

みどりの ニュースレター

1
2011
No.212

市民の発信で持続可能な社会をつくる

特集：環境配慮製品 グリーンプロダクツを守るために “グリーンウォッシュ”をなくそう！

特定非営利活動法人

環境市民

¥200

収益の一部は環境市民の活動資金として使わせていただきます。なお、会員には毎月無料配布しています。

このニュースレターはボランティアの手で折られ発送しています。



21世紀 地球を、地域を、生活を、持続可能な豊かさに
<http://www.kankyoshimin.org/>



Twitterやってます！
アカウントは kankyoshimin です。

みどりの ニュースレター

No.212 2011年1月号

編集員が行く！ 02

瀬戸内国際芸術祭 2010
「アートと海を巡る百日間の冒険」に行ってきました！

環境配慮製品
**特集：グリーンプロダクトを守るために
“グリーンウォッシュ”をなくそう！ 03-07**

行事案内 08-10

とれたて！ 環境市民 11

地球を愛するエコファイター 大阪と京都で活躍
環境市民ブログはじめました

みんなでつくる！ 交野が変わる！ 環境基本計画づくり進行中 12

動き始めた“かたの・環境を考える委員会”の現場報告

青き星 碧い風 13

第33回 環境首都を歩く 4

読者交流コーナー みどりのかわらばん 14

1/ 環境市民 15

マクロビオテックは食と環境をつなげるヒント、
もっと身近にしていきたい。／坂部 安希さん

次号
予告

みどりの
ニュースレター

No.213
2011年2月号

現在
編集集中！

**特集：環境首都をめざす自治体全国フォーラム
2010 in 水俣 報告（仮）**

昨年11月に熊本県水俣市で開催した同フォーラム（主催：環境首都コンテスト全国ネットワーク、水俣市）。計20自治体、11人の市長、副市長を含む総勢約70人が参加しました。次号では、会議で出された提言のポイントやディスカッションのハイライト、参加された自治体職員の声、今後の展望などについて特集します。

編集員が行く！

編集部のアナテナにかかった選りすぐりの
エコ情報を伝えます！

No.19 瀬戸内国際芸術祭 2010 「アートと海を巡る百日間の冒険」 に行ってきました！

出会いは1枚のポスターからでした。青い空に映える美術館。思わずその雑誌を買い求めて、この芸術祭のことを知りました。近畿圏からなら日帰りでも十分可能な位置にある、直島、豊島、男木島、女木島、大島、犬島、小豆島。その7つの島を舞台に7月19日から10月31日の間、芸術の祭典が行われていました。それから、私の島通いが始まりました。

会場は温暖な気候の美しい島々、現代アートが中心ですが、作家の作風も国籍もいろいろ、展示の仕方も凝っていて、なかなか楽しいものでした。高度成長期に一時期使われて、その後忘れられた島、産業廃棄物の投棄など、日本の近代化の過程で「負の遺産」となっていた島々を、アートの力で甦らせるという試みでした。

行く過程も私には魅力的でした。船での移動にわくわく、青い海に太陽、暑い夏がますます暑く感じます。のんびりしながらも、多くのアート作品を見たいと、動き回ります。地元の方もとても親切で、暖かいおもてなしを受けているような気分でした。

男木島では、民家に宿泊をさせていただく機会を得ました。その島では、芸術祭の開催中に火事があり、作品も一部焼失しました。その際は、手でバケツリレーで水をかけたけれど、どうしようもなかったとのこと。ポンプ車など消火設備があれば、もっと早く鎮火したでしょう。本土からの消火隊の到着も遅かったそうです。

その話をきっかけに世間話。島民の数の何倍もの人が一気に押し寄せ、普通の民家の間に作品を展示する場所が点在する状態、生活されている上でのストレスはなかったのでしょうか。

一番の問題はごみだったそうです。夏の暑い時期、飲み物の消費量も上がります。買う飲料の量の約3倍はごみとなって残っていたということです。持ち込んだごみは、船で本土まで運ばないと処理できません。一人にとってはほんの1本、しかし人数が集まれば、かなりの量になります。水筒を持つ呼びかけなどをしたらよかったのではないのでしょうか。

この芸術祭は、また3年後に開催されるそうです。これからは、参加する側の私たちもいろいろと考えないといけないと思いました。

（文／ニュースレター編集部 千葉 有紀子）

特集：環境配慮製品 “グリーンプロダクツ”を守るために “グリーンウォッシュ”をなくそう！



グリーンウォッシュって何？

●増加するグリーンウォッシュ

地球温暖化による影響が深刻化するにつれ、環境配慮をPRする広告が増えました。「環境問題のために何かしたい」と思っている人であれば、そうした広告の情報を参考にして製品を選ぶかもしれません。ところが、中には消費者の誤解をまねくような広告も見られます。こうした環境表示は「グリーンウォッシュ」とよばれます。英語で、「ごまかす」「粉飾する」といった意味をもつ“whitewash”をもじった造語で、「環境に配慮したようにごまかす」といった意味があります。

たとえば、製品をつくる際の全工程（原材料の採掘から廃棄まで）の環境負荷を考慮せず、ある一側面の環境負荷が少ないことだけを捉えてPRしていたり、第三者の証明もなく、環境に配慮している、と宣伝していたりするケースです。たとえば、英国の広告基準協議会（Advertising Standards Authority）によると、2006年では、環境に関する広告への苦情は117件（全体の33%）、2007年には561件（全体の42%）に増加しています^{*1}。特に最近では、CO₂削減効果だけを打ち出し、化学物質や生態系の問題を無視した“CO₂至上主義”的な広告も目立ってきています。

●欧米では抗議活動がさかん

グリーンウォッシュは、欧米ではすでに70年代ごろからあったといわれ、そうした広告に対するNGOの抗議活動も行われてきました。最近ではウェブサイトを使った情報発信も盛んです。たとえば、米国のPR会社 EnviroMedia Social Marketing とオレゴン大学は、協働でウェブサイトを作成していま



<http://www.enviromedia.com/>

す（上）。このサイトではグリーンウォッシュ広告を投稿でき、サイトを見た人が、「誤解を生む言葉づかい」、「誤解を生む表現」、など五つのポイントでグリーンウォッシュ度を評価できる仕組みになっています。“グリーンウォッシュアワード”を設け、一番誤解を生む環境広告を出した企業をわざと表彰することによってグリーンウォッシュへの関心を高めているNGOもあります。

それでも、増え続けるグリーンウォッシュ。広告を出す側に対し、何か基準はないのでしょうか。

●環境表示のガイドライン

法的な拘束力はありませんが、広告を含む環境表示は、国際標準化機構（ISO）によって国際的な規格が定められています（環境ラベル及び宣言シリーズの中にある「自己宣言による環境主張（タイプII環境ラベル表示）」（ISO14021:1999））。ここでは「環境表示の必須条件」として以下のような内容が示されています。

- 主張は正確で、実証されており、検証可能であること
- あいまいな表現や主張の対象が特定されない表示は行わない
- 主張内容は、製品のライフサイクルにおける関連する環境側面のすべてを考慮したものでなければいけない
- 特定の用語を用いた主張を行う際には定義等に注意する
- 「メビウスループ」（右図）のシンボルマークを使用する際の注意事項（「リサイクル可能」及び「リサイクル材料含有率」の主張にのみ使用が認められる等）



（環境省 環境表示ガイドライン【改訂二判】19から27ページより抜粋）

欧米では、さらに詳しく、環境情報の表示に関する独自の規定やガイダンスがつくられています。たとえば、米国では、連邦取引委員会が広告およびマーケティングにおける主張に関するガイドを1992年に策定しています。また、英国の規定“Green Claims Code”（1998年作成、2001年改訂）は、企業だけではなく、消費者、環境団体が協議をしてつくられています。^{*2}これらの基準に基づいて、グリーンウォッシュに該当し、発信側企業と調整がつかない場合には表示の差し止めなどの措置が取られている国もあります。

●日本の環境表示ガイドラインは？

日本の環境表示に関するガイドラインなどの策定状況はどうでしょうか。欧米では、広告審査などを行う組織が、環境広告に対する苦情件数の統計をとっています。日本にも、よりよい広告づくりを目的とした、広告主、新聞・出版・放送会社、広告関連会社が加盟する広告自主規制機関「日本広告審査機構」という組織がありますが電話で取材したところ、環境広告の苦情件数の把握はしていないとのこととで実態把握すらできていないのが現状です。

広告全般に関する規定として、日本には景品表示法という法律があります。合理的な根拠がなく、事業者がその根拠を示さない場合は、公正取引委員会が差し止めなどの措置をとることができます。しかし、この法律は、環境に限定した具体的な判断・運用基準は示されていないため、欧米の環境表示に関する規定と違い、何がグリーンウォッシュに該当し、

何が該当しないのかはわかりにくくなっています。

環境省からは「環境表示ガイドライン」が出され、ISO規格に加えて、広告など環境情報を表示する際に気をつけた方がよい点が紹介されています（2009年改訂）。^{*3}業界の中で環境表示のルールを決めているところもあります。たとえば、家電業界では「環境にやさしい」という表現は使わない取り決めがあります。たとえ省エネ家電であっても、材料の生産時から廃棄時までの過程をふまえると何らかの環境負荷がかかっているためです。^{*4}参考になる情報はあっても、日本ではISOの基本的な規格でさえ守られていない広告が次々とでてきています。（5ページ参照）

●遅れる日本企業の認識

グリーンウォッシュに該当するかどうか、企業とNGOで意見が対立した事例として、2006年に、洗剤メーカーのライオンが発売した「トップ」という洗濯用洗剤のCMの事例があります。このCMでライオンが「パーム油は環境にやさしい」と宣伝したことに対し、FoE Japanなど8団体、13個人が抗議しました。パーム油を生産するためのプランテーション開発は、熱帯雨林の大規模な破壊や、土地紛争などさまざまな環境、社会問題が指摘されているためです。しかし、ライオンは「植物原料の使用は大気中のCO₂増加抑制に貢献する」として、「今後も宣伝活動を続けたい」と回答しています。^{*5}

日本ではまだ、企業のグリーンウォッシュに対する危機意識が遅れていますが海外では、表示や放映の差し止め命令が出されています。例えば、クルマが電車よりも環境にいいと暗示するようなスズキのダイレクトメールや、欧州委員会が2012年までに目標とする平均的なCO₂排出量よりも低いと思わせるような広告を全国紙に掲載したトヨタの広告が英国の広告基準協議会の審判を受けています。



パーム・プランテーション開発で、皆伐された土地（マレーシア・サラワク） ©FoE Japan

欧米の環境表示ガイドラインの進展はめざましく、オーストラリアでは、消費者を誤解させたりするような表示をした場合には罰金が課せられる規定が盛り込まれました。^{*6}今の状態では、日本の環境情報は海外では通用しなくなるかもしれません。

●グリーンウォッシュの何が問題？

グリーンウォッシュ的な広告が増えれば、消費者の環境配慮製品への信頼は薄れ、その結果、環境を大切にしたい製品が売れなくなります。そうすると、せっかく普及してきた環境配慮製品の開発を後退させることになりかねません。つまり、グリーンウォッシュは、多くの NGO や市民、企業、行政が協力してすすめてきた、グリーンコンシューマー活動、グリーン購入、グリーン市場づくりをなし崩しにしてしまうかもしれないのです。

そこで、環境市民では、グリーンプロダクツを応

援していくために、今後、環境 NGO や消費者団体、学識者、そして適切な環境情報の発信に取り組みたい企業と共に、グリーンウォッシュ広告が生まれにくい社会的仕組みをつくっていききたいと考えています。

- ※ 1 Compliance Report Environmental claims survey 2008 ASA
- ※ 2 環境省 環境表示ガイドライン【改訂二判】p74
この他にも、EU、国際商会議所、オーストラリア、フランス、ノルウェーにもガイドラインがあります。
- ※ 3 以下よりダウンロードできます
http://www.env.go.jp/press/file_view.php?serial=10742&hou_id=9241
- ※ 4 (社) 全国家電製品公正取引協議会のウェブサイト
よくある質問
<http://www.eftc.or.jp/qa/qa.html>
- ※ 5 参考 FoE Japan ウェブサイトより
森林プログラム＞資料室＞ライオン「新トップ」のCMに関する要請
<http://www.foejapan.org/forest/doc/060407.html>
- ※ 6 Green marketing and the Trade Practices Act 2008

変だな？

と思った環境広告

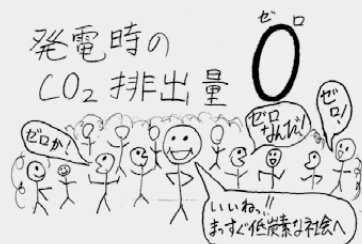
環境市民では、2010年11月にウェブサイトやメールマガジンで「変だな？と思う環境CM」を募集しました。また、11月27日（土）には、環境市民の広報チームのボランティアメンバーで「環境市民の広告のミカタ会議」を行い、最近のCMをみて感じていること、CMを見るとときに気をつけていることなどを話し合いました。投稿のあったCMや会議で出された意見をもとに、グリーンウォッシュCMとは具体的にどんなものなのか、みていきましょう。

●CO₂を出さなかったら他はいいの？

某電力会社のCMで、原子力発電はCO₂を出さない、とPRし、あたかも原発が環境負荷が少ないエネルギー源であるかのような印象を与えているCMがあります。

原発が発電時（正確には核分裂時のみ）にCO₂を出していないとしても、発電時以外のCO₂排出量【ウランの採掘時から放射性廃棄物を管理している間（数百年間といわれる）】を度外視して伝えるのは消費者に誤解を生みます。また、一度事故が起きると、人類、生物に取り返しのつかない影響を与える放射性物質の問題も広告では情報提供しておらず、情報の伝え方が偏っています。（ISO14021でも、「主張内容は、製品のライフサイクルにおける関連する環境側面のすべてを考慮したものでなければならない」としている）

参考：2007年10月号 特集 STOP 温暖化待ったなし 原発を考える



●軽量化だけでエコ？

十数パーセント軽量化したワンウェイビン（使い捨て）の容器のビンをエコロジーだと主張する某酒造メーカーのCMがあります。軽量化することは、資源の節約にも、運送にかかるエネルギーの節約にもなります。しかし、リサイクルばかりに目がいて、より優先度の高いリデュース・リユースを見えにくくしています。



●環境にいい製品？

某飲料メーカーが販売する飲料のCMでは、植物からペットボトルが生えてくる映像の後、「植物からできたペットボトル」の文字が表示されます。

ペットボトルの原材料に5～30%植物性由来の素材を使用しているとのことですが、70%以上石油を使っていることには他ならないので、「植物からペットボトルが生える」という動画は誤解を生むでしょう。

ボトルやウェブサイトには「環境にいい」と書かれていますが、製品をつくる以上は何らかの環境負荷がかかるので「環境にいい」という言葉を使うのは適切ではありません。

ウェブサイトで使用されている「環境にやさしい」という言葉は、グリーンウォッシュに陥る代表的な「あいまいな表現」で、全体的に環境負荷が下がった印象を与え、消費者の誤解を生みます。（ISO14021でも「あいまいな表現や主張の対象が特定されない表示は行わない」としている）



●臭いはなんでとれるの？

お風呂の残り湯を洗濯にも、使うことを周りに無理に強要している場面から始まり、柔軟剤で残り湯の臭いをなくせるといった某洗剤メーカーのCMがあります。CMのキャラクターが残り湯の再利用を強要するシーンは、環境活動に取り組んでいる人たちに対して、誤ったイメージを与えます。また、臭いがなぜとれるのか、説明がありません。



●エコカーは乗るだけで十分エコロジー？

燃費の良さをウリに、エコカー減税・エコポイント制度の後押しを受けて、エコカーのCMが増えました。どのクルマの宣伝をみてもエコカーの文字。しかし、何をもってエコカーなのか明確な基準がありません。従来の自動車よりも少しでも燃費がよくなれば全てエコカーというのは疑問です。



環境市民の広告のミカタ会議

～広告は物を売ることが目的とした情報発信～



11月27日（土）、環境市民の広告のミカタ会議と称して、グリーンウォッシュに陥らないために「CMをどんな視点で見たらいいのか」を議題に話し合う場をつくりました。インターネットを通じてライブで映像配信を行うという環境市民初の試みも行いました。はじめは、慣れない映像配信ということもあって、緊張の糸が張り詰めていましたが、徐々に和やかな雰囲気になっていきました。

会議の中では、広告の見方の重要なポイントとして、広告は物を売ることが目的とした情報発信であることを念頭に置くという意見がありました。広告は時として、商品を売るために、買わなくてもよいものを必要不可欠だと見せたり、発信者側が都合のよい情報だけを流したり、仕掛けがあるからです。また、雑誌は、広告のページが半分くらいを占め、記事が広告か区別のつかない状態になっているようなものも多いという意見も出ました。記事と広告は目的が違います。読み手も違った見方をする必要があるのに、区別が付きにくいのはやっかいです。今回の議論のポイントを考えるだけでも広告の見方が変わってくるのではないのでしょうか。



グリーンウォッシュ広告を見分け方ヒント 海外の事例から

CSR や持続可能性を高めるコミュニケーションをすすめている英国の Futerra が発行した“The Greenwash guide” からグリーンウォッシュ広告を見分けるヒントを紹介します。国によって、また時代の流れや新製品の登場によってポイントは変わるかもしれません。ですので、「変だな」と感じる市民的直観も大事です。環境市民では、日本の状況にあった、市民目線の「グリーンウォッシュ広告の見分け方」を今後つくっていかねばと考えています。 URL : http://www.futerra.co.uk/downloads/Greenwash_Guide.pdf

- 1 **あいまいな表現**
「環境にやさしい」などあいまいな言葉や表現
- 2 **汚染企業がつくる環境配慮製品**
例えば川を汚染している工場で作られている効率的な電球など
- 3 **暗示的な絵**
環境配慮（正当化できない）を暗示するような環境イメージ
例：車の排気管から花が咲いている絵

- 4 **あてにならない主張**
大部分が環境配慮ではないのに一つの小さな環境配慮特性を強調する
- 5 **クラスで一番？**
他が環境配慮していなくても、他よりわずかに環境に配慮していると主張する
- 6 **環境を大切にしたい危険製品**
環境にやさしいタバコ？ 環境配慮は危険な製品を安全にしたりはしません。
- 7 **わかりにくい表現**
科学者だけが確認理解できる専門用語と情報
- 8 **架空の第三者認証**
第三者が保証したように見えるラベル

- 9 **証明なし**
もしそれが正しいのであれば、証拠はどこ？
- 10 **全くのうそ**
ねつ造された主張やデータ

「あれ？変だな」「ほんと？」「ミスリードしてない？」と思った 環境製品・サービスに関する CM、広告を募集

19 件集まりました！

11月上旬から12月にかけて、グリーンウォッシュ広告をウェブサイトやメールマガジンを通じて募集しました。その結果、19件集まりました。いずれもCMをみた人の率直な感想、意見が書かれています。グリーンウォッシュをなくしていくには、CMを見る、私たち消費者がどうCMの内容を受けた止めたのか、を発信していくことが大事です。環境市民では今後も、脱グリーンウォッシュ広告をめざして、グリーンウォッシュ広告をウォッチしていきます。

▽投稿のあった環境広告は以下のウェブサイトで紹介しています。

環境市民ウェブサイトトップ > 活動・実績のご案内 > 広報活動 > 過去の活動 > 募集：あれ？ほんと？と思った環境CM、広告 募集

http://www.kankyoshimin.org/modules/activity/index.php?content_id=126

この特集は有川 真理子、村田 諒平が担当しました。

東 ポットラックパーティ

2011年の新年会をかねて、活動計画と2011年の国際森林年について、講師のお話を聞き、森に対する思いを話し合ひましょう。薪ストーブを囲んでのホットなパーティです。

*テーマ：御嵩の森の再生と生物多様性について
一年を振り返る

講師：山口 昌弘氏（株）岐阜造園、環境再生医（自然復元協会）、ピオトープアドバイザー（日本ピオトープ協会）、自然観察指導員

*とき：1月25日（火）午後6:30から9:00

*ところ：グリーンフェロー5階
（名古屋市区清水5丁目10-8）

*講師：未定

*参加費：1,000円

*持ち物：食べ物一品、または飲み物

*申込み：東海事務局

*締切：1月20日（木）

*備考：定員25人

京 1Day ボランティアデー

毎月エコな話題をおしゃべりしながら会報読みどりのニュースレター発送作業をしています。どなたでも参加できます。お気軽におこしください。

*とき：1月28日（金）午前11:00から午後7:00頃まで
1月31日（月）午後2:00から7:00まで

*ところ：環境市民京都事務局

備考：予定時間を過ぎて来られる場合は、ご連絡ください。

●次回発送予定日は

2月28日（月）午後2:00から7:00まで

行事の申込み・お問い合わせは各事務局まで

京 環境市民

TEL.075-211-3521 FAX.075-211-3531

IP電話.050-3581-7492 MAIL.life@kankyoshimin.org

東 環境市民東海事務所

TEL・FAX.052-521-0095 IP電話.050-3604-6182

MAIL.tokai@kankyoshimin.org

滋 環境市民 滋賀事務所

TEL.077-522-5837 MAIL.cefshiga@kankyoshimin.org

ミーティング*（いずれも京都事務局で行います）

*1月12日（水）環境共育 SKIP 午後7:00から9:00まで

*1月17日（月）環境共育 SKIP 午後7:00から9:00まで

*1月22日（土）環境共育 SKIP 午後3:00から6:00まで

*1月24日（月）エコ地蔵盆 午後7:00から8:30まで

新入会／寄付*（11月1日～11月30日まで）

〈新入会〉新井 佳恵／加藤 昭／村田 諒平

〈寄付〉なし

★エコ地蔵盆エコポイント寄付のお礼と寄付のお願い★

省エネ家電や省エネ住宅の購入で発行されるエコポイント。12月現在、エコ地蔵盆プロジェクトへのエコポイント寄付として、以下のご寄付を頂戴しました。

家電エコポイント 140,652円（2010年8月20日から2010年12月16日の期間）

エコ地蔵盆プロジェクトを応援していただいたみなさま、本当にありがとうございます。

いただいたご寄付は、プロジェクトの活動資金として大切に使用させていただきます。また引き続きご寄付を宜しくお願いします。

2011年4月、エコ地蔵盆のセミナーを実施予定。エコ地蔵盆の魅力を広げるために一緒に企画、運営に関わるメンバーを大募集中です。関心のある人は京都事務局までご連絡ください。

エコ地蔵盆プロジェクトチームがやりたいこと！

- ・エコ地蔵盆を広げるための、市民向けセミナー（2011年4月実施予定）
- ・エコ地蔵盆モデル地区の設定、実施
- ・地域商店へ環境負荷の少ない商品の販売の仕組みの提案
- ・エコ地蔵盆の事例紹介集の作成

環境市民「野の塾」復活！

環境市民「野の塾」とは、環境問題を考えるきっかけになる環境入門講座。環境市民の設立当時からしばらく、月に1回、実施してきました。2010年度、環境に関心のある人が誰でも参加しやすい講座として、この「野の塾」シリーズが復活します。

2011年は、1月18日ドイツ報告会をスタートに、水鳥観察会、使い捨ておもちゃの話、京都の西山自然探検、美山ツアーが月1回ペースで続きます。企画運営にたずさわりたい人も募集しています。関心のある方は京都事務局までお問い合わせ下さい。

環境市民 入門講座 野の塾シリーズ

申込み: お名前、連絡先電話番号、主催(共催団体)のいずれかの会員かどうかを電話、FAX、メールにて、環境市民京都事務局までご連絡ください。

京

ドイツの環境先進都市からみえた人もまちも元気になる 持続可能な地域づくり

～野の塾シリーズ 持続可能な地域づくりを知ろう～

環境先進国として知られるドイツ。環境市民では、設立以来、ドイツの自治体や NGO との交流を続けてきました。2010 年 9 月。ハノーファー、ハム、ハイデルベルク、グリースハイムを訪れ、視察・交流を行なってきました。歩いて楽しいまち並みや商店街、利用しやすい公共交通、エコ住宅団地、自然の力をいかして修復された川……。日本でも実現できるのではないか、と思う事例や施策が数多くありました。ドイツで見た、聞いた、最新情報をみなさんにご紹介し、京都に、日本にどう活かしていけるのか、ディスカッションします。

*とき: 2011 年 1 月 18 日(火) 午後 6:30 から 8:50

*ところ: ハートピア京都 第 5 会議室

*参加費: (主催、共催団体の会員) 500 円
(非会員) 800 円

*定員: 50 人(先着順)

*主催: 環境市民

*共催: NPO 法人気候ネットワーク、認定 NPO 法人きょうとグリーンファンド

*後援: 京エコロジーセンター、京のアジェンダ 21 フォーラム

プログラム:

○事例紹介 午後 6:30 から 8:15

- ・ 校本 育生 (環境市民 代表理事)
- ・ 下村 委津子 (環境市民 理事)
- ・ 内田 香奈 (環境市民ボランティア/京都市市民活動総合センター事業コーディネーター)
- ・ 有川 真理子 (環境市民 事務局)

○ドイツのまちづくり、京都に日本にどう活かすか

午後 8:15 から 8:35

- ・ 田浦 健朗さん (NPO 法人気候ネットワーク 事務局長)
- ・ 大西 啓子さん (認定 NPO 法人きょうとグリーンファンド 事務局長)

○参加者質問タイム 午後 8:35 から 8:50

京

鴨川に暮らす野鳥と飛来する野鳥の観察会

～野鳥の目を見比べよう～

冬の鴨川は野鳥の天国です。この時期多くの鳥たちが鴨川に飛来しています。先日行われた生物多様性条約 COP10 で、私たちは「生物の恵み」の重要性を再認識しました。そこで、今回、西台律子先生を講師に、野鳥の目を観てその年齢の見分け方や生態等を生物多様性の観点か

ら、さらに地球温暖化が野鳥に及ぼしている影響等についてお話をききます。

*とき: 2 月 27 日(日) 午前 10:00 から 12:30 頃まで

*予定コース: 出町柳⇒鴨川沿いに丸太町橋⇒二条大橋付近一帯

*集合時間/場所: 午前 10:00。出町柳、鴨川三角洲公園(高野川と賀茂川との合流点)

*講師: 西台 律子氏 (日本野鳥保護連盟専門委員、日本野鳥学会員、京都自然観察学習会講師)

*参加費: 会員、学生 500 円、非会員 800 円

*定員: 30 人(先着順) ※但し小学生は保護者同伴のこと

*持ち物: ①筆記具 ②飲料 ③雨具 (但し天候により) カメラ、双眼鏡をお持ちの方はご持参ください。

*服装: 時節柄防寒対策が必要です。

*備考: 小雨決行。但し、暴風雨等荒天の場合は中止 (その場合は、当日午前 8 時半頃までに参加者に連絡)

*申込み: 参加者のみなさんには保険をかけますので必ず事前申込みをお願いします。

*締切: 2 月 23 日(水)

京

使い捨てられるヒーローたち ～小さな消費者の力～

子ども向け番組で、こどもたちを魅了するたくさんの武器や変身グッズ。気がつけば、こどもも小さな消費者です。この仕組みをもっと知って私たち消費者の考える場にします。

*とき: 3 月 12 日(土) 午後 2:00 から 4:30

*ところ: 京エコロジーセンター (京都市伏見区深草池ノ内町 13) 3 階 第 1・2 会議室

*講師: 堀 孝弘 (環境市民 事務局長)

*参加費: (会員) 400 円 (非会員) 500 円 おやつ付き

*定員: 50 人(先着順)

京

ぼくらはみんな生きている! なるほど探検隊

～もっと知りたい自然の魅力～

春の森にはどんな不思議が隠れているのでしょうか。探検隊になって素敵な発見をしましょう。

*とき: 4 月中旬

*ところ: 京都の西山(京都市西京区)

*参加費: 1000 円(野外保険・資料代含む)

*持ち物: お昼のお弁当

*服装: 山登り用の服装

*備考: 詳細は次月号でお知らせします

水 Do! キャンペーン

京

急須で入れて楽しむ 2R のお茶会 ～おいしいお茶と未来の環境～

京都のお茶の老舗である一保堂茶舗さんを講師にお迎えし、おいしいお茶の入れ方を教えていただきます。ゆったりとした時間のなかで、缶やペットボトルに入った緑茶がこんなに増えた世の中を、ちょっと見直してみませんか？

*とき：2月6日(日) 午後2:00 から 3:45 (受付：午後1:30 開始)

*ところ：京町家 さいりん館 室町二条
(京都市中京区室町二条上ル冷泉町 65)

*講師：一保堂茶舗

*参加費：1000 円(お茶とお菓子付き)

*定員：25 人(先着順)

*申込み：環境市民

*主催：容器包装の 3R を進める全国ネットワーク、
FoE Japan、環境市民、京都市ごみ減量推進会議



水 Do! キャンペーンに参加しよう

水道水を選ぶという動きがはじまっています。今年、国際環境 NGO の FoE Japan (フレンズ・オブ・ジ・アース・ジャパン) のが脱・使い捨て社会プロジェクトの一環として 水 Do! (スイ・ドゥ!) キャンペーンをスタートしました。環境市民は同キャンペーンに特別協力団体として参加しています。

水 Do! キャンペーンとは

水 Do! (スイ・ドゥ!) は、ペットボトルなどの容器に入った飲料ではなく、水道水を選ぶことで、CO₂、ごみ、そして社会的コストを削減しようと呼びかけるキャンペーンです。水 Do! キャンペーンは、ちょっとした工夫やサービスの改善により水道水の利用をすすめることで、環境負荷と社会的コストを減らし、快適で豊かなライフスタイルを提案します。

このキャンペーンは、以下の3つのアクションを中心に展開します。

1. 自治体の率先した行動を広げよう

自治体は、安全でおいしい水をとどける役割を担っています。率先して、使い捨て容器を削減する自治体の取組みを応援します。

2. 街のオアシスを増やそう

街中で、気軽に利用できる水飲み場や給水スポットなど「街のオアシス」を増やしていくことをめざします。

3. あなたも水 Do!

使い捨て容器に入った飲料ではなく、手軽な水道水を生活のなかにとり入れた、豊かで快適なライフスタイルを提案します。

📞 水 Do! キャンペーンの詳細はこちら <http://sui-do.jp/>



あらい か え

新井 佳恵さん (大阪府在住) 11月18日入会

地域密着型で活動していることはもちろん、ラジオを通じて多くの人にメッセージを発信しているところに惹かれて、環境市民に入会しました。ラジオは、より多くの人に思いを伝えられるツール。温度感が伝わりやすいのもいいですね。ぜひ私もお手伝いさせていただき、直接声に出して、自然の魅力を強く、広く人に訴えていきたいです。

地球を愛するエコファイター 大阪と京都で活躍

子どもや一般市民を対象とした環境共育を実践している環境教育チーム SKIP が、温暖化防止をわかりやすく伝える寸劇「エコファイターショー」を、10月31日(日)と11月7日(日)に行いました。

1回目のエコファイターショーは、大阪府交野市のあまだのみや幼稚園でした。紙芝居を使ってものを大事にすることの大切さ、「もったいない」の話を進めると地球温暖化を進めるオンドンカーXが出現! 幼稚園児をゴミラー(人間の出したゴミから生まれた怪物)に変えるためにやってきたのです。そこでエコファイターの登場です。エコファイターは、地球を愛する緑の戦士です。エコファイターを応援するために、



左がエコファイター、真ん中の人は司会、右はオンドンカーX

もったいないことをしていないかという質問に幼稚園児のみんなは元気よく答えてくれました。最後にマイボトルとマイバッグをエコファイターに渡し、見事にオンドンカーXを追い払うことができました!

2回目は、京都市内下京区の市民フェスタ(主催:下京区)でありました。今回は幼稚園児だけではなく大人の方もショーを見るため、前回よりも難しい内容です。原子力発電所から出るゴミ(放射性廃棄物)の話も入っていました。地球温暖化についての勉強を進めると、再びオンドンカーXが出現。オンドンカーXを追い払うためには会場にいる参加者の半分以上が環境クイズに正解すること。そこで、会場のみんなも一緒になって、オンドンカーXの出す環境クイズに答えていきます。エコファイターがピンチになってしまったこともありましたがみんなの応援のおかげで、オンドンカーXを追い払うことができました。

2回とも観客のみなさんが協力によりショーを盛り上げることができました。ショーをみた人から問い合わせもあったそうです。楽しくショーを見ているうちに、環境のことも知ることができるのだと実感しました。私も準備をしていくうちに、どんどんエコファイターのことを知りたくなっていきました。

(文/環境教育 SKIP チーム 高森 美穂)

環境市民ブログはじめました

12月上旬から、環境市民のウェブサイトでブログをスタートしました。環境市民の活動の様子やスタッフ、ボランティアが感じたこと考えたことをタイムリーにお伝えします。みなさんからの感想、ご意見もお待ちしております。

[トップページ](#) > [環境市民ブログ](#) > [各コーナーへ](#)

●コーナー紹介

- ◎事務局長の堀が、活動を通して考えたこと、感じたこと、また堀ならではの切り口でさまざまな環境情報をお届けする「事務局長堀が行く!」
- ◎環境市民のスタッフ、インターンが交代でお届けする「環境市民なう!」
- ◎島本町の植生調査事業についてお伝えする「島本の山から」

◎交野市の環境基本計画の策定コーディネート事業をについてお伝える「交野 わくわく環境基本計画」

◎ウェブサイトやメールマガジンの企画運営をしている電子かわら版チームのコラムを紹介する「電子かわら版コラム」

◎2010年9月に視察したドイツでみつけた面白い取り組みや様子をつづる「ドイツでみたあれこれ」



環境基本計画づくりが進行中

環境市民がコーディネートする交野市環境基本計画策定事業を隔月で紹介します。

動き始めた“かたの・環境を考える委員会”

交野市は人口8万人弱の自然豊かな大阪府の一都市です。大阪府の北東に位置し、市の面積(25.55km²)の半分を山林が占め、中央を南北に天野川が流れる郊外の住宅地と田園地帯が混在するまちです。43の自治体がある大阪府でも常に“ごみの排出量の少ない都市”ベスト10の上位に位置し、市民の環境活動も活発な自治体です。

今、この交野市は、行政だけでなく、市民、事業者が一体となって協働で、実行できる“環境基本計画づくり”へのチャレンジを始めました。環境市民は、持続可能な社会を地域からつくるために、この計画づくりのコーディネートをしています。これから、この“新しいうねり”の最新情報を隔月でお伝えしていきます。

環境基本計画は、自治体ごとにつくられ、そのまちの環境のまちづくりの基本設計図となります。しかし、多くの自治体が策定している環境基本計画は、コンサルタントと行政のみで策定されており、市民や事業者の参画が得られず、「絵に描いた餅」になっていることが多々あります。これから交野市が進める新しい計画は、行政だけでなく、事業者、市民を巻き込んで合意形成を行い、市民の納得を得て作り上げる“実践と行動に繋がる、動く計画”をめざしています。

“かたの・環境を考える委員会”とは

この計画をつくるために、交野市は、“かたの・環境を考える委員会”を設置しました。10月4日の第1回委員会では副市長から27人の公募市民の一人ひとりに委嘱状の交付がありました。この委員会は、公募市民27人と、事業者、行政含めて約40人弱のメンバーと、環境市民のスタッフが協力して委員会を進めています。

どんな内容で進行していくのか?

月2回のペースで、午後6時半から9時半まで約

3時間、市役所の会議室で委員会を開催しています。1、2回目は自己紹介や、ゲームを入れて楽しく相互理解を深めました。3回目以降は、環境問題について知識を共有できるように学習を行っています。学習テーマは委員さんで選び、テーマに合わせた講演とグループごとのディスカッションを行っています。フィールド・ワークなど現場を直接観察する機会もあります。第3回の学習テーマは“地球温暖化防止”、第4回は“ごみ問題”、第5回は“里山・自然”です。市(行政)や市民活動グループからもテーマに合わせて活動内容を発表していただいています。が、市民の皆さんの積極的な活動に驚いています。

楽しいグループ・ワークで議論を深める!

毎回ちょっとしたゲームを行って、グループ分けをまず行います。グループ内では環境市民スタッフが進行役となり、楽しく、しかも目標を外れることなくしっかりとみんなで議論が進むようコーディネートしています。毎回のテーマに沿って、ワークシートに個人から家庭へ、そして地域へと範囲を広げ、問題・課題を挙げながら、意見発表・議論を展開しています。

次回は、学習会について詳しくお伝えします。

(文/交野市環境基本計画策定コーディネーター

加藤 昭)



第1回かたの・環境を考える委員会で“うまくいけば、交野は変わる!”と挨拶をする交野市の交野市環境保全課次長 大湾喜久男さん

まちを楽しむ

そのまちは観光都市ではない、またかつては環境面でも名の知られたまちではなかった。駅を降りると広場から、教会や市役所などがある中心市街地に続く道がある。デパート、おしゃれなファッション店、カフェなどが立ち並ぶ道は、直線の道路であつたが街路樹をうまく配置することにより、通行路がゆったりとした波形になつている。そして自動車の乗り入れを規制し、自転車と歩行者が安全に歩ける道となつた。街路樹の下にはベンチが置かれ、おしゃべりを楽しむ人、アイスクリームを食べる人などが佇んでいる。ゆつくりと歩いて15分ほどで、教会のある広場にたつた。教会の周りには石畳の道となり、カフェ、レストラン、本屋、文具店、玩具店などが取り囲んでいる。カフェやレストランは広場にもテーブルと椅子を並べ、客を誘う。



教会付近の市街地

ドイツのまちでは、この頃アイスカフェが流行だ。アイスカフェとは、アイスクリーム、ジェラードを店の中で食べられるもので、もちろんテイクアウトもできる。アイスクリームを用いたパフェなどもある。教会近くのアイスカフェに入ってみた。

親子連れ、デート、高校生のグループ、店の中はにぎやかである。値段は、安い。ドイツの観光都市、大都市のそれに比べるると三分の二くらいだ、でも美味しい。チョコレートは濃厚なココアの香りが鼻をくすぐり、イチゴは酸っぱさと甘さがうまうま溶け合っている。この広場で秋祭りに出会つたことがある。教会の周りには露店もたくさん立ち並び、大道芸人たちのパフォーマンスが人々の高揚した気持ちをさらに盛り上げていた。

炭鉱都市から、環境首都へ

このまち、ハム市はヨーロッパの大炭鉱地帯であつたルール地方の東端にある。人口19万人。かつては「石炭とパン」のまちであつた。今でもまちの周囲は、なだらかで広々とした農地が広がっている。四つあつた炭鉱は、最後まで細々と操業をつづけていたひとつが今年の秋、ついに閉鎖となつた。ハム市のまちづくりにとつて最も大きな課題は、主要産業であつた炭鉱の閉鎖に伴うまちの経済の沈滞、失業、荒廃からの脱却であつた。

その荒廃は当然のごとく環境面にもおよび、対策が遅れ長い間放置されていた状態であつたという。しかし、80年代後半になってハム市行政はまちづくりの重要な要素として環境問題に力を注ぐようになり、1992年にノルトライン・ヴェストファーレン州の「未来のエコロジカル都市」モデルプロジェクトに、アーヘン市、ヘルネ市とともに選出された。そして市民、行政、事業者のパートナー

シップをすすめて、さまざまなアイデアをプロジェクトとして実現していくことによつて1998/99年にドイツの環境首都に選出された。

ハム市が環境首都コンテストで優勝したことは、ドイツ国内で驚きをもつて迎えられたという。それまでに環境首都の称号を得た、例えばフライブルク、ハイデルベルク、ミュンスターは、大学都市、観光都市、歴史都市として有名である。日本で発行されている旅行ガイドにも掲載されている。前回までに紹介したエツカーンフェルデ市は、そのようなまちではないが、バルト海に面した瀟洒な町で夏期にはキャンプで訪れる人も結構いる。しかしハム市は炭鉱都市であり、その廃坑によりまちが荒廃したというイメージが強かつた。それゆえ、NGOが主催するコンテストで環境首都に選ばれたことはドイツ人にとつても意外なできごとであつたのだ。

まちに緑を

確かに観光で有名なまちのように歴史

的な建築物が連なっているわけではない。しかし、建物の高さ、デザインには統一感があり、街並に調和が感じられ、歩いて楽しい。まちの中心の広場からごく近くには樹木、草花、芝生、そして水がうまく配置された、大きな明るい公園があり、人々の憩いの場となっている。日本の多くのまちより、緑は多いと思われるし、郊外には農地が広がっている。

ただ、ハム市役所や市民は、まだまだ緑を増やしたいと考えているという。そして炭鉱跡地のうち、二つは、すでに大きな公園へと変貌し、今年に廃坑になつた跡地も住民参画で公園となることが決まり、すでに工事を始めている。さらに既存の小規模な公園や学校の校庭、幼稚園の園庭も、より自然との共生ができるエコロジカルなものへと変えていっている。また個人宅の庭においても近自然の庭づくりをすすめて、そのコンテストまで市が実施している。日本の多くの自治体にとつて、住みやすい環境都市をつくる大きなヒントを、ハム市は与えてくれているようだ。

第三三回 環境首都を歩く4

文／環境市民代表理事 校本育生

連載

青き星 碧い風



みどりのかわらばん

読者×読者、
読者×環境市民をつなぐ



みどりの仲間たち

♣ 持続的社會を目標として活動する
環境 NGO の仲間たちです

『NPO 法人京都コミュニティ放送』

市民で作った FM79.7「京都三条ラジオカフェ」

市民の手で立ち上げ、市民が放送する日本で最初の NPO が運営するコミュニティ FM 放送局です。京都の繁華街、三条寺町スタジオから京都市内と周辺に発信しています。“気軽にお茶を飲みながら放送できるラジオ局を”と「ラジオカフェ」という愛称もみんなで考え、実際にカフェからも放送しています。

一番短い3分間の番組なら1回1,575円で誰でも放送できます。ですからお小遣いで放送できる FM ラジオ局なのです。いまでは市民の皆さんがつくるさまざまな表現の番組が100本以上も放送されています。お坊さんから、学生、市民グループ、ミュージシャ

ン、レストランのシェフと、さまざまな職業、さまざまな年齢の市民が放送を楽しんでいます。番組もトークや音楽番組、環境、医療、福祉の番組、街角から生中継など多彩。環境市民の番組も開局時から毎週放送されています。

放送局のスタッフは、専従職員はたった二人で、ミキサーやアナウンサー、レポーターは数十人の市民、学生のボランティアで支えられています。ボランティアスタッフは、常時募集していますのでお問い合わせください。

「ラジオカフェ」の放送は、インターネットでも聴けます。

▼京都三条ラジオカフェのウェブサイト

<http://www.radiocafe.jp>

(文／NPO 法人京都コミュニティ放送理事・放送局長 町田 寿二さん)

(((インフォ@エコ

♣ 環境に関するオススメの本、映画、音楽などを
ご紹介いたします。

環境と CSR と「志」のビジネス情報誌 「alterna」(オルタナ)

隔月発行 価格：700円(税込み)

発行：株式会社 オルタナ



義務的に、仕方なく行なっている企業の CSR ではなく、「志」、「使命感」を持って CSR に取り組む企業の活動が主に紹介されています。CSR のビジネス情報誌と聞くと一見難しそうですが、純粋に読み物としても興味深い記事が多いです。環境を考える切り口がおもしろく、最新の2010年12月発行の22号では、「ファッション×CSR」として、エシカルなファッションについて特集されています。

隔月発行のこの雑誌、創刊号は2007年4月発行。Alternative (もう一つの) ビジネスのあり方を、さまざまな切り口で伝えていこうという熱い気持ちが毎号の記事に現れていると思います。

個人的に好きだった連載記事は、「偏差値75の農業」。残念ながら、最新号で最終回(17号から22号まで連載)となりましたが、最近見直されつつある農業をカッコ良くする、そこそこ作ってそこそこ暮らす偏差値50ではなく、偏差値75の農業をめざして、現状の農業界に辛口の批判をしつつも、農業の可能性と、想いが伝わってくる記事でした。

もしかすると、「環境」という分野は個々人の興味関心で視野が狭くなりがちなのが多いように思います。「ああ、こんな見方もあったんだ!」といった気づきを与えてくれるこの alterna (オルタナ)、是非一読してみたいはかがででしょうか。

▼オルタナのウェブサイト URL <http://www.alterna.co.jp/>

(文／インターン 新堀 春輔)

読者プレゼント

インフォ@エコでご紹介した「alterna」の最新号を3人の方にプレゼントします*。
ご希望の方は、以下を添えて環境市民京都事務局までお申込みください。先着順になりますのでご希望に添えない場合はご了承ください。(1)お名前、(2)郵送先、(3)電話番号、(4)本号の感想
*株式会社オルタナ様にご提供いただきました。

SKIPの! エコファイト劇場

vol.49



環境共育チームSKIPの環境プログラム「エコファイトショー」をモチーフとしています。

イラスト...かわみん

ご意見・ご感想宛先：メール・FAX・郵送でお送りください (MAIL) newsletter@kankyoshimin.org (FAX) 075-211-3531
(郵送) 〒604-0932 京都市中京区寺町通二条下ル 呉波ビル3階NPO法人環境市民 みどりのニューズレター編集部 宛



環境市民

かんきょうしみんぶんのいち

★環境市民の会員を紹介します

no.67 坂部 安希さん

会社勤務を経て、現在は大阪産業大学大学院で研究活動を行っている。現在の研究テーマは食に関する環境のこと。楽しく食べて体によい食事のありかたを研究中。環境市民ではみどりの英会話で環境問題を題材に英語を勉強。色々なことに興味を持つ性格。



マクロビオテックは食と環境をつなげるヒント、もっと身近にしていきたい。

■環境活動に取り組むきっかけ

「2008年に環境市民が企画運営した環境NGOが集うセミナーへの参加が環境市民の活動に加わるきっかけでした」と、坂部さんは語り始めました。大阪産業大学大学院の人間環境研究科で環境市民の理事でもある花田眞理先生の研究室で学んでいたところ、このセミナーに誘われたのが環境市民との出会いでした。

■大学院では食と環境をテーマに研究中

以前、製薬会社に勤務していた頃、伝票に書かれていた「ESCO事業」という文字を見て、「この会社は環境のこともやっているんだ」と興味を持った坂部さん。ESCO事業とは、省エネ化の提案や総合的サービスを行う事業のことです。その会社は地域貢献活動にも力を入れ、最寄駅から会社まで続く道の清掃活動や環境保全のための募金などにたいへん熱心でした。環境への姿勢環境問題をなんとかしたい、と思っていた坂部さんは「企業であれば実行力もあるのでは環境の取り組みをすすめるなら企業CSRを進めるのが効果的ではないか」と思ったそうです。そこで大学院でCSRをテーマに研究し始めました。しかし研究を進めていくと、しだいに地産地消など食のことに興味が湧き、考えた末、本当に自分の興味のあることを

しようと意識が変わり、現在は食と環境の研究をしています。

■ゆるマクロビオテック

マクロビオテックとは玄米菜食を中心とした食事療法のことです。体にはよいので坂部さんも実践しています。が、なぜもと一般に広がらないのかというところが気になっています。マクロビオテックの考え方を元に、玄米菜食を中心に好みに合わせて魚や肉もメニューに取り入れる穏やかな食事改善「ゆるマクロビオテック」であれば、取り組みやすく、もつとポピュラーになるのではないかと考えた坂部さん。早速この日も「ゆるマクロビオテックを教える環境市民カフェを始めませんか」と背中を押されてしまいました。

■みどりの英会話を通じて初めて知ったこと

みどりの英会話は環境関連の話題について英語で勉強する環境市民の英会話教室です。坂部さんはこの教室へ月3回通っています。関心のある環境問題をテーマに学ぶので、「とてもリラックスして勉強できます」。環境についての用語や表現がよく身に付いたそうです。この英会話教室の講師、ペイリン先生の故郷カナダで起きる山火事の話で、実は山火事によつて植物の種がはじけ飛んで新しい芽を出し、再び森林が育つサイクルがあることを、坂

部さんは初めて知りました。他にもアラル海消滅危機のことも授業で知り、坂部さんは、どうも日本ではあまり知ることできない環境トピックスがあるようだ、と英会話を通じて気づいたそうです。

■不適切なテレビCMに憤り

最近電力会社の、偏った考え方を視聴者に搾り込ませてしまうようなCMを見て坂部さんは憤慨しました。原発の発電時CO₂排出量ゼロだけを強調し、核廃棄物を出すことは全く触れられていないのです。坂部さんは「これはフェアではない」と感じ、その企業に「是正して欲しい」とメールを送りました。しかし企業からの返信はありません。他にも携帯電話で行うゲームCMで、大人だつてみんな普通にやっているんだ、と視聴者に思わせてしまう危険な表現も坂部さんは不満に思っていました。そのようなことがあり、折しも11月27日に行われた「環境市民の広告のミカタ会議」で言っていた、「CMはモノを売ろうとして発信している情報」との環境市民理事の下村さんの言葉にとってもピンときたそうです。

■今後の思い

「気になることをトコトンやりたいタイプ」と坂部さん。書くことが好き、本も大好きなので、今後は文章を書くことで世の中の役に立ちたいと抱負を語っていました。

(文)／ニュースレター編集部

松尾 俊介

今月のありがとう

目立たないところでも、お力を貸してくださった方々に、感謝をこめて。

北野 博史
栗田 有紀

(五十音順敬称略)

編集後記

グリーンウォッシュ、私はこの特集を考えはじめたまで、この言葉を知りませんでした。でも、いくつかの広告には疑問を感じていました。ウェブサイトで変だなという広告を募集をしたところ、私と同じように感じている人がたくさんいることがわかりました。グリーンウォッシュがなくなるようにもっと疑問を伝えていければと思っています。(ニュースレター編集部 村田 諒平)

編集部 (五十音順)

有川 真理子	内藤 一樹
大槻 達郎	中村 桂祐
風岡 宗人	松尾 俊介
久保 友美	村田 諒平
駒 ゆき香	
角出 貴彦	デザイン 藤本 芳一
千葉 有紀子	

ごみ減らし役立ちハンドブック

著者：NPO法人環境市民 事務局長 堀 孝弘

増え続けるペットボトル、なかなか減らないレジ袋、発泡トレイ。容器包装はリサイクルするにも大きなコストがかかります。そこで、容器包装ごみを減らすことによって、CO₂も減らせて財布もううれしいヒントをご紹介します。



こんな本です！

- * ペットボトルの消費実態など、グラフでわかりやすく解説（見出しを目で追ってもわかる内容）
- * 各地の先進的な取り組み事例を紹介
- * 容器包装を減らす買い物のヒントが満載（リサイクルではなく「元から減らす」）
- * 容器包装を減らした買い物のメリットをデータで紹介
- * 活動の現場でよく出てくる疑問の声への「想定問答集」も掲載

* 申し込み方法……

購入希望の場合は、環境市民京都事務局まで、お名前、希望冊数、送り先住所、郵便番号、電話番号を電話かFAX、メールアドレスをご連絡ください。支払いは、郵便振込後払いになります。振込手数料はご負担ください。

定価 500円（税込み・送料別）

▼郵送の場合送料税込み価格：

1部 580円／2部1,080円／3部1,640円

📻 ラジオ番組「環境市民のエコまちライフ」 京都三条ラジオカフェ（79.7MHz）

身近な話題から旬の話題まで環境の視点から情報発信 ● 放送時間：毎週月曜午後1:00 から 1:15（再放送は火曜朝7:00 から）
インターネットでの試聴・ダウンロードはこちら→ URL: <http://kankyoshiminradio.seesaa.net/>

環境市民に 入会しよう！

環境市民は、多くのボランティアと会員の皆さんの参加によって支えられています。
「持続可能で豊かな社会づくり」のために、ぜひ会員になって環境市民の活動を応援してください！

会員特典

- 月刊会報誌「みどりのニュースレター」をお届けいたします。
- 行事などの参加費を割引させていただきます。
- 環境に関する様々な情報を得たり、また質問や相談ができます。

会費

種別	年会費	入会金
個人会員	4,000円	1,000円
ペア会員	6,000円	2,000円
シニア・学生会員	3,000円	—
ファミリー会員	8,000円	2,000円
助成会員	10,000円	—
特別助成会員	50,000円	—
終身会員	一括 80,000円	—
営利法人会員※	1口 50,000円	50,000円
非営利法人会員※	1口 10,000円	2,000円

※ 年会費は一口以上

会費の振込み方法

- 1) 郵便振替振込用紙に、住所・氏名・電話番号・会員の種類・送金内容事項をご記入の上、「年会費＋入会金」をご入金ください。（※シニア・学生・助成・特別助成会員は入会金不要）
- 2) ご入金を確認後、最新のニュースレター、入会記念としてポストカードをお届けします。

寄付をする

住所・氏名・電話番号・寄付金額をご明記の上、下記の振込先へお振り込みください。

会費・寄付のお振込み先

【郵便振替】 口座番号：01020-7-76578
加入者名：環境市民

（発行） 特定非営利活動法人 環境市民 （代表） 校本 育生 （発行人） 堀 孝弘

TEL：075-211-3521 IP 電話：050-3581-7492 FAX：075-211-3531

E-mail：life@kankyoshimin.org URL：http://www.kankyoshimin.org

〒604-0932 京都市中京区寺町通二条下ル呉波ビル3階（月から金午前10:00 から午後6:00）

● 環境市民 東海事務所

TEL&FAX：052-521-0095 IP 電話：050-3604-6182

E-mail：tokai@kankyoshimin.org URL：http://www.kankyoshimin.org/tokai/

〒451-0062 名古屋市中区花の木1-12-12 AOIビル4階

● 環境市民 滋賀事務所

TEL：077-522-5837 E-mail：cefshiga@kankyoshimin.org

〒520-0046 大津市長等2丁目9-12 竺 文彦気付



この印刷物は風力発電による自然エネルギーを使用して大豆油インキで印刷しました。印刷：（有）乳書房



環境市民
Citizens Environmental Foundation

