

昨年10月の菅義偉首相の所信表明演説では、2050年までに脱炭素社会を実現すると宣言し、政府は同年12月にグリーン成長戦略として脱炭素を実現するための14項目を策定した。また、今年3月9日に閣議決定されたプラスチック資源循環促進法案では、資源循環を前提とした製品設計を企業に求める、いわゆるサーキュラー・エコノミー型のビジネスへの転換を促すのと同時に、プラスチック製スプーンなどの有料化を義務付ける項目が盛り込まれた。

脱炭素に向けた経済転換と国際競争戦略

のあり方を転換させることを目指したものである。無論、そのような転換は、これまでのビジネスや企業経営のあり方を変えることだけにとどまらず、産業構造の転換を求められるため、日本経済に混乱と疲弊をもたらすという批判もある。

一方、一連の脱炭素、脱プラ宣言は国際公約であり、SDGs（持続可能な開発目標）へのコミットを求め、世界経済の潮流に、官民一体で取り組まなければ諸外国との国際競争から取り残されるという懸念もある。

このような現状から、いかに脱炭素経済へ舵（かじ）を切っていくべきかの点や蓄電池など日本発の革新

を呼び込むことが、結果として新市場の創出につながる。

筆者が参画するSATREPS（地球規模課題対応国際科学技術協力プログラム）の研究プロジェクト（研究代表：神田英輝・名古屋大学大学院助教）においても、南アフリカ共和国での微細藻類の大量培養とカーボンフリーな形でのバイオ燃料の効率的な抽出、藻の残渣（ざんさ）を肥料用マットに加工する有機農業への活用、さらにはこれらを基にしたビジネスモデルの構築には、現地のエシカル消費にいかに応え、市場創出できるかという点がカギとなる。

このように、SDGsが掲げる社会的課題の解決に資するような取り組みにおいては、革新的技術およびそれを基にした新製品・サービスの開発だけでも、政府による政策だけでも不十分であり、結果的には消費者のマインドをエシカルな形に転換していく、あるいは消費者も巻き込んだ形での市場創出を行うことが必要である。その際に、民間企業だけで行うのではなく、官民連携（PPP）を始めとしたパートナーシップを行うことが、新ビジネスにおける各種リスクを分散させることで、結果としてSDGsへのコミットも可能な市場創出につながる点になると考えられる。

エシカル消費呼び込む 官民連携が必要

これらは単なる環境政策という枠組みを超えて、化石燃料を原材料として動かしてきた日本の経済社会



愛知淑徳大学
ビジネス学部 准教授
渡邊 聡

的技術によるブレイクスルーにより脱炭素経済と国際競争上の優位性を勝ち取るというのも一つの道である。しかし、その際に重要になってくるのは市場創出であり、消費者のマインドセットであると筆者は考える。すなわち、近年エシカル消費と呼ばれる、倫理的・道徳的に価値があり、社会的課題の解決に資するよううな製品やサービスを好んで需要するという消費者層

わたなべ・さとし 環境・資源
経済学。名古屋大学大学院経済学
研究科博士後期課程修了。博士
(経済学)。1979年生まれ。

で需要するという消費者層