天山

SAGA COLLECTIVEとは

- 佐賀県の伝統産業10種のメーカー11社からなる協同組合。

（諸富家具）
レグナテック

（醤油・味噌）
丸秀醤油

（佐賀海苔）
三福海苔

（うれしの茶）
小野原製茶問屋

（ゆず製品）
川原食品

（日本酒）
天山酒造

（うれしの茶）
徳永製茶

（和紙）
名尾手すき和紙

（有田焼）
李荘窯業所

（神埼そうめん）
井上製麺

（鍋島緞通）
吉島伸一鍋島緞通

（賛助会員）
旅館あけぼの

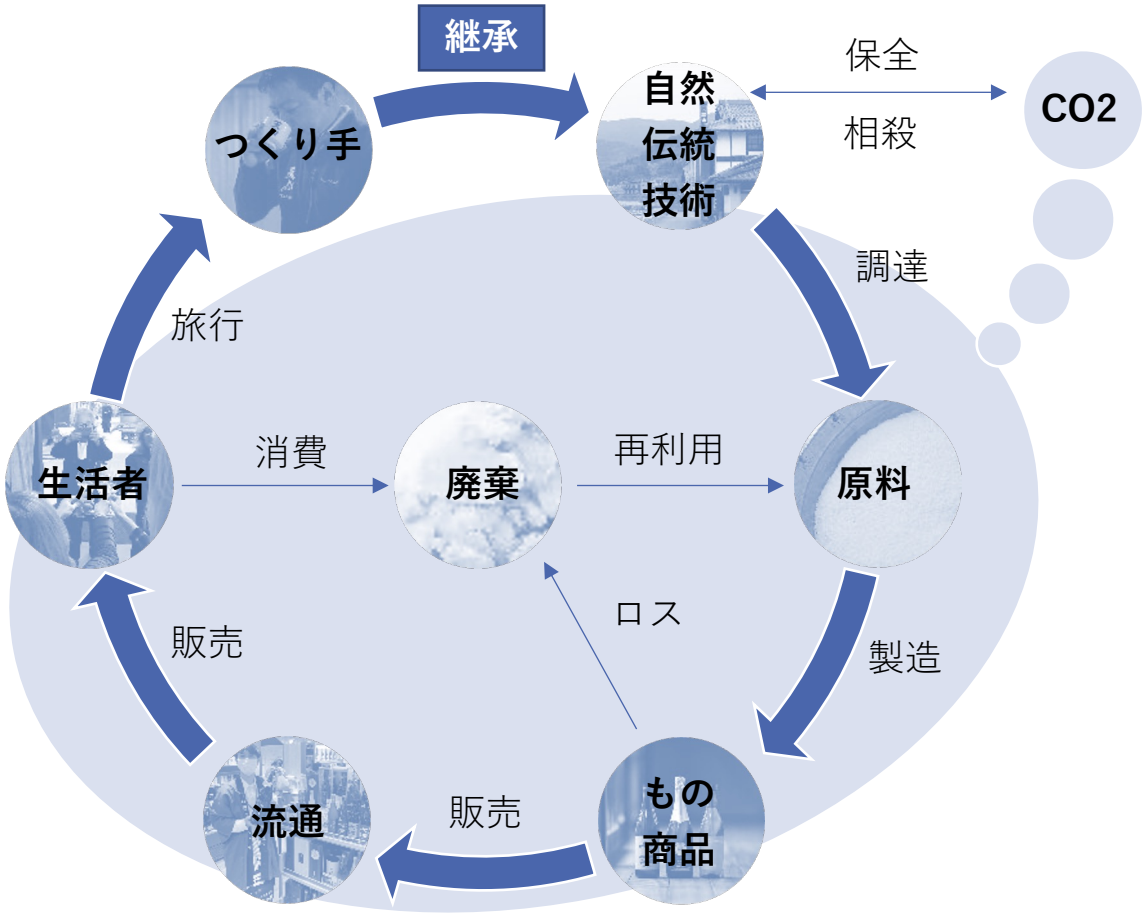
異業種が集まった経緯

有志グループとしての活動

～2017	2017	2018	2019	2020	2021.10.01
個々の海外展開	懇親会	共同イベント	補助事業	コラボ商品	協同組合 として法人化

循環と継承

- 地域の力を次につなげる。安心して「継承」できる舞台を整える。



エシカル（倫理的な）

- 各社がこれまで当たり前のようにやってきたことを続ける、強化する。

地球にやさしい

名尾手すき和紙が栽培する梶の木

- 環境保護
- ペーパーレス
- 梱包・包装削減
- CO2ゼロ、など

人にやさしい

丸秀醤油の無添加、天然醸造の味噌

- 無添加
- 天然素材
- オーガニック
- バリアフリーデザイン、など

社会にやさしい

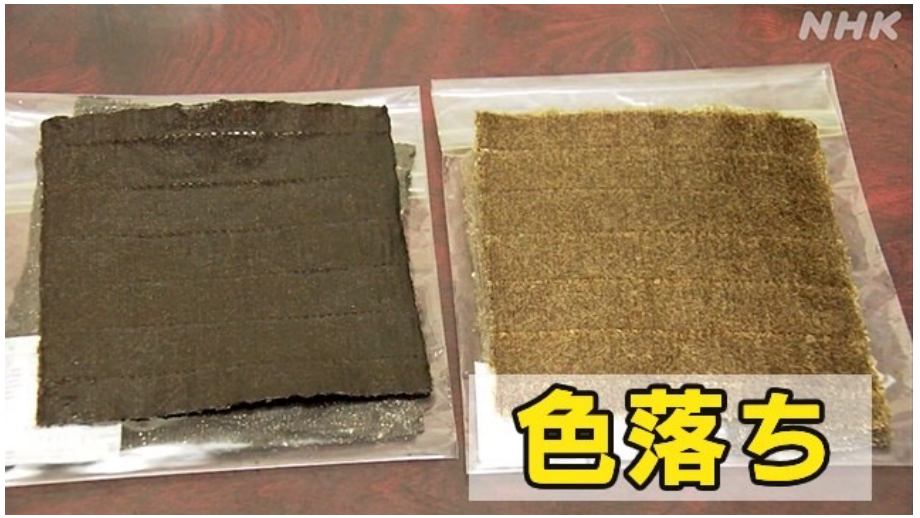
吉島伸一鍋島緞通の一子相伝の技術継承

- 地産地消
- 職人支援
- 男女参画
- 学生交流、など

地球にやさしい

- 気候変動は「いま」「わたしたち」の問題。

海苔の不漁



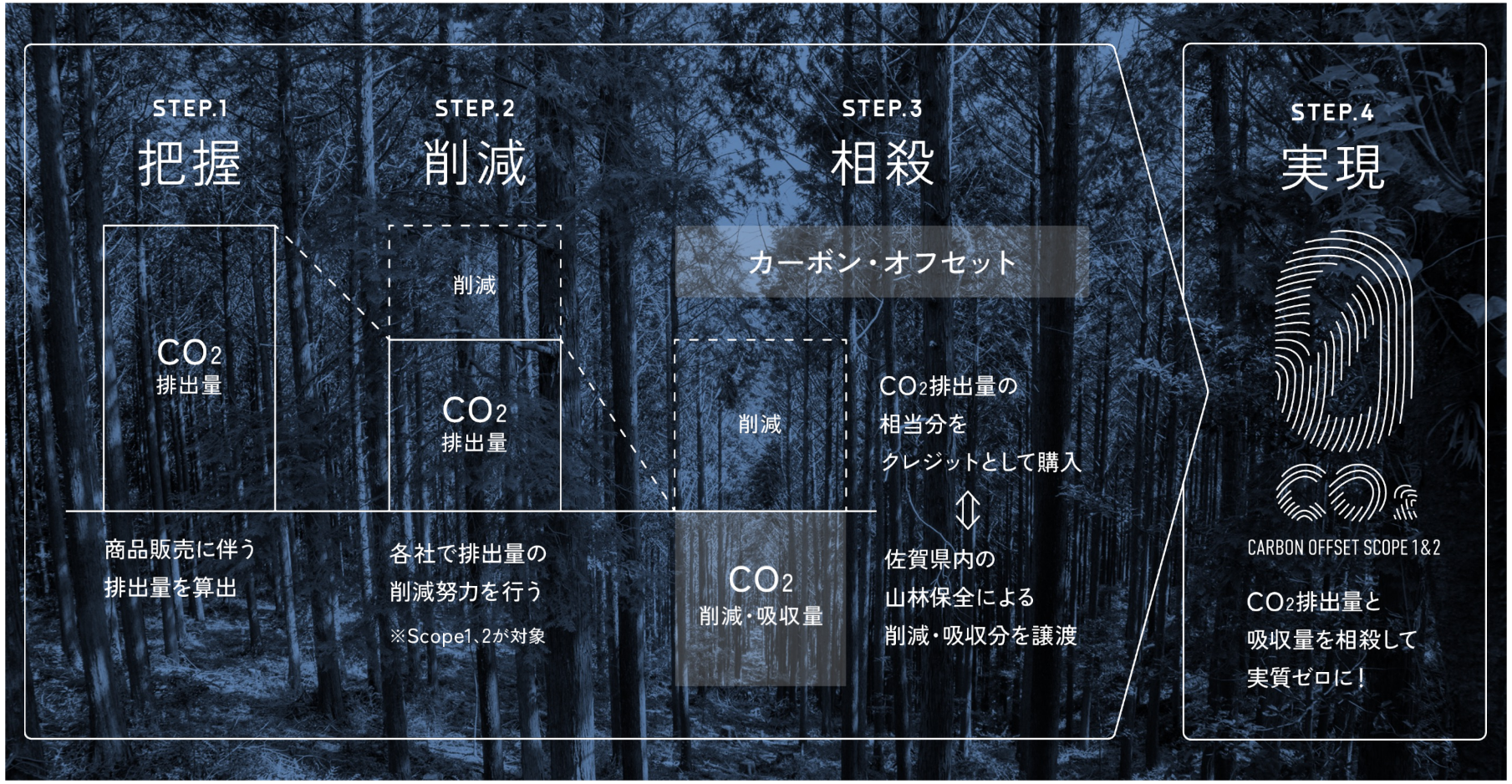
写真：NHK

和紙工房の被災

写真：佐賀新聞

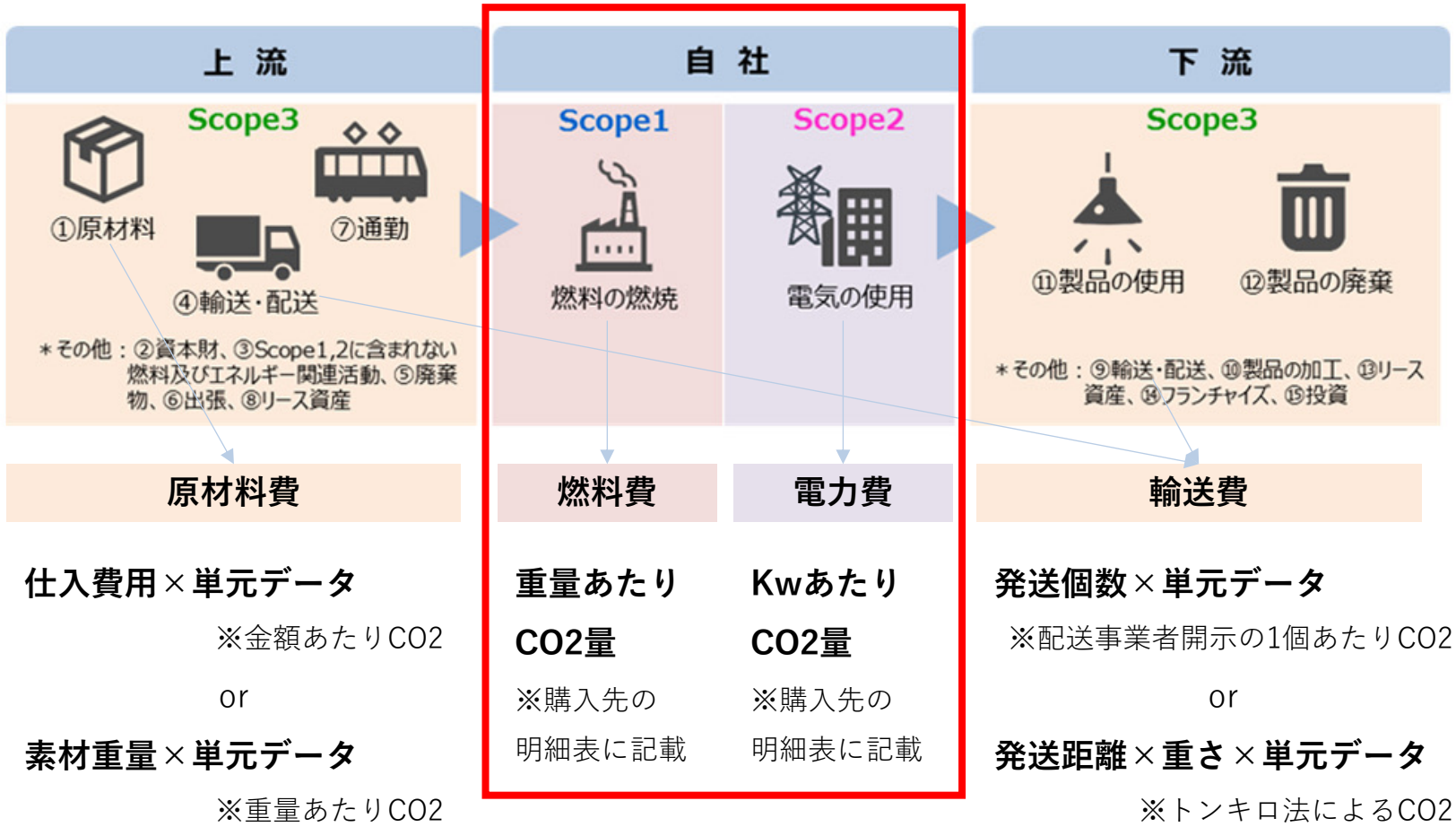
カーボン・ニュートラルの3つのステップ

- まずは把握。削減努力をした上で、カーボン・オフセットを実施。



CO2排出量算出の考え方

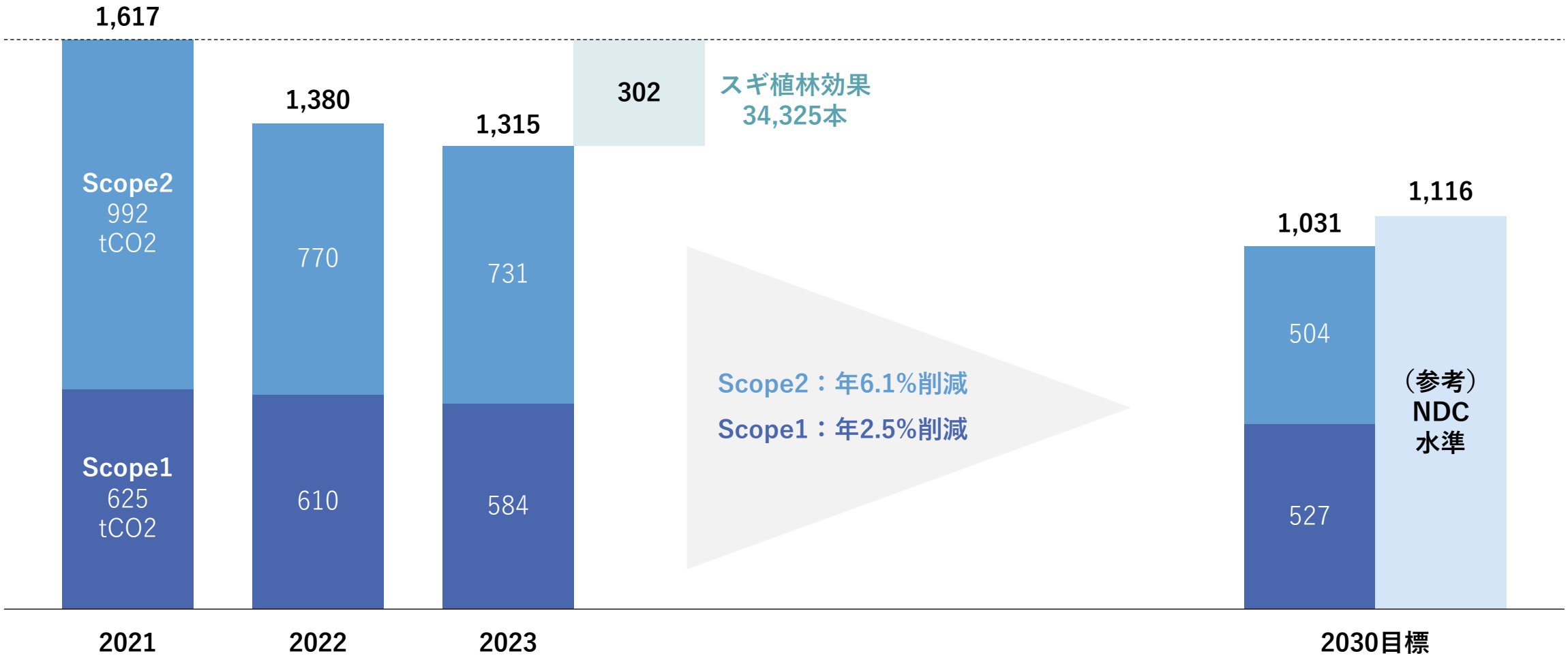
- 自社排出分（Scope1、2）を把握。



（参考）環境省、経済産業省「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム」

CO2排出量の実績と2030年の目標

- 活動開始の2021年度を基準。2023年度は累計302tCO2（18.7%）削減。



カーボン・クレジット、オフセット、ニュートラル

- クレジットをつかってオフセットして、ニュートラルにする。

CO2の排出

CO2の吸収

CO2
排出量

CO2
吸収量

「**カーボン・クレジット**」
として環境**価値**を販売

排出と吸収を**相殺**する
「**カーボン・オフセット**」

排出量と吸収量が
釣り合っている**状態**
「**カーボン・ニュートラル**」

SAGA COLLECTIVE
CARBON OFFSET SCOPE 1&2

カーボン・クレジットの種類

- どうやって（下図）、誰が認証したのか（公的、ボランタリー）に留意。

	排出回避/削減　Reduce 排出量を削減してクレジットをつくる	**固定吸収/貯留**　Remove 空気中からCO2を吸い取ってクレジットをつくる
自然ベース	**農業系** 数千円～15,000円/t 水田から発生するメタンガスを減らすなど	**自然吸収系** 10,000円前後/t 植林、藻場再生など
技術ベース	**再エネ・省エネ系** 1,000円台～数千円/t 太陽光パネル、省エネ機器導入など	**最先端の炭素回収** 数万円～100,000円/t ダイレクトエアキャプチャ（DAC）、バイオ炭など

（参考）経済産業省「カーボン・クレジット・レポート」

カーボン・オフセットの実績

- カーボン・オフセット725.3tCO2の実績。植林効果は82,420本分。

	佐賀県県有林	福岡県久山町町有林	九州電力社有林	唐津串浦藻場
クレジット種別	Jクレジット（J-VER）			Jブルークレジット
カーボン・オフセット	514tCO2（スギ58,409本/年）	101tCO2（スギ11,477本/年）	110tCO2（スギ12,500本/年）	0.3tCO2（スギ34本/年）
オフセット対象	自社排出量（Scope1,2）			視察受入

カーボン・オフセットを免罪符にしない

- お金を払って解決ではない。CO2の排出・吸収に責任をもつ。

地元の自然由来のクレジット

佐賀県県有林の間伐促進プロジェクト

つくる人とつかう私たちが相思相愛

現場を視察しお互いの活動を理解した上で契約

SAGA COLLECTIVEの山

- 佐賀県と協定を締結。自らの手で森林保全活動。従業員同士の交流の場。

商品はすべてカーボン・ニュートラル

- 「環境」の切り口で新たな販路開拓。経済面でも持続可能な取り組みへ。

環境に配慮した景品・ノベルティ需要

- 佐賀県、佐賀新聞社、サガン鳥栖、全国の金融機関などで採用。

写真提供：サガン鳥栖

参考：佐賀県脱炭素社会推進課「エコチャレンジ2024」

視察受入もカーボン・ニュートラル

- 視察人数、移動距離、移動手段からCO2排出量を算出し、オフセット。

受入実績

- 駒澤大学 経済学部 吉田健太郎研究室　様
- 長崎県立大学経営学部　様
- 早稲田大学大学院創造理工学研究科 経営デザイン専攻 大森研究室　様
- 中村学園大学　栄養科学部　フード・マネジメント学科　様
- SDGs研究・開発社会学者　S様
- 一般社団法人エシカル協会 理事　O様
- 日本政策金融公庫 池袋支店　様
- 大分経済同友会　様
- 九州経済連合会　様
- 米国フードジャーナリスト　様（九州観光推進機構主催事業）　など

視察で発生する
CO2

視察代金の
一部で援助

自然を守るプロジェクトで
吸収

視察におけるCO2排出量

- バス移動に伴うCO2排出量は**183[kg]**。

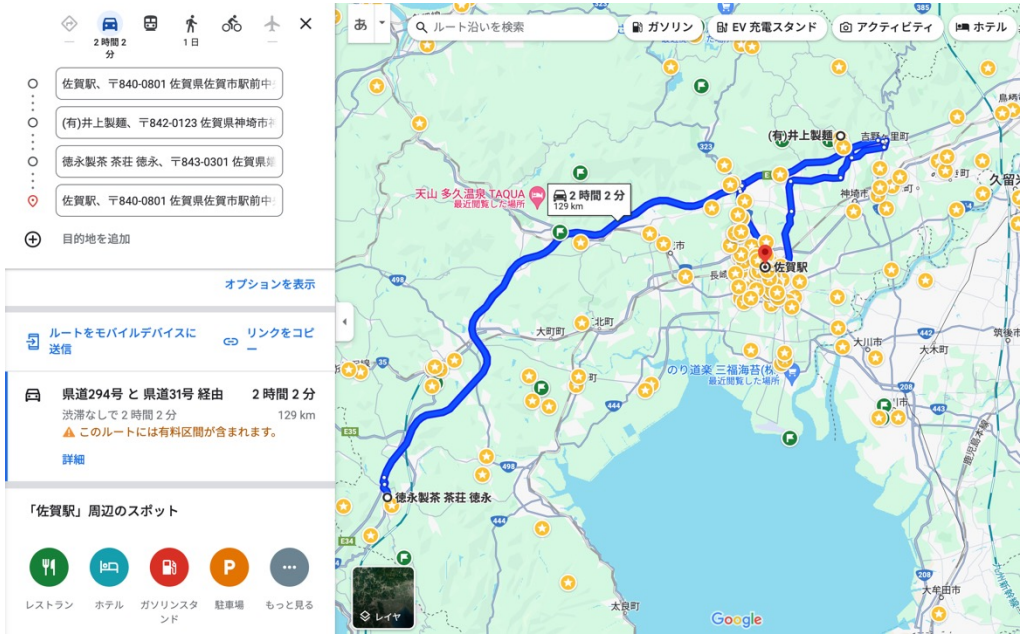
活動量

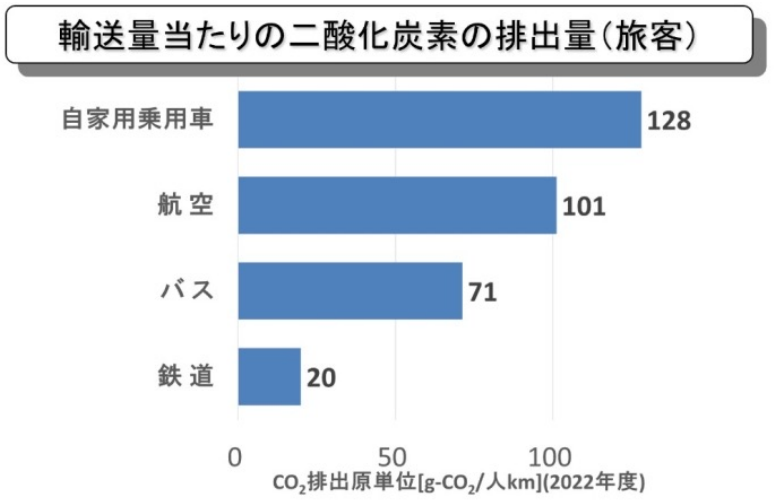
- 視察人数：**20[人]**
- バス移動距離：**129[km]**

×

排出原単位

- バス：**71[gCO2/人km]**

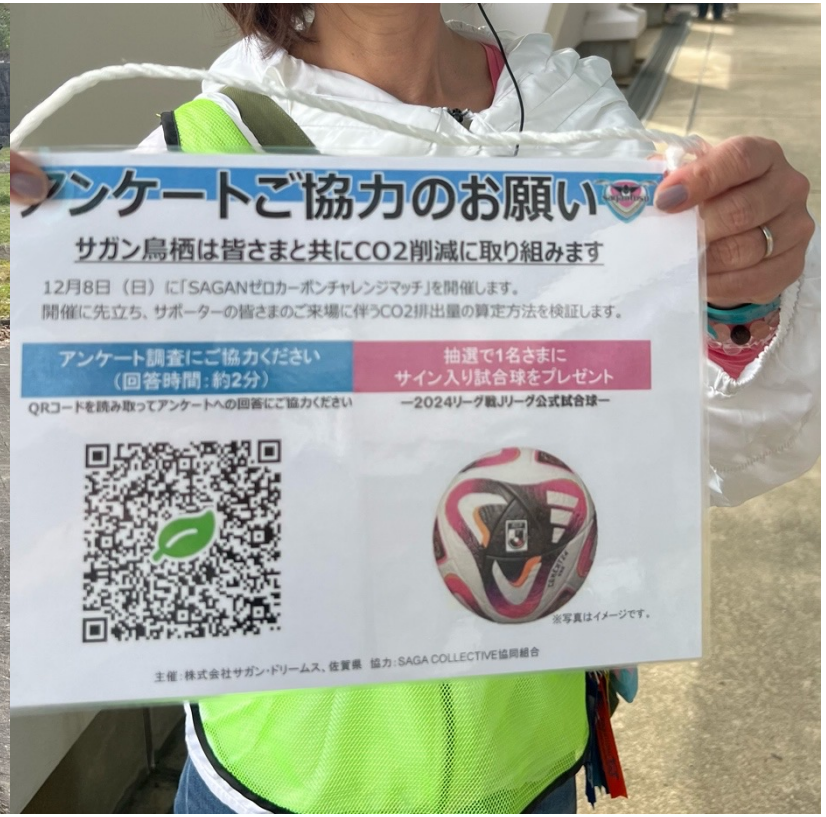




※温室効果ガスインベントリオフィス：「日本の温室効果ガス排出量データ」、国土交通省：「自動車輸送統計」、「航空輸送統計」、「鉄道輸送統計」より、国土交通省 環境政策課作成

サガン鳥栖 ゼロ・カーボンチャレンジマッチ

- サポーターの来場手段によるCO2排出量を算出。知って、体感する。



カーボン・ニュートラル（CN）による事業の広がり

モノ

環境配慮商品という新たな切り口

- CN商品の開発
- 国内外の販路開拓

コト

ファンをつくる

- CN視察の受入
- 体験型イベントの開催

ノウハウ

地域社会に貢献し仲間をふやす

- CNイベントの実現
- 産官学の社会実証事業

2024年度グッドデザイン賞 受賞

ゼロカーボンコミュニティ

SAGA COLLECTIVE

グッドデザイン賞　審査員講評

佐賀県の11の地場産業が協力し、全商品をカーボンオフセットする日本初の地域ブランド。
ゼロCO2を示すアイコンやシンボルを用いた統一デザインは、佐賀の持続可能な未来を象徴し、地域全体での脱炭素化を推進している。
消費者とのコミュニケーションを大切にした柔軟なブランド戦略が、地域資源の保護と新たな価値創造を両立させている。
地域産業の未来を守るための先進的な取り組みとして評価したい。

第25回グリーン購入大賞　大賞・環境大臣賞受賞

CARBON OFFSET SCOPE 1&2

第25回 グリーン購入大賞
大賞・環境大臣賞受賞

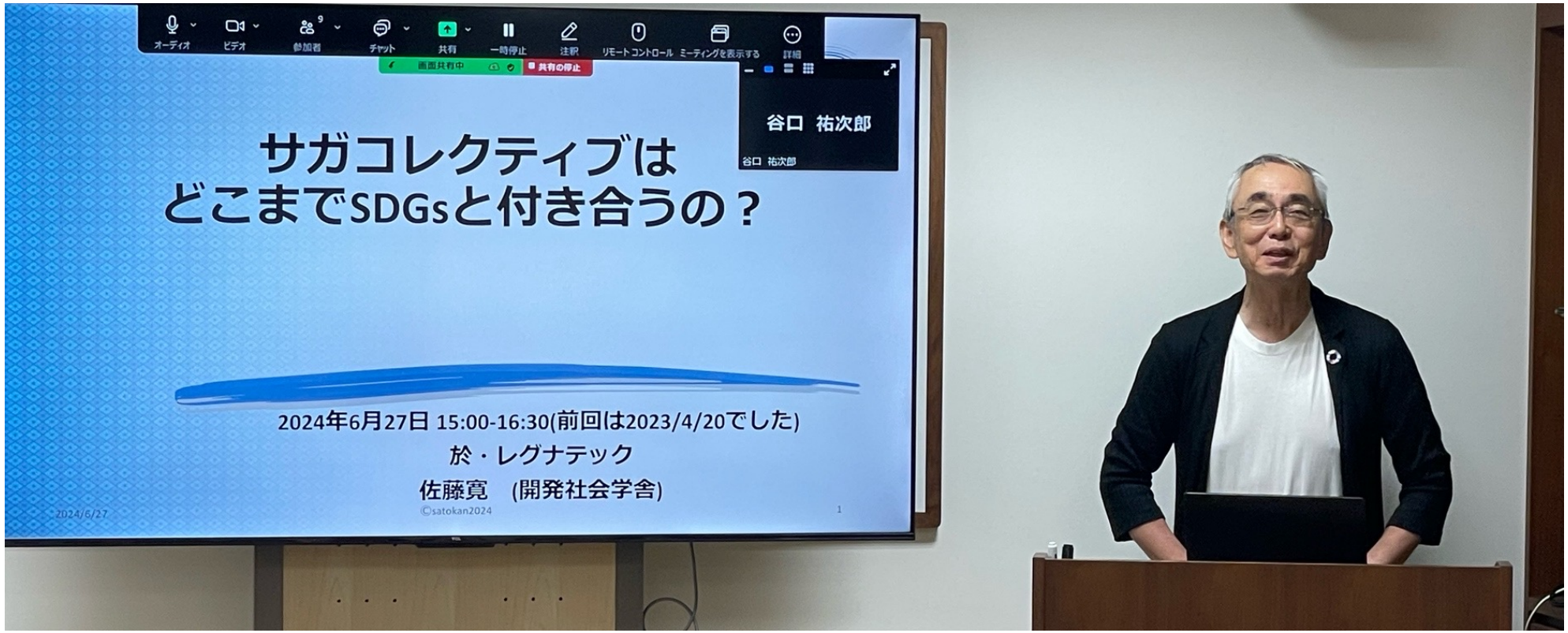
GPN Green Purchasing Network

審査委員の評価

地域の多業種の中小企業が結束し、持続可能な事業活動のために、CO_2排出量の把握と削減、カーボン・オフセットのノウハウを共有し、カーボンニュートラル商品の販路拡大に積極的に取り組み成果をあげていることは、地域のグリーン市場の拡大に繋がる取り組みとして高く評価できる。また、業種、業界の垣根を越えて、自然の恵みを生かしたモノづくりをいかにサステナブルなものに転換していくか、この枠組みに新たな異業種が更に参画されることを期待する。

Naming and Shaming / Knowing and Showing

- 実際の行動が伴わないと「SDGsウォッシュ（偽装）」批判の的に。
- サプライチェーン全体に対する「道義的責任」を負う覚悟はあるか。



佐藤寛先生（開発社会学舎）を招き、毎年勉強会を実施

私たちは佐賀でものをつくっています。
とても楽しい仕事です。
永く続けたい仕事です。