

使われない国産クレジット 制度刷新で起死回生なるか

国内の新しいクレジット制度が4月に始まる。
温暖化防止活動に減速感が漂い、取引の活性化へ課題は多い。

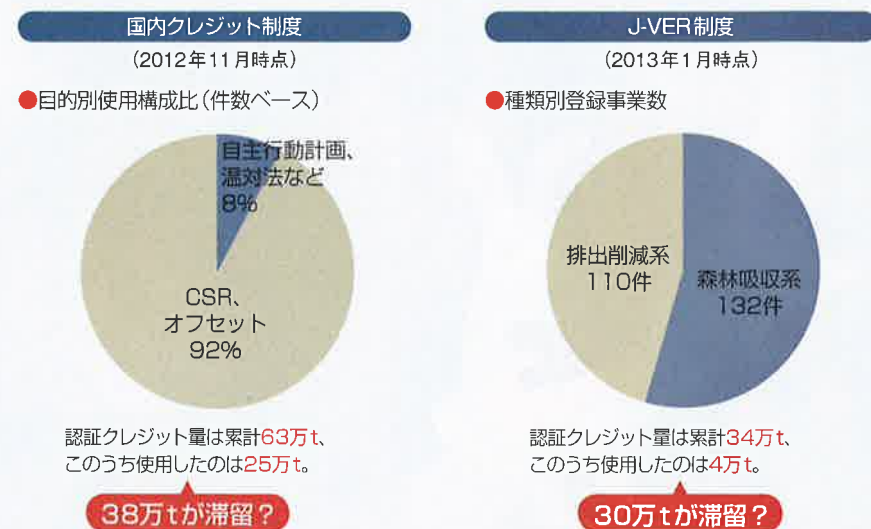
経済産業省が主体の「国内クレジット制度」と環境省の「オフセット・クレジット（J-VER）制度」。ともに2008年秋に始まった2つのクレジット（認証排出削減量）制度がこの4月に一本化され、新しい制度に生まれ変わる。

数十万tが滞留

クレジット制度は、省エネやCO₂を吸収する森林の整備などによって削減したCO₂の量を算出し、「環境価値」として売買する仕組み。新制度への刷新は、2013年3月までとされていた現行制度の終了に伴うものだ

クレジットの活用進まず…

■「国内クレジット制度」と「J-VER制度」の実績



「国内クレジット制度」は累計63万t、「J-VER制度」は累計34万tのクレジットを認証した。このうち、それぞれ38万t、30万tが利用されずに滞留していると見られる 出所：経済産業省と環境省の資料を基に作成

が、取引は活発になっているとは言えず、課題も見える。

これまでに認証されたクレジットは、国内クレジットが約63万t(2012年11月時点)、J-VERが約34万t(2013年1月時点)。このうち、企業の自主的な排出削減目標の達成や、イベントなどで排出した分のオフセット(相殺)など実際に使われた量は、それぞれ約25万t、約4万tである。どちらも数十万tが滞留していると見られる。

国内クレジット制度は、大企業に比べて遅れている中小企業の省エネ促進を狙った。大企業が中小企業に

技術や資金を提供し、高効率の設備に更新するなどして削減したCO₂をクレジット化する。大企業はこれを買取り、経団連の自主行動計画の目標達成などに充てる想定だった。

ところが、結果は政府の思うようにはなっていない。これまでに使われたクレジットのうち、自主行動計画や温暖化対策推進法(温対法)に基づく報告を目的としたものは件数ベースでわずか8%にとどまる。残りは、CSR(企業の社会的責任)やオフセットでの使用だ。

一方、J-VER制度はオフセットでの活用を想定していた。企業はオフセットすることで、温暖化防止に貢献していると消費者に評価してもらえる。だが、J-VERの認知度が低く、需要を喚起できていない。

2つの制度が併存する弊害も生じている。クレジットを生み出すには、どうやってCO₂を削減するか「方法論」を国に認めてもらう必要がある。これまでに承認された方法論は、国内クレジットが67件(2012年7月末時点)、J-VERが39件(2013年2月時点)。合計100件を超え、重複の問題が浮上してきた。

当初は、国内クレジットはボイラ

ーや照明など設備の更新や再生可能エネルギーの導入による省エネ、J-VERは森林整備によるCO₂吸収といったすみ分けがされていた。ところが、J-VERで登録された削減事業の半分近くが森林整備ではない省エネ関連のものである。

新制度の詳細はこの3月中に決めることになっており、すでに承認されている方法論の統廃合を予定している。旧制度で認証されたクレジットは、新制度が終了する2020年度末まで有効になる。

ただし、日本は京都議定書の第2約束期間に参加しないため、CO₂削減に取り組もうという企業の意欲が薄れているとの見方もある。国内クレジットは今後、さらに100万t超が認証される見通し。現在、滞留している分を含めて買い手が見つかるかは予断を許さない。

国内クレジット関連事業を支援する日本テビア(東京都港区)の富川健太副社長は、「世界的に見ても規制なしにクレジットの取引が活発になっているところはない。産業界に規制をかけるか、制度の認知度を上げて市民権を得るかどちらかが必要



ミサワホームは、国内クレジット制度に基づいて太陽光発電システムなどを設置した住宅が削減したCO₂排出量をクレジット化している



SGホールディングスグループは、高知県などで管理する「さがわの森」でJ-VER認証を取得した(右)。トラックの代わりに三輪自転車を活用して集荷・配達時のCO₂排出量を削減する(上)



だ」と指摘する。

ミサワホームは2010年1月に、家庭が太陽光発電で自家消費した分をクレジット化し、国内クレジットの認証を受けた。同社が設立した太陽光発電搭載住宅に住む顧客を会員とする組織「ECOになる家の会」を活用。1世帯当たりのクレジットはごくわずかでもまとめることによって量を稼げる。現在、約2000世帯を束ねており、3年間で累計452tのクレジットを創出した。

クレジット価格が暴落

CSRの一環として温暖化防止に貢献している半面、悩みもある。ミサワホーム企画管理本部経営企画部CSR・環境推進課長の中田義規氏は、「今はクレジットの価値がほとんどない状態。ECOになる家の会から全量買い取ってきたが、これからは仲介業者などと連携することも検討したい」と打ち明ける。

国内クレジットの価格は京都議定書のクレジットを目安に決まることが多い。制度が始まったころは1t当たり2000円前後だったのが、最近同数十円まで下落している。

クレジット制度の活性化を望んでいるのは、2011年9月にJ-VERの認証を取得したSGホールディングスグループも同じだ。高知県などで管理している「さがわの森」では、5612tのクレジットを創出。仲介業者を通じて数十tを売ったが、大半はまだ使っていない。

佐川急便東京本社総務部環境担当部長の石野順三氏は、「認証取得にそれなりに費用がかかるので、一般消費者に認知されないと士気が上がらない。制度の統合を機にもっと社会へ訴求してほしい」と言う。

クレジットの仲介などを手掛けるマイクライメイトジャパン(東京都中央区)事業本部長の服部倫康取締役は、「海外のユースホステルでは1泊分のCO₂排出量をオフセットするサービスを半数の宿泊客が利用するなど、クレジットが流通する感触はある。我々がメッセージを強く伝えていく努力が必要だ」と言う。

国内対策の強化は世界へのアピールになり、日本が国際交渉で発言力を強めることにもつながる。新制度を成功させることはその材料になるだろう。

(相馬 隆宏)