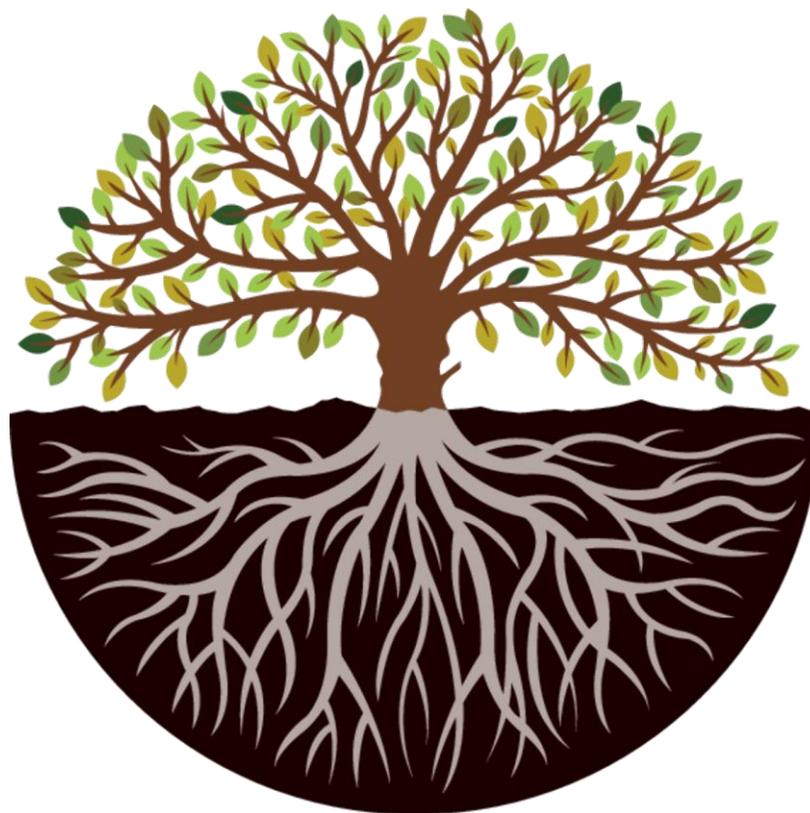


Deloitte.

デロイト トーマツ



令和6年度山の炭素吸収応援プロジェクト

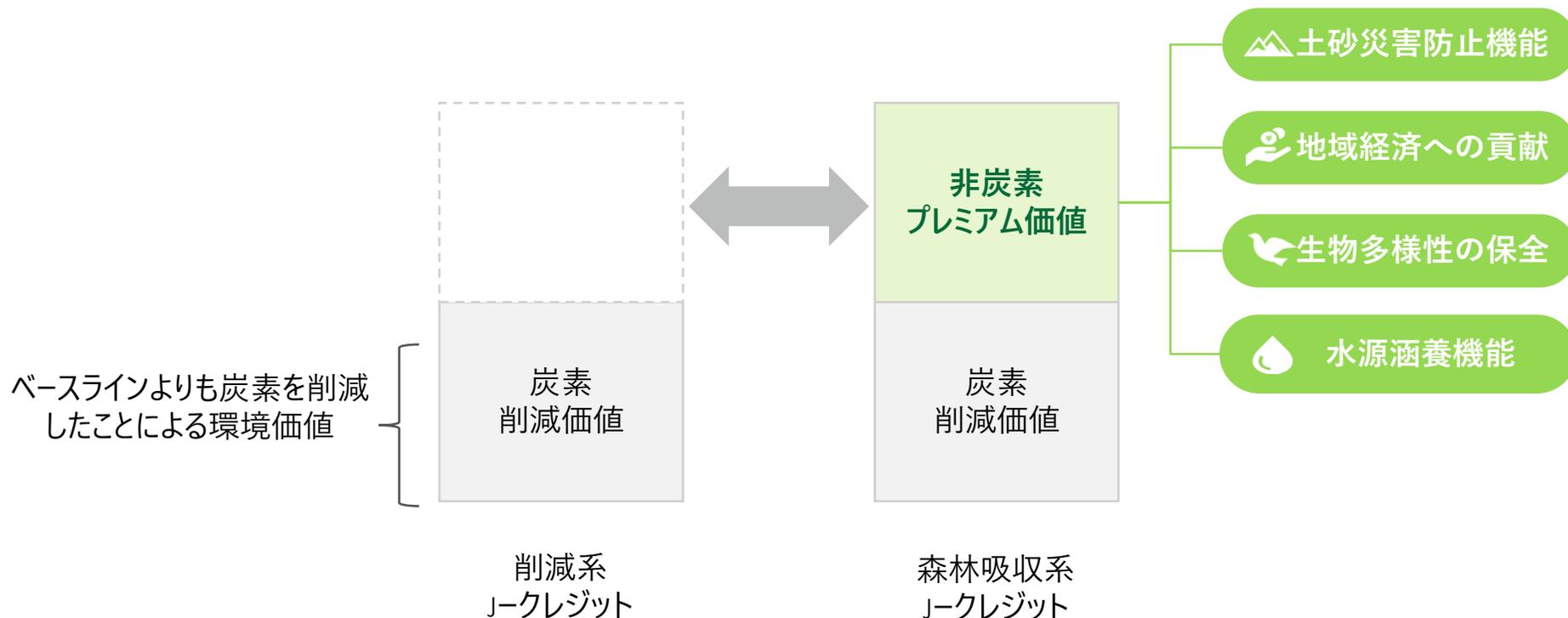
森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値を訴求するための手引き

2025年2月19日

森林吸収系J-クレジットには、削減系J-クレジットにはない、生物多様性の保全等森林の有する多面的機能の発揮や地域経済への貢献等の付加価値（＝非炭素プレミアム価値）があります

削減系J-クレジットと森林吸収系J-クレジットの相違点

森林吸収系J-クレジットの価値のイメージ

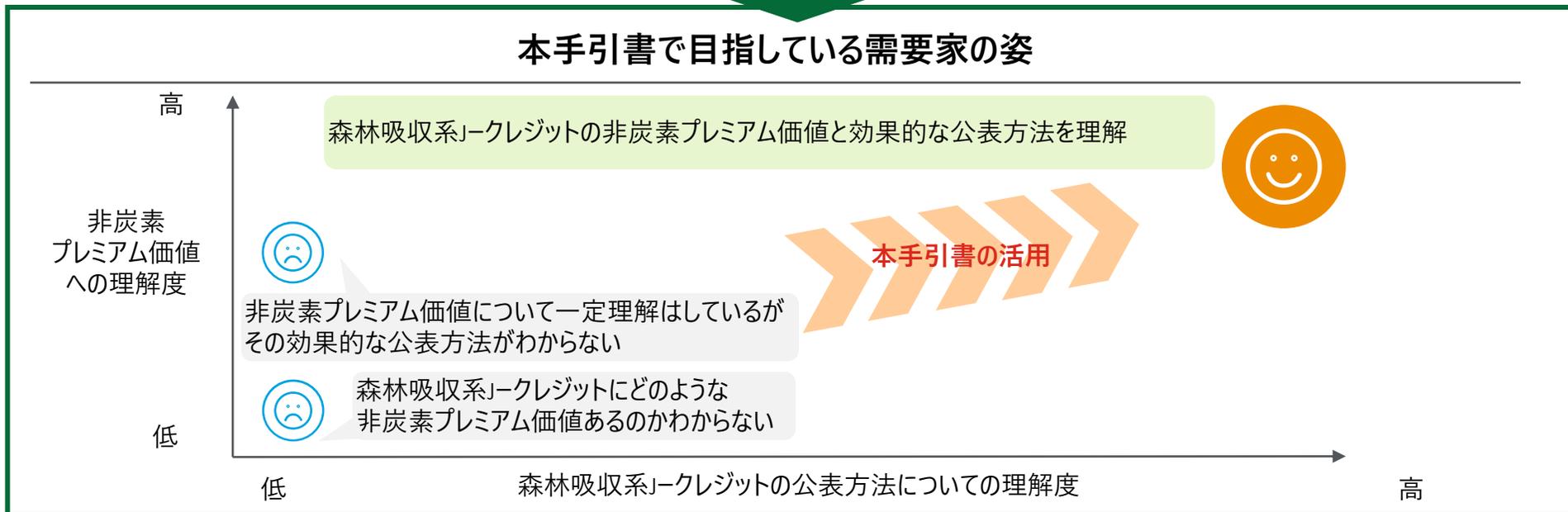


本手引書は、森林吸収系J-クレジットの創出者や、J-クレジットを活用中または活用を検討している需要家（現時点で森林吸収系J-クレジットをポートフォリオに含めていない潜在的な需要家を含む）を対象としています

手引書の想定読者

<p>創出者</p> 	<ul style="list-style-type: none">□すでにクレジット認証を受け、森林吸収系J-クレジットを販売中であり、需要家へより効果的に情報発信したい□現在、プロジェクト登録を実施・モニタリング等の手続きを行っており、クレジット認証後のクレジット販売方法を検討したい
<p>需要家</p> 	<ul style="list-style-type: none">□これから森林吸収系J-クレジットを検討しているが、森林吸収系J-クレジットが持つ非炭素プレミアム価値が何か、その価値をどのように活用すべきか、その公表方法がわからない□GX-ETSの本格稼働等を見据え、J-クレジットの購入を検討しているが、スコープ1排出量のオフセットとして森林吸収系J-クレジットがどのように活用できるかわからない

本手引書で目指している需要家の姿



本手引書では、森林吸収系J-クレジットが持つ非炭素プレミアム価値の整理およびその価値を効果的に訴求するにはどうしたらよいかを説明します

手引書の概要 (1/3)

創出者・需要家が抱える課題

- 森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値への期待は高いものの、その内容や訴求方法については十分に整理されておらず、森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値を効果的に外部に向けて訴求していくことに課題がある

本手引書で整理している事項

森林吸収系J-クレジットの特徴を生かした需要拡大

- 森林吸収系J-クレジットにはどのような非炭素プレミアム価値があるのか
- J-クレジットの購入を検討する需要家が、森林吸収系J-クレジットを選択しようとする動機づけをどのように行えばよいか
- 非炭素プレミアム価値を効果的に訴求するにはどうしたらよいか

本手引書では、森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値とその活用方法、需要家による活用目的・公開手段別の森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値訴求方法、創出者による森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値の訴求方法について解説しています

手引書の概要 (2/3)



手引書の目次

1. 森林吸収系J-クレジットとその活用方法
 - 1.1. 森林吸収系J-クレジットとは
 - 1.2. 森林吸収系J-クレジットの活用方法
 - 1.3. 森林吸収系J-クレジットの有する付加価値
 - 1.4. 本手引書のねらい
 - 1.5. 森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値
 - 1.6. 非炭素プレミアム価値の公表方法
2. 需要家による活用目的・公開手段別の森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値訴求方法
 - 2.1.1.1. 任意開示基準への対応
 - 2.1.1.2. TNFDでの公表
 - 2.1.2. サステナビリティレポート/ESGレポートでの公表
 - 2.1.3. 自社ウェブサイトでの公表等
 - 2.2. 既存個別事業とのシナジーを目的とした活用
3. 創出者による森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム付加価値の訴求方法
 - 3.1. 需要家のニーズと創出者の対応策
 - 3.2. 取組の公表のポイント

森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値や非炭素プレミアムの公表方法を体系的に整理し、需要家目線で森林吸収系J-クレジットをどのように活用できるかを整理しています

【イメージ】手引書のコンテンツ（一部）

1.5. 森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値

- 森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値を効果的に訴求するには、これまでに購入・活用、またはこれから購入・活用しようとしている森林吸収系J-クレジットにどのような非炭素プレミアム価値が含まれており、どのような効果が期待できるかを理解する必要があります。
- 森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値には、生態系サービス（供給サービス、調整サービス、生息・生育地サービス、文化的サービス）及び地域経済への貢献が含まれていると考え、それぞれの機能とその例について下図のとおり整理できます。

森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値の類型と想定される活用方法

機能		想定される活用方法
生態系サービス	供給サービス ✓ 物質生産機能	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 木材供給地に由来するJ-クレジットを購入・活用 →継続的な森林整備による、森林資源の循環利用に貢献 ✓ 飲料メーカーが水源となる森林由来のJ-クレジット購入・活用 →製品に使用する水資源の保全・保護へ貢献
	調整サービス <ul style="list-style-type: none"> ✓ 地球保全機能 ✓ 土砂災害防止機能/土壌保全機能 ✓ 水源涵養機能 ✓ 快適環境形成機能 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 河川上流域の森林整備を通じて、きれいな水の確保を目的としたプロジェクトも由来するJ-クレジットを購入・活用 →水源地の森林の保全・育成を通して、水源かん機能の発揮へ貢献
	生息・生育地サービス ✓ 生物多様性保全機能	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 希少種の生息する森林に由来するJ-クレジットを購入・活用 →購入資金を通じて、獣害対策等の森林整備により希少種の保護へ貢献
	文化的サービス <ul style="list-style-type: none"> ✓ 保健・レクリエーション機能 ✓ 文化機能 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域で創出された森林由来のJ-クレジットを購入・活用 →購入資金を通じて、適切な森林整備が継続し、森林環境教育の場を提供
地域経済への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本社を置く地域の森林から創出されたJ-クレジットを継続的に購入・活用 →地域の森林資源の保護・育成、産業発展・雇用維持へ貢献 ✓ 震災の被災地における森林から創出されたJ-クレジットを購入・活用 →森林整備への資金提供を通じて、被災地の復興支援 	

林野庁「企業活動と森林の関係性及び自然資本としての森林への資金投入の考え方の整理について」を参考に作成

1.6. 非炭素プレミアム価値の公表方法

- 森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値を効果的に外部に訴求するためには、公開の手段によって想定読者が異なることに留意した上で、どのように森林吸収系J-クレジットの活用しているかを公表することが重要です。
- 本手引書では、目的/公表手段別の想定読者及びニーズを下図のとおり分類し、各公表手段別の、公表の方法、狙い、内容、効果を整理し、森林J-クレジットの非炭素プレミアム価値を効果的に訴求する方法について記載しております。

目的/公表手段	公表手段別の想定読者	読者の想定ニーズ	
自社の企業価値向上	任意開示基準への対応	<ul style="list-style-type: none"> • 投資家、株主 	<ul style="list-style-type: none"> • 企業価値向上を図りながらサステナビリティに取り組んでいる内容を知りたい
	サステナビリティレポート/ESGレポートでの公表	<ul style="list-style-type: none"> • 投資家、株主、地域住民 	<ul style="list-style-type: none"> • 企業価値向上を図りながらサステナビリティに取り組んでいる内容を知りたい • 当該企業がクレジットを活用して地域や森林整備に貢献しているか知りたい
	自社ウェブサイトでの公表等	<ul style="list-style-type: none"> • 投資家、株主、他企業、一般消費者、地域住民 	<ul style="list-style-type: none"> • 当該企業がクレジットを活用して地域や森林整備に貢献しているか知りたい
既存個別事業とのシナジー	商品販売と絡めたカーボンクレジット活用プログラムの公表	<ul style="list-style-type: none"> • 主に一般消費者、地域住民 	<ul style="list-style-type: none"> • 当該商品や事業とクレジットが創出された森林との関わりを知りたい • 他の商品、カーボンオフセットプログラムとの違いを知りたい

「全社的な自社の企業価値向上」：企業価値の向上を図るために、特定の地域から創出された森林吸収系J-クレジットを入手し、購入元の情報や購入による貢献を公表しているケース
 「既存個別事業とのシナジー」：自社商品のブランディングの一環として森林吸収系J-クレジットを活用していることを公表しているケース

活用目的・公開手段別の解説ページでは、想定される公表手段別に狙いや効果、どのように訴求すべきかをわかりやすく解説しています

【イメージ】手引書のコンテンツ（一部）

2.1.3. 自社ウェブサイトでの公表等

- 森林吸収系J-クレジットの活用を公表する方法として、自社ウェブサイトやプレスリリース等でその活用を公表する方法が挙げられます。自社ウェブサイトやプレスリリースを通じて、広く多くの人々に森林吸収系J-クレジットの購入を周知することで、森林整備や地域貢献としてPRすることができ、自社の取組を対外的に知っていただくことができます。
- 自社ウェブサイトやプレスリリース、ニュース、新聞で森林吸収系J-クレジットの購入を公表するにあたり、クレジットが創出された地域やその地域と自社との関わり、クレジット創出者、森林吸収系J-クレジットの収益の使途、それによって期待される効果を公表することが重要です。

公表のポイント

公表方法	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自社ウェブサイトのニュースページ/自社プレスリリース ■ ニュース/新聞での公表 ■ 自社系列メディアでの公表 						
公表の狙い	<ul style="list-style-type: none"> ■ 森林吸収系J-クレジットの入手先やクレジット収益の使途をプレスリリースや自社系列メディアで公表することで、自社事業や自社のESGの取組を一般消費者（特に拠点を構えている地域等）に対してPRしたい 						
公表内容	<table border="1"> <tr> <td>自社ウェブサイトのニュースページ/ 自社プレスリリース</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ■ 購入した森林吸収系J-クレジットの情報 <ul style="list-style-type: none"> ✓ クレジット創出エリア（都道府県、市町村、流域など） ✓ クレジット創出エリアと自社との関係 ✓ クレジット創出をしている団体 ✓ 購入したクレジット量 ✓ 購入期間 ✓ クレジット収益の使途 ■ 期待される非炭素プレミアム価値（記載例） <ul style="list-style-type: none"> ✓ 森林保全管理、生物多様性の保全への貢献 ✓ （特定の地名）の地域経済への貢献、災害復興 </td> </tr> <tr> <td>ニュース/新聞での公表</td> <td></td> </tr> <tr> <td>自社系列メディアでの公表</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ■ 購入した森林吸収系J-クレジットが創出された地域での自社のCSRの取組 <ul style="list-style-type: none"> （例）植林体験や伐採体験、社員の環境教育 ■ クレジット購入・活用の経緯や創出者・需要家の非炭素プレミアム価値への期待 <ul style="list-style-type: none"> （例）インタビュー記事、森林整備に関連する事業の紹介 </td> </tr> </table>	自社ウェブサイトのニュースページ/ 自社プレスリリース	<ul style="list-style-type: none"> ■ 購入した森林吸収系J-クレジットの情報 <ul style="list-style-type: none"> ✓ クレジット創出エリア（都道府県、市町村、流域など） ✓ クレジット創出エリアと自社との関係 ✓ クレジット創出をしている団体 ✓ 購入したクレジット量 ✓ 購入期間 ✓ クレジット収益の使途 ■ 期待される非炭素プレミアム価値（記載例） <ul style="list-style-type: none"> ✓ 森林保全管理、生物多様性の保全への貢献 ✓ （特定の地名）の地域経済への貢献、災害復興 	ニュース/新聞での公表		自社系列メディアでの公表	<ul style="list-style-type: none"> ■ 購入した森林吸収系J-クレジットが創出された地域での自社のCSRの取組 <ul style="list-style-type: none"> （例）植林体験や伐採体験、社員の環境教育 ■ クレジット購入・活用の経緯や創出者・需要家の非炭素プレミアム価値への期待 <ul style="list-style-type: none"> （例）インタビュー記事、森林整備に関連する事業の紹介
自社ウェブサイトのニュースページ/ 自社プレスリリース	<ul style="list-style-type: none"> ■ 購入した森林吸収系J-クレジットの情報 <ul style="list-style-type: none"> ✓ クレジット創出エリア（都道府県、市町村、流域など） ✓ クレジット創出エリアと自社との関係 ✓ クレジット創出をしている団体 ✓ 購入したクレジット量 ✓ 購入期間 ✓ クレジット収益の使途 ■ 期待される非炭素プレミアム価値（記載例） <ul style="list-style-type: none"> ✓ 森林保全管理、生物多様性の保全への貢献 ✓ （特定の地名）の地域経済への貢献、災害復興 						
ニュース/新聞での公表							
自社系列メディアでの公表	<ul style="list-style-type: none"> ■ 購入した森林吸収系J-クレジットが創出された地域での自社のCSRの取組 <ul style="list-style-type: none"> （例）植林体験や伐採体験、社員の環境教育 ■ クレジット購入・活用の経緯や創出者・需要家の非炭素プレミアム価値への期待 <ul style="list-style-type: none"> （例）インタビュー記事、森林整備に関連する事業の紹介 						
公表の効果	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自社のウェブサイトのニュースページ/自社プレスリリース、ニュースや新聞に森林吸収系J-クレジットの購入を公表することで、地域、取引先、投資家等のステークホルダーとのコミュニケーションを増やすきっかけとなりうる。また、それにより、自社の事業を知ってもらう機会にもなり、自社への信頼感の醸成につながる可能性がある ■ 森林吸収系J-クレジットの購入を自社ウェブサイトやプレスリリース等を通じて、自社社員が自社のCSRとしての取組を認知する機会となり、社員のエンゲージメント（自社に対する満足度）向上にも寄与しうる 						

13

3. 創出者による森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値の訴求方法

3.1. 需要家のニーズと創出者の対応策

- 森林吸収系J-クレジットの活用方法やその意義は多岐に渡ります。森林吸収系J-クレジットの創出者は需要家のニーズを理解した上で、クレジットの創出及びその取組の発信をすることで効果的に非炭素プレミアム価値の訴求が可能となり、クレジットの販売促進につながります。
- 需要家のニーズである「森林整備への貢献に係る信頼性の担保」「カーボンクレジット自体の信頼性の担保」に応えるためには、クレジット創出地やクレジット収益の使途や期待される非炭素プレミアム価値等の情報提供が重要です。また、クレジット創出地見学を創出することで、需要家は購入したクレジットの使途を実体験をもって理解することが可能であり、より効果的に森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値が訴求可能となる。
- 森林認証を取得した森林から森林吸収系J-クレジットを創出する場合、二重保有を防止する技術や地理情報システム等のテクノロジーを活用する場合、それらを公表することで、更に需要家からの信頼獲得につながる。

創出者による非炭素プレミアム価値を訴求するために必要とされている取組

需要家のニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ■ カーボンクレジットに、真の環境価値があるのか、やその環境価値が森林整備にどのように貢献しているか、などがわからない。自社が購入したクレジットがどのように森林や地域に貢献しているか理解したい ■ 信頼性（クレジットリテリ）を確保した上で、カーボンクレジットを購入したい 								
創出者の対応策	<table border="1"> <thead> <tr> <th>カテゴリ</th> <th>対応例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>森林整備への貢献の信頼性</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 森林認証制度によるFM認証の取得や「自然共生サイト」の登録をPRすることで、クレジット創出している森林において適切な森林整備が行われていることを証明する </td> </tr> <tr> <td>情報提供</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 森林整備の実施状況を公表する ▶ クレジット購入者に植林体験や現地視察ツアー等を提供することにより、創出者による森林整備への理解を促す </td> </tr> <tr> <td>カーボンクレジットの信頼性</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 新興技術を活用することで、二重保有を防止し、クレジットの信頼性を確保する ▶ 地理情報システム等のデータを活用した創出エリアの見える化により、クレジットの由来について理解が深まる </td> </tr> </tbody> </table>	カテゴリ	対応例	森林整備への貢献の信頼性	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 森林認証制度によるFM認証の取得や「自然共生サイト」の登録をPRすることで、クレジット創出している森林において適切な森林整備が行われていることを証明する 	情報提供	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 森林整備の実施状況を公表する ▶ クレジット購入者に植林体験や現地視察ツアー等を提供することにより、創出者による森林整備への理解を促す 	カーボンクレジットの信頼性	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 新興技術を活用することで、二重保有を防止し、クレジットの信頼性を確保する ▶ 地理情報システム等のデータを活用した創出エリアの見える化により、クレジットの由来について理解が深まる
カテゴリ	対応例								
森林整備への貢献の信頼性	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 森林認証制度によるFM認証の取得や「自然共生サイト」の登録をPRすることで、クレジット創出している森林において適切な森林整備が行われていることを証明する 								
情報提供	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 森林整備の実施状況を公表する ▶ クレジット購入者に植林体験や現地視察ツアー等を提供することにより、創出者による森林整備への理解を促す 								
カーボンクレジットの信頼性	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 新興技術を活用することで、二重保有を防止し、クレジットの信頼性を確保する ▶ 地理情報システム等のデータを活用した創出エリアの見える化により、クレジットの由来について理解が深まる 								

15

本手引書では、実際に森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値を訴求している事例を公表方法別に紹介していることから、森林吸収系J-クレジットの活用方法について、理解を深めやすい設計となっています

手引書の概要 (3/3)



手引書は後日、林野庁ウェブサイトにて公開される予定です

林野庁ウェブサイト

林野庁

English ミックスサイト サイトマップ 文字サイズ 標準 大きく

逆引き事典から探す キーワードから探す Google 提供 検索

林野庁について お知らせ 政策について 申請・お問い合わせ 国有林野情報

ホーム > 分野別情報 > J-クレジット制度

J-クレジット制度

最新情報 New

- ・森林経営活動方法論における、主伐後に再造林を実施した場合、標準伐期齢等までの吸収量の認定を受けることができるルールの改定が予定されており、今後、本ページ内の掲載内容が変更になる可能性があります。
- ・「森林吸収系J-クレジット事例集」を公表しました！→[こちら](#)からご覧ください。
- ・森林吸収系J-クレジット創出拡大のための様々なツールを公表しました！→[こちら](#)からご覧ください。
- ・GXリーグ参画企業向けアンケートの調査結果を公表しました！→[こちら](#)からご覧ください。
- ・「森林経営活動方法論（FO-001）よくなる新聞（FAO）」をこちらに掲載しています。
- ・過去に開催されたシンポジウムやセミナーの録音・録画動画をこちらに掲載しています。

Coming Soon



1. J-クレジット制度とは

J-クレジット制度とは、省エネルギー設備の導入や森林経営などの取組による、CO2等の温室効果ガスの排出削減量や吸収量を「クレジット」として国が認証する制度であり、農林水産業者の皆様も活用できます。なお、本制度は、環境省・経済産業省・農林水産省により運営しております。

本制度を活用してクレジットを創出し、また、創出されたクレジットの活用を通じ、地球温暖化対策への積極的な取組のPRを行うことや、クレジットを企業等へ売却することで、売却益を得ることができます。

- ・J-クレジット制度の概要 [外部リンク](#)
- ・プロジェクト登録一覧 [外部リンク](#)

End of Material