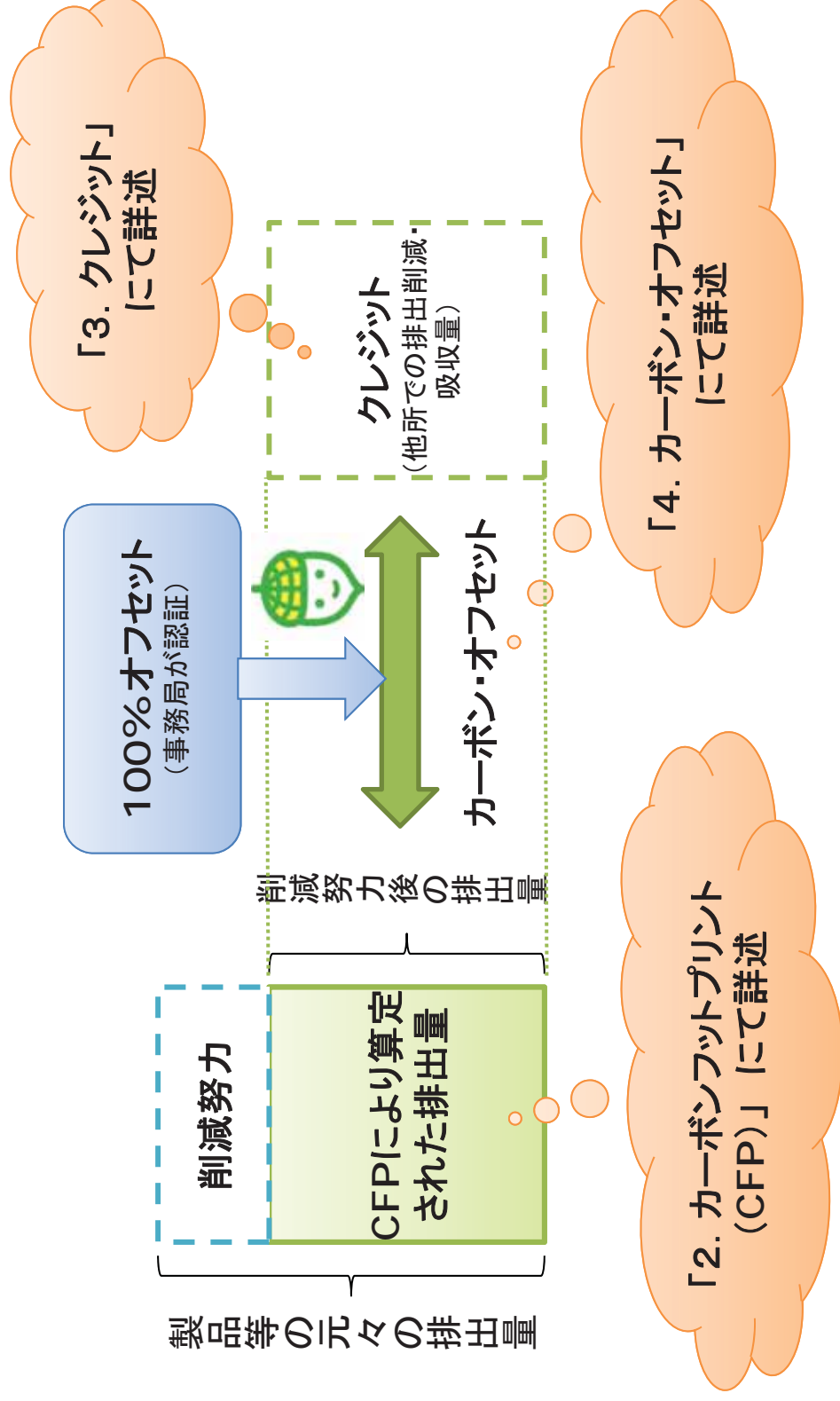
平成26年3月

中部経済産業局

エネルギー対策課

1. 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/>

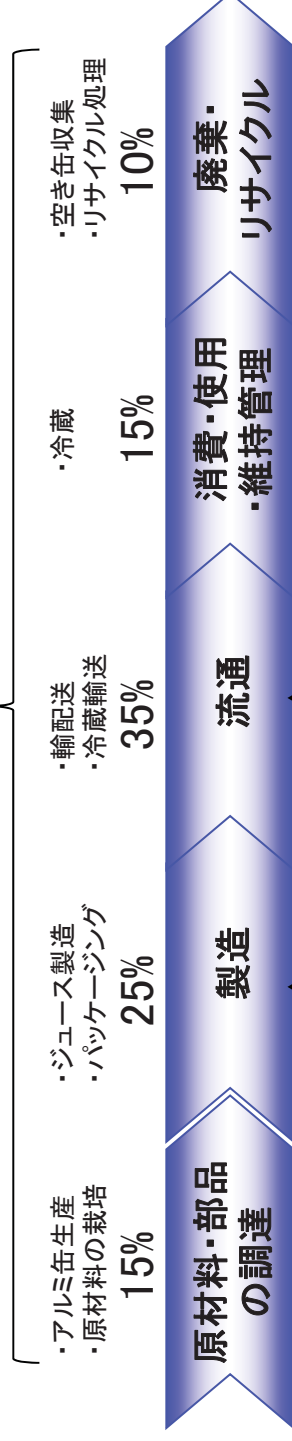
2. カーボンフットプリント(CFP)制度とは

○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

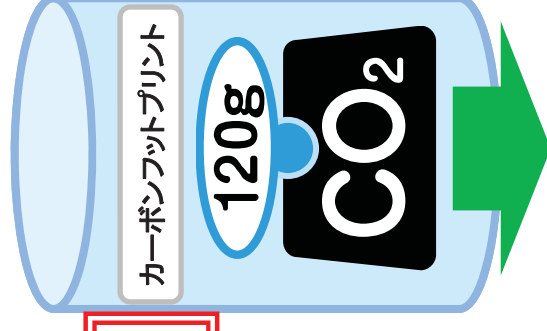
温室効果ガスの削減効果が
大きい部分を把握

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CO₂排出量削減を実現。



3. クレジットとは(J-クレジット制度)

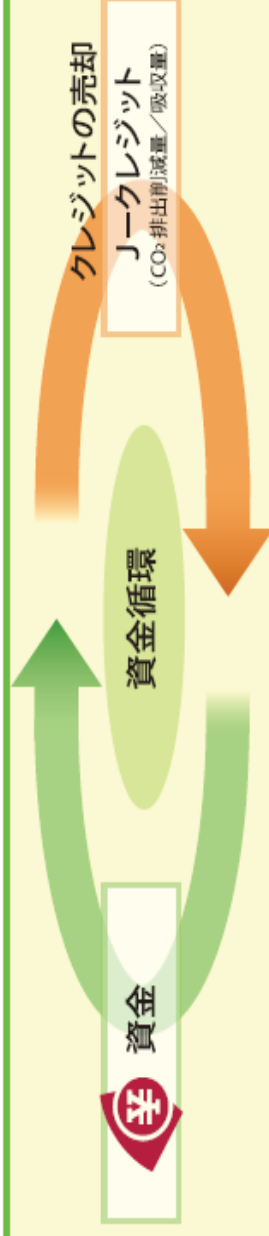
- 省エネ設備の導入や再生可能エネルギーの活用による温室効果ガスの排出削減量や適切な森林管理による温室効果ガスの吸収量を「クレジット」として国が認証する制度。
- 認証されたクレジットは、売買することができ、購入者は、カーボン・オフセットや「低炭素社会実行計画」の目標達成など、さまざまな用途に活用可能。
- また、クレジットの売却代金により、クレジット創出者は、省エネ設備の導入などの投資負担が軽減され、効率的に温室効果ガスを削減。

J-クレジット創出者

(中小企業、農業者、森林所有者、自治体等)



(メリット) ランニングコストの低減効果+クレジットの売却益等



J-クレジットの購入者

(大企業、中小企業、自治体等)

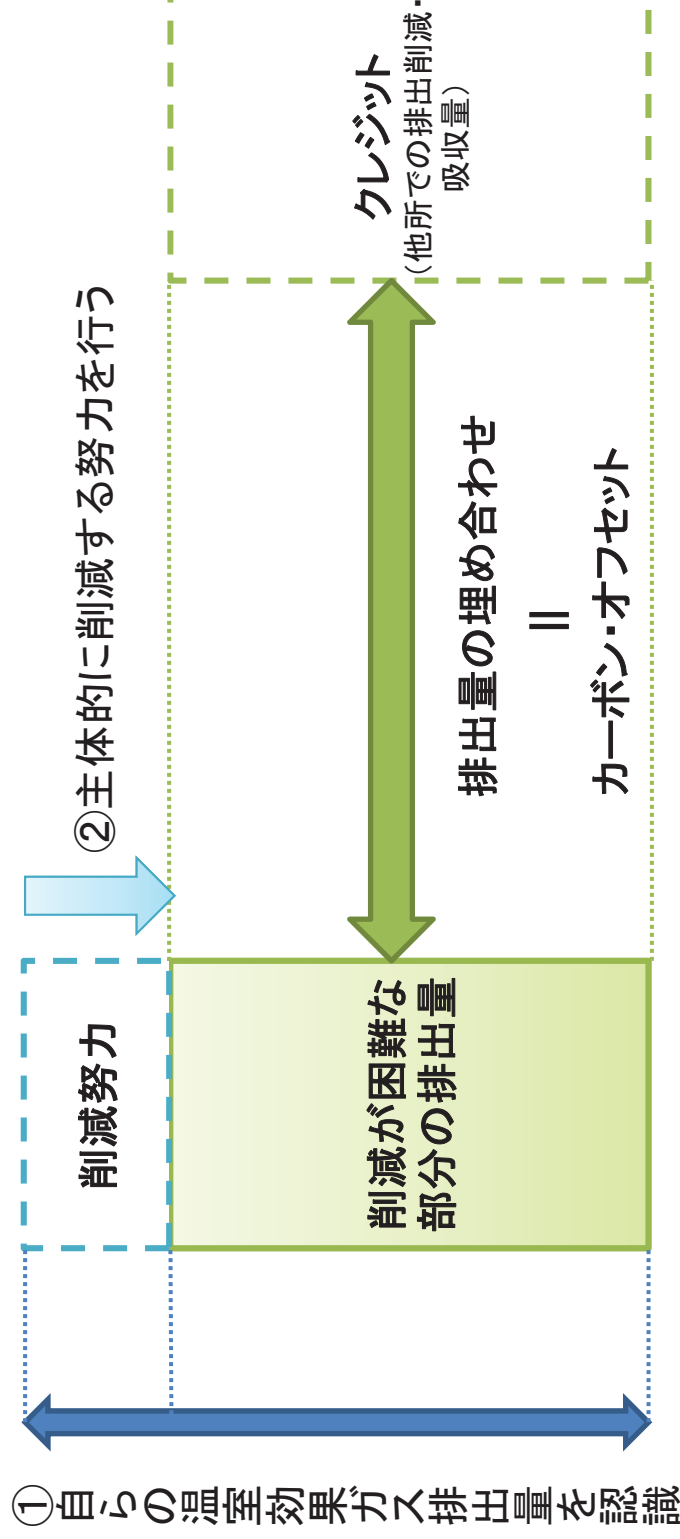
(メリット) 低炭素社会実行計画の目標達成、温対法の調整後温室効果ガス排出量の報告、カーボン・オフセット、CSR活動等への利用

4. 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。



5. CFPを活用したカーボン・オフセット

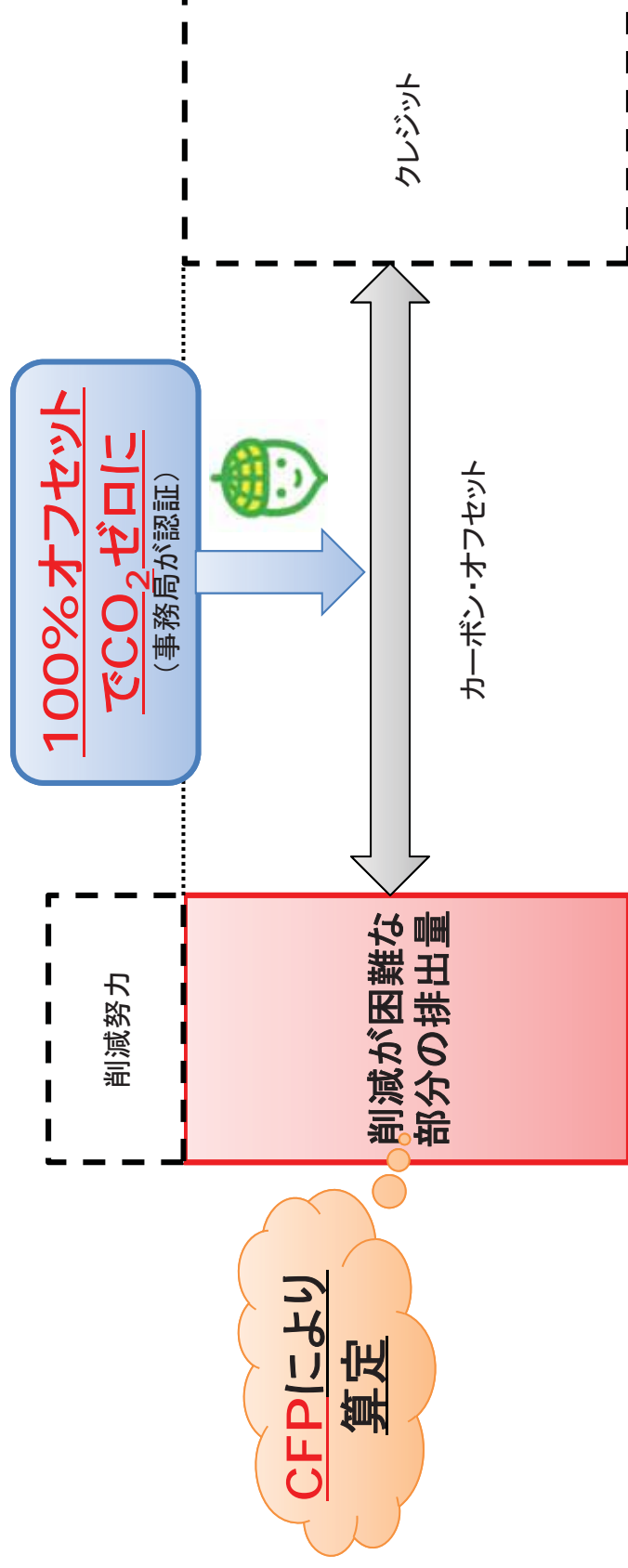
カーボンフットプリント(CFP)により算定された排出量を同量のクレジットにより100%オフセット

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。



「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」のHP



HPアドレス: <http://www.cfp-offset.jp/>

CFPオフセット

検索

お問合せ先

株式会社 三菱総合研究所

担当: 森、野本、奥村、永村

TEL: 03-6705-6194 / e-mail: cfp-apply@mri.co.jp

月曜日～金曜日(祝祭日を除く) 9:30-17:30(12:00-13:00を除く)

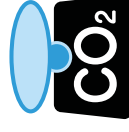
※お問合せで取得した個人情報のお取扱いについては、

『個人情報のお取扱いについて (<http://www.cfp-offset.jp/download/policy/cfpoffset-kojinjyoho.pdf>)』をご覧ください。

6. 「どんぐりポイント」制度について

製品・サービスを通じたエコの取り組みを見える化、深める3ステップ

【CFP】CO₂排出総量を算定する



CFPマーク



【オフセット】排出したCO₂をゼロにする



どんぐりマーク



【どんぐりポイント】買って集めて支援する

「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」ことや
「ラベルを集めると、地域社会に貢献できる」といった、より販売推進に
つながる制度です。

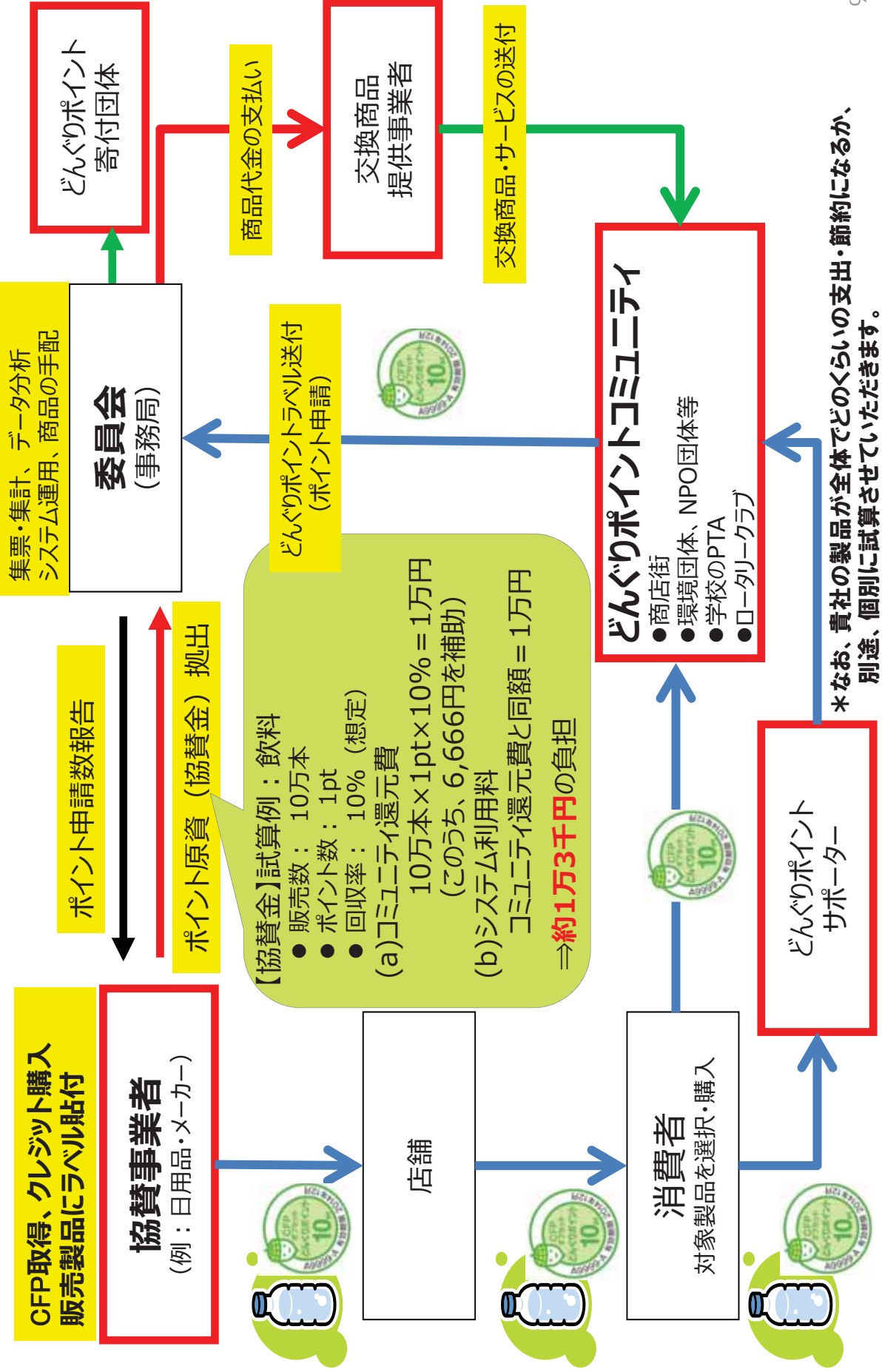


どんぐりポイントラベル
(新設)

経済産業省では対象製品のラベル集票を通して消費者の購買行動に繋がるスキームの運営を行う事業者に対し補助を行います。
どんぐりマーク対象製品の普及促進やクレジットの需要を喚起することで、自律的な低炭素製品の普及拡大や関係事業者の省エネ・低炭素化等が実施されるスキームの構築を目指します。

どんぐりポイント制度の概要

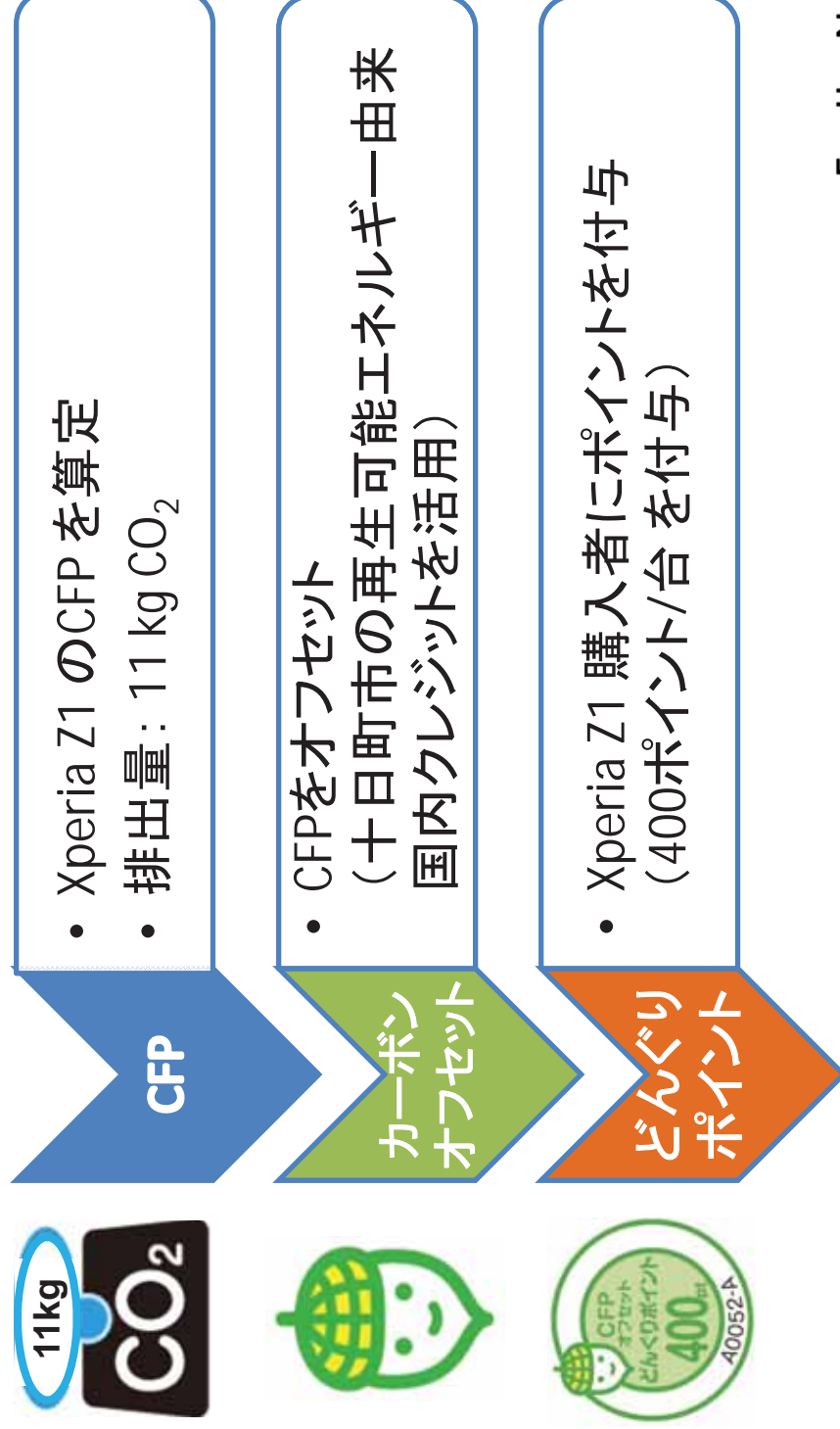
協賛事業者が発行したポイントを「どんぐりポイントコミュニティ」が収集し事務局に送付することで、環境に配慮した交換商品や環境活動への寄付に使えます。



どんぐりキャンペーンへの参加の詳細

SONY

- 期間：3月14日から1か月間を予定
- 対象機種：Xperia™ Z1（NTTドコモ、KDDIより発売）
- 下記の取組みを実施



参考事例②

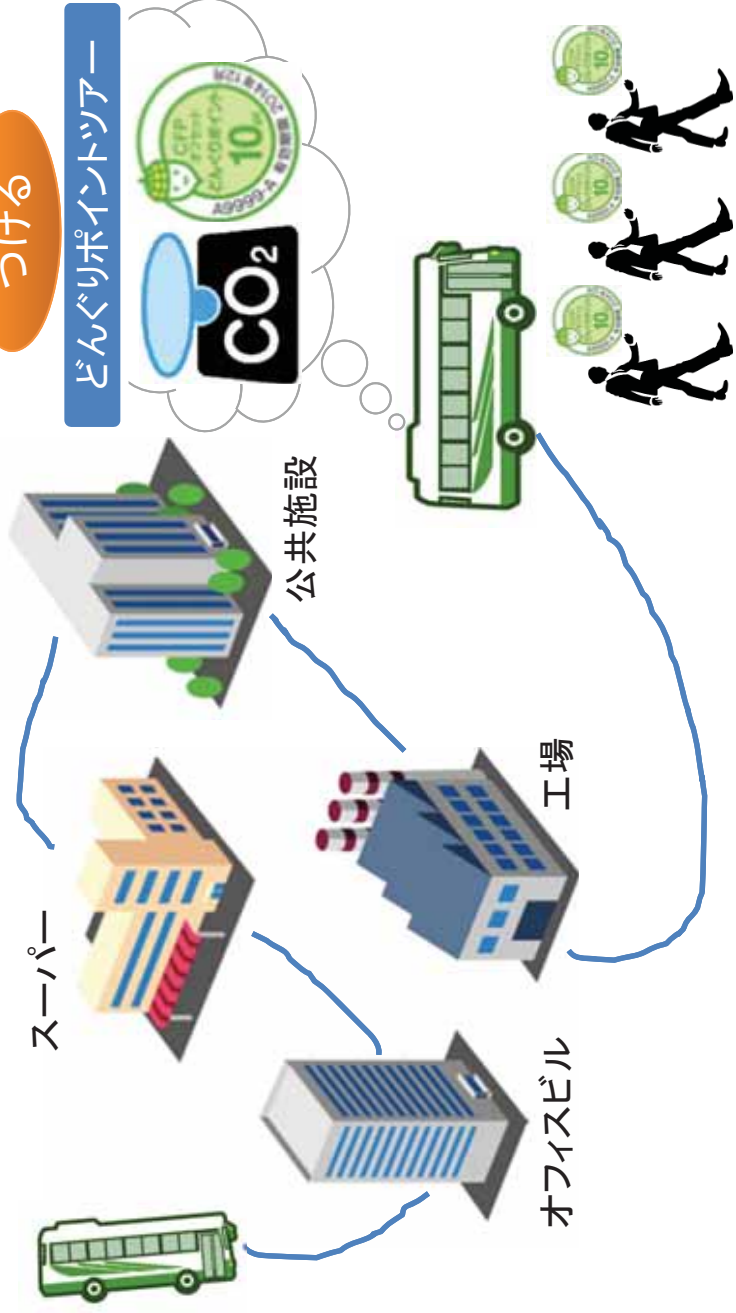
どんぐりポイント制度への取組計画（コンベンション札幌ネットワーク）



Part 2 2014.2/4火 ~2/8土

- グリーンエキスカーション テクニカルツアー（仮称）

札幌市内の環境配慮型施設を視察



環境保全へ還元

まもる



つける

どんぐりポイントツアー

あつめる

ポイント集約



※施設名称、ルート等は例示です

参加者20~30人

広告宣伝のメリット(今年度の広告・広報スケジュール)

今年度は、ラジオ番組や読売新聞など、製品紹介が可能です。
500万円程度の広告効果があります。(試算)

【2013年度】

発表・イベント

- ホームページの開設(11月1日)
- 高校生向けエコ情報誌配布(11月～)
- エコプロダクツ2013出展(東京・12月)
- エコ・エシカル出展(札幌・2月)
- カーボン・マーケットEXPO出展(東京・3月)

広告

- 日経エコロジー1月号
- YOMIURI ONLINE
- リビング新聞(重点地域)
- 日本教育新聞

小学校向けパンフ配布

「東京スカイツリー ソラマチ広場」への出展

※高校生向けPRブース設置

■ 日経エコロジー4月号

■ 読売新聞 全15段

■ YOMIURI ONLINE

ラジオ放送

- 久保純子のどんぐりラジオ
(文化放送AM1134)
毎週金曜20:30～20:45



読売新聞/日経エコロジー(掲出広告イメージ)



協賛企業 4つの特典(2013年度)

- ① ラジオ番組での企業名・製品名の紹介
(文化放送など3地域)
- ② 読売新聞/日経エコロジーの純広枠での企業名・製品名・製品名・製品名
企業名・製品名・製品名
- ③ 日本教育新聞の純広枠での企業名記載
- ④ YOMIURI ONLINEのキャンペーンサイトでの企業名・製品名

←どんぐりポイント協賛社名・製品名・製品名・製品名
写真が掲載されます。