

SMBC News Letter

“Climate Change & Carbon Finance”

三井住友銀行ニュースレター
「気候変動と排出権取引」

Vol.9
November 2008



SMBC SUMITOMO MITSUI
BANKING CORPORATION

www.smbc.co.jp/hojin/businessassist/carbon/index.html

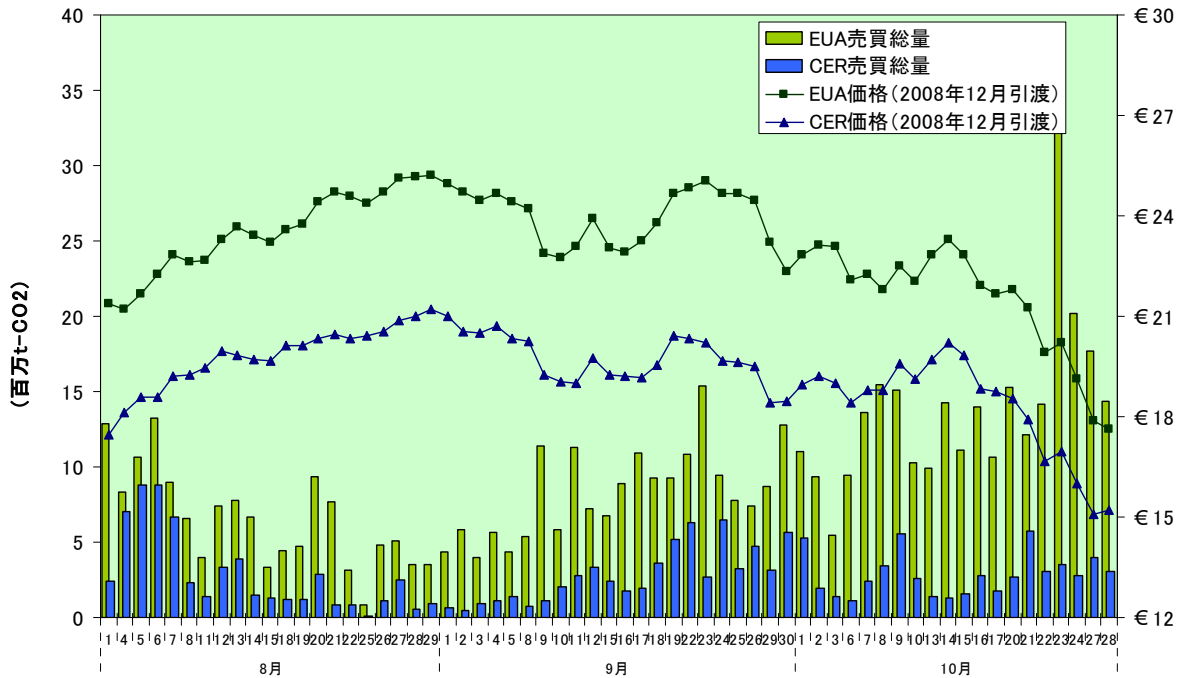
三井住友銀行ニュースレター 「気候変動と排出権取引」

SMBC News Letter “Climate Change & Carbon Finance”

Contents

1. 排出権価格情報 p3
2. News & Topic p4
3. 寄稿① ～温暖化対策の現場から～ p5
「お歳暮配送時に排出するCO₂のカーボンオフセット実施」について
4. 寄稿② ～JRI's EYE～ p6
排出権付商品の開発テクニック（前編） ～省エネサービスを狙え～
< Information > p7

1. 排出権価格情報



*EUA 価格(2008年12月引渡)とは、2008年中にEUAが各企業へ配分され、年末に現物の企業間移動が為されるEUAの価格である。 出典：ECX公表データからJRI作成

*CER 価格(2008年12月引渡)とは、2008年末に現物の企業間移動が為されるCERの価格である。

2008年10月のEUにおけるEUA価格は、23.3ユーロから17.6ユーロへ急落し、2008年の最安値を記録した。2008年7月と比べて11.7ユーロの下落となった。また、CER価格も20.2ユーロから15.2ユーロへ急落した。EUAとCER価格の下落は、世界的な金融市場の混乱に端を発して生じた株価の下落や信用収縮、為替市場における急速なユーロ売り、原油価格をはじめとするエネルギー価格の下落などの影響が排出権市場にも及んだことによる。

前半は、原油価格の続落を背景とした天然ガスおよび電力価格の下落の展開により、排出権は売り意欲が高まりEUA、CER価格は下落したものの、一時買い戻す動きによりEUA、CER価格ともに下落幅を上回る上昇が見られた。しかし、月の中旬以降は、金融市場への不安、世界景気の後退懸念、株価続落、ユーロ売りなどの複合的な要因から、大幅な下落となった。

注：排出権価格は、EU-ETSのみで利用できるEUAとEU-ETSおよび日本を含む京都議定書の目標達成に利用できるCERがあります。日本で売買されている排出権の大半がCERです。データを利用している排出権取引市場のECXにおいて、2008/3/14よりCERの取り扱いを開始した事から、2008年4月号よりCER価格とそのCER価格に影響を与えるEUA価格をご紹介します。

2. News & Topic

① 次期枠組みにおける総量目標と途上国参加の議論が本格化(2008/10/14)

40 カ国以上の環境閣僚が参加した「気候変動に関する非公式閣僚会合」がポーランド・ワルシャワにて10月13日、14日の2日間の日程で開催された。

同会合は、COP14（2008年12月1日～12日、ポーランド・ポズナニ）に向けた論点整理が行われ、COP14では、2050年の長期削減目標（共有ビジョン）とともに、主要途上国の次期枠組みへの参加についても活発な議論を展開することとなった。

また、世界的な金融危機によって気候変動対策の後退が懸念される中、今後も気候変動対策を緩めることはないとの認識を確認した。

② 改正省エネ法における業務部門のベンチマークの検討が進む(2008/10/20)

経済産業省の総合資源エネルギー調査会省エネルギー基準部会工場等判断基準小委員会にて、省エネ法の平成20年度改正の内容が検討されている。

10月20日に開催された第4回の同委員会において、業務部門のベンチマーク基準の設定方法などの議論が行われた。

業務部門のベンチマーク基準については、業種・業態によってCO₂排出原単位は大きくばらつきがあり、業種別に一律でベンチマークを適用することは難しいなどの議論が行われたほか、百貨店、コンビニエンスストア、オフィスビルの業界団体から各業界におけるベンチマーク基準の検討状況について報告があった。

同委員会は11月にも開催され、年内にとりまとめられる見込み。

③ 排出量取引の国内統合市場の試行的実施が決定、参加企業の募集開始(2008/10/21)

内閣に設置されている地球温暖化対策推進本部は「試行的排出量取引スキーム」の実施を決定した。募集期間は10月21日より12月中旬までとしている。

参加企業は2012年度までの各年度の削減目標を自主的に設定し、自主削減の実施や、排出枠の購入、国内クレジットの購入、京都クレジットの購入の方法で目標達成を目指すこととなる。削減目標については、自主行動計画参加企業や非参加企業において設定方法・手続きが異なることや、総量目標と原単位目標によって排出枠の交付時期が異なる。

また、「マネーゲーム」を排除するため、余剰排出枠の翌年への繰り越しや翌年の排出枠の借入を認めるほか、排出枠の価格指標の提供を検討するなどとしている。価格が暴騰するなどの場合には、政府による適切な措置が実施されることが決まった。

今後、参加企業の募集と平行して、排出枠やクレジットの税務処理や会計処理の在り方、第三者認証機関の認定などの手続きなど実務的な検討も進められる。

3. 寄稿① ～温暖化対策の現場から～

「お歳暮配送時に排出するCO₂のカーボンオフセット実施」について

イオン株式会社

イオン（総合小売業）は、2012年度までにCO₂排出総量を2006年度比で30%削減するという「イオン温暖化防止宣言」を本年3月に策定しました。これまで、お客さまとともに取り組む買物袋持参運動や、植樹活動、環境に配慮した技術やしくみを体系的に取り入れた“エコストア”の展開や、容器包装の削減など様々な取り組みを通して、地球温暖化防止のための環境保全活動を続けています。

その一環として、イオンでは今年度のお歳暮から新たに、お歳暮に商品を展開しているお取引先さま290社とともに、贈答品を配送する時に排出されるCO₂について*カーボンオフセットの共同の取り組みを実施いたします。

イオンの今年のお歳暮は1,321店舗で展開し、グループ全体で約310億円の販売を目標としており、これら贈答品を送り先まで配送する際、1,560t（注*）のCO₂が排出されると想定しています。イオンはお取引先さまと共同して、三井住友銀行を介してこのCO₂排出量に相当するCO₂排出権（インドの風力発電プロジェクト）を調達し、地球温暖化防止に貢献させていただくことになります。なお、お歳暮商品の価格や送料におけるお客さまへの追加負担はございません。

その他、お歳暮では、簡易包装（エコ包装）に努め、ペーパーレスのためインターネットショッピングを選択するなどお客さまとともに、エコギフトをめざしています。商品の配送においてもモーダルシフトや配送の効率化をはかりCO₂排出量を削減します。

イオンはこれからもお客さまとともに、地球温暖化防止のための取り組みを続けてまいります。

（注*） お歳暮の宅配時に排出するCO₂排出量を大手宅配運送会社のデータを参照に試算したものと

■イオンのお歳暮カタログ



〈ご参考〉カーボンオフセット

日常生活や経済活動において避けることができないCO₂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るCO₂についてその排出分を見積もり、排出量に見合ったCO₂の削減活動に投資すること等（排出権の購入を含む）により、排出されるCO₂を埋め合わせるという考え方

4. 寄稿② ～JRI' s EYE～

排出権付商品の開発テクニック（前編） ～省エネサービスを狙え～

日本総合研究所 研究員 熊井 大

今回、排出権付商品の開発テクニックと題して、3回シリーズで排出権付商品の企画のコツを伝授する。前編は、「省エネサービスを狙え」というテーマを取り上げたい。

現在、日本国内に普及している排出権付商品を考えた場合、サービスに付けている企画よりも、製品（もの）に付けている企画が多い。企画のし易さを考えた場合、製品の方が簡単であるが、最終的な効果を考えた場合、サービスで企画をしたほうが、好ましい結果を得られる場合が多いと私は感じている。

今回、省エネサービスを狙えというテーマを選んだそのココロは、「各社において、省エネ、省CO2、省コストのサービスがあるはずだから、そのサービスを狙って排出権付商品の企画をすべき」ということであり、事例をあげて簡単に説明する。

例えば、あるホテルでカーボンオフセットのサービスを導入したとする。その内容を「各自が宿泊した際に、部屋から発生する環境負荷（空調、冷蔵庫、照明の電力等）を排出権で相殺するので、必要となる排出権の料金を宿泊費に追加して払うもの」とする。恐らく、環境配慮意識の高い宿泊客は、環境負荷の相殺を目的として、追加負担でこのサービスを受けるが、多くの宿泊客は「環境配慮は重要だけれども、追加負担をしてまでは必要ない」と考えて、このサービスを受けないと想定される。

寄付に対する意識が西洋と異なる日本だけのレアケースかもしれないが、“環境配慮に向けた追加負担”を多くの日本人は好まない。この課題に対応すべく、例えば、サービスを提供するきっかけを“追加負担からコスト削減”に切り替えたらどうなるのだろうか。

例えば、「当ホテルはリネン交換を選択でき、連泊中リネン交換を減らしていただいた宿泊客に対して、カーボンオフセットのサービスをプレゼントする」というキャンペーンに企画を変更したとする。1週間の連泊で、毎日シーツを交換する必要がない宿泊客も多いと考えられるので、このキャンペーンでは、これらの宿泊客はサービスを受ける対象になることから、追加負担のケースよりも多くの宿泊客がサービスを受けることになる。

この場合のコスト負担を考えると、ホテル側が全て負担するように一見みえるが、果たしてそうだろうか。ホテル側にとっては、このキャンペーンを実施することで、恐らく、リネン交換を実施する回数が減ることが想定される。リネン交換はホテル側にとって、かなりのコストであるので、このキャンペーンによって、ホテル側にとって魅力的なコスト削減が図られたことになる。さらに、場合によっては、この削減されたコストが環境負荷を相殺するために購入した排出権の代金よりも大きいことがあるかもしれない。

このような事例は、ホテル業だけに限らず、通信販売業や運送業、保険業などにおいて、幾つか確立しているモデルがあり、排出権をサービスに付けることで消費者選好に変容を起こし、排出権や省エネサービスで地球温暖化防止を推進しつつ、エコブランディングによる企業価値の向上や、場合によっては、ある程度の収益を得ることが可能になるようだ。

< Information >

環境ビジネスの育成と情報提供～「SMBC 環境ビジネスフォーラム in エコプロダクツ2008」の開催




2008年12月に開催される、国内最大級の環境総合展示会「エコプロダクツ2008」内で、従来の三井住友銀行・SMBCコンサルティング主催の「環境ビジネスマッチング」とSMFG「環境セミナー」を統合した複合的な環境ビジネスイベントを開催予定しています。3日間に渡り、「ビジネスマッチング」「講演会」「体験型セミナー」「ブース出展」等を実施する計画をしており、ビジネスマッチングについては、既に400社を超える企業様より応募をいただきました。

- ビジネスマッチングでは「環境」に関するビジネスの促進・支援を目的に、当行お取引先にご参加いただき、お取引先同士での商談をセッティング致します。
- 取引先企業様による最先端の環境取組のプレゼンテーション、大学様による「環境」関連の研究成果発表、SMFG各社・各セクションによる環境関連の商品・取組や、更には、個人の皆様を対象とした体験型のイベントも開催させていただく予定です。

当行は、関連会社 SMBC コンサルティングと協働し、従来からビジネスマッチングのイベントを開催してきましたが、従来の展示会の枠を超えた総合イベント企画であり、エコプロダクツ2008の中でも、主催者企画として大きな注目を集めています。

尚、現在は各種イベント参加者様を募集しておりますので、ご興味のある方は下記WEBサイトからお申込みください。(申込WEBサイト⇒<http://biz.smbcmc.com/kankyout2008/>)

【イベントプログラム (予定)】

<p>12月11日(木) 午前:オープニングセレモニー 午後:環境ビジネスマッチング</p>	<p>12月12日(金) 午前:環境ビジネスマッチング 午後:環境関連セミナー ・産学連携提携大学の環境への取り組み ・SMFGの環境への取り組み 他、開催予定</p>	<p>12月13日(土) 終日:環境関連セミナー ・BluC環境ソリューション ・体験型ファミリーイベント 他、開催予定</p>
<p>12月11日(木)～13日(土) ブース出展</p>		

【参考：エコプロダクツ2008について（公式WEBサイトより抜粋）】

- ◆名称： 地球と私のためのエコスタイルフェア～エコプロダクツ2008 [第10回]
- ◆会期： 2008年12月11日[木]～13日[土] 10:00～18:00 (13日[土]は10:00～17:00)
- ◆会場： 東京ビッグサイト [東展示場 1～6ホール] ◆主催： (社)産業環境管理協会、日本経済新聞社
- ◆出展規模： 750社・団体/1,700小間 [予定] (前回出展実績：632社・団体/1,405小間)
- ◆来場者見込： 170,000人 (前回実績：164,903人)

(了)

www.smbc.co.jp/hojin/businessassist/carbon/index.html

このニュースレターは具体的な商品を説明するものではないため詳細を記載しておりませんが、元本保証の無いリスク性商品の購入や、ご売却、保有にあたっては、手数料等をいただきます。

リスク性商品には、各種相場環境等の変動により、投資した資産の価値が投資元本を割り込むなどのリスクがあります。

リスク性商品を中途解約する場合は、ご購入時の条件が適用されず不利益となる場合があります。詳しくは、店頭の各商品の説明書等を必ずご覧ください。