

「カーボンフットプリント制度のあり方について（指針）」（中間とりまとめ案）に対する意見
日本生活協同組合連合会
専務理事 品川尚志

提出した意見

<意見 1>

該当箇所 全体（総論）

意見内容

カーボンフットプリントを有効な仕組みにするためには、周辺の仕組みも合わせた研究が不可欠であり、そのためにも関係省庁が連携して検討することが必要です。

理由

地球温暖化対策において、家庭部門や業務部門における温暖化対策が大きな課題となつていますが、家庭部門のCO₂削減対策は、法律で規制することが難しく、消費者一人ひとりの意識に頼るところが大きいといえます。そうした点からカーボンフットプリントは、商品やサービスのCO₂の「見える化」による削減対策として役立つ可能性を持っています。ただし、CO₂排出量の表示そのものは環境面での優位性を表すものではなく、消費者が日常生活で利用する商品・サービスのCO₂排出量を認識し、くらしの中のCO₂削減の動機付けとなることで行動変化につなげるとともに、事業者が商品の原料生産・製造・流通等のCO₂削減のポイントを把握し削減努力が促進される仕組みにする必要があります。そのためには、カーボンフットプリントとともに周辺の仕組みもあわせて研究することが不可欠であり、関連省庁が連携して検討を進める必要があります。

<意見 2>

該当箇所 P 3（1.（1）カーボンフットプリント制度の背景・考え方）

意見内容

カーボンフットプリントは商品のトレーサビリティーの充実につながり、そのことがCO₂削減努力を促すことを記述した方が良いと考えます。

理由

商品の製造や物流へ遡りCO₂の把握が必要なカーボンフットプリントの算定は、商品のトレーサビリティーをCO₂の面から確認する仕組みと考えることもできます。従って、カーボンフットプリントは商品のトレーサビリティーの充実につながり、そのことがCO₂削減努力を促すことを記述した方が良いと考えます。

<意見 3>

該当箇所 P 5（2.（1）②カーボンフットプリント制度の導入が期待される商品及びサービス分野）

意見内容

食品の研究もすすめ、対象として食品の可能性も記述することが必要です。

理由

カーボンフットプリント普及のためには、比較的容易に算定できる商品や既にエコリーフ制

度で算定が進んでいる商品分野から導入を進めることは理解できます。しかし、消費行動の変革を目的の一つとするカーボンフットプリント制度で、消費者が日常的に利用する食品について全く記述がないのは理解できません。食品のカーボンフットプリントの算定には容易でない点もありますが、食品の研究もすすめ、対象として食品の可能性についても記述することが必要です。

<意見 4>

該当箇所 P 1 4 (2. (4) ① (エ) 詳細情報の公開)

意見内容

消費者がホームページで商品の他の環境配慮も調べることを容易にする仕組みが必要です。

理由

カーボンフットプリントは、消費者が商品を選択するための環境情報の一つになります。17ページの「3. (3) CO2排出量以外の環境情報等との整合性」でも触れられていますが、他の環境情報も含めた総合的な商品情報による商品選択のために、エコリーフ、グリーン購入、エコマークなどのホームページと連動し、容易に環境情報を調べられる仕組みが必要です。