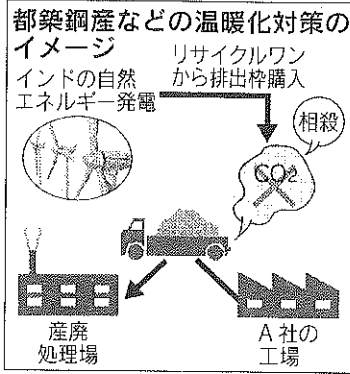


都築鋼産など産廃処理3社

配送車のCO₂対策加速

産業廃棄物処理などを手掛ける都築鋼産（東京・足立、都築宗政社長）など三社は、四月中をメドに温暖化ガスの「排出枠」を購入し、配送車が排出する二酸化炭素（CO₂）の相殺を開始する。排出したCO₂を自主的な取り組みで補う「カーボンオフセット」の仕組みを採用、一社あたり四百五十トンの排出枠を購入する。鉄鋼や電力など大手企業に限られてきた排出枠の利用が、中堅中小にも広がり始めた。

インドの「排出枠」購入



排出枠の利用を始めるのは都築鋼産、ミタックホールディングス（静岡・浜松市、矢板橋一志社長）、シヨモモン（さいたま市、松沢敏也社長）の三社。インドの自然エネルギー発電事業から生じた排出枠を、環境コンサルティングのリサイクル

ルワン（東京・渋谷）から購入する。

各社とも産業廃棄物の収集、運搬に車両を使用しており、最も規模が大きい都築鋼産は約九千ト、ミタックHDは約千四百ト、シヨモモンは約五百トのCO₂を一年間で排出している。排出枠の購入には一社あたり数千円程度の費用がかかるものの、自主的な相殺をすすめることで、環境配慮を前面に打ち出す。

顧客企業が環境報告書などで開示するCO₂排出量には、産廃処理の過程で排出するCO₂を含むことが多い。オフセットで顧客企業のCO₂排出削減にもつながるとみている。

企業のリサイクルの推進で、産業廃棄物の排出

量は一九九六年の四億二千二百万トをピークに横ばいの状態。三社はメーカーなどの安定した取引を維持しているが市場競争の激化が今後進むとみて、大手メーカーの関心が強い温暖化対策を強化し事業拡大につなげる。

カーボンオフセットは二〇〇五年ころから欧州の航空会社や物流会社を中心に広がった仕組み。日本でも旅行やリース、はがきなどの商品に排出枠を組み入れて販売するなど、大手企業の間で昨年後半から利用が広がり始めている。

がかりで講習や討論などを実施。価格は講師派遣料八十四万円と参加費が対象幹部一人あたり五万二千五百円かかる。ベンチャー企業が事業規模が拡大するのにあわせて組織を整備していく過程では、経営トップと創業メンバーの幹部、中途採用した幹部の間での意識統一がうまく進まないケースもあるという。初年度四十社の利用を見込む。