

5章

クレジットの販売と活用

クレジットの販売と活用

1. クレジットの販売

発行したクレジットは、販売して初めて収入源となることから、クレジットをしっかりと販売できるか否かは非常に重要となります。

販売方法には大きく分けて相対取引と市場取引の2つがあります。

販売方法		具体的な内容
相対取引	J-クレジット制度 HP を利用	J-クレジット制度 HP 上の「売り出しクレジット」の一覧に、認証済み（予定）のクレジット情報を掲載する。 https://japancredit.go.jp/sale/
	仲介事業者を利用	制度管理者により登録された J-クレジット・プロバイダーなど、J-クレジットの売買を支援する事業者を通じて取引を実施する。 ※J-クレジット・プロバイダー（J-クレジット制度 HP） https://japancredit.go.jp/market/offset/ ※登録プロバイダー以外にも、地方銀行、民間コンサルタント、民間企業によるカーボン・クレジット取引オンラインプラットフォームなど、様々な取引仲介サービスがある。
	自ら販売先を探す	創出者自身のネットワークの活用や、HP への掲載等により、販売先を募集する。
市場取引		カーボン・クレジット市場等を利用して取引を実施する。 ※令和5年10月に東京証券取引所のカーボン・クレジット市場が開設。そのほかにも、市場開設の動きがみられる。

最近では、新たな取引仲介サービスや市場等の立ち上げの動きが活発になっているほか、排出事業者が森林セクターの事業者と協定を締結し、創出されたクレジットを買い取ることを前提とした共同でのプロジェクト組成の事例が広がりつつあるなど、新しい取引の可能性も広がってきているところです。また、海外ではカーボン・クレジットのトークン化、ブロックチェーン技術の活用、レーティング（信用格付け）など、オンライン・プラットフォーム上での効率的・効果的なカーボン・クレジットの取引を実現するための様々なサービスが始まっているほか、排出量取引制度（ETS）において一定の範囲内でカーボン・クレジットの取引を認めているケースもあります。なお、我が国においても、2026年度より義務的な排出量取引制度（GX-ETS）が始まります。

プロジェクト実施者は、これらの方法を自由に組み合わせて、販売することができます。以下では、相対取引による3つの販売方法について、詳しくみていきましょう。

(1) J-クレジット制度 HP を利用する方法

J-クレジット制度 HP では、「売出中のクレジット一覧」にクレジット情報（クレジット種別、売却可能量、希望価格等）を掲載し、広くクレジット購入者を募ることができ、随時、当事者間で直接やりとりをして、量・価格を決定し、契約を締結します。

需要者となる事業者や仲介事業者にも存在が広く知られていることもあり、ここに掲載した情報が、需要者サイドからの問合せ等のきっかけとなることもあるそうです。

掲載を希望する場合は、J-クレジット制度HPに掲載されている利用約款を確認の上、「売り出しクレジット一覧への掲載申請書」に必要事項を提出して、申し込みましょう。

- ▶ 「売り出しクレジット一覧」への掲載方法

<https://japancredit.go.jp/market/matching/>

(2) 仲介事業者を利用する方法

J-クレジット制度に登録されたJ-クレジット・プロバイダー（2026年3月時点で10社）がHPに掲載されており、クレジットの創出支援や販売のマッチング支援等を行っています（※）。また、正式に登録されたプロバイダー以外にもJ-クレジットの売買の仲介サービスを提供する事業者もあります。希望する量・価格での自ら販売先を見つけることが難しいときも、仲介事業者のネットワークを活用して見つかる場合があります。実際、森林管理プロジェクトの取組事業者でも、「発行クレジットの全量について、自力で販売先を見つけることは難しい」というような場合に活用している方もいれば、「創出までは自分たちで頑張っ、販売は仲介事業者にお任せ」という方もいて、それぞれの状況に応じて、うまく活用されています。

仲介による販売方法は、委託販売や買取販売（仲介事業者がクレジットを買い取ったうえでそれを販売）など、事業者により様々です。自社で販売にあてられるリソースを踏まえて、自社にあった仲介事業者の活用も検討してみましょう。

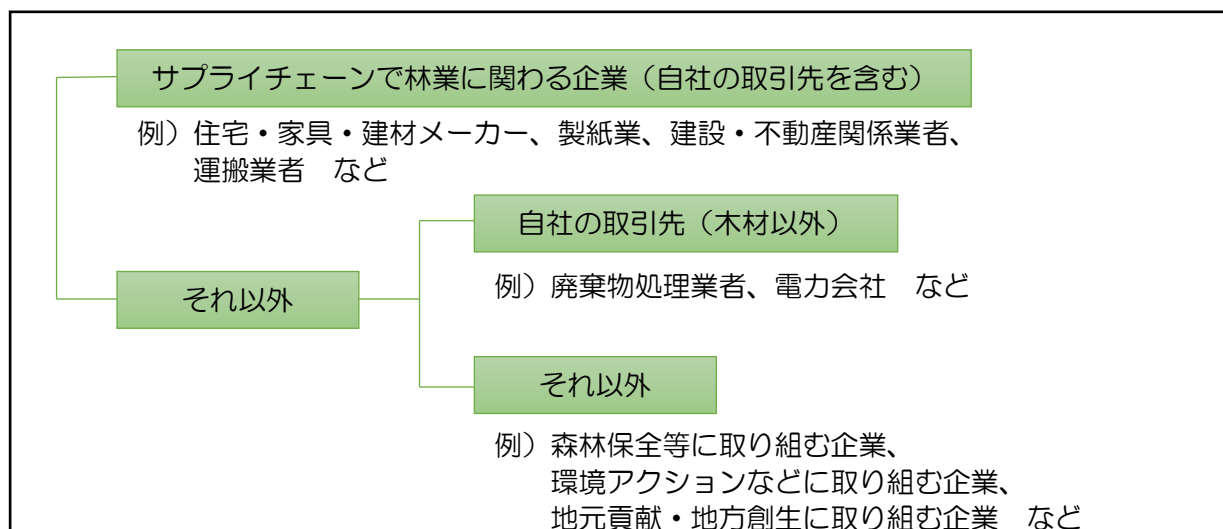
※J-クレジット・プロバイダー（2026年3月末現在、五十音順）

- 株式会社イトーキ
- 株式会社ウェストボックス
- 株式会社エスプールドットグリーン
- カーボンフリーコンサルティング株式会社
- クレアトゥラ株式会社
- 静銀経営コンサルティング株式会社
- 住友商事株式会社
- 株式会社バイウィル
- Permanent Planet 株式会社
- 一般社団法人 more trees

(3)自ら販売先を探す方法

(1)や(2)以外でも、自分たちで販売先を見つけて販売することももちろん可能です。自社の既存の取引先に販売したり、近隣の事業者販売するなど、既に森林管理プロジェクトでクレジットを発行している事業者の販売先も様々です。

(参考) 販売先の見つけ方 (イメージ)



クレジット需要者の多くは、クレジット購入に際し、価格・量、自社のCO₂排出量のオフセットといった観点のほかに、自社事業との親和性や地域への貢献などといったストーリー性も踏まえて、購入するクレジットを決定します。そのため、以下のような見つけ方も参考に、販売先事業者を探してみましょう。



需要者の注目するポイントと対応

需要者が見ているポイントには、例えば、次のようなものがあります。

- 自社事業との親和性
- クレジットが創出された地域やその特徴
- 購入がクレジット創出者の経営や森林保全等に与えるインパクト 等

こうしたものを重視する背景には、社内・社外のステークホルダーに説明し、了解を得る必要があるといったことが挙げられます。

このため、販売に際しては、

- 需要者のメリット（オフセット、企業価値の向上など）を具体的な数字等で説明する
- 森林クレジットの付加価値（水源涵養や生物多様性保全への影響）を見える化する
- 証書や現地写真等の提供を通じた「需要者による貢献の見える化」を約束する など

により、購入者が、社内・社外のステークホルダーへの説明責任を果たせるような工夫を意識しましょう。

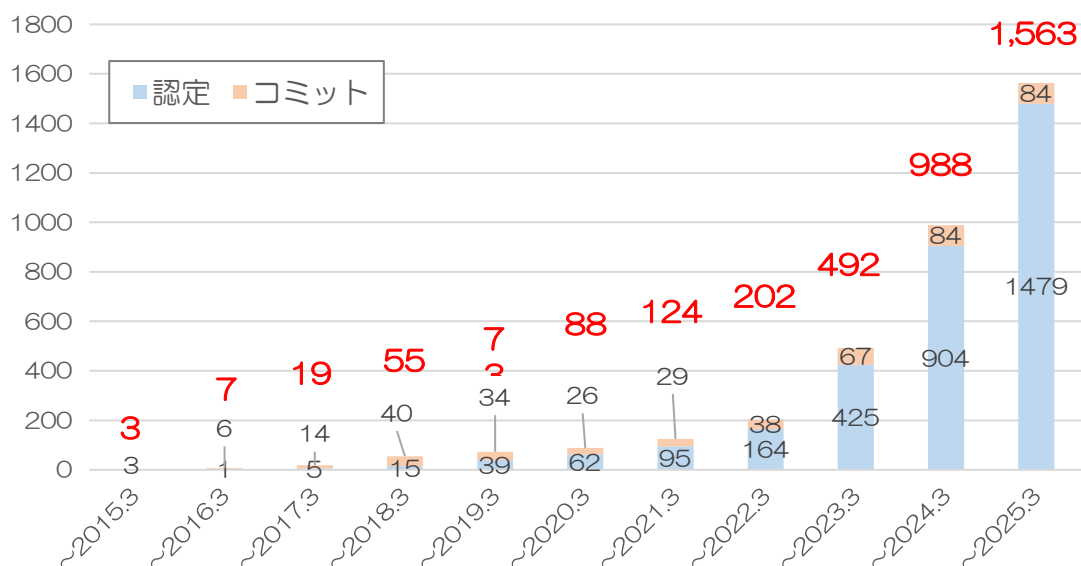
また、森林吸収系J-クレジットを購入・活用する際、単なる炭素削減価値に加えて、生物多様性の保全や地域経済への貢献等、様々な便益（コベネフィット）にも価値も見出し、対外的に訴求できるよう、林野庁では、2025年3月に「森林吸収系J-クレジットの非炭素プレミアム価値を訴求するための手引き」を作成・公表しています。



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

クレジットを購入する企業側にとって、クレジットを購入する理由・インセンティブが必要です。クレジット取引の形態は、以前は企業の社会貢献（CSR）が動機となるケースが多くを占め、クレジットに対する需要が広がらなかった要因にもなっていました。しかしながら、政府による2050年カーボンニュートラル宣言以降、経営戦略としてカーボンニュートラルを掲げ、SBTiやCDP等の国際的なイニシアチブに参加する国内企業は大幅に増加しました。

SBTに参加する日本企業の増加



(出典：環境省 HP「SBT 概要資料（2025年6月30日更新版）」
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/SBT_gaiyou_20250630.pdf)

ISSB（国際サステナビリティ基準審査会）及び SSBJ（サステナビリティ基準委員会）、TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）をベースとした証券市場における非財務情報の開示ルールも整備・強化されているため、排出削減、自然資本の整備、ネイチャーポジティブ、サーキュラーエコノミー等への貢献は、企業の長期戦略そのものとして重要になっており、森林クレジットの購入は、CSR 目的にとどまらず、そうした企業戦略の目標達成手段の一つとして位置付けられるようになってきました。特に森林吸収系クレジットは単なる排出量のオフセットにとどまらず、非炭素便益も含めた価値を訴求できるツールとして期待されます。

一方、クレジットを購入する企業にとっては、本来実施すべき排出削減の努力を行わずにクレジットを購入してオフセットを優先させている（カーボン・オフセットは気候変動問題の本質的な解決策ではない）、クレジット購入元のプロジェクトはクレジット制度の有無にかかわらず元々予定されていた活動であり、クレジットの購入が排出削減や吸収増加につながっていないといった観点で批判を受けるリスクに備えなければいけないことも事実です。クレジットの販売先の開拓に当たっては、こうした点にも留意しておく必要があります。

企業がカーボン・クレジットを購入するインセンティブとしては、スコープ3も含めた企業レベルでの排出量のオフセットが考えられますが、それ以外にも例えば商品レベルでの製造・加工・販売に伴うカーボンフットプリントを見える化し、それをカーボン・クレジットによりオフセットすることで、オフセット型商品（実質排出量ゼロの商品）としてプロモーションを行う場合などもあります。

2023年2月に閣議決定された「環境物品等の調達の推進に関する基本方針」（グリーン購入法に基づき、国等の期間が特に重点的に調達を推進する環境物品等の種類である特定調達品目及びその判断の基準等を定めたもの）においては、一部の品目（オフィス家具等、コピー機等3品目、LED照明器具、電球形LEDランプ、タイルカーペット、カーペット等）について、ライフサイクル全般にわたりカーボン・オフセットされた製品であることが配慮事項として位置付けられたところであり、グリーン購入法のカーボン・オフセットにおけるJ-クレジットの活用も期待されます。

2026年度から開始する排出量取引制度（GX-ETS）では、一定規模以上のCO₂の排出を行う事業者を対象に、毎年度、自らのCO₂の直接排出量を算定し、これと等量の排出枠の償却を行うことが義務付けられます。これに伴い、GX-ETSにおける制度対象事業者は、実排出量の10%を上限に、政府が運営するJ-クレジット・JCMの活用を認める（※J-クレジットの自家消費を含む）こととなっており（2026年3月現在）、J-クレジット更なる活用が見込まれます。

2. クレジットの取引価格

J-クレジットの販売戦略を考える上で、取引価格をどのように設定するかは重要なポイントです。もちろんクレジット創出側の視点に立てば高く販売できた方が収入の増大になるため望ましいのですが、需要家側のニーズとマッチしなければ販売できない（売れ残ってしまう）点にも留意が必要です。

これまで、J-クレジットの流通は相対取引が主であり、その取引量や価格が不透明な状態であるため、多様な種類からなるJ-クレジットの特性を踏まえた炭素価格として十分に機能していないという面がありました。そのため、クレジット創出プロジェクトの投資回収予見性や、クレジット需要家にとっての調達予見性が低くなり、かえってJ-クレジットの需要や供給の拡大の障害になっているという指摘もありました。こうした現状を踏まえ、多様なカーボン・クレジットの価格が公示される形で広く取引される市場の構築に向けて、取引の流動性をどのように高めるか、公示される価格が適切にシグナルとして働くか、多様なクレジットの付加情報も併せて流通するか、といった観点から検討することを目的に、2022年度に経済産業省によるカーボン・クレジットの市場取引に関する実証事業が東京証券取引所への委託により行われ、2023年10月には、東京証券取引所においてJ-クレジット及びJ-VERの市場取引を行うカーボン・クレジット市場が開設されました。市場開設後の取引量の実績は以下のとおりとなっています。

☞カーボン・クレジット市場については、参考「カーボン・クレジット取引市場の動向」を参照

カーボン・クレジット市場の取引実績
(2023年10月11日～2026年2月27日)

分類	平均単価 (円/トン-CO ₂)	取引量 (トン-CO ₂)
省エネルギー	2,916	355,114
再エネ（電力）	4,658	659,629
再エネ（木質バイオマス電力）	3,851	28,770
再エネ（熱）	3,747	29,337
森林（J-クレジット）	5,584	19,952
森林（J-VER 未移行）	5,300	762
農業（中干し）	4,352	120
合計	—	1,093,684

※カーボン・クレジット市場日報（<https://www.jpx.co.jp/equities/carbon-credit/daily/index.html>）より。

※合計には国内クレジット、国内クレジット（未移行）、その他も含む

また、地方自治体等では、J-クレジットの販売実績や希望販売価格をホームページ上で公表しているところもあります。

地方自治体等の森林吸収クレジット販売例（2023年5月時点調べ）

販売者	実績販売価格 (円/t-CO2)	希望販売価格 (税抜) (円/t-CO2)	販売者	実績販売価格 (円/t-CO2)	希望販売価格 (税抜) (円/t-CO2)
北海道	—	10,000～ 15,000	木曾町 (長野県)	—	15,000 (50t-CO2以上を一括購入の場合：13,500)
岩手県	—	15,000	喜多方市 (福島県)	—	10,000
山梨県	—	10,000	いの町 (高知県)	—	6,000
長野県	—	15,000	対馬市 (長崎県)	10,183 (2012年度～ 2022年度)	税込 10,000 以上
徳島県	—	10,000	久留米市 田主丸財産区 (福岡県)	5,923 (2012年度～ 2020年度)	10,000
宮崎県	—		三田農林 株式会社	—	14,000
石狩市 (北海道)	—	10,000	石川県	—	4,400
浦河町 (北海道)	—	10,000			
中標津町 (北海道)	11,084 (2014年4月～ 2021年12月)	10,000			

(出典：各自治体 HP 等の公表情報をもとに林野庁で独自に集約)

3. クレジットの移転・無効化

クレジットの販売後は、J-クレジット登録簿上で、移転又は代理無効化（口座を持たない販売先に代わって無効化を行うこと）の手続を行います。

※ 本来的には、クレジット購入者は自ら口座を開設した上で、クレジットの取引後は、創出者から購入者にクレジットを移転した上で、購入者自ら無効化（又は移転）をする必要があります。ただ、このためだけに購入者が口座開設することは、購入者の負担となる（＝クレジット購入のハードルにつながる）ことから、口座を持たない購入者に代わって、創出者が代理で無効化することが制度上認められています。

J-クレジットの移転・無効化後は、プロジェクトのCO₂削減分の環境価値は、移転先や代理無効化で無効化対象となった事業者に帰属します。そのため、プロジェクト実施者はその分の環境価値の主張ができなくなることに注意が必要です。また、創出したクレジットを他社に譲渡（売却）しない場合にも、自らの排出削減・除去・吸収量として主張するには、クレジットを自ら無効化する必要があります。

● プロジェクト実施者が主張できる内容：

（例 1）

当該事業は、J-クレジット制度に登録されたプロジェクトとして、地球温暖化対策に貢献しています。

（例 2）

当該事業は、J-クレジット制度に登録されたプロジェクトとして、〇年〇月～〇年〇月で約 XX トンのCO₂ 排出削減（又は吸収）クレジットの創出及びその譲渡・売却を通じ、地球温暖化対策に貢献しています。

● プロジェクト実施者が主張できない内容：

（例）当該事業によりCO₂を削減しています。

（実施要綱 3.2、実施規程 2.5、第7章）



移転、無効化

◆ 移転

J-クレジット登録簿上でJ-クレジットの所有者を変更すること

◆ 無効化

J-クレジット登録簿上でJ-クレジットを無効化口座に移転し、それ以降移転できない状態にすること。一般的にオフセットという場合、無効化することを指します。