

REDD 研究開発センター 平成 25 年度 第一回公開セミナー
「途上国の森林保全活動に向けた民間企業の役割と課題」
＜パネルディスカッション議事概要＞

(森林総研松本センター長)

- ・ 密度の高い示唆に富んだ発表を頂き非常に勉強になった。それぞれの発表につき、質疑応答を受けたい。
- ・ その前に、発表者の方々にご自分の発表に付け加えたいこと、または、他の発表者の発表内容についてコメントがあれば頂きたい。

(CI ジャパン浦口氏)

- ・ 森林保全活動といってもキャパビルやサプライチェーン管理など色々なステップがある。中には実業に直結しないものもあるが、様々な企業の方々の取組みに期待している。

(住友林業佐藤氏)

- ・ 「企業と生物多様性イニシアティブ (JBIB)」に参加しており、その中の森づくりを考えるワーキンググループにおいてガイドラインを策定する作業をしている。このグループで最も議論となった点が、企業活動が森林にどのような影響を与え、また森林からどのような恩恵を授かっているかという点である。このことがよくわからない中で活動が進められているのではないかという点が議論になった。自社の本業がどのように森と関係し、どのような流れの中でプロジェクトを実施しようという決断に至ったかという物語に関心がある。

(MoreTrees 水谷氏)

- ・ REDD に企業や個人をどのように巻き込むかが命題である。REDD には当初から関心があり近い将来関与したいと思っているが、いずれにせよコンプライアンス市場で排出削減目標達成のためにクレジットを購入したいという企業には我々が介在する余地はなく、むしろ情緒的な部分、CSR3.0、CSV という活動の中で企業が森林保全に取り組む際の支援をして行きたい。そしてそれが結果的には形として REDD であったという流れを作っていきたいと思っている。

(FoE ジャパン三柴氏)

- ・ 松本センター長は発表資料の 10 ページで「企業には企業活動を通じて我が国の消費者と途上国の森林を繋ぐ役割を期待している」と発表し、私からは同様に発表資料の 8 ページで「小売業界に期待している」と発表した。
- ・ 小売業界に期待する理由は、小売業界は多くの店舗を通じて最終消費者とつながっているためである。ある企業は、「店舗は最終消費者とコミュニケーションを図るための重要なツールである」と表現した。特にスーパーマーケットチェーンの方々は、何万店も店舗を持ち財布の紐を握る最終消費者にアプローチできる大き

な可能性を持っている。このような企業の取組に期待している。

(博報堂川廷氏)

- ・ 木材を扱う住友林業は、一企業で REDD の全ての工程を担い、全体を俯瞰する力をお持ちの企業であるとおつくづく感じた。一方、一つの物語を分担して皆で奏でるというやり方もあると考える。それぞれ自社が持っているスキルをどこで使って物語を紡ぎ出せば良いのかを考える際に、本日の発表は良いヒントになったと思う。

(森林総研松本センター長)

- ・ 我々（森林総合研究所）のような技術者にとって、物語のつくり方、情緒性の出し方というのは最も弱い部分である。このため、REDD 研究開発センターでは、川廷様を運営委員会で委員としてお招きし、民間企業の参加を促進する方策について助言いただいている。そのような中、CO₂ 排出削減のみではなかなか企業が関心を示さない中、特に企業にとっても取り組みやすい生物多様性についての物語の作り方や情緒性の出し方を検討するべきであるというご意見を頂いている。
- ・ 川廷様から、一人が物語を作るのではなく全体（全員）で作るという話があった。今回の発表をそのような視点から改めて概観すると、住友林業佐藤様からは「本業により培ったノウハウを活かした取組み」、CI 浦口様からは「サプライチェーン改善による取組」、MoreTrees 水谷様からは「クレジットを用いて結びつける役割」、FoE 三柴様からは「木材を用いてモノを伝えていく役割」というように、森林保全への関わり方は様々であり、まさに皆で物語を作っていると実感した。
- ・ 会場から質疑応答を取りたい。

(会場：全国木材組合連合会 藤原様)

- ・ 森づくりは CO₂ だけでなく生物多様性等の大きなストーリーを抱えているという本日の趣旨は理解した。他方で、REDD というのは気候変動枠組条約の中での話であるので、温室効果ガスの削減や吸収量を考えると、資金をどのようにどこに投入したら良いのかという議論があると考えます。温室効果ガス削減・吸収のコストが REDD でどうなっているかをプロジェクト実施者または松本様に教えて欲しい。

(会場：JICA 五関様)

- ・ 今の日本を見ていると、限界集落に見られるように地域の「絆」が破壊され、企業を見ても非正規労働者が増加するなど、企業文化が破壊されつつある。こうした現状において、果たして企業文化という話の中だけで CSR を進めることができるのか。水谷様の保険会社の事例のように顧客を巻き込むという形は方向性としては良いと感じている。川廷様と水谷様にお考えをお聞きしたい。

(会場：アジア航測大野様)

- ・ 今まで森林総研主催の REDD 関連のセミナーに参加してきた。これまでは MRV 手法や途上国での実際の取組みという話が多かった中、本日は国内に目を向けて保険会社による取組み事例、個人の商品選択・企業の方針表明、情緒への訴えかけといった話であった。技術の向上や炭素の値段といったテクニカルな話も必要だが、企業や国民一人一人が REDD や生物多様性の保全に加わるのが今後必要になってくると感じた。
- ・ 森林総研として、今後国民に向けどのように本日の話の具体を展開していくのか松本センター長の考えを聞きたい。

(森林総研松本センター長)

- ・ IPCC 報告にもあるとおり、森林分野の温暖化緩和ポテンシャルの 7～8 割は森林減少・劣化対策にあり、植林による貢献ポテンシャルは 1 割弱である。各国の取組みはその国の土地利用の状況でそれぞれあり、その取組みをどう国民に伝えるかもまたその国の政策次第である。森林減少の多い国はまず森林減少を止めることが必要だが、その活動を実施するためにも、二酸化炭素吸収・貯留機能だけでなく森林の持つその他の機能を併せて保全することによって、参加意識を醸成し、活動の価値を高めることができる場合もある。
- ・ しかし、CO₂ 以外のところであまりにもコストが高かったり重点が置かれたりすると AR-CDM の二の舞になる。そのためバランスが重要である。日本の京都議定書対応では、森林の吸収量を高めると同時に森林の健全性を回復するために間伐の遅れに対応するという、途上国とは全く違う方向で緩和の取組みを行った。このように、多様な森林機能のバランスをいつも考える必要がある。CO₂ だけに着目するアプローチは関心を引き続けることが難しい場合がある。

(博報堂川廷氏)

- ・ REDD は言うまでもなく CO₂ 削減に価値を付与することが原点であるが、CO₂ のみに着目した場合、炭素価格の流動性の影響を受けてしまうおそれがある。このため、各地の森林が持っている機能に価値を付与するということが必要であると考え、これを情緒性・物語性として強調してお話している。松本センター長の話もコスト負担のための魅力作りということであったと理解している。CO₂ だけではない魅力作りにより、森林に対して企業や個人が負担できるしくみを考えた方がよいと考え、情報だけでなく情緒で考えるという話し方をした。

(会場：全国木材組合連合会 藤原様)

- ・ 個人的な意見としては、森林問題については、温暖化対策の文脈ではなく、(国際的な) 森林条約のような森林全体を俯瞰して議論する枠組みの中で取り扱いたいと考えている。

(森林総研松本センター長)

- ・ リオ会議以降、国連森林フォーラム (UNFF) の下で持続可能な森林経営 (SFM)

という観点で活動が続けられてきたが、結果的にそのような仕組みではあまりものが動かなかったという反省がある。そうした中で温暖化、クレジット、REDDという話が出てきた。こうした流れの中、REDDが世界の森林保全活動のエンジンとなっているような気がする。これをうまく使ってCO₂だけでなくSFMや生物多様性などその他の森林機能の保全も達成できればと思う。

(博報堂川廷氏)

- ・ CSRは創業者精神や企業理念を踏まえて実業の中で進めていくものである。保険会社の約款の事例で消費者やユーザーを巻き込む取組みが紹介されたが、これも当然事業の「しくみ」であり、事業と全く繋がりのないことをしているのではない。あくまでも企業の持つ「しくみ」の中で答えを出すということが重要。森林の持つCO₂だけでなく多様な価値という考え方は、価値転換を考えていることと同義かもしれない。今日紹介された事例は、それぞれ、個人ユーザーとの繋がりの中で、熱帯林とどう繋げるかを実業の中で創業者精神や企業理念を踏まえ各社が模索した結果であり、その伝え方は各社によって異なる。
- ・ また、考え方の揺り動かし方が大切である。森全体の持っている力でコミュニケーションする重要性を意識し、企業が自分事化することが大切である。
- ・ また、今回は日本から考えるという趣旨に照らして、西洋の文化とは違う日本の知恵が使えるのではないかということについてお話しした。

(森林総研松本センター長)

- ・ 各プレゼンターに質問したい。浦口様へ、ダイキンのアイディアはどこから生まれたのか

(CIジャパン浦口氏)

- ・ ダイキンはもともとCSRについて真剣に考えてこられていた。そのような中、現地のニーズと、その問題をどう解決するかを現地の言葉で考えるCIインドネシアとの連携がうまくいった例である。現在2期目であり1期目の課題についてダイキンの理解を得ながらCIインドネシアから上がってきたアイディアを繋いで発展させている。
- ・ ダイキンは非常にまじめに考え、それをどう日本に伝えるか議論しており、非常に刺激を受ける。

(森林総研松本センター長)

- ・ 本日の発表では、皆様の知恵比べ、工夫比べが非常に印象的であった。
- ・ 水谷様へ、J-VERがここまで広がった理由、また、都市の消費者がクレジットを購入する動機は何か。

(MoreTrees 水谷氏)

- ・ J-VERのトン単価は、CERや旧国内クレジットと比較すると1桁高く、価格勝負だとJ-VERのコスト競争力はない。しかし、既に数万トン無効化されている事実

をみると、購入者は実際には CO₂ トンという情報の裏にある、現状では定量化できない生物多様性や水源涵養機能といった多面的機能を認識しているからこそ売れていると考えられる。REDD も当面はボランタリーで進むのであれば、賛否はあるがトン単価に情緒的な価値を付加することにより、現地コミュニティへの還元を増やすことができるのではないかと考えている。CO₂・トン単価だけで勝負すると森林以外の分野の価格競争に巻き込まれ不毛であると考えている。敢えて違う土俵で勝負するというやり方があると思う。

(森林総研松本センター長)

- ・ J-VER の特徴はどこで CO₂ を吸収したかという顔が見えるという点である。REDD でもどこで排出削減したものか顔が見えるようにしておく方が良いのではないかと感じた。
- ・ 三柴様へ、IKEA、ニトリなどの小売業界での取組は実際どれくらい進んでいるのか？

(FoE 三柴氏)

- ・ 昨年 IKEA を日本に招き話してもらった。IKEA は全体的に森林が減少する中で原料となる木材が枯渇し調達できないリスクがあると認識している。そういう意味で、環境配慮された木材、中でも FSC 認証材を選択し、取引先の産地に認証取得の支援を提供することにより SFM をサポートするという世界的な資源戦略に基づいて取り組んでいる。
- ・ 同社は 2004 年に、将来的に調達はすべて FSC 認証材にすると宣言した。現状では 40% くらいであるが、達成された数値そのものよりも、数値や取組を公表することにより、長期的かつ透明性をもってコミットしているという印象をアピールしている。達成度は満足ではないが幅広く取り組むことにより徐々に森林管理状況を改善するとともに、WWF 等の NGO と協力していることを強調している。
- ・ イオンの場合は IKEA のように森林管理までは行かないが、同様にサプライチェーンをさかのぼり環境に配慮した材を望むことを表明することにより、CSR を越えた企業価値の向上を目指していると聞く。

(森林総研松本センター長)

- ・ 大野様からの質問について、まずこの部屋にいる方とは問題意識を共有できたと考える。このような情報を企業間で共有し、取組みを拡大するため、森林総研としてもこのような普及啓発の取組みを続けていきたい。また、JCM で REDD を国として取り上げる場合、税金を使うことに対する国民の理解が前提になる。このため、途上国の森林保全に貢献していると胸を張って言える形で届けたい。この両者をにらんで進めていきたい。
