

グリーン製品市場の創出に 向けたサプライチェーンにおける 脱炭素化支援事業のご案内

令和8年(2026年)5月

本資料の構成

カーボンフットプリント (CFP) とは
本事業の概要

本資料の構成

- カーボンフットプリント (CFP) とは
本事業の概要

カーボンフットプリント (CFP: Carbon Footprint of Product)¹は、製品の原材料調達から廃棄・リサイクルまでの温室効果ガス (GHG)²の総排出量

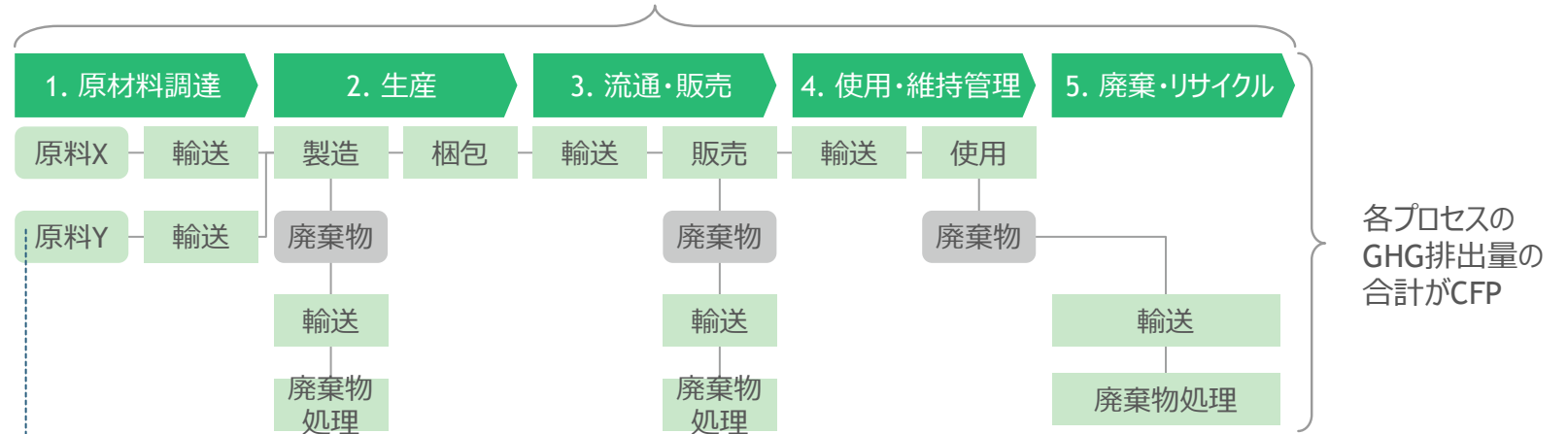
CFPとは何か

算定方法のイメージ



カーボンフットプリント (CFP)
(例) 12.5kg-CO₂e

ライフサイクル全体 (原材料調達から廃棄・リサイクルまで)を通したGHGを、CO₂排出量に換算した値



活動量

原材料の重量、製造における電力投入量等
(例) 原料Yの重量 2.5kg

できる限り自社のデータを入手する

排出係数

各プロセスの単位あたりGHG排出量
(例) 原料Y生産の排出係数 XXkgCO₂e/kg

二次データベースを用いる

プロセス	活動量	排出係数	GHG排出量
1. 原材料調達	原料X 1kg	0.5 kgCO ₂ e/kg	0.5 kgCO ₂ e
2. 生産	原料Y 2.5kg	5.0 kgCO ₂ e/kg	12.5 kgCO ₂ e
3. 流通・販売	輸送 100km	0.1 kgCO ₂ e/100km	0.1 kgCO ₂ e
4. 使用・維持管理	使用 1000h	0.01 kgCO ₂ e/h	0.01 kgCO ₂ e
5. 廃棄・リサイクル	廃棄物処理 100kg	0.01 kgCO ₂ e/kg	0.01 kgCO ₂ e
合計			12.5 kgCO₂e

実際の算定では、表計算ソフトを用いる

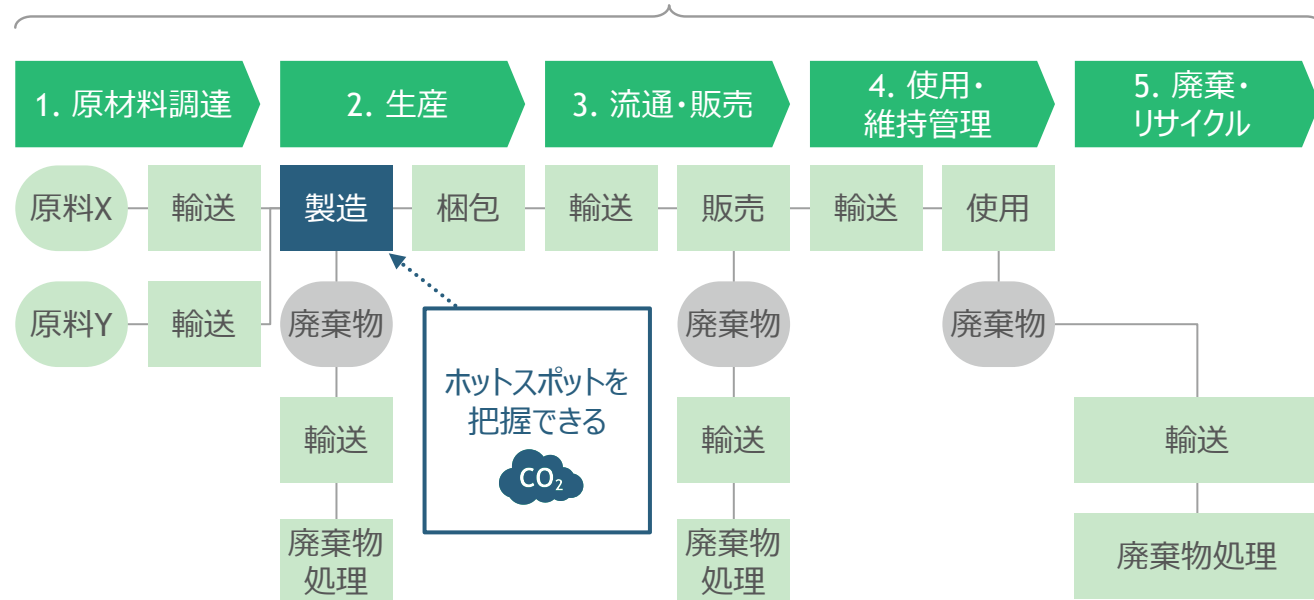
1. 製品・サービスの原材料調達から廃棄、リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通した温室効果ガス排出量を、CO₂排出量として換算した値のこと
2. Greenhouse Gasの略称。二酸化炭素 (CO₂) やメタン (CH₄)、一酸化二窒素 (N₂O)、フロンガス等が該当する

Source: カーボンフットプリントガイドライン(別冊)CFP 実践ガイド (経済産業省・環境省) <https://www.env.go.jp/content/000136177.pdf>; グリーン・バリューチェーン・プラットフォーム(環境省・経済産業省・農林水産省) https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/cfp_calculation.html

CFPはサプライチェーンにおける排出量の見える化、ホットスポットの把握を可能とするため 効率的に削減策を進める上で重要

なぜ、いまCFPが必要なのか (GHG排出量削減)

製品のライフサイクルの各項目に対する排出量を算定し、合計してCFPを算定
||
製品毎のGHG排出量を包括的かつ詳細に把握可能



“ CFPを算定したことで、排出量の多い段階を把握できた。それにより効率的な削減策の検討や実行が可能となった

“ CFP算定結果をサプライヤーに共有することで、製造段階における削減の重要性を認識してもらえた。そのおかげで、サプライヤーと協力してGHG削減ができています

CFP算定・表示をしている企業



CFPを通じて脱炭素に取り組む姿勢を、顧客・消費者に対して示すことができる

なぜ、いまCFPが必要なのか (脱炭素価値訴求)

B2B企業

中間製品のCFPを算定し、顧客に脱炭素価値を示す



顧客

顧客が、自社のScope3削減に向けて、CFPが小さい製品を調達する

B2C企業

完成品のCFPを算定し、消費者に脱炭素価値を示す



消費者

サステナビリティに配慮したい消費者が、CFPを算定した製品を購入する
また、CFPを活用する企業姿勢に好感を抱く

- “ 調達先にCFPを提供して、選定の材料として活用してもらっている
- “ 顧客から「GHG排出量が減るのが数値でわかるので便利」と言われた
- “ 顧客から「業界の中でも進んでいる企業」と評価してもらえた

CFP算定・表示をしている企業



日本でも多くの企業がCFPを活用して脱炭素に取り組む姿勢を表現している

なぜ、いまCFPが必要なのか-参考事例

企業名/CFP算定対象

株式会社ユナイテッドアローズ カットソー

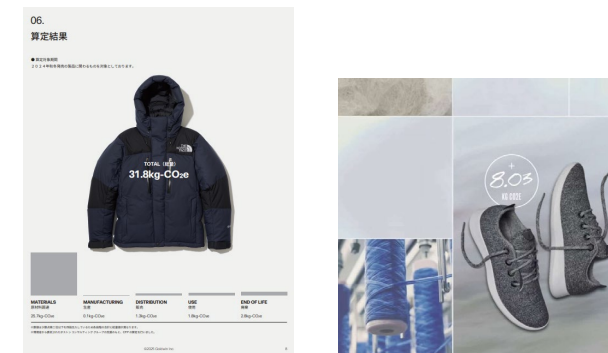


ミニストップ株式会社 ソフトクリーム、食べるスプーン、プラスチックスプーン



※2025年3月時点の算定数値

株式会社ゴールドウイン/ ジャケット (ノースフェイス)、スニーカー (Allbirds)



株式会社 I - n e シャンプー



SAGA COLLECTIVE 海苔、醤油、家具等



株式会社アシックス/ ランニングシューズ



株式会社コーセー/ 化粧水



チヨダ物産株式会社 革靴



佐川急便株式会社 飛脚宅配便



Source: CFP実践ガイド; カーボンフットプリントの表示等の在り方検討会 アシックス CFP表示の取組について (株式会社アシックス); カーボンフットプリント実践ガイド; ゴールドウイン Website; Allbirds 2023年版サステナビリティレポート; I - n eカーボンフットプリント算定報告書; コーセー 雪肌精 クリアウエルネス ピュア コンク SS カーボンフットプリント算定報告書; 【佐川急便】飛脚宅配便1個あたりのカーボンフットプリントを算定; SAGA COLLECTIVE協同組合 概要資料;

企業の取組みを支援するため、政府によるCFPのガイドライン等の整備も着々と進んでいる なぜ、いまCFPが必要なのか (政府発行CFP関連ガイドライン)

CFP算定や表示、ルール策定の実務向け

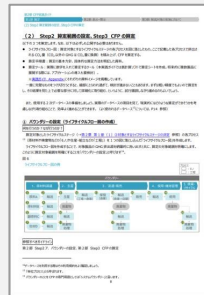
CFPガイドライン 経済産業省・環境省

算定・検証の要件
を記載



実践ガイド 経済産業省・環境省

実務者向けにCFP
の算定・表示等の
仕方を解説



CFP表示ガイド 環境省

CFPの表示で求められることを解説



CFP共通ルール策定ガイド 環境省

CFPの算定・表示に関する共通
ルールの作り方・手順を解説



初心者や人材育成向け

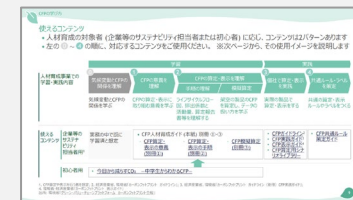
CFP入門ガイド 環境省

初心者向けに、CFPの算定や表示
の仕方を解説



CFP人材育成ガイド 環境省

企業・自治体向けに、CFPの活用
人材の育成方法を解説



今日から減らすCO₂ — 中学生からわかるCFP — 環境省

若年層向けに、CFPの重要性、
算定や削減方法を解説



グリーン・バリューチェーン・ プラットフォーム 環境省

CFP関連のガイド類が
掲載されている



Source:CFPガイドライン(20230526_3.pdf), CFP実践ガイド(20230526_4.pdf), CFP表示ガイド(CFP_hyoji_guide.pdf), CFP共通ルール策定ガイド(CFP_rulemaking_guide.pdf), CFP入門ガイド(CFP_nyumon_guide.pdf), CFP人材育成ガイド(CFP_jinzai_guide.pdf), 今日から減らすCO₂(CFP_chugakusei_guide.pdf)

政府で脱炭素製品制度について検討が進められており、グリーン製品への関心や機運が高まっている

グリーン製品に関連する政府の検討会 (令和7年度、令和8年度)

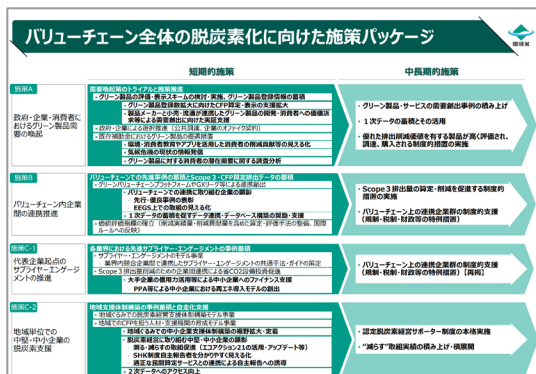
概要



グリーン製品の需要創出等によるバリューチェーン全体の脱炭素化に向けた検討会

グリーン製品の需要創出に向けた施策の方向性を示した

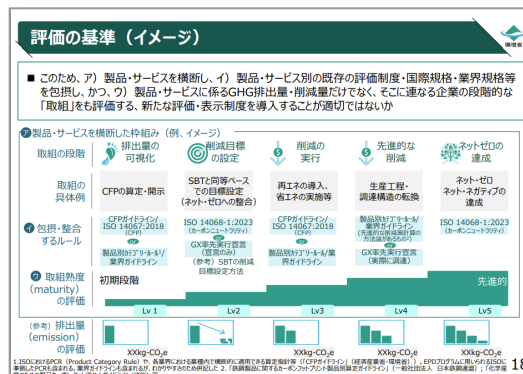
- グリーン製品需要の喚起
- バリューチェーン内企業間の連携推進
- サプライヤー・エンゲージメントの推進
- 中堅・中小企業の脱炭素支援



脱炭素製品等の需要喚起に向けた検討会

脱炭素製品需要喚起のための仕組み・制度の方向性を議論した

- 評価の対象、基準



令和8年度は新たな評価・表示制度の詳細を議論予定

- 各取組熟度の設定
- 対象の詳細要件
- 既存制度との連携等

次年度の検討の方向性

5 次年度の検討の方向性

以上を踏まえ、次年度の検討においては、**制度設計の詳細等**について、さらに検討を深めていくことがどうか

制度設計の詳細: 新たな評価・表示制度の評価基準、周辺施策との連携のあり方

- 各取組熟度の設定 (例: 排出量の可視化, 削減目標の設定, 削減の実行, ネットゼロの達成)
- 対象となる製品・サービスの詳細要件 (例: GX先行投資の対象素材をどのようにするか)
- 既存の評価制度・ラベル制度との連携 (例: どのような業界規格を、本制度にカウントするか)
- 各周辺施策における、新たな評価・表示制度の具体活用法 ...

時期 令和7年5月-7月

令和7年12月-令和8年2月



Source: 環境省 グリーン製品の需要創出等によるバリューチェーン全体の脱炭素化に向けた検討会; 環境省 脱炭素製品等の需要喚起に向けた検討会

政府では脱炭素製品制度について本年度も継続検討が行われる予定

令和7年度脱炭素製品等の需要喚起に向けた検討会

評価対象の考え方（全体像）

- 脱炭素に資する製品等の需要を喚起することでサプライチェーン全体での脱炭素化を推進するという目的に照らし、評価の対象とする製品・サービスとしては、いわゆる「最終製品」を主眼とする
- 一方、「最終製品」の定義は相対的で、正確な範囲確定は難しいことから、その他の製品・サービスでの活用も妨げないものとする

製品・サービスのスコープ	本検討における対応方針
製品・サービス (最終財 + 中間財)	脱炭素製品・サービスのスコープ 脱炭素に資する製品・サービス全体を広く対象に含め、定義上は最終財/中間財の間に特段のしきいを設けない
製品・サービス (最終財)	脱炭素製品・サービスの制度設計の対象 制度設計は、消費者・需要家に価値が届く最終財を念頭に設計する ・ 中間財の取組（GXリーグ等）は、素材等を採用している最終財を評価することで接続させる
・供給側で投資/取組が進展している製品等 ・算定手法の下地が整っている素材を用いた製品等	制度導入において優先的に推進すべき対象 供給側の取組が先行している製品等

21

評価の基準（イメージ）

- このため、ア) 製品・サービスを横断し、イ) 製品・サービス別の既存の評価制度・国際規格・業界規格等を包摂し、かつ、ウ) 製品・サービスに係るGHG排出量・削減量だけでなく、そこに連なる企業の段階的な「取組」をも評価する、新たな評価・表示制度を導入することが適切ではないか

取組の段階	排出量の可視化	削減目標の設定	削減の実行	先進的な削減	ネットゼロの達成
取組の具体例	CFPの算定・開示	SBTと同等ベースでの目標設定（ネット・ゼロへの整合）	再エネの導入、省エネの実施等	生産工程・調達構造の転換	ネット・ゼロ ネット・ネガティブの達成
包摂・整合するルール	CFPガイドライン/ ISO 14067:2018 (CFP) or 製品別カーボンのルール/ 業界ガイドライン	ISO 14068-1:2023 (カーボンニュートリティ) or GX率先実行宣言 (宣言のみ) (参考) SBTの削減 目標設定方法	CFPガイドライン/ ISO 14067:2018 (CFP) or 製品別カーボンのルール/ 業界ガイドライン	製品別カーボンのルール/ 業界ガイドライン (先進的な削減策計算の 方法論があるもの) or GX率先実行宣言 (実際に調達)	ISO 14068-1:2023 (カーボンニュートリティ)
取組熟度 (maturity) の評価	初期段階				先進的
(参考) 排出量 (emission) の評価	XXkg-CO ₂ e		XXkg-CO ₂ e	XXkg-CO ₂ e	XXkg-CO ₂ e

1. ISOにおけるPCR (Product Category Rule) や、各業界における業種内で横断的に適用できる算定指針等 (「CFPガイドライン」(経済産業省・環境省))、EPDプログラムに用いられるISOに準拠したPCRも含まれる。業界ガイドラインも含まれるが、わかりやすさのため併記した。2. 「鉄鋼製品に関するカーボンフットプリント製品別算定ガイドライン」(一般社団法人 日本鉄鋼連盟)；「化学産業のための製品カーボンフットプリントガイドライン」(TFS) 等

18

本資料の構成

カーボンフットプリント (CFP) とは

➤ 本事業の概要

グリーン製品の開発・生産を目指す企業に対してCFP算定、削減策の検討、ブランディングの伴走支援、加えて、助成金の申請に対して助言をする¹

事業概要

背景と目的

東京都が掲げる「ゼロエミッション東京戦略 Beyond カーボンハーフ」を実現するには、サプライチェーン全体で脱炭素に取り組むことが必要

本事業では都内の企業の製品のライフサイクルを通じたGHG排出量を“見える化”し、効果的な削減方法を検討・実行していくことを目指す

さらに、グリーン製品のブランディングにも取り組むことで、消費者の購買におけるグリーン製品の選択を促進し、グリーン製品市場を創出する

1. 事務局が助成金の申請書作成を代行するものではない

事業の主な実施内容



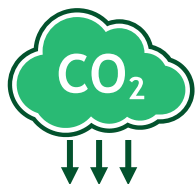
取組について報告・発信を行う

- 東京都ウェブサイトで製品や本事業での取組みを発信
- 中間報告、最終報告(事業者向けと消費者向け)を実施

サプライチェーン上の企業グループ、及び中堅/中小企業やスタートアップの単独での 取組みが伴走支援の対象

事業の対象製品と申請パターン

対象製品



GHG削減を目指す製品

- 今後GHG削減に取り組むことが明確になっているもの
- 現在のGHG排出量は問わない



申請パターン¹

サプライチェーン上の
企業グループ (最大6社) で申請



2グループ

or

企業が**単独**で申請



3社

対象の企業区分 事業所に関する条件

- 大企業
 - 中堅企業
 - 中小企業
 - スタートアップ
- リーダー企業は、東京都に本社があること
 - 過半数が東京都に事業所を有すること
 - 東京都に事業所を持たない企業は、国内に本社があること
 - 東京都に本社があること

1. 本資料では伴走支援に関する条件を記載。助成金の支給条件は東京都環境公社のグリーン製品市場の創出に向けたサプライチェーンにおける脱炭素化支援事業に関する要綱等に記載

1年半をかけてグリーン製品のCFP算定、削減策の検討・実行、PR戦略立案を事務局が伴走支援する

事業の具体的な内容と事務局と参加企業の役割

	CFP算定 	削減策の検討・実行 	ブランディング・PR戦略の検討・実行 
事業内容	各グループ、各社の既存製品のCFPを算定し、排出量が多い箇所(ホットスポット)を把握	CFPの算定結果を踏まえて、削減施策を計画し、グリーン製品を開発・生産	グリーンウォッシュを避けつつ、消費者や取引先に刺さるブランディング・PRを検討・実行
事務局の実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ライフサイクルフロー図のたたき台を提供し、算定対象を整理 算定ツールのたたき台を提供し、データ入手可否をヒアリング 入手したデータを用いてCFP算定 	<ul style="list-style-type: none"> CFP算定結果を元にした、削減策案・推定削減量の提供 グリーン製品の開発・生産の進捗管理 助成金申請に関する助言 	<ul style="list-style-type: none"> 誰に、何を、どのように訴求するかを明確化するワークショップの提供 議論を通じて、ブランド価値規定シートの作成支援 助成金申請に関する助言
参加企業の役割	<ul style="list-style-type: none"> CFP算定に必要な情報の整理、データの入手 <ul style="list-style-type: none"> 関係先と調整し、入手可能な範囲で対応いただく 	<ul style="list-style-type: none"> 実施している削減策の整理、今後の削減策の計画 策定した計画をもとに、グリーン製品の開発・生産の準備・実行 削減に関連する助成金の申請 	<ul style="list-style-type: none"> 商品のグリーン価値の訴求に向けたブランディングやPR案の検討・社内調整・実行 ブランディング・PRに関連する助成金の申請

事務局が算定に必要なフロー図やツールのたたき台を提供。採択企業が入手したデータをもとに事務局がCFPを算定する¹

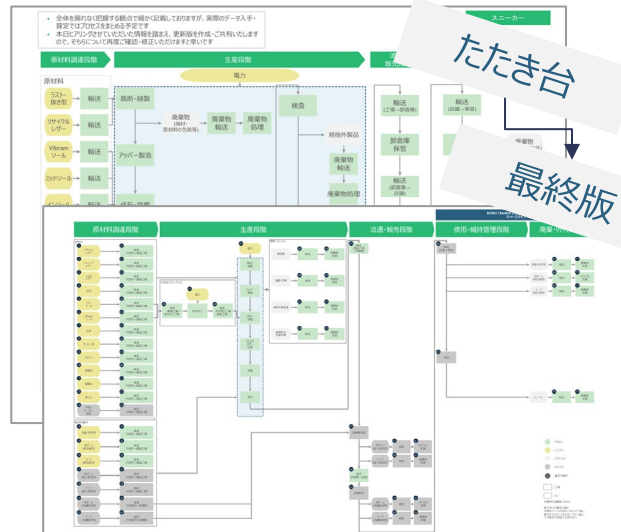
CFP算定の支援イメージ

CFP算定



① ライフサイクルフロー図の作成

- 事務局がライフサイクルフロー図のたたき台をご提示
- 参加者にご意見をいただき、事務局がライフサイクルフロー図を作成
- 算定対象を明確化



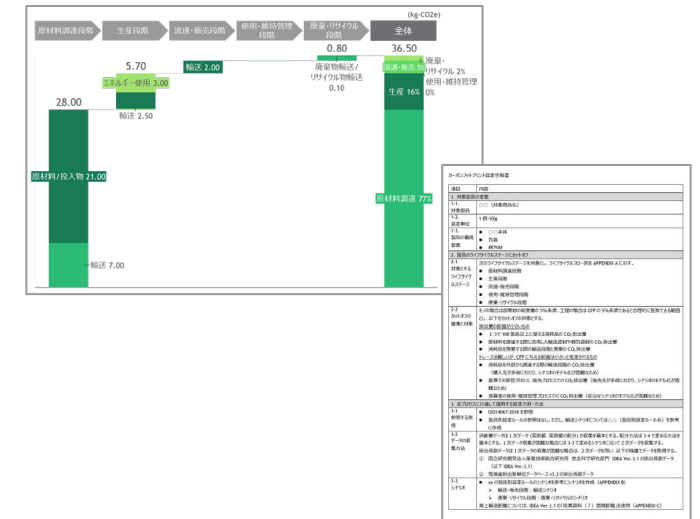
② データの入手・CFPの算定

- 事務局がプロセス、排出係数入力済の算定ツールのたたき台をご提示
- 参加者と入手可能な活動量をご相談
- 各社が入手した活動量を事務局が入力してCFPを算定

プロセス	活動量	排出係数	GHG量
1. 原材料調達段階			
プロセス × 活動量 × 排出係数 = GHG排出量			
プロセス			
番号	名称	質量 (kg)	割合
①	原材料Aの生産	XXX	0.0%
②	原材料Bの生産	XXX	0.0%
③	原材料Cの生産 (カットオフ)	XXX	0.0%
④	原材料Dの生産	XXX	0.0%
合計質量 0.00			
排出係数			
番号	名称	質量 (kg)	割合
①	原材料Aの生産	XXX	0.0%
②	原材料Bの生産	XXX	0.0%
③	原材料Cの生産	XXX	0.0%
④	原材料Dの生産	XXX	0.0%
合計質量 0.00			
GHG排出量			
番号	名称	質量 (kg)	割合
①	原材料Aの生産	XXX	0.0%
②	原材料Bの生産	XXX	0.0%
③	原材料Cの生産	XXX	0.0%
④	原材料Dの生産	XXX	0.0%
合計質量 0.00			

③ 算定結果のグラフ化

- 事務局が算定結果をグラフ化ご提供
- 他製品でもCFP算定ができるように、手順を示した算定手順書もご提供



1. 本資料はイメージ共有を目的としており、架空の情報にて作成しています。



CFP算定結果をもとに、削減施策・計画策定を支援。計画を基に、各社で削減施策を実行する¹

GHG削減策の検討・実行の支援イメージ

GHG削減策の検討・実行



1 削減策の検討

- 参加者より既存の削減施策をご教示
- 排出量が多いプロセスに関し、事務局から削減策と推定削減量をご提示
- 参加者より実現可能性へのご意見をいただき、優先順位を検討

2 削減計画の策定

- 優先順位に基づき、事務局が削減施策のロードマップ案を策定
- 参加者にご確認いただき、ロードマップを最終化

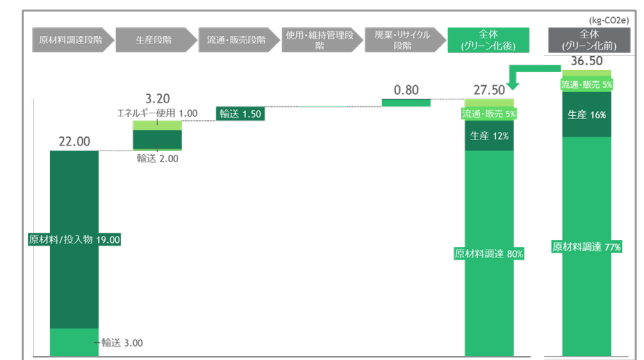
3 削減策の実行

- 各社にて、グリーン製品の開発・生産を実行
 - 都の助成金も活用可能
- 事務局は進捗管理をサポート

削減	プロセス	削減量に占める割合	削減施策	実施方針	実現可能性	CFPへの削減率				削減の考え方
						CFPへの削減率(削減率)	CFPへの削減率(削減率)	削減率	削減率	
原材料調達	材料A	22%	低炭素素材の変更	ア	①	XX	XX	XX	XX	XX
			部品の軽量化	ア	②	XX	XX	XX	XX	XX
原材料調達	材料B	18%	低炭素素材の変更	ア	①	XX	XX	XX	XX	XX
			部品の軽量化	ア	②	XX	XX	XX	XX	XX
生産	電力(生産段階全体)	13%	生産設備の再工業化	ウ	③	XX	XX	XX	XX	XX
			生産設備の再工業化	ウ	④	XX	XX	XX	XX	XX
流通・販売	輸送(前倉庫→店舗)	6%	輸送車両の再工業化	ウ	⑤	XX	XX	XX	XX	XX
			輸送車両の再工業化	ウ	⑥	XX	XX	XX	XX	XX



助成金申請では伴走支援で作成した算定結果が活用できる²



1. 本資料はイメージ共有を目的としており、架空の情報にて作成しています
2. 助成金の申請書作成を代行するものではありません

ワークショップを通じてグリーン製品のブランディング・PR戦略の立案を支援。戦略をもとに、各社にてブランディング・PRを実行¹

ブランディング・PR戦略の検討・実行の支援イメージ

ブランディング・PR戦略の検討・実行

1 ブランディング・PR戦略の立案

- 事務局が、顧客起点のブランディング方針検討のワークショップを提供
 - ワークシートを用いて、誰に/何を/どのように示していくかを議論
 - ブランディング・PRの実務に活かせるブランド価値規定シートを作成

2 ブランディング・PRの実行

- ブランド価値規定シートに基づき、各社にてブランディング・PRを実行
 - 都の助成金も活用可能
- 事務局は進捗管理をサポート

ブランディングの方針検討用のフレームワーク

WHY-WHERE-WHO-WHAT-HOWのフレームワークを用いた検討プロセス。①-④の順に検討する。① WHY (なぜ、この商品、世界で何を解), ② WHO (誰のどんなイン), ③ WHAT (どんな便益の、RTB (Reason), 伝える方法、どのよう?), ④ HOW (便益をどのよう、どのようにした)。

ブランド価値規定シートは、ブランドがなぜ存在する価値があるのかという基礎であり、もしそのブランドがないと、世界は何を失ってしまったのかという問いの存在意義。全てのマーケティング活動が最終的にこの問いに回答する。

ブランドバース	市場/競合	ターゲット	提供価値
そのブランドがなぜ存在する価値があるのかという基礎であり、もしそのブランドがないと、世界は何を失ってしまったのかという問いの存在意義。全てのマーケティング活動が最終的にこの問いに回答する。	国 製品カテゴリー市場 シェアを測ることができる市場	ブランドターゲット ブランドの投資対象となる消費者グループで、ブランドが提供するベネフィットに魅力を感じる消費者	エンドベネフィット 消費者が求める対象となる便益(間接的にも良い変化)
	ベネフィット市場 ブランドが提供するベネフィットが共通する市場	ターゲットインサイト 日常的には意識していないが、提示されるとすぐに理解でき、伝達のようにそのベネフィットが自分にとって必要で魅力的だと感じる存在意識	POD-POP PODは差別化要素 POPは最低限必要な要素

ブランドの主な接点
ブランドがメッセージを伝えるのに活用する主なメディアやイベントなどの活動

ワークショップ資料

ワークショップのアジェンダ

- 第一回: WHY 「製品Aは、世界で何を解決する商品か? 顧客起点で本質的価値を定義すると?」
- 第二回: WHO 「その価値は、誰のどんな瞬間にももたらされるか? To B-To Cそれぞれのターゲットは誰か、どんなニーズが?」
- 第三回: WHAT 「ターゲットが求めていることに即した、製品POP (Point of Parity) 最低限必要な便益、POD (Point of Differentiation) 差別化要素を定義する?」
- 第四回: How 「どのようにその強みを伝えるのが効果的か? 例) 展示会? PoP-Up?」

A社様がユーザーとその先に作り出したい変化は…

ユーザーひとりひとりに与える価値	ユーザーを取り巻くコミュニティに与える価値	地域や社会に与える価値	環境や地球に与える価値
FROM	FROM	FROM	FROM
TO	TO	TO	TO

1. 本資料はイメージ共有を目的としており、架空の情報にて作成しています。

算定に用いるデータは秘匿性を担保するため、不安なく取り組むことができる

データの取り扱い

単独・企業グループでの取組み

企業グループでの取組み

懸念例

排出係数DBを持っていない

算定に用いたデータは公開したくない

活動量データとコストデータは紙一重、顧客に提供したくない

対応策



算定・データ共有に必要なデータベースを参画企業にご提供



CFPの算定結果のみを公表するため、秘匿性が保たれる



事務局がデータ共有の間に入ることで、データ秘匿性を担保

IDEA (日本の有料排出係数データベース) を事務局から提供

- 原材料やプロセスごとの排出量がわかり、**効果的な削減施策検討に有効**
- ただし、単独企業、企業グループごとに付与するライセンス数には規定あり

算定を行う事務局のみにデータを提供いただき、事務局にて算定

- 企業グループでの取組の場合には必要に応じて、データを企業間で共有 (詳しくは右記)

削減につながるポイントを踏まえ、全てを共有/非共有ではなく、**必要な部分の共有をご提案**

企業グループ A社

部材aの活動量・排出係数共に弊社に提供して算定


事務局

部材aのCFPのみを提供

企業グループ B社

削減策の実行やグリーン製品のブランディング・PRに用いることが可能な助成金が用意されている

助成金の概要

		対象と要件
対象	企業	本事業に参加した中堅企業、中小企業、スタートアップ ただし 東京都に本社や事業所を持つ企業に限る
	取組み	グリーン製品に関する取組み  <ul style="list-style-type: none">試作開発や試験評価販売に向けたPR事業化に向けた生産・量産ブランディング
要件		<ul style="list-style-type: none">試作開発や試験評価に必ず取り組むことハンズオン支援で策定したGHG削減計画に基づき事業を実施すること製品開発の前後でCFPを算定し、従来品よりもGHG削減効果の高いグリーン製品を開発することグリーン製品を助成対象期間内に開発し、最終成果物として試作品、または完成品等を会社に報告すること事業の実施場所が日本国内であること

事務局が助成金の申請書作成に対して助言²

助成金を支給

- 中堅企業:
取組みに係る経費の1/2又は5,000万円のいずれか低い金額
- 中小企業・スタートアップ:
取組みに係る経費の2/3又は5,000万円のいずれか低い金額

詳細は下記サイトを参照
[東京都環境公社HP¹](#)



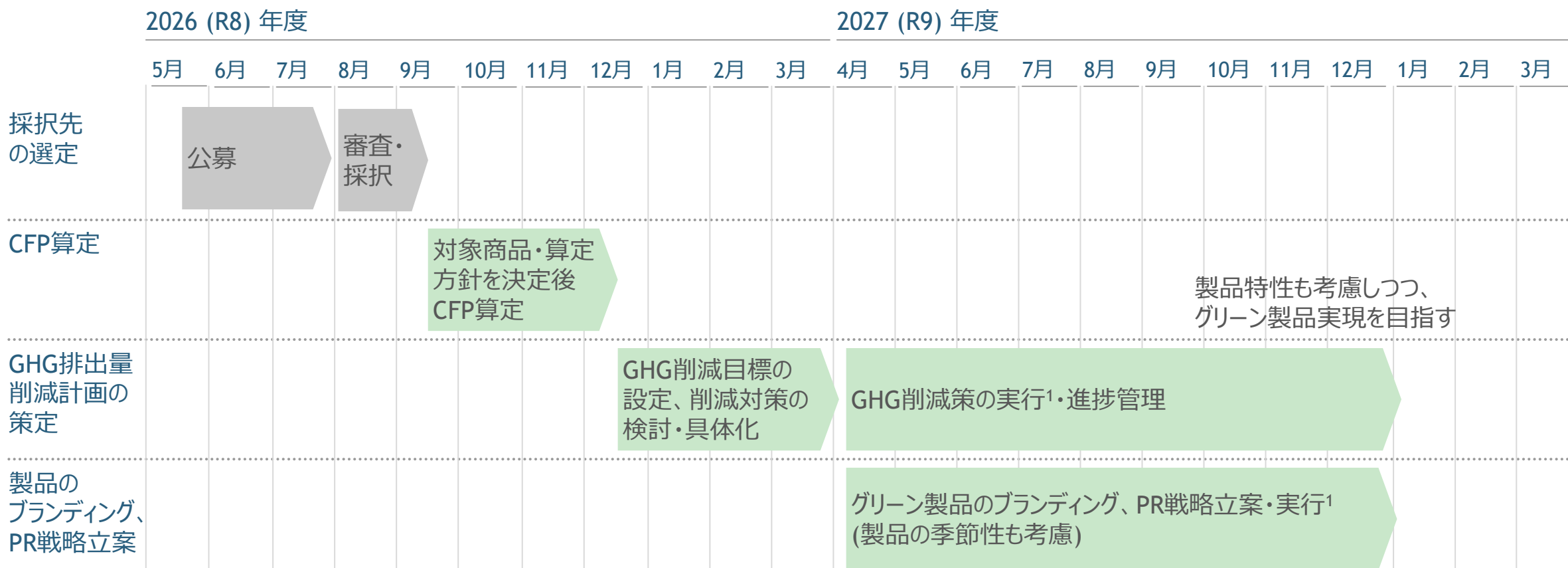
1. (公財) 東京都環境公社 (クール・ネット東京) ウェブサイト <https://www.tokyo-co2down.jp/subsidy/green-supply>

2. 事務局が助成金の申請書作成を代行するものではない

採択決定後、速やかに伴走支援を開始。年内のCFP算定、年明けの排出量削減計画策定、 来年度のGHG削減の実行、グリーン製品のブランディング・PRを目指す

事業の全体スケジュールの予定 (参加企業と相談の上、最終決定する)

■ :東京都と事務局が協議して実施 ■ :事業として実施



1. 実行は主に採択企業が行い、事務局は進捗の管理を行う

本事業に関する お問い合わせ先

伴走支援に関するお問合せ

ボストン・コンサルティング・グループ合同会社
(東京都から事業委託)

E-mail: TokyoCFP@bcg.com

助成金に関するお問合せ

公益財団法人東京都環境公社
東京都地球温暖化防止活動推進センター
事業支援チーム

電話：03-5990-5088

E-mail: green-supply@tokyokankyo.jp

Disclaimer

The services and materials provided by Boston Consulting Group (BCG) are subject to BCG's Standard Terms (a copy of which is available upon request) or such other agreement as may have been previously executed by BCG. BCG does not provide legal, accounting, or tax advice. The Client is responsible for obtaining independent advice concerning these matters. This advice may affect the guidance given by BCG. Further, BCG has made no undertaking to update these materials after the date hereof, notwithstanding that such information may become outdated or inaccurate.

The materials contained in this presentation are designed for the sole use by the board of directors or senior management of the Client and solely for the limited purposes described in the presentation. The materials shall not be copied or given to any person or entity other than the Client ("Third Party") without the prior written consent of BCG. These materials serve only as the focus for discussion; they are incomplete without the accompanying oral commentary and may not be relied on as a stand-alone document. Further, Third Parties may not, and it is unreasonable for any Third Party to, rely on these materials for any purpose whatsoever. To the fullest extent permitted by law (and except to the extent otherwise agreed in a signed writing by BCG), BCG shall have no liability whatsoever to any Third Party, and any Third Party hereby waives any rights and claims it may have at any time against BCG with regard to the services, this presentation, or other materials, including the accuracy or completeness thereof. Receipt and review of this document shall be deemed agreement with and consideration for the foregoing.

BCG does not provide fairness opinions or valuations of market transactions, and these materials should not be relied on or construed as such. Further, the financial evaluations, projected market and financial information, and conclusions contained in these materials are based upon standard valuation methodologies, are not definitive forecasts, and are not guaranteed by BCG. BCG has used public and/or confidential data and assumptions provided to BCG by the Client. BCG has not independently verified the data and assumptions used in these analyses. Changes in the underlying data or operating assumptions will clearly impact the analyses and conclusions.



bcg.com