

みどりの ニュースレター

9
2012
No.232

市民の発信で持続可能な社会をつくる

特集：
グリーンな経済をつくるために
グリーンウォッシュを
なくそう 前編



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/>

facebookやってます！
<https://www.facebook.com/kankyoshimin>

みどりの ニュースレター

No.232 2012年9月号

編集員が行く！ 02

眠らない空

特集：グリーンな経済をつくるために
グリーンウォッシュをなくそう 前編
03-08

行事案内 09-10

とれたて 環境市民 11-14

眼からウロコ！ 自転車を使いやすい街ってどんな街？（前編）イギリス、オランダの自転車環境／環境市民 20 周年記念セミナー 地域から持続可能な社会をつくる～「100%再生可能！欧州のエネルギー自立地域」～

読者交流コーナー みどりのかわらばん 15

次号
予告

みどりの
ニュースレター

No.233
2012年10月号

現在
編集中！

特集：グリーンな経済をつくるために
グリーンウォッシュをなくそう 後編（仮）

「地球にやさしい」「エコな〇〇」「植物性〇〇」

環境配慮をうたう商品、サービスの数々。しかしその表現をみると、あいまいであったり、誇大であったり、根拠もなく主張することによって消費者に誤解を生む「グリーンウォッシュ」が多々あります。グリーンな経済をだめにする、グリーンウォッシュ問題にせまります。

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.39

眠らない空

京都府の小さな町から、東京都の住宅街に引っ越しました。大きな繁華街まで電車で20分ほどの立地です。周辺は、住宅と商店街とスーパーなどが中心です。幸いにも高層マンションや、大型の商業施設などはありません。大きいマンションでも5、6階ほどでしょうか。そのため、夜は静かです。地上にある光は、街頭・コンビニ・少しの住宅といったところで、東京にしては落ち着いていて住みやすい地域だと感じています。

ところがある日、床に就く前に、変なことに気がつきました。カーテンをしないまま部屋の灯りを消すと、空が、特に雲が、妙に明るく光っているのです。（写真）深夜にもかかわらず、地上



が暗く見えるほど光っています。カーテンを閉め切らないと、部屋よりも明るい空が見えます。これが東京の夜かと、驚愕すると同時に、むなしくなりました。

これは、地上の光が大気や雲によって反射・散乱されたために生じる現象です。そのため、地上に光がある限り、どんな場所でも観測することができます。しかし、私の見たそれは、今まで見たこともないような明るさでした。たった一日ではなく、かなりの確率で見ることができます。近くの町の光だけを集めても、明る過ぎる。きっと、少し離れた繁華街の光も、もしかすると遠くの繁華街の光も、まじっているためでしょう。私の住む住宅街では、地上で人間が眠っている間も、空は眠らない。

人類は、火起こしの技術を手に入れた時から、夜の闇の中でも活動できるよう灯りを使ってきました。その灯りは、私たちの先祖が生き延びるために必要不可欠な光でした。人間と光の歴史の延長線上に、現代の私たちの快適な暮らしがあるのは事実でしょう。では、眠らない空をつくる光は、いったい何のための光でしょうか。過度に光るネオンライトは都会の象徴かもしれませんが、やっぱり夜には闇がほしい。空を眠らせてあげてほしい。

（文／ニュースレター編集部 村田 諒平）

特集：グリーンな経済をつくるために グリーンウォッシュをなくそう 前編



グリーンウォッシュとは

「地球にやさしい」「環境にいい」「CO₂ゼロ」「天然〇〇」「再生可能」。

私たちは日々、環境性能をPRする宣伝文句を目にします。ところが、パッケージや製品のウェブサイトを見ても、何を、どれくらい環境負荷を減らしているのか、本当に環境に配慮した商品なのかかわからない、疑問に思うものも多いのではないのでしょうか。

今回特集する、「グリーンウォッシュ (Greenwash)」とは、あたかも環境に配慮しているかのように見せかけている環境表示のことを意味します。もともとは、「欠点をかくして体裁をつくろう」「ごまかす」という意味を持つ「ホワイトウォッシュ (Whitewash)」という言葉をもじって、欧米の環境団体が使いはじめました。

日本ではほとんど知られていない言葉ですが、国際的には、国際標準化機構によって環境表示のガイドライン (ISO14021) が定められており、これに反するものはグリーンウォッシュとみなされます。また、欧米では、国や業界団体が基準やガイドラインをつくり、的確な環境表示がなされるよう努力しています。国によっては、グリーンウォッシュに該当すると判断された表示は、業界の自主規制団体や国の規制当局 (日本の消費者庁に該当) などから、修正や取り下げを求められるような例もあります。

欧米がグリーンウォッシュの防止に熱心な背景には、公正な企業間競争、消費者保護の問題もありますが、それだけにとどまらず、グリーンウォッシュが経済のグリーン化を阻害する要因になる、という認識があります。グリーンウォッシュが蔓延すれば、環境配慮商品への消費者の信頼が下がり、ひいてはまともな環境配慮製品も売れなくなってしまいます。環境配慮製品が売れなければ、持続可能な社会をつくる上でも必須要素となっているグリーンな経済の実現が難しくなります。

一方、日本では、公正取引委員会や環境省から環境表示をする際の注意点が提案されていますが^{※1}、企業 (広告主) や広告業界からはあまり活用されていません。その結果、国際的なISOの基準でさえ守られていない広告、宣伝がさまざまなメディアや包装・容器

表示などに多々みられます。

欧米にみられるような、グリーンウォッシュを防止するための社会的組織がないことも課題です。欧米では、グリーンウォッシュと思われる表示をみつけた際には、個人でも、消費者団体や環境NGOでも、広告業界の自主規制団体や国の規制当局などに申し立てを行えば、後はガイドラインを元に判断がなされるため、企業と直接対峙する必要はありません。日本では、社会的仕組みがないために企業とNGOが直接対峙することになってしまいます^{※2}。また個人であれば、申し立てをしても企業は対応すらしめないケースがほとんどでしょう。

私たち消費者の環境配慮製品を見る目を養っていくことも重要です。基準はあったとしても、最終的には、環境表示を見て、購買を決定する私たち消費者に、グリーンウォッシュを見抜き、建設的に批判する力、本当に環境配慮をされた商品を選ぶ力がなければ、グリーンウォッシュはなくなりません。

環境市民では、こうした状況をブレークスルーするために、専門家、企業 (広告主)、広告業界、メディアの方々とともにグリーンウォッシュを防止する社会的な仕組みづくりに取り組むプロジェクトをスタートしました。もちろん、一人で参加できる活動もあります。ぜひ、積極的にグリーンウォッシュを防ぐ社会的な仕組みづくりに、皆さんの参加をお願いいたします。

※ 本事業は、独立行政法人環境再生保全機構からの助成金を活用して実施しています。

※1 公正取引委員会 平成13年「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態報告書」を公表し、五つの留意事項について述べている。

環境省 平成21年「環境表示ガイドライン～消費者にわかりやすい適切な環境情報のあり方～」

ダウンロード URL <http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/guideline/guideline.pdf>

※2 2006年にFoE Japanなどの環境NGO 8団体がパームオイルの使用を環境にやさしいと表現したライオンのテレビCMについて、申し立てを行った。

参考：FoE Japan ウェブサイト>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

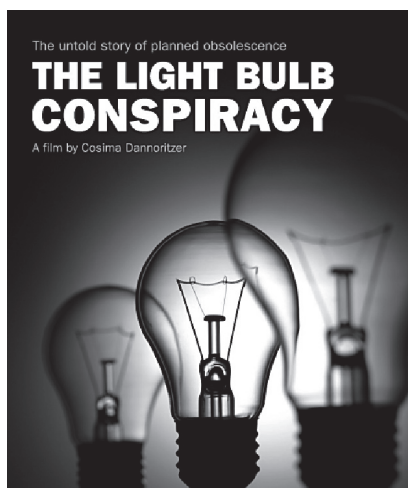
企業はなぜ誤魔化さなければならないのか。 そして消費者はグリーンウォッシュをどう捉え行動していくべきか？

(文/東京都市大学大学院環境情報学研究科 教授 中原 秀樹)

今からちょうど半世紀前の1962年、暗殺されたアメリカ大統領のケネディが「消費者4つの権利(①安全を求める権利②知る権利③選ぶ権利④意見を聴いてもらう権利)を提唱し、その後世界各国で「消費者保護」の政策がとられるようになった。

それまで市場ではLet the buyer beware(買い物をするものは用心を心がけよ)と注意するのが当たり前なくらい市場は乱れていた。実はこの教えイギリスの詩人で「失樂園」の著書で有名なジョン・ミルトンが1698年の著作に記した言葉とされているが、その考えの発想の元は旧約聖書のエゼキエル10-11「There are wheels within wheels.[Ezekiel10-11](車輪の中に車輪がある)」に遡るらしい。それは、Take heed of the snake in the grass(草の中にいる蛇に用心せよ)に由来し、要は「見えない中身には用心せよ」ということである。中身が隠され、目に見えないところには、危険があるから用心しなければならない。とくに(グリーンウォッシュで消費者の善意を踏みにじる)裏切りもの(企業)には用心せよという意味で用いられているようである。まさにミルトンは「中身が隠され、目に見えないところには、危険があるから用心しろ、とくに裏切りものには用心せよ」と注意を喚起しており、それはまた同時に現代の消費者に「目に見えないものは危険だ」という考えは、買い物にも当てはまる。商品の中身と外見の違いに注意を促し、買い物には用心せよ」と警告しているのかもしれない。

グリーンウォッシュと技術者の倫理



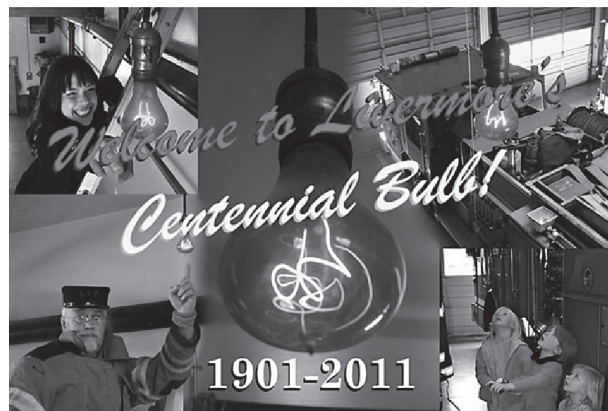
<http://www.centennialbulb.org>

グリーンウォッシュについて研究している矢先、「The Light Bulb Conspiracy(電球をめぐる陰謀)」というArte France/Article Z/Media3.14(フランス/ス

ペイン)が2010年制作したドキュメンタリーを偶然テレビで見た。

番組はインクジェット・プリンター(エプソン製)の突如印刷できなくなったという場面から始まる。メーカー側は、動作を停止したら、修理に応じるのではなく新しい機種を奨めるというアコギな商売をしているということなのだ。なんと驚くことに一定の枚数(この機械では18000枚)をプリントしたら動作を停止させるEEPROMが組み込まれていた。

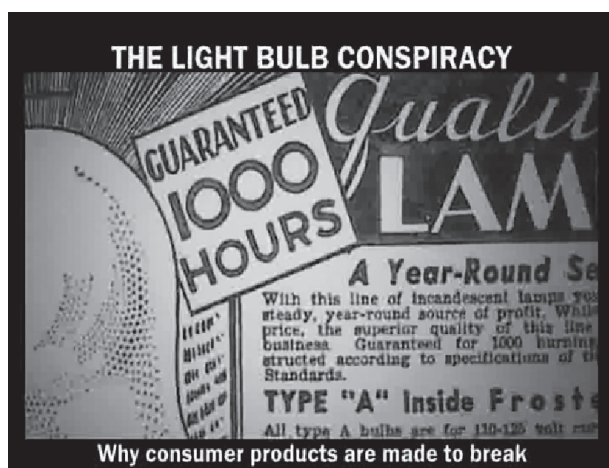
家電製品にはあらかじめ一定の稼働期間が設定されており、その期間が過ぎると壊れるようにできているというのがこのドキュメンタリーの主旨で、まさしく「made to break(意図的老化)」という本と同じ内容である。



<http://www.centennialbulb.org/>

アメリカ・カリフォルニア州のリブモアという町の消防署の天井に、1901年6月18日から一度も消さずに灯りつづけている60Wの電球が紹介される。1897年GEに買収されたシェルビー電機が作った電球が、何と110年間X365日X24時間=96万3600時間も点灯している。エジソンが発明した電球が売り出された1881年、その耐用時間は1500時間だった。1925年以前は電気メーカーは電球の寿命を長くすることに懸命に取り組み、平均寿命が2500時間になっていた。このあまりに丈夫な電球の出現によって電球が売れなくなり、当惑した世界の電機メーカーがスイスに集まって秘密会議を開き、今後電球の寿命を1000時間にするように国際カルテルを結んだ。それをボイホス・カルテルと言う。白熱電灯の寿命は2500時間に達しようとしていたが、寿命が長いと電球の需要がなくなり

成長を維持できなくなるという考え方から、メーカー各社が集まり上限稼働時間を1000時間と設定し、それに違反すると罰金を徴収するというシステムが作られた（ポイボス・カルテルの1000時間寿命委員会）。そのためメーカーはそれぞれ創意工夫を重ね、耐用時間を短くするためのイノベーション（意図的な老朽化）に邁進したという。そしてこのような習慣は、他の電器業界にも踏襲されて今に至っているということだ。



出典：The Light Bulb Conspiracy? The Untold Story of Planned Obsolescence

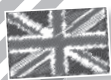
このポイボス・カルテルの伝統がその後の世界の資本主義の根底を支えるようになり、電球以外の商品もメーカーは意図的に製品が一定時間で壊れるように設計していると言う。

これを「意図的な老朽化政策」と言うのだが、現在の資本主義はこの隠れた思想の上に成り立っている。電球をめぐる「陰謀」を証言と資料を元に解き明かし、

消費社会の在り方に警鐘を鳴らす。

同じような考え方は現代にもあると番組は続ける。破れるように作られたストッキング、決まった枚数を印刷すると壊れるエプソンのプリンター、電池交換ができなかった初期のiPodなどだ。アップルのiPodのリチウム電池が速く消耗する設計になっていたという話も紹介されていた。ちなみに当時（2004年）アップルは電池の交換に応じておらず、このために消耗した製品は買い換えなければならないということになる。これが元になって消費者側がアップルに対し集団訴訟を起こし、その後和解に至ったということも報告されていた。

こういう悪習が世界中の電気製品ではびこった。まさに大量生産、大量消費、意図的な老朽化による大量廃棄ということか。こういう成長のための戦略が何を生みだしているかということ、大量のごみの生産につながっていくわけだ。しかもそのごみのうちかなりの量がアフリカなどの途上国に送られ、かの地で大地を埋め尽くし汚染する結果になっている。こういう悪い循環を断ち切って、正常な消費活動を取り戻すべきだというのがこのドキュメンタリーの主張である。消費者の方もモノを買うことが幸福だと考え、新しいものを買っている。しかしその一方で、不要になった電機製品は中古品と偽ってアフリカのガーナに輸出、投棄されて国土を汚している。「環境と経済の両立」などと嘯く前に原発といい、100年電球といい、消費者に倫理を求める前に経済に身を売った技術者の倫理はないのかと聞きたい。



広告業界が強力な自主規制を実施！ 英国のグリーンウォッシュ防止の取り組み



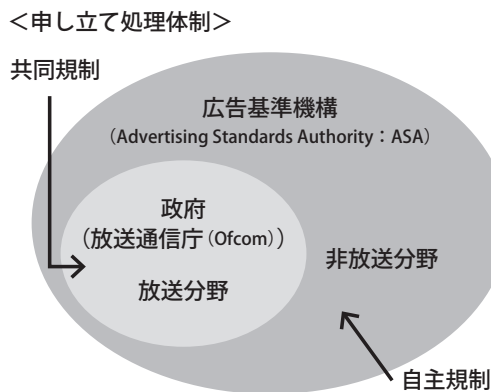
昨年度、欧米各国がどのようにグリーンウォッシュの防止を行っているのか調査をするため、英国、オーストラリア、米国の3か国を対象に、国、広告業界組織、消費者団体、環境NGOなどを訪問しました。日本ではよくみかけるような環境表示も欧米では厳しく規制され、また、広告や広告主業界が自ら積極的にグリーンウォッシュの防止のために行動していることがとても印象的でした。9、10月号では各国の取り組みをお伝えします。

英国の規制状況

英国においては、あらゆる製品は、国が定める「不公正な取引からの消費者保護に関する規則(Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008)」に基づき、紛らわしい行動や怠慢、ないしは、特定の

禁止された商業慣行は不公正な行為として、禁止されています。同規則は、公正取引庁(OFT)、地方自治体の取引基準局、その他の団体によって施行されています。多くの国で広告に関する規制は、広告業界による

自主規制と、政府との共同規制の2種類があります。英国では、業界による自主規制の歴史は古く、1961年に広告慣行委員会（The Committee of Advertising Practice）が設立され、「非放送広告、営業促進、並びにダイレクトマーケティングに関する英国規則（The UK Code of Non-Broadcast Advertising, Sales Promotion and Direct Marketing, CAP code）」をつくっています。翌年、1962年にはこの規則に違反する申し立てを受け付け、調停する組織として広告基準機構（Advertising Standards Authority）が創設され、非放送分野の広告規制を行っていました。放送分野については、政府（放送通信庁、Ofcom）が規制をしていましたが、広告基準機構の規制が評価され、2004年からは放送分野についても共同規制をしています。



国の取り組み

～広告担当者がわかりやすいガイダンス、広告業界に役立つ調査を実施～

日本の環境省にあたる環境・食料・農村地域省（以下DEFRA）が、広告業界やマーケティング、販売にかかわる人を対象に、グリーンウォッシュを防ぐためのコツをとともわかりやすくまとめた冊子「環境主張ガイダンス（Green Claims Guidance）」を発行しています。ガイダンスは、詳細版とA4サイズ裏表1枚にまとめたクイック版に分かれています。クイック版は、グリーンウォッシュに陥らないためのポイントが端的にまとめてあり、詳細版を全て読まなくても、広告担当者が簡単に確認できるようになっています。ガイダンスについて、広告主側となる企業の業界団体、英国広告主協会（ISBA）も「基準が明確になったので広告主の意識が変わり、注意点が明確になった」と評価していました。

この冊子が誕生した背景には、広告業界側から「環境主張規範」（1999年発行）は、あれはだめ、これはだめといっているだけで、どうしたらよいかかわら

ない」という声がありました。また2006年から2007年にかけて環境主張が増え、広告基準機構（ASA）と産業界が、何を基準にしたらいいのか分かりやすくする、という課題を設定したこともあります。これを受けて、DEFRAでは、テレビやラジオ、看板や包装などにどんな環境表示が多いか、消費者は環境用語をどれくらい理解しているのか（詳細7P）、を調査しています。

広告業界の取り組み

～自主規制で防止、広告の修正や取り下げの裁定を毎週プレスリリース～

英国の取り組みの中で特徴的なのが、広告業界による自主規制組織です。広告慣行委員会が、政府から規制されることなく、消費者保護と公正な企業間競争のために、広告が「合法的で、品位があり、正直で真実であること」をめざし、独自に広告規範をつくったのがはじまりです。この規範に基づいて、広告を規制しているのが、今年50周年を迎える広告基準機構です。双方は連携しつつも、独立した組織として機能しています。

驚くべきことは、広告基準機構に対する申し立て件数です。2010年には13,074件の広告に対し、25,214件（平均で1週間に約500件）の申し立てがありました（グリーンウォッシュ以外も含む）。その内、2,226件の広告が修正や訂正、もしくは取り下げの裁定となっています。申し立ての件数は、EUでも群を抜いており、EU全体の半分を占めています。また、申し立ては、95%が個人から、残り5%が団体や企業から、となっており個人の申し立てが圧倒的に多いことも特徴です。

個人からこれだけ多くの申し立てがくる理由については、「新聞などメディアに毎週、広告の修正や取り下げの裁定についてプレスリリースを出していることが大きいのではないか」と担当者は語っていました。裁定の結果はウェブサイトにも随時公開されているので誰でも見ることができます。（<http://www.asa.org.uk/>）裁定に対し、

広告主が従わないことはほとんどないようですが、どうしても従わない場合には、掲載メ



アに掲載をやめるよう働きかけ、それでもだめな場合には、業界団体に「このような広告は、業界の信頼を損ねますよ」と圧力をかけます。

広告業界がつくった組織というと、きっちりと規制ができないのではないかと想像してしまいがちですが、毅然とした対応をしており、またそれに対する業界側の反応をみても、独立性の高さ、規範への忠実さを感じました。

規制するだけでなく、広告業界へのバックアップも充実していました。広告慣行委員会の中に広告アドバイス局という組織があり、広告やキャンペーンをする前に事前に無料相談をしたり、セミナー（有料）を開催しています。アドバイスを受けた97%の企業は苦情を申し立てられておらず、業界の満足度も高い、と担当者は語っていました。

広告主側の取り組み

～環境用語の定義を明確にしたい～

広告主側となる企業の業界団体、英国広告主協会（ISBA）も、グリーンウォッシュ防止のため、DEFRA、広告慣行委員会、業界ごとの基準づくりに参加したり、研修を行ったりしています。広告基準機構が行っている自主規制についても、裁判に比べると柔軟性があると評価していました。

特に力を入れようとしているのが用語の定義。国内外を問わず、用語の意味を明確にしようと働きかけています。「ビジネスの世界では何をやるにもお金がかかるので定義をはっきりさせておきたい」と語っていました。グリーンウォッシュの問題から逃げるのではなく、むしろ積極的に関わっていくことによって、信頼性を

高めると同時に自分たちの意見を反映させていこう、というしたたかな戦略が垣間見えました。

消費者団体の取り組み

～衝撃の調査結果 環境PR用語は消費者に伝わっていない!?～

企業が「消費者は意味を理解しているだろう」と思っていた言葉が、調べてみると実はほとんどの人が理解していなかった、という衝撃的な調査をしたのがConsumer Focusという消費者団体。2007年に政府によって設立されていますが政府からは独立した組織で、エネルギー、郵政、金融分野において消費者を守ることを目的としています。

調査は、DEFRAが環境主張規範を見直しの際に、消費者が環境用語をどれくらい理解しているのか、企業がよりよい情報提供をするためにはどうしたらいいのかを明らかにするために行われました。

調査の結果、消費者は3つのC、すなわち、明瞭性（Clarity）、信頼性（Credibility）、比較可能性（Comparability）を求めていることがわかりました。環境用語の理解度調査においては、環境問題の理解度別にグループ分けもしましたが、結果はあまりかわらなかったそうです。この結果は、企業の反響が大きく、英国広告主協会（ISBA）もとてもよい調査、と評価をしていました。



COLUMN

📌 広告基準局の裁定によって取り下げられた広告

石油会社シェル社の工場の煙突からお花がでているデザインの広告。実際には、シェル社が排出している炭素の内、



リサイクルされているのは0.3%だった。広告ではシェル社が全くCO₂を排出していないように見えるという誤解を消費者に与える、としてこの広告は、広告基準機構の裁定により取り下げられた。

📌 環境表示専門家が選ぶ使用不可能な環境配慮訴求ワード ゼロカーボン、ゼロエミッション、ノーエミッション、サステナブル

広告アドバイス局、広告基準機構で多くの環境表示をチェックし、アドバイスしている専門家が「使用するのはおそらく不可能に近い」として例にあげたのがこの4つの言葉。理由は、「製品をつくる以上、必ず環境に負荷をかけるので、CO₂を出さない、持続可能な商品という表示は、これを具体的に証明するのは困難だから」。これらの言葉は、日本でも見かけるキーワードですが英国では通用しません。

📌 本特集は、有川 真理子が担当しました。次月は、オーストラリア、米国の報告をします。

自宅でテレビを見ながら、新聞・雑誌を読みながら、
スーパーやコンビニで買い物をしながらできる環境市民活動!?

グリーンウォッシュをなくそう！モニター募集

「あれ？変だな」「ほんと？」「ミスリードしてない？」グリーンウォッシュと思われる広告をいらせてください

あれ？ほんと？と疑問に思った環境広告・表示情報をお寄せください

最近みなさんが見た、環境をアピールする製品の
コマーシャル、広告や表示で「これはほんとか
な？」「これは伝え方がまずいんじゃないかなあ
？」と思った広告、表示はありませんか。

「～を使わないからとってもエコ！」
「CO₂を出さない○○○製品、新発売」
「環境にやさしい製品○○」 などなど.....

しかし、「ほんとにエコ？」と疑問に思うもの
や、環境の側面だけのデータで「全ての環境負
荷が下がる」ような誤解を与える伝え方をしているも

のもあります。このように、不確かな情報や部分
的な情報を伝えて、商品全体や企業活動全般を環
境配慮をしているかのように見せかける広告、表示
は「グリーンウォッシュ」と呼ばれています。

環境への取り組みを伝えたい、という企業の姿勢
は大事ですが、誇大な伝え方や間違った伝え方
をしてしまうと消費者の信頼を失い、結果として環境
負荷が少ない商品、サービスを選ぼうという消費者
を減らすことにもなりかねません。

そこで、「これはおかしいな？」と思った「エ
コ製品」に関する製品の広告、パッケージ表示、
ウェブサイトでの表示情報を環境市民に知らせてい
ただく「グリーンウォッチャー」を募集します。た
くさんのご応募を待っております！

【活動の趣旨と活動内容】..... 本プロジェクトでは、グリーンウォッシュをなくし、グリーン購入を促進、持続
可能な社会をつくるため、適切な環境表示を促すための社会的制度をつくりまします。また、消費者の、製品情報を見
極める力を高めるための働きかけを行います。

* 応募方法 *

モニターは、趣旨に関心がある方であればどなたでもなれます。
モニターになりたい方は 1) お名前 2) 連絡先電話番号 3) お住まい(都道府県のみ) 4) 連絡先
メールアドレス を書いてgreen@kankyoshimin.orgまで送ってください。

★グリーンウォッシュと思われる情報募集.....

グリーンウォッシュと思われる情報をよせてください。モニターにならない方でも、身の回りで
グリーンウォッシュではないか、と思われる情報がありましたら、以下のフォーマットを活用し、
green@kankyoshimin.orgまたはFAX 075-211-3531に送ってください。【※切 2013年1月】

▼返信フォーマット

お名前:

- 1) どこ会社の表示・広告ですか:
- 2) どんな商品の表示・広告ですか:
- 3) どの媒体で見ましたか: テレビ/ラジオ/インターネット/街頭の表示/製品パッケージ/雑誌/
本/その他(具体的に):
- 4) どんな表示・広告ですか(簡単に):
- 5) どこが変だな?と思いましたが?:
- 6) 連絡先(お名前(ペンネームOK)メールまたは電話):
- 7) (可能であれば) 広告や商品パッケージの写真

※いただいた連絡先は、この件以外に使用することはあり
ません。内容の確認のために連絡をすることがあるかも
しれませんのでできる限り、連絡先をご記入ください。

参考: 記入例

お名前(ペンネームOK): 山海太郎

- 1) どこ会社の表示・広告ですか: ハナ洗剤株式会社
- 2) どんな商品の表示・広告ですか: 洗剤
- 3) どの媒体で見ましたか: テレビ
- 4) どんな表示・広告ですか(簡単に): 使うと、排水
溝から川までの間にさまざまな花が咲いたり、たく
さんの生きものが表れるテレビ広告。
- 5) どこが変だな?と思いましたが?: 植物性のもの
から洗剤をつくったということのPRしているものら
しいのですが、洗剤が流れた後に、花が咲いたり、
生きものが増えたりすることはないと思うので
すか???

行事案内

京 いまからワタシも！ サイクリスト講座第4回 日帰りツアー びわ湖へ！

輪行体験も

自転車移動の可能性をサイクリングで体験します。距離・坂道を経験するとともに、楽しいサイクリングのノウハウを学びます。

- *とき：9月9日(日) 午前9:00から午後6:00
- *集合場所：出町柳賀茂川三角州(賀茂川デルタの入口付近) *解散：JR京都駅
- *コース：出町柳を出発、大原、途中峠を越えて琵琶湖方面へ。帰りは自転車をJRに乗せて帰ります。
- *参加費：2,000円(保険代を含む)。レンタサイクル代、昼食代、施設入館料などは含まず)、環境市民会員 1,600円
- *持ち物：水筒、レインコート、タオル、ヘルメット、輪行袋、グローブ(用意できない方は事前にご相談を)
- *服装：自転車で走りやすい服装
- *定員：12人(先着順)
- *申込み：必要。9月7日(金)までに、お名前、電話番号(FAX)、メールアドレスをご連絡ください。
- *備考：9月8日(土)午後7:00発表の天気予報で、当日の降水確率が50%以上の場合は中止
- *企画：スロー・モビリティ・ライフ・プロジェクト

京 ちくちく手仕事♪ぬいカフェ第9回 「My水筒カバーをつくろう！」

今回は「My水筒カバー」に挑戦！工夫で、軽く保冷できるカバーもつくれます。ランチセッター式を、おそろいや色柄の合う布で作ったら、お弁当の時間がますます待ち遠しいね。テーマと違う縫い物や編み物をしてOKです。初心者にも針の持ち方から丁寧に指導します。

体にうれしい手作りのおやつつき♪

- *とき：9月14日(金) 午後1:00から4:00
- *ところ：環境市民京都事務所 *参加費：500円
- *持ち物：裁縫道具(針、指ぬき、はさみ、チャコペンなど)。ない方には一部お貸しできます/My水筒カバーに入れた水筒/My水筒カバーにしたい布と糸/保冷対応にしたい方は保冷シート/巾着用の紐/他に作りたいものや直したいものがある人は、その材料と現物。布のサイズなど詳細は申込者に連絡します。*足りない材料はご用意できます。なるべく事前にお知らせください。(材料費別途必要) *定員：8人(申込み先着順)
- *申込み：9月10日(月)までに、お名前、電話(FAX)、メールアドレスをご連絡ください。
nuicafe@kankyoshimin.org(担当：池田、南村)

京 持続可能で豊かな社会をつくる住まいの連続講座 『ウチの暮らしから脱・原・発！』(全4回) 第1回「ドイツ・北欧のすまい・ くらしをヒントに考える持続可能 で豊かな社会と"わたし"の関係」

京 環境市民 東 環境市民東海 滋 環境市民滋賀

原発が再稼働。市民の声を無視した政策、社会の「価値観」は変えられるのか？ 将来世代のために今自分にできることは？ そんな思いをお持ちのあなた、まずは自分の「すまいとくらし」を見つめ直すことから始めてみませんか。この講座では、様々な事例紹介とワークショップを通じて、脱原発、ひいては持続可能で豊かな社会につながる、あなた自身の「ウチの暮らし」をデザインしていきます。

- *とき：9月16日(日) 午後2:00から4:00
- *ところ：東山市民活動センター 1F 和室
- *講師：内田 洋子さん(認定NPO法人 高知市民会議理事 環境市民理事)
- *第1回参加費：会員500円、一般800円(全4回一括割引 会員2,000円、一般4,000円)
- *定員：20人 *持ち物：筆記用具
- *申込み：必要
- *企画：環境市民 自然住宅研究会

京 平成24年度近畿ブロック 「環境NGO・NPO活動推進・ 組織運営講座」社会を変える「協 働スペシャリスト」養成講座

環境NGO・NPOは、持続可能な社会づくりに向けて、あるべきパートナーシップを率先して創りだしていく存在になっていくことが必要です。この講座は、豊富なパートナーシップ経験を積んだ講師による講義と、自ら・みんなで考えるワークショップを組み合わせることで、パートナーシップを組織し、協働プロジェクトを実行に移し、成果を出せる人材(協働スペシャリスト)を養成することを目的として実施します。

- *とき：
10月13日(土) 午前9:30から午後5:00
10月14日(日) 午前9:30から午後5:00
- *ところ：同志社大学同窓会館(京都市上京区寺町今出川上る常盤井殿町 543-1) 大ホール

*講師：原 育美氏(NPO法人環境ネットワークくまもと副代表理事) / 村上 千里氏(認定NPO法人「持続可能な開発のための教育の10年」推進会議 理事) / 西村 仁志(広島修道大学 准教授、環境共育事務所カラーズ 代表、NPO法人環境市民 理事) / 枚本 育生(NPO法人環境市民 代表理事)

- *参加費：1,000円(両日通し) *定員：20人(先着順)
- *申込み：必要 *問合せ：環境市民京都事務所
- *企画：環境市民
- *協力：NPO法人きょうとNPOセンター
- *主催：独立行政法人環境再生保全機構 地球環境基金

京 市民活動の未来を拓くセミナー のご案内

地域で活動している人たちから「仲間が増えず高齢化している」、「地域の事業者の協力がなかなか得られない」な

どの声をよく聞きます。

一方、そういった問題を乗り越えた活動もあります。先進的な活動実践者から、課題克服のプロセスを尋ね、参考となるものを得ようというセミナーです。

第1回「地域の事業者の協力を引き出した事例」

*とき：9月20日(木)午後1:00から4:30
*ところ：キャンパスプラザ京都 2Fホール (JR京都駅前)
*事例紹介者および報告の概要：福井市消費者グループ連絡会会長 豊嶋 美代子さん『福井市内で、16事業者163店のレジ袋無料配布停止を実現したプロセス』
/NPO法人ごみじゃぱん事務局長 小島 理沙さん(神戸大学非常勤講師)『「減装商品」のコンセプトと、事業者等の理解と協力を得て広めた経験』
/NPO法人ワンディッシュエイド 樽井 雅美さん『ケーキ店などに、リユースカップ導入を進めた想いと成功の秘訣』
*全体のまとめ・進行：NPO法人環境市民 事務局長 堀 孝弘
本事業は、平成24年度 京エコロジーセンター、環境保全活動助成事業の助成を受けて実施します。

企業・市民対象 グリーンウォッシュをなくそうセミナー

「環境にやさしい」「生分解性の包装」「無添加・天然」……
毎日のように目にする、環境配慮製品のCMや表示。しかし、よく見ると「ほんとにエコ?」と疑問に思うものや、一面だけをとらえて「全ての環境負荷が下がる」といった誤解を与えるような伝え方をしているものもあります。このように、不確かな情報や部分的な情報を伝えて、消費者の誤解をまねくような環境広告表示は海外で「グリーンウォッシュ」とよばれています。グリーンウォッシュが広がれば、消費者は環境配慮製品を信頼しなくなり、市場のグリーン化を阻んでしまいます。

しかし、残念ながら日本でグリーンウォッシュの問題はほとんど知られていません。そこで市民と企業を対象にセミナーを行います。

【市民対象セミナー】おかしなエコ表示をみつける
グリーンウォッシュ・ウォッチャーになろう
～あなたの発見でグリーン市場づくりを応援しよう!～

【京都会場】*とき：9月8日(土)午後1:30受付開始 午後2:00から5:00 *ところ：京エコロジーセンター 1Fシアター *定員：先着50人

【北海道会場】*とき：9月15日(土)午後1:30受付開始 午後2:00から5:00 *ところ：かでの2・7 1070会議室 *定員：先着60人

*他、東京会場 10/6(土)、熊本会場 11/3(土)

■プログラム.....
●講演：グリーンウォッシュとは何か～各国の事例とグリーンウォッシュを防止するための取り組み～
●講演+ワークショップ グリーンウォッシュをみつけよう!
*参加費：無料 *対象：グリーンウォッシュの問題に関心のある方、消費者グループ、環境NPO、グリーンコンシューマー活動に関心がある方

【企業対象セミナー】貴社の環境表示大丈夫ですか?
～日本のものづくりのために!グリーンウォッシュをなくそう!～

【京都会場】*とき：9月7日(金)午後1:15受付開始 午

後1:30から4:40 *ところ：ウイングス京都 セミナー室 B *定員：先着50人

【北海道会場】*とき：9月14日(金)午後2:00受付開始 午後2:30から5:40 *ところ：かでの2・7 1070会議室 *定員：先着60人

*他、東京会場 10/5(金)、福岡会場 11/2(金)

■プログラム.....
●講演：日本のものづくりのために～グリーンウォッシュをなくそう～
●講演：国内外の事例と欧米におけるグリーンウォッシュを防止するための取り組み
*参加費：1人1,000円
※資料代(2011年実施 英国、米国、オーストラリアでの調査報告書) *対象：企業(マーケティング、開発、企画、広報、CSR、環境担当者)、広告業界、メディア、消費者団体、環境NGO、研究者、消費者

平成24年度中国ブロック 「環境NGO・NPO レベルアップ研修」 現代の日本社会と環境NGOが必要 としているリーダーになろう!

社会的影響力のあるNGO・NPOには何よりも、リーダーシップが求められます。そのリーダーに必要とされる考え方の基盤、素養、知識、能力、技能を再発見し、熟慮し、実践への準備をするための講座です。この研修は、枝葉の技術を手にいれるのではなく、社会に信頼され、創造的な組織活動を可能にする、リーダーシップの基盤を身に付けることをめざします。

*とき：
10月20日(土)午前9:30から午後5:00
10月21日(日)午前9:30から午後5:00
10月27日(土)午前9:30から午後5:00
10月28日(日)午前9:30から午後3:30
*ところ：広島YMCA国際文化センター(広島市中区八丁堀7-11)3号館

*講師：原 亮弘氏(NPO法人南信州おひさま進歩 理事・事務局長) / 早瀬 昇氏(社会福祉法人大阪ボランティア協会 常務理事) / 吉田 恵美子氏(NPO法人ザ・ピープル 理事長) / 内田 洋子氏(くらしを見つめる会 代表) / 根本 育生(NPO法人環境市民 代表理事)

*参加費：3,000円(全回通し)
*申込み：必要 *問合せ：環境市民京都事務局まで
*企画：環境市民
*協力：広島連塾Sus☆テラス、未来の子
*主催：独立行政法人環境再生保全機構 地球環境基金

京 1 Day 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誌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。ぜひお気軽にご参加ください。

*とき：9月27日(木)午後2:00から7:00頃まで
*ところ：環境市民京都事務局

ミーティング (いずれも京都事務所で行います)

- *ニューズレター編集部 9月4日(火)午後7:00から9:00まで
- *自然住宅研究会 9月5日(水)午前10:30から12:00まで
- *ラジオチーム 9月10日(月)午後2:00から4:00まで

新入会/寄付

〈新入会〉安藤 志保/高岡 宏光/土屋 和三/古川 崇
 〈寄付〉井上 園子/井上 美里/井原 秀隆/木村 有伸/後藤 充伯/佐藤 紘一/長谷川 昌弘/藤井 信英/松原 健司



高岡 宏光さん
 (大阪府在住)

同窓会で環境市民の会員が居られ、その方からセミナーのお誘いを頂き、環境市民のセミナーに参加したのをきっかけに会員になりました。日常生活で気づいたことを、楽しく無理なくできることからしようと思っています。環境活動建築設計の仕事に携わっているので建築を通して環境に関連する活動があればと思います。

とれたて!

環境市民

環境市民の今、そしてこれからの活動をお知らせします



眼からウロコ! 自転車が使いやすい街ってどんな街? (前編) イギリス、オランダの自転車環境

6月から5回連続で開催している「いまからワタシも! サイクリスト入門講座」の3回目「眼からウロコ! 自転車が使いやすい街ってどんな街?」が8月5日(日)午後、東山いきいき市民活動センター(京都市東山区)で開催されました。講師はこの連続講座の企画仲間でもあるLLP自転車ライフプロジェクトの藤本芳一代表。6月上旬から7月上旬の1か月間、イギリス、フランス、ベルギー、オランダ、ドイツ、デンマーク、スウェーデンを自転車で走り、最新の自転車事情を見聞きして来られました。今回は、そのお話の中からポイントを、前編・後編の2回に分けてお伝えします。



イギリス・ロンドン

イギリスはもともと自転車後進国でした。2000年にはロンドンの街中には自転車がほとんど走っていませんでしたが、ここ10年で大きく変わりました。特に2005年7月の「ロンドン同時爆破テロ事件」以降、自転車が急激に増加しました。混雑税(市の中心部への車での乗り入れの有料化)の導入、総延長900kmに及ぶロンドンサイクルネットワークやパークレイズサイクルスーパーハイウェイ(通勤用自転車高速道路)、パークレイズサイクルハイヤー(コミュニティサイクル)の整備など、政策が自転車利用を後押ししました。写真1はロンドン市内のサイクルハイウェイ7号線の様子。



路面はブルーに塗られ、30km前後のスピードで自転車が走っています。

写真1



オランダ・アムステルダム

日本の九州ほどの面積しかないオランダの自転車の総台数は、総人口1,570万人より多い1,700万台。自転車道の総延長は2万9千km(日本の自転車道・自転車専用道の総延長は1,829km*)。首都アムステルダムの交通機関に占める自転車の分担率は、市内交通の37%、市中心部に限ると55%にもなります(アムステルダムと人口が同等(約75万人)の熊本市では自転車の分担率は19%*)。写真2はメインストリートのダムラック通り。



写真2

かつては両側4車線だった自動車道を1車線に縮小、代わりに路面電車と自転車道、歩道が敷設されています。

(文/事務局 風岡 宗人)

出典) 国土交通省のウェブサイト「自転車利用環境整備に関するデータ」より

(後編に続く)





環境市民20周年記念セミナー 地域から持続可能な社会をつくる ～「100%再生可能へ！欧州のエネルギー自立地域」～

3.11以降、エネルギーを含め、経済的、社会的に自立した、本質的な豊かな地域社会の創造が求められています。7月18日に行われた、環境市民20周年記念セミナーでは、いち早くエネルギーの自立を成し遂げようとしているヨーロッパの先進事例をお話いただきました。ここでは、その内容を少し紹介します。



“ 森林バイオマスの有効利用 ”

池田 憲昭さん ドイツを拠点に、森林、エネルギー、環境の分野で日独事業のコーディネーター、セミナー、執筆活動などを行う。

日本の森林のもつポテンシャル

日本の森林率は、ドイツの30%に対し、日本は70%という森林大国。戦後に植えられた人工林の面積だけでも、今のドイツの森林面積と同じ、約1000万haにのびります。また、立ち木の体積も、ドイツは330m³であるのに対し、湿潤な日本では、しっかりとした統計はありませんが、600m³くらいです。

立ち木の体積は、銀行に預ける元金のようなものです。そして、1haあたりの木の年間成長量は3%で、これは利子に当たります。森林は、土と太陽とCO₂と水によって年々確実に成長し、利子を生み出します。これらをもとに計算すると、日本では、森林の元金を一切減らすことなく、利子だけで資源を自給できるのです。

ドイツでの木質バイオマスの活用

森林資源は、薪やペレット、チップという形に姿を変え、95%が熱エネルギーとして利用されます。しかし、木は材質が不均質なため、発熱施設で安定してタービンを回すには、大型ボイラーが必要です。大型ボイラーは、火を消したりつけたりできず、熱供給のコントロールが難しい、排熱利用が難しい、という課題があります。

そのためドイツの都市部の家庭では、蓄熱タンクや太陽光温水器を併設し、太陽光と木質バイオマスのコージェネレーションを行うことで、小型

のボイラー設備でも安定的に発電を行っています。

一方で、土壌劣化の問題もあります。ドイツでは、チップの原料として製材工場の残材が使われていましたが、発熱施設での活用が広がるとともに不足し、製材できない林地残材や枝葉など、本来山に戻すべきものも、現場でチップ化されるようになりました。その結果、土壌にとって貴重な栄養分が不足しています。「木の生産工場」である土壌を維持するために、現在の森林行政では、枝の先端をその場で切り捨てて土壌に残すことを推奨しています。

日本での木質バイオマスの活用 —補助的利用の推奨—

日本においても、地域内に熱供給できる規模の製材工場を森林の近くに整備し、林地残材よりも比較的均質な残材を、バイオマスとして活用するのが賢いでしょう。

ただし、製材工場の残材を熱利用のメインにすると、日本の山はまた、はげ山になってしまいます。森林は、材を生み出すだけでなく、水、空気浄化、国土保全、生態系保持、雇用創出といった「マルチタレント」的な要素をもちます。それを壊さないためにも、日本にある豊かな太陽光、風力、地熱を活用した上で、木質バイオマスはあくまでも補助的に、そして小型分散的な形で活用していくのが良いのです。

(まとめ/ニュースレター編集部 高椋 草美)



“ 都市部における未利用エネルギーの利用 ”

滝川 薫さん スイスのベルン市近郊に在住、環境ジャーナリスト・植栽設計士。

スイスは九州位の大きさ、人口795万人の国。気候は東北の気温で、建物では床暖やラジエータによる全館温水暖房が普及しています。新築では、暖房・給湯熱源の20%以上に再生可能エネルギーによる熱を使うことが義務づけられ、未利用エネルギーはその選択肢の一つになっています。

未利用エネルギーとは

主に環境熱と排熱に分けられます。前者は、空気、地下水、水道水、地中、河川や湖の水などから熱を採り、ヒートポンプを介して暖房・給湯に利用されています。後者には、産業からの排熱や下水熱、ゴミ焼却場の排熱等があります。スイスの2010年の最終エネルギー消費量に占める再生可能エネルギーは20%。うち環境熱は1.19%、ゴミ焼却熱は1.24%です。

環境熱の利用

国がヒートポンプ暖房を推進してきたため、住宅から地域暖房まで広く普及しました。戸建ての新築では87%がヒートポンプ暖房で、その4割が地中熱式。累積台数は2010年で16万台、20年までに40万台をめざしています。ヒートポンプは電気を必要としますが、電気の消費量を増やさずに利用するには、再生可能エネルギーからの電力を使うことやコージェネによる効率の高いシステムを作ることが必要です。そのため、チューリッヒ市の運営する地中熱や湖水熱を用いた地域冷暖房では再生可能エネルギーが使われています。

排熱（ゴミ焼却熱・下水熱）の利用

スイスでは市街地近くにごみ焼却場があります。1991年から焼却排熱の利用が義務化され、電熱併給が行われており、都市部の地域暖房網の貴重な熱源になっています。排熱利用効率の高い施設では80%前後を占めています。もう一つスイスで普及しているのが下水熱。年間を通して10～20度の下水熱を、ヒートポンプを介して建物や地域の熱供給に使っています。30年前から利用され、300か所以上で設置。都市部の大きな下水処理場や下水管の近くの大きな建物で使うと効率的です。そのため多くの自治体では熱エネルギーマスタープランの中で、利用に適切な地域を指定。地域のインフラ公社が設備を建設・運転し、熱利用者から熱料金を徴収する方法が一般的です。

まとめ

多種多様な未利用エネルギーの利用はスイスではかなり普及しています。特に地域熱供給により効率的・経済的な運用が行われ、促進においては自治体の熱エネルギーマスタープランやインフラ公社が重要な役割を担っています。環境熱・排熱は、2020年までに100%再生可能な熱利用が義務化される、スイスの建物省エネ化政策の重要な一部です。日本の都市部にも豊富な排熱・環境熱源があり、今後活用が期待されるでしょう。

(まとめ/ニュースレター編集部 千葉 有紀子)



“ なぜ欧州はエネルギーの自立ができたのか ”

村上 敦さん ドイツ在住のジャーナリストであり、環境コンサルタント。執筆、講演などでドイツの環境政策、エネルギー政策、都市計画制度を日本に紹介している。

小さなことの積み重ね

メディアではそれほど取り上げられることはありませんが、エネルギー自立を目指している欧州の地域のエネルギー政策の基本姿勢は「ケチケチ」

です。地域内に、どこかで熱が余っているところはないかを探し出し、そのエネルギーを有効利用したり、省エネしたりしています。同時に、それは巨大な施設の建設を意味しません。細かい小さなことの積み重ねです。そのようにして策定され

た計画では、地元の雇用、新しい産業の創出と、地域でお金が回る仕組みが配慮されています。

エネルギー自立までの順序

省エネをし、エネルギーの利用効率を高め、どうしても必要な部分を再生可能エネルギーで賄うことで、地域経済の活性化を促すことがエネルギー自立の意義です。

そのためにドイツでは、例えば新築住宅については、車と同じように建物燃費の最低限の達成度が義務化されており、それは年々厳しくなっています。これによって、省エネノウハウを住宅関係者に蓄積させ、省エネ建材の普及と低価格化を推し進めました。こうした建物の省エネの前提を社会に構築しつつ、助成措置で既築の省エネリフォームを10年来推進した結果、今では年間700ペタジュール、灯油に換算すると約1.5兆円をドイツ人は節約しています。まさにちりも積もれば山と

なるのです。

しかし、膨大な社会に存在する建物を一度にすべて省エネ化することはできません。この取り組みは40年かかると言われています。そこで、短・中期的には効果のある対策も併用されています。エネルギーの高効率化です。例えば、地域暖房の導入によって、個別ではなく、複数の建物で必要とする熱エネルギーを地域としてどうやりくりするのが一番効率がいいのか考えます。バイオマスや天然ガスのコージェネレーションを導入を検討します。コージェネレーションによって生み出される電気は、法律によって取り決められた金額で電力事業者が買い取りするようになっています。

この二つを検討・推進した後、はじめて再生可能エネルギーの利用を検討するわけです。これらの順序を間違えないことが大切なのです。

(まとめ/ニュースレター編集部 尾添 麻美)

ドイツ・スイスの事例を受けて 原発のない持続可能な社会づくり

(話/環境市民代表理事 枚本 育生)

今日紹介していただいた欧州の事例には、「経済」、そして「地域」という共通のキーワードがありました。同様に日本でも、3.11以降、人々の意識が変わりつつあるこの機会に、「環境」だけでなく「経済」「地域社会」という3つの輪の中で、持続可能な社会を実現していかなければなりません。

日本は、化石燃料に関しては資源小国ですが、再生可能エネルギーに関して言えば、資源大国です。原発・化石燃料を推し進めてきた、科学技術

万能、政府・大企業依存のパラダイム(考え方の基軸)から、生命・地球の尊重、地域主体、住民参加型というパラダイムへと転換していくことが、再生可能エネルギーを進めるために必要なのです。

日本全体を見ればまだ変化に乏しいものの、地域に目を移せば、持続可能な社会づくりのための興味深い取り組みが行われています。そのような地域を、私たちは応援していかなければなりません。

(まとめ/ニュースレター編集部 高椋 草美)

編集後記

「自然の中を走る車のCMはダメ」「添加物の入ったチョコはチョコとは表示できない」。9月末、表示から消費者が受ける「感覚」にまで厳しい、北欧、フランスにグリーンウォッシュの調査に行ってきます。大切にしたいものをちゃんと大切に。そんな当たり前の社会をつくるためにもヒントをたくさん見つけてきます。

(文/ニュースレター編集部 有川 真理子)

編集部 (五十音順)

青木 健治	高椋 草美
有川 真理子	鷹野 圭
石田 浩基	武田 麻里
尾添 麻美	千葉 有紀子
風岡 宗人	村田 諒平
久保 友美	和氣 未奈
坂部 安希	
角出 貴彦	デザイン
高橋 めぐみ	下司 智子



私と環境市民

『 本質をとらえた活動 これからも 』

西村 里子 (岡山県鏡野町在住)

23年前に環境市民の前身のNGOに就職した私は、欧米の環境NGOについて驚くべき事実を知った。専従職員を何十人も抱え、知識専門性など能力はプロ並みで企業や政府も無視できないという。実際、COP3の際来京した海外NGOの活動は衝撃的であった。言語に堪能で、会議を瞬時に情報分析し政府関係者に提案さえる。そして資金力。それをサポートするのは社会を変えたいという人々の善意であるという。会員数も桁はずれに多いのである。

日本人は善意を寄付などで表すことになじみが薄い文化だという。社会を変える「戦い」に疲弊している人々もいた。日本ではNGOは育ちにくいといった風潮があったように思う。

そのような中で、日本でも影響力のある環境NGOを作ろうと言い出した人がいた。おとぎ話のような提案が小さな会議室から始まり、夢物語を本気で議論し行動する人たちが集まりはじめた。そして今や20年目。

私は環境市民の設立後、専従スタッフを辞して違う道へと進み、現在は岡山で田舎暮らしをしている。設立にあたっては右往左往しただけで大した役に立っていないのだが、会の発展や活躍を知るとこそばゆいような誇らしい気持ちで一杯になる。

私にとって忘れがたいものに、環境を基準にした「買い物ガイド」の作成がある。その流れがグリーン購入として発展していたり、また多方面を対象にした環境教育など、スタート地点からの柱が成長していることが嬉しい。さらに様々なプロジェクトが増えていても、設立当初からぶれていないと感じるのは、根源に本質をとらえているからではないだろうか。そのなかに、たくさんの人たちの努力と熱意を感じ、私自身も懐かしく、地に足をつけた暮らしをしたいものだと思まされている。今後どのように環境市民が発展していくか、共に歩む気持ちで見届けたいと思う。

(((インフォ@エコ

♣ 環境に関するオススメの本、映画、音楽などをご紹介します。

みんなの力で 自然エネルギーを

市民出資による「おひさま」革命



みんなの力で自然エネルギーを 市民出資による「おひさま」革命

おひさま進歩エネルギー株式会社、2012年6月(1200円+税)

「おひさま0円システム」は個人宅を対象に、初期費用なしで太陽光発電設備を取り付けられる画期的な仕組みだ。

取り付けた個人は毎月2万円程度を9年間、おひさま進歩エネルギー株式会社(以下「おひさま進歩」)に支払う。しかし売電による収益はまるまる収入になる。節電すればするほど、実質負担額は減っていく。初期費用が高いために設置を躊躇していた人も、これなら設置を思いきれる。地域金融機関がおひさま進歩に融資し、飯田市が広報や補助金を出すという見事な連携により実現したこの仕組みは、

全国的に注目を集め、アイデアを活かした取り組みが続々と誕生している。

前置きが長くなった。この本には、エネルギーの地産地消や地域にお金を回すことをめざした「おひさま0円システム」をはじめ、取り組んできた様々なプロジェクトの具体的な仕組みや成果が8年間の歩みとともに綴られている。こんな会社が自分のまちにもあったら、と他人まかせなことを言っていないといけない。日本を、次の世代に胸を張って引き継げる再生可能エネルギー大国にしていきたいためにできることはまだまだある、未来は自分たちで選ぶとるもの、と勇気づけてくれる本だ。

(文/みどりのニュースレター編集部 風岡 宗人)

●みどりの特派員募集中! ● みなさんの近況をお知らせください……(MAIL) newsletter@kankyoshimin.org (FAX) 075-211-3531 (郵送) 〒604-0934 京都市中京区麩屋町通二条下る225第二ふや町ビル405号室NPO法人環境市民 みどりのニュースレター編集部 宛



地球を 地域を 生活を
持続可能な豊かさに

環境市民 20 周年記念寄付キャンペーン



3.11 の大震災にともなう東京電力福島第一原発の重大事故は、今後絶対に繰り返してはいけない出来事であるとともに、これまでの原子力ムラと言われる政府、電力会社、大学、マスメディアなどの癒着と、生命と環境を軽視した実態があらわになりました。ただ、持続可能で豊かな社会構築には、脱原発やエネルギー転換だけでなく、より広く根源的な社会変革が必要です。

持続可能で豊かな社会の実現に向け、環境市民は次の 20 年に向けて "飛躍" しなければなりません。根源的な社会変革をすすめていく社会的影響力の獲得には、さらに多くの方からのご支援が必要です。ともに社会を変える主体者となりましょう。ぜひこの機会にご寄付をいただけますようお願いいたします。

ご寄付は、指定がない限り環境市民の活動全般に活用させていただきます。この活動に使ってほしい、というご希望がある場合は、ミッションの分野や活動名をお知らせください。

お振込先

●郵便振替口座 01020-7-76578 (名義)環境市民

●京都中央信用金庫 御池支店 普通 0666071
 特定非営利活動法人環境市民 代表理事 校本育生
 (トクヒ)カンキョウシミン ダイヒョウリジ スギモトイウオ)

※銀行振り込みの場合、ご連絡先の確認のため振込後に事務局までご一報いただくと幸いです。

📻 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) インターネットから聴けます → 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>

〒604-0934 京都市中京区麩屋町通二条下 第二ふや町ビル 405
 (月から金午前 10:00 から午後 6:00)

Twitter :
 @kankyoshimin

●環境市民 東海事務所

TEL&FAX : 052-977-7697 (IP050-3069-1665)

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

〒462-0818 名古屋市中区北區彩紅橋通 1-1-5-805

●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
 植物油インキで印刷しました。印刷：(有) 紘書房

本誌の無断複写・複製・転載を禁じます。
 「環境市民」登録商標 第4809505号



環境市民
 Citizens Environmental Foundation

