

セッション③
製品・サービスの
ライフサイクルを
通じた温室効果ガス
排出量算定・表示
推進事業



グループ① 文具・事務用品

<参加企業・団体紹介>

ワーキンググループ コアメンバー :

KOKUYO

 **Shachihata**

ZEBRA
Open your imagination.

 **NICHIBAN**

PLUS

LIHIT LAB.

(一般社団法人) 全日本文具協会

ワーキンググループメンバー

おどろき、快適、仕事と暮らし
:  **KING JIM**



株式会社 **サクラクレパス**

LION

<これまでのCFPに関する取組>

- CFP制度試行事業におけるPCR策定(SuMPO)
及び 算定 & 第三者検証
(2009年12月公開)
- 文具製品CO₂排出量 簡易算定ツール(当協会オリジナル)の作製
(2022年6月公開・説明会)
- 文具・事務用品カーボンフットプリント 製品別算定ルール 策定
- 文具・事務用品カーボンフットプリント 製品別算定手順例 作成
(2024年3月公開・説明会)
- ➔ **文具・事務用品カーボンフットプリント 製品別表示ルール 策定**
(2025年2月公開・説明会)
- CFP算定ワークショップ 開催
(2024年9～12月実施)

<策定ルール>

『文具・事務用品 カーボンフットプリント 製品別表示ルール』

(製品例)



<本事業への参加理由>

今後、グリーン市場において、**CFPの算定を要求されることが予測**されるため、CFPガイドライン整合の「文具・事務用品 CFP製品別算定ルール」及び本モデル事業で策定した「文具・事務用品 CFP製品別表示ルール」を業界標準(推奨)ルールとして位置付けるとともに、**当協会の会員企業の多くが、業界標準ルールに従いCFPの算定 及び 表示をできるような環境を整備**するため。

文具・事務用品は、老若男女が学習・オフィスワーク・創作活動等の多くのシーンで使用している。当業界がそれらの製品のCFPを正しく算定しかつ適正に表示していることを広く社会に浸透させることにより、**消費者等が文具・事務用品を選定する際の一つの基準として、CFPを算定していることを意識**できるような**行動の変容**を促進するため。

<どのようなルールを作成したか>

1. 総則

- 1-1 カーボンフットプリントの目的
- 1-2 適用範囲
- 1-3 参照ガイドライン・規格・ルール
- 1-4 対象とするGHG
- 1-5 改定

2. 原則

- 2-1 信頼性・信用性
- 2-2 ライフサイクルの観点
- 2-3 比較可能性
- 2-4 透明性
- 2-5 地域性

3. コンテンツ

- 3-1 カーボンフットプリントと共に示す情報
- 3-2 カーボンフットプリントの結果
- 3-3 機能単位/宣言単位
- 3-4 ライフサイクルステージ
- 3-5 情報へのアクセス
- 3-6 説明文
- 3-7 表示媒体
- 3-8 誤解を招かない
- 3-9 誇張しない
- 3-10 対象の明確化
- 3-11 表示の更新
- 3-12 検証未実施の場合、検証を示唆しない
- 3-13 海外向けの表示

4. グラフィック

- 4-1 グラフィックの使用
- 4-2 文字や数値の使用
- 4-3 フットプリントの大きさの表示
- 4-4 別の対象領域の連想
- 4-5 既存グラフィックの加工
- 4-6 他のグラフィックとの区別
- 4-7 分かり易さ、再現性

5. 算定報告書

- 5-1 算定報告書の書き方
- 5-2 報告するGHGの数値
- 5-3 報告情報

6. 自社内比較

- 6-1 自社内比較表示の可否
- 6-2 比較の対象
- 6-3 比較する際の表示情報
- 6-4 ライフサイクルステージ
- 6-5 機能単位/宣言単位
- 6-6 市場
- 6-7 参照ルール
- 6-8 データ
- 6-9 環境全体に関する主張

<どのようにルールを作成したか>

・ルールの要件を議論

①消費者視点での判りやすさ、②事業者視点での対応実現性、③ISO 及び CFP表示ガイドへの整合、以上の視点を兼ね備える。初めてCFPに取り組む事業者にもハードルが高くないように、厳格ではなく緩やかな運用が可能なルール策定を目指した。

・ルールの項目を策定

ISOの項目をリファレンスとし、議論があまり必要ないもの、議論性が高いものをソーティング。議論性が高いものは環境表示ガイドラインとの整合も視野に入れ、造詣が深いコンサルメンバーを交え質疑・教示・意見交換などをして策定。

・ルールの具体化

リーダー企業が大枠をつくり、その内容を基に議論を進めた。早いうちからルール文章を整体化し勘違いされやすいところなどをWGメンバー間で指摘・合意しながら修正を重ねた。

・実証を行い、ルールを更新

コアメンバー各社の関係部門を含めて実証を行い、特に①表示スペースの制限の多さ、②流通側との交渉(PBの仕様変更承認、梱包材切替の返品)、③算定報告書の難しさ、が指摘され、各メーカーとも“NBをメイン対象”とし“表現媒体/方法も自由度の高い”ルールとし、算定報告書の事例をルールに添付した。

<ロードマップと今後の展開>

	フェーズ1 ('24年度)	フェーズ2 ('25-'26年度)	フェーズ3 ('27-'30年度)
ゴール	<ul style="list-style-type: none">・業界としてCFP表示ルールを理解してもらう・業界としてワークショップを通して、CFP算定が出来る人材の育成をする	<ul style="list-style-type: none">・業界としてCFP算定・表示に取り組む企業を徐々に増やしていく	<ul style="list-style-type: none">・算定/表示が多数製品で実行され、消費者行動に影響を与える
算定ルール	<ul style="list-style-type: none">・23年度に策定済み	<ul style="list-style-type: none">・表示ルールに合わせて算定ルールとの整合を行う・算定ルールをもとに、算定実証10製品・ワークショップの結果、実証結果をもとに、算定ルールを見直し/更新	
表示ルール	<ul style="list-style-type: none">・表示ルール策定(2/26公開)・その中で算定報告書の事例を示す	<ul style="list-style-type: none">・表示ルールをもとに、表示実証10製品・実証結果をもとに、表示ルールを見直し/更新	
その他の取組事項	<ul style="list-style-type: none">・CFP算定ワークショップ開催・CFP表示ルールの説明会実施	<ul style="list-style-type: none">・CFP人材の育成継続及び支援(会員制HPでのQ&A蓄積など)・表示共通化に向けた体制の検討・原単位入手支援の訴求	<ul style="list-style-type: none">・必要な体制の立ち上げ・消費者の行動結果を踏まえた取り組みの修正/拡大