



EV | 環境マッチングイベント2014

環境貢献プラットフォーム 「Eco Value Interchange」

カルビー株式会社カルネコ事業部
事業部長 加藤 孝一氏



EVとは

EVとは「誕生の背景」と「出来る事」の2つに分けられます。北海道で獲れていた「ホッケ」が取れなくなり、代わりに獲れるようになったのがマグロです。青森の大間から飛び越えて北海道で獲れるようになったのは何故でしょうか？昨年越谷で起きた大竜巻、その後も年々大きくなる台風の被害、昨年は10月11日に30度を超える真夏日を記録し、それらは温室効果ガスが増え温暖化の影響が顕在化してきたと言われており、温室効果ガスの中でもCO₂は、植物が太陽光を浴びると光合成によってCO₂を酸素に変え吐き出してくれる機能があります。この機能によって、この異常な現象を防ぐ大きな役割を担うのが森林です。

日本は意外と森林大国でもあり、国土の7割がCO₂吸収機能のある森林です。その機能が備わった土壌・環境があり、森がきちんと整備されているかが非常に大きなポイントです。昭和30年、日本人が日本の木を使う比率は94.5%で、日本で切り出された木はほぼ日本人が使っていました。最近では26.6%で

74%も外国の木を使っています。材価は当時の3分の1とも4分の1ともいわれ、林業に入る収入が激減しています。そういった状況を見かねた環境省は、植林、間伐を通じてCO₂吸収能力の上があった分を、CO₂を吐き出している企業や個人がクレジットを購入することで、消し込む事が出来るクレジット制度を2008年に立ち上げました。林業の人たちが必ずおこなう作業・整備で生まれるクレジットが認証されると副収入になり、それを楽しみに初めにお金を払ってコンサルティングを受け、積極的に認証まで持って行ったところが出てきました。

ところが4年たった2012年12月時点で、売れたのは創出したクレジットの12.5%でした。1年後、2013年10月、創出クレジットは48万トン、売れたのは5万5000トン。販売数量は増えましたが、創出したクレジットに対する販売の割合は11%に減っています。クレジットの在庫が増えた分がきちんとお金に変わらないといけません。

一般家庭のCO₂排出量の増加

CO₂の見方が大きく変化し取り

組みとして「チャレンジ25」がありました。その成果により産業部門は順調に減り目標の数値をクリアしましたが、家庭からのCO₂排出量は増加しています。会社でCO₂を減らす努力をして成果を上げて、家庭では減るところが増加し続けています。皆さんのご家庭でもほぼ例外なくネットワークに繋がっているルーターという機械があります。一家に1台だったTVは、今や一部屋に1台に近づき、録画機能もほとんどセットについており、電源は落とすことがないのでないでしょうか？こういったことがどんどん膨らみこのような結果になっています。

又2011年3月に起きた東日本大震災で東京圏は計画停電を経験し、電気は無尽蔵にあるものではないと気づき、各自CO₂排出量を意識せざるを得なくなり、環境保護のために頑張っている人々たちを応援しようという思いが広がってきました。

そのタイミングで今年の3月26日に「低炭素社会を国民一人一人の知恵で実現しよう」という取り組み「Fun to Share」が開始しました。これから先、私たちがその子孫たちを越えて孫の時代、またその孫の



時代、地球は大丈夫なのか、私は今真剣に心配しています。皆さんもお子さんやそのお孫さんがこの地球に住めなくなったらと考えると、居ても立っても居られなくなるのではないのでしょうか。また「チャレンジ25」の取組みでは「LED電球に変えよう」「出来るだけ公共機関の乗り物で移動しよう」等は出来ていまず。ところが「カーボン・フットプリントの商品やカーボン・オフセット商品」は殆ど市場に回っておらず見かけません。「チャレンジ25」の取組の中でここだけが残っており、このことが森の人達が取り組んで48万トンも作ったクレジットが43万トンも残ることに繋がります。カーボン・オフセット商品やオフセットが増えればクレジットが使い、問題は解決出来ます。この取組が遅れている事が大きな問題です。

EVIの活動

EVIの活動として現地に伺って現状を知り、お困りごとを知り、クレジットが売れていないのであれば1tからでもお預け下さい。私共が企業様に説明しクレジットの使い道

と一緒に作っていきお預け頂いた森

のクレジットが67になりました。本業の木を活用して26%の自給率を少しでも上げのお手伝いとして、昨年10月1日に森の木材で作った製品を「森の恵みのおとりよせ」として販売する通販サイトを立ち上げました。クレジットの出口を作り木の出口を作る過程の中で、一次産品、農林水産品にクレジットをつけて販売出来る六次産業化の解決策の一つになりました。この仕組みの中にはキャンペーンサポート機能が組入れられており、その機能を使って森永乳業様は3年に亘りご参加頂いており、MOWを一つ買うと一つにつき1票を自分が応援する森に投票する。その投票数リアルタイムで森のクレジットを買う、そんなことを実践して頂いており、昨年425,000人の参加が52万人に増えています。又、防災の日復興支援キャンペーンでは防災用品を一品購入する毎に1円が被災地の森を守るクレジット購入にあてられ、全国のスーパー・ドラッグストアで展開しました。

環境貢献型商品と復興支援

未利用な自然資源の中にリンゴや

椎茸があります。捨てられているリンゴはドライフルーツにし1個売れると1円が長野県有林のクレジット購入にまわる。1円分のクレジットでこの製品を作る過程で出るCO₂を消し込んで、50%オフセット商品になる。秋田県八峰町の八峰美人はお金を払って捨てていた椎茸が1パック300円で販売され、その内50円が白神山麓の森林支援にまわります。今の商品を変えずに環境貢献型商品に出来る。南アルプス市のサ克蘭ボや徳島の鳴門の金太郎というさつま芋も仲間です。愛知県の村松農園のカラフルトマトは「商品一つにつき1円が森林支援にまわります」と書かれたEVIシールを張るだけで、環境貢献商品になります。木曾川が流れる所に長野県、岐阜県、愛知県、三重県があり上・下流ネットワークを大切にして一つの商品で結び合えるのではないかというコンセプトで環境貢献型商品を現在開発中です。東北復興の為に明日葉という植物を育て、新商品を生み出すプロジェクトでは最終的に一つ売れると1円が被災地の森を守る環境貢献型商品になる。新商品を開発するうえで今ある商品を環境貢献型商品に

してEVI活動に参加して頂くことでお役に立つことができます。

都市部と地方の連携を推進

こうして生まれた地元の商品は基本的に地元の人が買っていたが、それを大都市圏に持ってきて、地域産品を都市圏から地方へのインターチェンジにして、環境貢献型商品を買った人、サービスを使う人がいて、ご当地の環境を守り応援先の選択が出来る機能をEVIは持っています。どの県でも応援したい場所を選び、応援出来る事こそ本当の意味で地産地消だと思えます。そして多くの方々に環境貢献型商品を、お買い求め頂ける環境を作ればクレジットが売れ、売れる商品を作ろうとすると環境整備が整い、森が生き生きする力が増えてきます。購入するだけで環境貢献が出来る商品が今求められています。始めは少ない商品でも点が線に、点が面になって全ての商品がカーボン・オフセット商品にしたい、こんなことを皆さんと一緒に実現して行きたいと思えます。

EVIがなぜ普段のお買い物で環境貢献できる商品作りに取り組むのか続きは次号にて。