

## MRI MONTHLY REVIEW

# actfulness 行動起点の価値創造

日本は約30年間、GDPも賃金も増えない、世界でもまれな国となっている。人口減少下にある昨今、30年続く低成長から脱するには、生産性向上以外に選択肢はない。生産性は、付加価値(分子)を人数、労働時間、コストなど(分母)で割ったものであり、持続的成長への転換に必要なのは「分子を大きくする」または「分母を小さくする」、あるいは両方への対応である。

日本企業も、ICT活用やDX投資によって生産性向上に努めてきたが、多くは低コスト化や効率化など、分母の削減を目的とするものであった。新たに生み出されるサービスも、既存サービスの低価格化、利便性向上、代替を目的とする比較的风险の小さいものが多く、個社の生産性は向上しても、経済全体のパイ(分子)拡大にはつながっていない。

当社が提唱する「actfulness」は、心が豊かになり、ワクワクする活動、SDGs行動などを促すことで、ウェルビーイング向上と地域課題解決を目指すものである。これにより個人の追加的な消費が生まれ、周囲の他者の活動も誘発される。

企業にとっては、分子、すなわち市場規模を大きくするサービスへの投資機会が新たに生まれる。それがさらに、個人のワクワクする活動を促し、相乗効果となって地域の持続的な経済成長に大きく貢献する。行動起点で価値創造を促すactfulness。これからの動きに期待していただきたい。

執行役員 仲伏 達也

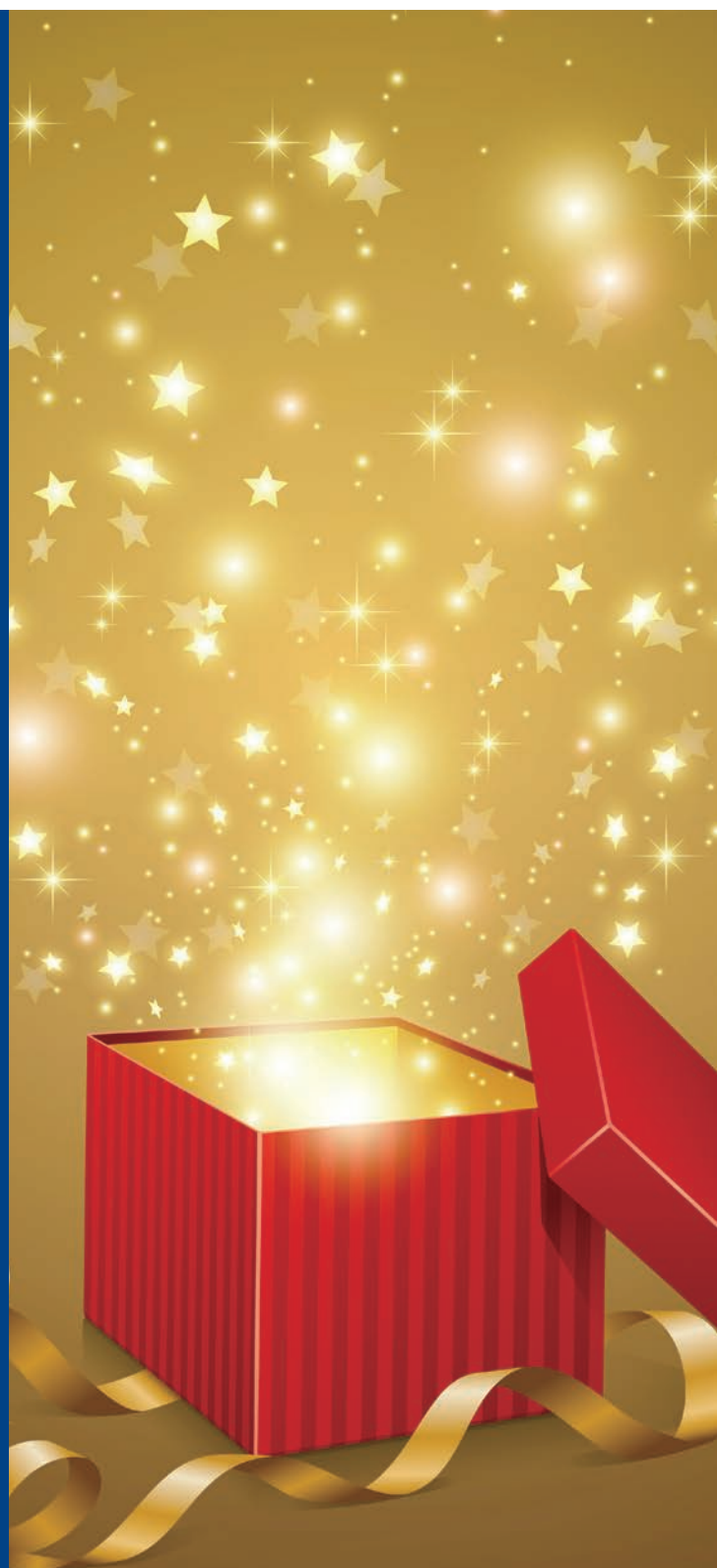
### CONTENTS

#### 特集

1. ウェルビーイングと持続的成長のためのactfulness
2. 「見える化」による官民共創の実現
3. 官民連携の地域通貨導入がactfulnessを後押し

#### トピックス

1. 偽情報が拡散する時代の基本原則
2. カーボンニュートラル実現を推進する競争政策



# ウェルビーイングと持続的成長のためのactfulness

- 個人のウェルビーイングを実現する鍵としてactfulnessを提唱。
- actfulnessサービスの4つの価値により企業と地域も持続的に成長。
- 「見える化」「つながり」によってコレクティブな取り組みの実現を。

## ウェルビーイング実現の鍵を握るactfulness

近年、ウェルビーイングという言葉を目にする機会が増えた。ある程度物質的に豊かであることを前提に、心の豊かさが充実した状態を指す。岸田政権が掲げる「デジタル田園都市国家構想」でも、持続可能な環境・社会・経済と並んで、心豊かな暮らし(Well-being)の実現を目指している。

内閣府の「国民生活に関する世論調査」では、40年以上前の1979年から、物質的な豊かさよりも心の豊かさを重視する人の割合が多い状態が続いてきた<sup>※1</sup>。これは、国民の求めるウェルビーイングが十分に達成されていない裏返しといえる。

長期にわたって未達な原因は、大胆に言えば、地域住民の移動や行動を支援するサービスにおいて、技術やデータの使い道が限定的な点にある。

こうしたサービス自体にはICTなど多彩な技術が導入され、利便性や効率性の向上と低コスト化は進んだ。だが、それだけでウェルビーイングの実現は難しい。ワクワク感や他者とのつながり、自己実現、利他、社会貢献・SDGsなど、一人ひとりが心の豊かさを感じられる機会の創出と拡大のために、技術やデータを最大限活用すべきである。



政策・経済センター  
鯉淵 正裕

加えて、既存サービスの効率化や低コスト化だけでは、消費拡大にもつながらない。生活水準が一定に達した中で、賃金が長年増えない日本国民がお金を使うとすれば、日常的な生活サービスではなく、心の豊かさをもたらすサービスに対してもであろう。消費が拡大すれば、企業の投資も増え、地域経済の持続的な成長も実現される。

当社はウェルビーイングを実現する策として「actfulness」<sup>※2</sup>を提唱した。一人ひとりの価値観や生活環境に応じ、行動の機会創出や価値向上を可能とするもので、端的に言えば「ワクワクする行動を、希望するときにできること」だ。それによって、個人のウェルビーイング実現と、企業や地域の持続的成長を目指せると考えている。

## actfulnessサービスがもたらす4つの価値

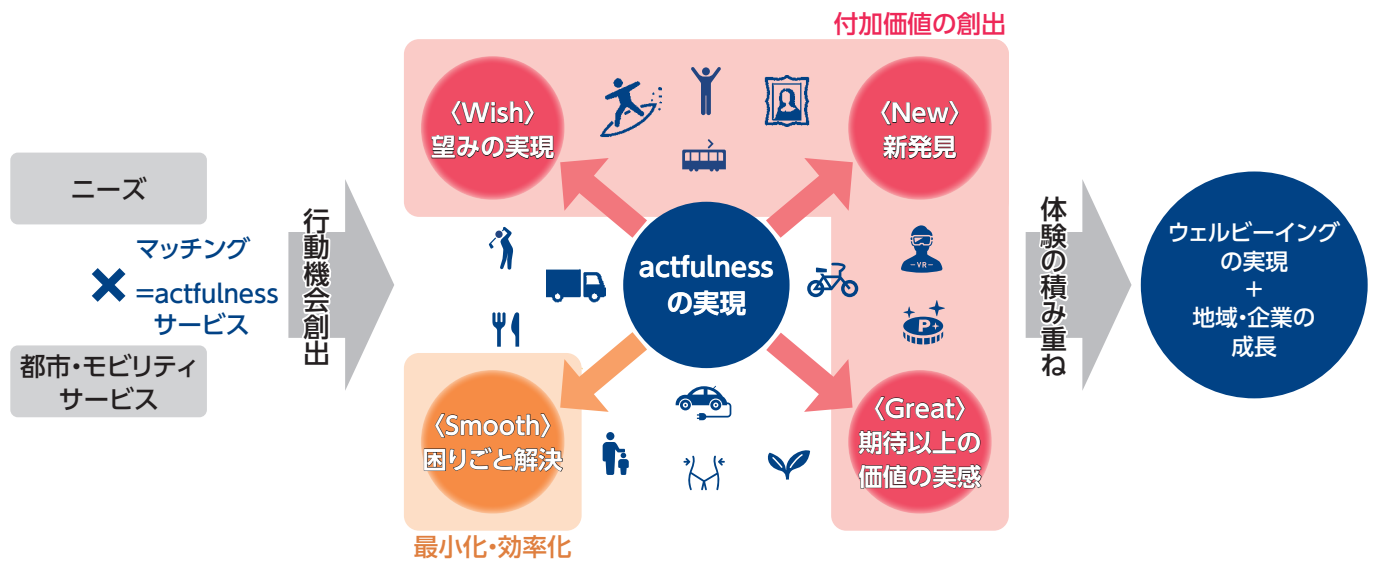
actfulness具現化のために、人々の潜在・顕在ニーズと各種サービスをつなげるナビゲーション機能を提供するのが、actfulnessサービスだ。ウェルビーイング実現と持続的な経済成長に必要な、4つの価値をもたらすものである(図1)。

価値の第1は「望みの実現(Wish)」である。潜在的ないし顕在的に「いつか実現できたらいいな」と望んでいたことがかなう。その実現はさらなる願望の創出につながる好循環を生み出す。

第2は「新発見(New)」である。自分自身が認識すらしていなかった価値に気づき、体験することだ。その際に感じる新たな喜びは大きな高揚感に

※1：2021年の調査では「心の豊かさ」が53.4%に対して、「物の豊かさ」は45.1%となっている。 ※2：三菱総合研究所ニュースリリース「人々のウェルビーイングと企業・地域の価値を高める『actfulness』」(2022年3月)。 <https://www.mri.co.jp/knowledge/insight/20220314.html>

[図1] actfulnessがウェルビーイング実現と持続的成長につながる



出所：三菱総合研究所

つながり、次なる行動を誘発する第一歩となる。

第3は「期待以上の価値の実感(Great)」である。先の2つは新たな行動を起こすことで生まれる価値なのに対し、Greatは、実行するつもりであったことの満足度を引き上げる。期待以上の価値を感じた人は、同じことをもう一度実行したり、他人に推奨したりする可能性が高まる。

以上3つの価値を体現している実例としては、森林保全を行うNPO法人「熱海キコリーズ」が挙げられる。もともとは静岡県熱海市の林業研修の受講者らで立ち上げた。現メンバーの多くは伐採の活動以外にも、多彩な本業をもっている。

活動領域の軸は伐採だが、周辺の住民に対しても森林を活用した憩い空間の提供や自然教育を行っているほか、間伐材を食器に加工して地元の飲食店に提供するなどしている。

3つの価値にあてはめると、同法人は、森林を保全したいとの願望をかなえ(Wish)、森林体験や自然教育という新たな活動(New)も実現、間

伐材を食器にして地元飲食店に提供することで、期待以上の付加価値も創出(Great)している。

さらに、クラウドファンディングによる資金集めやその返礼品提供を通じて、地元以外からも支援者を獲得し、地域活性化につなげている。自分たちのactfulnessを高めてウェルビーイングを実現するだけでなく、数多くの他者を巻き込むことで、追加的な消費行動を誘発し、新たな事業機会も創出している。同法人のような活動への参加を促したり、誘導したり、拡大したりする機能が、actfulnessサービスには求められている。

こうした行動ができるよう物理的、心理的なゆとりを生み出す第4の価値「困りごと解決(Smooth)」もactfulnessサービスが提供する。時短や省力化などを通じ、行動を効率化するとともに負荷を最小化するものだ。冒頭で説明したとおり、数多くのサービスが開発・提供されてきている。

一例として、モビリティ分野で各社の取り組みが進む、あらゆる交通手段を予約から利用、決済ま

でワンストップ化するMaaS (Mobility as a Service) アプリが挙げられよう。移動の効率化を促進することは、困りごと解決に直結するからだ。

MaaS関連では、観光地などでの体験施設と、そこに行く移動手段を一体的に予約するサービスも出てきている。actfulnessの考え方に照らせば、人々の置かれた状況や必要としているサービスの適時提供を目指すことが重要となってくる。

そうならば新たな行動の誘発や企業のサービス提供機会の創出につながり、さらなる個人の行動を引き起こす。こうした個人と企業の相乗効果は、個人のウェルビーイング向上に合わせて、企業や地域の持続的成長も実現させる可能性を有する。

### 自治体と企業がコレクティブな取り組みを

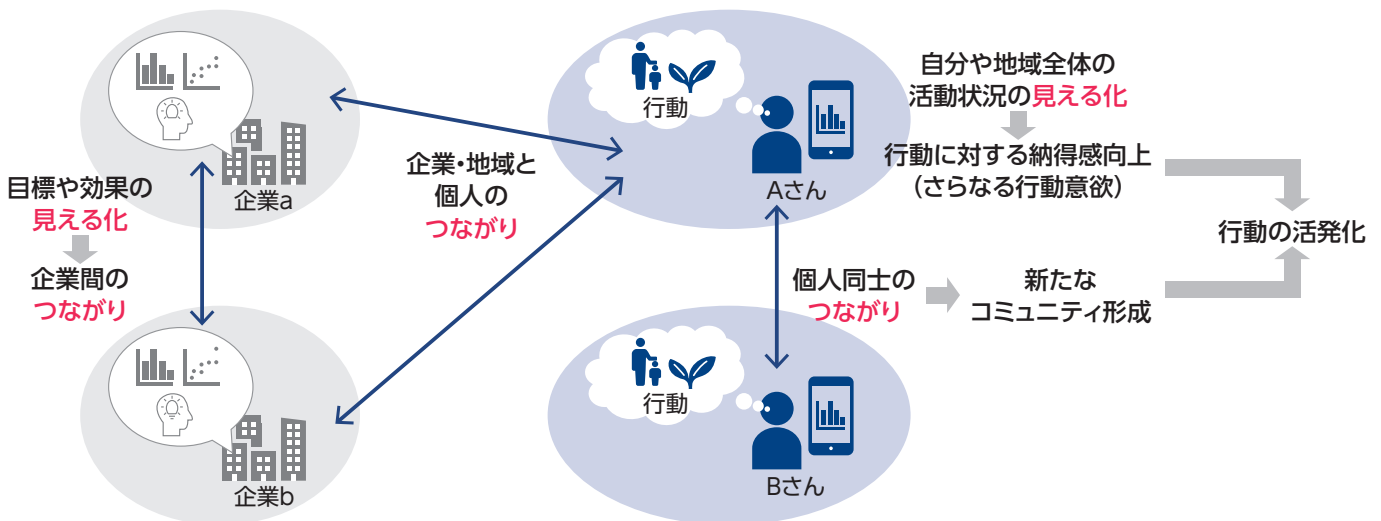
ただし、地域におけるウェルビーイングと持続的成長を両立させるには、自治体が掲げたビジョンに沿って企業が個別のサービスを展開するという、従来型の連携では不十分だ。

まずは自治体と企業が、住民のウェルビーイングを実現すれば両者の持続的成長や価値向上につながることを理解する必要がある。さらに、ウェルビーイング実現という共通目標に、一体となって取り組むことが重要だ。その際には、さまざまな関係主体が複合的(コレクティブ)に協働することで効果を最大化するアプローチが求められる。

こうしたコレクティブインパクト<sup>※3</sup>は、自治体と企業との間だけでなく、競合も含めた企業間でも生じさせる必要がある。地域内で限られたパイ(市場・顧客)を奪い合うのではなく、まずはパイそのものを拡大させるために、actfulnessの考え方に基づいて相互のサービスやデータを連携・共有・統合する関係をつくりたい。取り分が増えるのであれば各社は、新たなサービスへの投資価値や市場創出の機会を見いだすことができる。

自治体も企業も、個別最適の結果を追求するだけでなく、全体最適に向けた個々の取り組みが個別の価値向上につながる仕組みとしてのエコシス

【図2】「見える化」と「つながり」による行動の活発化



出所：三菱総合研究所

※3：MRIマンスリーレビュー2021年4月号「社会課題解決の新常態」。https://www.mri.co.jp/knowledge/mreview/202104.html



テム構築へと、姿勢を転換させることが必要だ。

### 「見える化」と「つながり」による打開を

その鍵は、参画主体の取り組み状況とゴールに向けた進捗・効果を「見える化」することと、主体間の「つながり」の2つにある(図2)。

まずは「見える化」について。センサーやAIをはじめとした技術の進展で、人々や地域の営みに関するあらゆる情報を取得して活用することが一段と容易になった。これに伴い、取り組みの効果も定量的に把握可能になってきている。

企業が他社や自治体を巻き込んで取り組みを効率的に推進するには、地域ビジョンに基づく中長期的な目標や、達成に向けたプロセスと効果を見えるかたちで共有し、各主体が自分事として捉えられるようにすることが重要である。

つまり、来店者数や事業収益、域内GDPのように、把握が比較的容易な指標だけでなく、人々の活動量や満足度なども含めた多面的な効果の把握が肝要になる。携帯端末に蓄積された行動ログからの解析やカメラ画像からの感情認識など、効果計測に活用できる技術の取り込みも大事だ。

「見える化」は個人にとっても重要な意味をもつ。移動履歴や消費購買動向、そこから浮かび上がる嗜好、志向、ニーズなどあらゆる行動やその源泉となる価値観は、技術の進化に伴い情報として把握可能になってきた。それらを一人ひとりに還元して、自分の選択した行動の結果が見えるようにすることは、行動に対する納得感を高め、さらなる行動意欲を駆り立てるきっかけになりうる。

そして、時には同じ活動を行っている人とのつながりの創出や新たなコミュニティ形成、他者の

行動の誘発につながる可能性も有する。

そして2つ目の鍵の「つながり」について。ICTの高度化により、従来は実現できなかった主体間のつなぎ合わせが、異業種間でも可能になった。個人同士のつなぎ合わせも含め、地理空間上の制約を排除し、知識、スキルといったリソースの共有による連携で、人々のニーズに即したサービスの具現化が容易になってきている。

東京の大手町・丸の内・有楽町地区(通称：大丸有エリア)で当社は、SDGs達成に向けた活動を5つのテーマから推進する「大丸有SDGs ACT5」に取り組んだ。その結果として、参加者全体や社内組織別のSDGs活動量をアプリ上で把握可能にすればコミュニティの一体感が生み出され、行動誘発効果があることを確認している<sup>\*4</sup>。

取り組み効果に関する情報を瞬時に共有すれば、サービス改善や次なる事業展開へのアクションも迅速化できる。東京都が構築を進める情報基盤「東京データプラットフォーム」では、繁華街や店舗でのリアルタイムの混雑情報を集約して発信し、集客につなげることを試みている。

この2つの鍵については、本号特集2「『見える化』による官民共創の実現」で、コレクティブインパクト発現に向けたKPI(重要業績評価指標)設定の在り方などを紹介する。特集3「官民連携の地域通貨導入がactfulnessを後押し」では、個人、企業、地域の「つながり」を生み出す具体策として地域通貨に着目し、その動向を探っている。

当社が提唱したactfulnessが、個人のウェルビーイング実現と企業や地域の持続的成長とを両立させるヒントとなれば幸いである。

※4：大丸有エリアのSDGsアクション促進実証結果。<https://www.mri.co.jp/news/press/20220314.html>

# 「見える化」による官民共創の実現

- 企業や自治体がウェルビーイング向上を目指す取り組みが増加。
- 両者の目線がそろわなければ、効果的・効率的な推進は望めない。
- 共通のKPI設定を通じた効果の「見える化」が官民共創の鍵。

## 自治体と企業の目線をそろえる仕組み

自治体や企業が地域住民や顧客のウェルビーイング向上を目指す取り組みが増えている。2007年に東京都荒川区が「幸福実感都市」を目指して策定した基本構想<sup>※1</sup>や、JR東日本が2017年に設立した「モビリティ変革コンソーシアム」<sup>※2</sup>は、こうした動きの典型例といえる。

だが、官民の連携・協働を通じて、企業ならではの経験やノウハウと、自治体が有する影響力や信頼を活かし、効果的・効率的に推進できているケースは少ない。中長期的な目標や、その達成に向けたプロセスの共有が、企業や自治体といったステークホルダー間で不十分なことが一因である。

一般的に、こうした取り組みを通じた目標は、企業目線では事業収益の拡大や社会・地域からの信頼獲得などである。自治体目線の目標は定住・交流人口の集積や域内GDPの増加などと考えられる。いずれもウェルビーイングを高める取り組みが起点となる点は共通しているが、何を目指すかという観点で、両者の目線は異なる。

企業と自治体が双方の目標の内容を理解した上で、プロセスの全体像を共有する仕組みが重要だ。



経営イノベーション本部  
辻 琢真

## 連携促進プロセスのモデル化

当社は、企業と自治体が連携して取り組みを推進する仕組みの構築を目指している。その一環として現在、actfulness<sup>※3</sup>による地域住民のウェルビーイング向上を通じたそれぞれの目標達成に向けたプロセスのモデル化を行っている(図)。

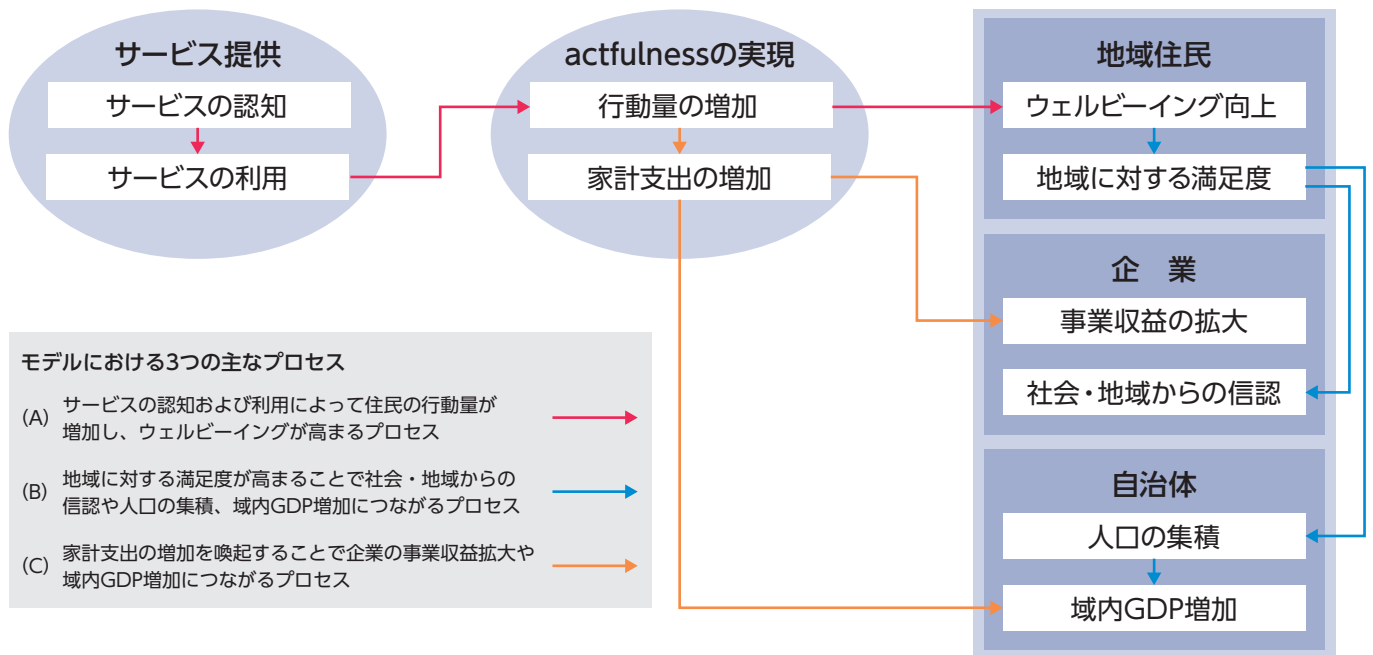
具体的には、actfulnessを体現したサービスの利用がどのようにウェルビーイングに影響を与えるかを定量的に分析している。さらに、ウェルビーイング向上が企業や自治体の目標達成につながる仕組みを明らかにすることを目指している。

このモデルは「サービスの認知および利用によって住民の行動量が増加し、ウェルビーイング向上に寄与する(A)」ことを前提とする。その上で、「住民の地域に対する満足度が高まる結果、企業の目標である社会・地域からの信頼獲得や、自治体の目標である人口集積、域内GDPの増加につながる(B)」というのが、基本的な考え方である。「行動量の増加が家計支出の増加を喚起することで、企業における事業収益の拡大や、域内GDPの増加につながる(C)」ことも考慮している。

ここで気を付けなければならないのは、特定の1つのサービスだけではこれらの成果は得られない点だ。複数のサービスを組み合わせることで、複合的な成果が表れる。加えて、それぞれの成果が十分に確認可能になるまでの期間も異なる。短期間で成果が表れるものがある一方、人口集積や域内GDP増加などは長い期間を要する。

※1：正式名称は「荒川区基本構想」。策定時の2007年から約20年後を想定して「生涯健康都市」、「環境先進都市」など6つの都市像の実現を提示した。 ※2：JR東日本が社会課題解決に向けて交通機関やメーカー、大学などと組んで設立。「WaaS®(Well-being as a Service)」を通じ、人々のウェルビーイング実現を目指すとしている。

【図】 取り組みプロセスのモデル化イメージ



出所：三菱総合研究所

同モデルはあくまで仮説にすぎない。ただ、目線の異なる企業や自治体が連携を進めていく上では、まずはこうした目標達成に向けたプロセスの全体像を共有することが不可欠である。

さらに、こうしたプロセスの進捗をモニタリングしていく際に、KPI(重要業績評価指標)を設定することも重要である。

例えば、住民の地域に対する満足度を測るには測定の手法やタイミング、頻度はもとより、それぞれの目標を踏まえ、具体的にどのような指標をモニタリングするかを両者が納得するかたちで決める必要がある。

こうした点が確定すれば、企業と自治体にとってのKPIが共通化され、両者の連携がますます深まると期待される。企業にとっては、アウトカムから逆算した事業開発や、事業ポートフォリオのマネジメントに応用できる可能性も考えられる。

### 企業と自治体の共創実現に向けて

企業や自治体がウェルビーイング向上を目指す例が増える中、目線の異なる多様なステークホルダーが連携して取り組みを推進していくことの重要性が今後ますます高まると予想される。

自治体が示した地域の目指すべき方向性やビジョンに共感する企業が主体となり、自治体や他企業も巻き込むことでコレクティブインパクトを創出し、それぞれの目標に向かって自律分散的に取り組みが進んでいくことが理想的だ。

こうした動きを加速するには、ステークホルダー間で目標自体と、その達成に向けたプロセスを共有するとともに、モニタリングすべきKPIの設定が必要となる。これらを通じて取り組みの効果が見える化し、共有していくことが、官民連携、さらには、その先にある官民共創を実現する上で重要な鍵となるだろう。

※3：特集1「ウェルビーイングと持続的成長のためのactfulness」参照。

# 官民連携の地域通貨導入がactfulnessを後押し

- ウェルビーイング向上と地域課題解決を目的とした地域通貨導入が活発。
- 地域への浸透と持続可能な運営スキーム構築とを実現できるかが課題。
- 顧客基盤を同じくする自治体・民間が相乗りして運営する仕組みが必要。

## actfulnessサービスとしての地域通貨・ポイント

コロナ禍で打撃を受けた地域経済の活性化、カーボンニュートラルやSDGs達成などの課題解決を目的に昨今、デジタル地域通貨やポイントといったインセンティブの付与により、個人の行動変容を促進する仕組みの導入が進んでいる。

これらは個人と地域の接点を増やし、社会に良いインパクトを与えるSocial Goodな活動を促す。個人のウェルビーイングと地域価値を同時に向上させることを目的としており、多様な行動機会の創出と価値の向上を目指すactfulnessサービスを社会実装させる一例といえる。

当社も地域課題解決型デジタル地域通貨サービス「Region Ring<sup>®</sup>」を開発して、自治体のみならず、鉄道・電力・ガス・金融・デベロッパーなど地域に事業領域や顧客基盤を抱える民間企業とともに展開している。その中で「近鉄ハルカスコイン」<sup>\*1</sup>、「金シャチマネー」<sup>\*2</sup>といった地域通貨や商品券、「ACT5メンバーポイント」<sup>\*3</sup>などのSDGsポイントを社会実装してきた。



イノベーション・サービス開発本部  
早川 玲理

## 一気に開拓と持続可能なスキームが重要

当社の経験や類似事例を踏まえると、デジタル地域通貨サービス成功に重要な点は2つだ。

1点目は、導入期に個人ユーザーと利用できる店舗・事業者の双方を一気に開拓することである。ユーザーがいなければ店舗導入のメリットは低く、魅力的な店舗がなければユーザーは使わないため、短期間でいかに地域に浸透させられるかが重要だ。デジタル弱者を顧客として開拓するのが難しく、多様なキャッシュレス手段が競合する現状で、この点は資金力だけでは解決できない。

2点目は、資金調達や体制整備などによる、持続可能なスキームの構築である。運営主体が自治体の場合、初期段階でシステム導入や体制整備、インセンティブ付与の予算を確保できたとしても、費用対効果を示せないと年々予算は縮小し、実証実験にとどまることも少なくない。民間企業の場合も、補助金などを活用して導入したとしても、自社の収益事業や社会貢献事業としての位置づけを明確にできなければ、継続が困難となる。

## 官民のサービスをつなげた環境共有が鍵

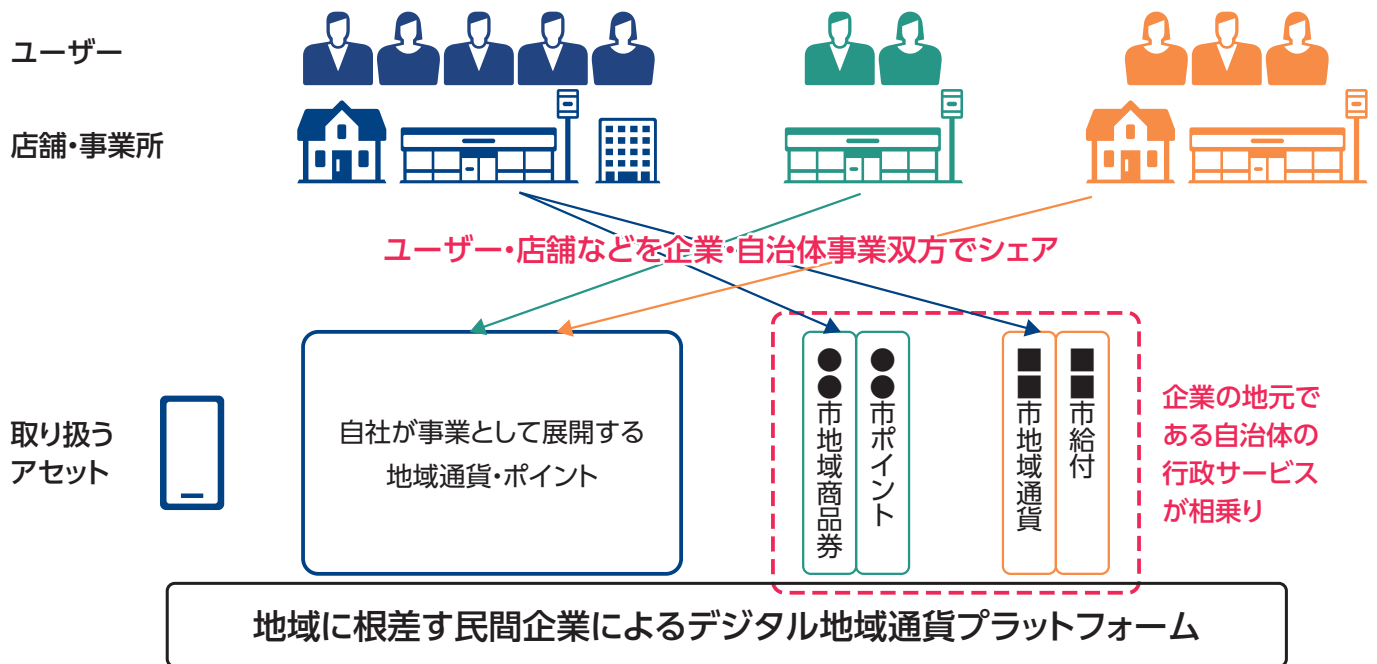
こうした課題を乗り越える際に着目すべきは、自治体が住民に行政サービスを提供するエリアは、地域企業の顧客基盤と一致する点だ。

自治体は、これまで地域商品券や行政ポイント・給付などを紙で提供してきたが、名古屋市が2022年度に開始する日本最大規模<sup>\*4</sup>の商品券事

※1：2017、2018年度に実証実験した近鉄グループホールディングス発行の地域通貨。 ※2：2022年度に開始予定の名古屋市発行のデジタル商品券。 ※3：2021年度から、東京の大手町・丸の内・有楽町地区(通称：大丸有エリア)で「大丸有SDGs ACT5実行委員会」が導入している。 ※4：2022年5月時点。



[図] 自治体と企業が相乗りした地域通貨プラットフォーム



出所：三菱総合研究所

業に電子商品券を導入したように、近年はデジタルへの移行が大きく前進している。

地域に根差した企業も自社関連事業のための商業ポイントを提供しているほか、東急などによる地域共助プラットフォームアプリ「common」のように、地域情報の発信などに加えて、地域活性化に資するサービスの提供を充実させる例もある。

逆に、こうした動きがアプリ乱立を招き、ユーザーの新規獲得を難しくする側面もある。デジタル技術進展により、サービスの連携や一体提供が容易になった現在、顧客基盤を共有するかたちで官民が同一のプラットフォーム上でサービスを提供できれば、効率的に顧客を獲得できる。

一例として、地域に根差した民間企業が地元でデジタル地域通貨プラットフォームを提供し、自治体が消費喚起事業や給付といった市民サービスを相乗りさせる連携手法を提案したい(図)。

ユーザーから見れば単一のアプリで多様な行動機会と、新たな気付きの両方を得られ、利便性・満足度が高まる。自治体は、民間のプラットフォームの利用料を負担した方が、自前で展開するよりも低コストかつ効果的に、持続可能な市民サービス提供が可能だ。民間側も、行政サービスという強力なユーザー接点を武器にできるため、自社事業を展開する上でも地域活性化の点でも、メリットを享受できる。

社会全体の観点からすると、官民がサービス間の相互誘客を進めれば、actfulnessにつながる活動への参加者は増え、一人あたりの活動量も増大する。この流れが、より良い個人・地域・社会づくりにも貢献すると期待される。個人のウェルビーイング実現と地域の課題解決に向け官民が連携することが、actfulness実現には重要である。地域通貨サービスは、その糸口となるはずだ。

# 偽情報が拡散する時代の基本原則



デジタル・イノベーション本部  
安江 憲介

- 偽情報・フェイクニュースや情報操作の影響が改めて注目されている。
- 欧米では人権や表現の自由を前提とした議論や立法化も急進。
- 日本も基本原則を明示した上でより具体的な取り組みを進めるべき。

## 諸外国で進む偽情報対策

ロシアのウクライナ侵攻を契機に、真実を装って人々を欺く偽情報やフェイクニュース、情報操作の影響が改めて問題視されている。これまでも、2015年ごろにロシアの偽情報攻撃への対応の必要性がEUで指摘され、2016～2017年ごろには欧米の大統領選や国民投票で大きな問題となるなど、具体的な偽情報対策の取り組みはあった。特にEUの危機感は強く、SNSや検索エンジンなどのオンラインプラットフォーム(OP)に自主規制での対応を求める一方、法制化も急進。2022年4月下旬にはOPなどの事業者の義務を定める「デジタルサービス法(DSA)」の暫定合意に至った。

DSAでは偽情報に限らずさまざまな義務が設けられているが、偽情報については、公共安全や健康への脅威といった危機が発生した場合に、非常に大規模なOPに対し時限的な緊急対応を欧州委員会が求めることができる規定が提案されている(詳細未公表)。米国でも議会で偽情報対策に関する公聴会や議論が行われている。

## 偽情報対策の難しさ

ただし、偽情報対策は簡単ではない。第1に、実効的な偽情報対策と言論表現の自由とのバランスを取ることが非常に難しい。EUの偽情報対策の基本的方針を検討した「ハイレベル専門家グループ」の報告書(2018年)では、人権および表現の自由の保護を基本原則とし、「単純すぎる解決策(例えば検閲)」をとらないよう忠告している。

第2に、偽情報にはさまざまなプレーヤー(偽情報の首謀者、メディア、広告主、OP、ユーザーなど)が関係しており、その関係性や役割分担は複雑であると同時に、意図せずに偽情報を拡散させてしまう場合もある。その中で実効的な対策を講じることは簡単ではない。

## 日本での対策強化に向けたポイント

日本でも、新型コロナウイルス感染症に関するデマの拡散や、ロシアやウクライナによる情報戦が注目を集めたことで、偽情報やディスインフォメーションという単語がメディアから聞こえることが増えてきた。偽情報対策は、総務省の研究会で継続的に議論されてきているほか、OP事業者による自主的な取り組みや多様なステークホルダーによるフォーラム活動なども実施されている。

さらに実効的な取り組みを進める上で、偽情報や違法・有害情報への対策における事業者の義務を、どこまで踏み込んで求めるかが最大の論点となる。その際、日本社会が守るべき、かつ拠って立つべき基本原則を明示した上、事業者の責務や技術開発も含めた政策を検討することが重要だ。

日本国憲法や各種法令に加え、2022年4月に日本政府も含め60カ国・地域が賛同した「未来のインターネットに関する宣言」<sup>\*1</sup>も参考になる。「人権及び基本的自由の保護」や「デジタルエコシステムへの信頼」などの原則に基づいた具体的な偽情報対策の検討は、インターネット利活用のさらなる進化、成熟化を促進するものとなる。

※1：デジタル権威主義が台頭する中で、グローバルインターネットやデジタル技術の可能性を再確認・再生することを目的として、米国が日本を含む60カ国・地域と立ち上げた宣言。宣言参加国・地域はこれらの原則を既存の多国間枠組みで推進し、具体的な政策を実行していく。

# カーボンニュートラル実現を推進する競争政策



サステナビリティ本部  
高橋 尚子

- カーボンニュートラル実現のために企業間連携は不可欠。
- 近年欧州を中心に競争政策上の議論が活発化、適用事例も。
- 日本も企業間連携の指針となる競争政策の検討が必要である。

## カーボンニュートラルに向けた競争政策の意義

地球温暖化対策の要であるカーボンニュートラル(CN)の推進において、企業間連携は不可欠である。しかし複数企業の密な連携は独占禁止法に抵触するおそれもある。例えば、競合他社と共同で特定の発電所から再生可能エネルギーによる電力を購入することは、環境負荷低減の観点からは望ましくとも、カルテルなどの不当な取引制限に該当しかねない。

ただし、企業間連携がCN実現という社会経済全体の中長期的な利益に資する場合、独占禁止法を柔軟に解釈すべきという議論もある。とりわけ、欧州の競争当局を中心に近年議論が活発である。

## 欧州で進む競争政策上の議論

欧州委員会は2022年3月、企業間の協力に適用される「水平的協力協定ガイドライン」の改正案の中で、サステナビリティ協定の章を新設し指針を提示した。その他欧州各国でも、競争法の改正、ガイドラインの導入などが進んでいる。

欧州各国では具体的な適用事例も出始めた。2022年2月、オランダ競争当局は自身が制定したサステナビリティ協定に関するガイドライン草案を適用した。まず、事業用エネルギー・水の需要家団体の加盟企業同士が、風力発電電力を共同購入することは、気候変動目標の達成に貢献し風力発電所の建設を促進するとして、競争法に抵触しないと判断した。次いで、複数の配電事業者によるCO<sub>2</sub>排出価格の合意についても、CN実現の

ためには、価格が高騰しても全てのエネルギー需要家が合意の恩恵を受けるとして競争法に抵触しないと判断した。ドイツでは2019年、発電機や船舶で使用される部品の生産活動を統合した合併事業の可否が議論された。持続可能なエネルギー転換のためのノウハウとイノベーションの可能性が最も重要な公共の利益であるとして、連邦経済エネルギー大臣が承認した<sup>※1</sup>。

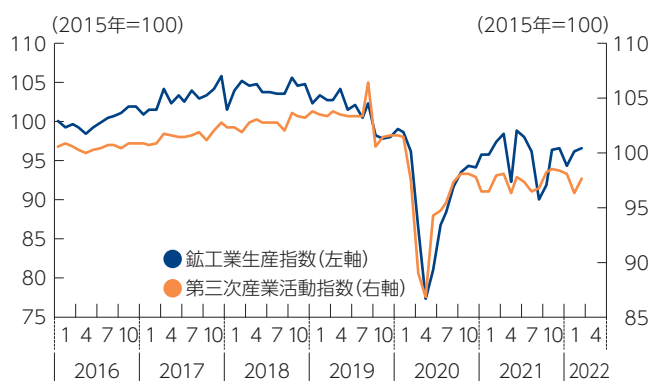
## 日本でも新たな競争政策の必要性の検討を

日本も競争政策の見直しの必要性を検討すべき時期に差し掛かっている。国際的にCNを推進する企業が増加傾向にある中で、今後欧州と類似の問題事例が生じる可能性は高い。例えば水素・アンモニアなどをエネルギー源として用いる新技術が確立し、技術を保持する企業間の連携が本格化すれば、公正取引委員会の評価にいっそう関心が高まるだろう。

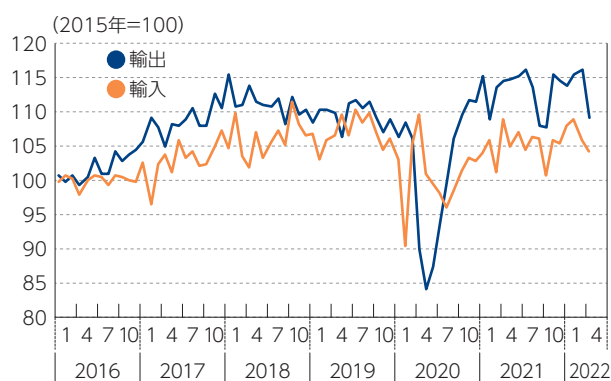
独占禁止法が問題となりうる場面は、競合他社との原材料の共同購入、生産プロセスの統合、共同研究、生産設備の集約、共同配送プロセスの構築など、さまざまである。ただし、法令への抵触を気にするあまり、正当な企業間連携が萎縮することは避ける必要がある。CN実現に向けた企業の望ましい取り組みを積極的に推進するため、ガイドラインの整備やQ&Aの公表などを通じて、多様な企業間連携において競争の制限に該当しない典型例や考慮要素を明確化した指針が、早期に策定されることが期待される<sup>※2</sup>。

※1：大臣の承認には、少なくとも5年間の合併事業の運営や、その間のドイツ国内における最低5,000万ユーロ規模の投資の義務などの条件が付された。 ※2：経済産業省経済産業政策局競争環境整備室では、2022年3月に「グリーン社会の実現に向けた競争政策研究会」を設けて検討を開始している。

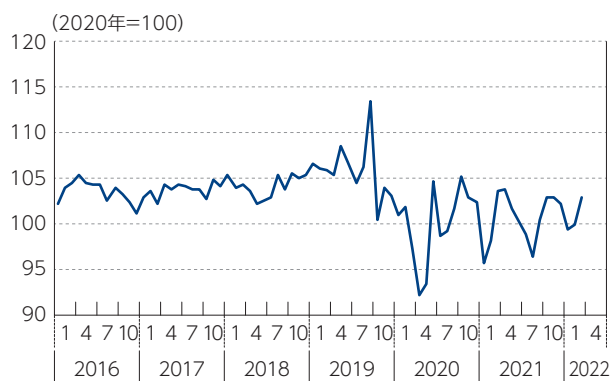
## 生産 鉱工業生産指数、第三次産業活動指数



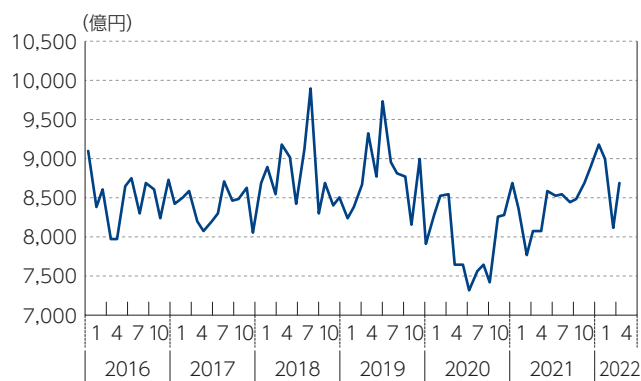
## 輸出入 実質輸出入



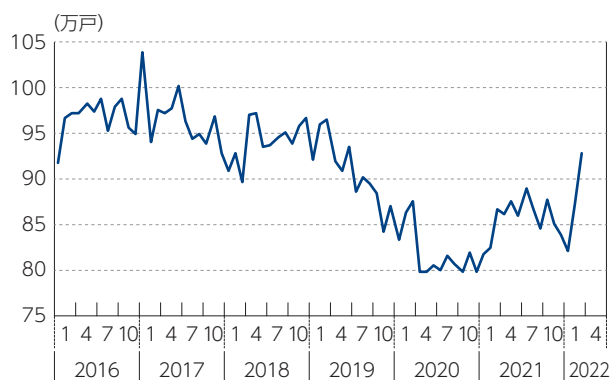
## 消費 実質消費指数(除く住居等)



## 設備投資 機械受注額[民需(船舶・電力除く)]



## 住宅 新設住宅着工戸数



## 物価 消費者物価指数(生鮮食品除く総合)



## MRI マンスリーレビュー

株式会社三菱総合研究所 広報部  
〒100-8141 東京都千代田区永田町二丁目10番3号  
URL <https://www.mri.co.jp/>

