調査報告

カーボン・オフセットとは？
～低炭素社会における新しいビヘイビア（behavior）～

はじめに

日本で今年７月、「洞爺湖サミット」が開催されました。世界経済、環境問題、アフリカの発展など、私たちが直面し、その解決に向け努力すべき課題について、当時の福田首相を議長にして話し合われました。特に地球温暖化は、人類にとって待ったなしの大きな挑戦であるとし、「低炭素社会」を目指していく議論が行われました。

地球温暖化は、二酸化炭素(CO2)など温室効果ガスの増加が主因とされています。ここ数年、異常気象が続いていることもあり、温室効果ガスの温暖化に与える影響が、世界中の人々により、深刻に受け止められるようになってきています。

とりわけ欧米では、温暖化に対する市民の意識や価値観が急速に変化しています。例えば個人がジェット機で旅行した際に、そのジェット機が排出したであろうCO2を、温室効果ガスの排出枠を購入することで、埋め合わせするという行為が見られるようになって来ました。こうした取組みは「カーボン・オフセット」と呼ばれています。

カーボン・オフセットとは

カーボン・オフセットとは、私たちの日常生活や経済活動において、避けることが出来ないCO2等の温室効果ガス排出について、まず、できるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出されてしまう温室効果ガス分について、その排出量を見積もり、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等によって、排出されてしまう温室効果ガスを埋め合わせするという考え方です。

この取組みはイギリスでスタートし、その後は欧州・米国等で活発でしたが、日本でも最近になって、民間での取組みが見受けられるようになってきました。

カーボン・オフセットの流れ

①家庭やオフィス、移動(自動車・飛行機)での温室効果ガス排出量を把握する

⇩

②温室効果ガスの削減努力を行う
- 省エネ活動
- 環境負荷の少ない交通手段の選択

⇩

③自己努力では削減が困難な排出量を把握し、
- 他の場所で実現した排出削減量＝クレジット（排出枠）を購入する
- 他の場所で、排出削減活動を実施（京都議定書に定める CDM など）

⇩

④対象となる活動の排出量を、調達してきた同量のクレジットで埋め合わせる（相殺、オフセット）

カーボン・オフセットの例

以上のように、あくまでも排出削減の自助努力が求められるわけですが、それでも削除しきれない場合もあるでしょう。そのような場合に、個人でもオフセットを利用する機会が提供されるようになりました。排出枠（クレジットと呼ばれます）そのものを購入する方法もありますし、あるいは、その利用により排出される予想CO2量をオフセットすることを事前に約束した商品・サービスを購入して、自己の排出量を相殺するという方法もあります。これが、昨今、ニュースでも取り挙げられる「カーボン・オフセット付き○○」という商品群になります。日本でも、洞爺湖サミットと前後して、オフセット付き商品が急増していますが、特にEU諸国は、個人の環境意識が高く、さまざまなオフセット・サービスが展開されています。

例えば、イギリスの自動車メーカーA社は、排出枠付き新車の販売をしています。自動車から排出される温室効果ガスは、製造過程で2割、実際に運転している時に8割とも言われています。自動車を作るメーカー自身が、環境に配慮した生産活動に努めるとともに、自動車を利用するドライバーにも、環境のことを考えてみませんか、と問いかけることから、このサービスは始まりました。A社は、イギリス自動車業界で初めて、カーボン・オフセットに取組み、2007年9月以降に発売される全車種に、カーボン・オフセット提供サービスが付けられています。サービスを利用するかは顧客の任意で、下の図のような流れになります。オフセットする場合には、自動車を購入してから所有期間中に排出されるCO2排出量（イギリスの平均走行距離72,400ｋｍで計算）のオフセット料（目安13,000～24,000円）を、新車購入代金に上乗せして支払います。もちろん、顧客がエコドライブを心がけることも大切です。

イギリス　自動車A社の例

自動車を購入した顧客に、走行時に排出するCO2をオフセットするサービスを提供。

①顧客は、自動車を購入する際に、購入後の平均的な走行距離72,400kmによるCO2排出量をカーボン・オフセットするかどうか、選択できる。

⇩ カーボン・オフセットを選択

②顧客は、A社が提供しているCO2排出量算出ツールに、車種などのデータを入力し、購入後の走行で予想されるCO2量排出量を算出する(注1)。

⇩

③顧客は、オフセットするための排出枠(クレジット)代金を、自動車購入代金に上乗せして支払う(注2)。

海外のオフセット事例

分類	企業	オフセット対象	費用負担者
消費者にオフセット付商品・サービスを提供	イギリス　航空会社	航空機から排出される CO2	乗客
自己活動をオフセット（企業）	イギリス　銀行	事業活動に伴う CO2（本社ビルの使用電力、出張など）	実施企業
（個人）	アメリカ　排出枠取扱業者（プロバイダー）	個人の活動全般（自動車運転、家事、結婚式、通勤など）	申込者（個人）
会議・イベントをオフセット	ドイツ　FIFA ワールドカップ 2006	試合運営（スタジオの照明、選手のバスでの移動など）	主催者

カーボン・オフセットの種類・課題

このように、多種多様なオフセットが展開されていますが、オフセット対象で分類すると、以下３つに大別されます。

①消費者にオフセット付き商品・サービスを提供

②自己活動をオフセット

③会議・イベントをオフセット

また、オフセットをする上で、一つ注意しておきたい点があります。オフセットは、クレジットを「取得」する訳ですから、当然費用がかかります。そのクレジット代金を、サービスを提供する側（企業）が払うのか、サービスを利用する側（消費者）が払うのか、が議論の分かれ目になります。日本では導入期ということもあり、ほとんどの企業が、自社の費用負担でオフセット付き商品を提供しています。一方、欧米などでは、実際に消費・利用して温室効果ガスを排出する者（消費者）が責任を持つという、消費者負担型が主流になっています。環境への意識が高まるにつれ、日本でも消費者負担型に移行するかもしれません。

カーボン・オフセットの費用負担

カーボン・オフセットの今後

欧州だけではなく日本企業のなかにも、CO_2削減を強く意識したイメージアピールを発信する企業が増えてきました。また、カーボンフットプリント（注3）制度が導入される見通しで、これからは製造から廃棄までの間に排出されるCO_2量が表示された日用品が増えてくることが予想されています。オフセットするためには、「どのくらいCO_2を排出したのか」が、わからなくてはなりません。つまり、消費等によるCO_2排出量が明示される機会が増えれば、その排出量をオフセットする機会も増えてくると思われます。

(注 1) 排出 CO_2 量は、排出枠取扱業者(プロバイダー)と協同開発したシステムに、車種や燃料などを入力するだけで瞬時に計算できます。

(注 2) クレジットは新車購入時だけではなく、後日希望する時や、72,400ｋｍを超える部分の走行距離についても、HP で計算して購入することができます。

(注 3) カーボンフットプリント　　炭素の足跡。地球温暖化に及ぼす影響を、二酸化炭素（CO2）の排出量に数値換算した指標のこと。経済産業省が中心となり、基準・統一マークが制定され、来年度から試行される予定となっています。

（フットプリント・マーク）

（卯月　勝　／　戸口　里美）

（参考資料）

・環境省「カーボン・オフセットのあり方に関する検討会（第５回）議事次第・資料」
2008年1月22日