



カーボンクレジットを軸に 環境価値と経済価値を循環させる

株式会社バイウィル

はじめに

近年、気候変動や格差拡大といった地球規模の問題に対する危機感から、持続可能(サステナブル)な社会の形成を模索する動きが世界全体で広がっている。

こうした動きに対し、より多くの企業がこれからの一步を考え踏み出すために、本シリーズでは本業を通じてサステナブルな社会の実現に向け挑戦する先行企業を取り上げる。

最終回となる第20回は、カーボンクレジットという仕組みを活用し、全国の金融機関や地方自治体と連携しながら地域や日本の脱炭素を推進する、株式会社バイウィル(以下、バイウィル)を紹介する。

全国47都道府県の地域脱炭素を目指すスタートアップ

2025年2月12日、郡上市役所にて、カーボンクレジットの活用による脱炭素社会の実現に向けた連携協定が締結された。

ともにカーボンクレジット活用に取り組むのが、東京都にあるバイウィル。カーボンクレジットをはじめとする環境価値の創出や取引仲介などを手がける、2023年にできたばかりのスタートアップだ。

本協定は地域金融機関の仲介により実現した。同社はすでに全国54の金融機関、32自治体と提携契約を結んでおり(注1)、今年中にも100を超える見込みだ。

カーボンクレジットとは

カーボンニュートラルとは、二酸化炭素(CO₂)の排出量から吸収量を差し引き、全体で実質ゼロにすることを指す。その達成手段の一つが、他の場所で行われたCO₂の排出削減・吸収量を購入して埋め合わせを行うカーボンオフセットであり、そのツールとしてカーボンクレジットが活用される。

カーボンクレジットを購入することは、創出元である企業の脱炭素の取り組みに投資することを意味する。クレジットを購入したお金が、創出元の脱炭素の取り組みにあてられ、さらなるクレジットになるという好循環を生む。

日本では「J-クレジット」という認証制度があり、バイウィルは公式プロバイダーとして、中小企業や自治体、森林所有者などのクレジット創出を支援し、その売買の仲介も行っている。

バイウィルの大義と実利

同社は2023年、2社の合併により誕生した。社長に就任した、岐阜県出身の下村雄一郎氏は、新会社の新たなビジネスの方向性を模索していた。

「社会に役立つという大義だけで

人は動きません。一方で、お金儲けという実利だけを追求するのは、人は動いても長続きはしない。大義と実利の両方が必要です」

そこで下村社長が見いだしたのが、カーボンクレジットだった。

同社の掲げる大義は「地域脱炭素」の推進だ。地域脱炭素とは、脱炭素の取り組みを通じて地方創生を目指すもので、2021年に国が提唱した成長戦略の一つである。下村社長は、カーボンクレジットを用いて環境と経済の好循環を地域内で生み出し、地域脱炭素を実現できると考えた。「地方自治体や地元企業の取り組みによって地域内で脱炭素が進めば、それがクレジットに変わっていく。これが流通に回することで、経済価値に変わり、脱



郡上市、大垣共立銀行、バイウィルによる「J-クレジットの活用による『脱炭素社会郡上』の実現に向けた連携協定」締結式



大垣市、大垣共立銀行、バイウィルによる「ゼロカーボンシティの実現に向けた連携協定」締結式



株式会社バイウィル
代表取締役社長 下村 雄一郎氏

炭素に再投資されていく」と下村社長。バイウィルはこの地域内におけるカーボנקレジット創出・流通をサポートすることでスプレッド(差益)を得る。これが同社の実利となる。

地域金融機関や 地方自治体との連携

カーボנקレジットによって地域脱炭素を進めるには、地域の自治体や企業に働きかけていく必要がある。そこで同社が目をつけたのが地域の金融機関だった。

「金融機関はお客様と長年の信頼関係を構築しているので、すぐにお会いできて、話を聞いてもらえる、日本一『お客様の顔が見える』プラットフォームです。連携するなら金融機関の一択でした」と下村社長は話す。

地域金融機関も地域脱炭素の旗振り役として企業に脱炭素やGXを働きかけてきたが、インセンティブがないため企業の取り組みは限定的だった。そんななか、バイウィルの提案は地域金融機関の行き詰まりを打破する可能性を秘めていた。

「我々の掲げる大義と実利は、企業

にも金融機関にもあてはまります。地域脱炭素は紛れもなく大義になりますし、企業はカーボנקレジットの売却益という実利を、金融機関は脱炭素の取り組みへの融資といった実利を得られるわけですから」

こうして同社は、大義と実利をプレゼンしながら、連携する金融機関を全国で増やしていった。

同時に、地域金融機関を通じて地方自治体との連携も進めていった。自治体も同じく地域脱炭素の旗振り役であり、住民や商工会議所を通じて企業へと取り組みを働きかけることができる。

1年半で全国1,700社以上を訪問

連携先の金融機関から紹介された企業は、この1年半で全国1,700件以上^(注1)に上った。同社は、北は稚内から南は奄美大島まで、全てに足を運んだ。

「これは私が社員に言った指令でして、『とにかく行ってきなさい』と。その地域の山を見て、海を見て、農地を見て、住んでいる人々と会話する。でないと何も決まらないし、何も進まないと思ったからです」

現地訪問を通じて、現状に危機感を抱き、脱炭素の取り組みの必要性を感じている企業が多いことが分かった。

「新聞やテレビでも脱炭素とかGXとかをよく耳にするし、夏も年々暑くなっている。何かやらなきゃと思うけれど、どうしたらいいのか分からないし、正直お金はかけたくない。お客様からはそんな声が聞かれました。一方で、電気代を下げるためにLEDや太陽光発電を導入していたり、森林を保有しているなど、クレジット創出のポテンシャルをもつお客様は少なからずい

らっしゃいました」

しかしながら、カーボנקレジットの知名度はまだ低く、良い意味で捉える人も少なかった。

「排出権をかうなんて脱炭素をお金で解決しているだけだろうとか、そもそもCO₂削減の効果なんて目に見えないし怪しいのではないかといった声もありました」と下村社長。

同社はそうした企業に対し、カーボנקレジットの意義を丁寧に説明した。

「ありがたいことに、カーボנקレジットについて知った大半のお客様は『やりたい』と言ってくれます。今まで気づいていなかった価値がお金に変わって、かつ地域脱炭素に貢献できるのですから」と下村社長。

「お客様と話をすると、自社のこんな技術やビジネス、取り組みがクレジットを生むんじゃないかと盛り上がります。メリットがあると、考えたり行動したりするのがいっそう楽しくなりますよね。脱炭素をおもしろいと感じる人が増えて、結果として脱炭素が進めばいいと思っています」

完全成果報酬モデル

同社のJ-クレジットの創出支援事業は、例えば森林組合の場合、どのような森林管理でCO₂吸収量を増やすかを記載した計画書を作成し、プロジェクト登録申請を行う。認証委員会から登録を受けた後は、プロジェクトで達成した吸収量を、樹種、樹齢、樹高などをもとに算出する。結果が妥当であると判断され、クレジットとして認証されれば、連携する金融機関とともに、大手企業をはじめとする需要家企業に販売する。この一連のプロセス

を全て同社が代行し、お客様には費用が一切かからない。

完全成果報酬モデルを採用したのは、お客様の参入障壁を下げるためだ。

「クレジットとして認証されるまでに1年以上かかるうえ、売れるかどうか心配されるお客様も多いです。こうしたお客様の負担や不安を軽減するため、クレジットが売れるまでにかかる費用は全て当社で負担することにしました。この方法なら、お客様に費用負担はなく、クレジットは創出できれば必ず売れるので、当社も負担した分を回収することができ、金融機関にも紹介料を支払える。結果的に誰も損をしないと考えて、この方法を選びました」

現在、同社が支援したJ-クレジットの登録済プロジェクトは16件^(注1)。2024年に契約したプロジェクトによるクレジット創出見込トン数は20万トン超となっている。登録に向けて動いているプロジェクトも数多くあり、2025年も拡大する見込みだ。

地域脱炭素推進コンソーシアム

2024年9月、同社は「地域脱炭素推進コンソーシアム」を設立した。地域金融機関や地方テレビ局を中心とした会員で構成されている。

活動内容は3つ。1つ目は、脱炭素とファイナンスをテーマに、モデル事業や成功事例をもとに議論する。2つ目は、バイウィルがお客様と関わる中で得た脱炭素につながるユニークな商品やアイデアなどを情報提供する。

3つ目は、カーボンクレジットを軸とした地域脱炭素のルールや仕組みづくりについて国に提言を行う。

「日本におけるカーボンクレジットの

位置づけはまだ不明確ですし、カーボンクレジットについての悩みはたくさんあります。企業単体では難しいけれど、コンソーシアムの総意としてなら提言しやすい。カーボンクレジットの正しい理解や使い方、課題といった世論形成やルールメイクのために、皆さんにパワーをもらいたいです」と下村社長は話す。

増えるカーボンクレジット需要

カーボンクレジットの知名度は近年急速に高まっている。「カーボンクレジットについて聞いたことがある、おもしろそうだと感じてくれる人が、ここ1～2年で一気に増えました。数年前とは明らかに流れが変わっています」と下村社長。

カーボンクレジットの取引は今後ますます加速することが予想される。例えば、現在試行中の排出量取引制度(GX-ETS)が2026年度から本格稼働する。年間排出量が10万トン以上の企業について、経済産業省から毎年CO₂の排出枠が設定され、枠を超過した場合はカーボンクレジットの

購入などの対応が必要となる。「一部企業で脱炭素の取り組みが義務化されるということです。対象はおそらく300～400社で、岐阜や愛知の企業も含まれると思います」と下村社長。

また、サプライチェーン全体での脱炭素化要請や、純粹に地域貢献したいとの思いから、クレジットの購入を検討する企業も増えている。

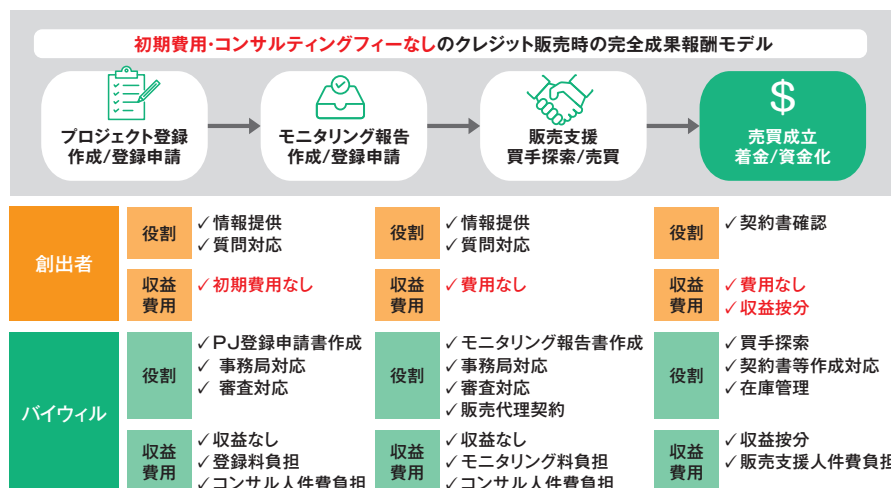
「おもしろい」と思わせ続ける会社を目指す

こうしたなか、同社はカーボンクレジットを中心にした事業をさらに拡大しようとしている。

その一つとして検討しているのが事業投資だ。例えば、畜産が盛んな地域において、地域ごとに特別目的会社(SPC)を設立し、金融機関からの資金も活用して、大規模なバイオガス発電設備などを導入する。発電した電力はSPCを通じて販売し、生じたカーボンクレジットも同様に流通に回す。「総合商社の事業投資のようなイメージです」と下村社長。

また、カーボンクレジットを組み合わ

図表 バイウィルの環境価値創出支援サービス



せたふるさと納税や金融商品の開発など、金融機関や自治体との連携も強化する方針だ。

「企業や金融機関、自治体の皆さんに対し、お互いに収益を上げつつ、地域が変わっていることを実感できるようなビジネスを提案し、ともに実践していきたいと考えています。『この会社はおもしろいな』と思わせ続けたいのです。こうして、最初は友達だった人が親友になり、最終的には一緒に業界を盛り上げていく仲間になれることを目指しています」と下村社長は話す。

カーボンクレジットの 総合商社として

同社の強みの1つが「面の展開力」だ。前述のとおり、同社は全国を飛び回って金融機関や自治体と連携協定を結び、1,700以上もの企業と直接面談を重ねてきた。

「おかげさまで私たちは全国の金融機関や自治体、お客様と接点をもつことができました。例えば、脱炭素の高度な技術を有するお客様がいれば、一緒にカーボンクレジット創出のビジネスモデルを考えて、我々の力で一気に全国へと面展開することが可能です」と下村社長は胸を張る。

もう一つの強みは「評価技術」だ。J-クレジット制度における72の排出削減・吸収量の算定方法について、同社はその全てを評価できるようノウハウを磨いている。

「我々はカーボンクレジットの『総合商社』として、再エネ、省エネ、農業、森林と、全ての分野を網羅しています。そうすればお客様も分野ごとに算出先を探す手間が省けますし、我々もお

客様の『これはクレジットにならないか』という相談に幅広く対応できます。中には難しい案件もありますが、社員には『一概にダメとは言わず、向き合うように』と伝えています」

“ずっと愛される日本を。 意志の力で。”

社名であるバイウィルは「By Will」から付けられている。「Will」は意志や未来という意味で、「自らの意志によって未来を変える」という決意が込められている。

同社はこの社名と合わせて、「ずっと愛される日本を。意志の力で。」というパーパスを掲げている。

「ずっと」はサステナビリティを指し、サステナビリティの最大の根源たる地球環境に資するという意味を込めた。

「愛される日本を」は、環境への取り組みに関して日本の自信が失われていることへの危機感を表している。

「日本は環境分野において世界から批判されがちです。もっとも、そうした評価はヨーロッパの基準にすぎず、日本のCO₂排出量自体は着実に減っているのですが。世界を意識しながらも、日本は日本のやり方で脱炭素を進めることで、誇りや自信を取り戻したい。そして世界から、日本人自身から愛される日本にしたい。そんな願いを込めました」

最後の「意志の力で」は、目の前の壁に立ち向かい、道なき道を切り開いていくという決意を表現している。

「カーボンクレジットを軸としたビジネスはまだ新しく、我々は道なき道を進んでいる状態です。弱い意志では、すぐに目の前の壁に跳ね返されてしまいます。だからこそ仲間を集め、世間の

理解を深め、壁を1つずつクリアしていくことが大切です。私たちは、どんな壁にも負けないという確固たる意志で、この未開の道を進んでいきます」

おわりに

本シリーズでは、サステナブルな社会の実現に向けて挑戦する企業を紹介してきた。最終回で取り上げたバイウィルは、カーボンクレジットという仕組みを軸に、地域の脱炭素と経済活性化の両立を目指す新しいモデルを提示している。

同社の特徴は、環境価値と経済価値を結びつけ、その循環を生み出そうとしている点だ。脱炭素の取り組みをカーボンクレジット化することで経済価値を創出し、その価値が地域に還元され、さらなる脱炭素の取り組みを促進する。こうした好循環を地域で確立するため、同社は金融機関や自治体との連携を重視し、日本全国で精力的に活動を展開している。

サステナブルな社会の実現には、環境という「大義」と経済という「実利」の両立、そして多くのプレイヤーを巻き込む展開力が鍵となる。バイウィルの取り組みは、その1つの解を示している。

本シリーズを通じて見てきた企業には共通点がある。それは、社会課題の解決と事業性の両立を目指し、新しい価値を生み出そうとしている点だ。その挑戦の形は様々だが、いずれも持続可能な社会づくりに向けた重要な一歩となっている。今後も、こうした企業の取り組みから目が離せない。

(注1) 2025年2月28日現在

(2025.2.28)

OKB総研 調査部 梅木 風香