

第3回

クレジット購入企業の社長に聞く ～株式会社アユセン～

これまでの2回のコラム(2015年8月5日、10月7日配信)では、J-クレジットを「買う側」、「売る側」、それぞれの立場で基本的なルールや条件、考え方、メリットについて紹介しました。

今回は、実際にCO₂クレジットをご購入された企業経営者に、購入のきっかけや活用方法、そこでの苦勞、今後の展望についてインタビューさせていただきました。クレジットの購入にご関心のある事業者は、ぜひご一読ください。

■インタビュー企業の概要

社名:株式会社アユセン <http://ayusen.jp/>
所在地:愛知県豊川市御津町御馬中島 128-1
代表者:石黒 円(※インタビューご対応者)
事業内容:養殖鮎「ハーブあゆ(商標登録)」の生産、加工
資本金:1,000万円、従業員数:24人(パート含む)

■「ハーブあゆ」について教えてください。

これは水産物全般にいえることですが、一般消費者の皆様には、「養殖より、天然のほうが美味しく安全」という認識があります。その全てが間違いとは申しませんが、少なくとも安全性については、「天然ものだから安全」と鵜呑みにするのは極めて危険だと思います。

例えば、近所の川の水をあなたは飲めますか?最近川の水もだいぶきれいになったといわれますが、それでもやっぱり飲むのは躊躇する方が大半ではないかと思えます。上流の澄んだ水であっても、天候や気候の変化によって、あるいは時に人為的な開発活動の影響により、その水質は大きく変動しています。

その点、当社が使用している水は、かつて全国の一級河川水質調査で第1位を取ったこともある豊川水系の地下25~200mの良質で豊富な地下水です。飲料用水質検査も受けています。安全で高品質な水を安定的に確保できていることは、ハーブあゆを育てる上で絶対に不可欠な条件の一つです。

美味しさの点についても、天然鮎はよく「スイカの香りがする」といわれますが、当社のハーブあゆも養殖鮎でありながらスイカの香りがします。その理由は、ガーリックやジンジャー、シナモンなど5種類のハーブエキスを配合した餌を食べさせ、加えて背脂を極限までおさえることに成功したからです。これにより天然鮎にも勝る味と香りを実現しました。

■環境に対する取り組み、J-クレジットを知ったきっかけは？

当社には5つの分場(池)があり、他に商品開発加工場と出荷センターがあります。これらの施設をフル活用して、ハーブあゆの生産から加工、出荷まで一貫した育成、防疫、鮮度の品質管理を行っています。また、工程のひとつひとつに商品の安全性を確保するという強い自覚をもって取り組むために、鮎養殖業界で初めて生産履歴を証明するJAS(日本農林規格)認定を取得しました。

古い業界の中で、こうしたさまざまな取り組みを行ってきたのは、経営理念「お客様に安心して食していただけるおいしい鮎の育成を通じ、豊かな生活に貢献する」の実現のため、その一心に尽きます。義務だけこなしているは他社と同じになってしまいます。自ら高い目標を掲げ、それに挑み続けることが、ハーブあゆのブランドの魂です。

しかしながらその一方で、最近ずっと気になっていたのは、生産量の増加に伴い年々増加する電気使用量と包装資材です。どちらもコスト削減対象として気になる要素ですが、特に加温に必要な膨大な電気使用量については東日本大震災以降、どこか後ろめたさのような感情を抱いていました。

そんな時、ある経営者仲間との会合で、たまたまカーボン・オフセットについて聞くことがあり、その仕組みにとっても興味が沸きました。そこで早速、こういう分野に詳しくな知人や友人を頼るなどして情報収集を行い、J-クレジット制度という存在を知りました。制度の内容を知ること、またさらに関心が高まり、やってみたいと思いました。

■購入されたクレジットの活用方法、周囲の反響などは？

当初は年間生産量550トンの全量をカーボン・オフセットすることも考えましたが、それだとさすがに費用も高額になるとのことで断念しました。最終的にはオフセットプロバイダーの助言もあり、末端までの販路がほぼ特定できる地元の小売店向け出荷に限定した約7トン(全生産量の約1.3%)のハーブあゆをオフセットすることにしました。正確には「特定顧客向けアユ(約7トン)の製造に伴うCO₂排出量(工場電力)及び包装資材の使用に伴うCO₂排出量」として、24トンのCO₂を中部産CO₂クレジットでカーボン・オフセットしました。

購入の手続きは、いたって簡単で電力会社との契約内容、過去3年間の電気代と容器包装資材費の月次実績を用意したぐらいです。費用も思ったより遥かに安価で、数万円で済みました。これでハーブあゆの製造に伴って排出されているCO₂を相殺し、地球環境に与えている負荷を軽減できるのであれば、十分納得できるコストだと思います。

ただし、当社の取引先各社は、このJ-クレジット制度やカーボン・オフセットについて、まったく何もご存知でなく、仕組みを説明しても、なかなか理解してもらえませんでした。まあ自分だって、つい最近知ったばかりなわけですから、偉そうなことはいえませんが(笑)。これから地道に広めていけたらと考えています。

■最後に、今後の展望などについて教えてください。

鮎に限らず、これからはあらゆる食品が、量を追うのではなく、質を追い求め、それを理解してくれる売り場を選ばなくてはならないと思います。ゆえに、追い求める質の一つとしてカーボン・オフセットを訴求するのなら、今年度取り組んだ地元の食品スーパーよりも大手量販店のほうが制度の理解度は高く、適した売り場なのかもしれません。よって、来年度は大手量販店向けの出荷分についてオフセットしてみたいと考えています。

また、今回の取組みを通じて、当社社員たちの環境・エネルギーに対する意識も向上したと感じています。生き物を扱う企業として、こうした環境意識の高まりは、安全性や安定性を担保するにおいて、目には見えない大きな資産です。今後もJ-クレジット制度に積極的に関わっていきたいと思います。