

# 道有林における森林由来クレジットの販売方針の概要

## 第1 趣旨

### 【国内外の動き】

海外	○ 気候変動の影響が顕在化 ○ 「脱炭素化」の動きが加速化
国内	○ 2050年カーボン・ニュートラルの実現 ○ 森林由来クレジットの創出拡大を図る方針
道内	○ ゼロカーボン北海道の表明 ○ 森林吸収量の確保に向けた対策の充実・強化

### 【取組趣旨】

国の「J-クレジット制度」を活用し、道有林において、森林由来クレジットの大規模創出と、販売収入を森林整備等に活用する取組を先導的に実施

## 第2 道有林で森林由来クレジットを創出・販売する目的

### (1) 本道の森林整備の推進と林業・木材産業の振興

- 道自らがクレジットの創出・販売に率先して取り組み、成果やノウハウを一般民有林に普及することにより、森林整備の推進と林業・木材産業の振興を図り、百年先を見据えた森林づくりを推進

### (2) ゼロカーボン社会の実現への貢献

- クレジットを大規模かつ安定的に供給・販売し、全国の森林由来クレジット取引を牽引するとともに、道内外のオフセット需要に応え、ゼロカーボン北海道やカーボンニュートラルの実現に貢献

## 第3 販売にあたっての基本的な考え方

### (1) 購入者が本道の森林づくりに貢献していることが実感できる「見える化」

- 販売収入が本道の森林整備につながる道筋を購入企業等と共有し、効果的なPRにより企業等の価値向上を後押し

### (2) 本道の優位性や強みを活かしたイメージ戦略の展開

- 本道の森林・林業・木材産業の優位性を前面に押し出し、クレジットの付加価値を高める
- 道の林務関連施策と連動した効果的なPR手法の導入

### (3) 戦略的な販売の確立に向けた多様な手法の導入

- 需要者のニーズに対応できる多様な販売手法を導入・検証し、その後の取組に反映

## 第4 具体的な対応方向

### (1) 購入企業等との取組の共有

- 企業等の購入目的や用途の意向などを把握しながら、森林整備等の施策に活用し、森林に還元するメニューを明示するとともに、取組の成果を購入者と共有

### (2) イメージ戦略による効果的な販売

- 「豊かな自然」などの森林イメージと、クレジットを安定供給できる特徴を発信し、選択的購入を促す
- 「HOKKAIDO WOOD」など、林務施策と連携しながら、幅広い分野の企業等に周知・販売

### (3) 具体的な販売方法

#### ① 販売手法の設定

- 相対取引をはじめ、入札や長期の協定販売、市場取引など、多様な販売手法を導入
- 道内需要者や、長期・安定購入を希望する企業向けに販売枠を設定し、購入しやすい仕組みを導入

#### ② 販売価格の設定

- 市場価格の動向や、道有林のクレジット販売状況、道有林が持つ付加価値などを勘案
- 販売方法や販売量に応じて設定
- 市場の取引状況等に応じて適宜見直す