

1

背景・目的

2

国内外における主なカーボン・クレジット制度

3

カーボン・クレジット制度の比較

4

カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

5

検討会における主な意見

6

今後の検討方向性

## 4. カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

### ヒアリング実施先（カーボン・クレジット購入企業15社）

- カーボン・クレジットに関する需要側のニーズの動向や感じている課題等を把握するため、クレジット購入企業15社へヒアリング調査を実施した。
- ヒアリング調査で得られた情報については、企業規模やカーボン・クレジットの用途により分類して整理した。

| 番号 | 企業    | 業種※1                  | 企業規模※2 | カーボン・クレジットの用途※3           |
|----|-------|-----------------------|--------|---------------------------|
| 1  | 企業A   | 電気・ガス・熱供給・水道業         | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 2  | 企業B   | 運輸業、郵便業               | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 3  | 企業C   | 運輸業、郵便業               | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 4  | 企業D   | 卸売業、小売業               | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 5  | 企業E   | 不動産業、物品賃貸業            | 大企業    | カーボン・オフセット（法人単位の削減）       |
| 6  | 企業F   | 製造業                   | 大企業    | カーボン・オフセット（法人単位の削減）       |
| 7  | 企業G   | 卸売業、小売業               | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 8  | 公益法人H | 学術研究、専門・技術サービス        | 公益法人   | カーボン・オフセット（法人単位の削減）       |
| 9  | 企業I   | その他の生活関連サービス業         | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 10 | 企業J   | 運輸業・郵便業、その他の生活関連サービス業 | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 11 | 企業K   | サービス業                 | 中小企業   | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 12 | 企業L   | 学術研究、専門・技術サービス業       | 大企業    | その他                       |
| 13 | 企業M   | 製造業                   | 大企業    | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 14 | 企業N   | 製造業                   | 中小企業   | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |
| 15 | 企業O   | 農業、林業                 | 中小企業   | カーボン・オフセット（製品・サービス単位での削減） |

※1 日本標準産業分類の大分類を基に分類

※2 中小企業庁の「中小企業者の定義」を基に分類

※3 次ページの考え方に基づき分類

#### 4. カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

### (参考) クレジットの用途 (カーボン・オフセット、カーボン・インセット等)

- クレジット購入の用途としては主にカーボン・オフセット及びカーボン・インセットがあるが、本調査においてはインセットを目的としているものと特定できるものはまだ無かった

| カーボン・クレジットの用途             |                 | 概要※1                                                                                                           |
|---------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| カーボン・オフセット<br>(製品・サービス単位) | オフセット製品・サービス    | ・ 製品を製造／販売する者やサービスを提供する者等が、製品やサービスのライフサイクルを通じて排出される温室効果ガス排出量を埋め合わせる取組                                          |
|                           | クレジット付属品・サービス   | ・ 製品を製造／販売する者、サービスを提供する者又はイベントの主催者等が、製品・サービスやチケットにクレジットを付し、製品・サービスの購入者やイベントの来場者等の日常生活に伴う温室効果ガス排出量の埋め合わせを支援する取組 |
|                           | 会議・イベントのオフセット※2 | ・ コンサートやスポーツ大会、国際会議等のイベントの主催者等が、その開催に伴って排出される温室効果ガス排出量を埋め合わせる取組                                                |
| カーボン・オフセット<br>(企業単位)      |                 | ・ 個別の製品、サービス、会議・イベント等ではなく、自社の組織活動に伴って排出される温室効果ガス排出量を埋め合わせる取組（組織の一部（工場や事業所単位）を設定することも可能）                        |
| クレジットによるカーボン・インセット        |                 | ・ 企業がクレジットを用いて、自社のサプライチェーン内における温室効果ガスの排出量を削減する取組（活動が自社サプライチェーン内に閉じている）                                         |
| その他                       |                 | ・ クレジットを購入したものの、自社で保有している 等                                                                                    |

※1 カーボン・オフセットは環境省「カーボン・オフセットガイドライン」、カーボン・インセットはInternational Platform for Insettingにおける定義を参考に整理

#### 4. カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

### カーボン・クレジットのニーズに係るヒアリング結果（クレジット購入企業（1/3））

| 項目    | ヒアリング内容                                      | 得られた情報                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 購入の実態 | 直近のカーボン・クレジット購入実績の有無、購入量、購入額、今後の見込み          | <ul style="list-style-type: none"> <li>購入実績や時期は、Jクレジット 1 回限りという企業もいれば、製品オフセット目的に定期的に購入している企業まで、まちまちであった。</li> <li>購入目的については、自社製品へのオフセット（工業製品、カーボンニュートラル旅行等）、自社印刷物へのオフセットなど特定の目的を有する企業があった一方で、地域貢献という観点から購入した、本業で付き合いのある企業から話を受けて購入したという企業まで、多岐にわたった。</li> <li>今後の購入見込みについては、自社製品へのオフセットを行っている企業は継続購入の意向を示す企業が多かった一方で、未定という企業も複数上がった。今後も購入する意向ではあるが、あくまで印刷物による排出量へのオフセットのみであり、積極的にクレジットを購入する予定はない。</li> <li>価格については、Jクレジットは海外ボランタリー・クレジットと比較して高価という指摘があった一方で、地域貢献という観点からは納得しているという指摘や、そもそも農業分野については相対取引がもっぱらであり適正価格がわからないという指摘もあった。</li> </ul> |
|       | カーボン・クレジットを購入する際に参考になっている制度（例：SBTi、CDP、VCMi） | <ul style="list-style-type: none"> <li>オフセットした製品を販売する先の企業によりSBTi、CDP、VCMi等意識する制度が異なっているものの、大企業を中心にそうした制度は意識しているとの意見が挙げた。また、経済産業省が公表したカーボン・クレジットレポートも参考にしているとの意見もあった。特に、SBTiへの意識は多くの企業で上げられた。</li> <li>航空業界では、CORSIA認証を受けたクレジットでないとオフセットが認められないため、CORSIA認証のみを意識しているとの意見がもたらされた。</li> <li>中小企業などでは、特に意識はしていないとの回答もあった。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                               |
|       | 購入したカーボン・クレジットの制度（例：J-クレジット）、選択理由            | <ul style="list-style-type: none"> <li>J-クレジットやJ-CMの購入理由として、国の制度であり安心感がある点、温対法に基づく温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度の報告に使用できる点、排出量取引制度（GX-ETX）で取り扱いが可能である点が挙げられた。</li> <li>地域版クレジット購入の理由としては、地元への還元や県が運営しており安心感があることが挙げられた。</li> <li>海外ボランタリー・クレジットを購入している理由としては、情報開示が整備されており、ネイチャーベースを特定して購入できるため、海外でのネイチャーベースのクレジットを購入しているとの回答があった。</li> <li>海外・国内などの違いよりはむしろ、価格やレピュテーションリスクを総合的に勘案して購入するクレジットを決定するという企業もあった。</li> </ul>                                                                                                                                   |

#### 4. カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

### カーボン・クレジットのニーズに係るヒアリング結果（クレジット購入企業（2/3））

| 項目     | ヒアリング内容                 | 得られた情報                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 購入の実態  | 購入したカーボン・クレジットの方法論、選択理由 | <ul style="list-style-type: none"> <li>森林系クレジットを購入している理由としては、森林保全に取り組みたいからや、地域を応援する観点から、市町村発行のクレジットを購入したかったためなどの理由があがった。また、自社事業（ホテル）で発生するCO2はその地域内の活動でオフセットしたいため、地域が特定されている森林分野等を購入したという企業もあった。</li> <li>ごみ収集等の廃棄物事業は森林系クレジット、下水処理等の水関係はJブルークレジットと、オフセット対象事業によって使い分けている企業があった。</li> <li>価格面の優位性から再エネ分野のクレジットを購入しているが、本来は事業と関連する自然系のクレジットが望ましい。他方、Jブルークレジットや森林分野のJークレジットは価格が高く購入を断念したとの指摘があった。</li> </ul> |
| 購入後の用途 | 購入したカーボン・クレジットの用途       | <ul style="list-style-type: none"> <li>製品や事業所単位のオフセットに活用して、競合他社・他事業者との差別化に取り組むためとの意見が多かった。用途については、ごみ収集等の廃棄物事業、下水処理等の事業所、小規模事業所など事業所由来、工業製品や旅行商品などの製品単位、Scope 3の印刷物による排出量のオフセット、トラックによる運搬など避けられない排出へのオフセット、教育施設単位でのカーボンニュートラルの実現など、多岐にわたった。</li> <li>オフセット以外については、持続的な観光地域づくりを推進するプロジェクトの一環として活用する、オフセットではなく地域貢献・地域との繋がり強化、ブルーカーボンを通じた生態系を取り巻く地域活性化への貢献のために購入などの例が挙げた。</li> </ul>                         |
|        | 各用途における一回当たりの購入希望ロット    | <ul style="list-style-type: none"> <li>大規模事業所などでは小規模の購入を何回も繰り返すよりは、まとめて購入する方が手間が省けるという意見があった一方で、オフセットする事業の状況により購入量は異なるためロットについての回答は難しいとの回答もあった。</li> <li>対外的なPRの観点からは、少量でも購入を続けたいという企業もあった。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                   |

#### 4. カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

### カーボン・クレジットのニーズに係るヒアリング結果（クレジット購入企業（3/3））

| 項目                     | ヒアリング内容                    | 得られた情報                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 制度の課題等                 | 購入したカーボン・クレジット制度等の課題、問題点   | <ul style="list-style-type: none"><li>・ Jクレジット、ボランタリークレジットともに制度理解、口座開設やクレジット移転等の手続きが難しく、また、目的のクレジットを見つけ出すのが難しいために特定に時間を要する点が課題と感じているなどの意見が挙げられた。また、クレジットの適正金額が把握しづらいとの指摘があった。</li><li>・ J-クレジットについては、例えば、再エネ電力の場合、太陽光由来やバイオマス由来の複数の方法論があるにもかかわらず、JPXの売買区分では再エネ（電力）のクレジットとして一括りで扱われる。また、購入するクレジットを購入する際には、プロジェクト活動の排出係数を参考の一つとしているが、JPXの取引では公表されていないなどの指摘もあった。</li><li>・ 自社の活動の対外的なPRの一環として、クレジット購入について事務局から発行される無効化証明書※を用いることもあるが、J-クレジットの証明書は簡素なため、実際の活動が目に見えず消費者への訴求が難しいとの指摘があった。<br/>（※無効化とは、カーボン・オフセット等特定の目的に用いられるクレジットを無効化口座に移転し、他の用途に用いられることができないようにすることであり、無効化の際にJ-クレジット制度管理者によって発行される文書の無効化証明書という。）</li><li>・ 国内のクレジット制度では地域貢献等のコベネフィットが考慮されておらず、そういった要素も加味されたクレジットの創出が必要との意見が挙げられた。</li><li>・ クレジット購入自体が事業の生産性や品質に直結するものではないことから、事業者として関心を持ちづらいものの、クレジット購入が企業価値向上に繋がるのであれば、今後購入を拡大したいとの意見があった。</li></ul> |
| 農業分野のカーボン・クレジットに関する課題等 | 農業分野のカーボン・クレジットに関するメリット・課題 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 農業分野のクレジットは存在が知られておらず、かつ、省エネ・再エネと比べて価格が高いと感じるため、認知度が上がり普及して価格が落ち着いてくればもっとニーズが拡大するとの意見があった。</li><li>・ オフセットした製品の販売先に説明する際に、森林分野は、直感的に分かりやすいが、農業分野は、例えば中干期間を延長した結果メタンの発生量が削減されると説明しても伝わりづらい。製品の消費者にわかりやすいストーリーを考えることが課題であるとの指摘があった。</li><li>・ 農業分野のクレジットを購入することで地産地消につながる、農業従事者の収入が上がるといった付加価値があるので、そういった点を強調すべきとの意見があった。</li><li>・ また、農業分野の活動はどこでも取り組むことができ、生物多様性の保全にも繋がるため、他分野のクレジットとの差別化のストーリーを構築すべきではないかとの意見があった。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

#### 4. カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

### プロバイダー企業へのヒアリング調査で得られた情報のまとめ※<sup>1</sup>（需要側のニーズ等）

| ヒアリング項目                                              | ヒアリング調査から得られた情報                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| カーボン・クレジット全体に係るニーズ等                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>カーボン・クレジット全体としては、直近の数年で需要が増加しており、クレジットの供給が間に合っていないという指摘があった。</li><li>オフセットを目的としたニーズとしては、低価格で大量に調達可能なクレジットへのニーズがある一方で、特定の地域（自社が事業を行う地域）で創出されたクレジット、災害復興の関連で東北地方で創出されたクレジット、除去・吸収系のクレジット、自社の事業活動との親和性があるクレジット等に関するニーズが存在するとの意見があった。</li><li>SDGsの観点から、クレジット創出の現場で人権が侵害されていないかといった点を気にする企業も多いとの意見も挙げた。</li><li>海外でのオフセットを目的とした企業は、海外のボランタリークレジットを購入する傾向があるとの指摘があった。</li><li>「質の高いクレジット」を意識する企業が増えているが、明確な定義がないまま言葉だけが使用されているとの意見があった。</li></ul> |
| 農業分野のカーボン・クレジットに係るニーズ等                               | <ul style="list-style-type: none"><li>農業分野のクレジットの認証量は現時点では限られているため、価格が高いが、今後価格が下がると、ニーズが拡大するのではないか、との意見が挙げた。</li><li>農業分野のクレジットの特徴として、農業従事者への還元、地域への貢献等のコベネフィットが他のクレジットと差別化できるので、その点が需要側に伝わると良いとの意見が挙げた。</li><li>J-クレジットの水田の中干し期間の延長の方法論については、モニタリング手法等について、現状では信頼性に課題がある可能性が拭えないとの意見が挙げた。（※2）</li></ul>                                                                                                                                                                           |
| 一回の購入で希望するロット                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>大きいロットでの購入を希望する企業としては、特に製造業の大企業、数トン程度のロットでは中小企業が主であり、業種は様々であるとの意見が挙げた。</li><li>エネルギー分野の企業のオフセットのための購入としては、数万t-CO<sub>2</sub>単位、多いと50万t-CO<sub>2</sub>の事例もある。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 購入企業がカーボン・クレジットを購入する際に参考<br>にしている制度（例：SBTi、CDP、VCMi） | <ul style="list-style-type: none"><li>海外のイニシアティブ（SBTiやCDP等）に基づく報告のために購入するというニーズがあるという意見が挙げた。</li><li>CORSIA適格クレジットは引き続き需要があると考えられるとの意見が挙げた。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

※ 1 あくまでも本ヒアリング調査で対象とした企業から得られた情報を整理したものである。

※ 2 「水稻栽培における中干し期間の延長」の方法論については、モニタリング結果の客観性を担保する等の観点から方法論が改定され、2024年4月16日までパブリックコメントが実施されている。

本意見は当該改定された方法論が示される前のものである。

## 4. カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

### ヒアリング実施先（プロバイダー企業7社）

- カーボン・クレジットに関して需要側と相対して取引等の事業を行っているプロバイダー企業（※1）へのヒアリング調査を行い、購入企業のニーズの動向等を把握するため、7社へヒアリング調査を実施した。

| 番号  | 企業    | 業種※1            |
|-----|-------|-----------------|
| 1~6 | 企業P~U | 学術研究、専門・技術サービス業 |
| 7   | 企業V   | 金融業、保険業         |

※1 日本標準産業分類の大分類を基に分類

※2 中小企業庁の「中小企業者の定義」を基に分類

### プロバイダー企業へのヒアリング調査で得られた情報のまとめ※2（クレジット流通の実態）

| ヒアリング項目                  | ヒアリング調査から得られた情報                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 支援対象のカーボン・クレジット制度、分野、方法論 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 本ヒアリング調査の対象企業では、国内企業へ、国内制度で創出されたクレジットを販売もしくは購入の支援を行っている企業が多かったが、一部海外のボランタリークレジット、オーストラリア等の国内クレジット等を中心に支援を行っている企業もあった。</li><li>・ 対象とする方法論は、全ての分野を支援対象としている企業、特定の分野のみ対象としている企業があった。</li></ul>                                                                                                                                                                             |
| カーボン・クレジットの販売量の推移        | <ul style="list-style-type: none"><li>・ J-クレジットについては、販売量が増加しており、今後も増加傾向を想定している企業が多かった。</li><li>・ 海外のボランタリークレジットについては、不適切なモニタリングに基づく批判もあり、2023年は市場自体が縮小傾向との指摘があった。</li><li>・ 国内企業はISO認証を重視する傾向があるため、「ISO14068-1:2023（気候変動マネジメントーネットゼロへの移行ー第1部：カーボンニュートラリティ）」※2の発行を受け、クレジット購入量も増えるのではないかと、との意見が挙がった。</li></ul> <p>（※2 組織や製品（建築物やイベント等の商品やサービス）において、定量化、削減、オフセットを通じてカーボンニュートラルを達成・実証するための原則や要求事項、ガイダンスを提供する規格）</p> |
| カーボン・クレジットの流通面での課題       | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 課題として、相対取引の不透明さや、古いクレジットが流通している事例が見られることが挙がった。</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

※1 クレジットを販売する創出者と、購入を希望する事業者が必要としているクレジットについて仲介サービスを行う企業。

※2 あくまでも本ヒアリング調査で対象とした企業から得られた情報を整理したものである。

1

背景・目的

2

国内外における主なカーボン・クレジット制度

3

カーボン・クレジット制度の比較

4

カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

5

検討会における主な意見

6

今後の検討方向性

## 5. 検討会における主な意見（1/4）

| 分類           | 検討会での主な意見                                                                                                                                                                                                            |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 取引活性化の目的・方向性 | 現状、J－クレジットの量がそもそも限られているため、東京証券取引所（JPX）の市場での取引量が少ないということ自体は、そもそもの市場の問題である。他方で、農業分野のクレジットの取引が一件も存在しないというのは課題である。                                                                                                       |
|              | 日本では、J－クレジット制度・JCMのニーズが大きく、その背景には、国の政策として認められていることがある。取引を活性化する観点から、公的なクレジット制度に誘導し、普及させる方向もある一方で、別のアプローチとして、公的か否かによらずニーズの性質ごとにそれに合ったクレジット制度の活用を推進するという方向も選択肢としてある。異なるニーズを混同せずに分析し、いずれの方向性を進めるべきかという部分についても整理のポイントとなる。 |
|              | 農業は自然資本に立脚する取組であり、農業・食料システムの持続可能性を確保するためにも、自然資本由来の排出量削減の取組が重要であるということをまず伝えるべき。                                                                                                                                       |
|              | カーボン・クレジットの売却で農業者の収益が上がることで、さらなる脱炭素・ネイチャーポジティブ・地域貢献の取組に繋がることが農業分野でカーボン・クレジットを進める意義であり、それが伝わるのが重要と考えられる。                                                                                                              |
|              | 単に海外ボランタリークレジットを紹介するのではなく、J－クレジットの質を高め、J－クレジットの市場を拡大していくというメッセージを記載すべき。                                                                                                                                              |
| 既存制度の整理・整合性  | J－クレジット制度では、既に脱炭素に取り組んでいる地域は、ベースラインの考え方や追加性の要件によりクレジット化ができず、アーリーアダプターが対象とならないケースがある。海外のボランタリークレジットにおいて地域全体で考えた場合に追加性があると判断されれば、そうした者も対象となりうる可能性がある。                                                                  |
|              | 今後ボランタリークレジットを活用、制度化していく場合には、ダブルカウントを防止するために、プロジェクトの位置情報、時期情報等の属性情報をどのようなフォーマットで管理するかが重要。また、「水田の水管理」と「水田の有機物管理」などは排出削減の効果が重複するため、最初から両方の制度で登録がされないように完全に分ける、または、数式上で分けることができる場合には場所としては重複しても問題がないこととするのかといった論点もある。   |

## 5. 検討会における主な意見（2/4）

| 分類      | 検討会での主な意見                                                                                                                                                    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| クレジットの質 | 中干し期間の延長の取組で、現状ではモニタリング証跡の確からしさの担保ができていない点が市場から懸念されている要因の一つと考えられる。（※）                                                                                        |
|         | 「水稻栽培における中干し期間の延長」の方法論について、様々な指摘があることは承知している。ただ、方法論の承認の際は、農家が取組みやすいものとして、取組を広げることを優先したと理解している。（※）                                                            |
|         | 「水稻栽培における中干し期間の延長」の方法論については、メタン削減の取り組みをしても米の成育・収量に問題がないとの理解を深めたうえで、適切なモニタリング管理が必要であるというメッセージを発信していくことが必要である。（※）                                              |
|         | JPXの取引では約定するまでどのような取組から創出されたカーボン・クレジットなのかが分からない。そのようなカーボン・クレジットを購入するリスクが存在するという現行の環境では、取引に参入するメリットがないため、改善が必要であると考えている。                                      |
|         | J-クレジット制度、ボランタリークレジット制度（将来的に設立されるものも含む）については、それぞれの在り方で活用され、質の良いクレジットが創出されることが重要である。日本で創出されたクレジットは国内企業が購入割合が高く、自然資本や地域毎のストーリーといった部分が質に繋がっている。                 |
| 認証プロセス  | モニタリング手法を厳密にすること自体は状況の変化や技術の進化に伴い必要だが、特定の企業や技術に有利な要素を加えるような公平性を欠く方法論の改定は避けなければならない。                                                                          |
|         | 実際の現実的な削減が優先事項であり、検証機関の優先順位は高くないと認識している。そもそも資金がないプロジェクトや企業への支援が目的であるにもかかわらず、カーボン・クレジットに係る申請の認証にコスト・時間がかかるのは、本末転倒である。                                         |
|         | 海外のボランタリークレジットでは、制度運営事務局側及び検証機関の双方に、農学博士など農業に精通した者が従事しており、農業分野のクレジットの運営・審査体制が充実している。一方で、J-クレジット制度の農業分野の方法論に基づく取組の妥当性確認・検証を行うことができる審査機関は、現時点で暫定登録で3機関に留まっている。 |
|         | 認証手続きが複雑になるとコストと時間がかかる。小規模でカーボン・クレジットの取引を行っている場合、必ずしも海外の制度を模倣する必要はないと考えている。                                                                                  |

※「水稻栽培における中干し期間の延長」の方法論については、モニタリング結果の客観性を担保する等の観点から改定され、2024年4月16日までパブリックコメントが実施されている。

本指摘は当該改定方法論が示される前のものである。

## 5. 検討会における主な意見（3/4）

| 分類        | 検討会での主な意見                                                                                                                                                               |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| コベネフィット   | J-クレジットにおいてコベネフィットの可能性を判断するためには、コベネフィットの定量化に際する方法論の情報が必要である。J-クレジットの認証時にコベネフィットを評価するのは、制度上、少なくともすぐには実施することは、困難である。                                                      |
|           | コベネフィットや地域への貢献性に関する自主的なPRや定量化を通して、森林系のクレジットが高単価での取引されるという事例は相対取引では存在する。                                                                                                 |
|           | 日本におけるカーボン・クレジットの購入者は、制度化はされていないものの、地産地消など地域への貢献性といったコベネフィットが購入の際の重要なファクターとなっている。                                                                                       |
|           | 脱炭素の取組において、ネイチャーポジティブという視点は国際的には当たり前となっている。日本国内で考えると、追加で地域貢献の視点が求められ、地位貢献の視点が組み込まれなければ、国内でクレジット購入が拡大しない可能性がある。日本の強みとしては、地域貢献やサーキュラーエコノミー等があり、これらの視点がコベネフィットの種類として考えられる。 |
|           | コベネフィットの種類のうち、地域コミュニティの活性化に関しては、国際的に見てもメソッドロジーが固まっていない状況である。だからこそ、国際的な議論を待つのではなく、農林水産省が率先して働きかけてはどうか。コベネフィットの伝え方、PR方法も今後の検討項目の一つと考えられる。                                 |
| 需要を踏まえた対応 | J-クレジットの償却量が下がっている背景には、認証量が多い再エネにおける安価な非化石証書との競合が大きく影響していると考えられる。その他、最近の需要側の動向としては、海外でのクレジットの品質基準を気にする声や除去系への関心の高まりが挙げられる。                                              |
|           | 日本の企業の特長上、ボランタリークレジットよりもJ-クレジットなどのような国の政策として認められたものを好む傾向にある。海外の企業は、国の政策で認められているかどうかという点はそれほど気にしない。実施内容が正しいかどうかで判断する傾向がある。                                               |
|           | J-クレジットも自然資本を入れ込んだクレジットにし、そのストーリー性をしっかりと伝えることで、その他のクレジットよりも高く販売することが可能。                                                                                                 |
|           | 仮に、日本国内に市場ができた場合には、価格差が10倍程度あったとしても日本企業は地域に貢献するクレジットを購入するものと思われる。自社のオフィスが日本にあることにより、国内バイアス、自然資本バイアスが生じることで、価格差が生じるとも考えられる。                                              |

## 5. 検討会における主な意見（4/4）

| 分類             | 検討会での主な意見                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 農業の価値の向上       | J-クレジット制度やボランタリークレジットなどのスキームの違いに関わらず、農業や農家の価値を高め、持続可能な経営を実現すること、そして、農業・林業・水産業の従事者が社会に貢献できるようにすることが重要。                                                                                                                                                                                                                                        |
|                | 海外においては、自然系クレジットで農家・農地への価値の付与が成功しているため、それに由来するカーボン・クレジットの価値は増大している。そうしたボランタリークレジットの価値は、それ以外のクレジットと比べて、2~5倍価値が高い。そうした事例を研究すべき。                                                                                                                                                                                                                |
|                | 自前で創出したクレジットについて売買せずに、例えば、農協や県庁・市役所等が主導して、グループ・コミュニティにおいてGHGを削減しながら農業全体を豊かにする、いわゆるインセットという観点が重要。                                                                                                                                                                                                                                             |
| クレジット<br>創出の体制 | 複数の農業者が参加するカーボン・クレジット創出の取組をどのように組織づくりするのかという点は、課題の一つと認識している。                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                | 「水稻栽培における中干し期間の延長」では、各プロジェクトにおいて、個別農家との契約が進みつつあり、コンフリクトが生じる可能性がある。現場の農家が混乱しないようなコンセンサスが必要と考えられる。                                                                                                                                                                                                                                             |
|                | 多くのプロジェクトの取りまとめ事業者が農家に営業を行っているが、農家からすると、どの企業がどのような取組を実施しているのか把握できていない。                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 国際的な動向         | <p>2024年2月20日、EUにおいて不公正商行為指令※と消費者権利指令※の改正が可決された。今後、カーボン・クレジットによる製品へのオフセットが不可能となり、製品やサービス単位での「カーボンニュートラル」・「脱炭素」・「CO2削減」等の訴求ができなくなる一方で、企業が自社のサプライチェーン内で温室効果ガスの排出量を削減する仕組みであるカーボンインセットは認められているため、今後はそのような目的でカーボン・クレジットが使用されていくことが考えられる。こういったEU等の諸外国における動向をしっかりと注視すべき。</p> <p>※ EU指令はEU加盟国間での規制内容の統一（調整）を目的とする法令で、加盟国はこれを受けて一定の裁量の下、国内法に反映する</p> |

1

背景・目的

2

国内外における主なカーボン・クレジット制度

3

カーボン・クレジット制度の比較

4

カーボン・クレジットに関する需要側のニーズ

5

検討会における主な意見

6

今後の検討の方向性

## 6. 今後の検討の方向性

| 分類                  | 検討の方向性                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 取引活性化の方向性           | <ul style="list-style-type: none"> <li>海外のカーボン・クレジット制度等において既に対象となっている技術等も参考に、農地・水田由来や牛の消化管内発酵由来の温室効果ガス削減技術など、<u>Jークレジット制度における農業分野の方法論を拡充し、農業者の温室効果ガス削減の取組を後押ししていく。</u></li> <li>Jークレジット制度や国内外のボランタリークレジット（今後設立されるものを含む）等を含めて、取り組む削減活動の内容やクレジットの使用用途によって、適切な制度選択が可能となるよう、<u>削減活動に取り組む農業者やクレジット購入者等へ海外動向も含めた最新の知見に係る情報提供</u>を行う。</li> <li>自然由来・地域に立脚したクレジットである農業分野のクレジットが有する<u>付加価値の訴求方法について、カーボン・クレジット市場（JPX）や民間主導の取引市場の活用等も含めて検討</u>していく。</li> </ul> |
| 既存制度の整理・整合性         | <ul style="list-style-type: none"> <li>海外ボランタリークレジットにおける農業分野の方法論を、Jークレジット制度に取り入れていく場合や、日本で新たなボランタリークレジットのメカニズムを立ち上げる際には、<u>ダブルカウントの防止のための管理手法の在り方や、温室効果ガス削減効果の重複排除といった制度間の調整が必要。</u></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                      |
| クレジットの質             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jークレジット制度の「水稻栽培における中干し期間の延長」方法論については、モニタリング手法に係る方法論の改定も含めて早期に結論を得る。（※）将来的に、<u>より信頼性が高くかつ農業者にとって取り組みやすいモニタリング手法の導入に向け、新たな技術に関する情報収集等を進める。</u></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 認証プロセス              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jークレジット制度においては、特に農業分野の方法論に基づく取組の妥当性確認・検証を行うことができる審査機関の数が限定され、審査が遅延する状況が見られている。<u>プロジェクトの審査について、円滑に進むような措置を検討</u>する。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| コベネフィット・需要を踏まえた対応   | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本におけるカーボン・クレジットの購買意欲向上に向けて、<u>農業分野のクレジットが有する地域・地元への貢献性などのコベネフィットについて情報発信</u>していく。</li> <li>コベネフィットの評価について、海外の制度・運用の状況などを引き続き注視していく。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 農業の価値の向上・クレジット創出の体制 | <ul style="list-style-type: none"> <li>農業分野も含めた自然由来のクレジットの付加価値向上について海外の事例なども研究していく。</li> <li>複数の農業者が参加する取組の組織化については、<u>プロジェクト形成等への補助事業も活用</u>して進めていく。その際、農業者が取り組みやすいよう、Jークレジット制度の方法論ごとのマニュアルの整備なども含めて、必要な情報の周知・徹底を行う。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                     |

※「水稻栽培における中干し期間の延長」の方法論については、モニタリング結果の客観性を担保する等の観点から改定され、2024年4月16日までパブリックコメントが実施されている。