

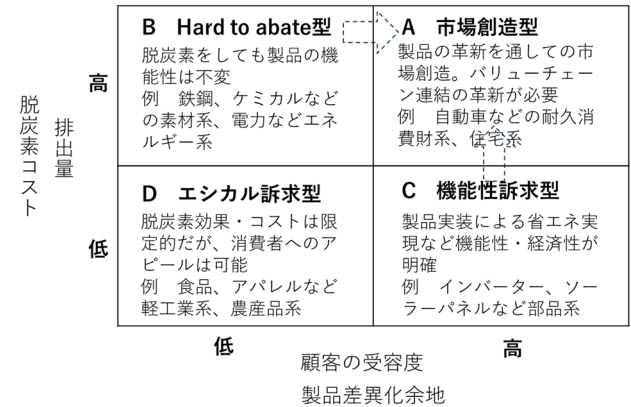
第1回 GX市場創出に関する研究会 委員提出参考資料

2023年11月14日
事務局

平野委員提出資料（メモ）

産業競争力強化および排出削減に向けた需要創出に資する GX 製品市場に関する研究会
向けメモ
早稲田大学 平野正雄

- GX 製品市場の需要創出を議論するに当たって、大きく産業分類をしたらどうか
- 例えば。以下の各セクターは環境価値現出の課題や難易度は大きく異なるのではない
か
 - A 市場創造型 製品そのものの革新を通して新市場創造が可能である。環境価値（コスト）は製品価格に織り込み可能。例 自動車など耐久消費財系や住宅系ほか
 - B Hard to abate 型 脱炭素コストは高いが、製品機能は変わらない。脱炭素コストの回収が最も困難。例 鉄鋼、ケミカルなどの素材系、電力などエネルギー系ほか
 - C 機能性訴求型 省エネなど明確な機能性を有し、経済的価値の訴求が容易。例 インバーター機器、ソーラーパネル、など部品系ほか
 - D エシカル訴求型 脱炭素効果は限定的だが、消費者へのアピールが可能。例 加工食品、アパレルなど軽工業品や農業製品系ほか
 - E その他 CCS や DAC などのような直接脱炭素技術など
- また、インセンティブも大別して、各セクターへの適用を議論することも考えられる
 - ネガティブインセンティブ 各種カーボンクレジット、ETS、炭素税など
 - ポジティブインセンティブ 各種補助金、税控除、優遇ファイナンスなど
 - その他 標準化、ブランド化、啓もう活動など
- なお、A に関しては B と C を含めたバリューチェーン全体での革新という視点が重要。また、B、C に関しては、国際競争力の高い産業も多く、個別企業による技術革新とスケールアップを後押しする初期需要創出や各種補助金などの総合的な産業政策が必須。
- 本分類は間に合わせの私案に過ぎないが、何らかの産業分類毎に議論を進めた上で、最終的にビジョンとして統合したらどうか。



関根委員提出資料（机上配布のみ）