

# 令和5年度 地域飲食店における 森林Jクレジットメニュー販売実証事業 結果報告

(地域飲食店×森林Jクレジットプロジェクトチーム)

令和6年2月

東北経済産業局

資源エネルギー環境部

カーボンニュートラル推進室

# 背景・目的

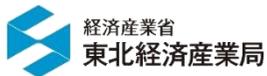
- ❖ J-クレジット制度は、省エネ・再エネ設備の導入や森林管理等による温室効果ガスの排出削減・吸収量をクレジットとして認証する制度であり、産業界等の省エネ・低炭素投資等を促進しカーボンニュートラルと経済を両立させる取組である。
- ❖ 令和5年10月に東京証券取引所が「カーボン・クレジット市場」を開設し、令和6年1月には累計売買高が10万トンを超えた (<https://www.jpx.co.jp/equities/carbon-credit/index.html>)。
- ❖ その中でも近年、吸収系クレジットである森林J-クレジット（以下「森林Jクレジット」という。）は、縁のある地域の森林Jクレを活用することで、特定の地域の森林保全に貢献したということを伝えることができるため、企業価値を向上させるカーボンオフセットの有効な手段として注目されている。
- ❖ 今回、地域におけるカーボンニュートラルのあり方を考えるにあたり、地域企業が森林Jクレジットを活用してCO2排出量をオフセットする取組について、調達価格分を負担せず価格転嫁が可能であるモデルを想定。そこで環境価値の価格転嫁に対する**消費者意識を調査**するため、仙台市内飲食店の協力のもと、**通常価格に森林Jクレジット価格分を上乗せする試験販売調査**を行った（令和5年11月の1ヶ月間実施）。
- ❖ 飲食店など地域企業の温室効果ガス排出量をオフセットするだけでなく、**環境配慮商品の領域における新しい価値創造となることを可視化し、「分かりやすく・参考としやすいカーボンニュートラルの事例」として横展開**することを目的に実施した。

# 体制と調査方法

- ❖ 本実証事業では、東北経済産業局・フードスタジアム東北・地域飲食店の**官民コンソーシアムを組成し実施**した。
- ❖ 各飲食店において森林Jクレ付加メニューを用意し、クレジットが付いているメニューと付いていないものを選択して購入可能にし、**飲食店が行う森林保全の取組に対する消費者行動を調査**。提供方法は特別メニューとして販売する方法や会計時に尋ねる等、全店舗共通ではなく**店舗ごとの特性に合わせ設定**した。
- ❖ 今回はあらかじめ秋田県東成瀬村から2t、宮城県登米市から1tずつ森林Jクレジットを購入し、活用した。

## 【体制】 官民コンソーシアムを組成

地域飲食店  
9店舗



局内における  
企画会議の様子



飲食店との  
打合せの様子

## 【調査方法】 提供方法は飲食店ごとに設定

- 通常価格 + α円で提供した例

<p>注文済 極トロレバー ¥590</p>	<p>《食べて森林保全》 極トロレバー ¥640</p>
--------------------------------	--------------------------------------

- お会計時やお通しの提供時に直接尋ねる例

**お会計金額に+10円のお支払いで  
東北の森林保全につながります**

ご協力いただける方は、会計時に合計金額+10円を頂戴します。  
(2品以上の注文でも、頂戴する金額は合計金額+10円で変わりません)

- 問い合わせに応じて店員から説明

森林保全に貢献できる「森林Jクレジット」の取組をしており、10円分の寄付をご協力いただけますか？… etc



<p>みちのくコース (東北の美味+地酒17種) 2H飲み放題付料理7品</p>	<p>仙台の旨いもの旨い酒を結集した仙台青葉コース★満足必須の食材を盛り込んだ料理の数々を、心行くまで…</p> <p>コース品数：7品/利用人数：2~40名 予約締切：来店日の前日23時まで</p> <p>クーポン利用で <b>5,000円</b> (税込)</p>
<p>森林Jクレジット寄付コース みちのくコース (東北の美味+地酒17種)</p>	<p>仙台の旨いもの旨い酒を結集した仙台青葉コース★満足必須の食材を盛り込んだ料理の数々を、心行くまで…</p> <p>コース品数：7品/利用人数：2~40名 予約締切：来店日の前日23時まで</p> <p>クーポン利用で <b>5,100円</b> (税込)</p>

# 実証結果

- ❖ 9店舗合計で、**寄付額は¥21,010**であり、**オフセット量は1.80 t/CO2(※)**となった。  
※購入価格から1t = ¥11,670で計算
- ❖ また、各店舗の電気・ガス使用量からの排出CO2量を算出。**1ヶ月の実証事業期間において、各店舗におけるCO2排出量を平均7.78%オフセットすることができた。**なお、一部店舗においては実施期間中数日間の開催とした。
- ❖ 本事業では複数のやり方で検証するため、全店舗統一の提供方法はとらず、実証事例は以下のとおり。

## 特別メニューを設置した店舗の事例

とある店舗の  
オフセット量

排出量の約7.34%をオフセット

ヒアリングの  
生声（抜粋）

- メニューでの選択肢は少ないほうがシンプルになり、理解を得られやすい。
- 通常メニュー+Jクレジット〇円より、販売価格の中にJクレジット価格をあらかじめ付加した“Jクレジット特別メニュー”の方が分かりやすい。
- 注文した人へのプレゼント（ステッカー等）など形に残るものがあると、参加した実感があってよりよい。

## 会計時にたずねた店舗の事例

とある店舗の  
オフセット量

排出量の約4.1%をオフセット

ヒアリングの  
生声（抜粋）

- 来店客数が多く、会計時の短い時間では説明が困難だった。一方で、説明できたお客さんは全員賛同いただいた。
- POPを見て声をかけてくる人はあまり多くなかった。常連の方から聞かれることの方が多かった。
- お客様に目の前で考えていただくハードルから「はい」と答える人もいたのではないかと。

# 飲食店へのヒアリング(抜粋)：環境価値の付加について

- ❖ 多くの方に許容されると分かった。注文時に森林Jクレ価格として30円値上げすることを説明しても拒む方はいなかった。むしろSDGsを語りながら飲食を楽しむお客様もいた。
- (局側見解)使い道を提示すれば、環境価値分が価格転嫁されていても消費者に許容される。
- ❖ 飲食店におけるSDGs関連取組は多くは聞かないが、他店の事例があるなど、分かりやすい方法があれば取り組みやすい。
- (局側見解)地域企業に対してカーボンニュートラルに資する取組手段を複数提示していくことが必要。
- ❖ メディアにもっと取り上げてもらい、予備情報を与えるべき。今回の1回だけでなく、継続するからこそ意味があるのでは？
- (局側見解)J-クレジット制度とその活用事例の周知は継続したい。創出する側と活用する側両面へのアプローチが必要。
- ❖ 食事を楽しみにしているお客様に、少しでも頭を使って考えさせるような時間を作ることは、プラスに捉えがたい(この店舗は実施をお断り)。
- (局側見解)これも当然の反応である。本実証事業では消費者意識の調査を目的としていたため、選択を促し考えてもらう提供方法としたが、実際に取り組む際は各店舗の特性に合わせた方法をとる必要がある。

# 実施飲食店へのヒアリング(抜粋)：現場でのオペレーションについて

- ❖ 森林Jクレの付加の有無を問う方法よりかは、予め付加し選択肢を排除した方が、シンプルで理解を得られやすいと感じた。
- ➔ (局側見解)特に繁忙な時間帯は丁寧な説明が難しい。環境価値付加の理解を得るためには現場レベルでのオペレーションが煩雑でないことも求められる。
- ❖ 寄付メニューの注文者でも、森林Jクレについて興味を持ったから寄付したという人はいなかったのではないかと。最初は説明の仕方が分からなかった。店員側もお客さん側も腹オチしていない状況だった。もっと森林Jクレ制度自体について周知が広まらないと、注文数は増えない。
- ❖ 店舗でも環境保全の重要性は理解していたものの、実際に活動はしていなかったため良い機会になった。一方で、手続きの煩雑さや営利企業から見たメリットが乏しい点が課題。環境問題に取り組んでいるという企業PRだけでは足りない。
- ➔ (局側見解)継続して森林Jクレジットを活用した取組をするには、現時点ではハードルの高さを感じている声が多く聞かれた。お客さんが環境価値分を価格に付加することを受け入れてくれるには、店舗側にとって負担のないオペレーションであり、かつ接客をするアルバイトまで周知が行き渡った状態となっている必要がある。

# まとめ

- ❖ 今回の実証事業では、飲食店へのヒアリングにおいて、説明を受けた消費者の多くが賛同したという声が聞かれた。使い道が提示されれば消費者は許容するという結果は、令和4年度の実証事業※と同様である。  
※令和4年度森林Jクレジット活用実証事業報告：[https://www.tohoku.meti.go.jp/s\\_shigen\\_ene/carbon/topics/pdf/231102\\_2.pdf](https://www.tohoku.meti.go.jp/s_shigen_ene/carbon/topics/pdf/231102_2.pdf)
- ❖ しかし飲食店における実際の現場レベルで、接客をするアルバイトまで周知が行き渡っており、負担のないオペレーションである状態とするには、現状ではJ-クレジット制度活用にハードルの高さを感じている。
- ❖ **このことから、消費者側は使い道が提示されれば環境価値の価格転嫁を受入れる準備がなされているといえるが、小規模事業者である飲食店側ではJ-クレジットの制度自体の説明の難しさ、手続き面といった部分での負担が、環境価値に取り組んでいるというPR効果やメリットに釣り合わない可能性がある。**
- ❖ 対消費者ではJクレジット制度自体の周知は必ずしも必要ではなく、「森林保全に役立ちます」の一言で済ませ、カーボンニュートラルに資する取組の一つとして森林Jクレ制度を地域企業側に使ってもらおうという程度に留めれば、現場での複雑な制度説明は不要になる。
- ❖ 一方で地域企業側が森林Jクレを活用するための事務手続は、**各県支援機関や地域商社的なとりまとめ役が処理することで解決できる**（今回も調達や無効化処理と行った事務手続は、事務局側で一括で処理）。
- ❖ 現場レベルでのオペレーションについては、実際の取組を通じた複数の事例提示が引き続き必要である。
- ❖ 結びに、御協力いただきました飲食店の皆様方におかれましては、心より感謝申し上げます。

# 地域飲食店×森林Jクレジットプロジェクトチーム（2024年2月時点）

## ○総務企画部

総務課 高橋 正悟

澤谷 織圭

会計課 櫻井 宙夢

## ○産業部

商業・流通サービス産業課 阿部 天音

消費経済課 福本 千紘

## ○資源エネルギー環境部

カーボンニュートラル推進室 三橋 みずき

エネルギー対策課 小関 岳人

佐々木 力

電源地域振興室 揚妻 勇大