日経産業新聞フォーラム2008

広告企画

企画・制作=日本経済新聞社広告局

低炭素社会に向けた経営戦略
～国内排出量取引の試行的実施を契機として～

京都議定書の枠組みに基づく地球温暖化ガスの削減期間が始まり、産業界にも低炭素社会に向けた取り組み機運が高まってきた。そんな中、国内排出量取引における国内統合市場の試行的実施が決定。企業にとっては温暖化ガスの排出をコストととらえた経営戦略が不可欠となっている。先ごろ行われた日経産業新聞フォーラム2008「低炭素社会に向けた経営戦略――国内排出量取引の試行的実施を契機として」（主催・日本経済新聞社、後援・環境省、経済産業省）では、今回の試行的実施の問題点、長期的課題、企業のあり方などをめぐって話し合われた。

【パネリスト】

環境省 地球環境局 地球温暖化対策課 市場メカニズム室長	高橋 康夫氏
経済産業省 大臣官房参事官 環境経済手法担当	藤原 豊氏
三井物産 エネルギー第一本部 環境事業部 排出権プロジェクト室 マネジャー	西川 淳也氏
森・濱田松本法律事務所 パートナー 弁護士・カリフォルニア州弁護士	武川 丈士氏
新日本有限責任監査法人 アドバイザリーサービス部 シニアパートナー	中込 昭弘氏
【コーディネーター】早稲田大学大学院 法務研究科 同法学部 教授	大塚 直氏

温暖化ガス排出をコストととらえる経営戦略不可欠に

基調講演　国内排出枠取引導入の課題と展望

早稲田大学大学院 法務研究科 同法学部 教授　**大塚 直**氏

自主的に目標を設定 削減効果に疑問符も

二〇〇六年度のわが国の温暖化ガス排出量は一九九〇年に比べ六・二％の増加。〇七年度はこれをさらに上回る見通しです。福田ビジョンで示された五〇年に排出量六〇―八〇％減少を実現するためには、さらに抜本的な排出削減の制度が必要になっています。

その有力な手法が国内排出枠取引制度です。同制度の意義は①確実に総量目標を達成できる②費用効率性が高い③技術の普及に有用④柔軟な対策が取れる――など。とりわけ制度導入によって経済社会全体で達成への動機付けが生まれる点は見逃せません。

一方、懸念材料としては①炭素リーケージ、国際競争上の地位を危うくする②統制経済ではないか③公平な割り当てが難しい④技術革新に有効でない⑤価格の高止まり⑥行政コストがかかる――などが指摘されています。中には当たらない批判もありますが、国際競争力への懸念に対しては当該業種への無償割り当て継続やセクター別アプローチの適用、また価格の高止まり対策として炭素効率性理事会や外部クレジットを活用するなど、課題に応じた解決策を講じていくことが重要です。

こうした中、国内排出量取引制度の試行的実施が十月二十一日に決定しました。その特徴は、参加者が自主的に排出削減目標を設定する試行排出量取引スキームが中心で、これに国内クレジット、クリーン開発メカニズム（CDM）や共同実施（JI）といった京都クレジットが補完する形になっています。

指摘されている課題として特に大きいのは、同制度が自主的行動計画を重視しているため、十分な温暖化ガス削減効果が得られるのかという点。口座簿の開設や検証に関してもまだ不明な点が多いという印象です。

これに対し、東京都が六月二十五日に導入した排出量取引制度は、大規模事業所に対するCO_2総量削減を義務づけています。条例のため、かなり厳しい実効性確保を求めており、削減義務の未達成に対しては加算削減の措置命令や罰金に処せられることもあります。

ただ、国の試行同様、マネーゲーム防止の配慮を強く打ち出しているため、取引が活性化せず、排出量取引制度の費用効果性達成に疑問を持つ向きもあります。

プレゼン1　低炭素社会に向けた法務戦略

森・濱田松本法律事務所 パートナー 弁護士・カリフォルニア州弁護士　**武川 丈士**氏

環境対策、商品開発でソフトローへの配慮を

低炭素社会には、企業にとって二つの注意すべき側面があります。一つが規制。企業活動への制約としての要素です。例えば排出量の報告公表制度は報告するだけでいいわけですが、企業活動が監視されるという意味では制約になる。排出規制、いわゆるキャップ・アンド・トレード制度も同様です。

もう一つが需要の変化。消費者が低炭素社会向けの商品を求める。これにどう対応するのかも企業にとって重要な戦略になります。

こうした視点から低炭素社会を見た場合、法務面で特に心得ておきたいのが「ソフトロー」の重要性です。排出規制など拘束力のある「ハードロー」に対し、法律ではないが現実の経済社会で従われている規範をソフトローといいます。これが温暖化対策の局面でも重要になりつつあります。商品開発などでもハードローだけでなく自主ルールなどに対する目配りが必要です。

今回の試行的実施もソフトロー的側面が強くなる可能性があります。参加する・しないは今のところ企業の自由ですが、今後の展開しだいで参加せざるを得ない制度になる可能性もある。その点を踏まえて環境対策を考える必要があります。

例えば、最近よく目にするカーボンオフセットサービス。商品を組成する際に民法、消費者契約法、景表法などの法律を守るのは当然ですが、一方で環境表示やオフセットに関するガイドラインにも従わざるを得ない。またガイドラインを満たしていることを認証する「マル適マーク」を商品に付与しようという動きもあり、そうなるとソフトローが事実上拘束力を持つことになります。

低炭素社会に向けた法務戦略において、もう一つ見逃せないのが「法的不確実性」です。排出量取引は新しい制度のため、法律家の目から見ても制度設計や運用が難しい。特にクレジットとはいったい何なのか、法的根拠がどこまで明確になっているのかといった点です。試行的実施においても、募集要項は公表されていますが、排出量の検証や取引の具体的方法など全体像がはっきりしないといったリスクもあります。

ただ、危ないからやめた方がいいとは思わない。制度参加時や取引時に法律上、契約上の工夫をすることによって、リスクの少ない形に仕上げることは十分可能です。リスクの所在を理解していないことが最大のリスクである。そのことを強調したいと思います。

プレゼン2　カーボン・ニュートラル・カンパニーを目指して
――気候変動に対する戦略的な対応策の案

新日本有限責任監査法人 アドバイザリーサービス部 シニアパートナー　**中込 昭弘**氏

排出量削減が大前提 オフセットは最終手段

英国テスコ社では、CO_2をどれだけ排出して製造したかを示すカーボンラベルを商品に付けたところ、予想以上の販売を記録しました。関連調査によると、消費者の六四％が商品の気候変動の関連情報を求めている。そんな意識変化が環境ラベルを採用した商品の拡販につながったのです。

これ以外にもトヨタ自動車のハイブリッド車プリウスが累計百万台を突破し、HSBCやINGなどもカーボンニュートラルを達成しました。すでに多くの企業がこうした気候変動対応を進めており、まだ行動を起こしていない企業も今後積極的な取り組みが不可避といえます。

では、具体的に今後どう企業として戦略を考え、行動したらいいのか。おそらく断片的に対応している企業が多いと思いますが、あくまで基本は排出量の軽減。そしてカーボンオフセットは最後の手段と考えるべきです。

まずエネルギー利用を効率化しできるだけエネルギーを使わない（リデュース）。それで不十分なら、エネルギーを炭素の負荷の少ない再生可能エネルギーに変える（スイッチ）。そして、それでも最終的に排出してしまった分についてはオフセットする。この流れをもう一度整理し、自社がどの段階にあるかを確認していただきたい。

例えばHSBCのケースでは、ステップ1として自分たちのカーボン量を測定。その削減に取り組みました。次にスイッチ行動としてグリーン電力を購入。最終的に足りなかった部分についてカーボンオフセットし、ニュートラルカンパニーとなったというメッセージを発信しました。これが同行のブランド価値を高める上で非常に有意義だったわけです。

カーボンオフセット戦略策定に際しては、四つの視点での評価が必要です。まず自社にかかわるステークホルダー、特に顧客が気候変動に関してどのようなことを望んでいるか。二つ目が気候変動に関連する規制。三つ目が気候変動に起因する自然災害による業務へのリスク。そして環境対応が経営改善や信用向上、市場創出など経営上のメリットを享受できるか。

こうした現状分析を行うことで、企業が今後向かうべき方向、ビジネス戦略が決まってきます。

パネル討論　「低炭素社会実現への試み」

大塚　国内統合市場の試行的実施は非常に大胆かつ有益との評価がある一方で、課題や問題点も指摘されています。

藤原　今回の試行実施の特徴は、これまで自主行動計画制度の中で業界団体単位で行ってきた削減目標の設定を、原則、個別企業単位とし、これにより創出される排出枠が取引される点にあります。また、国内クレジット（CDM）制度という、中小企業などから削減効果を移転して自主行動計画側で評価する仕組みを組み込んだのも特徴の一つです。異なるクレジットが自主行動計画で等しく反映できる点が「統合」の意味になっています。

藤原氏

高橋　今回、自主行動計画をはじめとする既存の取り組みを踏まえて制度設計しました。目標や年度の立て方など仕組みに多くのオプションを用意したため多少複雑になっていますが、その分幅広い業種、企業の参加が期待されます。試行ということで問題点も当然出てきますので、それをフォローアップしていく方針で、来年一月から三月にかけて第一回レビューを行い、秋には結果が出て目標達成が確認されるので、全般的評価を行います。

武川　今は制度をつくる時期。大事なのは制度の骨格をしっかりさせることです。われわれ法律実務家としても、実務が動き始めた段階で現実と制度が矛盾しないような理屈なり仕組みを提言し、法律的に安定度が高く使いやすい制度をつくっていきたいと思います。

西川　日本の場合、産業構造上、削減の余地に限界があります。このため今後新しい技術の開発・普及やエネルギー転換、そして産業構造改革などのダイナミズムを政、官、民一体で考えていくことが重要です。初年度は実際の排出枠取引のボリュームがさほど多くないと予想されるので、今年度はきちんと制度を考え、問題点をあぶり出す期間ととらえています。

安定した使いやすい制度を提言 政官民一体で問題点あぶり出す

中込　私は監査法人で会計監査をはじめとした多くの保証業務を行ってきました。そして保証を行うには多くの手続きが必要となります。排出量取引に際しては、信頼性の付与が重要になりますが、その一方で認証にかかるコストが過大になりすぎては制度が回りません。そこで排出量取引に対する認証コストを総額ベースで抑えるため、個々の取引すべてに過大な保証を求めるのではなく、例えば税務調査のように全体の排出量取引から特定の企業もしくは事業をサンプルとして選び、そこについてはきちんとした保証もしくは認証を行う。そして一罰百戒のようなイメージで取引制度全体にけん制を働かせるというような工夫も必要だと思います。

大塚　国内統合市場と東京都の仕組みとの関係は今後どうなりますか。

藤原　東京の企業の方々も当然、国内クレジットと取り組みを重ねられる場合には調整が必要だと認識しています。

高橋　試行に参加することが東京都の条例と合わせて二重の負担にならないよう調整したい。検証などについてもJVETS（自主参加型排出量取引）の手法を参考に整合性を取ることが望ましいと思います。

自主行動計画制度を公的枠組みへ 国内削減分を定量化、クレジットに 正しく企業評価できる制度づくり

高橋氏

大塚　本格的な排出枠取引とかポリシーミックスなど、長期的課題についてのお考えは。

高橋　まず念頭に置きたいのは温暖化対策の長期的目標です。五〇年までに世界全体の排出量半減を実現するというのは、並大抵のことではありません。革新的な技術開発や既存技術の普及に加え、例えば排出量取引のように社会全体が低炭素化に向かうようなシステム、積極的に取り組む人がメリットを受けるような仕組みが必要です。特にものづくり中心の日本の産業社会に合った制度はどういうものか、試行の成果も踏まえつつ、議論を深めていく必要があります。

藤原　「ポスト京都」における国内産業政策を今後どのように進めていくか。この点について今春行った当省の研究会では、自主行動計画制度をより公的な枠組み、すなわち協定などの法的措置へ移行する可能性を一例として検討すべきだと提案しました。追加的に生じる国民への負担を、自主規制を含めた規制の再構築により、どのように求めていくのかがポイントだと思っています。

西川氏

西川　エネルギー消費によるCO₂削減の方法は三つしかありません。ダイエットに例えると、糖分を取らない（省エネ）、糖の代替品を食べる（エネルギー構造の転換）、そして取った糖分を吸収しない（CO_2の場合、「排出しない」となります）。これらをどう組み合わせて、国情に合ったベストのポートフォリオを長期的に実現していくかが問われています。こういった長期の取り組みを奏功させるために最も重要なことは、今後の世代への影響を考えて、今の世代が中長期策を始められるかということと、教育を通じて、次世代に正しくこの問題を伝えていくことができるかです。

大塚　カーボンオフセットなど低酸素社会に向けての企業戦略について意見を伺います。

高橋　カーボンオフセットとは、単にクレジットを買ってきて埋め合わせをすればいいということではなく、まず自ら削減するということが基本。その取り組みを進めるカギが信頼性の確保です。海外のCDMによるクレジットだけでなく、国内の削減や森林による吸収量などを定量化し、クレジットとしてオフセットに使えるような認証基準やスキームを策定中です。

中込　環境問題などに積極的に取り組んでいる企業を評価するのに、現在の財務情報だけでは不十分だと思います。将来的に気候変動によって被るコストを極力今のうちに回避しておくためにも、現在、企業評価を行う上で価値に置き換えられていないものを価値に置き換え投資家や社会が正しく企業評価できるような制度をつくっていくべきだと思います。

武川　企業からカーボンオフセットについての相談を受けたときは、どこの部分がハードローで、どこの部分がソフトローの問題なのか、その役割分担を非常に意識します。この種のことは専門家でないとなかなか分かりにくい部分があるので、特にソフトローの部分については積極的に情報発信をしていきたいと考えています。

藤原　カーボンオフセットも含め、広義の排出枠取引は、他人の排出削減効果を移転し自分の側で評価できるという特徴があります。大企業の工場などは自主行動計画によって一定の効果を出してきましたが、他方、中小企業や農林業、学校・病院も含めたサービス分野の削減をどう進めていくかが重要です。今回立ち上げた国内クレジット制度が、中小企業や小売店の協力も得ながら、大企業と家庭を結び付ける、大きな国民運動に進展することが期待されます。

西川　カーボンオフセットをビジネスとして成立させるための一番のポイントは、メリットの定量化という観点から施策を考えることです。例えば環境省がモデル事業を表彰していますが、これを受賞すると高いパブリシティー効果が得られる。企業がその取り組みに求める効果を極大化するにはどうしたらいいか、考えていくことが重要です。

大塚　今回の試行的実施は、とにかく動き出したという点に大きな意味があります。来年には早くも最初のレビューが予定されていますし、本格導入に向け十分な情報が集まることを期待したいと思います。本日はありがとうございました。

この特集は日経アドネットからもご覧になれます。
http://www.nikkei.co.jp/adnet

新日本有限責任監査法人
ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

森・濱田松本法律事務所
MORI HAMADA & MATSUMOTO