



R 5 年度見える化関連施策

2023年 9 月7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



1. 脱炭素経営とカーボンフットプリント（CFP）

企業のサプライチェーン全体のGHGマネジメントの促進

- サプライチェーン全体の排出量算定の支援。（情報提供webサイトの運営、算定ガイドラインの策定・提供）
- TCFD提言に沿ったシナリオ分析の実施支援とともに、Scope3排出量の削減を進めるため、サプライヤーと連携した削減計画づくりを支援。（計画策定支援モデル事業の実施、ガイドブックの策定・提供）
- さらに、企業の課題感を踏まえ、削減努力を反映可能な算定方法や、製品・サービス単位の排出量算定・表示手法を整理中。
- こうした取組を通じ、サプライチェーン全体の排出削減を促進し、企業価値・競争力の向上を後押し。

情報提供webサイト

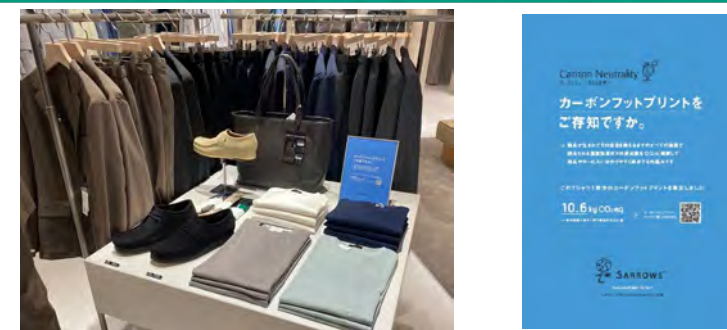


グリーン・バリューチェーンプラットフォーム
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/index.html

削減計画策定ガイドブック



製品・サービス単位の排出量算定・表示



ユニテッドアローズ 店頭POP掲出



東京吉岡株式会社
<https://www.tokyo-yoshioka.co.jp/recycle/>

中小企業における脱炭素化促進に向けた環境省の取組

サプライチェーン全体での脱炭素化促進に向け、環境省では中小企業に対して、多様性のある事業者ニーズを踏まえて、①地域ぐるみでの支援体制の構築、②算定ツールや見える化の提供、③削減目標・計画の策定、脱炭素設備投資に取り組んでいく。

【脱炭素化への取組のステップ】

取組が評価され企業価値が向上、投融資や事業機会が拡大

取組の動機付け (知る)



排出量の算定 (測る)

②算定ツールや見える化の提供

- 支援人材が、中小企業を回る際に使う算定対話ツールの提供【R5新規】
- 事業者に対する温室効果ガス排出量の算定ツール(見える化)の提供【R5新規】※利用はR6からの予定



削減目標・計画の策定、脱炭素設備投資 (減らす)

③削減目標・計画の策定、脱炭素設備投資

事業者に対して、削減計画策定支援(モデル事業やガイドブック等)

- ・CO2削減目標・計画策定支援(モデル事業・補助)
- ・削減目標・計画に係るセミナー開催、ガイドブック策定



事業者に対して、脱炭素化に向けた設備更新への補助、ESG金融の拡大等

- ・省CO₂型設備更新支援(1/3、1/2 or CO₂削減比に応じた補助)
- ・サプライチェーン企業が連携した設備更新(1/2 or 1/3補助)
- ・ESGリース促進
- ・環境金融の拡大に向けた利子補給事業(年利1%上限)



企業の「脱炭素経営」取組事例

脱炭素経営を実践している企業をご紹介します。取組の具体的な方法や、取組を通じて得られたメリットなど、自社の参考にしてください。

動画はコチラ



ひろがるカーボンニュートラル
製造業社会の発展に向けて取り組んでいる企業、自治体、団体の声をお聞かせ。

<https://www.env.go.jp/earth/carbon-neutral/message/>

読み物はコチラ



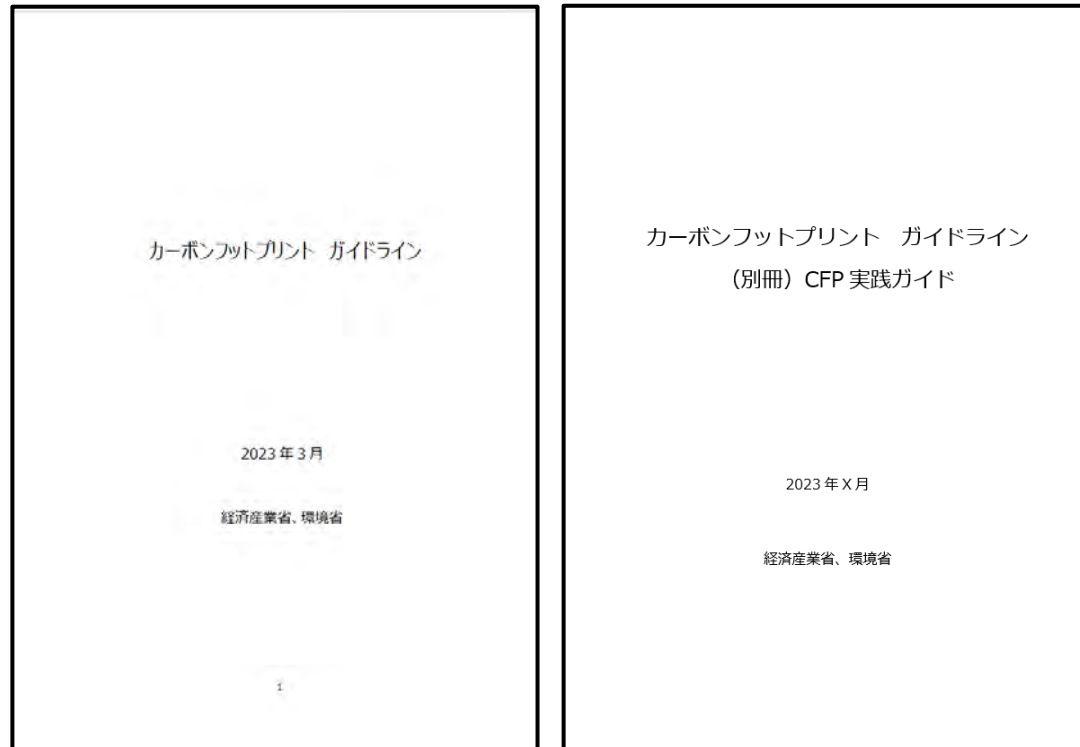
中小規模事業者向けの脱炭素経営導入事例集
脱炭素経営促進モデル事業で支援した、脱炭素経営に取り組む中小企業の事例をご紹介します。

<https://www.env.go.jp/earth/carbon-neutral/000114667.pdf>

カーボンフットプリント(CFP)を活用した官民におけるグリーン製品の調達の推進と、その基盤となるガイドラインの整備

カーボフットプリント ガイドライン（CFPガイドライン）

- CFP検討会での検討を踏まえ、経済産業省と連名で作成。令和4年度末に公表



第1部 本ガイドラインに関する基本的考え方、CFPの意義・目的

- (1) 本ガイドラインの位置づけ
- (2) 想定する読み手
- (3) 用語集
- (4) CFPに取り組む意義・目的
- (5) CFPの提供を受けて利活用する者が注意しなければならないこと



第2部 CFPに関する取組指針

- Step0 CFP算定の原則
- Step1 算定方針の検討
- Step2 算定範囲の設定
- Step3 CFPの算定
- Step4 検証・報告

(別冊) CFP実践ガイド

- 第1章 CFP実践ガイドの目的と位置づけ
- 第2章 CFP実践ガイド
 - 第1節 算定
 - 第2節 表示・開示
 - 第3節 削減対策の実施に向けて
- 第3章 おわりに

CFP実践ガイドの目的と位置づけ

- CFPガイドライン第2部の基礎要件を満たす算定方法、表示・開示方法や削減削減の検討方法について解説
- ISO14067:2018等の国際的な基準を参照するとともに、モデル事業関係者の意見を参考に整理

CFPガイドライン第2部（抜粋）

基礎要件

全てのCFP算定で満たすべき基礎的な要件

比較されることが想定される場合

他社製品と比較されることが想定されるCFPの算定で、上記に追加して満たすべき最低要件※

参考：想定されるシーンの例
満たすべき要件

基礎要件

- 自社のサプライチェーン全体の排出量の把握、排出源の多いプロセスの分析
- 自社製品の排出量の削減計画の策定、削減推移の測定
- サプライヤーに対する排出削減の協力要請
- 金融市場・評価機関等からのScope3排出量に対する開示要求への対応
- 自主的なCFPIによる企業/製品ブランディング

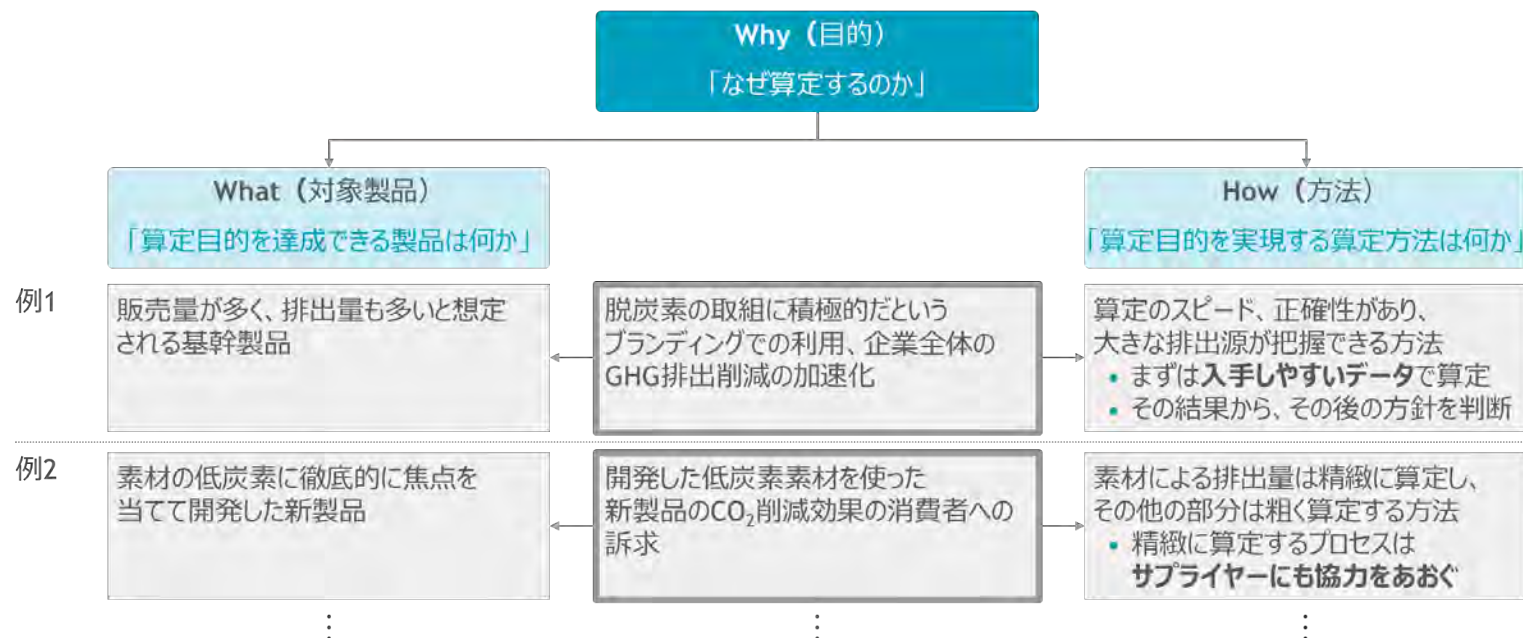
+

比較されることが 想定される場合

- CFPを活用した公共調達
- CFPIに基づく規制等
- 顧客企業におけるグリーン調達行動での要件化

CFPの算定目的と算定対象製品・方法の考え方

CFPの算定目的により、算定対象製品や算定方法が決まる



2. CFPモデル事業

- 製品・サービスのカーボンフットプリント（CFP）の算定、削減、表示に係る参加企業の主体的な取組を支援し、CFPの知見を得てもらうとともに、排出削減の取組とビジネス成長を両立させる先進的なロールモデルを創出する

背景と目的

- 「国民が脱炭素に貢献する製品・サービスを選択できる社会」を実現するためには、購買活動における気候変動影響が、CFPを通じて消費者に「見える化」される必要
- 一方で、CFPの算定等を行う難易度や業務負担が課題となり、取組を躊躇する企業も少なくないところ
- 本モデル事業は、今後B2Cの製品・サービスを中心に、比較的簡易な算定¹によるCFPの取組を社会全体に普及させるため、先進的なロールモデル創出を目指すもの

モデル事業の全体の流れ

CFPの算定



CFP削減策の検討



CFPの表示の
検討・実施



参加企業の主体的な取組を、事務局が支援

カーボンフットプリント(CFP : Carbon footprint)とは
1つの製品やサービスについて、原材料調達から
消費者が廃棄するまでに排出する温室効果ガス
の総量をCO₂相当量で表現した数値のこと



カーボンフットプリント
12.5kg-CO₂e

(参考) 昨年度実施したCFPに係るモデル事業の概要

■昨年度のモデル事業では4社を選定し、対象製品に係るCFPの算定等を実施



TOKYO YOSHIOKA

健康にアイデアを
meiji



UNITED ARROWS LTD.

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)

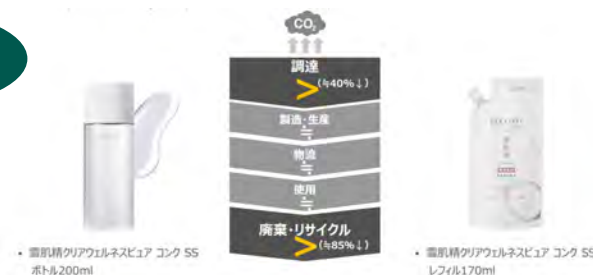
単独

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

対象製品・サービスのイメージ及び対象企業（応募パターン）

- 消費者の行動変容に直接かかわることが可能な製品またはサービスが対象
- 企業の業態に応じ、2つのパターンから選択して応募

対象製品・サービス

※ 記載はイメージのため、対象はこの限りではない

製品

サービス



対象企業（応募パターン）

メーカー・サービス業が単独で応募

- ・消費者が直接目にする製品やサービスを製造・提供する企業



メーカー等とパートナー企業（取引先を想定）が共同で応募

- ・左記の企業を含め、複数の企業が連携（申請者は左記の企業）



【例①】製品の共同応募の例
- 家具ブランドとOEMメーカー

【例②】サービスの共同応募の例
- 旅行会社とホテル

- ・ 選定にあたっては、製品・サービスのCFPの算定・表示・活用に取り組むモデル企業を創出するという趣旨に鑑み、業種・分野の多様性、企業規模、事業内容、対象製品・サービスの消費者層への社会的インパクト等を総合的に考慮

今年度採択企業と対象製品・サービス、実践ガイドのアップデート

■計 21 件の応募があり、5 件を選定

■今年度は中小企業を 2 件、サービス（イベント）に関するCFP算定を実施する企業を 1 件選定

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
(予定)



HOTAMET
(防災ヘルメット)



※画像はイメージ

HYDRO-TECH
ビジネスシューズ



イベント
「ELLE ACTIVE! for SDGs」



※画像はイメージ

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)

中小企業



○以下要素を企業の事例中心にCFP実践ガイドのアップデートを実施（予定）

- ・ 中小企業の取組やサービスのCFP算定における課題感とその解決方法
- ・ 算定されたCFPの削減に向けた検討
- ・ 開示方法および消費者訴求に向けたCFPの発信方法

モデル事業で取り組む具体的な内容

■参加企業は、事務局からの支援を受けながら、製品・サービスのCFPの算定、CFPの削減計画の検討、CFPの表示の検討・実施に主体的に取り組むことで、一連のノウハウや成果物を獲得することが可能

モデル企業

CFPの算定

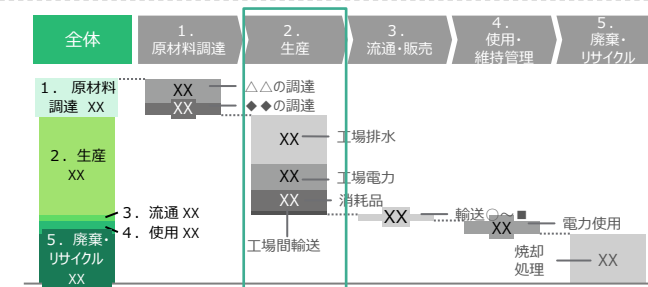
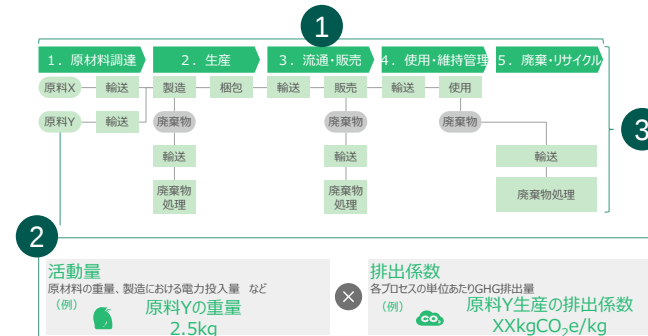
- 1 対象の製品・サービスについて、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの全ての過程をプロセスに分解
- 2 各プロセスの「活動量」と「排出係数」を用いて温室効果ガス(GHG)排出量を計算
- 3 各プロセスのGHG排出量を合計し、CFPを算定

CFP削減策の検討

- CFPを算定した製品・サービスについて、排出削減目標と削減対策を検討
 - 算定を通じて明確になった排出量が多いプロセスに係る対策を特に検討

CFPの表示の検討・実施

- 算定したCFPや、削減目標・削減対策を消費者に伝えるための表示等に係る方策を検討し、実施（マーケティングやブランディングでの活用含む）



伴走支援

- CFPの算定/削減/表示の取組方法の解説
- 悩みに対するアドバイス
 - 検討の進め方や検討すべき内容
- 経営陣との議論を通じた方向性の明確化

等

事務局

(参考)「他社製品との比較を想定しない自社ルールによる算定」について

■本事業では、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）を参照し、他社製品との比較を目的としない、自社ルールによる比較的簡易な取組を実施

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）【抜粋】

CFPの算定を実施する際は、どのような目的で、誰に向けたCFPを算定するのかを明確にしなければならない。またその上で、その用途を踏まえ、どの程度の客観性や正確性を狙ったCFP算定とするか、判断しなければならない。

本指針では、CFP情報の利用者から求められる客観性に応じて、CFPの算定で満たすべき要件を以下の2段階で整理している。

基礎要件

全てのCFP算定で満たすべき基礎的な要件

比較されることが想定される場合

他社製品と比較されることが想定されるCFPの算定で、上記に追加して満たすべき最低要件※

※「比較されることが想定される場合」で算定する場合においても、基礎要件で定められている要件は満たす必要がある

2段階の要件それぞれの活用シーンの例を、右記にて例示している。

ただし、これらはあくまでも例示であり、2段階の要件のどちらを選択すべきかは、算定者が自らが置かれた環境に応じて判断しなければならない。

参考：想定されるシーンの例 満たすべき要件

本モデル事業におけるCFP算定 （他社製品との比較を想定しない自社ルールによる算定）

基礎要件

- 自社のサプライチェーン全体の排出量の把握、排出源の多いプロセスの分析
- 自社製品の排出量の削減計画の策定、削減推移の測定
- サプライヤに対する排出削減の協力要請
- 金融市場・評価機関等からのScope3排出量に対する開示要求への対応
- 自主的なCFPによる企業/製品ブランディング



比較されることが 想定される場合

- CFPを活用した公共調達
- CFPに基づく規制等
- 顧客企業におけるグリーン調達行動での要件化

- 2次データによる算定においては削減努力が反映されない場合があるため、1次データの活用を推奨
- 一方、1次データ取得へ向けた取引先へのエンゲージメント手法および活用方法について課題

カーボンフットプリント ガイドライン第2部（抜粋）

基礎要件

実施方法

自社の所有又は管理下にあるプロセスにおける活動量は、原則全て1次データを収集しなければならない。

原材料や素材の排出係数は、自社管理下外のサプライヤに対して、1次データの提供を依頼することに努める。サプライヤ側は、適切な依頼を受けた際には、1次データの提供に努めるものとする。

優先的に1次データを活用すべき対象を検討するに当たって、以下の観点を検討するものとする。

比較されることが想定される場合

算定者は、製品別算定ルールで規定されている範囲の1次データを収集しなければならない。

製品別算定ルールにおいては、自社の所有又は管理下にあるプロセスにおける活動量は、原則全て1次データを収集することを要求する。

排出係数については、1次データを用いるべき物品名等が明記されなければならない。

製品別算定ルールでは、基礎要件の1次データを活用すべき観点に加え、以下の観点を検討して規定する。

- 算定者がデータを入手することが可能である。

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（抜粋）

使用する排出係数データベースの進化

CFP算定における排出係数データベース活用の4つのステップ



使用する排出係数データベース

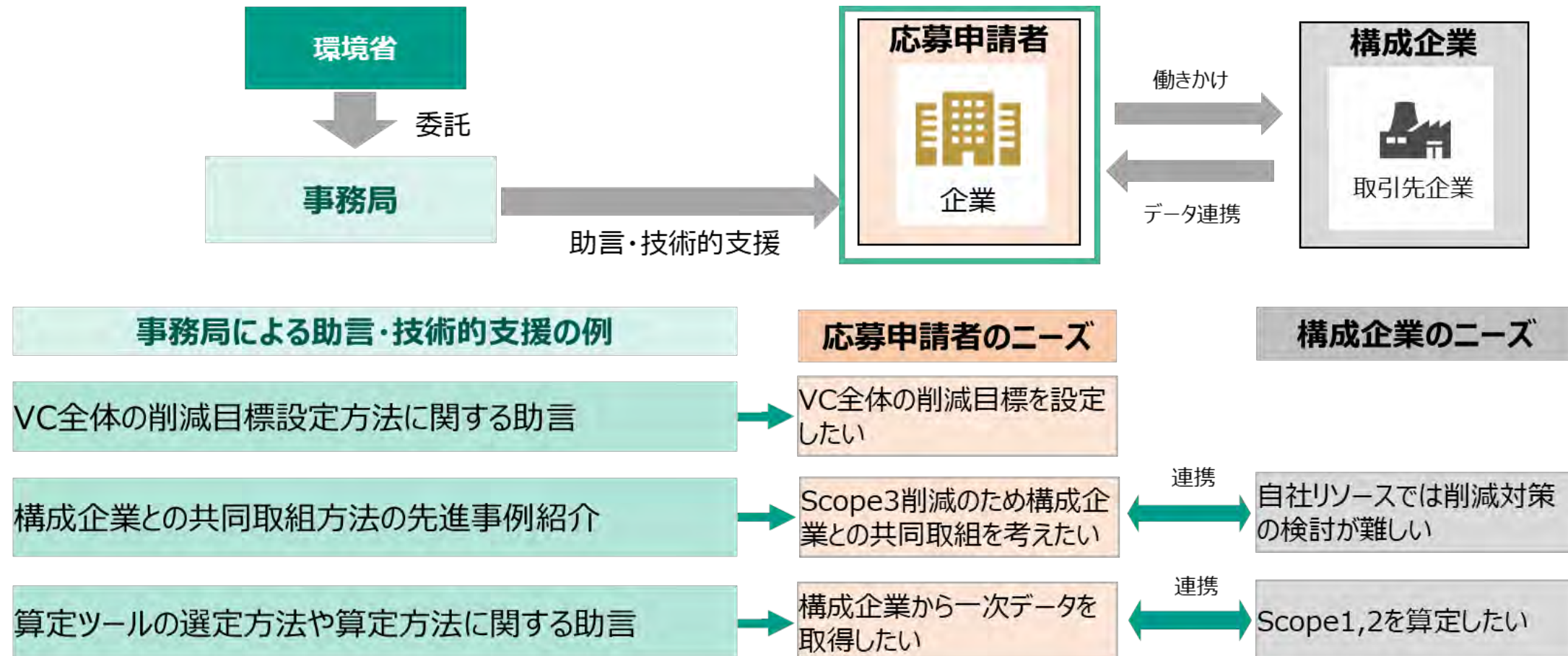
データ区分		精度	取得難易度
1次	2次		
✓		高	難
✓	✓		
	✓		
	✓	低	易

ガイドライン整備 改定

- 既存の「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン」の改定
- サプライヤーエンゲージメントなど取引先企業に対し、働きかけを進めるためのガイドラインを整備
- 削減努力を反映可能とする1次データ活用方法についてのガイドラインを整備

【参考】 1 次データ取得に向けて（取引先への要請）

- 削減努力を反映可能とする 1 次データ取得に向けては取引先との連携が必要
- 他方、取引先には中小企業も含まれる、また働きかけについて事例も乏しく、方法論の整理が必要
- モデル事業を通じて、得られた知見を踏まえ、ガイドラインを策定予定



【参考】 1 次データ取得に向けて（モデル事業の検討内容）



※これらの取組は全て一例です

