

カーボン・オフセットの取組み

EVIシールを活用した商品開発の取組みの斡旋

「EVI環境マッチングイベント2014」

株式会社ウェストボックス代表取締役社長 鈴木 修一郎氏

当社は再生素材を活用した環境配慮製品の企画・販売や、再生資源の有効活用をテーマにした環境専門企業です。再生素材、工場等で発生するもったいない物を利用して商品開発をしています。そういった商品のCO2の調査を始めとして、幅広いCO2の調査を実施してきました。今回中部地域でカーボン・オフセットを推進するため、地元のNPOさんと共同で事務局をやらせていただいています。

活動は中部地域の森林整備、自然エネルギーの推進などで生まれたクレジットを使って地元の業者さんと



株式会社ウェストボックス代表取締役社長 鈴木修一郎氏

一緒にあってカーボン・オフセット商品開発をしていくという活動をしています。

地元でカーボン・オフセットを進めるにあたり

中部地域もクレジットが完全に売れている状況ではありません。現在あるクレジット、又こうして作られた商品を地元の市民向けの環境フェア、イベントなどを開催して販売のお手伝いをするなど地道な活動をしてまいります。

そうした中でEVIの仕組みを3年程前に知る機会がありました。カーボン・オフセットを進めるに当たり、非常に効果的な仕組みではないかと思いい活動を始めたところです。

地元中部地域のイベントでのカーボン・オフセットや商品に対する市



民の声は「海外や関係のない地域に貢献する仕組みはあまり乗り気ではない」「自分達の身近に関係している所に環境保全等を進めるカーボン・オフセットなら非常に良いと思うし後押しもしたい」という意見が多くあります。

名古屋市内では上流が岐阜県や長野県ですから、そちらの森林保全にお金がまわるといい、地元に関係し



ている所にカーボン・オフセットが還元して欲しいという意見が非常に多いです。

カーボン・オフセットとは本来の意味では単純にCO₂をゼロにする(もしくは一部埋め合わせる)と言う事ですが、実はそれだけではなくて地域の上下流の繋がりが、水源の保全、海の保全などと繋がるような意味があるのではないかと思います。

そういったものであれば、市民の方々にもより理解してもらえないかと、日々の活動の中で思っています。

また次によく言われることは「食べ物でもCO₂は出るんですね」という質問です。食べ物などの特産品を中心にオフセットしていますので「何故食べ物もCO₂に関するの?」という質問も多いです。「例

えばジュースなら運んでくるのに自動車を使用し、作る時にもエネルギーを使う」と説明しています。市民向けに開催しているイベントでは「分かり易いマークはないの?」「買いたいけど、どこで売っているの?」という質問が多く、子供連れの方や、企業の担当者も「オフセットしたところでどうなるの?」「興味はあるけど手続

きが面倒そう」などの意見が出てきています。

市民にとっては「分かり易いマークと実際に手に取り買えるところ」「自分達の関係するところの保全」、企業がとっては「参加しやすい仕組み」があれば、カーボン・オフセットの取組みはもっと進むのではないかと思います。そのような中で私共が一番力を入れているのが、地域の活性化に繋がるカーボン・オフセットです。

例えば三重県の大台町の水ですが、元々森が整備され管理されているのできれいな水が出てきます。その森が整備されることで生まれる地元のクレジットを、水を販売するときに付加することにより更に森林の保全にお金が変わる仕組みを作ります。



村松農園の「カラフルトマト」

EVIの取組み事例

入れていきたいと思っています。

中部地区ではEVIの仕組みを使い、奥三河のトマトを栽培している村松農園さんが、カーボン・オフセットをやってみようということになりました。通常はカーボン・オフセットをするのは大変ですが、農家さんからサンプルを1個送ってもらい、どういう素材で構成されているのかを知り、工場で作っているものは簡



単なエネルギーやCO₂排出量を把握します。このトマトに関しては0.6kg CO₂、お金に換算すると4円〜5円分の排出量がかかっていることとなります。それを農家さんに伝えて1個何円分をカーボン・オフセットして森を支援するかを決めていただき、商品にシールを貼って販売するという体制にしています。

トマトなどは痛まないように包装紙材を使用しており、その排出量が一番ありました。販売時にEVIの

シールを貼り、これをカーボン・オフセットします。トマトにはたくさん種類があり、村松農園の「カラフルトマト」は20種類ぐらいのトマトを何個かずつ入れ、物によっては赤や黒緑のトマトがあり、色々な味が楽しめるので売れ行きも好評で来年もやる予定になっています。

また月に1度、名古屋市54万世帯に配布される中日新聞の中刷りタブロイド紙の誌面にカーボン・オフセット商品の紹介コーナーがあり、こうした商品を紹介しております。

このような取り組みにより、中部地域ではカーボン・オフセットの知名度も上がってきています。

木曽川流域での展開

長野県の木曽町の方々と木曽川流域の皆さんで「いいひといいしな いいくうき 木曽川を守る ゴーフレット開発に向けて」というチャットコピーと共に商品開発を進めています。川というのは重要で、実際にこの上流域にJ-VERの創出者が、下流部は商業があり、元々河川の繋がりもあり、一緒になって流域全体を盛り上げていくという活動はスムーズです。

木曽川の流域は

岐阜、長野、三重、愛知と4県重なるような形で川が流れており、現在まだ開発中ですが、地域の環境保全を活かした地元の特産品を使った商品（ハチミツ、クレソン、しじみ、胡蝶蘭、もみじ、かえて、菜の花）などを中心に、商品開発を進めております。

EVIに今後期待すること

市民の方々の意見にもありますが、今後EVIさんには取り組みが良いのでそれを一目で分かるようなマークの認知度をあげて頂きたい、そして中部地域でもやって頂きたい、全国的にも進めて頂きたいと期待しています。また消費者が簡単に買える体制ですが、流通の方々にも参加いただいて「消費者が欲しいと思ったら買える」あるいは「何気なく買



ったら、実は地元の貢献になっている」といった商品を増やして頂きたいと思えます。

今後中部地域では市民向けのイベント、企業向けのイベント等様々な活動をやっていく予定です。またCO₂をゼロにするだけではなく、地域経済の活性化や、地域の環境保全等、多様な価値を含める形で進めて頂ければと思っています。