

ールとして活用できる制度である。位置付けとしては排出量取引の国内統合市場の中の1つであるが、自主行動計画、排出量取引スキーム、カーボンオフセット、企業のCSR目的等、自由に取扱いできる面では利便性がよい。

国内統合市場を大きく分けると、大企業同士の排出量枠のクレジット、中小企業と大企業の取引による国内クレジット、発展途上国の削減枠を購入する京都クレジットから成る。

国内クレジット制度は、中小企業等で自主行動計画に参加していない企業もしくは団体等であれば参加できる制度である。

削減方法は現在20ケースが方法論として認められており、実際に国内クレジット制度で利用頻度が高いのは、ボイラーの更新やヒートポンプの導入、空調設備更新、インバーター制御等、照明設備の更新である。優れた技術を持っていれば方法論を申請し、スキームを使ってビジネス性を生み出していけると考えている。

計画案を提出した上で申請が行われた案件が全国で248件、審査を通過して国内クレジット認証委員会で認められたのが129件。実際に運転等されて排出削減量が確定しクレジットとなって取引ができるのは13件で、国全体としても増えていく傾向にある。

事業者別では、工場系がダントツで5割近くを占めており、ボイラー更新やヒートポンプの導入の部分での割合が高い。農場系は主にビニールハウスの熱源転換で21件。温泉施設はボイラー、福祉施設では特に老人ホームの申請件数が増えている。

共同実施者は、中小企業が減らした二酸化炭

国内クレジット制度の現状

富川 健太

(日本テピア株式会社 取締役副社長)

国内クレジット制度は、都市創造の面的な取り組みをすべて担うものではないが、1つのツ





素のクレジットの権利を買う企業で、電力会社と商社がダントツに多く、次にシンクタンク系、コンサルティング会社、銀行、メーカー、小売業、ガス会社、その他となる。

電力会社は自主行動計画等への反映が目的だが、商社に関しては排出量の取引が大きなビジネスとなる。国内クレジット制度の課題だと思っている部分であるが、1件あたりの平均削減量は年間700～800トンの削減量、大きな案件を除くと1件あたり300～400トンになり、権利をクレジット化する際に商社で取りまとめて展開していく。そういうポジションとして入っているのではないかと思われる。商社が入るのには賛否両論があるが、制度を広めていく段階では、二酸化炭素削減を考えても、そういうポジションがないと広がらない。

地方別では、近畿地方で26件、大阪府は8件、関東は60件、中部が56件であるが、ポテンシャル的にはもっと数字が伸びてもおかしくはない。

クリーニング会社の事例では、灯油のボイラーから都市ガスのボイラーの転換に対して銀行がかかわっている。銀行と中小企業とのネットワークの中から発掘された例である。

ホテルが空調や熱源機器、照明を低炭素の設

備に置き替えた事例は、関西電力の協力で進めたもので自主行動計画に使われていくが、素晴らしいのはクレジットの地産地消で、関西で削減したものを関西の企業が買う。こういう広がりも考えていきたい。

老人ホームの空調更新の事例は、購入した企業が特徴的で、クレジットの市場化を検討している。今回はCSR目的で購入しているが、そのような動きを端緒として低炭素への道の一歩が切られればと思っている。

低炭素社会に市民等を巻き込んでいくという部分で、1軒あたりの二酸化炭素の削減量は非常に小さいため、例えば市や町が取りまとめ役となりクレジット化し、それを植樹活動に使う。循環等も考えていけば、市民に低炭素社会への意識付けができるのではないかと「見える化」をして市民や中小企業に広めて、参加することで二酸化炭素の削減量が数値として見える。遊び感覚で減らしていける社会になればと思っている。

