

カーボン・オフセット

環境委員会 専門員

かとう けんいち
加藤 堅一

「知っている」けど「していない」、「知っている」を「している」へ。ラジオやテレビでよく耳にするこのフレーズは、公共広告機構の環境対策のキャンペーンメッセージである。地球温暖化のメカニズムやそれがもたらす影響については、よく知られている。知っているが、個々人が地球温暖化の問題を自分のこととして、自主的に温室効果ガス排出削減のための行動をとるのは、なかなか難しいというのが実情ではないだろうか。我が国の温室効果ガス排出量を部門別にみても、産業部門で削減が進んでいるのに対して、オフィス等の業務部門や家庭部門では逆に増加している。

このような中で、近年、我が国においてもカーボン・オフセットへの取組が広まってきた。カーボン・オフセットとは、削減努力をしても削減できない自らの温室効果ガス排出量を、ほかの人が行う排出削減事業や植林事業により生じた排出削減クレジット(排出権)を取得することによって相殺するというものである。国際会議などのイベントを開催するに当たり、そこで排出される温室効果ガスを風力発電事業や植林事業に投資することによって相殺したり、企業が植林事業の実施や排出権の購入などを通じて、自らの企業活動による排出量を相殺したりするのが代表的な事例である。

最近では、個人向け環境ビジネスとして、小売業者や旅行業者などが、排出権の付いた商品やサービスの販売を始めているほか、オフセットサービスを専門に行うカーボン・オフセット・プロバイダーと呼ばれる事業者が、インターネットを通じて排出権を販売したりするようになっている。その仕組みは、排出削減に参加したい人が、日常生活で排出する二酸化炭素の排出量を算定し、排出量に応じたクレジットを事業者から購入し、事業者は、集めたお金で排出削減事業や植林事業を行ったり、京都議定書の目標達成に活用できるクリーン開発メカニズムによる排出権を購入し政府に譲渡するなどして、個人の排出量の全部又は一部をオフセットするというものである。

このようなカーボン・オフセットを利用した排出量の削減は、量的には微々たるものであっても、単なる寄付金集めではなく、経済的手法を取り入れた民間による主体的な取組であり、これによって効率的な排出削減が期待される。そのため、更に排出量の算定の正確性や排出削減クレジットの信頼性を高め、環境意識の高い個人が安心して参加できる仕組みとなる必要がある。環境省では、昨年9月に検討会を立ち上げ、検討結果を本年2月、「我が国におけるカーボン・オフセットのあり方について(指針)」として取りまとめ発表した。この指針に沿って、カーボン・オフセットが、広く社会に定着し、温室効果ガスの削減に役立つものとなるのか注目していきたい。