

「カーボンフットプリント表示ガイド」 および「CFP 入門ガイド」の公表

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 環境専門調査員 さの ゆうすけ 佐野 勇介

1. はじめに

2050年ネット・ゼロの実現のために、産業界の取組は極めて重要であり、企業がCO₂排出削減と成長を両立させ、顧客や消費者がグリーンな製品・サービスを選択できる社会を創り出していくための重要な基盤として、製品・サービス単位のカーボンフットプリント（Carbon Footprint of Product：CFP）の算定・表示の取組が進められています。CFPとは、製品・サービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通じた温室効果ガス排出量を、CO₂排出量として換算した値のことです。

CFPの算定を行うことで、ライフサイクルの中で排出量が多いポイントを特定し、効果的な削減対策等を行うことが可能となります。さらに、CFP算定情報を表示・開示することで、自社の製品・サービスに関する温室効果ガス排出量の管理・削減状況について示すことができると同時に、顧客や消費者が脱炭素に貢献する製品・サービスを選択できる社会の実現につながります。

令和3年6月に策定された「地域脱炭素ロードマップ」において、2030年までに製品・サービスのライフサイクルの温室効果ガス（GHG）排出量等を自主的に見える化し、活用できる環境を

整備することが明記されました。また、令和6年6月に成立した地球温暖化対策の推進に関する法律の一部を改正する法律においては、GHG排出量がより少ない日常生活用製品等の普及促進に向け、事業者に対し原材料の調達から廃棄までのライフサイクルを通じた排出量に関する正確かつ適切な情報の提供を行うよう努めることが規定されました。

加えて、令和7年2月に閣議決定された地球温暖化対策計画では、CFP等の算定・表示に関する人材育成等の支援により排出量の見える化を一層推進し、消費者が積極的に脱炭素に貢献する製品・サービスを選択できる社会を目指すことが明記されています。

このような背景の中、経済産業省および環境省では、CFPへの取組を実施する事業者向けに、ISO等の国際規程を踏まえたCFPの算定方法等をまとめた「カーボンフットプリントガイドライン」（以下、「CFPガイドライン」という）や、環境省で実施した「製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業」で得られた知見等を踏まえ、実務上の観点を解説する「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」（以下、「CFP実践ガイド」という）を公表しています。

その一方で、算定したCFPの表示等の情報提供については、CFPの表示に特化したISO等の

国際規程がなく企業の個別判断に委ねられており、企業の積極的な表示、および表示を通じた消費者とのコミュニケーション促進において課題となっています。

このため、CFPの表示等に関する国内外の動向や商品表示に関する国際規程等を踏まえ、企業によるCFPの積極的な表示、および表示を通じた消費者とのコミュニケーションを促進するため、令和7年2月に「カーボンフットプリント表示ガイド」（以下、「CFP表示ガイド」という）をとりまとめ、公表しました。CFP表示ガイドは、実務の現実性と表示の妥当性のバランスを取ったCFP表示や背景情報の提供を推進し、企業の取組促進と消費者の行動変容につなげることを目的としています。

また、CFPの算定・表示に関する人材育成も今後の普及に向けては重要であることを踏まえ、CFPの算定・表示に初めて取り組む方を対象とした「CFP入門ガイド」を令和7年3月に作成し、公表しました。

CFPを算定することで、原材料調達から生産、流通・販売、使用・維持管理、廃棄・リサイクル等に至る工程の中で特に排出量が多い工程、いわゆるホットスポットを特定し、より効果的な削減策の検討が可能となります。同時に、CFPは企業の環境配慮に対する姿勢や努力を消費者に伝える手段であり、消費者が脱炭素実現に貢献する製品・サービスを選択できる社会づくりに不可

欠です（図－1）。

本稿では、令和7年に策定した「CFP表示ガイド」および「CFP入門ガイド」について紹介します。

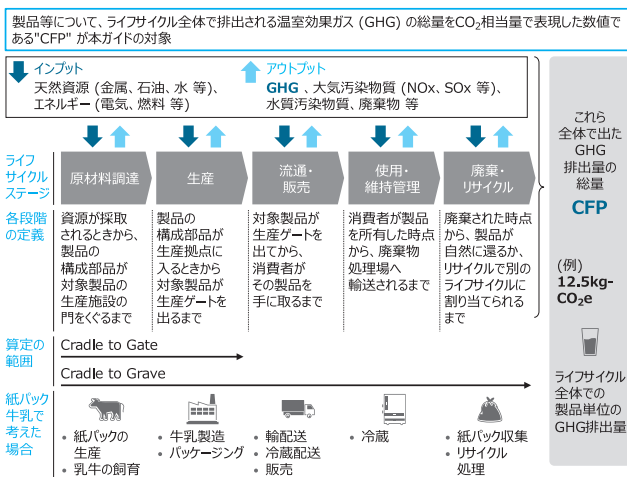
2. CFP表示ガイドの目的と位置付け

CFP表示ガイドは、実務の現実性と表示の妥当性のバランスを取ったCFP表示や背景情報の提供を推進し、企業の取組促進、および消費者の行動変容につなげることを目的としています。企業にとっては、CFPの表示がGHGの削減努力を消費者に示すものになり、消費者にとっても、CFPの表示が製品・サービスの脱炭素に向けた貢献を評価する分かりやすいコミュニケーションツールになることを目指します。消費者への浸透の観点では、大人だけでなく、子供でも誤解なく正しく理解できるような分かりやすい表示を推進し、SDGs教育等を起点にした普及促進も目指します。

CFPの算定は、製品・サービスのライフサイクル全体でのGHG排出削減を進めるための基盤となるものであり、算定したCFPを表示すること自体が、製品・サービスのGHG排出削減に向けた企業姿勢を示すものとして積極的に評価されるべきものです。CFP表示ガイドでは、そのようなCFPの表示に関する考え方（算定に関する情報提供の考え方を含む）を示しています。そのため「CFPを表示しなければならない」という義務や、CFP表示の際の義務的記載事項等を規定するものではなく、また、CFPの表示に関する企業間・業界のルールがある場合には、それにも従うことを推奨しています。

3. CFP表示の考え方

CFP表示ガイドでは、表示に必要な基本原則として「信頼性・信用性」、「ライフサイクル」、「比



図－1 CFP表示ガイドが対象とするCFP

比較可能性」,「透明性」,「地域性」の5項目に留意する必要があると述べています。

「信頼性・信用性」とは、信頼・信用に足る適切な算定および情報提供を行うにあたり、技術的な信頼性を維持する必要があるということです。表示にあたっては、CFP算定結果やプロセスを正確に反映し、誤解を招かないものにすることや、事実と異なる情報やデータを記載しないこと、対象の製品・サービスおよび構成要素を明確にすること、原材料や製造技術等に変更が生じた場合は再算定および表示の更新を行うこと、等が必要となります。

加えて、CFPの結果に影響を与える外部要因等の変化に合わせて、柔軟にCFPの数値や表示の見直しを行えること（適応性）、実務の観点でCFP算定・表示が現実的であること（実用性）、CFP算定・表示に係る費用対効果を考慮することも重要です。

なおCFP表示にあたって、CFP表示ガイドでは数値自体の第三者検証は求めていません。数値の検証を行う場合には、検証実施者（第三者検証機関、内部検証者等）が算定に用いたデータにアクセスできるようにしておくことが必要です。また、第三者検証を行った場合には、その旨を記載することを妨げるものではありません。

「ライフサイクル」とは、CFP算定にあたっては、製品・サービスのライフサイクルの全ての段階を考慮する必要があることを意味します。

「比較可能性」とは、将来的に同じ製品・サービス群で、同じ機能または宣言単位を持つ製品・サービスの比較を可能にすることを指す必要があることを意味します。現時点では、他社製品との比較の際は、同一製品カテゴリーであっても、機能のわずかな差異や外部環境の違い（用いる電力の電源構成の変化等）がCFPの値に影響するため、単純に比較することは困難である点に留意が必要であり、他社製品との比較を一般に開示する場合は3名以上の独立した外部専門家のレビューが必要といった要件が示されています。

「透明性」とは、定量的な情報や説明文を示すことで、CFPがどのように算定されたか等の情報を誰でも確認できるようにする必要があること

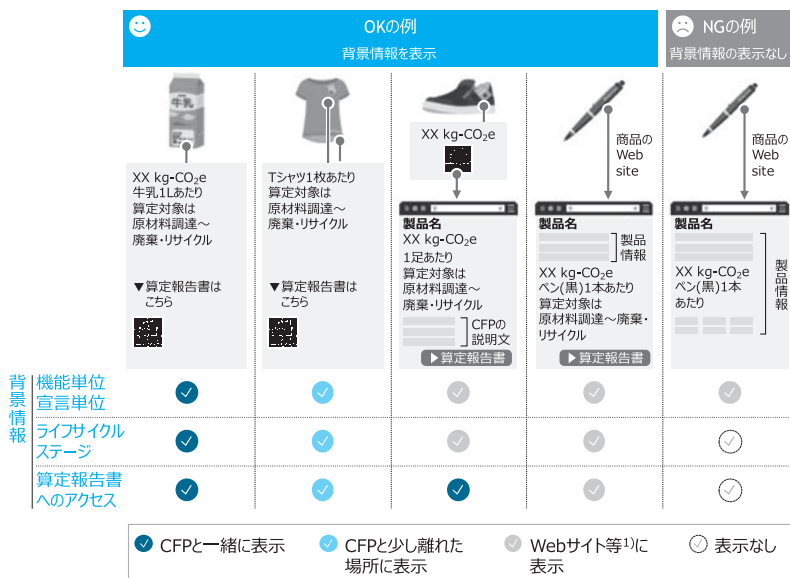
を意味します。例えば、CFPを表示する際は、その値のほか、算定単位、データソース・データ収集に関する情報、ライフサイクルステージの説明、算定報告書へのアクセスなどの情報を分かりやすく示すことが大切です。なお、これらの情報をCFP表示場所とは別の場所（Webサイト等）に記載する場合は、記載場所の明記、またはWebサイト等のリンクや二次元コードを示す等、可能な限り分かりやすく示すことが重要です。

最後に「地域性」とは、製品の使用・廃棄等が行われる場所によってCFPの値が変わる可能性があることを考慮する必要があることを意味します。

4. CFP算定報告書

前述のとおり、CFPの表示にあたっては、その根拠となる算定報告書へのアクセスを示すことが必要です。算定報告書の書き方、含める情報等についてはCFPガイドラインにおいて示されていますが、含める情報に関しては、その信頼性を担保するために必要となるさまざまな項目を記載することが重要です。一方で、算定に取り組むリソースに関する制約などにより、全ての項目を記載することが難しい場合も考えられることを念頭に、算定報告書に関して秘匿性等を考慮した上で必要に応じ報告項目を選択して提供できることとしています。また、算定結果に対する影響度が十分に小さい事項については、その理由について説明した上で詳細な検討・報告を省略できるようにしています。

こうしたことを踏まえ、環境省が実施している製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業においては、CFP算定の基本方針、対象製品に関連する国内外でのCFP算定報告書の策定状況、および実務的なリソースなどを踏まえ、最低限記載が必要と考えられる項目を整理し、CFP実践ガイドに記載しています。これは、あくまでモデル事業の対象製品に対して検討した結果の解釈であり、それぞれの状況に照らし



1. Webサイト等はWebサイトやその他媒体を指す

図-2 CFP表示と背景情報提供の例

て記載する項目を検討することが重要となりますが、最低限記載が必要な項目として参考にすることは可能です(図-2)。

5. CFPの比較

CFPの値の比較は、同等の機能を有する自社製品や業界の同一製品カテゴリ内のベースライン(業界・地域・組織等により設定された基準値)等との比較に限り、その結果を示すことができます。当然ながら、同一のルールに基づいて算定される必要があります。

自社の同一製品に関して、原材料やサプライヤー内のプロセス、自社内プロセスの変更等で、CFP算定の結果に変化が生じた場合は、算定報告書で差分を報告できます。このような同一組織の同一製品における、経時的なCFPの変化の調査をパフォーマンストラッキングといいます。これは、例えば特定の製品に対して排出削減対策を行った成果をモニタリングする際に有用な考え方です。

なお、データ収集期間の選択は、季節等の時期的な変動を考慮した上で適切な期間を選択する必要がありますが、GHGの排出量および除去・吸収

量変動する場合は、変動する量の平均値を算出するために必要な期間のデータを収集する必要があります。等、等に留意する必要があります。

また、他社製品との比較については、同一製品カテゴリであっても、機能のわずかな差異や外部環境の違い(用いる電力の電源構成の変化等)がCFPの値に影響するため、前述のとおり単純比較は困難です。詳細は、CFPガイドラインに記載しています。他社製品との比較を一般開示する場合は、3名以上の独立した外部専門

家のレビューを必要としています。

比較結果を表示する場合は、誤解を招かないよう、定量的な情報(CFP算定結果を含む)に加え、比較の前提となる削減量や削減率の計算ルールを示す説明文(等級表示の場合は、判定ルールを示す説明文)が必要です。また、CFP算定結果のみをもって、CFP以外の環境影響も優れているかのような表現は避ける必要があります。

また比較結果を表示する場合は、4つの項目(ライフサイクルステージ、機能単位、市場、参照ルール)に関する条件を満たす必要があります。

1つ目の条件は、全てのライフサイクルステージを対象として算定したCFPであることです。最終製品の場合は原材料調達から廃棄・リサイクルまで(Cradle to Grave)、中間製品の場合は製品の原材料調達から製造(出荷)まで(Cradle to Gate)を基本としますが、CFPの提供相手および提供目的を考慮し、選択してよいとしています。

なお、特定のプロセスを算定から除外する場合は、その旨および除外理由を明示することが必要です。ただしこれは、マーケティング等を目的に、CFPと誤解されない形で一部プロセスを抜粋して表示することを否定するものではありません。

2つ目の条件は、同じ機能単位を持つ製品のCFPであることです。機能単位とは、製品の機

能や性能を物理量・時間・品質で定量化した単位（例えば、「20 m²のタイプ A の壁に 98% 不透明で 5 年の耐久性を有するペンキ 1 缶」等）を意味します。

3 つ目の条件は、現在、または最近同じ市場で入手可能な製品・サービスの CFP であることです。

最後の条件は、同一の算定ルールに従って算定された CFP であることです。業界共通の表示ルール等、比較対象製品・サービスについて表示ルールが存在する場合は、それに従って表示することも必要です（図-3）。

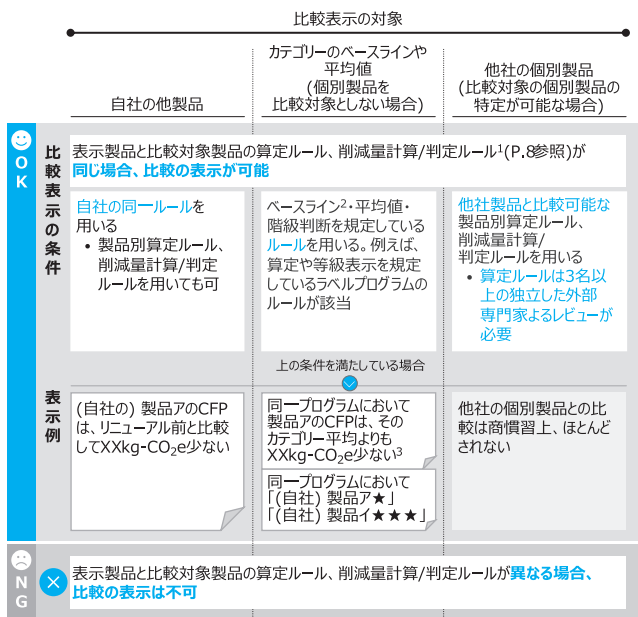


図-3 比較表示の対象と条件

6. グリーンウォッシュを防ぐために

グリーンウォッシュとは、実際は環境改善効果がないにもかかわらず、環境面で改善効果があると称することを表す言葉になります。グリーンウォッシュは、消費者や投資家に誤解を与え誤った選択を許してしまうことや、真に環境に配慮した活動を分かりづらくさせ、消費者の行動変容にも悪影響を与える可能性を包含しています。

2020年に欧州委員会が実施した調査では、EU域内で調査された環境主張の53.3%が曖昧で誤解

を招くか根拠がなく、40%が虚偽または欺瞞^{ぎまん}である可能性があることが分かりました。欧州委員会は、自主的な環境主張を行う企業に対する共通ルールが整備されていないことは、グリーンウォッシュを招き、EU市場において不公平な競争条件を作り出し、真に持続可能な企業が不利になるとしています。

また、EUでは2026年に「グリーン移行のために消費者に権限を与える指令」、通称「グリーンウォッシング禁止法」が施行される予定です。本指令は消費者が誤解する可能性がある環境訴求を禁止するものであり、違反した場合には罰則が与えられます。日本企業であってもEUに市場を持つ事業者は対象です。

日本市場においては、現時点ではCFP表示普及を進める段階ですが、CFP表示にあたっては、グリーンウォッシュにならないよう、誤解を招く表示や虚偽の表示を行わないことが重要です。CFP表示ガイドに関しても、今後の国際規程等の動向およびCFP表示の普及状況等を踏まえ、必要に応じ見直しを行う予定としています。

7. CFP 入門ガイド

CFP入門ガイドは、CFPにこれから取り組む初心者向けのコンテンツとして、CFP実践ガイドをベースに作成し、令和7年3月、環境省が公表しました。

初心者向けコンテンツとして、直感的な読みやすさを重視しつつ、「CFPとは何か」、「どのようにCFPを算定するのか」、「算定したCFPはどのようにして表示するのか」、「どのような人たちと協力してCFPに取り組むと良いのか」等について、分かりやすく解説しています（図-4）。

CFPの算定に関しては、読者が実際に算定ツールを作成できるよう、表計算ソフトで算定ツールを作成してCFPを算出する手法の例を示しています。また、日本で広くCFP算定に利用されている2次データベースとしてAIST-IDEA^{*}を

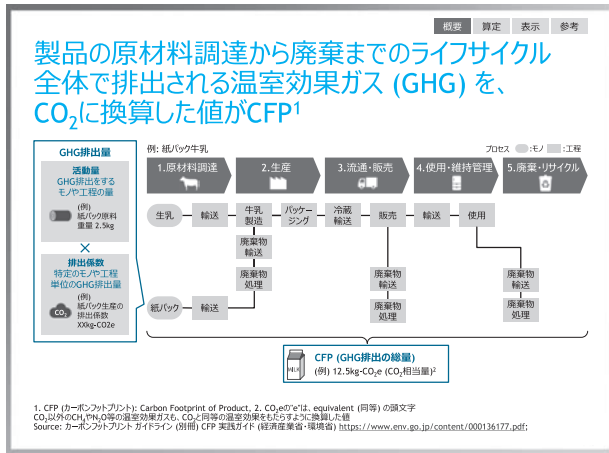


図-4 CFP 入門ガイド CFP の概要

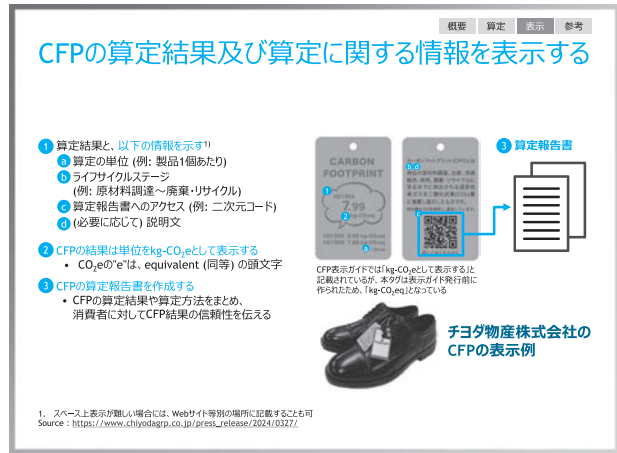


図-5 CFP 入門ガイド 表示の説明

紹介しています (ライセンス料は必要となるが、環境省データベースよりも詳細な粒度で排出係数を設定可能)。また、データの取得が困難なプロセスについては、シナリオおよびカットオフを用いる必要があることを紹介しています。

※国立研究開発法人産業技術総合研究所 安全科学研究部門 IDEA Ver.3.3 2. 環境省 サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース (Ver.3)

CFPの表示に関しては、前述のCFP表示ガイドの内容と整合させながら、情報表示の考え方や算定報告書に関して紹介しています。また、その実例として、令和6年度製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業の参加企業4社が作成した算定報告書を掲載しています (図-5)。

CFPの取組の進め方に関しては、担当者がCFPの算定・表示・削減を推進するにあたり、具体的にどのようなステークホルダーに対して、どのような働きかけを行う必要があるかについて紹介しています。社内外のステークホルダーと一丸となって取組を進めることの重要性を示しています。

前述の情報について、要点を絞って簡潔に解説することで、CFPにこれから取り組む初心者が、CFPの算定・表示の取組を進める最初の一

歩を踏み出すことができる一助となることを期待しています。

8. おわりに

CFPの算定は、製品の原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクルの工程ごとにシナリオ設定や算定が必要であること、現時点では必ずしもCFPの算定自体が売上等に直結するものではないこと、削減効果の反映にはサプライチェーン上の取引先とのデータ連携も必要であること等、相応の企業努力が伴うものです。

環境省では、そうした脱炭素に資する投資等の企業活動により生み出されるグリーンな製品に対する消費者の選択促進、需要創出を進めるため、「グリーン製品の需要創出等によるバリューチェーン全体の脱炭素化に向けた検討会」を令和7年5月に設置し、必要な施策を検討しています。

本稿で紹介したCFP表示ガイドおよびCFP入門ガイド等のさらなる普及に加え、CFP表示をはじめとした脱炭素に貢献する製品・サービスへの認知・理解度向上に資する施策を進めることで、気候変動対策に国民一人一人が参加しやすくなる社会づくりを進めてまいります。