

カーボンフットプリントって何？

日本ビニル工業会 業務部長 鈴木 環

皆さん「カーボンフットプリント制度」という言葉をご存知でしょうか？

この制度は商品の原料調達から製造、流通、販売、消費、廃棄までのライフサイクル全般で排出された温室効果ガスを、地球温暖化に与える影響の程度により、CO2 相当量に換算し、商品に表示する制度です。横文字でわかりにくい言葉ですが、訳すると「カーボン = 炭素、フットプリント = 足跡」となります。

このカーボンフットプリント（CFP）は2001年に英国で地球温暖化対策として取り組みがスタートし、2007年には英国で20社、約75品目の試験販売が行われました。

CFPの大きいポイントはCO2削減を商品に「見える化」して、消費者にも自覚、認識してもらう事で、事業者には自らの環境負荷低減に対する取り組みのアピールを行い、一体的なCO2削減を目的としています。

わが国でも2008年7月に政府が「低炭素社会づくり行動計画」を発表し、2009年6月頃より制度試行事業を開始し、各種商品群のCFP算定ルール（PCR）策定を各企業、団体に協議している状況です。（2010年2月現在 PCR 75品種申請、24品種認定）

既に洗剤、お米、コーヒー、米菓、ハム、チョコ、キャンディーなど24品目のCFP算定ルールが認定



CFP 表示商品（食料品）



CFP 表示商品（文具類）

されています。実際、CFP 表示商品として、イオンが1月にお米、また日本ハムが2月にソーセージの販売を開始しました。

今後、大手スーパーやメーカーが自社のCO₂削減の取組みをPRする為、CO₂排出量を表示した商品を販売する傾向が増えてくるかもしれません。

当工業会でもプラスチック製容器・包装PCR検討会で食品包装用ラップの商品にて参画しています。

世間でのCFPの認知度はまだ広く一般消費者に認識されているとは言えません。

消費者は商品にCFP表示している事は重要と感じながらも、同じ値段ならCFP数値比較して買うが、値段が高くても買う人がどの位いるかは疑問です。

消費者にとってCFP表示の重要さは認識しても、具体的な商品評価まではまだこれからかと思えます。

今後、経済産業省を中心に各種説明会、展示会、CFP表示試験販売など行い、PRを行って行くと思われます。またCFP制度の実用化・普及に向けて、算定の基本的な原料等のCO₂原単位の整備や販売面での問題点など課題検討も行われます。

塩ビ樹脂は、石油依存度が少なく（天然塩が6割）、省エネルギー、省資源な素材です。石油などの枯渇性資源を節約する低CO₂排出プラスチックとして、CO₂削減、地球温暖化防止に貢献できると思います。（了）



世界のCFP表示商品



カーボンフットプリントマーク