

みどりの ニュースレター

4
2013
No.239

市民の発信で持続可能な社会をつくる

特集： グリーンウォッシュを なくそう！

～フランス・スウェーデン報告～

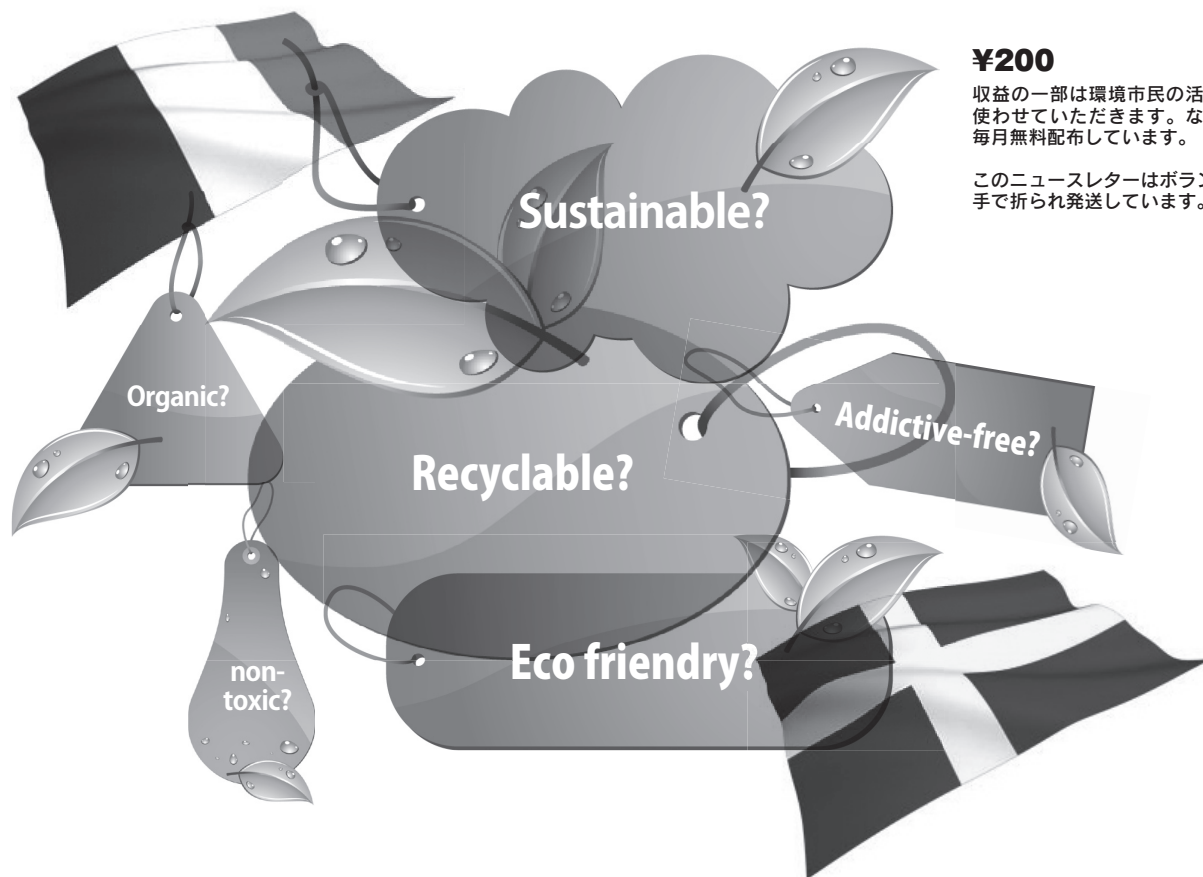
特定非営利活動法人

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.239 2013年4月号

編集員が行く！ 02

キャパがめざした世界

特集：グリーンウォッシュをなくそう！ ～フランス・スウェーデン報告～ 03-08

行事案内 09

環境市民 春のボランティア募集 10-11

ラジオチーム／電子かわら版チーム／インターネット放送「環境市民 Channel」／環境市民マガジン名募集&編集メンバー募集～

グリーンイングリッシュ 2013 受講生募集 12

適確な環境表示・広告で社会的信頼性の向上をめざす グリーンウォッシュ防止研修 14

読者交流コーナー みどりのかわらばん 14

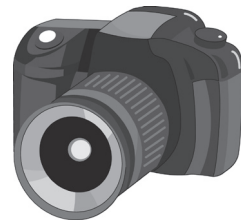
1/ 環境市民 15

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.46 キャパがめざした世界

戦争写真家として有名なキャパは、今年が生誕100年にあたり、それを記念して横浜美術館で展覧会が行われていました。この展覧会は巡回ではなく、横浜美術館のみというものです。



ロバート・キャパというのは実は芸名で、最初は二人の人物での合同の名前でした。そのもう一人というのは、ゲルダ・タローという女性で、二人は恋人どうしでもありました。この展覧会の珍しいところはゲルダの作品も紹介されていることです。日本では彼女の写真はほとんど発表されてきませんでした。

二人は戦争写真家として失業することを望んでいました。すなわちそれは世界から戦争がなくなることで。そうしたら結婚するつもりでもありました。

やがて彼らは別々に写真活動を始めていき、ゲルダは自分の名前でも写真を発表していきます。別々のところで取材中に、先にゲルダが戦争の犠牲になります。後にキャパも同じ道を辿ります。

彼らの理想とした世界は今もやってきていません。世界のどこかで今も戦争は続いています。日本の写真家の大石芳野さんは、チェルノブイリ原発の事故のことを、「戦争と同じ」と表現しました。どちらも巻き込まれるのは、いままで日常生活を送っていた市民なのです。私たちNGOの広報活動も、彼らと同じようなジレンマを感じながら活動しています。原発の事故のことも、戦争のことも、伝えたくて伝えているのではなく、早く無くなって欲しいという思いからです。この思いが早く届くことを願って止みません。

(文/ニュースレター編集部 千葉 有紀子)

すっきりした

来月5月からは、ニュースレターでお届けします。夏にはマガジンを発行します！

5月からは、A3、2つ折りサイズのニュースレターを毎月お届けします（折った状態でノートサイズ）。薄くなりますがびっくりされませんように。

そして、夏には、環境市民マガジンを創刊いたします。環境市民ならではの視点、情報をお届けしていきますのでお楽しみに。マガジンは、季刊での発行となります。どうぞよろしくお願いいたします。

月刊ニュースレターは
スリムに！



季刊版は どんと！



特集：グリーンウォッシュをなくそう！

～フランス・スウェーデン報告～

「環境にやさしい」「生分解性の」「カーボンゼロ」「オーガニック」……。私たちの暮らしの周りに、環境をPRする用語、表現があふれる時代になりました。

環境配慮型製品が増えてきたこと自体はいいことですが、しかし、あたかも環境に配慮している製品かのように見せかけた、あるいは環境性能を誇張した、表示・広告「グリーンウォッシュ」も多々見られます。グリーンウォッシュが増えれば、消費者の環境配慮型製品に対する信頼は損なわれ、本質的な経済のグリーン化を阻害する要因になります。環境市民では2011年から、グリーンウォッシュをなくす社会的な仕組みづくりに取り組み、国内外の調査をすすめてきました。今回は昨年行った、フランスとスウェーデンの調査結果についてご紹介します。

フランス

国や、業界がグリーンウォッシュ防止に動く

フランスでは、ここ数年、国も広告業界もグリーンウォッシュの防止に積極的に動いています。

2007年

環境グルネル会議開催

「グリーンウォッシュの監視の必要性」が取り上げる

7月15日から10月末まで、政府がイニシアチブをとり、環境NGO、地方自治体、企業、政府機関から代表者が集まり、具体的な環境政策について議論した。この中で、広告業者が宣伝の手段として、環境主張を不当な形やあいまいな形で利用することを避けるため、監視を強化する必要性を指摘した。

※ 環境グルネル会議……1968年の「五月革命」を受けて、政府、労働者、使用者の代表者がグルネル通りの労働省で取り決められた「グルネル協定」にちなんだ会議。

2008年

4月 「責任ある環境広告に関する憲章」

国と広告業界の自主規制機関が締結

日本の環境省にあたる「エコロジー・エネルギー・持続可能な開発・海洋省」と、広告業界の自主規制組織である広告審査事務所(BVP、後述ARPPの前身団体)との間で締結。この後、ARPPでこの憲章の実現にむけた具体的な展開がはかられている。

8月

広告検査事務所(BVP)が、独立性を確保するため広告業界規制局(以下、ARPP)に改組。また、「責任ある環境広告憲章」に基づいて、広告業者は「エコロジー」を謳った広告やキャンペーンについて事前にARPPに相談する手続きを導入した^{※1}。

※1 <http://www.eic.or.jp/news/?act=view&serial=21723&oversea=1>

※2 ADEMEはフランス環境省、経済・財政・産業省、教育研究省の監督下にある政府機関。主な活動分野は、再生可能エネルギー、省エネルギー、廃棄物管理、土壌・大気汚染防止、騒音対策等。

2009年

グリーンウォッシュ規制のための8つの提言が作成される

責任ある環境広告に関する憲章をもとに、グリーンウォッシュを防止するため、環境広告基準の見直し作業が進められ、ARPPの外部組織、広告調停評議会(Conseil Paritaire de la Publicité)が、8つの提言を作成。

- 1) ラベルやマークについて、公式なものとの混同を避けるための使用基準を明確化する
- 2) 企業が試行的に取り組んでいる環境取り組みが、その企業の一般的な活動であると混同されないための、メッセージ発信の枠組みを作る
- 3) カーボン・バランスやLCA分析など、新しく出てきたテーマに関する規定を追加する
- 4) 環境悪化を訴えるメッセージには、その根拠となる出典と計算方法を明確にする
- 5) 市民の環境に対する懸念をけなす可能性のある表示を禁止する
- 6) 製品やサービスが環境に与える影響を過小評価しないための正確性に関する原則を導入する
- 7) 「持続可能」や「エコ」といった言葉、ラベルや色の利用に関する規約を、環境配慮製品の広告表示ISO14021を統合させる形で作成する
- 8) EUの指令に積極的に対応する

引用：有限会社エコネットワークスブログ Sustainability Frontline
<http://www.econetworks.jp/internatenw/tag/グリーンウォッシュ/>

ARPPが「広告と持続可能な発展に関する新しい職業倫理規則」を発表。この規則をもとに、広告を審査している。

フランス大手広告会社ピュブリスが、広告の「グリーンウォッシュ」を、グループを挙げて禁止していくとのプレス発表を実施。

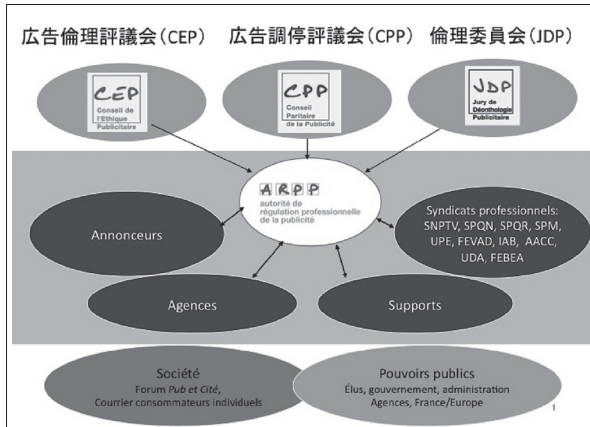
環境・エネルギー管理庁(ADEME)^{※2}とARPPが環境表示・広告に関する調査結果をまとめた「広告と環境」を発表。

■広告業界の自主規制機関 (ARPP) の活動

ARPPは、広告業界の非営利、自主規制組織です。企業の発展と消費者保護を目的とし、広告の分析研究、審査、アドバイスをを行っています。前身団体の広告審査事務所 (BVP) は1935年から存在しましたが、2008年6月に改組しARPPとなりました。

改組した理由は組織の独立性に批判が出たためです。改組にあたり、CPP (広告調停評議会) という組織を外部に設け (下記図参照)、消費者、市民団

< ARPP 組織図 >



体の代表者と業界人を同数人設置。判断の中立性、独立性を保つようにしています。

○**広告倫理評議会 (CEP)**: 広告の倫理とは何かを考え、事前に打ち出すことによって問題が起こらないように予防している。

○**広告調停評議会 (CPP)**: どのような表現がもっとも広告倫理にのっとった表現か分析検討し、問題を先取りして報告する。広告業界から12人、消費者団体から7人、環境団体から3人、合計22人で構成。二ヶ月に一回会合を開き、ARPPの職業倫理に則った規則の改善、広告分析の専門家による検査を共有し、今日の消費者の関心を理解しつつ、最も適確な判断ができることをめざす組織。評議会で方向性が決められ、改善すべきことは部会で議論される。

○**倫理委員会 (JDP)**: 申し立てがあった場合、職業倫理に反しているのかどうか判断する。

コラム1

ディレクトの調査結果「3割がグリーンウォッシュ」原因はグリーンウォッシュを知らないこと

企業、競合、消費、労働と雇用局 (La DIRECCTE、以下ディレクト) では、あらゆる製品の不正取引監督取り締まりを行っています。2011年、ディレクトは160の企業、750の商品の環境表示・広告の調査を行ったところ、3割はグリーンウォッシュだったそうです。調べた商品は、住宅、食品、テキスタイル、化粧品、旅行、家庭用品、文具、子ども用品など多岐にわたります。グリーンウォッシュをしてしまった広告の多くは、意図的なものではなく、グリーンウォッシュ、環境表示・広告に関する基本的な規制を知らないがために誤ってしまったものがほとんどだったそうです。担当者は「企業にグリーンウォッシュに関する情報提供をしないとイケない」と語っていました。

コラム2

市民が環境広告をウォッチ&評価! 広告観測所

「この広告はグリーンウォッシュでは?」と思った広告を投稿できるウェブサイトがフランスにあります。それが「広告観測所」。30の環境団体が参加し、2009年に誕生しました。投稿された広告に対しウェブサイトを見た人が1から5段階で評価をすることもできます。アメリカの投稿・閲覧者参加型のグリーンウォッシュサイト (<http://www.greenwashingindex.com/>) をまねてつくったそうです。

特に、環境負荷の削減量に比べ、莫大な広告費用が使われている問題も指摘しています。原生林を長年破壊してきた企業が、わずかな植林をただで、大きな広告を出しているようなケースなどがこれにあたります。このように市民が常に広告をウォッチしていることが企業の広告・表示の倫理性を高める力になっています。

<http://observatoiredepublicite.fr/>



判断基準

環境主張の広告は判断基準はEU指令を参考につくられた、前述の「広告と持続可能な開発に関する新しい職業倫理規則」（2009年）、全国消費協議会（CNC、消費者団体、協議会が同数参加）が指定した15の環境キーワードをもとに判断しています。

放映前チェック

フランスでは、放映前のCMを倫理規則に違反していないかどうか、ARPPの倫理委員会がチェックをしています。対象となる媒体は、テレビ、インターネット、ラジオ、新聞広告、映画のスポット広告。2011年の放映前チェック広告数（テレビCM）は21682件。内、2247件が倫理委員会によって修正を勧告されています。内37件は「広告と持続可能な発展に関する新しい職業倫理規則」に基づいて修正の勧告が出されました。

全国に放映されるCMすべては倫理委員会を通す必要があります。平均10%ぐらいのCMが修正勧告をだされています。2011年は、全国スポット（全メディア対象）の内、14355件に対して事前アドバイスをしています。内、1250件は、持続可能な発展に関するものでした。

申し立ての傾向と件数

ARPPでは、個人や団体から広告に関する苦情、申し立てを受け付けています。2012年度は半年間（前半）で361件の申し立てがあり、内9件が持続可能性に関するもの、その内6件は持続可能性に欠けていた（グリーンウォッシュ）だった。申し立ての中で一番多い分野は、人権侵害や女性蔑視。環境広告に対する申し立ては少なく、近年、「責任ある環境広告に関する憲章」に明らかに反するような広告は減っているそうです。

結果は全てインターネットで公開されており、企業名も出されています。悪質な場合は、最も厳しい制裁として除名もあるそうですが、ほとんどは修正されるので除名はほとんどないそうです。

フランスのARPPから紹介された事例

✕ エコライフの推進に逆行するようなおすすりはだめ

バス停で多くの人が立ったままバスが来るのを待っている写真の下に、バイクの写真がデザインされているバイクの広告。「バスを使うと待つ時間が長くなり時間が無駄になるのでバイクがおすすめ」というキャッチコピーでバイクの宣伝をしていました。公共交通の利用をすすめるべき時代に、この広告は倫理に反している、として修正勧告をだされました。



✕ 架空の道路はだめ

海岸沿いに留められた車のそばに俳優さんがたたずみ、おだやかな海が映し出された車の広告。広告主はイタリアの自動車会社 FIAT。しかし、フランスでは本来道路のない、「架空の道路を使った車の広告」は禁じられているため、ARPP は修正勧告を出しました。「イタリアではこの表現は認められている」とFIATは主張したそうですが、「フランスではだめだ」といわれ、最終的には、道路のあるところに車をとめて広告をつくりなおしたそうです。





スウェーデン

スウェーデンでは、グリーンウォッシュを明確に禁止する国の法律、罰金制度があります。それとともに主体的に表示、広告を見ることができる消費者を育てる消費者教育が充実しています。

自治体の消費者アドバイス室

スウェーデンでは、自治体が自主的な取り組みとして「消費者アドバイス室」という取り組みを行っています。アドバイス室では、対面、または電話で、消費にかかわる相談を受けつけたり、学校に出前講座を行ったりしています。日本でも似たような組織として消費者センターがありますが、スウェーデンでは、詐欺などの悪徳商法の相談対応や予防だけでなく、商品選択によって、環境への負荷を下げたり、社会的公正に貢献できることを学ぶ「持続可能な消費者教育」もすすめています。

ヨテボリ消費者アドバイス室

ヨテボリ市の消費者アドバイス室はスウェーデンでも最大規模のアドバイス室で、同アドバイス室のサービスを利用している近隣自治体もあります。スタッフは34人。消費者問題や金融のアドバイザー、

エネルギー・地球温暖化対策アドバイザー、持続可能な発展担当などの専門家もいます。

電話、メールでの相談に加え、家庭と消費に関する科目のある学校に積極的に出前授業を行っています。中学2、3年生（15、16歳）を対象に、1学期の600から900人に教えています。では、そのプログラムの内容をみてみましょう。

大工さん

将来大工さんになる人が消費者の立場を経験するカードゲーム。学校の教育プログラムで教えられていない、大工の仕事に関連する法律を学びます。施工主は、まず部屋のどこに何をつくるかを決め、次にお金を払います。選んだカードによっては訴訟になるような問題（大工さんに風呂場をつくってもらったけど水もれする等）が書かれている。この問題を

コラム3

消費者の信頼の高いタイプ | 環境ラベル 鷹のマーク

100年以上の歴史を誇るスウェーデン最大の環境団体、スウェーデン自然保護協会。2011年には国民が信頼できる団体1位に選ばれました。

この団体が運営する環境ラベルが、通称「鷹のマーク」。その認証分野は多岐にわたります（表1）。



鷹マークは消費者の信頼が高いことが特徴です。信頼の背景としては、「認証をとるための基準が高い、透



列車の扉にも鷹のマーク

明性が高く消費者が内容を確認できる、中立な立場でチェックをしている、抜き打ちテストもしている」といった点をあげていました。

基準は、同協会の方針に基づいてつくられます。新しい基準をつくる際には、企業や行政に意見をきいて完成させさせます。新しい基準が決まったら、過去に認証された企業、これから取得しようとしている企業に知らせ、申請書を提出してもらい、内容を確認します。認証は12から13人のスタッフで行っています。実験などはアウトソーシングし、お店のチェックは支部のボランティアがしています。

表1

認証分野	審査内容例
スーパー	環境に配慮した製品を販売しているか。使用している電力の種類（太陽光、風力、水力などの再生可能エネルギー）。掃除の仕方。
水力	新しく建設したものはだめ。環境基金に支払いをしなければならない。支払いをすると魚道をつくらなくてはいけない。
運送	地球温暖化の負荷がどれくらいか。
化学物質	環境と健康への有害性。
保険	損害をどう判断するか、どこに投資をしているか。
テキスタイル	動物保護（毛皮、ダウンの不使用等）、化学物質の使用の有無。
地域暖房	燃料に何を使っているか。

どう解決するかという法的な要素とあわせて学びます。住宅の持続可能性についても学びます。

誰の責任か

ジーンズの染色工場で働いている、スベイダという女の子が主人公のディスカッションゲーム。染色工場からは有害な化学物質が流出していますが、防ぐものは何もない状態で、工場で働いている人達が病気になりました。しかし、工場は病気になる人がいるということを認めません。工場排水は処理をされずに流されているので工場周辺の井戸水を飲んで病気になる人もでてきました。スベイダや同僚は染色で使っていた化学物質が原因だと考えています。

ここで生徒たちがグループごとで議論します。この事態を誰が責任をとるべきなのか。工場主なのか、ジーンズを買っている会社なのか、政治家なのか、商品を買った消費者なのか。責任がある、と思う対象に対しグループごとに数値をつけます。数値をみると学校ごとの傾向が現れるそうですが、今までで一番多かった答えは政治家だったそうです。みなさんだったらどう答えますか？

コスト

持続可能な発展の中での価値観を考えるディスカッションゲーム。どのように環境や経済、社会的な影響を受けるか、またそれを変えることができるか、を考えます。

(携帯電話の例)

- ・環境面……携帯電話の製造工場で有害物質(難燃材など)が使われ、浄化もされず流されている。
- ・労働面……働く人は給料が安く住宅費も払えない。労働組合にも入れない。
- ・経済面……浄化されない川の水を飲んでいる人達が病気になる。社会への影響がでる。

生徒達は、この状況をどう打開するか議論します。議論の後、こういう状況で、環境、健康、社会、それぞれの影響が大きいかを問います。インタビューに応じてくださったマウド・ローランさんは「正しい答えはない。重要なのは問題があることを知り、議論すること」と語っていました。

コラム4 最後はごみ箱に捨てられる!? 消費者番組 PLUS



日本でいうNHKにあたる、スウェーデン国営テレビ局で、人気の消費者番組が「PLUS」。消費者からのリクエストをもとに問題のある商品やサービスを取り上げて、製造販売している企業にインタビューをしたり、商品のテストをしたりして商品選びのアドバイスをしています。20年も続く長寿番組で、平均視聴者は80万人。視聴率は9～10%。国にも企業にも中立的な立場から報道する姿勢をつらぬきながらも「教育番組ではないのでおもしろさも追求」。番組の最後に、取り上げた商品をごみ箱にする、というパフォーマンスも人気の秘密だとか。年間20番組作成。毎週木曜日の夜9:00から10:00に放送。URL：www.svt.se/plus/

認証に期限はありませんが、製品毎に、5年おきに基準が改善されます。

同協会では環境性能が優れた商品上位10位を、製品群ごとに紹介している「上位10位 (top ten)」というウェブサイトも運営しています。この趣旨のサイトは19か国で実施されています。紹介されている商品群は、タイヤ、洗濯機、冷蔵庫、テレビ、電動船外機、窓、冷凍庫、照明、循環ポンプ。それぞれの商品群ごとに、市場で販売されている製品をすべてチェックし、10位をピックアップしています。



■スウェーデンにおけるグリーンウォッシュの法的規則状況

法律で明確にグリーンウォッシュを禁止

スウェーデンには、グリーンウォッシュを明確に禁じている法律があります。それが「マーケティング法」です。不当な表示に関するEUの指令や、環境表示・広告に関する国際商工会議所（ICC）の広告とマーケティングコミュニケーション慣習規範、国際的な環境ラベルの規格であるISO1402 1を基本につくられた法律です。

その10項で

「販売において、業者は、事業者自身またはその他の人のビジネス行為について、いかなる間違った発言または誤解を生じるような表現をすることはできない。

これは、特に製品の素性や使われ方、健康や環境に影響を与えるリスクに関する表現に適用する。

さらに、業者は、業者自身または他社の商業行為に関する販売時に、原材料情報を省略することはできない。誤解をまねく省略は、原材料情報が不明確で、包括的でなく、あいまい、またはその他不適切な方法で提供されている場合についても言及する」

と書かれ、グリーンウォッシュを明確に禁止しています。違反をした場合には訴えられ、罰金が課されます。



スウェーデンの消費者庁から紹介された事例



バイオディーゼルの広告

まつぼっくりから製造されたバイオディーゼルの広告。「まつぼっくりで走っています」というキャッチコピーを全面に打ち出したデザインで宣伝をしていました。しかし、実際には、化石燃料の割合が多かったため修正されることになりました。



大規模水力発電会社の広告

ダムの影響を受けていない、自然保護区域のきれいな川の様子を映し出した映像の後、大規模水力発電を映し出した映像を使用し、「大規模水力発電はグリーンなエネルギー」というキャッチコピーで宣伝をしていた広告。大規模水力発電は環境への負荷が高いことが問題になっていますが、まるで環境に影響を与えていないような印象を与えている、と判断され修正されました。

自然あふれる川の写真

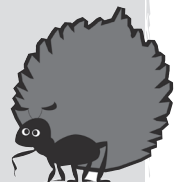


(写真はイメージです)



車の広告

「180馬力(SAAB車)を買って環境のために何かしませんか?」「自然がこの車を買うことに感謝しています」というキャッチフレーズがならんだ車の広告。全体的に植物の絵がたくさんあしらわれ、アリが葉っぱを運んでいる絵もあり、まるで車を買うことが環境負荷を下げるにつながるような印象を与えている、と判断され修正されました。



行事案内

京 ありのままの福島の話 を聴こう

～一人ひとりが京都と福島のこころを結ぼう～

2011年3月11日、東日本大震災は未曾有の大災害をもたらしました。その中でも福島に住む人々は福島第一原発の事故により、自然災害による被災地となった辛さだけでなく、目に見えない放射能によるこどもたちや家族への健康被害、心理的影響、経済的負担、将来への不安などを抱え、他所へ避難する人も残る人も両者がそれぞれにしんどい立場で過ごされています。

「福島に住む僕たちの感覚はほとんど、外の人には伝わっていない」と、赤城さんは言われます。関西に住む私たちには、福島に住む人々の姿や声は届きにくくなっているのかもしれない。福島の人たちの気持ちは、ひとりで表せるほど単純ではないと思います。でも、だからこそ耳を傾け、思いを察し、福島の人たち、被災地の人たちのこころに寄り添いたいと思います。

テレビで流される特集番組のように、映像編集や効果音はありません。福島に住む一人の高校教諭が、原発事故以降の福島で悩んだり、考えたり、ほっとしたり、日常で感じたことありのままを、私たちにお話しくださいます。

*お話：赤城 修司さん（福島市在住 高校美術教諭。原発事故後、中国新聞で福島に住む人がどんな不安を抱えて暮らしているのか4コマ漫画とエッセイを連載）
*とき：4月20日（土）午後6：30から午後8：30
*ところ：ハートピア京都（京都府立総合社会福祉会館）（アクセス）地下鉄烏丸線「丸太町」駅下車 5番出口
*参加費：1,000円 ※運営費に使わせていただきます。
*申込み：お名前、連絡先を添えて、電話、FAX、メールで環境市民までお申し込みください。

京 青空ぬいカフェ 「オーガニック&つながるマ ーケット IN 三井寺」出店

昨年1月から始まった“ぬいカフェ”が、活動の集大成として手作り市に出店し、みんなでちくちく手仕事をするワークショップ「青空ぬいカフェ」を開催します。お手玉、ふきん、布おむつが作れます。



これが最後の環境市民ぬいカフェです。どうぞお見逃しなく！

*とき：4月21日（日）午前10:00から午後3:00
*ところ：三井寺（園城寺）千団子社周辺（滋賀県大津市園城寺町246 京阪 石山坂本線三井寺駅から徒歩10分）
*ワークショップ参加費：100円から500円程度
*問合せ：nuicafe@kankyoshimin.org（担当：池田、南村）
*備考：雨天中止

京 環境市民 東 環境市民東海 滋 環境市民滋賀

協力 御堂筋サイクルピクニック

歩行者も自転車も安心して通行できる環境を目指して御堂筋を自転車でアピール走行をします。同時に楽しい内容盛りだくさんのイベントも開催します。ぜひおいでを！（写真提供：御堂筋サイクルピクニック）



*とき：4月14日（日）午前10:00から午後3:00
*ところ：中之島公園、中之島中央公会堂・東洋陶磁美術館向かいの広場、京阪電車中之島線なにわ橋駅出口周辺 *参加費：無料

（内容）

- アピール走行 みんなで御堂筋を走ろう（10:30～12:00頃）中之島～長堀通～堺筋～難波橋～中之島
- 自転車マーケット 雑貨・軽食など
- 自転車イベント スタンプラリー、自転車試乗会、トークショー、ファッションショーなど楽しいプログラムが盛りだくさん

*主催：自転車文化タウンづくりの会
*企画・運営：サイクルピクニッククラブ
*協力：（公財）あおぞら財団／（公）アジア協会アジア友の会／大阪でタンDEM自転車を楽しむ会／NPO法人環境市民／NPO法人気候ネットワーク／NPO法人五環生活／（公社）コミュニティマネジメント協会／季刊誌Cycle／NPO法人自転車活用推進研究会／スロー「モビリティ」ライフプロジェクト／輪の国びわ湖推進協議会

*問合せ：サイクルピクニッククラブ事務局
TEL：06-6475-8885 FAX：06-6478-5885
URL：http://cycleweb.jp/cyclepicnic/

京 1day ボランティアデー

毎月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。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。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：4月30日（火）午後2:00から5:00頃
*ところ：環境市民京都事務局

新入会／寄付

〈新入会〉清水 裕史
〈寄 付〉伊藤 省二／玉井 啓子／藤井 千穂／藤野 節子

環境市民 春のボランティア 募集!

環境市民でボランティアをやってみませんか。
特にボランティア募集中のプロジェクトを紹介します。どのプロジェクトもはじめての方でも大丈夫。一緒に、スキルアップしながら、活動していきましょう。遠方の方でも、ウェブサイトの更新やソーシャルメディアを使ったPRなどできることがあります。関心のある方はぜひ事務局までお問い合わせください。

毎週月曜日市民の視点で環境
情報を発信!

ラジオチーム

どの情報を信用していいかわからないほど環境情報が氾濫しています。そこで、本当に伝えたいことを知って欲しい環境情報を市民に届けようと、ラジオ番組「環境市民のエコまちライフ」はスタートしました。毎週月曜日午後1時から15分間、環境のまちづくりをすすめるよう活動する多彩なゲストをお招きし、NPO法人京都コミュニティ放送が運営する京都三条ラジオカフェから放送しています。また、放送を通じて番組づくりに携わるボランティアのエンパワーメントもめざし、日本で初めて市民メディアとして誕生したラジオカフェを応援しています。



どんなことするの?

番組の企画からゲストとの交渉、番組パーソナリティーまで楽しみながら参加できます。もちろん、月2回のミーティングではテーマに関連することを学びながら企画してゆくの、環境のことをまだよく知らないという方でも大丈夫!安心して参加していただけます。また、番組は録音で話し方やインタビューなどの学びの場にもなります。

メッセージ

ラジオが好きな人、環境についてもっと知りたい人、普段は話しが聞けないようなゲストにインタビューしてみたい人、人に伝えることが好きな人、番組企画をやりたい人、好奇心旺盛な方をお待ちしています。

ブログでも聞けます。 <http://kankyoshiminradio.seesaa.net>

原発をなくすために
伝え続けよう!

インターネット放送

「環境市民Channel」版チーム

環境市民では3.11直後の2011年3月14日から、東京電力福島第一原発事故の状況や内部被



ばく、再稼働の問題などについて伝え続けてきました*。福島原発の収束作業は遅々として進んでおらず、政府のあいまいな姿勢がさまざまな除染、被ばく者の増加を招いており、健康への不安も高まっています。私たちは継続して伝えることによって、多くの人の関心を高め、解決のための行動を起こしていきたいと考えています。

そこで、番組の企画やゲストへの出演依頼、当日の機材準備、より多くの人に聴いてもらうための広報作業などを一緒にやってくれるボランティアを募集しています。原発の問題を多くの人に知ってもらいたい、福島のことを伝え続けていきたい、という方。お待ちしております!

*2011年7月までは、京都三条ラジオカフェと共同で、それ以降は環境市民の独自番組として放送。

<最近の番組内容>

●避難の権利(収録:2013年3月7日)

ゲスト:子どもたちを放射能から守る福島ネットワークの吉野裕之さん

<http://www.youtube.com/watch?v=mhg4YfEuZUU>

●除染について考える(収録:2013年2月12日)

ゲスト:フリージャーナリストの守田 敏也さん

<http://www.youtube.com/watch?v=UkdopPDwPeo>

パーソナリティー:

本会理事・エコパーソナリティー 下村 委津子



インターネットの力で
社会を変えよう！

電子かわら版チーム

社会をエコロジカルなものに変えていくために、ウェブサイトやメールマガジン、ソーシャルメディアを通じて、環境市民の考え方や活動を一般に広く伝える活動です。また、環境市民へのファンを増やすことによって、会員や協力者を増やし、社会への影響力をより強めていきたいと考えています。具体的な活動としては、ウェブサイト、メールニュースの企画、運営、イベント情報や環境市民の意見などの広報、ソーシャルメディアの活用などがあります。

インターネットを通じて環境の大切さを社会に伝えていきたい、面白いことをやってみたい、社会のために何かやってみたい、NGOの広報に関心がある、会社の仕事、学校以外のつながりを持ちたい、文章を書くのが好き、インターネットや文章力のスキルアップをはかりたい方お待ちしています。



2014年夏 ついに…環境市民から
マガジン創刊！



マガジン名募集&編集メンバー募集

環境市民では、今年の夏に季刊マガジン(雑誌)を創刊します。

環境NGOならではの視点やネットワークを活かした特集、専門家の解説、先進的な環境の取り組みを行っている自治体の紹介、社会を変えるキーパーソンへのインタビュー、ドイツやスウェーデンの持続可能な社会づくり、環境まんが！などなど、実践を続ける環境市民だからこそ伝えられる、説得力のある、リアルな情報をお届けします。

環境市民の広報では、「市民の発信によって社会を変えよう」をミッションとして広報活動を行ってきました。今回のリニューアルを機に、さらに「伝える力」を強化し、「社会は変えられる」そんな希望にあふれる雑誌をつくりたい。

創刊マガジン 編集&ライターメンバー募集！

マガジン創刊にともない、編集メンバーを募集します。持続可能な社会をつくりたい！書くのが好き！写真を撮るのが好き！マガジンをつくってみたい！そんなあなた。ぜひ、日本を、世界を変えるチカラになるようなマガジンを一緒につくりませんか。今なら、マガジンをつくっていくプロセスに参加できます。少しでもぴーんと来たら、お名前、電話番号、Emailを環境市民までご連絡ください。

【問合せ、申込先】NPO 法人環境市民

〒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
TEL : 075-211-3521 FAX:075-211-3531 /E-mail : life@kankyoshimin.org

春だ！
英語だ！

グリーンイングリッシュ 2013 受講生募集 (全12回)

～ Come and learn English with us! ～

環境問題や CSR の話題をトピックスに、ディスカッションやプレゼンテーションスキルを学びます。関心のある話題なら英語力も自然と UP。今回のプログラムでは最後に、海外の学生のみなさんとのディスカッションも予定しています。ゴールをめざして、Come and learn English with us!!!

講師：

環境市民が設立当初から開催してきたみどりの英会話（環境の話題をテーマに英会話を学ぶ）クラスの先生。ビジネスマンなど、英語を専門的に仕事として使う人を対象としたクラスの講師も多数担う。

対象：

- 英語で環境問題をディスカッションできるようになりたい方
- 英語で環境問題に関して自分の意見を言えるようになりたい方
- ビジネスで、活動で、学校で、英語を使って環境の話題を話す必要性のある方等
- 原則全 12 回参加できる方

ゴール：

環境問題に関して、自分の意見をいったり、ディスカッションをするための基本的なコンセプトやキーワードを理解し、会話、リスニング、プレゼンテーションのためのスキルを身につける

■時 間：毎回 午後 7:00 から 8:30

■レッスン日：全 12 回 (4/24 (水) スタート (予定))

※原則水曜日。参加者の間で日程調整もあり。

■場 所：環境市民 京都事務所

■参加費：環境市民会員 28,000 円 (税込み) /
一般会員 35,000 円 (税込み)

★これを機会に会員になりませんか★会員になると、その他の講座の割引が受けられる他、会報誌「みどりのニュースレター」が毎月無料で届きます。

■定 員：6 人 (先着順) ※開講人数 4 人以上

■備 考：

- 欠席や途中でやめる場合でも参加費の返金はいたしませんのでご了承ください。
- テキストなどの購入負担はありません。
- 事前に、このコースに参加できそうかどうか、英語のレベルを先生に相談することができます。相談を希望される方は環境市民事務局までご連絡ください。

内容(予定)

【第1回】オリエンテーション

……講座の趣旨紹介。自己紹介の方法などを身につけます

【第2回】プレゼンテーションについて

……まずはじめに、プレゼンテーションの方法について学びます。

【第3回から第 11 回】

……毎回、1 人、5 分程度のプレゼンテーションを行い、プレゼン力を UP!その後、ウォームアップをしながら、ディスカッションの練習をします。毎回、さまざまな環境問題や CSR の問題を取り上げながらディスカッションスキルを身につけます。各回、ディスカッションのテーマやキーワード資料を提供します。文法もしっかりチェックしますよ。

【第 12 回 (最終回)】

……プレゼン大会、もしくは外国語を第 2 外国語とする学生のみなさんとディスカッションを予定しています。

参考：2012 年度のトピックスの例……

- The politics of Eco and Greenwash
- The Business of Food
- Japan's Energy Future : Nuclear or Renewable?
- Who cares about the environment?
- Global Warming: Causes, Effects and What we can do

申込み

お名前、連絡先（電話、メール、FAX）、このコースに応募する動機や期待することを書いて、メールか FAX でお申し込みください。内容に関する問合せもお気軽におよせください。

グリーンウォッシュは経営リスクです!

適確な環境表示・広告で
社会的信頼性の向上をめざす

グリーンウォッシュ防止研修

のご案内

グリーンウォッシュを防止していくためには、環境・CSR 部門だけでなく会社全体で認識する必要があります。グリーンウォッシュを防止していくためには、環境・CSR 部門にとどまらず、広告、マーケティング、企画、商品開発など、環境表示・広告に関連する部署の担当者がグリーンウォッシュの問題を理解し連携を取っておく必要があります。

欧米では、広告業界団体が「信頼を確保するために」厳しい自主規制を実施しています。日本ではグリーンウォッシュの認識がまだ甘く、欧米では広告の取り下げや修正を強いられるような広告・表示も国内では現実に見受けられます。

環境配慮型製品・サービスの開発普及は、環境保全のみならず経営にとっても非常に大きな要素になっていますが、グリーンウォッシュをおこしてしまうと消費者の信頼を大きく損ねることにもなりかねません。逆にグリーンウォッシュの防止に真摯に取り組むことは、社会的信頼を高めることにつながります。

本研修は、グリーンウォッシュの基本的な認識を社内に浸透させ、各部署が実務レベルでグリーンウォッシュを防止する視点を身につけるプログラムです。環境市民が20年以上にわたり行ってきた、グリーンコンシューマー、グリーン購入活動の専門性と国内外のグリーンウォッシュ調査の結果に基づく情報をいかしながらわかりやすく伝えます。

積極的に環境表示・広告を展開していくためにも、ぜひ本研修を活用し、貴社員のグリーンウォッシュ防止への認識、環境情報リテラシーの向上にお役立てください。

市民向けの学習会、ワークショップも行っていますのでお気軽にご相談ください。

>>>セミナー・研修

「グリーンウォッシュとは何か いかん防止するか」

- 対象：環境、CSR、広報、マーケティング、経営企画部署の社員
- 人数：ご相談ください
- 時間：2時間～3時間（講演及び質疑応答）
- 費用：ご相談ください

講演の内容

- ・グリーンウォッシュとは何か、なぜ問題なのか
- ・欧米の広告業界、政府、社会はどう対応しているのか
- ・国内外のグリーンウォッシュ広告・表示事例
- ・日本政府の対応
- ・社としてグリーンウォッシュを防止していくための取り組み提案

※セミナー形式以外に、具体的な広告物・表示を対象にワークショップ形式の研修も可能です。お問い合わせください。

>>>環境表示・広告へのアドバイス

環境市民では、環境配慮製品・サービスを訴求する表示、広告へのアドバイスを行っています。専門的な知識や視点、20年以上にわたる実践活動から、グリーンウォッシュになっていないかどうか、消費者に誤解なく伝わるかどうかをアドバイスいたします。

- 費用：ご相談ください。

事例：適切な表現で信頼性のある車内広告を実現

阪急電車は、2008年12月から2009年7月まで、阪急阪神線にて計3編成24両を環境メッセージ列車「エコトレイン 未来のゆめまち号」として走らせ、延べ800万人が乗車しました（環境大臣賞・グリーン購入大賞を受賞）。環境市民はこの取り組みの企画・監修に携わりました。

車内では通常広告を全てやめて、温暖化防止の写真・メッセージ、自治体の環境活動、環境省・国交省の環境活動、環境NGOの活動、阪急電鉄や協賛企業の環境活動を掲示しました。

この際、環境市民はエコトレインの掲示物全てに、環境面での専門的なアドバイスとともに、乗客に適切な伝わり方をする表現になっているか、意図しないグリーンウォッシュになっていないかのアドバイスを行いました。





みどりのかわらばん

読者×読者、
読者×環境市民をつなぐ



雑穀

『 今月の投稿テーマは、雑穀。おすすめの雑穀レシピや、雑穀を食べてみたり、家族につくってみたりしたときのエピソードを募集しました。 』

以前に友人が、キビを炊飯器で炊いてつぶして丸めてきなこをまぶしただけの「きびだんご」を食べて、絶品、桃太郎のきびだんごは、まさにこれ！と直感したと言っていました。(げ)

雑穀はいつもご飯に入れて炊いています。黒米はご飯にいれるともちっとして美味しいです。(と)

—なるほど～。簡単そうだしやってみたいですね。(編)

「もちきびと野菜の醤油炒め」

雑穀レシピも届きました！



1. もちきびを炊く。目の細かいざるで水が澄むまで洗い、鍋にもちきびと2倍の分量の水と塩ひとつまみを入れて強火にかけ、かき混ぜる。沸騰してとろみが出てきて、かき混ぜたときに鍋底が見えるようになったら蓋をして、とろ火で炊くか、包んで保温して放置。15分後、蓋をとって全体をかき混ぜる。
2. フライパンにごま油を熱し、醤油を入れて軽く焦がす。好みの野菜を加えて炒め、炊いたもちきびを炒め合わせる。塩で味を調える。

もちきびはとてもコクのあるお味。色がきれいで、炒り卵みたいに見えます。今回は、大根の皮ともやしと大和真菜と青ねぎを使いました。雑穀はいろんな種類があってそれぞれ個性が違うのがおもしろいと思います。女性は妊娠中や授乳中にいいみたいですが、男性陣には不評のことが多いようです。取り入れるならあまり無理せず、少量をときどき使うぐらいの方が、嫌がられないと思います。(雑穀と暮らしのカフェ 南村 多津恵)

このコーナーは4月で終わりとなります。5月からは新しいニュースレターになりますので楽しみに。投稿コーナーは夏に創刊予定のマガジンで復活を予定していますのでこちらも楽しみにしてください。

(((インフォ@エコ

♣ 環境に関するオススメの本、映画、音楽などを紹介します。



東京緑のハンドブック (保存版)

都心部の美しい緑景観を図鑑スタイルで紹介
東京散策に役立つコンパクトな1冊

発行・編集：株式会社マルモ出版、1,600円(本体1,524円+税)、2012年11月

新都心を中心に超高層ビルが立ち並び、「コンクリートジャングル」と称されることもある東京23区。確かにビル街は遠目からも目立ち、人口密度が高く商業・工業・ビジネスの中心地であることは否めません。しかし実際に足を運んでみると、ビルの敷地や屋上・壁面などの限られたスペースに木々や草花が植栽され、随所に都市公園が配置されているなど、思いのほか「緑」の多い街であることに気づきます。本書ではこうした都会真っ只中に創出された様々な緑景観の中から、特に注目に値するものがカラー写真を交えて紹介されています。例えば、渋谷のショッピングモール屋上につくられた美しい空中庭園。まるで自然の草原を壁に再現したかのような、

立体感あふれる巨大壁面緑化。キツツキなどの野鳥も訪れる、高さ100メートル以上の超高層ビルの周りに設けられた樹林など、掲載事例のバリエーションは実に多彩です。都市緑化ならではの工夫やデザインを楽しめ、近代的なビル景観と緑が生み出す美しいランドスケープもまた本書の醍醐味と言えるでしょう。掲載件数は、屋上緑化・壁面緑化・公開空地・都市公園または庭園の4ジャンルを合わせて145件。6つのエリアごとに区分けして紹介されていて、探索に便利なエリアごとのマップもついています。A5判と小型でなので東京散策のお供にピッタリ。都市緑化の魅力を知り、新しい東京の魅力に気づくよいきっかけになるかもしれません。

(文/みどりのニュースレター編集部 鷹野 圭)

●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



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

たかむく かやみ
高橋 草美 さん

大学の4年間は、オーケストラでオーボエに集中し、大学院で公共政策を学ぶ。卒業の1年前に出会った環境市民で、記事を書く楽しさを感じる。この春から就職予定。



新聞記者に憧れて、記事が書きたくて ニュースレター編集部へきました

記事が書きたい！

環境市民に来たきっかけは、「とにかく記事が書きたかった」からだという高橋さん。「NPO法人愛のまちエコ倶楽部」で損保ジャパンのインタビュアーをしていたとき、先月のインタビューに登場した石田くんに誘われて、インタビュアー終了後、ニュースレター編集部にやってきました。

オーボエに打ち込んだ4年間

学部生の4年間は大学のオーケストラにのめりこんで過ごしました。常に走っていたような気がすると言います。練習は週3回、長いときは6時間もしたといえます。それ以外に個人練習もしていました。

学事は自分で

学部では法学を勉強していましたが、最終学年に近づくにつれ、地域の状況など、別のことも見たいと思うようになり、公共政策の専攻で大学院に進みました。そのころから環境問題への興味がだんだんふくらんでいきました。

「記事書きたいんやったら来たら」といわれて「行きます！」といいました」と笑います。大学院の2回生の5月、就職活動で、内定はもらっていただけのもの、新聞記者への夢があきらめきれなかった頃のことです。

そんな高橋さんのことですから、記事を書くのが楽しくて仕方なかった様子です。短い期間でしたが、意欲的に記事を書いていきました。とにかく楽しくてしかたなかった高橋さん、肝心の新聞記者への夢はどうなったんでしょうか。

「新聞記者にこだわらずとも、自分の言葉で記事が書ける環境を求めれば、それが与えられるのだと思います」と、就職を決めました。また「環境市民では自由に自分の意見を

書くこともできました。それはすごいことなんだと思いました」と振り返ります。

高橋さんのライフスタイルの中で、重要なのは「食」です。編集部で持ち寄りパーティをしたとき、お料理を何品も持ってきてくれました。ウェブサイトで紹介されているレシピをもとにアレンジするのが好きだと言います。

外食はほとんどしません。コンビニ

ニエンスストアでアルバイトしているときも、店で食事は買わず、自分で作ったものを持参しているそうです。通っている料理教室で電子レンジの電磁波の影響なども勉強し、必要最低限の利用を心掛けています。

「化学調味料や防腐剤など、何が入っているかわからないものは不安です。自分でつくれば安心できます」

何回かいただいた高橋さんのお料理は、どれもとてもおいしいものでした。今も、新しいメニューの開拓に励んでいます。

この四月から、住宅関係の金融の仕事に就く高橋さん、ニュースレターでも住宅関係の記事を担当しました。

これから、震災復興住宅の融資などの仕事をしたいと言います。しかし被災者の方が再び新築住宅を買えば、二重ローンを背負わなければならなくなりません。賃貸住宅への融資がもっと進んだらいいなというのが、高橋さんの希望です。

食と住、仕事もプライベートも。生活の基本に真摯に取り組む高橋さんは、これからも信念を貫き通すことでしよう。高橋さんの夢は形を変えながらも、その芯はしっかりと同じもので、ゆるがない。そんなことを感じたインタビューでした。

(文・写真 千葉有紀子)

編集後記

北欧のデザイン、家具のファンは日本でも多い。その根底には、主体的な消費者を育ててきたことにある気がした。人や環境を大切にす消費者を増やすことが、消費者や環境を守るだけではなく、価値ある商品を生み出すことにつながっているのではないだろうか。日本の産業の元気のなさの原因はここにあるのでは。

(ニュースレター編集部 有川 真理子)

編集部

(五十音順)

有川 真理子	高橋 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 安希	デザイン 下司 智子
篠原 由瑠	
角出 貴彦	



あなたのいいね！が情報発信のチカラになります！

環境市民 Facebook に いいね！をお願いします

プロジェクトの最新情報、ミーティングの様子、事務所の何気ない話題まで、環境市民のからの情報発信をいち早くお届けしています。

より多くの方に環境市民のことを知ってもらうためにもいいね！をお願いします。



会員のみなさんへ メールアドレスが変わっていませんか？

環境市民ではメールアドレスを持っている会員のみなさんに、イベント情報などのメールをお送りしています。ただ、100件近くがエラーで戻ってきています。お手数ですが、登録しているメールアドレスが変わったかもしれない、と思われる方は、フルネームと情報をお送りしてもいいメールアドレス（携帯メールではなくPCで受信できるメールアドレス）を life@kankyoshimin.org までお送りください。よろしくをお願いします。

📻 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・発行人） 枚本 育生

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）糸書房

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

