

カーボン・オフセット関連事業を実施している、又は実施を検討している我が国の事業者へのヒアリング結果概要

今回、我が国におけるカーボン・オフセットのあり方(指針)の検討に資するため、カーボン・オフセット関連事業を実施している、又は実施を検討している我が国の事業者の複数社に対して、第一回検討会で審議された主要論点を中心に意見聴取を実施した(意見聴取は匿名を条件に実施しており、事業者名等は公表しない)。この指針については、本検討会での検討を経た後パブリックコメントに付し、広く国民の皆様方から意見を求める予定であるが、パブリックコメント案について本検討会において十分審議を尽くすため、いくつかの事業者から意見聴取を行ったものである。

(1) オフセットに用いられる排出削減・吸収量(クレジット)やその算定・検証に求められる条件は何か。

【排出削減量の主な種別】

国内 VER (Verified Emission Reduction) (自主参加型国内排出量取引制度におけるクレジット、グリーン電力証書、国内植林等)

京都メカニズムクレジット(CER,ERU,tCER,ICER,AAU)

海外 VER

(事業者の御意見)

CER に限定すべきという意見

- ・ 短期的には CER に限定し、国内外の VER(特に森林からの VER)は中長期的に認める方向で検討すればよいのではないかと。VER は、消費者が信頼して購入するための認証制度等が整っていないため、現時点では VER を認めるべきではない。
- ・ クレジットに CER を使用すれば、国連の認証という分かりやすさがある。

VER を含め広く利用すべきという意見

- ・ まずは国内のグリーン電力証書を対象に入れてほしい。気軽にエコしようという人は自然エネルギーをというように、CER だけに限定せず広く選択できるようにしてほしい。
- ・ 本質的には VER でもよいはず。国内の再生可能エネルギーの発展につながるようなものも考えていくべき。

その他

- ・ クレジットは、京都クレジットとして、チーム - 6%に貢献するものであった方が顧客にわかりやすいし、厳格な認証を経るクレジットのほうが、高い客観性・透明性・信頼性を得ることができる。
- ・ CER と異なり、VER には政令、条例等の法的根拠がなく、消費者への説明責任が不十分になる可能性がある。

(2) オフセットの実施手続はどうあるべきか。

(事業者の御意見)

- ・ 消費者がオフセット商品を購入したら、その段階で CO2 が減っていると理解するのではないか。信頼を得るためには、商品の購入からすぐに償却口座に入れることが望ましいが、遅くとも 1 ヶ月～2 ヶ月で現物を償却口座に入れるべきではないか。
- ・ 一般の人に理解できるかという観点から考えれば、発行済で確定しているものに比べれば、先物取引で CER を購入することはやや理解を得られにくいのではないか。
- ・ 英国のように 6 ヶ月以内にクレジットを提供するという形だと、クレジットは既に削減され認証されたクレジットに限られるが、発行済みの京都メカニズムクレジットはまだ世界的に見て量が少なく、オフセットの取組が広がらない。先物取引への対応を含め 1～2 年くらいの猶予期間が必要ではないか。
- ・ 消費者が普段購入している商品にその CO2 排出量分のオフセット価格を上乗せして販売する場合、その顧客から一端預かったお金を年度末に精算(確定)してクレジットを購入する場合は予想され、1 年程度は償却までの猶予期間が必要となる。
- ・ 排出削減プロジェクトを支援する投資を行いたい消費者も存在する。その場合、プロジェクトの立案時に投資することになり、実際に CER を発行して償却口座に入れるまで数年が必要となる。

(3) オフセット関連事業の透明性はどの程度まで確保すべきか。特に、オフセットの機会を提供する事業者の、オフセットを実施しようとする、又は実施した個人・企業への説明責任はどうあるべきか。

(事業者の御意見)

- ・ クレジットを市場から調達してオフセット商品を販売する場合、その調達コストを原価で商品に上乗せしているのが公開することは可能である。
- ・ オフセットのために 100 円支払ったらその 100 円がクレジット取得に使われていることがわかる仕組みであることが大切である。
- ・ フェアトレードの概念と近く、価格が数%高くても、その数%が何に使われているのかわかれば消費者は買うだろう。逆に、不透明感があると敬遠されることになる。
- ・ 消費者が普段購入している商品にその CO2 排出量分のオフセット価格を上乗せして販売する場合、顧客から一端お金を預かったことになるので、その排出削減プロジェクトの内容及びその価格の内訳などの開示・報告の義務はあると思う。消費者に不信感をもたれるのが企業として一番怖い。
- ・ CDM プロジェクトの CER 売買に関わる業者の利益をすべてオープンにするのは不可能であろう。

(4) 排出削減量の品質認証の仕組みは必要か。オフセットに用いられる排出削減量だけでなく、当該排出削減量を仲介する企業や仲介業者に対する認証も行われるべきか。

(事業者の御意見)

- ・ 認証では、オフセットをしたい者が支払ったお金が確実にクレジットの購入に使われているか等をチェックすべきである。
- ・ オフセット商品の品質保証の仕組みは必要と考えられるが、オフセット商品を販売する事業者に多大な費用負担を負わせないでほしい。
- ・ 品質マークはオフセット商品を企画するインセンティブになるので望ましい。
- ・ 品質マークを付与する機関については、公共機関、民間は問わないが、初期の費用負担や運用時の会計の透明性が確保されるべきであり、初期段階においては国がマネジメントすべきである。

(5) オフセットの対象となる活動からの排出量の算定方法はどうかあるべきか。

(事業者の御意見)

- ・ 算定方法については、政府が発行するガイドラインが必要であろう。英国のように Web 上で簡単に計算できるようにしてほしい。
- ・ 一人当たりの排出量を厳密に決めるのは難しく、あまり細かくはできないと考える。ただ、同じ行為については同じ排出量であると決めることが必要かもしれない。
- ・ 政府と事業者と一緒に算定方法を作っていく必要がある。
- ・ 算定方法を標準化する場合、地域特性を考慮して排出係数を設定すべきか議論する必要がある。例えば、電気の排出係数は環境家計簿では、地域別の電源構成を考慮し都道府県別に排出係数が異なっている。

(6) 個人や企業に対してどのような支援が提供されるべきか。

(事業者の御意見)

- ・ 「カーボン・オフセット」の定義とその必要性・効果のみならず、クレジットや京都議定書そのものについても広く国民に認知されるよう、更なる普及啓発活動を行っていくことが重要。
- ・ 主要な日常行動でどれだけ CO₂ が出るのかということと、普通に暮らしていた場合どれだけ CO₂ を出しているのかということとを把握し、ライフスタイルを変えた場合に CO₂ を削減できた達成感があるような情報のフィードバックが必要である。小売商品における「CO₂ 排出量の見える化」など視覚的な実感があればカーボン・オフセットは普及するのではないか。

- ・ 「カーボン・オフセット協議会」のような国・企業が一同に議論する場が必要ではないか。各企業で行うオフセットがばらばらなものにならないように、オフセットの協賛企業、流通系企業、CSR に熱心な企業を中心とした協議会を作り、そこが主体となって「カーボン・オフセットの定義や商品企画の最低限の基準」などを伝え、オフセットビジネスが社会問題にならないよう、また確実に活性化できるようにすべきである。
- ・ プロバイダーへの大臣賞等の表彰制度等による支援をお願いしたい。このような支援により競争が生まれ、市場が洗練されてくる。
- ・ 企業の会計上の扱いは CER の場合はある程度整理できたが、オフセットの場合どうなるのか。目標達成とオフセットの排出権を区別して会計処理できるのかどうか。また、企業が行うオフセットに税制優遇などのインセンティブを与えると良いのでは。

(7) その他

(事業者の御意見)

- ・ 排出量の全量をオフセットするのか、そのうち一部をオフセットするのかを選択できるようにしてほしい。
- ・ もっとわかりやすい、オフセット運動のコピーを、超一流のライターに考えてもらい、老若男女国民の皆様に理解される運動にすることを希望。
- ・ クレジットの購入についてきちんと説明するために、最低限説明が必要な事項に関する指針を定めるべき。
- ・ VER マーケットは供給力に於いて十分でなく、デリバリーリスクがある(CDM/JI のように供給力があるマーケットではない。特に品質が一定以上の VER については尚更)。
- ・ 京都議定書達成に資するという意味で、6%削減に貢献するスキームとそうでないスキームについては、峻別して評価すべき(もし政府が品質認証等を行うならば)。

以 上