

# 脱炭素型フードサプライチェーンの「見える化」の推進（本年度の進め方）

資料 1

2021.10.12 農林水産省環境バイオマス政策課

## 【これまでの取組】

2009～2011年度 カーボンフットプリント(CFP)試行事業(経済産業省・国土交通省・農林水産省・環境省)

(農林水産分野の新規登録数 32件(2011年度)→5件(2020年度) (事業者数:最大46社→11社(2020年度))

+ 見える化ニーズの本格化

## 【見える化の課題】

- サプライチェーン全体での取組対象とすべき
- 生産者の脱炭素の努力・工夫が反映される必要
- 算定やデータ入手が困難
- 消費者にわかりやすい見える化とすべき

算定やデータ入手の困難性、コスト等が課題

## 【生産段階の脱炭素の課題】

- どの技術に取り組めばいいかわからない
- 脱炭素の程度や効果がわからない
- 生産段階の努力を流通、小売へアピールする手段がない

## 【昨年度】

- ・脱炭素化技術の紹介資料の作成
- ・脱炭素技術の定量評価の検討

## 【今年度】

- ・農産物のGHG簡易算定シートを作成
- ・脱炭素技術紹介資料(対象を流通・製造にまで拡大)
- ・簡易算定シートを活用した見える化ガイドを作成

+ 食品事業者向け  
TCFD手引書を充実

企業等による環境配慮経営、情報開示を促進

来年度：見える化の実証

# （参考）「地球温暖化防止に貢献するエコ食品の選択意識」調査（抜粋）

## 1. 地球温暖化に対する考え

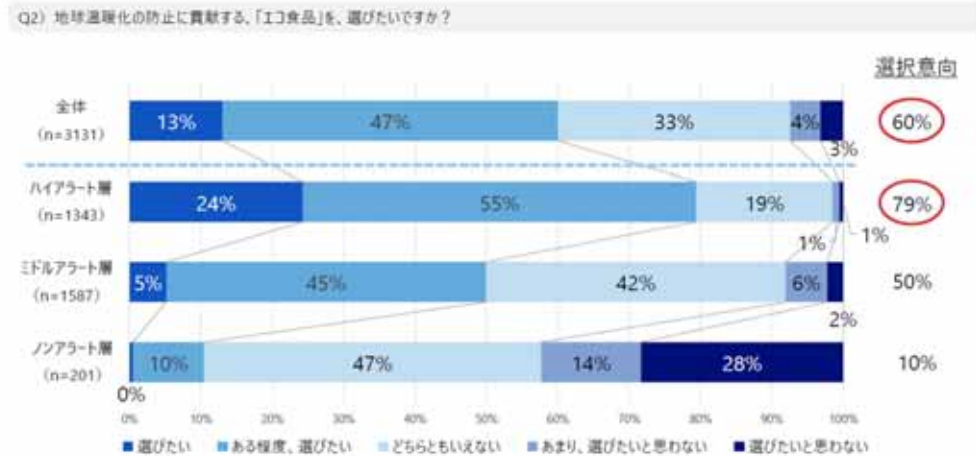
地球温暖化を「危機的」と考える人（ハイアラート層）の割合は43%  
「懸念」している人も合わせた割合は、67%に及ぶ



※セグメントと考えの分類は、「Global Warming's Six Americas」(エール大学、ジョージメイソン大学共同調査の気候変動コミュニケーションプロジェクト)を参考としている。  
(<https://climatecommunication.yale.edu/about/projects/global-warmings-six-americas/>)

## 2. エコ食品の選択意向

地球温暖化の防止に貢献する食品（エコ食品）を選びたい人は、全体で6割  
ハイアラート層では8割弱（79%）にのぼる



## 5. エコ食品の選択意向がない人の理由

エコ食品を選びたいと思わない人は、理由に「本当にエコ食品なのか、わからないから（45%）」、「エコ食品を判断する情報がないから（40%）」を挙げている



## 6. 食品上のラベル確認意向

食品上のエコラベルを確認したいと考える人の割合は、全体で約6割弱（58%）、ハイアラート層では約7割（74%）

