

カーボンプライシングの活用に関する小委員会  
第15回開催に際して第14回内容を踏まえた意見

委員 立教大学/不二製油グループ本社 河川真理子

議論のテーマを「カーボンニュートラル・成長戦略に資するカーボンプライシング」と限定しているために、経済成長観点からの議論に戻ってしまった印象があります。そもそも、なぜカーボンニュートラルにしなければならないかを今一度再確認したほうがよいのではないのでしょうか。欧米諸外国がそれを打ち出しているからという経済競争上の問題だけだからでは無いはずで

人類の活動自体が地球の物的制約、プラネタリーバウンダリーを超えてしまっている。化石燃料含め環境負荷を大幅に削減（それがカーボンの場合は少なくともネットゼロまで）しなければ人類の存続自体が危うい、という本質的な危機感に基づいたものはずで

そしてそのことは13回までの議論で委員会の合意が取れたものと認識していました。なので、今回私自身の発言は各論の指摘にとどめましたし、そういう立場で意見を述べた委員も沢山おられました。しかし一部の委員のご意見は、経済成長のための議論に戻ってしまったような印象でした。ここで、「成長戦略」という単語を使ったことは誤解を招いたと思います。議論すべきは「成長戦略」ではなく、「公正な脱炭素型経済への速やかで経済的負担の少なく、できれば経済的にも発展するような移行」であったと思います。

委員会の中では排出量取引の価格シグナルの重要性が何度も強調されました。しかし、これも委員からの指摘もありましたが、誰に向けた価格シグナルなのかはつきりしません。仕組みを設計する際には直接的に誰に向けたシグナルなのか、を同時に明確にしていく必要があります。少なくとも脱炭素という言葉自体も日本社会では一般的にはない、という現状から誰に向けて発信すればシグナルになるのか、という問いからスタートすべきです。

排出量取引は、専門家を排出量市場の参加者（企業の担当者など専門知識のある人）に直接的な価格シグナルが伝わればそれは取引に反映されることにはなりますが、その外にいる間接的な参加者には伝わらないものです。一方税金の場合は、広く国民にかかるものになるので、どれだけ伝わるか、どうやって伝えるか、伝えやすいか、という点も基本設計に組み込んだ方がよいと思います。仕組みが出来てから広報を考えるとという時間的ゆとりはないはずで

世間ではレジ袋有料化についてプラスチックスプーン有料化にも厳しい批判があることを考えると、今すぐにでもわかりやすい広報活動を開始しなければいけないと思います。

この国民の理解を得ること自体を、基本設計の中に組み込まなければならないとすると、制度が複雑でわかりづらい排出量取引は、業界ごととか、地域ごと（東京都の取引制度のように）という限られた市場参加者を対象とした場合の手段として活用すべきだと思います。そして、基本は環境税にして、その価格シグナルを消費者までしっかり伝えて理解してもらう仕組みを早急に整えて実行に移していくことが肝要だと思います。その際、なぜそもそもカーボンニュートラルにしないといけないのか、という根本を踏まえての発信（国民に正しく危機感を持ってもらう）とセットに行う必要があります。

なお、排出量も環境税も規制策です。価格メカニズムを活用して多少経済的に効率化を図ったものですが、規制である以上、そのままだと経済活動にはマイナスに作用します。だからこそ「公正な移行」という視点が必至になります。そのためには税や排出量取引で得た収入を移行のために最大限活用する機能まで同時に設計することが肝要です。一般財源に組み入れるのではなく、脱炭素移行の技術開発やライフスタイルの変容、インフラ投資の実装などの脱炭素移行・転換対策に用途を限定すべきと考えます。

高炭素経済から得たお金を使って（再配分して）脱炭素シフトを加速化させるという、カーボンプライシングのアウトカムを含めた全体の設計図を描き実装することも急がれます。

以上