

第 2 回ステークホルダー会合（10/25 開催）に対する追加意見

【総論】

- ・ 最初に前回（10/25）のステークホルダー会合では、東京都と産業界の主張には相違点が多く見られ、意見の一致には至らなかったということを確認したい。産業界出席者の多くは都が提案する制度に疑問を呈している。本制度の当事者である産業界の意見を真摯に受け止めて頂きたい。
- ・ 当社を始め産業界は、地球温暖化対策を積極的に推進していきたいと考えている。その為自主的取組をベースとし、東京都と協力して東京の CO2 削減の達成を目指して行きたいと考える。

【10/25 配付資料「7つの論点」について】

1 頁目「削減の技術的裏付け」に対する意見

- ・ 「都の考え方」や当日の議論で何度も言及されていたが、過去の技術革新の歴史を根拠として「制約を課すことによって革新的技術開発（イノベーション）を起こす」という思想は、技術開発を安易に考えすぎているのではないかと懸念。
- ・ また老朽化等に伴う既存設備の取り替えは建物の改修を伴う場合など、多大なコストがかかる恐れがあり、これを見込んだ規制導入は事業者の経営を著しく圧迫する恐れがある。

2 頁目「自主的取組の評価」に対する意見

- ・ 東京都はこれまで「地球温暖化対策計画書制度」や「地球温暖化対策推進ネットワーク」など、国や他の自治体に先駆けた斬新な制度を大変な手間と労力を掛けて精緻に実施してきた。これらの取組は、①技術的な実現可能性を見極めた適切な目標の設定、②具体的に実施可能性を検討した上で施策を講じることによる企業活動への悪影響の最小化、といった点で実効性のある取組であると思われる。ほとんどの企業は省エネ、省 CO2 対策に必死に取り組んでおり、新設やリニューアルに際しては出来る限り最新の技術を導入している。従って行政としてはこうした企業の経営判断を最大限尊重して頂きたい。
- ・ また二つ目の■に「自主的取組が前提では、温度管理すら容易に進まない」との記載があるが、これについては運用改善により更なる CO2 削減の余地があることを示していると思われる。このように可能であるにも関わらず適切な温度管理を行っていない悪質なケースについては企業名の公表などの措置があると思われる。一方でテナントビルや商業施設など業種や事業所によっては一律の温度設定を強制することが困難である場合には、安易に規制を導入するのではなく、あくまで自主性を尊重し、無理な対策を強いることのないようお願いしたい。

3 頁目「削減義務と経済活動の制限」に対する意見

- ・ 一つ目の■で、EUや米国諸州で排出量取引の検討が広まりつつあり、排出権取引が世界の潮流であるかのような記載があるが、例えば米国で検討されている排出権取引法案の中身を見ると「2020 年で 1990 年レベル」など緩やかなキャップを想定しているものがほとんどであり、東京都が計画しているような大幅削減には及ばない削減水準である。
- ・ そもそも各国の効率化レベルや、自主的取組に対するマインドは様々である為、国ごとに様々な取組があつて当然である。日本の場合は IPCC 第四次報告書にも記載されているように「自主的取組」がうまく機能しており、かつ限界削減費用が最も高い国である。こうした日本の状況を鑑みず、更に厳しいキャップを課すことは経済成長を縮めさせる恐れがある。
- ・ また「取引」を前提としている以上、CO₂ は金融商品となり、投機の対象となる可能性も考えられる。実際、欧州排出権取引制度において実証されているように、CO₂ の価格は実際の削減コストと切り離され、市場の動向に左右されている。その結果、経営者は金融ブローカーやトレーダーの動向により上下する CO₂ 価格を考慮しながら事業活動を行わざるを得なくなる。

4 頁目「削減義務と長期的対策」に対する意見

- ・ 都は「中期的な展望を明確にし、企業の CO₂ 削減努力に安定的な目安を示す」としながらも、具体的な目標設定期間は 5 年間単位になっている。従って依然として企業としては長期的な展望に立った削減対策の立案が出来ない恐れがある。

6 頁目「公平性の確保」に対する意見

- ・ 都は「取組の優れたトップレベルの事業所については削減義務水準についての一定の配慮を行うなど、様々な意見を伺いながら詳細については順次具体化していきたい」と述べているが、個別事業所ごとに状況は千差万別であるため、事業所ごとに排出割り当てを行うことが難しいことは、現行の「地球温暖化対策計画書制度」策定時に認識済みのはずである。
- ・ このことは現行制度の運用によりデータの蓄積が得られた今日においても、本質的には解決されていないものと思われる。
- ・ なお、都は「自主的な対策では企業間格差が是正されず、却って不公平が拡大する」と述べているが、今後行政・企業等が消費者に対して温暖化問題に対する正しい知識や理解活動を推進して行くことによって、環境負荷の少ない商品やサービスが市場から選ばれ、温暖化対策の取組の進んだ企業が資本市場でも評価されるようになると思われる。

以 上