PRESS RELEASE

報道関係各位

株式会社テックシンカー

「地方創生×脱炭素」地域由来のカーボンクレジットでカーボンニュートラル／オフセット商品企画サービスを提供開始！既存商品・サービスのリブランディングで、地方創生と脱炭素を促進！

地域社会にて創出されたカーボンクレジットを地域の商品・サービスに付与し、クレジットの「地産地消」によって資金が地域社会に還流することで、地域の活性化や地方創生、脱炭素につながる。

株式会社テックシンカーは2022年12月01日、「地域由来カーボンクレジットの商品企画サービス」の提供を開始いたします。近年、SDGsや脱炭素は地方創生において重要な概念として注目され、政府は「持続可能なまちづくりや地域活性化のために、新しい時代の流れを力にする」という考え方に基づき、脱炭素を原動力とした地方創生を推進しています。しかし、地方の自治体や企業は人手や専門知識の不足のため、オフセットに取り組みたくとも思うように進まないことが課題となっていました。そこで、当社はワンストップサービスを提供し、企業が地域由来のカーボンオフセットブランドを構築することで、協業先や消費者に商品やサービスの新たな価値を認識してもらい、企業の販路拡大や地域創生につなげます。

▼「地域由来カーボンクレジットの商品企画サービス」https://www.offemission.com/productplanning

■開発背景

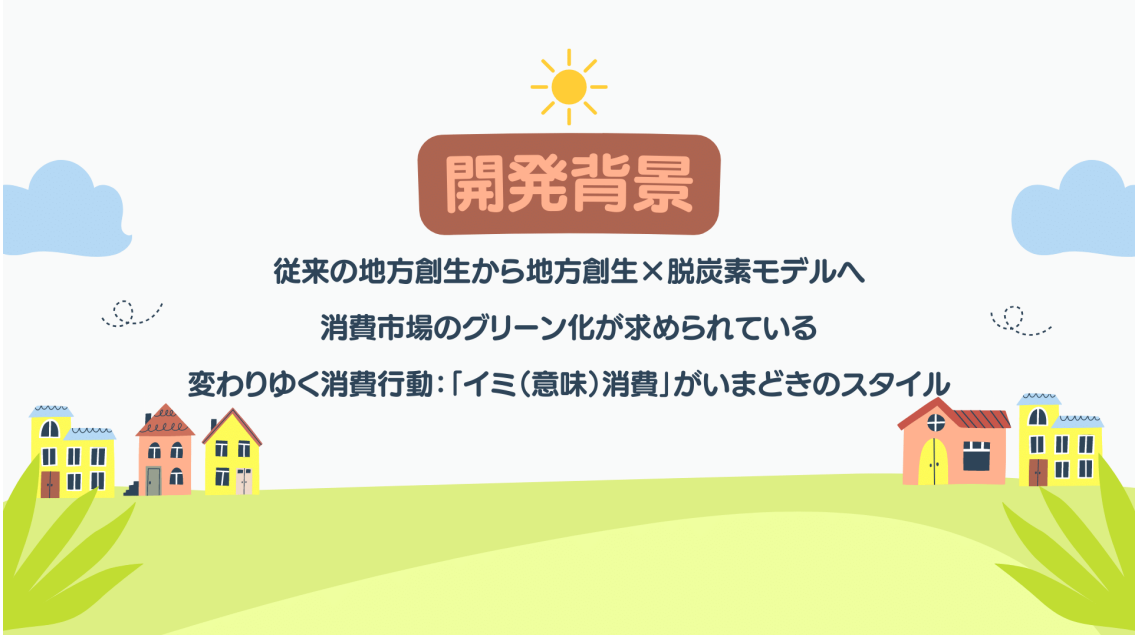
従来の地方創生から地方創生×脱炭素モデルへ

2014年より、日本政府は少子高齢化の進展に対応し、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために、まち・ひと・しごと創生に関する施策を検討や実施してきました。直近の第２期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定に向けて、下記の新たな視点に重点を置いて施策を推進しています。

（１）地方へのひと・資金の流れを強化する

（２）新しい時代の流れを力にする（例えば、SDGsを原動力とした地方創生）

政府方針の後押しにより、**従来の地方創生施策にSDGs、脱炭素、エネルギーの地産地消を加えることで、**短期的には**地方への資金の流れを強化し、新たなビジネスモデルの構築による地域経済の発展が期待できます**。また、中長期的には、地球温暖化影響に対する適応、地域資源の活用・緊急時のエネルギー源の確保、ならびに地域の安全・安心や地域活性化が期待されています。



消費市場のグリーン化が求められている

経済産業省は2021年12月、「GXリーグ」の基本構想案を発表しました。同案では、経済と環境の好循環を生み出すためには、国を挙げてのGX（グリーントランスフォーメーション）推進が必須であると明言。「GXリーグ」の参画企業に対しては、製品・サービスを通じて消費市場をグリーン化する取り組みの実施を、参画要件として求めています。具体的には、自ら革新的なイノベーション創出に取り組み、イノベーションに取り組むプレイヤーと協同して、新たな製品・サービスを通じた削減貢献を行い、また**オフセット製品の市場投入により、グリーン市場の拡大を図る**こと等が求められています。

変わりゆく消費行動：「イミ（意味）消費」がいまどきのスタイル

近年、消費者の商品選択の行動に変化が現れ始めました。従来は値段の安さばかりが求められましたが、昨今は選択に際して明確な理由を求めるなど「イミ（意味）消費」を望む消費者が増えています。「自らの幸福や**持続可能な社会の促進のためであれば、適切な対価を払うべき」と考える消費者は、急増し始めました。**

▼「地域由来カーボンクレジットの商品企画サービス」https://www.offemission.com/productplanning

■「地域由来カーボンクレジットの商品企画サービス」の特徴

新たな脱炭素ブランドを構築

既存の企業ブランド・イメージに脱炭素の要素が加わることで、従来の価値や見え方を変え、自社商品・サービスの価値

を高めていく「リブランディング」を提案します。社会がカーボンニュートラルに向け舵を切った今、**「地方創生×脱炭素」といった切口で、自社の価値を再度見つめ直し新たなブランドを築く**必要がでてきています。リブランディングを機能させることで、協業先・消費者に独自の価値・優位性を認識してもらい、また販売パートナー企業にも取り扱うメリットが生まれ、それが販路拡大につながります。

カーボンオフセット／カーボンニュートラル商品・サービスを展開して、競争力アップ
製造業、卸売業、小売業をなどで、価格競争に陥りやすいコモディティ化した商品・サービスにカーボンニュートラルを企画することで、消費者の意識を価格から価値観に転換させることができます。また、他社との差別化が図れるため、多くの広告・営業予算を投下して集客活動をしなくても、顧客を確保することができます。

企画から実施までトータル・ソリューションを提供
多くの企業にとっては、コストの増加や人手不足等のためにカーボンオフセットに取り組みたくとも思うように進まないことが課題となっていました。当社では、カーボンニュートラルの企画、社内プレゼン資料の作成、各メディアへの告知、キャンペーンに必要なコンテンツ作り等のトータル・ソリューションを提供します。

■取り組みの流れ

1. CO2排出量の算出
商品・サービスの「原材料調達」、「生産」、「物流・販売」、「使用・維持管理」、「廃棄・リサイクル」の5段階で排出量の算出を行います。いわば「ゆりかごから墓場まで」のスパンで、商品ライフサイクルのアセスメントを通じて、「原材料の質量」、「生産時に用いた電気・水道の量」、「輸送や利用者における電気・水道利用量」、「廃棄・リサイクルの質量」といったデータを入力することで、商品・サービスのカーボンフットプリントを算出します。

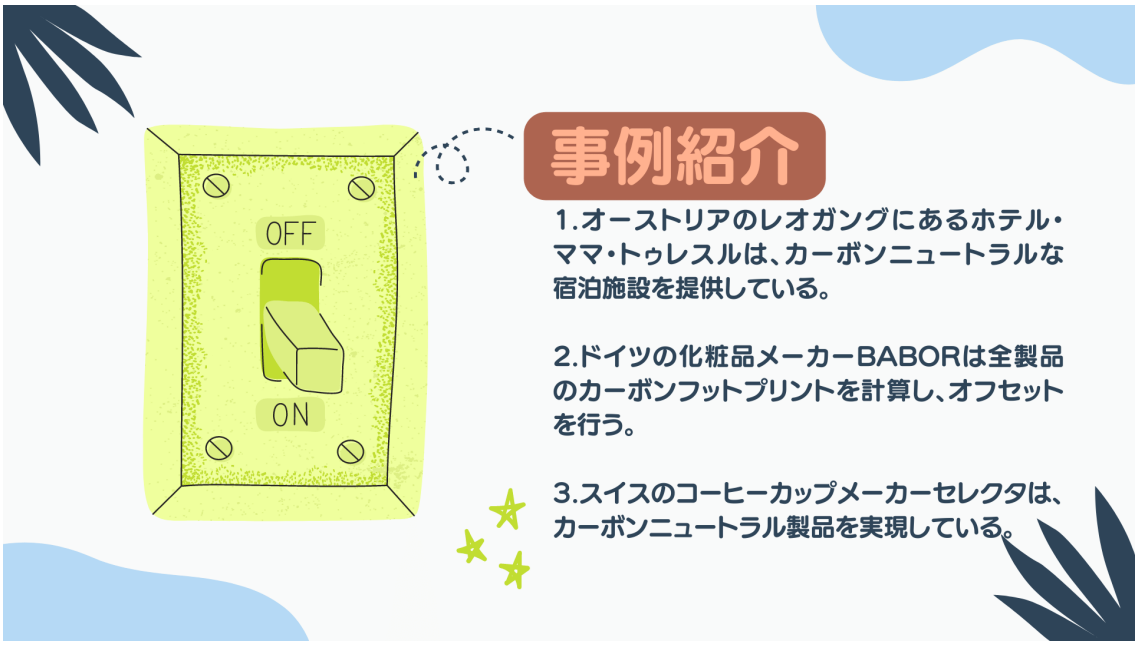
2. 削減努力を行う
企業は自社のCO2排出量を認識し、削減努力（例えば、省エネ活動や環境負荷の少ない電力・燃料への切換など）を行う必要があります。どうしても自社で削減できないCO２排出量はカーボンクレジットの購入でオフセットを実施します。

3. オフセットの実施
当社は国内の認証機関による検証および認証済みのカーボンクレジットを提供します。カーボンクレジットを購入することで、自社の温室効果ガス排出量の削減はもちろんのこと、地域の再生可能エネルギー事業や森林保全活動、さらに地域社会の活性化やSDGsにつながるプロジェクトの資金調達等への貢献が可能となります。

4. 情報発信
購入したカーボンクレジットの総量やオフセットが実施された場所などが記載された国内認証機関発行の証明書（無効化

通知書）を社内外に発信することで、脱炭素へ貢献する企業としての姿勢を明確に伝え、企業価値を高める情報発信が可能になります。
▼「地域由来カーボンクレジットの商品企画サービス」https://www.offemission.com/productplanning

■事例紹介



欧州ではカーボンニュートラル商品・サービスが急増
2015年のパリ協定を契機として、環境問題に関する事業環境や消費者意識が大きく変化し始めました。多くの企業が脱炭素宣言を発表し、消費者が持つ気候変動問題への関心も高まっています。こうした動きを受けて欧州の企業は、サプライチェーンの脱炭素化やカーボンニュートラル商品・サービスの企画に積極的に取り組み始めました。

1. オーストリアのレオガングにあるホテル・ママ・トゥレスルは、カーボンニュートラルな宿泊施設を提供しています。顧客の宿泊に伴うCO２排出量が算出され、オフセットを行うことで、宿泊客はカーボンニュートラルな宿泊を体験できます。
2. ドイツの化粧品メーカーBABORは全製品のカーボンフットプリントを計算し、どうしても避けられない排出量にはカーボンオフセットプロジェクトを支援することで、オフセットを行います。
3. スイスのコーヒーカップメーカーセレクタは、カップの製造、輸送、利用、廃棄に至るまでに発生するすべての排出量を算出します。同社が削減努力を行い、製品のカーボンフットプリントを最小限に抑えるが、避けられない排出量をカーボンクレジットでオフセットを行うことで、カーボンニュートラル製品を実現しています。

■株式会社テックシンカーについて
株式会社テックシンカーは、CO2排出量可視化事業である「商品炭素簿」、「家計炭素簿」、「イベント炭素簿」、「町炭素簿」、ならびにカーボンオフセットの取組みを支援するプラットフォーム「オフ・エミッション」を運営しております。これまで我々消費者や企業は、CO2排出量の算定やカーボンオフセットに取り組む際に「プロセスが不透明」、「手続きが煩雑」、「専門知識が必要」といった課題に悩まされてきました。当社は、こうした課題の解消を目指して、企業や消費者など全ての層の皆様に対して、簡易かつ透明性のあるCO2排出量算定／カーボンオフセット・プラットフォームのサービスを提供し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。
▼株式会社テックシンカー https://www.offemission.com/

株式会社テックシンカーのプレスリリース一覧
https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/98041

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】
株式会社テックシンカー
メールアドレス：service@offemission.com
ホームページ：https://www.offemission.com/