

先ほど利用した電気自動車 (EV) タクシー会社からカーボンクレジット付与のメール案内が来た。5年間継続してきた家庭での省エネ活動の実績にこれを加味すれば、居住地の自治体が認定する省エネ階級の昇格が叶いそうだ。昇格すれば自治体からポイントが付与されるので、この機会に新しい家電製品に買い換えよう…

カーボンクレジットは現在進行形

二酸化炭素 (CO₂) 削減という環境貢献が、その削減量に応じてカーボンクレジット (以下、クレジット) の形で金銭価値換算されるようになって久しい。現在では国や自治体、民間団体・企業など様々な主体によって種々の制度が整備されるに至っている。

東日本大震災以降、それまでメディアを賑わせていた CO₂ 削減の話題が減少したため、世の中のクレジットへの関心は後退したとの印象を受ける。しかし注意深く報道を見てみると、相も変わらずクレジットに関する話題を発見できる。京都市の家庭向けの CO₂ 削減の取り組みや、海外での2国間オフセットの調査などがそうだ。

これらに共通するのは、見過ごされてきた環境価値をクレジットによって「見える化」する試みである。本稿ではその具体例として家庭におけるクレジット制度を取り上げ、そこからこの制度が抱える本質的な課題を探りたい。

家庭のクレジット制度の課題

一昔前まで途上国でしか産み出せなかったクレジットが、つい数年前から国内の企業でも創出することが可能になった。さらにこの1年程度の間、長らく見過ごされてきた家庭での CO₂ 削減活動もクレジットを創出する対象とする試みが本格化してきた。国内クレジット制度では家庭での LED (発光ダイオード) 電球の導入や高効率テレビへの買い替えなどで各家庭もクレジットを得ることが可能になった¹。

そのような中で注目すべきは、自治体による家庭のクレジット制度だ。実際、京都市²や広島市³などで活動が始まっている。これらの制度では、家庭での省エネ活動が金銭価値として評価され、各家庭がいくばくかの収入を得られることから、市民の反応も良く、他の自治体も関心を持って眺めている状況だ。

しかし、活動の継続性という点では課題が残る。例えば、前年度の電気・ガス使用量が

¹ 制度ではクレジットの所有者を定めておらず、プロジェクトごとに申請者が定める。

² 家庭での省エネ活動で削減できた CO₂ 量に応じて商業店舗や交通機関などに利用できるポイントを各家庭が獲得できる仕組み「京都 CO₂ 削減バンク」を開始。

³ 家庭での省エネ活動で削減できた CO₂ 量に応じて市内の協賛店で利用可能な地域通貨「HOPES 券」を各家庭に付与する「市民参加の CO₂ 排出量取引制度」を開始。

らの削減量に対してクレジットを発行する仕組みのため、省エネ努力を継続しても CO2 を削減することは年々難しくなり、得られるクレジット量は先細りとなる可能性が高い。クレジット量を得ようと思えば、省エネ性の高い機器に買い換えることが欠かせないが、それを後押しするだけの経済的インセンティブは用意されていないのだ⁴。一生活者の立場で考えれば容易に気付けることだ。

つまり、そもそも CO2 排出量の小さい家庭を対象にして、前年度比で削減量を計算し、1t あたり数千円の価格で制度運営すると、早晚行き詰まるということだ。個人の努力に依存し、機器の買い替えを促せない削減活動に期待できる省エネ効果は一時的なもので、じきに元の水準に戻ってしまう可能性も否定できない。

課題解決の打ち手から見えるもの

「クレジットの世界」では、そうした課題を解決するために表 1 のような打ち手を検討することが多い。しかし、そのいずれもが万能な解決策ではないことは明らかだ。

代表的な打ち手である「MRV⁵の工夫」を例に詳しくみてみよう。①削減量が年々減少すること②前年に比べて家族が増えたとしても排出削減を可能にすることの 2 つを課題としよう。この場合、家族構成（世帯人数など）ごとに基準となる排出量をあらかじめ定め、それと実際の排出量との差分を削減量とする方法などが打ち手と考えられる。しかし、住居の場所や形態など家族構成以外にも考慮すべき要素が多岐に渡ることや、事前の設定自体の妥当性（本当に削減したと言えるか）などの課題がつきまとい、全ての課題を解決できる打ち手を見出すことは難しいのである。

それにも関わらず、現状のクレジット制度に関する議論は、こうした対処療法的な対策に終始しがちだ。「クレジットの活用」が目的化してしまい、削減活動を促進させるという当初の目的への意識が不足しているのではないだろうか。

表 1 削減活動を維持するための打ち手

分類	打ち手の内容		打ち手の主な課題
経済的インセンティブを強化する	クレジット価格を上げる	規制を強めて需要を喚起する	クレジット購入者の負担が増大する
		高値での取引に誘導する	
	クレジット量を増やす	MRV で工夫を行う	妥当性への懸念
	経費を下げる	補助金など厚い支援を用意する	自立的な制度にならない
経済的インセンティブでないインセンティブを用意する		CSR 活動としての協力を要請する	効果が不透明・不十分

(出所) 筆者作成

打ち手のポリシーミックスを

対処療法的な議論に陥らないためには、同じ機能を持つ代替策と比較検討することが重

⁴ 家庭（自動車利用を除く）の年間 CO2 排出量は約 3t である。仮に 20%削減すると年間削減量は 0.6t で、クレジット収入は年間 3,000 円（京都市の制度の単価 5,000 円/t を利用）。

⁵ 測定・報告・検証の略

要だ。表 2 のように家庭での CO2 削減という環境価値を金銭価値換算する仕組みには、クレジットの他にもエコポイントやエコ・アクション・ポイントなどが存在する。各々の制度には長所・短所があり、得られる効果も異なるが、組み合わせ次第では相互に補完しうる可能性がある。

クレジット制度だけでは解決できなかった先の例も、冒頭で示したようにエコポイントと組み合わせることで解決の糸口が見えてくる。「省エネ行動の促進＝クレジット制度」や「買い替えの促進＝エコポイント」というように役割分担を明確にすることで無理な対処療法の多くは検討不要になる。

しかし、制度を組み合わせることで役割分担を明確にするだけでは、期待するほどの削減活動の促進は望めないだろう。「省エネ行動→買い替え→省エネ行動→…」という連鎖の構築への誘導が弱いからだ。それに必要なものは、互いの制度をリンクさせる仕組みである。冒頭の記述は、エコポイントの付与対象となる家庭をクレジット制度の実績で絞り込むという工夫で表現している。

結局、複数の制度を組み合わせることでそれらをリンクさせて運営する、すなわちポリシーミックスが重要ということだ。本稿では家庭を例に取り上げたが、国単位や大企業が絡むクレジット制度でも本質は同じである。今一度、俯瞰的な立場で CO2 削減政策のあり方を検討すべきだろう。

表 2 家庭での CO2 削減価値を金銭価値換算する仕組み

制度名		クレジット	エコポイント	エコ・アクション・ポイント
内容	環境価値の量	削減量に準拠	削減量に準拠しない (定量化しない)	削減量に準拠しない (定量化する)
	環境価値の原資	削減対象企業(購入費)	税金	原資提供企業(販促費)
(家庭側での) 効果		削減行動の促進	製品の普及	削減行動の促進

(出所) 筆者作成

以上