

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

令和8年3月19日
NTTドコモビジネス株式会社

はじめに

J-クレジット制度とは、中小企業等の再エネ・省エネ設備の導入や適切な森林管理による温室効果ガス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であり、2021年10月22日に閣議決定された地球温暖化対策計画において定めた2030年度目標である累計1500万t-CO₂の認証目標に向けて制度運営を行っている。J-クレジットの創出は、現状、民間企業が自主的かつ積極的にプロジェクト登録とクレジット認証を実施する動きはあるものの、排出量取引制度等、今後の需要拡大の機運が高まっていることから、大幅な供給量拡大が求められている。そのため、これまで以上に効果的かつ確実なJ-クレジットの認証を促す必要がある。

しかしながら、

- ① J-クレジットの売り先、売却益が見込めず、事業計画を立てることが難しい
- ② 認証までモニタリング期間など一定の時間を要し追加的な作業が発生する
- ③ 認証までモニタリング期間における企業内の方針転換や担当者の異動

等の事情により、登録を躊躇、登録したにもかかわらず認証に結び付きにくい点も課題となっている。

以上を踏まえ、J-クレジットの確実な登録・認証を促し、クレジット供給量の増加に繋がるとともに、地域活性化のための関東経済産業局管内(※)におけるJ-クレジット創出・活用支援を実施した。

※茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県の1都10県

1. 地域密着型の新規プロジェクトの登録支援

(1) 実施内容

J-クレジットの創出は、専門性が高く、書類作成等手続面の煩雑性、第3者検証機関による確認の費用負担などがあるため、自力で対応が困難な中小企業、自治体が多いと考えられる。そのため、J-クレジット制度に関心がある関東経済産業局管内の者(中小企業、地域金融機関、地域コンサル、地方自治体等)に対して、制度説明やヒアリング等のアプローチを行った。

アプローチの結果、具体的な登録を検討する案件について、プロジェクト登録に向けた

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

コーチング支援（書類作成代行は行わず、将来的にプロジェクト実施者が自立して手続きが行えるよう、書類作成のアドバイス、相談対応等）を行った。

(2) 実施結果

関東経済産業局管内で、J-クレジット創出に関心のある自治体や中小企業を対象に、J-クレジット創出に向けたコーチング支援を提案。その結果、プログラム型プロジェクト1件、森林系プロジェクト1件、通常型プロジェクト1件に対して支援を行い、登録に向けてプロジェクトを進捗させた。いずれも令和7年度内の申請に向けては支援期間が十分でなかったことから、令和8年度内のプロジェクト登録を予定している。

プロジェクト類型ごとのアプローチ件数、登録支援実施件数は以下の通り。

プロジェクトタイプ	アプローチ件数	登録支援実施件数
プログラム型プロジェクト	2件	1件
森林系プロジェクト	5件	1件
上記以外のプロジェクト	1件	1件

(3) 総括

支援対象プロジェクトのアプローチと交渉に時間を要した結果、本事業の仕様（令和7年度内に6pt以上のプロジェクト登録完了）を達成するに至らなかった。

仕様の達成には至らなかったものの、アプローチや登録支援を通じ、自治体や企業がJ-クレジット創出に踏み出す際、以下の点が課題となっていることが確認された。

- ① J-クレジット制度理解の難易度
- ② 書類作成の煩雑さ
- ③ 費用の問題（審査費用が高額、小規模プロジェクトでは費用に対して見込み収益が見合わない等）
- ④ 出口戦略（売れるかどうか分からない案件に費用を投じる判断が出来ない）
- ⑤ J-クレジットの認知度不足による、関係各所からの理解獲得への阻害

今後も制度の周知と登録支援を継続的に実施することが、J-クレジット創出の更なる活性化に寄与するものと考え。費用の問題については、補助金の有効活用やプログラム型プロジェクトへの参画によるコスト低減、創出段階から並行してクレジット販売先の早期確保を進めることが効果的であり、それら手法についても広く周知することが肝要である。

2. 供給拡大に向けたクレジット認証支援

(1) 実施内容

関東経済産業局管内の案件に対して、当該プロジェクト実施者である企業等に対してクレジット売却等によるメリットを改めて説明。J-クレジット制度への理解を深めていた上で、J-クレジット認証委員会への申請を前提とした事務的な手続の支援を行うためのアプローチを実施した。

(2) 実施結果

4件の森林系プロジェクトに対してアプローチを実施。うち2件は採算性の問題からプロジェクト登録の見送りを判断。残り2件については、無償のコーチング支援ではなく外部業者の支援を選択したため、クレジット認証支援実施には至らなかった。

(3) 総括

小規模プロジェクトにおける投資対効果や、モニタリング認証に向けた証憑管理や書類作成など実務負担の増大等の課題が障害となっていることが確認された。

これらの課題解決に向け、本事業を継続し、密度の高い伴走支援を提供することが重要である。

3. クレジットの普及促進に向けた実態調査

(1) 実施内容

クレジットの普及促進に向けた実態把握のため、カーボンニュートラルの取組に熱心な地域の自治体、企業、スポーツチーム等を対象としてヒアリング等による調査を行い、事例ごとに活用または検討の成否要因の分析を実施。整理した情報を基に、全体傾向について分析し整理を行った。

(2) 実施結果

関東経済産業局管内における取組事例を取りまとめ、「クレジットの普及促進に向けた実態調査報告書」を作成した。

4. 制度説明会の周知とネットワーク会議等の開催

(i) J-クレジット制度説明会の周知

(1) 実施内容

J-クレジット制度事務局や各経済産業局を始めとするJ-クレジット関係機関において、J-クレジットの創出・活用・流通に関するJ-クレジット制度の認知度向上、活性化を目

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

的とした制度説明会等イベントが開催されている。これら関連情報を、メールマガジン配信やホームページ等へ掲載を通じて、当局管内関係者（自治体、金融機関、産業支援機関、企業、委託先のメールマガジン登録者等）へ広く周知を行った。

(2) 実施結果

中部経済産業局、近畿経済産業局と連携したオムニバスセミナーにおいて、中部経済産業局が主催した Day1、近畿経済産業局主催の Day2 も含め、チラシ配布やメールでの周知を実施した。また九州経済産業局主催のオンライン勉強会について、メールでの周知を実施した。

(ii) ネットワーク会議の開催

(1) 実施内容

自治体や金融機関、産業支援機関、民間企業等を対象に、J-クレジット制度の理解醸成や、クレジットの創出・利活用促進を目的として、中部経済産業局、近畿経済産業局と連携したオムニバスセミナー（オンライン形式での説明会）、J-クレジットフォーラム（会場&オンラインのハイブリッド形式での説明会+マッチングイベント）を開催した。

(2) 実施結果

セミナーおよびフォーラムの概要

①J-クレジットオムニバスセミナー Day3 活用編

項目	内容
日時	令和7年10月27日（月）14:00～15:45
場所	オンライン開催
主催	関東経済産業局
共催	中部経済産業局、近畿経済産業局
プログラム	・ 株式会社ウェイトボックス J-クレジット購入・利用時に理解しておくべきポイント ・ 東京海上日動火災保険株式会社・ジャスミー株式会社 J-クレジットを活用した地域還元モデル「わがまちカーボンクレジット NAGANO プロジェクト」 ・ 浦安 D-Rocks ラグビーチームにおけるカーボンオフセットの取り組み ・ 株式会社イトーキ プロバイダー直伝！J-クレジット活用の最前線
参加者数	235名

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

②J-クレジットフォーラム 2025 最新動向と実践相談会

項目	内容
日時	令和7年12月17日(水) 15:00~17:30
場所	東京都千代田区大手町 2-3-1 大手町プレイスウェストタワー 28階
主催	関東経済産業局
プログラム	<p>【第一部】J-クレジット最新動向と取組事例の紹介</p> <ul style="list-style-type: none">・ 経済産業省 GX 推進企画室 J-クレジット制度概要・動向について・ 株式会社東京証券取引所 東証カーボン・クレジット市場について・ 栃木県塩谷町 森林資源を活用したJ-クレジット創出戦略 <p>【第二部】実践相談会&ネットワーキング</p> <p>相談対応企業によるサービス紹介</p> <ul style="list-style-type: none">・ 株式会社イトーキ イトーキのカーボン・オフセットサービスについて・ 株式会社ウェイトボックス カーボン・クレジット及びカーボン・オフセットサービス紹介資料・ 住友林業株式会社 森林価値創造プラットフォームのご紹介 <p>相談会&ネットワーキング</p>
参加者数	168名(会場参加31名、オンライン137名)

5. 相談対応等

(1) 実施内容

J-クレジットの登録と認証支援に係る問い合わせ等に限らず、購入等についての相談・質問等に対し、メールやオンライン会議にて対応した。

(2) 実施結果

計13件の相談に対応。うち8件についてWeb会議にて、2件についてメールにて、1件について電話にて、J-クレジット制度に関する質問に対応した。残り2件については、関東経済産業局管轄外企業からの相談であったため、所在地域の経済産業局問い合わせ窓口を紹介した。

以上

別紙1 クレジット普及促進に向けた実態調査報告書

J-クレジットの普及促進に向けた実態把握を目的とし、J-クレジットを先進的に活用している自治体、企業、スポーツチーム等の事業主体を対象としたヒアリング調査を実施した。本報告書では、個別の活用事例を詳述するとともに、全体的な傾向分析を通じて、今後J-クレジットを活用する上での要諦について取りまとめる。

1. 調査対象事業主体とその取組

事業主体	事業者種別	取組種別	取組内容
栃木県塩谷町	自治体	創出	町有林と私有林を包括したJ-クレジット創出
東京海上日動火災保険株式会社・ジャスミー株式会社	企業	購入利用	カーボンクレジットの地域還元モデルによる地域経済活性化
株式会社イトーキ	企業	仲介・購入利用	オフィス業界におけるJ-クレジットプロバイダーとしての取組
浦安 D-Rocks	スポーツチーム	購入利用	カーボンクレジット活用によるオフセット試合の実施
ACTソリューションズジャパン株式会社	企業	仲介	グローバル領域における排出量削減支援
TOPPAN エッジ株式会社	企業	仲介・購入利用	カーボンクレジット活用による商品・プラットフォームの提供
株式会社有沢製作所	企業	購入利用	J-クレジットの地産地消による脱炭素と地域創生の両立
岩塚製菓・長岡市	企業・自治体	購入利用	お米を通じて未来を創るN.CYCLEプロジェクト
株式会社モノクローム	企業	創出	自社サービスを活用したJ-クレジット創出

2. 全体的な傾向の分析

各事例を横断的に分析した結果、以下のような傾向が見て取れる。

①「排出削減+ α 」の価値（ストーリー性）の重視【創出者・購入利用者】

単なる排出量の相殺（オフセット）にとどまらず、「地域貢献」「被災地復興」「生物多様性の保全」といった付加価値を重視する傾向が強まっている。

②ビジネスモデル化の転換 [創出者・販売仲介者・購入利用者]

「脱炭素＝コスト」という認識から、「脱炭素＝収益向上・差別化」へ繋げようとする動きが加速している。

③「手続きの簡素化」や「小口化」による裾野の拡大 [創出者・販売仲介者]

専門知識がなくても、あるいは少量のからでもJ-クレジットを創出・利用できるようにし、利用層の拡大を図っている。

④クレジット品質への要求 [購入利用者]

グローバルな規制や投資家からの視線を意識し、国際的な品質基準への準拠等、クレジットの質の高さを求める傾向が強まっている。

⑤J-クレジットの認知不足 [創出者・販売仲介者・購入利用者]

制度の複雑さから、大企業以外にはまだ十分に情報が届いていない、あるいは「自分たちには関係ない」と捉えられている実態がある。

⑥J-クレジットの供給面での課題 [販売仲介者・購入利用者]

特定の方法論への需要集中や、希望する地域・品質のクレジットが市場に十分に流通していないことが懸念されている。

3. 今後J-クレジットを活用する上でのポイント

以上の分析結果および本事業の他の活動で得た知見を基に、各プレイヤーが今後意識すべきポイントを、J-クレジットの利用種別（創出、販売仲介、購入利用）毎にまとめると、以下の通り。

種別	ポイント
創出者	<ul style="list-style-type: none">○「付加価値」の創出 CO2削減だけでなく、生物多様性保全や地域防災、雇用創出といった付加価値を、「共益 (Co-benefits)」として可視化することによる、高付加価値なクレジットの創出○事務負担の軽減 塩谷町のように複数の所有者をまとめる「包括型」のプロジェクト組成や、プログラム型プロジェクトへの参加による、創出コストの抑制○販売戦略の早期確立 地域企業や地域貢献に関心を持つ企業と共同でクレジット創出に取り組むほか、プロジェクト組成段階から販売先を確保することによる事業リスクの低減と、持続的な創出活動を可能とする仕組みの構築○外部専門機関との連携 専門知識を有する企業や団体との連携による、申請作業の効率化、及び上述の重要事項への早期対応の実施。一例として、制度に関する知識や先行事例の情報収集、申請に向けた伴走支援を目的とした、本事業の活用。

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

販売仲介者	<ul style="list-style-type: none">○「導入ハードル」の撤廃 オンライン手続きの簡素化や、キログラム単位での小口提供など、顧客が「今すぐ、簡単に」始められる仕組みの構築○コンサルティング機能の強化 単なる販売だけでなく、SBT や GX-ETS といった複雑な国際・国内制度への適応を支援する知見の提供による差別化
購入利用者	<ul style="list-style-type: none">○「目的」に合わせた使い分け 自社の脱炭素目標には「高品質な除去系」を、プロモーションや地域貢献には「ストーリー性のある地域由来」を選択するなど、目的の明確化とそれに合わせたクレジットの選択○地域自治体と連携した、「地産地消」による経済・社会価値の両立 自社の拠点が所在する地域のクレジット購入により資金を地域に還流させ、環境保全と地域経済活性化を同時に実現○「体験・交流」を通じたストーリーの深化 J-クレジットによるオフセットで終わらせるのではなく、実際の地域交流（イベントや活動）と組み合わせることで、訴求力を向上

4. 活用事例毎の報告書

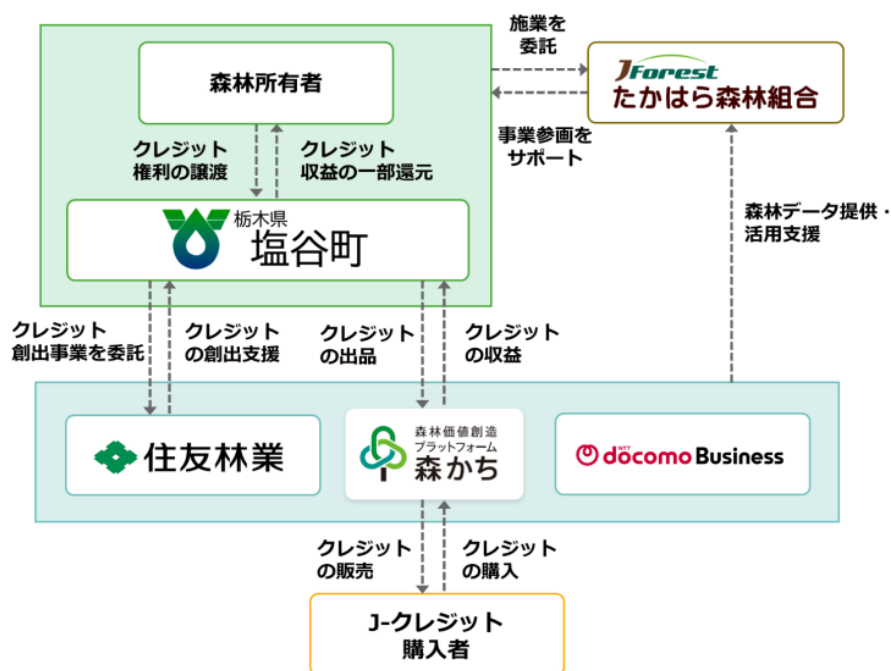
次頁以降参照

事例1

種別	創出
団体	栃木県塩谷町
取組	町有林と私有林を包括したJ-クレジット創出の取組

取組概要

栃木県塩谷町、たかはら森林組合、住友林業株式会社、NTTドコモビジネス株式会社の4者で「森林資源を活用した環境価値創出に関する連携協定」を締結。
 塩谷町は各森林所有者にJ-クレジット創出の意向を確認し、意向の確認が取れた私有林と町有林をまとめて創出から販売までを“森かち^{※1}”上で実施する。
^{※1}：住友林業株式会社とNTTドコモビジネス株式会社が提供する、森林由来J-クレジットの創出から審査、取引までを包括的に支援するサービス



出典：塩谷町 HP (<https://www.town.shioya.tochigi.jp/div/sanshin/pdf/rinmu/Jcredit.pdf>)

利用したJ-クレジット種別と量

塩谷町では、森林J-クレジットを2027年度に創出予定。町有林200haのうち、J-クレジットの対象となる160haにおいて、年間240t-CO₂のJ-クレジット創出を見込む。また事業への同意を得た私有林についても順次クレジット創出を進める予定。

取組の背景

2023年にゼロカーボンシティ宣言を表明。以前は森林所有者におけるJ-クレジットの認知度が低く活用できていなかったが、遊休財産を活用して収益化ができる点に魅力を

感じ、2025年からJ-クレジットの活用検討を開始。森かちを利用することで内閣府のデジタル活用交付金の活用がイメージできた点も判断材料となった。

取組の特徴

- ・ 町がJ-クレジットの権利を各森林所有者から集め、町有林とあわせて私有林でもJ-クレジットを創出。
- ・ クレジット収益の一部を、権利を譲渡した各森林所有者個々に還元する。
- ・ J-クレジットを創出する私有林では、プロジェクト認証対象期間である8年間は主伐をしないことを条件としている。
- ・ 森かちを通じて森林の施業データを蓄積し、森林組合に還元する。

取組の効果

- ・ 2027年からクレジット創出予定のため効果はこれからではあるが、J-クレジットの売上高をKPIとする方針
- ・ 森林組合に対しては、森林の施業データおよびクレジット創出に伴う仲介手数料という形でメリットを提供できるよう考えている。
- ・ 標準伐期齢を迎えたものの主伐を希望しない所有者に対し、J-クレジットの創出は森林の新たな活用方法として期待されている。
- ・ 今後所有者向け説明会を開催し、森林所有者380人の反応を把握する予定。ニュースリリース時、所有者1、2名からは連絡があった。

取組における課題

- ・ 所有者が持っている森林の林齢が50～60年程度の標準伐期齢の森林の場合、プロジェクト期間中の8年間は主伐を禁止する点が所有者の負担になる場合があると考えている。
- ・ 森林組合としても主伐が林業の生業のため、森林組合の主伐業の妨げにならない範囲でプロジェクトの参加者を集めていくことが大切になる。

今後の計画

- ・ 2027年に販売を開始した段階で、賛同いただいた所有者に収益の一部を還元予定。話が伝播していくにつれ希望者が増え、創出量も増えると考えている。
- ・ 主伐への負担感を軽減するため、プロジェクト期間を8年間に設定している。8年後には主伐を終えて植林された方もいると思われるので、参加するメンバーを入れ替えて新たなプロジェクトとして再度創出に取り組みたいと考えている。

J-クレジット制度に関する疑問や要望

- ・ J-クレジットでは主伐=排出という扱いになる点が課題。複数の所有者が存在する森林でJ-クレジットを創出する場合、ある所有者の主伐が他の所有者の吸収量を相殺する可能性がある。今回、プロジェクト期間中は主伐をしないことを条件とするが、それが参加者にとって足かせとなる可能性がある。木材を製材として建物にする場合は二酸化炭素が固定されるので、排出量が小さく計算されるものの、現状は

この制度を利用してもその量はわずかであり、J-クレジットには排出量として計上される。

- ・ 制度が変わり、主伐した後に植林し、次に主伐する(=標準伐期齢)までの吸収量で補填することが可能となったが、それでもなお主伐によって排出として残る部分がある。
- ・ 森林由来のJ-クレジット創出は最短でも8年間と、比較的長期間の取組になるため、社会情勢の変化やそれに伴う制度改正のリスクを懸念している。

その他

個人所有の森林をJ-クレジット化していくためには、まずはJ-クレジットについて知っていただくことが重要。アイデアさえあればできるということが事例とともに分かれば、他の自治体も取り組むことができる。大きい自治体では意思決定が重くなるので、汎用性がある当町の事例を知ってもらうことが重要だと考える。

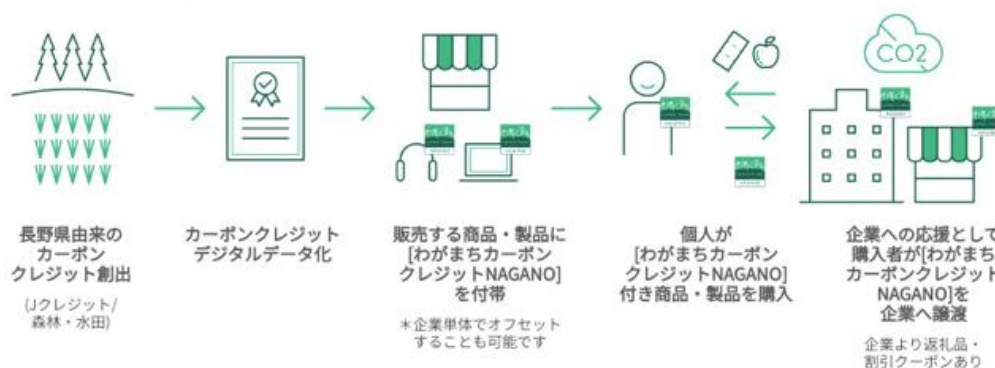
事例2

種別	購入利用
団体	東京海上日動火災保険株式会社・ジャスミー株式会社
取組	カーボンクレジットの地域還元モデルによる地域経済活性化の取組

取組概要

長野県由来のカーボンクレジットの活用による地域還元モデル「わがまちカーボンクレジット NAGANO」を推進。行政/自治体・企業・県民/個人それぞれにメリットが生まれる仕組みで、脱炭素の推進と地域経済の活性化を目指している。同取組では、長野県由来のJ-クレジットが付帯された商品が消費者が購入することにより、企業から割引や返礼品を受け取ることができる。企業は販売商品にJ-クレジットをデジタルデータとして付帯し、販売プロモーション施策として活用することで、地域経済が活性化するという仕組み。

わがまち NAGANO 循環の仕組み



引用：わがまちカーボンクレジット NAGANO

利用したJ-クレジット種別と量

- ・ 森林と農業（水田）系が中心で、バイオ炭も今後展開を検討。
- ・ パートナー企業との取組におけるクレジット活用の総量は、現在は 100 t -CO2 未満で、少しずつ増えている状況。取組が始まったばかりなので詳しくは公開されていない。

取組の背景

- ・ 長野県の豊富な自然資本を経済活動と連動させていきたいとの思いで、3年前からカーボンクレジットの地域還元モデルの研究を開始。当時はまだ、カーボンクレジット

トは今ほど浸透しておらず、関係するのは大企業だけだと受け止めている長野県の企業がほとんどであった。

- ・ 森林が健全に育てば水質浄化機能が高まり水も綺麗になる。また、森林の多面的機能である生物多様性の面でもプラスのインパクトがある。加えて、土砂災害防止機能により災害に強い街づくりに貢献できる。自然資本とカーボンクレジットを繋げて、中堅中小企業も連携できるような環境創りに取り組み、中堅中小企業が「儲かる」「収益性を向上できる」ビジネスモデルを考えていった結果、J-クレジットを活用した地域還元モデルに辿り着いた。

取組の特徴

- ・ 東京海上グループは「お客様や社会の“いつも”を支え、“いざ”をお守りする」ことをパーパスとして掲げており、地域活性化や災害に強い街づくり、企業の価値向上などを事業としていることから、カーボンニュートラル・GXにも取り組んでいる。従来までの損害保険業の領域にとどまらず、地域の社会課題解決・企業の経営課題の解決に貢献する具体的な取組・事業を通じて価値提供領域を拡げている。
- ・ 単にゼロカーボンを実現することが全てではなく、その先のコスト削減・収益向上や企業における販売マーケットの拡大・イノベーション創出、ウェルビーイングな会社づくりや災害に強い街づくりなど、地域と企業の価値向上を目的としている。
- ・ ジャスミー株式会社は、持続可能な脱炭素社会の実現をさらに加速させる取組として、カーボンクレジットと地域資源を最大限に活用することで、地域経済の活性化と環境保全を両立させるプラットフォームを提供。カーボンクレジットを介してコミュニティと市民の力で気候変動対策と経済が動き出す、「気候変動対策＝コスト、儲からない」を「気候変動対策＝儲かるビジネス」にできるプラットフォームとして施策展開を行っている。「個人」の貢献を「可視化」することで地域への貢献を実感できるプラットフォームであることが大きな価値を生んでいる。

取組の効果

- ・ 第1弾の事例として、冷凍食品に「わがまちカーボンクレジット NAGANO」を付帯し販売した株式会社信毎販売センターふれあいネットでは、61件の販売実績を記録（1件あたり2kg-CO2eを付帯）。本プロジェクトは開始直後の段階のため、長野県内における今後の展開や波及効果については精査中。
- ・ カーボンオフセットの試合やイベントが増えてきたが、カーボンオフセットと表現しても大半の来場者は実感が湧いていない。既に貢献を可視化する仕組みを提供していることから、今後は「わがまちカーボンクレジット NAGANO」を展開する企業やイベントを増やしていきたい。
- ・ 単に脱炭素・GXのみを推進させる取組ではないことから、「GX」×「レジリエンス」や「GX」×「ウェルビーイング」などGXを通じて企業や自治体が他の社会課題解決・経営課題解決を考えるきっかけとなっている。

取組における課題

- ・ カーボンクレジットの市場環境を考えると、CO₂の削減のみを目的とした場合、価格優位性という観点においては安価なクレジットが好まれ、販売価格が市場価格よりも相対的に高い森林吸収カーボンクレジットを始めとした長野県のカーボンクレジットは、選ばれる可能性は低くなってしまっても考えられる。
- ・ しかし、企業には、長野県由来であることや林業や農業の活性化に繋がる本来のカーボンクレジットの機能を伝えながら、長野県由来のカーボンクレジットを購入することで企業価値向上のストーリーを表現できるメリットを伝えている。
- ・ 排出量取引制度の対象となる規模の企業は長野県には多くなく、それ以外の中堅中小企業の巻き込みが課題である。県内企業で少しずつではあるが省エネ・創エネの取組は進んできたものの、その先のカーボンクレジットの購入によるオフセットは中々進まない現状がある。

今後の計画

- ・ 全国的にも先進的な取組であり、「わがまちカーボンクレジット NAGANO」を活用したモデルケースを数多く輩出することで、全国各地で展開することも検討している。そのため、販売する商品・製品・サービスにカーボンクレジットを付帯して販売するとどのくらい売り上げに影響するのかを検証したい。
- ・ 2030年までに20,000t-CO₂eのカーボンオフセット実現を掲げており、県民一人当たりCO₂排出量の10kg削減を目標とし、長野県全体でのゼロカーボン戦略に貢献したいと考えている。

J-クレジット制度に関する疑問や要望

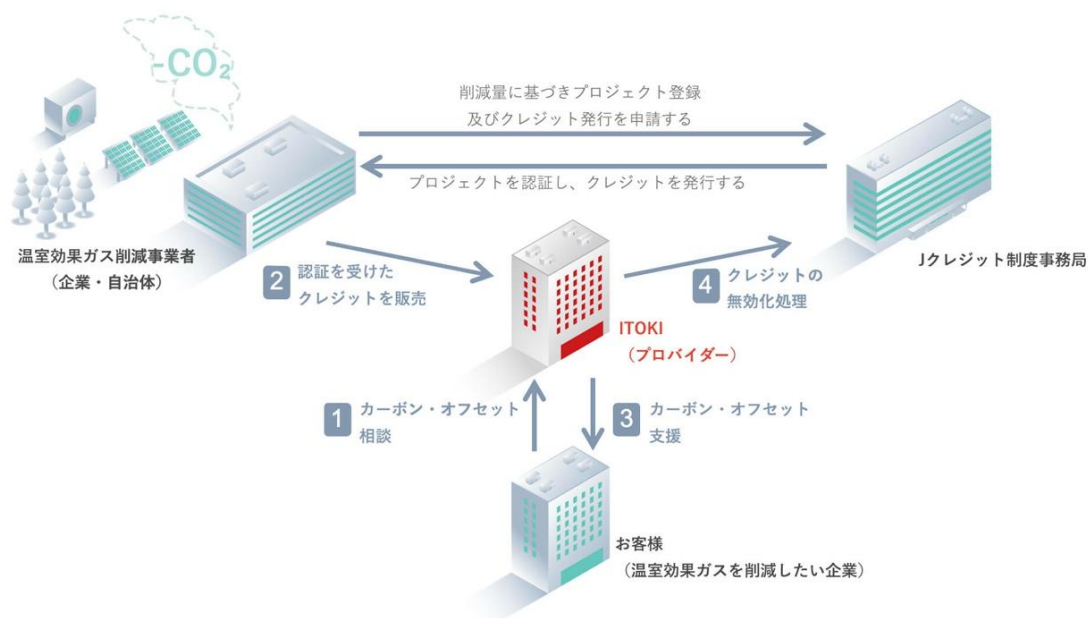
- ・ 「わがまちカーボンクレジット NAGANO」を活用したエンカル消費調査で活用可能な補助事業を希望。補助金が活用できずともチャレンジしていくが、行政・自治体とともに取り組む社会課題であるものの、現在は民間企業だけの取組であるため、人材や活動資金面での支援があると望ましいと考える。
- ・ 「J-クレジット」という言葉がGXやカーボンクレジットに触れない人にとって浸透していない言葉なので、より露出が増えて認知度が向上していくと望ましい。
- ・ バイオ炭農地施用などのクレジットは、方法論はあるもののハードルが高いため、行政と一緒に取り組みたいと考えている。

事例3

種別	購入・利用
団体	株式会社イトーキ
取組	J-クレジットプロバイダーとしての取組

取組概要

顧客のカーボンニュートラル目標達成に向け、J-クレジットプロバイダー（以下、プロバイダー）として、顧客ニーズに応じたクレジットの販売および無効化処理の代行を行っている。金融商品へのJ-クレジット活用や、エネルギーへのオフセットなどを多様なパートナーと協力しながら取組を推進している。



引用：[イトーキのカーボン・オフセットサービス](#)

利用したJ-クレジット種別と量

- ・ 再エネ・省エネを中心に、森林・農業など幅広い種類のJ-クレジットを取り扱っている。
- ・ 近年では、森林・農業由来のクレジットの取り扱いも増加しており、特に森林由来のクレジットは価格帯で二極化する傾向が見られる。

取組の背景

- ・ 同社はオフィス家具の製造・販売を主軸としつつ、2011年よりプロバイダーとしての事業を開始。
- ・ 同社製品の製造・配送・販売時に排出されるCO2をJ-クレジットでオフセットしたことが契機となり、プロバイダーとしての活動に発展した。

取組の特徴

- ・ 全国の顧客に提供するために、民間マーケットプレイスとも連携し、流通を拡大。
- ・ 他社との差別化として「オフセット済み製品」を打ち出し、顧客評価が上昇。
- ・ オフィス家具がグリーン購入法の対象品目である点とも相性が良く、今後はオフセットされた製品の増加が見込まれる。
- ・ 「J-クレジットとは何か」という基礎説明から丁寧に伝えることを重視し、制度認知の向上にも取り組んでいる。

取組の効果

- ・ カーボン・オフセットを通じ、自社の環境配慮の取組や製品価値を訴求できている。
- ・ 営業が多様な手法（例：オフセット製品など）でクレジットを提案できる点が大きな強み。
- ・ 顧客の環境配慮ニーズが高まる中、J-クレジット活用を先導する企業としての信頼性向上につながっている。

取組における課題

- ・ 供給量が需要に対して不足しており、特に森林クレジットは需要増に追いついていない。
- ・ J-クレジットやカーボン・オフセットの認知度がいまだ限定的で、理解促進が必要。
- ・ 一部顧客から「J-クレジット商品を作れないか」という問い合わせが来ることもあるが、まだ裾野が広いとは言えない。

今後の計画

- ・ プロバイダーとして顧客のカーボン・オフセット支援を継続し、日本全体のカーボンニュートラルと経済発展の両立に貢献していくことを自社の使命として捉えている。

J-クレジット制度に関する疑問や要望

- ・ 供給拡大に向けた政策支援があれば制度活用がさらに進むと考える。
- ・ 官民連携でGX-ETSやJ-クレジット利活用の機運を高めていくことを期待している。

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

事例4

種別	購入利用
団体	浦安 D-Rocks (株式会社 NTT Sports X)
取組	カーボンクレジット活用によるオフセット試合の実施

取組概要

浦安 D-Rocks (以下、同チーム) では、活動領域を「クラブハウス」と「試合運営」の2カテゴリーに分類し、カーボンニュートラル実現に向けたサステナビリティ活動を推進。クラブハウスにおいては、再生可能エネルギー設備の導入に加え、選手への啓蒙活動による通勤手段の転換促進を実施。試合運営に関しては、2024-2025 シーズンのホストゲーム全9試合において、J-クレジットを活用したカーボンオフセットを実施。特筆すべき点として、単なるオフセットにとどまらず、クレジット創出地域との交流にも注力し、具体例として熊本県人吉市で開催された田んぼラグビーへの選手参加等、地域や人との交流を積極的に展開。

Our sustainability at 2024-2025

Stadium action

サステナビリティを意識した試合運営を目指し、環境負荷低減をテーマに掲げ、施策を実施いたしました。



選手の移動のオフセット

TSトラベルサービスおよびJTBが提供する「CO₂ゼロ旅行*」を活用し、NTTジャパンラグビー リーグワン 2024-25 シーズンにおける選手の試合移動で発生するCO₂排出を100%オフセット。



サステナブルステーション

D-Rocks は、試合会場内に「サステナビリティステーション」を設置し、ごみ分別体験を提供。担当スタッフがファンへの声かけをおこない、資源循環と環境意識の意向上を図る。



ゴミ拾いウォーク

NTTドコモと共同で、試合開催日に「ゴミ拾いウォーク」を実施。ファン、パートナー企業、クラブスタッフが一丸となってスタジアムまでの道のりを清掃しながら歩くことで、地域貢献と環境意識の向上を同時に図る取り組みを展開。

試合のオフセット

ホストゲーム会場の電力使用、観客の移動に伴うCO₂をFIT 非化石証書取得によって実質カーボンニュートラル化しています。
※算出は、GHG プロトコル準拠

日付	試合	会場	オフセット量
12/28	静岡ブルーレヴズ戦	えがお健康スタジアム (熊本県熊本市)	55.0
1/4	横浜キャノンイーグルス戦	Jヴィレッジスタジアム (福島県双葉郡)	7.8
2/8	三重ホンダヒート戦	秩父宮ラグビー場 (東京都港区)	36.1
3/1	トヨタヴェルブリッツ戦	Jヴィレッジスタジアム (福島県双葉郡)	6.8
3/14	クボタスピアーズ船橋・東京ベイ戦	秩父宮ラグビー場 (東京都港区)	37.1
3/29	埼玉ワイルドナイツ戦	キューアンドエースタジアムみやぎ(宮城県)	27.6
4/12	コベルコ神戸スティーラーズ戦	ゼットエーオリブスタジアム (千葉県)	6.3
4/25	東芝ブレイブルーパス東京戦	秩父宮ラグビー場 (東京都港区)	31.2
4/25	相模原重工ダイナポアーズ戦	秩父宮ラグビー場 (東京都港区)	25.0

出典：浦安 D-Rocks 作成資料

利用した J-クレジット種別と量

【クレジット総量】 233t-CO₂
 【種別】 農業由来：117t-CO₂、森林由来：116t-CO₂
 (2024年12月～2025年5月までの同チームホストゲーム全9試合でのオフセット量)

取組の背景

同チームは気候変動がスポーツに与える影響に危機感を覚え、「ラグビー競技の持続可能性」「地域社会との共創」の2つの課題に対して取組を開始。

「ラグビー競技の持続可能性」:

夏季の気温上昇や異常気象の頻発により、練習時間の制約や、選手の安全確保におけるリスクが高まる状況が生じており、適切な対策を講じない場合、競技の継続そのものに影響を及ぼしかねないといった、強い問題意識が存在。

「地域社会との共創」:

地域連携施策の検討にあたり、活動を地域社会に持続的に浸透させるためには、サステナビリティを基軸とした視点が重要であると分析。

更にスポーツの国際大会において、サステナビリティへの対応が開催要件や評価基準になりつつあった潮流を踏まえ、サステナビリティへの具体的な貢献や方針を表明していない組織は、開催主体として競争優位性を失う可能性があると考え、2023年から取組を開始。

取組の特徴

- ・ ファンに対する行動変容促進やリサイクル活動等、具体的な削減活動の実施
- ・ オフセット試合後、クレジット創出地域に選手が足を運び、現地で開催された田んぼラグビーに参加。単なるオフセットに留まらない地域との交流を積極的に実施。
- ・ 観客の移動に伴う排出量算定に ICT 技術（人流データ分析）を活用



引用元：[人吉市×浦安 D-Rocks 編 田んぼラグビー | 森林価値創造プラットフォーム「森かち」 / 住友林業・NTT ドコモビジネス](#)

取組の効果

- ・ チーム内でサステナビリティに対する関心が高まり、複数の選手が当該テーマについて自ら発信できるようになった点は、スポーツチームが本分野に取り組む意義として特に大きな成果であると認識。

- ・ 環境分野の関係者や他のスポーツチームから「取組内容が参考になる」といった評価の声が寄せられている。
- ・ サステナビリティに関する取組とその情報発信において、先進的なスポーツチームとして認知されつつあり、地域の教育プログラムから連携の打診を受ける等、活動の幅が拡大。地域やファンに向けた取組については、今後更なる強化を図る方針。

取組における課題

○ファンや社会の巻き込み

- ・ 自然由来のカーボンクレジットを活用する意義や背景について、ファンや一般社会の関心をいかに喚起し、分かりやすく伝えていくかが課題。
- ・ あわせて、サステナビリティに関する取組が社会全体において「実施すべきもの」として広く認識されることが重要。そのためには、単に「〇〇tの排出量をオフセットした」といった数値のみを示すにとどまらず、取組の目的や社会的意義、もたらされる効果について丁寧に伝えるコミュニケーションの在り方を構築していく必要がある。

○他チームの巻き込み

- ・ オフセット試合やサステナブル活動を実施すべき理由が、ルールや義務として定められていない点。他チームも巻き込むためには、先ずは外圧となる義務やルールがラグビー業界全体で必要。

今後の計画

試合会場でのオフセットを通じ、継続的な啓蒙に努める。

J-クレジット制度に関する疑問や要望

- ・ 地域に対する啓蒙として、国が進める地域脱炭素の取組に「スポーツチームとの連携によるクレジット活用」のような文脈があると、スポーツチームがサステナブルな活動に貢献する価値を発揮しやすくなると考える。
- ・ 国連気候変動枠組条約（UNFCCC）において「スポーツによる気候変動対策」への参加が推奨されたことで、活動に国際的な正当性が与えられ、加速する契機となった。自治体レベルでもその様な動きが見られると、地域での連携が進むと考える。

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

事例5

種別	販売
団体	ACT ソリューションズジャパン株式会社
取組	グローバル領域における排出量削減支援

取組概要

- ・ オランダに本社を持つ脱炭素ソリューションプロバイダーとして、世界各国の排出セクター・企業に対して排出量の削減支援を実施。年間約1,300万トンのカーボンクレジット（海外ボランティアクレジットおよびJ-クレジットを含む）を取り扱う。
- ・ 2023年に日本法人を設立。グローバルで培った知見やノウハウを活用し、主に外資系企業の日本法人に対して、J-クレジットやJCM（二国間クレジット）、非化石証書、海外再エネ証書といった日本独自の環境ソリューションを提供している。

利用したJ-クレジット種別と量

- ・ ほぼ全ての種別を取り扱っており、その中では再エネ・省エネが高い比率を占めている。一方で、森林・農業系クレジットの流通量も増加傾向にあり、提案の機会が着実に増えている印象がある。
- ・ 販売ボリュームはクライアントによって異なり、数百トンから数万トンまで多岐にわたる。

取組の背景

足元の顕在化した需要への対応が急務となり、体制構築を目的として日本法人を設立。主な背景は以下の通り。

- ・ GX-ETS やコンプライアンス市場の形成に伴い、日本国内における脱炭素関連ビジネスの成長が予測されていたため、JCMの共同開発など日本企業と直接的にビジネスを創出することが、中長期的な事業成長において最良であると判断。
- ・ 法人設立以前より、既存の欧米系クライアントから「日本国内でカーボンクレジットや非化石証書を購入したい」といった具体的な要望が寄せられていた。
- ・ 海外事業所の脱炭素ソリューションの一つとして、国内にいながら世界各地の再エネ証書を容易に調達したいという、外資系企業の日本法人らのニーズへの対応。

取組の特徴

- ・ かねてより海外のボランティアを含むクレジットの仲介を強みとしており、J-クレジットに限らずカーボンクレジットに関して全方位にアンテナを張っている。
- ・ 外資系クライアントの多くが、国際イニシアチブの報告（例えばGHGプロトコルにおけるScope2の削減等）に再エネ由来J-クレジットを購入し、活用している。
- ・ クレジットの販売先は製造業や情報通信業が多く、国内に工場やデータセンターを有する企業を中心に需要を獲得している。

- ・ クレジット調達において、多くのクライアントは予算枠を前提とした意思決定を行いつつ、その制約条件下でより高品質なクレジットを求める傾向がある。品質については「外部レーティングからの評価」や「CCPs（コアカーボン原則）※1への準拠状況」などが主要な判断基準となる。

※1：カーボンクレジットを創出するにあたって、高品質なカーボンクレジットの要件のこと

取組の効果

まだサンプル数が少ないため、具体的な成果事例に触れる機会は限られている。ただし国際イニシアチブの枠組みの中で、再エネ由来のJ-クレジットがScope2の削減手段として活用できる事実は、重要な成果として挙げられる。

取組における課題

- ・ J-クレジットは現在、ボランティア目的での活用が主流であり、クライアントが重視する各種国際イニシアチブへの報告において、活用可能な範囲が限定的である点が課題。国際イニシアチブへの報告における活用用途の拡大があると、クライアントへの提案の機会が更に増えると感じている。
- ・ 国際イニシアチブへの報告を目的としてJ-クレジットの購入を検討する企業は、クレジットの創出年を重視する傾向にある。一方で、再エネ電力由来のJ-クレジットは認証期間と発行されるタイミングのラグが比較的大きく、国際基準に準拠した調達を求める企業のニーズに対応しきれない点が課題。

今後の計画

- ・ 海外ボランティアクレジットやJCMの創出で蓄積したノウハウを活かし、J-クレジットの創出に関わることも視野に入れている。GX-ETSにおいてJ-クレジットが本格的に活用されていくのであれば、販売のみならず創出フェーズから取り組みたいと考える一方で、今般GX-ETS排出枠の上限価格が低く抑えられたことにより、J-クレジットの市場価格が開発コストに見合わなくなる懸念が高まっている。
- ・ 日本のクライアントは着実に増加しており、地産地消を強みとしたJ-クレジットの話をする機会も増えている。国際イニシアチブへの活用と地産地消の両立が果たされれば、需要の拡大が見込まれる、その場合はJ-クレジットを主要な事業のひとつにしていきたいと考えている。

J-クレジット制度に関する疑問や要望

GX-ETSの適格クレジットに採用されていることから、J-クレジットの価格形成はGX-ETSの制度設計（上下限価格の設定等）に強く依存する。今後は政策的要因による影響を最小限にとどめ、需給バランスに基づいて価格が決定される自律的な市場が形成されることを望む。

事例6

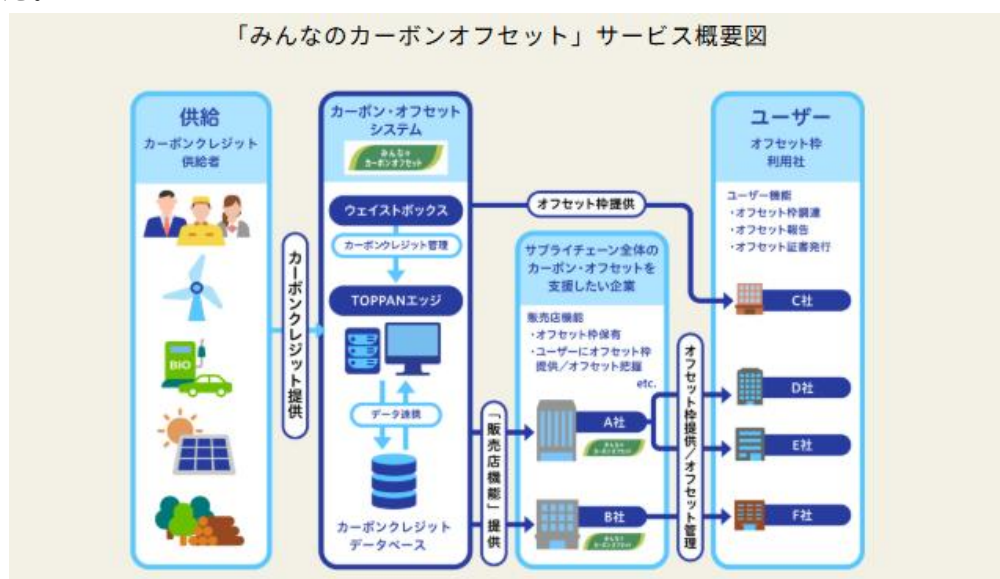
種別	購入利用
団体	TOPPAN エッジ株式会社
取組	カーボンのクレジット活用による商品・プラットフォームの提供

取組概要

TOPPAN エッジ株式会社（以下、同社）ではカーボンのクレジットを活用し、顧客の脱炭素化を支援する下記サービスを提供。

1. 「みんなのカーボンオフセット®」

カーボン・オフセットを簡便に行える SaaS。カーボン・オフセットに必要な手続き（オフセット枠の購入～オフセット報告の申請～オフセット証書の発行）をオンラインかつワンストップで提供することで、利用者の作業負担を大きく軽減。J-クレジットや海外クレジットの利用が可能で、キログラム単位での小口のオフセットにも対応。



出典： <https://solution.toppan.co.jp/toppan-edge/service/mincabo.html>

2. 「カーボン・オフセット付き封筒・はがき」

2009年度より、森林由来のクレジットを使用した「カーボン・オフセット付き封筒・はがき」の販売を開始。「カーボン・オフセット第三者認証プログラム」の「カーボン・オフセット認証※1」を取得することで信頼性を向上。さらに被災地の森林を活用した森林クレジットを調達・利用することで、被災地復興のストーリーと掛け合わせながら、自社やグループ会社に留まらず顧客の脱炭素化を支援。株主への通知や取引明細の通知等、様々な用途で利用が広がっている。

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

※1：環境省のカーボン・オフセット第三者認証基準に基づいた適正なカーボン・オフセットが行われていることを、認証機関である一般社団法人カーボンオフセット協会が確認し、認証する制度。

使用するクレジットの特長

●特長1.日本の森林を守ります

日本の森林はいま、林業の低迷で手入れが行き届かず、荒廃が進んでいます。森林整備事業で創出されたオフセットクレジットを利用することで、資金が山に還元され、国内林業の活性化、一層の整備・保全の推進となります。

森が元気になることで、CO₂吸収による温暖化対策になるだけでなく、生物多様性の保全、保水効果による大水や土砂崩れ等の災害防止につながります。

磐城造林(株)社有林における田人町旅人での森林吸収プロジェクト(J-VER登録番号0061)



●特長2.被災地復興支援につながります

環境省事業である被災地支援協議会に賛同し、同協議会に加盟し、本企画において東日本大震災の被災地におけるクレジットを活用しています。

CO₂が削減されると同時に被災地に資金が還元されることで、被災地復興を支援します。

経済原則にのっとった長期的な被災地復興支援の取り組みとして、被災地の主要な産業の経済的自立に貢献します。



出典：<https://solution.toppan.co.jp/toppan-edge/service/carbonoffset.html>

利用したJ-クレジット種別と量

【クレジット総量】1,000t-CO₂ 以上

※2013年～2023年で封筒・はがきへのオフセットとして活用した量

【種別】森林由来

取組の背景

同社では、カーボン・オフセット付き製品の購入が森林保全や被災地復興支援に寄与することを10年以上に渡り発信。

TOPPANホールディングス株式会社は中期経営計画の基本方針として“Digital & Sustainable Transformation”を掲げている。同社はその下で、2025年1月、簡便に正しくカーボン・オフセットが可能なサービス「みんなのカーボンオフセット®」をリリース。カーボン・オフセット付き製品の提供をはじめ、カーボン・オフセットを長年取り扱ってきた同社は、本サービスを通じてJ-クレジットの活用促進と企業の脱炭素課題の解決を目指している。

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

TOPPANグループSX関連ソリューション

TOPPANグループではSX関連ソリューションを多数有し、それらを効果的に組み合わせることで皆さまの課題を解決致します ※下記はソリューションの一例です

現状把握	<p>企業単位のCO₂排出量算定</p> <p>CARBON</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業単位のCO₂排出量を可視化します ※株式会社Sustechの提供するサービスです 	<p>パッケージのCFP算定</p> <p>SmartLCA-CO₂</p> <ul style="list-style-type: none"> パッケージのCFPを簡単に算定し、総コストを抑えてCO₂排出量を把握できます
	<p>カーボンオフセット関連製品</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種カーボンオフセット商品を取り揃えています  <p>カーボンオフセット付き封筒・はがき カーボンオフセット付きEXフォーム カーボンニュートラルカード</p>	<p>環境配慮製品</p> <ul style="list-style-type: none"> 環境に配慮した製品を取りそろえています ラベル、帳票類、封筒、紙ファイル、カードなど  <p>環境配慮型ラベル FSC認証紙使用製品 リサイクルPET-Gカード ECO封筒 いーファイル</p>
環境配慮型製品・サービス提供/開発	<p>カーボンオフセット関連サービス</p> <p>みんなのカーボンオフセット</p> <ul style="list-style-type: none"> WEBでカーボンオフセットの手続きができるサービスです。ブランディングやPRIにも使えます 	<p>環境に配慮したパッケージをご提案します</p> <p>カートカン® (円柱状の紙製飲料容器)</p> <p>その他パッケージソリューションはこちら ▶</p>  <p>カートカン</p>
	<p>「はじめての統合レポート」作成支援</p> <p>はじめての統合レポートの作成からご支援致します サステナビリティレポートのご支援も可能です</p>	<p>空間の企画・設計・施工</p> <p>利用者が快適かつ、格別な体験が得られる空間の企画・設計・施工までワンストップで手掛けています</p>  <p>expace</p>  <p>ロッテ様 「本社オフィス執務室改修」</p>
コミュニケーション支援	<p>学習まんが出版企画</p> <p>Gakken × TOPPAN</p> <p>教育出版社であるGakken(学研)の協賛型学習まんが出版企画です。子どもがよろこぶコトを抑えた紙面で、子どもたちにもわかりやすく解説します</p>	

出典：同社作成資料

取組の特徴

「みんなのカーボンオフセット®」

- ① オフセット枠の調達 → 申請 → 証書発行までをオンラインで一括完結
- ② 専門知識がなくてもオフセット枠の調達ができ、中小企業でもすぐに利用可能
- ③ 従来のトン単位ではなくキログラム単位で購入可能で、イベント・商品ごとなど、柔軟な使い方が可能
- ④ 販売店機能により、取引先・投融資先へオフセット枠を提供

「カーボン・オフセット付き封筒・はがき」

- ① CO₂削減量を数値化して提示
- ② カーボン・オフセットラベルが付与されており、受け取る方への訴求力が強いツール
- ③ 使用されるクレジットは 国内森林プロジェクトが中心で、地域経済の自立支援や災害復興などにも寄与

取組の効果

「みんなのカーボンオフセット®」の事例①

株式会社ナカムラは、「カーボンニュートラルキャンディ」という形で、BtoB 向けのコミュニケーション媒体として飴（正式名称：まいあめ）を提供。有機原材料を使用しているが、環境の付加価値を更に高めるべく、カーボン・オフセット付き商品として提供。同商品の提供にあたり「みんなのカーボンオフセット®」を利用。小口でクレジットを調達できる点や顧客の商品・ストーリーに合わせて選定できる点が評価されている。

「みんなのカーボンオフセット®」の事例②

陸前高田市において、同サービスの販売代理店であるワタミエナジー株式会社が地元企業と連携し、クレジット提供を通じて地域を支えていく持続可能な支援モデルを構築。地域を応援する大企業が地元企業を巻き込みながらクレジットを流通させることで、GX 企業の競争優位性に変えられる可能性を示した。

取組における課題

- ・脱炭素の取組みにおけるクレジットの活用、メリットはまだ広く市場に認知されていないため、今後のサービス拡大に向けて、更なる仲間作りをして、J-クレジットの正しい理解を広めていき・中堅・中小企業にも裾野を広げていく必要がある。
- ・サービス提供に必要な、クレジット在庫管理等の社内事務負担をいかに軽減するかという点も課題。

今後の計画

- ・自治体での森林由来クレジットの創出活動も増加しており、「みんなのカーボンセット®」については、陸前高田市におけるワタミエナジー株式会社モデルの拡大を図る。
- ・「みんなのカーボンセット®」以外でも顧客の脱炭素の取組を支援可能にするため、「クレジットの活用」を正しく広げていくための体制を整備。
- ・「カーボン・オフセット付封筒・はがき」については、利用者や案件の増加を目指し、販売拡大に注力。

J-クレジット制度に関する疑問や要望

- ・グリーン調達法や国の入札制度において、クレジット活用やカーボン・オフセットを評価する仕組み、または補助金等の政策的支援が整備されることで、実際の活用が一層広がると考える。
- ・J-クレジットの位置づけについては制度改正が複雑化していることから、国際的な枠組みの中での位置づけを含め、分かりやすいガイドラインの整備を要望する。
- ・市役所をはじめとする各種入札案件では、環境配慮型製品である点を提案内容に盛り込む要望はあるものの、価格面の制約により採用に至らないケースが多い状況にある。今後、入札案件での採用が進むことで、環境配慮型商品の市場拡大につながると考える。

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書

事例7

種別	購入活用
団体	株式会社有沢製作所
取組	J-クレジットの地産地消による脱炭素と地域創生の両立

取組概要

株式会社有沢製作所（以下、同社）は2030年度カーボンニュートラル実現を目標に定め、再生可能エネルギーの導入や設備の高効率化、カーボンオフセットガス調達等により、排出量削減を推進している。J-クレジットの調達においては地域性と環境価値を重視し、本社や工場が所在する新潟県産の水田・森林由来クレジットを選定することで、脱炭素と地域の一次産業支援の両立を図っている。

利用したJ-クレジット種別と量

J-クレジット調達量

AG-005（水田の中干し期間延長）：約500t-CO₂（無効化未実施）

FO-001（森林経営活動）：20t-CO₂（一部無効化済み）

取組の背景

2020年頃、主要な海外顧客が2030年までのサプライチェーン全体での脱炭素を宣言したことが、カーボンニュートラルおよびカーボンクレジット活用に取り組む契機となった。以降同社では、脱炭素を重要な経営課題と認識し、社内でカーボンニュートラル・プロジェクトを発足。削減努力を前提としつつも、電化が困難な製造工程を抱えていることもあり、補完的手段としてカーボンクレジットの活用を検討・実施するに至った。

IV. 指標と目標



当社は、エネルギー使用効率の改善に向けて実施してきたさまざまな取り組みを拡大展開するとともに、再生可能エネルギーの利用とカーボンニュートラルガスの購入、ならびに低炭素製品の開発を推進することにより、2030年度にCO₂の直接排出(Scope1)と間接排出(Scope2)についてのカーボンニュートラル目標(2020年度のCO₂排出量比)*の達成を目指します。

*対象サイト:有沢製作所および国内グループ会社の一部(南本町工場、中田原工場、中田原西工場)

カーボンニュートラルへの取り組み内容

- 再生可能エネルギー電気の購入(2021.7月~)
- カーボンニュートラル・ガスの購入(2021.7月~)
- 地域性の高いJ-クレジットの購入(2025.3月)
- エネルギー使用効率の改善
(ex. 生産設備への廃熱回収の付加、空調・蒸気設備の効率up)
- 太陽光発電(オンサイトPPA)の導入(2024.6月稼働)
- 低炭素製品の開発
(ex. 生産工程でのエネルギー低減化、有機溶剤の使用量低減)

取組の特徴

・新潟県産の水田・森林由来クレジットを優先する地域重視の選定
カーボンクレジットの選定においては価格のみを基準とせず、可能な限り本社や工場が所在する新潟県内の水田・森林由来クレジットを選択。これにより自社の排出量オフセットと同時に、地域の一次産業への貢献を図る、脱炭素の「地産地消」を意識し

た取組となっている。

・イベントオフセットの実施

新設したイノベーションセンターの開所式等のイベントにおいて自主的なカーボンオフセットを実施している。これにより、関係者や地域社会に対して脱炭素の取組を発信することで、内部対応にとどまらない対外的なPRを図っている。

・人材確保を意識した取組

人手不足が深刻化する中、環境問題への関心が高い学生が増えていることを背景に、環境への取組を不可欠な経営要素と捉えており、早い段階から地域の学生に対して自社の取組を積極的に発信している。

取組の効果

環境への取組に関して、投資家や各種ステークホルダーの視点から見ても、J-クレジットの活用は非常に効果的であったと認識している。特にイノベーションセンターの開所式におけるカーボンオフセットの取組は各方面で注目を集め、地元紙への市民投稿において「地域企業がここまで環境に取り組んでいることに感銘を受けた」との声が寄せられる等、取組が地域社会に届いたことを実感している。エネルギーマネジメントに携わりたいとの動機を持って入社を志望する学生も現れており、今後はこのような取組を学生に対して更に広く伝えていきたいと考えている。

取組における課題

・制度面の課題

J-クレジット制度やボランタリークレジットを巡る国内外の制度動向が流動的であり、将来的な位置付けや評価の不確実性を踏まえた対応が求められている点

・コスト面の課題

森林由来クレジットは環境価値や地域性の面で優れている一方、相対的に価格が高いと感じている。しかし、価格の妥当性に関する説明が充分になされているものであれば、引き続き利用を検討したい。

・事務手続きの課題

J-クレジットの購入、移転、無効化に関する事務手続きが煩雑で、初期導入時には社内負担が大きかった点

今後の計画

環境規制に関する制度や法律が厳しい方向に変わっていった場合に備え、状況に応じてJ-クレジットの利用を増やしていく意向

J-クレジット制度に関する疑問や要望

J-クレジットの価値を海外の顧客に説明することが難しく、GHG プロトコルやオフセット手法において、J-クレジットの価値を如何に示せるかという点が課題

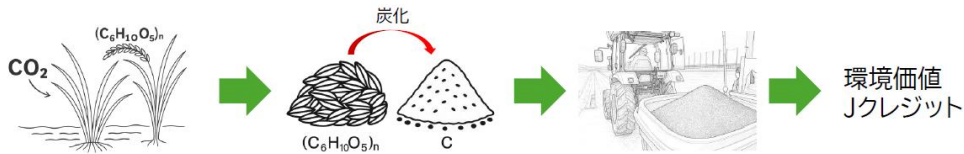
事例8

種別	創出
団体	岩塚製菓株式会社
取組	N.CYCLE プロジェクトにおける資源循環とJ-クレジット創出の取組

取組概要

N.CYCLE は岩塚製菓株式会社（以下、同社）、JA えちご中越（以下、JA）、株式会社ホーネンアグリ、株式会社ネオス、長岡技術科学大学の5者による共同プロジェクト（長岡市がオブザーバーとして参加）。同社で発生する未利用資源と、JA が集約した籾殻炭を用いて堆肥（籾殻炭バイオ堆肥ペレット）を製造し、バイオ炭として農地へ施用することでJ-クレジットを創出する取組を2024年8月に開始。生産された米を再び食品加工に活用することで、資源循環と地域経済循環の両立を目指しており、2026年6月にJ-クレジットの初回発行を予定。創出したクレジットの活用方法については、現在多角的に検討中。

環境価値 J-クレジットの創出



N.CYCLEの目指す資源循環イメージ



出典：N.CYCLE プロジェクト作成資料

長岡技術科学大学は N.CYCLE の発起人であり、資源循環を行うにあたり未利用資源の残渣を肥料化するための技術支援（特に微生物を活用した研究）や研究成果を社会実装

する場として参画。

利用したJ-クレジット種別と量

バイオ炭の農地施用 (AG-004) : 10t 程度を創出予定。価格は検討中。
水稲栽培における中干し期間の延長 (AG-005) : 創出総量未定。市場価格に準じて 4000 円~5000 円程度での販売を想定。

取組の背景

土壌改良用肥料への炭の配合が、秋耕^{※1}の効果向上に寄与するとの仮説に基づき検討を進めていた際に、J-クレジット制度の情報を得て環境価値化を検討。活動原資になると考え、「バイオ炭」および「水田の中干し延長」による J-クレジットの活用を同社が提案し、各者総意のもと活動を開始。現在は JA が主体となりプロジェクトを進行中。活動開始当初は J-クレジット制度に関する知識は限定的だったため、Web 調査等により情報を収集。その後外部業者の支援も受けて検討を推進。

※1: 稲刈り後の秋に行う稲わらや稲株を土にすき込む耕うん作業。翌年の収量や品質向上に繋がる。

取組の特長

○資源循環と地域経済循環の両立

地域資源を再利用してバイオ炭を製造し、水田の圃場環境改善を図りつつ J-クレジットを創出。さらに生産された米を同社が原料として買い取り活用するという、地域内での資源と経済の循環スキームを構築。

○生産者の参入ハードル低減

クレジットの買い手が事前に特定されている（内定している）ため収益の見通しを立てやすくなり、生産者の参画意識を醸成しやすい。

○プログラム型での J-クレジット創出

水田の中干し延長による J-クレジットはプロジェクト型で、他のプロジェクトと取りまとめて外部業者が申請。バイオ炭 J-クレジットも同様の形態を想定しており、参加者の随時追加を可能にするとともに、事務負担とコストの低減を図っている。

取組の効果

初回に創出する J-クレジットの販売から取引成立までの期間、および相対取引における価値水準を対象に、効果検証を予定。

また、他地域への波及には収益上のメリットが必要と考える。

取組における課題

○バイオ炭の供給量と製造コスト、および J-クレジット創出量

現状の製造設備ではバイオ炭の生産量が限定的であり、製造原価を低く抑えることが困難。またバイオ炭の供給量には限界があり、1ha 辺りの創出量は 0.5t-CO₂ 程度（水田の中干しの場合は 3~5t-CO₂ 程度）に留まる。そのため一般的な J-クレジットの市場価格では、製造コストが見合わない。

○参加者の収益向上

長岡市は従来から中干し期間が比較的長い地域であり、中干し期間を更に延長すると収穫量が低下するリスクがある。本来の主目的である稲作への影響に考慮しながら、農家への収益上のメリットを確保できる価値創造が求められる。

今後の計画

バイオ炭由来のJ-クレジット創出を促進するためには、より高品質な堆肥の開発プロセスにおいて、環境価値の売却益を還元し、次なる開発原資に充てるという収益の循環モデルを構築することが重要。

当該クレジットの活用策については現在検討中であるが、単なる自社排出量のオフセットに留めず、イベント開催時や会社案内等の配布物制作におけるカーボンオフセットなど、広報・ブランディング活動を通じた事業拡大への寄与を主眼に検討を進めている。

J-クレジット制度に関する疑問や要望

○秋耕によるメタンガス削減のJ-クレジット化（方法論の策定）

現状、秋耕を実施しない圃場では、春季の代掻き時に未分解の稲わらが冠水することでメタンガスが発生する要因となっている。秋耕時にバイオ炭を散布し、稲わらの分解を促進させることは、地力維持のみならず温室効果ガスの大幅な削減に寄与する。この削減効果をJ-クレジットとして認証対象とすることを検討されたい。

○バイオ炭活用における支援制度および算定基準の適正化

バイオ炭J-クレジット創出に対し、補助金等の支援策が拡充されれば、バイオ炭製造設備の導入に際し、事業者の投資判断を強力に後押しできる。

現行の燐炭製造においては、輸送等に伴う排出量の相殺が生じる。再生可能エネルギー分野と比較し、準備段階の排出が吸収量と相殺される点がクレジット創出のハードルを上げている側面があるため、算定基準の緩和を検討いただきたい。

その他

○農業系J-クレジット創出時のJAの役割と重要性

農業分野のJ-クレジット創出においては、N.CYCLEのように外部企業が推進役を担う事例も見受けられるが、JAが主導するプロジェクトが多くある。クレジット創出を推進する過程では、単なる環境価値の追求に留まらず、農作物の品質や収穫量に負の影響を及ぼさないか、専門的な知見に基づき判断する機能が不可欠となる。環境付加価値の向上と営農の安定性の両立を担保するためには、生産現場に精通し、営農指導体制を有するJAが監修・参画することが重要である。

○N.CYCLEにおける企業の関与と産地戦略

N.CYCLEの核心的価値は「未利用資源を有効活用して米作りに活かすこと」である。その一環としてバイオ炭に着目し、J-クレジットの創出を通じた資源循環モデルを構築している。J-クレジット化により米自体の環境価値は失われるが、長岡市の環境に配慮したお米作りという産地戦略が、長岡市のお米を利用した食品の価値向上につながるかと考えている。

事例9

種別	創出
団体	株式会社モノクローム
取組	太陽光パネルを活用したJ-クレジット創出の取組

取組概要

株式会社モノクローム（以下、同社）は、自社製品である建材一体型太陽光パネルを設置した住宅等を対象に、J-クレジットを創出・活用するプロジェクトの登録を予定。事業の仕組みと狙いは以下の通り。

○スキームの概要

顧客から太陽光発電に伴う環境価値（J-クレジット）の提供を受ける代価として、同社製品である HEMS^{※1} の有料オプション機能が無償提供。

○顧客側のメリット

提供される HEMS 機能を活用した電力効率の向上により、買電コストの削減が可能

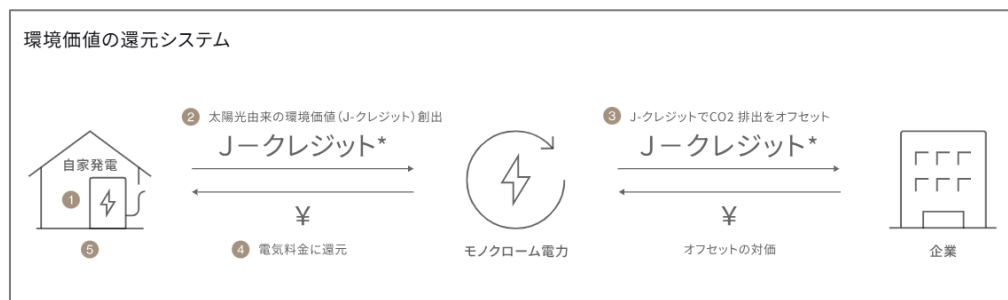
○創出した環境価値の活用

創出したJ-クレジットは地域企業を中心に販売し、環境価値の「地産地消」を目指す。

※1: Home Energy Management System の略。家庭でのエネルギー利用を管理・制御するシステム。



同社の屋根一体型太陽光パネル Roof-1 の例



出典：株式会社モノクローム HP ([Monochrome](#))

利用したJ-クレジット種別と量

再生可能エネルギー：約 26 万 t-CO₂ (プロジェクト期間中の見込総発行量)

取組の背景

建材一体型太陽光パネル事業を展開する同社は、発電から得られる環境価値の活用を検討。公開情報などを自ら収集し、複数の選択肢を比較した結果、取引市場が存在しており販路を得やすい点等を評価し、J-クレジット制度の活用を選択。

取組の特徴

○共生型ビジネスモデルの構築

同社と太陽光パネル設置者（環境価値提供者）の双方が、経済的メリットを享受できる互恵的な仕組みの構築

○早期段階での出口戦略の策定

プロジェクト登録前の早期段階において、創出される J-クレジットの販売先（出口戦略）に関する見込みを立て、事業の確実性を向上

取組の効果の評価軸

売却益の規模を踏まえつつ、消費者への還元効果を含めた事業性の観点から今後評価を行う予定。加えて、法人顧客に対して太陽光発電だけでなく、地域の住宅で創出された J-クレジットを組み合わせ提供できる点は、提案価値の向上や同業他社との差別化につながる可能性があるため、定量・定性の両面から効果測定を実施予定。

取り組みにおける課題

- ・ 活動量計測時に、計量法で定められた特定計量器であれば指示値をそのまま算定に利用できるが、本取組においては計測誤差を反映するための対応が必要となる点
- ・ 環境価値の概念が十分に浸透しておらず、顧客説明のための業務負担が生じている点

今後の計画

J-クレジットの安定的な創出を進めた上で、まずは既存顧客への販売を図る方針。また、今後想定されるモニタリング段階における提出資料の増加に対して、MRV システム^{※2}の導入や社内業務の自動化を検討。

※2: 各種申請書類作成や、審査機関の検証実施のための情報提供等に対して支援を行うシステム

J-クレジット制度に関する疑問や要望

○登録申請やモニタリング段階で求められる手続きの簡素化

太陽光発電に精通した同社にとっても申請書は分かりづらい内容が多く、取組のハードルが高いため、簡素化が図られると好ましい

○審査期間の短縮

審査機関が混みあっている関係で、審査開始まで時間を要してしまうことがあり、改善が図られると良い

○J-クレジット制度に関する消費者理解の推進

環境ビジネスが浸透しやすくなるために、一般消費者に対して、J-クレジット制度をはじめ環境価値に関する啓蒙がなされると良い

令和7年度国内温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度実施事業費
(J-クレジット制度推進のための地域支援事業 関東局) 事業報告書