

地球環境・気候変動問題と商社業界

出席者



後藤 敏彦 (ごとう としひこ)
特定非営利活動法人サステナビリティ日本フォーラム
代表理事
環境監査研究会 代表幹事



中上 英俊 (なかがみ ひでとし)
経済産業省 産業構造審議会・総合資源エネルギー調査会
自主行動計画フォローアップ合同小委員会
流通ワーキンググループ 座長
株式会社住環境計画研究所 所長 博士(工学)



武井 徹 (たけい とおる)
住友商事株式会社 環境・CSR部長
地球環境委員会 委員長



中川 幹朗 (なかがわ みきお)
豊田通商株式会社
環境・生産改善部地球環境室室長
地球環境委員会 副委員長



伊藤 三郎 (いとう さぶろう)
阪和興業株式会社 環境推進委員会事務局長
地球環境委員会 副委員長



(司会)
中井 邦治 (なかい くにはる)
三井物産株式会社 CSR推進部地球環境室室長
地球環境委員会 委員長補佐



中井（司会） 地球温暖化をはじめとする環境問題は年々深刻化しており、今後、国際的な議論の活発化が一層期待されている。とりわけ2008年は、京都議定書の第1約束期間の開始、環境・気候変動問題を主要テーマの一つと掲げる北海道洞爺湖サミットの主催など、日本にとって重要な年になる。

このような中、本日は、商社の環境問題への取り組みに詳しい方々をお招きして、日本貿易会地球環境委員会の委員長、副委員長にお集まりいただき、地球温暖化をはじめとする地球環境問題への商社業界の取り組みを取り上げ、地球環境問題の解決に向けた商社への期待、今後の課題等を整理させていただくことにした。

本日の司会は、商社業界が初めて経済産業省、環境省の環境自主行動計画のフォローアップを受けた2007年度に地球環境委員会の委員長、2008年度は同委員長補佐を務める三井物産の中井が務めさせていただく。まずは、皆さまに自己紹介をお願いしたい。

後藤 1991年に環境監査研究会を創設し、ISO

等の環境マネジメントについて研究してきた。その後、サステナビリティ日本フォーラムにて、CSRレポートやサステナビリティレポートのガイドライン作りの普及に努めている。

中上 住環境計画研究所に35年間所属しており、一貫してエネルギー問題に携わってきた。現在は、経済産業省の自主行動計画フォローアップ合同小委員会流通ワーキンググループの座長を務めている。当ワーキンググループでは、唯一、民生部門に相当する流通を担当している。

武井 住友商事の環境・CSR部長を務め、環境マネジメント、社会貢献活動等を含めた、環境管理全般に関わる仕事をしている。また、2008年度の地球環境委員会委員長を務めさせていただいている。

中川 豊田通商の環境・生産改善部地球環境室室長を務め、2008年度の地球環境委員会副委員長を務めさせていただいている。当社は、トヨタグループ内の唯一の商社で、他の商社とは若干異なる部分もあると思うが、トヨタグループの枠組みの中で取り組んでいる環境に対する

さまざまな取り組みをご紹介したい。

伊藤 阪和興業の環境推進委員会事務局長を務めている。同様に2008年度の地球環境委員会副委員長を務めさせていただいている。当社は鉄鋼を主体に扱っているので、資源リサイクルなどの面からお話ができればと考えている。

1. 地球環境問題をめぐる 世界と日本の状況

中井 (司会) 最初に、後藤さんから地球温暖化問題に関する世界と日本の状況についてご説明をいただきたい。

後藤 2007年は、2月にIPCC第4次レポートの一部が発表された後、6月にハイリゲンダムサミットが開催、そして12月のバリ会議（COP13、COP/MOP3）でバリ・アクションプラン等が採択され、世界の認識が大きく変わった。

IPCCが第4次レポートで地球温暖化は90%以上の確率で人間活動によるものであると発表したのをきっかけに、バリ会議の合意文書には、先進国は2020年までに温室効果ガスを90年比25～40%に削減するということが、ほぼ確定的に盛り込まれた。今後、世界は、総量規制で温室効果ガス排出を地球の吸収能力内に抑える方向に向かっていく。地球の吸収能力は、炭素換算（排出されるCO₂の中に含まれる炭素の重量）で3ギガトンといわれているので、現在の約7ギガトンから半分以下に削減しなければならない。しかし、日本ではその認識が全く浸透していない。

中上 2020年までに90年比25～40%削減という目標を達成しようとするのであれば、自動車や家庭のCO₂排出に規制等をかけて、ドラスチックに変えていかなければならない。目標達成までに十分な期間があれば、人の意識も変えられるし、技術開発も進んで、すべての住宅がトッ

プランナーに変わる。しかし、わずか10年では家庭用家電製品もすべて変わるわけではないし、人の意識を変えていくのも相当難しいであろう。

中井 (司会) 商社の現地法人でも、地域により、取り組み度合いが違っている。例えば、ロンドンの現地法人ではISO14000も取得しており、環境に機敏に取り組んでいるという印象を受ける。欧州は排出量取引などの政策でも先行している。一方で、オフィスにしても家庭にしてもゴミの分別は進んでおらず、意識付けでは日本の方が一歩進んでいる。つまり、一人一人を教育していくから社会全体が良くなるというわけではなく、規制が必要な部分もあるのではないかと思う。

後藤 確かに、ドイツより日本の消費者の方が環境に対する意識は高いという調査結果があるが、政策的な観点から見ると、ドイツの方が進んでいるように思う。欧米と比較すると気付くように、日本もあらゆる政策を動員していくべきである。欧州では、ポリシーミックスという考え方を示しているが、商社が得意とする排出量取引や、環境に良い商品の購入へのインセンティブを明確にする目的で、環境税等のファイナンシャル・メソッドをどんどん採用していくべきである。

また、日本では、気候変動対策を義務や制約ととらえて反対される方が多いが、欧米では、中央政府、州政府を中心に市町村、産業界も含めて、基本的には事業機会ととらえている。世界は、先進国は少なくとも2020年に90年比25%削減という目標にチャレンジすることをバリ会議でほぼ決定したため、日本もこの機会をチャンスととらえ、政府、産業界が一体となり、これに対応していかなければ、世界から取り残されていく可能性がある。このまま、日本が何も

対策を示さないまま時間を費やしていくと、日本企業、特にドメスティックな企業は生き残っていくのが困難になるであろう。

中上 最近1～2年で温室効果ガス削減の議論が活発になされているが、削減目標の数字の中身が理解できないまま、感性で議論をすることには大きな問題がある。目標達成に向けて真面目に取り組んできた人が、目標未達成により挫折感を味わわないためにも、数字の中身を国民が詳細に理解できるように説明するべきである。2050年に50%削減するという目標も、国民が危機感を持たないかぎり、とても達成できる数字ではないというメッセージを発信していかなければならない。

2. 日本貿易会の取り組み

中井 (司会) 日本貿易会では、2002年に「環境行動基準」を策定し、貿易業界の環境問題に対する取り組みを明確にした。地球環境委員会では、その下で、毎年、事業計画を策定して活動している。2008年度事業計画の概要について、委員長の水井さんよりご説明いただきたい。

水井 日本貿易会の事業計画は、従来から継続していく取り組みと、今年度新たに進めていく取り組みとに大きく分けられる。

従来から継続していく活動は4つある。1つ目は、情報交換である。省エネ法などの環境関連法規の改正・改定や、環境行政の動向に関する情報を委員会社で共有し、企業活動の中で対応できるように検討する。2つ目は、環境自主行動計画の策定および実施である。環境自主行動計画は地球温暖化対策、循環型社会構築を目的に98年度から策定しているが、2007年度から経済産業省のフォローアップを受けている。3つ目は、各社の環境リスク管理体制についての情報を交換している。4つ目は、大学での環境講

座の実施である。2008年度は横浜国立大学で実施するが、委員会社の環境関連部門から講師を派遣していただき、各社の取り組みについて講義をしていただいている。

2008年度の新規事業は「商社環境月間」の制定である。6月5日は国連で定められた世界環境デーである。日本でも2001年から、6月を環境月間としていることから、毎年6月を「商社環境月間」と位置付け、地球環境委員会の環境関連活動を集中的に実施する。今年度は、6月19～21日に札幌にて開催される北海道洞爺湖サミット記念環境総合展2008に、日本貿易会として出展し、各社の環境に対する取り組みを対外的に強く情報発信する。日本貿易会が環境関連の展示会へ出展するのは初めての試みであるが、ぜひとも成功させたい。

また、委員各社には、社内にて環境への意識を高めるような啓蒙活動の実施や、可能であれば、各社が行っている環境分野の社会貢献活動も、6月にアレンジしていただくように検討いただいている。さらに、日本貿易会では環境セミナーも主催していく。そして、商社の取り組みの実態を、各社個別の発信のみならず、日本貿易会としても、「日本貿易会月報」やホームページというツールを活用して、参考の一助になるように積極的にアピールしていきたい。

中井 (司会) 「商社はヒト」と表現されるように商社にとってヒトは財産であることから、人材育成の意味で2002年度以降、「大学における環境講座」を実施しており、横浜国立大学、名古屋大学、武蔵工業大学、法政大学で実績を上げている (P.28参照)。ヒトの意識改革、そして自分自身の意識改革のためにも、今後も継続していければと考えている。

中川 環境総合展2008への関心は非常に高く、359の企業・団体から出展希望があったと聞い

ている。その中で、商社業界としてのプレゼンスを明確に発信していきたい。

当社を含めたトヨタグループでは、従来から6月を「オールトヨタ環境月間」と定め、グル

ープ内で活動してきている。2007年度もこれに参加し、環境月間ポスターを全社に貼って啓蒙活動を促し、電子掲示板等で、節電、ゴミの分別、エコドライブを呼びかけた。今年度も「環

環境行動基準

2002年2月14日
社団法人日本貿易会

▶日本貿易会は1999年7月8日、経営環境の激変に対応する商社の使命と共通の理念を確認し、「商社行動基準」を策定した。

▶我々は商社行動基準の中で地球環境問題への取組みを“経営の理念と姿勢”として位置付けており、このたびその精神に則り、「環境行動基準」を策定する。

▶なお、我々は1996年11月に「環境保全に関する貿易業界の行動計画」を策定しているが、引き続きこれを踏まえて行動している。

1. 基本理念

環境問題は、地球温暖化に代表されるように、その影響が地球的広がりを持つとともに、人類の存続にも係わるようなグローバルな問題から、廃棄物処理などの地域的な問題までさまざまであるが、それぞれの問題に適切に対応していくことがますます重要になってきている。

我々は、地球環境の健全な維持と経済成長の調和を目指す「持続可能な発展」の実現に向け努力することにより、広く社会に貢献する。

2. 基本方針

我々は、国内外においてさまざまな製品・サービスを提供するとともに、開発事業並びに事業投資活動等を展開している。我々は地球環境の健全な維持に向けて、以下の基本方針を定める。

(1) 経営の基本姿勢

環境問題の重要性を理解・認識し、環境に充分配慮した企業経営を行い、企業倫理の涵養に努める。

(2) 環境関連法規制等の遵守

企業活動にあたり国内外の環境関連法規制

等の遵守はもとより、国際ルールや慣行を遵守する。

(3) 地球温暖化対策

地球温暖化が世界的緊急課題であることを認識し、世界の温室効果ガス削減に資するべく積極的な取組みを図る。

(4) 循環型社会の構築への寄与

資源は有限であるとの認識に基づき、循環型社会への転換の実現を目指して、廃棄物の発生抑制、再利用、リサイクルなどの積極的取組みを図る。

(5) 環境管理体制の確立

ISO14001環境マネジメントシステム等を活用し、グループ会社を含めて環境管理体制を確立し、環境問題への的確な対応と未然防止に努める。

(6) 海外展開にあたっての環境配慮

海外事業展開にあたっては、事業を通して当該国の経済発展と地球環境保全の両立、及び国民福祉の向上につながるよう配慮する。

(7) 社会への貢献

国内外にわたり社会との信頼関係を確立し、良き企業市民として社会に対して果たすべき役割を自覚し、我々の特色ある企業形態を活かした環境問題に係わる社会貢献活動を支援、推進する。

境月間」活動を継続する予定である。

伊藤 当社でも、これを機に「環境月間」の検討をしていきたいと考えている。「環境月間」を周知することにより、環境に関するさまざまな取り組みについて、共感できる企業や国民も数多く出てくるのではないかと思う。

3. 温室効果ガス削減への 商社の取り組み

中井（司会） 環境自主行動計画では地球温暖化対策と廃棄物処理の2つを柱に目標達成に向けて努力しているが、そのほか世界に張り巡らせているネットワークを利用し、排出量取引や社会貢献という形で環境問題への関与、貢献を行っているが、各社ではどのように取り組まれているか。

武井 日常業務の中で環境負荷を軽減する努力に加え、さまざまな事業やビジネスを通じて貢献している。当社では、環境自主行動計画とリンクさせた自主的な目標を定めている。細かなことの積み重ねになるが、帰宅時には必ず消灯したり、パソコン等の電源をこまめに消したり、クービズを導入したりして、徐々にではあるがオフィスでのエネルギー消費量を削減してい

る。会社として強制的に進めるのは難しい面もあるが、近年、社員の地球環境問題に対する関心は確実に高まってきているので、今後、社員から会社に提言できるような環境づくりに努めていきたい。

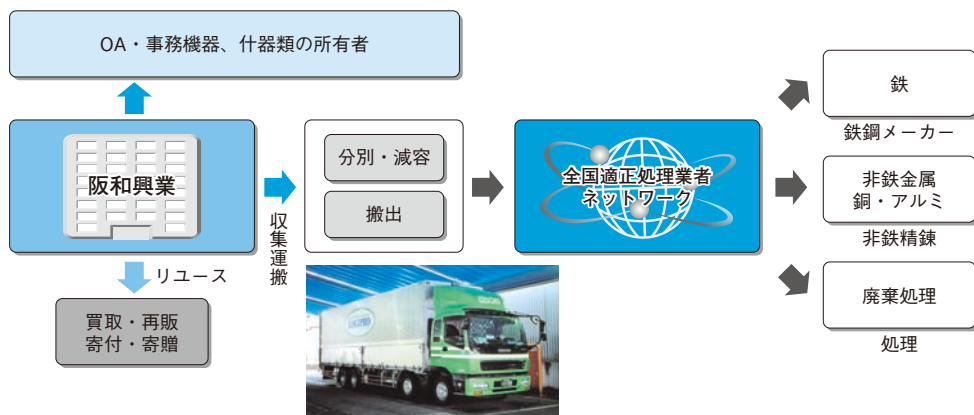
また、ビジネスの点では、健全な事業活動を通じて、グローバル規模で地球環境への貢献を果たそうとしている。一例であるが、再生可能エネルギーの利用推進に資する地熱発電プラントをインドネシアで建設するなどのプロジェクトを推進している。このような事業は、今後さらに取り組んでいくべき分野ではないかと思っている。

中井（司会） 先ほど、トヨタグループとしての取り組みのご紹介があったが、豊田通商独自の取り組みとしてはいかがか。

中川 今まで、当社も単体ベースでの取り組みを主体にしていたが、活動範囲も限られてしまうことから、2007年度より、当社が経営権を有するグループ会社、特にものづくりの会社を中心に一丸となり、温室効果ガス排出削減に向けてさまざまな活動に取り組んでいる。

事務所については、昼休みの消灯、コピー機・パソコンの節電、事務室内温度管理等を行って

図1 阪和興業のハートリユース&リサイクルシステム



いるが、事務所内での取り組みについては、これ以上の削減は非常に難しい中で一生懸命努力しているというのが各社の実状であると思う。

一方で、ビジネスに関しては、お客さまの工場で消費されるエネルギーの削減事業、CO₂を排出しないサトウキビの副産物であるバガスを利用した食品容器の販売事業、堆肥化促進剤^{たいひ}のレスキュー45などに取り組んでいる。

中井（司会） 阪和興業ではどのような取り組みをされているか。

伊藤 事務所内で温室効果ガスを削減するのも重要であるが、当社は鉄、非鉄を主体に扱っており、資源の有効活用の観点から、商社としての機能を十分発揮し、環境ビジネスを進めていくことが、結果的に地球環境改善に大きく寄与すると考えている。当社は循環型社会の形成に貢献したいと考え、従来から3R（Reuse、Reduce、Recycle）を推進し、資源リサイクル、環境ビジネスに取り組んできた。例えば、ショッピングセンター、ホテル、オフィスの移転や統廃合で不要になったOA・事務機器^{じゅうき}、什器備品を最大限に再利用、再販、また再資源化したりして、環境負荷の低減と経済効率を改善する事業に取り組んでいる（図1）。そのほか、ダイオキシン無害化事業や焼却炉解体事業などにも注力し、高い評価をいただいている。さらに現

在、金属スクラップの扱いで培ってきたノウハウをもとに、商社として新たな循環経済型事業を創造すべく、さまざまなリサイクルのシステム作りに挑戦している。

4. 環境自主行動計画

中井（司会） 当会では、98年度から環境自主行動計画を策定し始め、現在、2010年度のCO₂排出量は、98年度比40%削減という目標を掲げ、目標達成に努めている（表1）。2010年度目標は現時点では未達成だが、98年度から目標を毎年見直ししながら着実に削減してきている。今後も商社業界として、環境自主行動計画を継続していきたいと思っているが、環境自主行動計画をどのように評価いただいているか。

中上 環境自主行動計画は、施設の規模、業態、エネルギーの消費量、CO₂排出量等の情報を一括してデータ化された点で評価できる。意外なことに、日本では、オフィス、世帯住宅のエネルギー使用量を示す公式統計がほとんどなかった。日本は、地道に統計を収集するよりもまず戦略を立ててしまう傾向があり、例えば、プリウスなどの省エネ機器が開発されていることが証明しているように、戦略的には高い評価を受けるが、蓄積しているデータ量が乏しいので、他と比較しようと思っても、比較できない現状

表1 日本貿易会 環境自主行動計画

実値（年度）	1998	99	2000	01	02	03	04	05	06	10 目標
エネルギー消費量 （万kl）	4.4	4.2	3.9	3.8	3.7	3.8	3.4	2.8	2.7	2.6
CO ₂ 排出量 （万t-CO ₂ ）	5.8	5.9	5.8	5.6	5.8	6.4	5.6	4.6	4.3	3.5 （1998年度比▲40%）
CO ₂ 排出係数 （tCO ₂ -／万kWh）	3.13	3.32	3.35	3.36	3.60	3.87	3.74	3.79	3.68	2.97

（注）参加企業は日本貿易会会員16社



インドネシア地熱発電プラント（住友商事提供）



三井物産の森（北海道 似湾）
一面に広がる幼齢林（三井物産提供）

があった。環境自主行動計画により、貴重な数値が把握できるようになったので、これを次のステップにつなげていただきたい。

武井 当社では、環境自主行動計画の存在は、目標を設定し、社内の省エネ意識を高めるための一つのツールとして役立っている。

中井（司会） データ化での把握から次のステップにつなげるということでは、商社業界内でも同様のことがいえるであろう。自社の全関係会社、また他の会員企業のデータ把握が未整備でお互いを単体・連結のデータで比較できていない。現在、環境自主行動計画に参加されている委員会社以外の会員企業へ、日本貿易会としてのデータ把握の母集団を広げていくことも重要である。

2007年度は16社の113事業所が対象であったが、各社の具体的な取り組みを紹介することにより、他の会員企業の参考になる要素もあると思うがいかがか。

後藤 各社が力を入れている具体的取り組みや、その結果、加盟会社全体でどれだけ減らしたかという成果をメッセージとして正確に発信していくことは重要なことである。その点では、例えば、設備投資した金額などよりも、加盟会社全体での98年度比の削減量を示す方が効果的

である。

また、京都議定書対策として過去に努力してきた内容や、毎年目標を掲げて実施してきたことをアピールすることも重要であるが、それに加えて、今後の取り組み事例を発信していければ、さらに効果的である。私は、環境自主行動計画を達成することが、必ずしも京都議定書の目標達成につながるとは思っていない。現在、スーパーマーケットなどでも新設備を導入し、温室効果ガスを約8割削減しようと計画しているところもある。環境自主行動計画を達成するのは当然で、それに追加して、今後の環境に対する取り組みをアピールしていくべきである。

中井（司会） 商社は、長い歴史においてさまざまな障害を乗り越えて、現在まで発展し、日本の産業をリードしてきた自負をお持ちであると思う。だからこそ、地球温暖化問題にもイニシアチブを取れると考える。そういった中で、商社に求められることは、ISO14001取得によって環境に対する負荷軽減をアピールすることや注目を浴びている革新的な将来技術の開発に関与することだけではなく、商社が注力している風力発電やプラントプロジェクト等の現実的な環境ビジネスをもっと外部にアピールしていく

必要があるということであろう。

5. 経営者と消費者の意識

中井 (司会) 先ほど伊藤さんから環境ビジネスの創出に積極的に取り組んでいらっしゃるという話があったが、経営者の意欲、意思などによる部分も大きいと思うがいかがか。

中上 省エネを実施するにあたり、成功する要素は3つある。規制、消費者、経営者の意思である。トヨタ自動車の社長は、環境性能に優れた「プリウス」について、販売台数が多ければ多いほど赤字になると公言していたが、売り上げを急速に伸ばし、現在ではトヨタ自動車を代表するステータスになった。これは、経営者の信念が真っすぐであったからであると思う。

中川 トヨタグループでは、経営者の環境に対する意思が、各社の方針に盛り込まれ、一致団結して取り組んでいる。グループ各社の経営トップが参画する会議が定期的で開催され、グループ全体の環境対応に取り組んでいる。

一方、トヨタグループ内での活動を、単体ベースより豊田通商グループに広げ、2006年の改正省エネ法施行による特定荷主として課せられた輸送に係る義務や、エネルギー管理指定工場の拡大などを契機として、2007年度から一層取り組みを強化している。

中上 消費者意識も省エネを実施するときには不可欠な要素である。消費者の声が大きくなればなるほど影響力を増す。消費者意識とエネルギー消費量の関係を比べてみると、省エネに関心が低い人と高い人の差は顕著である。エネルギー消費量は平均で10～20%違ってくる。新しい技術を開発してエネルギー使用量を10%削減することは極めて大変な努力が必



ハイブリッド自動車 プリウス（豊田通商提供）

要なのは言うまでもない。京都議定書の目標を達成するためにも、長期的に50%削減するためにも、消費者意識を促し、盛り上げていくことが重要である。

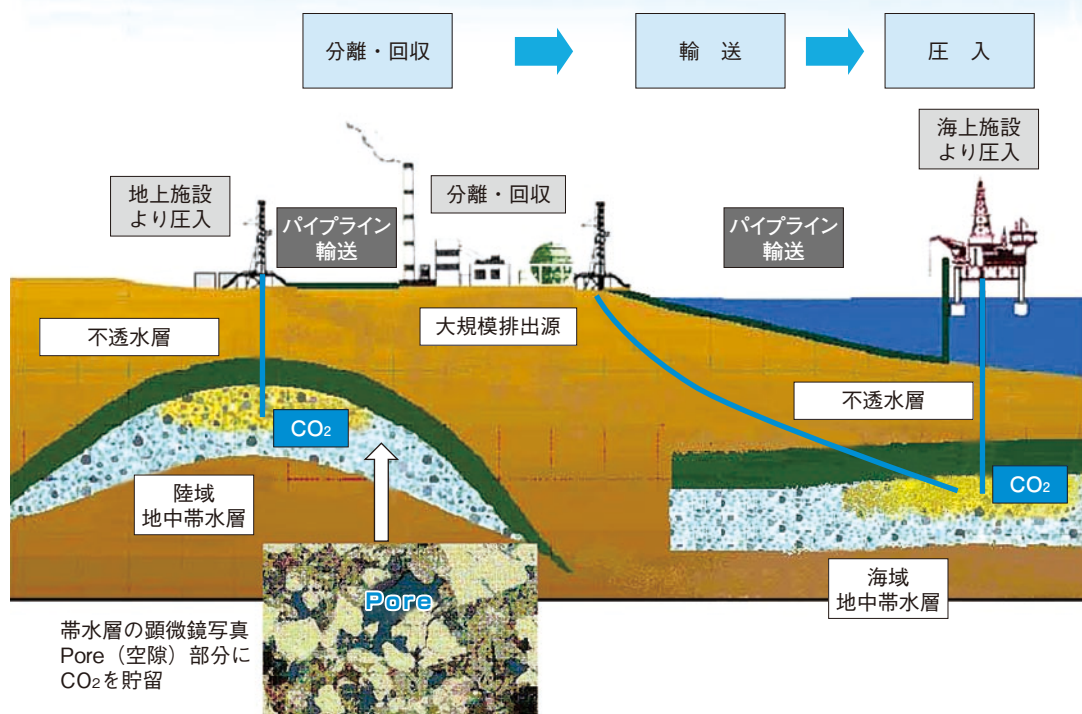
中井 (司会) 消費者意識を促し、盛り上げていくという点では、豊田通商はプリウスをはじめ一般消費者に近いビジネスであるため、温室効果ガスの削減効果を消費者に周知しやすいが、一方で、BtoBビジネスが中心である阪和興業は、鉄鋼製品にかかわる温室効果ガスの削減効果を消費者に周知しにくいという違いがある。中川さんいかがか。

中川 当社は、海外でカーディーラー展開をしている。プリウス等のハイブリッド車の販売にも力を入れており、ハイブリッドカーの販売を通して、CO₂排出削減効果を消費者に理解してもらっている。例えば、ロンドンの中心部では、CO₂排出量226g以上の自動車に約25ポンドの渋滞緩和税が課せられるが、プリウス等の低排出車に関しては無税なので、消費者に対してその点もアピールでき、脚光を浴びている。

一方、日本国内では、業務用車のハイブリッド化に取り組んでいこうと考えている。

中井 (司会) 消費者に近い分、削減効果も見えやすいが、消費者からの多様な要請に今後も一

図2 CCS（地中貯留）の仕組み



(出所) CCS 2020 経済産業省 (2006年5月) 資料

層こたえていくのは大変であろう。一方で、消費者に身近でない商品を扱う販和興業はどうか。

伊藤 当社の削減努力は、消費者からは分かりにくいと実感している。例えば、鉄を作る際に必要なエネルギーに関しても、鉄鉱石から作るのか、またはスクラップから作るのかで全く異なるが、消費者の目から見れば同じ鉄であろう。リサイクルに関しても、鉄くずの回収やアルミ缶の再生等により、エネルギー消費量の削減に努めているが、消費者に身近でないため、消費者には全く分からない。当社として、リサイクルなどを通して、環境に貢献している自負はあるが、削減効果が消費者の目に見えないのは少し寂しい。

後藤 目標が達成できるかできないかは別にし

て、目標を達成するために具体的に何をすべきかという視点の議論を増やしていかなければならない。CCS (CO₂回収・貯留) を利用して回収した温室効果ガスをどのように活用できるのか、今後、その活用方法を開発できるのかという議論を行う必要がある (図2)。米国などは猛烈にCCSの実験を進めているし、商社もその一翼を担っているので、今までにはなかった発想を生み出してほしい。

6. 洞爺湖サミットに向けての期待

中井 (司会) 2008年は日本で5回目となる北海道洞爺湖サミットが開催されるが、政府に期待することを伺いたい。

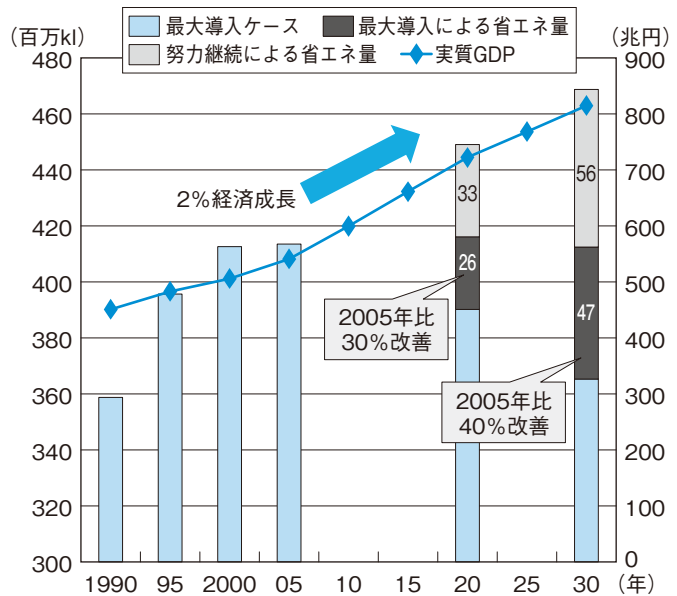
後藤 現状では、京都議定書を達成するような政策を施しているとは思えない。排出量取引や

環境税も一つの手段としてはよいと思うが、ファイナンシャル・メソッドがないままにポリシーミックスは考えられない。また、環境税は、環境性能が良いものを普及させ、環境性能が悪いものを抑制できるという利点がある。それが、企業にとっての事業機会にもつながっていくであろう。

中上 京都議定書で採択した2010年に、90年比6%の温室効果ガス削減目標は、日本にとって非常に厳しい数値であったと感じている。例えば、先日発表された長期エネルギー需給見通しでは、2020年までに5,900万klの省エネ目標を掲げたが、前回の見通しでは2030年で5,000万klの目標であった(図3)。京都議定書署名時点では5,700万~6,000万klの省エネ数値を約束していたので、京都議定書の目標を達成するためにはそれだけ前倒しで省エネ努力をしなければならない。90年ごろ、日本の産業は発展途上段階だったため、温室効果ガスの伸びを想定して削減しなかった。そのため、6%という見かけの数字よりはるかに大きな削減努力が課される羽目になったのである。

地球温暖化は世界共通の課題で、掲げた目標を各国がそれぞれ達成していかなければならないが、そのためには現実的な長期ビジョンを描いたうえで、削減数値を決定していただきたい。2050年に50%削減するという目標も、中国、インド、あるいはベトナムといった途上国の経済が成長する中でエネルギー使用量を考慮すると整合的な数値ではない。来る7月の北海道洞

図3 最終エネルギー消費



(注) 最大導入ケースでは、省エネ性能の格段の向上が見込める機器・設備を、最大限普及させると想定
(出所) 経済産業省資源エネルギー庁総合資源エネルギー調査会需給部会資料

爺湖サミットにて、ポスト京都議定書について議論する際は、過去の経験を活かして、基準年設定等につき、しっかりとした議論をしていたきたい。

7. 商社業界への期待

中井 (司会) それでは、今後の商社業界にどのようなことを期待されているか伺いたい。

後藤 「環境技術に優れた日本」と叫ばれているが、2007年10月に、世界銀行が発表したレポートによると、この10年間で先進国の中で環境に対する取り組みが最も遅れている国は日本である。電機など一部の産業が優れている点はあるが、すべての部分が優れているわけではない。今後、気候変動問題に対して企業に求められる役割は、ハード面でのエコ・テクノロジー、ソフト面でのライフスタイルの転換に、どのような製品、サービスを提供していけるのかである

と思う。そのような時代の中で、生き残っていくために必要な条件としては、ラディカルなイノベーション戦略を持っているか、2050年から現在を振り返っているか、さまざまなステークホルダーとのパートナーシップが組み込まれているか、優れたCSR方針・戦略を持ち、透明性が高いかということである。世界の中で生き残り、成長していくためにも、日本の産業界は、これらの条件を自覚し、それぞれの企業の特性を活かし、自ら積極的に事業機会に結び付けていっていただきたい。とりわけ商社は、幅広いネットワークが強みであると考ええる。

中上 商社は、他の業種にはない特質を多くお持ちなので、これらを活かした取り組みに期待したい。特に、商社は幅広いネットワークを構築しており、いったんビジネスモデルとして確立すれば必ず成功するはずである。しかし、これは民間だけではなく、国全体で取り組むべき問題なので、商社業界のパワーで国を動かしていただきたい。

武井 商社業界は、以前からグローバルに、さまざまな業種、業界の方とビジネスを展開してきた。そのため、地球的規模の広がりを持つ環境問題への対応にあたり、今まで培ってきたネットワーク、オーガナイズ機能、ファイナンス機能等、商社の有する強みを発揮した環境保全に資する事業を通じて、持続可能な社会の発展

の実現に向けて貢献していくことができると思う。

後藤 バリ・アクションプランでは、先進国の発展途上国に対する気候変動対策として、テクニカル、ファイナンシャル、キャパシティビルディングの面においてサポートするという条件が盛り込まれた。この機会をチャンスにとらえ、まさにグローバルにビジネスを展開されている商社にとって、今後、自分たちに何が期待されるのであろうかというニーズを汲み取り、ビジネスの方向性を考えていかなければならない。

中井 (司会) 商社に期待されることは、事務所等で温室効果ガスの削減努力をする一方で、グローバル規模で温室効果ガスを削減できるようなビジネスを展開していくことである。そのためには、世界中に張り巡らしたネットワークを利用し、適切なパートナーとともに積極的に行動していかなければならない。また、環境に対する経営者の意欲は重要であり、消費者の身近なところへサービス、商品を提供するという機能を大いに発揮して、消費者の意識が高まるような活動も地道に継続していく必要がある。今後とも商社業界一丸となり、地球環境問題に取り組んでいきたい。

本日はありがとうございました。

(4月3日 日本貿易会会議室にて開催) 