

みどりの ニュースレター

12
2012
No.235

市民の発信で持続可能な社会をつくる

特集：
大量生産・大量消費の社会を見直す
～衣食住から考える～
第一弾 3Rな衣服とは



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.235 2012年12月号

編集員が行く！ 02

受け継がれる一枚の生地

**特集：大量生産・大量消費の社会を見直す
～衣食住から考える～**
第一弾 3R な衣服とは 03-07

行事案内 08-09

とれたて 環境市民 10-14

市民活動が広がる社会をめざして
— 市民活動の未来を拓くセミナーの報告 —

報告：Scot Case 氏 来日セミナー
将来世代に責任も持つために
グリーンウォッシュをなくそう

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.236
2013年1月号

現在
編集中!

大量生産・大量消費の社会を見直す
～衣食住から考える～
第二弾 食(仮)

食もまた、大量に生産し、そして廃棄されています。
今回の特集では特に、大量生産を可能にしている添加物の
問題を取り上げます。

編集員が行く！

編集部のアンテナにかかった選りすぐりの
エコ情報を伝えます！

No.42 受け継がれる一枚の生地

昨年、東日本大震災を経て日本各地で復興ボラン
ティアが行われていますが、私はいままで募金以外で
東北復興の支援をすることができずにいました。そこ
で東北の子どもたちに浴衣を作ってプレゼントをしよ
うという趣旨のボランティアが京都で行われることを
知り、夏休みを利用して参加することにしました。

私は浴衣製作の中でも縫製のボランティアに参加す
ることになりました。和裁教室の方々の指導のもと、
慣れない和裁の作業も順調に行うことができました。
しかし、その作業の中で疑問に思ったことがありまし
た。それは全く生地にハサミを入れないことです。そ
こで和装教室の方に尋ねてみ

ると、「和裁は生地にハサミ
を入れないことで、体の変化・
成長に合わせていつまでも着
ることができる」ということ
でした。和裁では生地を折る
ことにより丈を調整するので、
ハサミを入れる必要がないの
です。昔は、着物はとても大
切にされていて、一枚の着物
が世代を超えて受け継がれて
いました。着物が小さくなっ
たら、糸を解き、一枚の生地にし、また体の形に合わ
せて着物を作り直し、生地が使えなくなったら、おむ
つや雑巾として使い、そして最終的には畑の肥やしな
どとしても使われていたそうです。このように衣服が
衣服としてだけでなく、人々の生活全般の中でその役
割を担っていたのです。

もともとは東北復興に協力したいと思い参加したボ
ランティアでしたが、今まであまり興味がなかった浴
衣や着物に興味を持つようになりましたし、また着物
や浴衣などの和装からもともと日本にあった持続可能
な社会を垣間見ることができ、その素晴らしさを実感
することができました。現在の私たちの生活は「買っ
ては捨てる」の大量消費になっていますが、今回のボ
ランティアを通して改めて自分の生活を見直していき
たいと強く感じました。

(文/ニュースレター編集部 歌丸 愛依子)



特集：大量生産・大量消費の社会を見直す

～衣食住から考える～

第一弾 3Rな衣服とは



東京電力福島第一原発の事故以来、エネルギー問題への関心が高まっています。原発をなくしていくためには、再生可能エネルギーへの転換とともに、省エネ、そして根本的に大量のエネルギーを使わない、大量生産、大量消費、大量廃棄の暮らしから脱却していく必要があります。ではそれは具体的にどんな暮らしなのでしょう。今回、編集部では「衣」「食」「住」をテーマに、3か月にわたってこのテーマについて特集し、それぞれの分野が抱える問題と解決のためのヒントをお伝えしていきます。

私たちの生活からきっても切りはなすことができない衣服。しかし、現在の衣服市場はたくさんの環境問題をはらんでいます。まずはごみの問題から見ていきます。

日本では、繊維製品全体で年間171.3万トンが廃棄されていると推定されています。中でも衣料品が94.2万トンで全体の50パーセントを占めています*1。一人あたり、年間およそ10kgの服を買って、その内9kgを捨てていることになるという統計もあります*2。衣類のリサイクルはすすんでいないのでしょうか。

繊維製品全体のリサイクル率は9.5%、リユース率は10%、リペア率は2.6%となっており、これらを総合すると繊維製品の3R率は22.1%となります。中でも衣料品に絞って数値を見てみると、リサイクル率は11.3%、リユース率は13.4%、リペア率は1.6%となっており、衣料品全体の3R率は26.3%となっています*3。リサイクル率が50%を越える紙やビン・カン、ペットボトルなどに比べてもこの数値の低さは一目瞭然です。多くの衣類は、リサイクルされることもなくごみとなっているのが今の日本の現状です。

*1,3 製造産業局繊維課「繊維製品3Rシステム検討会報告書」2011

*2 平成17年度 経済産業省3R政策ウェブサイト

衣類のリサイクル率が低い理由としては、容器包装や食品などのようにリサイクルをすすめるための法整備がなされずその処分方法は自治体に任せられていること、また、複雑な生産・流通構造、拡大しない再生用途などが挙げられます。中でも主要となっている原因は繊維製品の多様化と高まる流行趣向です。最近の衣服は様々な機能を持たせるために、綿、毛、絹等の天然繊維、ポリエステル、ナイロン等の合成繊維等、機能の異なる様々な素材を混紡・交織等して製品化されているケースがほとんどです。繊維製品の多様化の結果、廃棄された繊維製品を一律に回収しても個々の素材を分離・分解することが難しく、3Rがなかなかうまく進まないのです。

また衣服特有の環境負荷としては挙げられるのは生産過程におけるその環境負荷いわゆる製造エネルギーの問題です。たとえばジャケットの製造に要するエネ

ルギーは1グラムあたり190カロリーと推定されています。これと同じ1グラムあたりではほかの製品と比較してみると、ペットボトルの9倍、紙の19倍、比較的大きな製造エネルギーが要すると言われるアルミ缶と比べても約5倍となっています*4。

*4 一般社団法人 廃棄物資源循環学会「繊維製品の知られざる環境負荷」2011年

かなりのエネルギーが投入され製造されている衣服が1年も経たないうちに処分されてしまう。そんな状況が広まりつつあります。現在私たちはファッション性の高い衣服を安価で手軽に手に入れることができます。日本でもいわゆるファストファッションは近年ファッション産業においてその勢力を強めています。短いサイクルで大規模に生産・販売することにより、消費者は最新の流行を採り入れた衣料品を手ごろな価格で手に入れることができます。しかし、このことで衣服購入にあたり価格面での抵抗感が減り、必要以上に多くの衣料品を買ってしまう傾向が強まります。またこうして買われるたくさんの衣料品のほとんどは次のシーズンではトレンドが変わってしまっていることも少なくなく、処分されることが多いのです。

大量生産・大量消費ファッションの傾向が高まり中で、持続可能な衣服と環境の両立をめざそうと「エシカル（倫理的な）ファッション」、「グリーン（環境に配慮した）ファッション」といった試みも欧米でははじまっています。オーガニックコットンや再生素材の繊維を使うなど、生産の段階で環境に配慮したり、労働者に適正な賃金を支払うなど「人」にも配慮するといった取り組みをしています。ヨーロッパや北米では既にエシカルファッション、グリーンファッションをテーマにしたファッションショーがいくつも開催されています。

衣服の問題は、飽きたらリサイクルすればいい、古着に出せばいい、着られなくなったら新しいものを買えばいい、そういう表面的な方法では解決できません。現在の大量生産・消費に依存した社会をどう持続可能な社会へとパラダイムシフトしていくかは私たち消費者ひとりひとりの選択と行動に委ねられています。

（文／ニュースレター編集部 歌丸 愛依子）

鼎談

「衣」から考える 持続可能で豊かなライフスタイルの提案

衣食住の「衣」。短い寿命の製品を大量に売るファストファッションが環境面、経済面、そして社会的な公正面で問題視されています。これら衣服の問題について日頃考え、実践されている3人の方に、衣を含めた私たちのライフスタイルの問題、あるべき方向について語っていただきました。



鼎談者：

池田 浩子さん（ぬいカフェ主宰・つきねふ工房）

西田 周平さん（一般財団法人地域公共人材開発機構 職員）

廣瀬 昌代さん（特定非営利活動法人アクセス 理事）

聞き手／編集部 風岡 宗人

——いまのファストファッション製品についてどう感じますか。

西田●ファストファッションだからといって品質が悪いとはいえなくなっています。当然のことながらデザインも消費の動向を見てちゃんと工夫している。「いいものを安く」という意味では消費者へ一定の貢献をしているとは思いますが。

廣瀬●まず、こんなに安くできるはずないと感じます。消費者から見えない生産現場が搾取されているのではないかと疑いたくなる。でも、この製品がどんなふうにつくられて、環境負荷がどれくらいなのか、などの情報開示がほとんどされていない。それらの情報が開示されれば別の選択をする人が多いと思います。

池田●あまり着心地が良いとは感じられません。私たちの親の世代もファストファッションの洋服に慣れ親しんできていて、長い時間をかけて培われてきた「日本人にとっての着心地の良さ」という大切な感覚がわからなくなりつつあるのだと思います。普通、服を選ぶ時、スタイリングや製品表示は見ても「肌触り」を確かめることは少ないですし、子どもへの教育も知識先行になっています。「人間にとって何が大切か」ではなくイメージ戦略で寿命の短いものを大量に売る、というスタイルにも問題を感じます。

——人間にとって大切なものとは。

廣瀬●人間の身体感覚が退化していると感じます。便利なものに囲まれすぎて、本当はもっと苦勞して身体で感じるべきところを省略してしまっている。まさに暮らしや生活そのものが「インスタント化」されている結果だと思います。

池田●まずは身体を使って感じることでいいですね。絹織物は、蚕が自然の恵みである桑の葉を食み、糸を吐き出



池田 浩子さん：大学でデザインを学び、デザイン会社の研究所に就職したが、環境への意識が高まり、自然環境保全のための調査会社に転職。約20年前から和装に惹かれ、現在きもの暮らし。2011年6月から2012年3月まで、環境市民で環境基本計画策定コーディネーターを務めた。衣服へのこだわりは「身体に馴染む・経年変化が美しい・永く大事にしたいと思える・土に返る・できれば国産材・直しがきく・手の届く価格」。

す動きにはじまります。紡ぎ手はその微細な動きを感じ生かしながら一本の強くて美しい糸とし、染める人、織る人も同様に伝え継ぐから生きた織物となる。さらに縫う人がそれを生かすことで、着て心地よい着物ができ上がるのです。そうやって身体を使って作り、使われることの意味を軽視して機械に置き換えてきた功罪は見落としてはいけないことだと思います。

西田●その結果として雇用の問題もでてきているんですね。

——しかし、いわゆる手づくりの「着心地のいい服」などは高価でなかなか手が届きません。手の届く価格と手仕事というのは両立しますか。

池田●流通の過程で偏ったマージンがつけられていることに問題があると思います。ほんとうに手仕事をしている人はそんなにお金をもらっていません。

西田●とくにブランド服は広告宣伝費に莫大なお金をかけている。セレクトショップなどでは、ファクトリーブランド（アパレルメーカーが自社のオリジナルの製品につけるブランド）を扱っています。これはブランド品と同じ品質のものを、ブランド名をつけずに安く販売するもので、それを求めるお客さんも増えています。



西田 周平さん：洋服のセレクトショップ店員からカフェ経営を経て、一般財団法人地域公共人材開発機構職員として2012年6月から9月まで環境市民にインターン。衣服へのこだわりは「衣服は過剰に持ち過ぎない。過剰なデザインはあきがるのでベーシックであること」。

——衣服の大量生産・消費のスタイルを克服できるでしょうか。

廣瀬●私はフェアトレードに携わってきました。衣服に限ったことではありませんが、フェアトレードの意義は地域の内発的発展を促すこと、地域の伝統文化を見直すきっかけになること、貧困問題に対処する可能性があること、です。でも「ベター」な取り組みだとしても、あくまで世界分業体制のうえに成り立っていることは変わりありません。それに結局は先進国で消費を促さなければならぬというジレンマがあります。最近では「フェアトレード」の基準が曖昧なまま、安易な売り文句に使われていることに違和感を持っています。最近では国内でもフェアトレードの取り組みが必要であると感じています。国内の地域間の経済格差は深刻化しているし、いまのまま大量生産されたどこにでもあるものが主流であり続ければ10年、20年後には日本の手仕事はほんとうに「絶滅」してしまうでしょう。

池田●そして一度失ったものはもう取り戻せない。日本の職人の仕事レベルの高さは世界でも冠たるものがあるのに、気づかれないことが多く大切にされていません。そういう職人の手間賃はとても安いんです。だから後継者がいなくなり、気づいた頃には技も物も「絶滅」してしまっている。使い手側が手仕事に価値を見出し、佳さを受け止められる感性を取り戻さない限り、この流れを食い止めるのは難しいでしょう。ただ、深刻化する貧困問題などを背景に、なんでも他人任せにするのではなく、自分の手で作り出そうとする人が増えてきているのも事実です。一旦手仕事の佳さや難しさを身体で感じると、他の人の作った物の価値に気づきます。そんな草の根的な動きが、やがて消費スタイルと言われるほどの大きなうねりとなることを願ってやみません。

——でも忙しい毎日、なかなか手仕事に取り組む時間が取れません。



廣瀬 昌代さん：高校時代にアメリカに留学し、先住民の活気のない暮らしぶりを目の当たりにしたことで伝統文化・技術を生かした暮らし方に関心を持つ。大学時代にNPO法人アクセスに関わり、フィリピンでフェアトレードの生産者グループ立ち上げに携わる。衣服へのこだわりは「ほんとうにいいものをもつこと」。

廣瀬●自分でつくったものには買ったものにはない愛着が湧きます。「手仕事に取り組む」と大それて考えなくても、例えば子どもと一緒に簡単な縫物をやってみるといったことでもいいと思います。やってみて楽しかった、完成して嬉しかった、つくったものを大事にしたい、そんな気持ち生まれるのは手仕事ならではのことですね。

池田●以前は私も日々の仕事に追われて、集まってきた着物や裂を活用しきれないでいました。ぬいカフェという場をつくってやっと専用の時間を取れるようになったのです。子どももそうですが、一緒にそういう時間を過ごす仲間ができるといいですね。

——最後に、読者に一言。

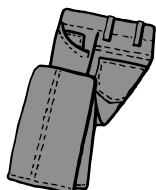
池田●衣・食・住と分けて考えることが多いけれど、自分の暮らしから見るとそれらは一連なりのものです。畑で育てたものを食べ、染めや糸の材料にし、実を食べた木を切って家の補修や薪に使います。私自身はこれから、そんな暮らし方を伝えたり、衣に限れば特に女性の身体感覚の掘り起しと、暮らしの中での生かし方に焦点を当てて、忘れかけた「本当の心地よさ」を自然に思い出せるような取り組みを行っていきたくと考えています。

廣瀬●いま、農作業を習っています。畑の端に綿を植えて収穫し綿繰りして糸にして、小さな生地を織りました。まさに「畑から生地が生まれた!」。その過程を体験して根っこでは全部つながっていると実感しました。生活スタイル全体を見なおす必要があります。自分の体を使って生み出す経験が第一歩になるし、物を大切にすることが、選ぶときの基準が自分のなかに来てくるのでないでしょうか。

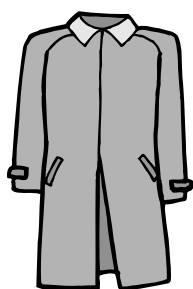
西田●いま持っている衣服を使い切る、という社会にしていく必要があると思います。そのためには情報が大切です。そういう考えを広めていく一人になりたい。

——ありがとうございました。

実践！ いまから使える衣服の豆知識



衣服のエコには必要以上に洋服を買わない、環境負荷の少ない衣類を買う、着なくなった服はリサイクルするなど様々な方法があります。しかし、その中で一番大切なのは、今持っている服を大切に、長持ちさせることです。特に、冬の衣類はお手入れが大変です。ここで紹介するちょっとした工夫で衣服のエコを実践してみませんか。



コート

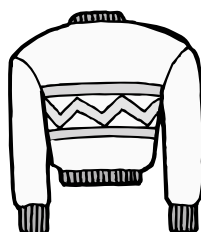
コートは下着やTシャツなどと違い、頻繁に洗濯できない衣服の一つです。しかし、手入れ次第ではわざわざクリーニングに出さなくても自宅で出来る簡単な手入れで長持ちさせることができます。

1. 毎日のお手入れ

帰宅したらまずハンガーにかけます。風通しの良いところでしばらく乾燥させるとより良いです。ブラシを使って軽くコートをたたき、ホコリを取り除いてからブラッシングしましょう。いったん繊維の流れに逆らうように軽くブラッシングするとホコリや汚れなど浮かすことができます。最後に繊維の流れに沿ってブラシをかけ、生地の上に浮いてきた汚れを払えば終了です。型崩れと毛玉発生の防止になります。

2. 汚れが付いてしまったら

ベンジン（またはお湯）をしみ込ませたガーゼを汚れに当て、汚れを浮かせた後に乾いたタオルを押し当てて汚れを吸い取ります。お湯で絞ったタオルでたたき拭きをし、最後に風通しのよい場所で乾燥させましょう。ちなみにベンジンは薬局で購入することができます。



セーター、ニット

セーターやニットは洗濯をしていると、伸びたり、縮んだり、毛玉も出来やすく、お手入れが大変ですね。意外にも洗い方や干し方の工夫でだいぶ長持ちします。

1. セーターを洗う

洗面器のぬるま湯の中で石鹸を表面が泡で覆われるくらい泡立ってます。そこにセーターを2分ほどつけおき、その後押し洗いをします。すすぐときもぬるま湯で押し洗いし、バスタオルを使い水切りを行います。乾燥は日陰で平干しましょう。

2. 毛玉の予防と対策

コートのお手入れと同じく、ブラッシングは毛玉予防にも効果的です。毛玉は繊維が摩擦し、絡み合うことで発生するので、日々繊維の流れを整えましょう。毛玉が出来てしまった際には剃刀やハサミを使ってのカットが一番有効です。面倒ですが、テープなどで剥がすより生地が傷みにくいです。

出典：「環境市民の遊びかた暮らしかた」NPO法人環境市民発行

（文／ニュースレター編集部 歌丸 愛依子）

オーガニックコットンという選択肢



藤井 千穂さん(インテリアコーディネーター“ゆふ”代表、本会員)

私も昔は化学物質に囲まれた生活を送っていました。それがオーガニックコットンをきっかけに見る目が変わりました。「コットン100%」から受けるイメージはそんなに悪くないでしょう？

でも普通のコットンは農薬を含めて約800種類もの薬剤漬けにされます。綿は、機械で刈り取るのですべて枯れていないとシミになります。そこで、あの枯葉剤が散布されています。当然、綿畑で働く人の健康は害されるし、風に乗って他へ飛んでいきます。化学物質過敏症の方は「人間界のカナリア」だと思います。いま健康体のみなさんも、

化学物質漬けの生活ではいつ発症するかわからないですよ。

品質表示法では80%コットンが含まれていれば「コットン100%」と表示できてしまうんです。これは環境や健康を大切に考える消費者の選択を誤らせる間違った制度だと思います。コットンだけがいいというわけではありません。ただ、みなさんにはオーガニックコットンという選択があることをもっと知ってほしいし、その必要性を肌で感じる動物的感覚を磨いて欲しいと思います。

(文/ニュースレター編集部 風岡 宗人)

あれ？変だな？と思う環境広告・表示をさがす グリーンウォッシュ・ウォッチャー2012募集

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!?

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、環境の一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「グリーンウォッシュ・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!

* グリーンウォッシュ・ウォッチャー応募方法 *

関心がある方であればどなたでもなれます。ウォッチャーになっていただいた方には、気がついたときに下記の要領で情報を知らせていただきます。また、グリーンウォッシュ・ウォッチャーになっていただいた方だけに、環境市民からグリーンウォッシュ問題についてのおもしろい情報、海外の情報をお知らせします。希望する方は、お名前、メール、電話番号、お住まい(都道府県)を環境市民のメール(life@kankyoshimin.org)または電話(075-211-3521)、FAX(075-211-3531)までご連絡ください。

行事案内

京 環境市民「写真コンテスト」をはじめました！

いわゆる一般のコンテストではなく、自然の美しさ、子どもたちの笑顔、植物の美しさ、動物の生命力、人々に感動を与える光景、環境保全へのアピールなど、より多くの皆様から「自慢の写真」を募集します。

優れた作品は、ニュースレター等の表紙写真に使わせていただきます。

- *応募期間：2014年3月まで
- *応募資格：会員（法人会員の社員様も含む。また、環境市民のイベントに参加された方や活動、趣旨にご賛同いただける方ならどなたでも結構ですが、必ずご本人の撮影品に限ります）
- *応募作品：デジタルカメラ・フィルムカメラや携帯で撮影した作品でもOKで、カラー・モノクロを問いませんが、必要以上の加工等をご遠慮ください。
- *提出方法：データ送信、またはプリント品での提出（プリントの場合は、原則2Lサイズとし、作品の返却は応じかねます。尚、採用する場合は、画像データ、フィルム等印刷に適したものを再提出をお願いする場合があります）
- *作品の評価：環境市民の会員等で、3か月毎（予定）に評価会を開催して決めます。（作品の構図等の評価だけでなく、面白さ、斬新さ、アピール力等も重要視します。評価会は事前にご案内しますので、ご参加を歓迎します。また、優秀作品展も検討しています）
- *作品の権利等：撮影者に帰属しますが、ニュースレター等無料で配布するものについては報酬はありません。営利目的の出版物等に使用する場合は、応募者と協議させていただきます。
- *問合せ：小出廣行
データ送信等は hiroyukikoide2010@gmail.com へ

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。環境市民の事務所ってどんなところ？どんな活動をしているの？などいろんな質問にもお答えします。新しい事務所を見たい、と思う方もぜひお気軽にご参加ください。

- *とき：12月27日（木）午後2:00から7:00頃
- *ところ：環環境市民京都事務局

京 環境市民 東 環境市民東海 滋 環境市民滋賀

京 ニュースレターヒアリング会 —みどりのニュースレターをもっとよくしよう！—

環境市民の会報誌「みどりのニュースレター」を読んで、もっとうだつたらいいのと思うことはありませんか？

環境市民ニュースレター編集部では「みどりのニュースレター」をもっと面白くするためにヒアリング会を開催します。

ぜひ、ヒアリング会にてニュースレター編集部員にみなさんのご意見をお聞かせください。

- *とき：12月5日（水）午後7:00から8:30
 - *ところ：環境市民京都事務局
 - *定員：8人（先着順）
 - *申込み：お名前、電話番号（FAXあれば）、Eメールアドレス、ご住所を電話・FAX・Eメールにてお申し込みください。
- お申し込みの際、タイトルにニュースレターヒアリング会とご記入ください。

滋 水鳥観察会

冬になると、琵琶湖には冬鳥が北からやってきます。膳所公園の近くの湖岸からやってきた多くの鴨の仲間が見られます。フィールドスコープを用いると、色鮮やかな鳥を観察することができます。鴨の仲間の見分け方や生態について、観察会を行います。

- *とき：12月23日（日）午前10:00から12:00
- *ところ：大津市膳所公園（京阪電車石坂線膳所本町下車、徒歩10分）
- *集合：10:00に膳所公園入り口に集合
- *服装・持ち物：歩きやすい服装、靴、温かい服装、（あれば双眼鏡）
- *参加費：100円
- *申込み：滋賀事務所
- *締め切り：12月15日（土）
- *共催：大津自然観察の会
- ※小雨決行

欧州の環境教育～エコスクールの実践事例から～
エコスクール先進国 アイルランド
からコーディネーター来日！
(京都・高知・長崎)

デンマークで1994年に生まれた環境教育の国際認証ラベル「グリーンフラッグ」。日本でもグリーンフラッグをめざす学校が、環境学習プログラム「エコスクール」に取り組んでいます。

エコスクールは、狭い意味での環境学習にとどまらず、

将来のまちづくりを担う人を育み地域力を高めてゆく環境学習プログラムで、今や世界54の国と地域、約4万校で取り組まれています。

子どもたちが主体者となり、自らで決めた目標に向かって活動するプロセスを大切にしたい内容は、考える力や行動力を伸ばすとともに、保護者や地域の人たちにも参加してもらうことで、地域とのコミュニケーション・連携がはかれます。

本セミナーでは初等、中等教育機関の約88%がエコスクールプログラムに取り組んでいるアイルランドから、自治体や企業との連携のもとエコスクールプログラムを運営しているAn Taisce The National Trust for Ireland* (アイルランド アン・タイス) のコーディネーターをお招きし、先進事例を含めた国内外の取り組みを紹介します。

*アイルランド An Taisce (アン・タイス)

1948年にアイルランド人自然学者で歴史家のRobert Lloyd Praeger氏により設立。アイルランドの遺産の保護、保全を目的に活動している非政府組織で、自治体や企業との連携のもとエコスクールプログラムを運営している。

*エコスクールは、日本では2009年にスタートしました。

*対象：学校教育関係者、PTA関係者、環境学習に関心のある市民、NPO、教育研究機関、行政のまちづくりや環境学習の担当者

*参加費：無料

*主催：一般社団法人FEE Japan、NPO法人環境市民

*後援：環境省(申請中)、文科省(申請中)、ESD-J(「持続可能な開発のための教育の10年」推進会議)



作山 哲平さん
(大阪府在住)

所属研究室がドイツと関わっているため、環境問題には強い関心を抱いています。やはり気になるのは放射能問題。個人的に原発撤廃派ですが、代替エネルギーは太陽光より、むしろ海に囲まれた環境を活かして海洋温度差発電などに注力すべきと考えています。まだ学生なので、環境市民で幅広い立場の方と交流し、色々勉強していきたいですね。

<開催場所>

○京都府京都市

*とき：12月3日(月)午後6:30から

*ところ：京エコロジーセンター1F(京都市環境保全活動センター)

*定員：60人

*協力：京エコロジーセンター

*問合せ先：NPO法人環境市民 075-211-3521

*後援：京都市教育委員会(予定)

○高知県高知市

*とき：12月4日(火)午後6:30から

*ところ：公立学校共済組合 高知宿泊所 高知会館

*定員：40人

*協力・問合せ先：認定特定非営利活動法人NPO高知市民会議 088-820-1540

*後援：高知市教育委員会

○長崎県長崎市

*とき：12月5日(水)午後6:30から

*ところ：長崎歴史文化博物館ホール

*定員：140人

*協力・問合せ先：環境カウンセリング協会長崎 095-818-3305

*後援：長崎市教育委員会

*申込み：お名前、ご所属、電話番号、FAX、ご住所、参加する会場名を環境市民までご連絡ください。E-mailでのお申し込みは件名を「エコスクール」として下さい。



年末年始のお休みについて

12月29日(土)から1月6日(日)までお休みいたします。

■ミーティング(京都事務所で行います)

*ラジオチーム 12月7日(金)午後5:00から7:00まで

新入会/寄付

〈新入会〉作山 哲平/久保 浩

〈寄付〉上田 敏幸/松澤 克巳

省明スポット 全国マップ

いいなと思う明るさの"省明写真"募集

~あなたの投稿が原発のない社会へのチカラに!~

この夏、駅やビル内などさまざまなところで、照明が見直され、消灯されているところが増えました。しかし、暗いな、と思うどころか、実際にその場を歩いたりしてみると、「これぐらいの明るさの方がいいな」と思うところが結構あります。

それもそのはず。例えば、日本のオフィスの明るさの基準は750ルクス。一方欧米は200から500ルクス。日本は欧米とくらべて約3割も明るいのです*。

そこで、照明を省いた、今ぐらいの明るさがいいな!と思った場所の投稿を募集するウェブサイト「省明スポット全国マップ」をオープンしました。

URL : <http://www.kankyoshimin.org/shomeimap/index.php>

節電要請が終わっても、“省明”が続くように。節電したところで「この明るさでいいな!」と思った場所の写真を送ってください。

みなさんの投稿が原発のない社会へのチカラになります。たくさんの投稿をおまちしています!

*JIS(日本工業規格)による。(参考)東京都 報道発表資料 2011年6月 <http://www.metro.tokyo.jp/INET/KEIKAKU/2011/05/7015r20b.htm>

市民活動が広がる社会をめざして — 市民活動の未来を拓くセミナーの報告 —

市民による環境活動の中には、各地で先進的なものが生まれている一方、「活動層が固定化・高齢化している」、「活動が地域に広がらない」、「事業者の協力が得られない」などで悩む団体も多く見られます。このような状況を踏まえ、「市民活動の未来を拓くセミナー」を9月から10月にかけて、全3回開催しました。各回テーマを決め、そのテーマに即した先行事例実践者を招き、それぞれの成果や、活動実践に至るプロセスなどを話していただきました。今回は各回の報告のポイントと、報告を聞いて感じたことをお伝えします。

※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した。

第1回

「地域の事業者の協力を引き出した事例」

●9月20日(木)午後1:00から4:30
キャンパスプラザ京都(京都市内)

まず、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過程を話してくださったのは、福井市くらしの会会長の豊嶋美代子さん。スーパーなど小売店の現場の店長は、レジ袋削減に消極的である場合が多いそうです。しかし豊嶋さんは、2002年から7年間、市内スーパー等7店で消費者のレジ袋有料化に対する意識調査を実施されました。レジ袋の削減が事業者にとってマイナスにならないことやメリットを具体的に「数字で」示す説得力によって、事業者の協力を引き出していました。

次に、「減装(へらそう)商品」のコンセプトをつくり、事業者の協力を得て広めた経験を話してくださったのは、NPO法人 ごみじゃぱん事務局長の小島理沙さんです。「包装ごみを減らすことのメリットが適切に消費者に伝われば消費者の選択行動は変わる。それにより、包装を減らそうとしているメーカーにもメリットが生まれる」という仮説をたてたうえで、その仮説を実証する手法(事業)の検討、事業実施後の効果測定、新たな課題の設定など、目的達成のために事業内容を高めていく一連の進行手順を示していただきました。このように、ミッ

ション達成を評価軸に据えて活動を組み立てている市民団体は決して多くありませんが、その実践例として今

回のお話は大いに参考になりました。

最後に、NPO法人 日本ワンディッシュエイド協会の樽井雅美さんが話してくださったのは、ケーキ店などにリユースカップ導入を進めた経験です。使用済み陶磁器をリサイクルして新しい容器を作る研究を進めていた方に会いに行っては、樽井さんの構想への協力を引き出したり、ご自身のスイーツ人脈をフル活用しては、リユースカップに消極的だったパティシエたちから納得を引き出したりと、エネルギーな樽井さん。心に芽生えた問題意識を明確なイメージとして描き出し、その解決・改善のための活動に必要な情報や仲間を吸い寄せる、その姿勢はぜひ学びたいものです。



報告の後の「わかちあい」の時間

第2回

「仲間を増やした事例」

●10月15日(月)午後1:00から4:30
京エコロジーセンター(京都市伏見区藤森)

乳児連れのお母さんも参加できる活動の場づくりについて話してくださったのは、「赤ちゃんからのESDとよなか」の上村有里さん。活動は「子育て」に限定せず、まちづくりや環境問題など、お母さんが社会的意義を感じられる内容とし、子どもたちも横で遊ばせながら一緒に参加できるうえ、子どもの事情に合わせてドタキャンもOKという柔軟さ等が、魅力的な特徴です。活動開始から3年目、転居、就職などが重なってメンバーがいなくなった時も、それまでの実績があったおかげで他団体から「いっしょにやろう」と声がかかり、活動から7年目の今も、持続的な活動基盤がつくられていました。

次に、「新しいシニア」を仲間にしてきた経験

を話してくださったのは、NPO法人 すいた環境学習協会の石橋修作さんです。吹田市が設置した「すいたシニア環境大学(SGC)」の卒業生を会員とし、その数は通増中とのこと。現役時、社会的地位の高かった人に対しては、そのプライドを尊重しながらも肩書きをはずしてもらう必要があります。そのため、子ども向け環境教育など、肩書きが通用しない分野・領域も用意されています。また、学生のモチベーションを上げるために小論文で選考・選抜したり、レベルの高い講座を開設するなど、石橋さんの運営する学習協会には、シニア(学生)を夢中にさせる魅力がたくさん詰まっていました。最後に、学生を巻き込み、次代のリーダーに育てるためのプロセス・原則を話してくださったのは、NPO高知市民会議で「とさっ子タウン」実行委員でもある内田洋子さんです。「とさっ子タウン」の目的は、「住民自治を担える人づくり」。小学校4年生以上が対象で、年に2日間だけ出現します。現実の社会と同様、仕事をし、税を納め、タウン内で生じる諸問題を議論し、解決策を見つけ、子どもたち自身がまちづくりを行っていくのです。「10年継続」という目標の実現のためには、若いスタッフの継続的な参加と成長が必要ということを確認し、若い人(学生)が楽しめる活動を中心に据えていること、そして、大人は子どもの力を信じて運営を任せる姿勢が、大変印象的でした。

第3回

「地域に活動を広めた事例」

●10月31日(水)午後1:00から4:30
京エコロジーセンター(京都市伏見区藤森)

まず、伊勢市全域でレジ袋無料配布停止を実現、三重県内にまで広めた経験話を話してくれたのは、三重大学副学長の朴 恵淑さんです。当初、伊勢市内で朴さんを中心に達成されたレジ袋無料配布停止と有料化は、市内全域のスーパーを対象とした点で全国初であり、「伊勢モデル」と銘打たれました。しかし、それを三重県内に広げていく際、もし知事の一言で広めたとすると、事業者の抵抗によって有料化が後退する地域が出てきます。時間がかかっても焦らずに、市民と事業者の紳士協定を積み重ねて三重県内に広めていく、後に「三重方式」とよばれる方法にこだわって活動された

ことが、成功のカギであり、他地域でも参考になると思われます。

最後は、水俣茶の普及と、

ゼロウェイスト(ごみゼロ)を具体化する「茶飲み場」を広める活動を話してくださった、水俣市ゼロ・ウェイスト円卓会議の、大嶽弥生さんと小里アリサさんです。「茶のみ場」は、マイボトルを持参すれば100円で水俣のお茶がたっぷり手に入り、ペットボトルのお茶を買うよりもおいしく・安く・ごみが出ない場所です。水俣には、公害都市からの再生の過程で「地元学」が生まれ、人の暮らしや文化などを含めた「地域の宝さがし」を進めていました。そこで得られた成果と、これ以上環境を悪くしたくないというゼロ・ウェイストの思いが一致し、お茶の生産者、商店など多くの人の共感を得ることにつながりました。また、「水俣」の名をあえて前に出すことで、公害から逃げるのではなく正面から向き合い、負の遺産をプラスに換えたいという想いも伝わってきました。



熱心に報告を聞く参加者のみなさん

3回のセミナーを経て

市民活動は、ともに活動する仲間を増やし、反対派の理解や協力を得、それを地域内外に広げる必要があります。その各過程で生じうる課題は誰も直面している壁なのだと思われ、その課題を共有し、乗り越えるためのエネルギーを得ることが、今回のセミナーを通してできた、という参加者の声をいただきました。

また、今回のセミナーでは事例報告の後、参加者同士で「分かち合いの時間」がもたれました。参加者各々のバックグラウンドを交えながらの意見交換は、大変有意義だったとの声も多く聞かれました。新たな収穫を言葉にして相手と共有することこそ、市民活動の根本でもあるのではないのでしょうか。

(文/環境市民 事務局長 堀 孝弘
まとめ/ニュースレター編集部 高橋 草美)



報告

Scot Case 氏 来日セミナー 将来世代に責任も持つために グリーンウォッシュをなくそう

無添加
有機 ナチュラル
天然 地球にやさしい
リサイクル エコ
グリーン 植物性

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・表示を意味するグリーンウォッシュ。10月29日(月)、大阪市内(大阪OBP松下IMPビル)にて、「グリーンウォッシュの7つの罪(The Seven Sins of Greenwash)」を提示し、世界の注目を集めたUL環境事業開発部長(元Terra Choice)のScot Case氏をおまねきし、グリーンウォッシュとは何か、グリーンウォッシュを防止するための方法についてご講演いただきました。

グリーンウォッシュとは何か

どんな製品も、環境、社会に与える影響は隠されています。製品のライフサイクル、つまり製品の設計、資源の調達、製品の販売、廃棄までのすべて過程における環境負荷を消費者は把握することができないからです。よって、製品の販売において、消費者に適切な情報を提供することで、消費者の購買における判断は変わります。しかし、その販売の際に適切な情報が提供されず、虚偽、または紛らわしい広告が多くあります。これが、グリーンウォッシュです。

どんな消費者もグリーンな製品を購入する一方、いつでもグリーンな製品を購入するわけではないことを企業は理解する必要があります。つまり、状況によって消費者の購買意欲は変わるので、企業がめざすべきことはその状況に合わせた適切な環境の情報を提供することです。しかし、現在、適切な情報提供ができていないものは多くありません。私たちの調査では、商品のなんと95%が虚偽、または紛らわしい広告になってしまっているのです。

その虚偽、紛らわしいと判断する基準として「グリーンウォッシュの7つの罪」があります。

グリーンウォッシングの7つの罪

1. 隠れたトレードオフの罪:

他の重要な環境問題には注目せず、ごく限られた理由だけで、ある製品が「グリーン(環境に優しい)」であると言うことの罪。例えば、紙はただ持続的に伐採できる樹木から作られているからというだけで、環境上必ずしも望ましいわけではない。エネルギー消費や温室効果ガスの排出、水質汚染や大気汚染など、製紙工程における他の重要な環境問題も、同等かそれ以上の重要性があると言えるかもしれない。

2. 証明しないことの罪:

入手しやすい裏付け情報や第三者による信用性の高い認証によって立証できない環境関連の宣伝をする罪。ティッシュの宣伝で、証拠を示さずに製品の何パーセントかがリサイクル材料で作られていると宣伝しているのが、その一般的な例である。

3. あいまいさの罪:

定義があやふやであったり、広義すぎるために消費者が本当の意味を誤解しやすい宣伝をする罪。「全天然」という謳い文句がその例。ヒ素、ウラン、水銀、ホルムアルデヒドなどは全て自然発生するが有毒である。「全天然」だからといって「グリーン」であるとは限らない。

4. 的外れの罪:

本当のことではあっても、環境上好ましい製品を求める消費者にとって重要ではなく、役に立たない環境関連の宣伝をすることの罪。「フロン不使用」というのがその一般的な例で、フロンの使用は法律で禁止されているにもかかわらず、頻りに宣伝文句に使われている。

5. 環境に悪いもののうち、まだ「まし」であるものを環境に良いと宣伝する罪:

ある製品カテゴリーの中では本当のことではあっても、その製品カテゴリー全体が環境に及ぼす影響を消費者が見落としかねないような宣伝をすることの罪。オーガニック煙草や燃費の良いSUVなどがその例である。

6. うそをつく罪:

全く虚偽である環境関連の宣伝をする、頻度は一番少ない罪。エネルギースター認定製品であるとか、登録済み製品であるという虚偽の宣伝がよくある例である。

7. 偽りのラベル崇拝の罪:

偽りのラベル崇拝とは、言葉や画像を通じ、ありもしない第三者の推薦をまことしやかに示す製品が犯す罪で、虚偽のラベル表示をすることである。

出典: "The Seven Sins of Greenwashing: Home and family edition 2010" were created by TerraChoice, a sustainability and marketing consultancy.
訳責: 環境市民

グリーンウォッシュの何が問題か

環境について主張している広告は、近年大幅に増えています。しかし、その中で虚偽、紛らわしい広告も増えているのが現状です。アメリカではこうした広告を防ぐため、米国連邦取引委員会（以下FTC）が、どうすれば正確で消費者を惑わすことがない広告をつくることのできるかについてアドバイスを「グリーンガイド」を作成しています。また、消費者を惑わす広告表示の取り締まりも行っています。また、FTC以外にも取り締まる機関として広告業界の自主規制機関があります。そのため、アメリカの企業は競合他社が不適切な広告を出した場合、それらの機関に訴えることができます。また、消費者も企業を訴えることができます。

消費者が惑わされること、企業がトラブルに陥ること、この2つがグリーンウォッシュの大きな問題です。

グリーンウォッシュを防ぐために

消費者を惑わせない、これからの環境の広告の在り方としては、多くの情報を欲しがらない人には、製品が環境に配慮していることをラベルで判断できるようにし、さらに詳しい情報が欲しい人には、企業の報告

書等にアクセスし、他製品との比較ができるようにすることです。携帯端末を利用する方法もあります。商品のバーコードを読み取り、それによって情報を得るのです。そこにフィルター機能を設けることで、自分の欲しい情報を効率よく得ることができます。

企業のトラブルの回避としては、人材を育成する必要があります。営業部門は消費者との距離が近いいため、情報を適切に捉え伝えることが必要になります。マーケティング部門も環境の広告に対し、適切な情報を消費者に届ける広告を作成する必要があります。企業は全体像を把握し、彼らが情報を的確に伝えられるようにする必要があります。

最も重要なことは、第三者の認証を得ることです。第三者の認証を得ることで、製品がいかに関係環境に配慮しているか、根拠を示すことができ、正確な情報を消費者に届けられるようになるのです。これらにより、消費者が全ライフサイクルの視点を知ることができるようになれば、企業の広告の仕方も変わります。

グリーンウォッシュは、将来世代を害することになります。子どもたちや将来世代のためにもグリーンウォッシュを防いでいく必要があるのです。

（まとめ/インターン 笹原 一樹）

対談

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 ～



【対談者】

Scot Case氏、東京都市大学 大学院環境情報学研究科 教授 中原 秀樹先生



問題提起

東京都市大学 大学院環境情報学研究科 教授 中原 秀樹先生

Scotさんの話を聞いて、「未来の消費者に対して責任を持つ」ということに感銘を受けました。現在、未来世代のことを消費者や企業が、どれだけ意識しているかが問われています。アメリカには110年間も灯り続けている電球が存在しています。LEDは約10万時間点くと謳っていますが、技術的にはより長く点く電球を作れるのです。しかし実際は110年間も点き続けたら商売にならないので、技術的に一定時間で壊れるように作って消費者に買わせようとしています。ここに環境問題と技術者の倫理の問題があると思いま

す。家電や車などを消費者はメンテナンスをし、長く使おうと努力しますが、その水面下で壊れ易い状態に近づいている。これは隠れたグリーンウォッシュではないかと思います。また、携帯電話やパソコン内部に紛争鉱物が使用されている問題や、原発や放射能に関する虚偽問題などは、真実が隠され、真の情報を得られず、消費者や市民は不利益を被っています。1962年ケネディは「消費者の4つの権利(安全を求める権利、知る権利、選ぶ権利意見を聴いてもらう権利)を提唱しました。これを今、一度見直す必要があると思います。

対談

罰金よりもダメージになるグリーンウォッシュの結果とは

(N: 中原氏、C: Case氏)

N: 製品が意図的に壊れやすくつくられていることについてご意見を下さい。

C: 壊れやすくつくられているのは、グリーンウォッシュの「隠れたトレードオフ」の罪にあたります。企業が環境主張をする際には、ライフサイクルを考えて長期的な視点から捉えなければなりません。

N: 資源やエネルギーが限られている現在でも、大量生産を行う企業が多いことについてどう思われますか？

C: 近年の世界の変化は著しく、今や世界中と情報交換が即でききます。商品を携帯端末でスキャンし、その商品の様々な情報を得るシステムを消費者が利用できれば、例えばひどい労働を強いていたたり、環境に悪影響を与えていたりする商品かどうか分かるようになります。つまり、そのような商品は淘汰されていき、結果的に企業の活動を変えていくと思います。

N: 商品の虚偽記載に関する訴訟を起こしているのはどのような人なのですか？

C: トヨタやSCジョンソン(洗剤メーカー)などの企業を個人が訴訟したケースも存在します。ただし正



の方法として訴訟は最悪のケースなので、企業は事前に認識を持って対策をすることが重要です。

N: アメリカでは虚偽の広告に関して罰金が課されますが、過去最大の罰金額はいくらですか？

C: 多額の罰金としては100万ドル以上の事例があります。ただ罰金よりも、会社の名誉、評価が傷つくことの方が痛手となります。重要なことは、例え日本で起きた問題でも情報は世界中に拡散するということです。もしも、企業のイメージが悪化する事件があれば世界中がそれを知ることになるのです。

今後の取り組み ~ グリーンウォッシュをなくす社会的な仕組みづくり ~

講師: NPO 法人環境市民 代表 校本 育生

現在、世界では、持続可能な開発、発展がキーワードとなっています。今年のリオ+20では、グリーン経済が大きく取り上げられました。しかしグリーンウォッシュは、このような流れを乱す最大の原因になり得ます。国際環境規格ISO14021では「環境にやさしい」などの環境主張を用いてはならないと記しています。また、欧米では「環境にやさしい」という表現を使う場合、科学的な証明を付け、限定的に用いるようになります。

取材した米国、英国、豪州の共通点は、環境表示に関する制度が基盤にあり、広告業界が自主的な規制をしている点です。一方日本にも、「景品表示法」という法律が存在しています。しかし、これを企業側が感知していません。さらに、政府も国内のグリーンウォッシュの現状を認識していますが対策を取っていません。これが最大の問題です。英国と日本を比較すると、両国とも広告に対する自主規制団体が存在していますが、

機能の仕方が違います。英国では、広告の申し立て数が、25000件も寄せられ、その内2500件が修正、取り下げが行われています。さらに、結果も全て実名でウェブ上に公開しています。一方日本の申し立て数は、苦情250件、意見2500件で、内19件しか修正されていません。そして結果も基本的に非公開となっており、独立性に乏しいのが現状です。結局、日本はグリーンウォッシュに対する社会的な取り組みが遅れています。そこで環境市民では国に頼るだけでなく、NGO、企業、広告業界などが協力し、自主的にグリーンウォッシュを無くす仕組みをつくらうとしています。正しい表示を行う企業が正当に評価され、それを欲する消費者が入手できる。それが日本経済の再活性化につながると思っています。



(まとめ/環境市民ボランティア 峰松 峻也)



私と環境市民

『環境 NGO の次のステップへの展開を期待します』

NPO 法人気候ネットワーク 事務局長 田浦 健朗

1992年に、設立に向けたボランティアでの活動が環境市民参加のきっかけでした。その時のフリョフ・カブラさん、アンワ・ファザールさんの講演会では、市民活動として「こんなこともできるのか」と思い、新しい可能性を感じました。

設立以来、会員は続けていますが、1993年に京都を離れた時から、活動への参加はほぼできない時期が続きました。1997年7月に事務所を訪ねたところ、「気候フォーラムの活動に参加しないか」との話があり、スタッフとなり、その後の気候ネットワークでの活動に続いてきています。

気候ネットワークでは、省エネラベルキャンペー

ンや自然エネルギー学校・京都などのプロジェクトを協働で進めたり、情報共有や政策についての検討なども時々は行っていますが、環境市民への参加は限定的になっています。

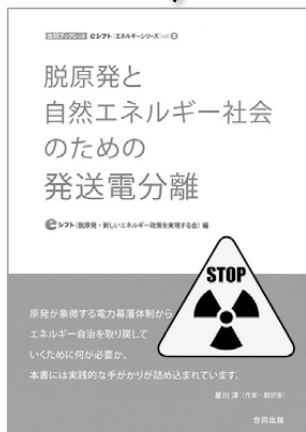
環境市民が環境問題の多様な分野に幅広く取り組んでいて、これまで成果をあげ、20年間継続されてきたことに敬意を表します。また、グリーンコンシューマーガイド、環境首都コンテスト、環境マイスター研修など、先進的でインパクトのある活動も多いと思います。持続可能な社会に向けた、環境NGOの次のステップへの展開を期待しています。

(((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。

脱原発と自然エネルギー社会のための発送電分離

eシフト(編)、合同出版株式会社、2012年、(本体667円+税)



福島第一原発事故以降、さらなる盛り上がりを見せている脱原発を求める運動。脱原発を実現するためのひとつとして、電力システムの改革、「発送電分離」があげられている。発送電分離とは、現在の日本の電力供給が

送電分離を軸とした電力システムの改革が始まったのだ。

発送電分離がされているドイツだからこそ地域で電力会社をつくることできる。ドイツ・シュエナウではチェルノブイリ原発事故をきっかけとした市民が作った発電所がある。住民運動から作り出された電力会社は大企業に依存せずエコ電力のみ供給する電力会社としてドイツで三番目の大きさにもなる。地域で発電所をつくり、電力を販売・供給することによって地域へと還元され、自治体の収入源の獲得と住民の雇用を生み出している。

発電・送電・配電と独占して行われている地域独占・垂直統合をなくし、それぞれ会社をわけ、配電の部分に自由に新規参入できるようにするということをさす。

欧州でもかつては電力のような公益的な事業は自由競争になじまないとされ、法律によって独占が認められていた。しかし、1990年ごろから、電力自由化と発

脱原発を実現するべきこととして、改革などの政府レベルでの取り組みが多くあげられます。市民として声をあげることはもちろん、今の体制になった背景を知るためのヒントが得られる。

(文/ニュースレター編集部 尾添 麻美)

📌 編集後記

今年もあっという間に一年が経ってしまいました。年末の大掃除の際には、本当に使い道がないのか考え、3Rに配慮した一年の整理が重要になるかもしれません。この時期、年末年始のセールだからといってつつい必要以上に買ってしまうないように気をつけなければならないですね。
(文/ニュースレター編集部 歌丸 愛依子)

👤 編集部 (五十音順)

有川 真理子 高椋 草美
石田 浩基 鷹野 圭
歌丸 愛依子 千葉 有紀子
尾添 麻美 村田 諒平
風岡 宗人
坂部 安彦 デザイン
角出 貴彦 藤本 芳一

●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けると幸いです。

📻 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 名古屋市中区栄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

