

SAFE

2005

7

くらしと地球と金融をつなぐ環境情報誌

トップインタビュー

水と生きる企業として環境を守り、 人々の心と体の健康を支えたい。

サントリー株式会社

代表取締役社長 佐治信忠氏

特集

持続可能な新しい旅のかたち エコツーリズム

環境コミュニケーションファイル

File.02

宝は田から

田んぼが育てる身近な関係

Sustainability Seminar

第12回

環境負荷も経費も削減する、カーシェアリング

講師:高山光正氏

Eco Frontiers

宇宙から緑を測る～森林成長量計測システム

Ecological Company

SAFE NEWS Archives

BOOKS 環境を考える本

エコパートナーガイド

vol.54



SMFG 三井住友フィナンシャルグループ
SUMITOMO MITSUI FINANCIAL GROUP

CONTENTS

トップインタビュー	1
サントリー株式会社	
代表取締役社長 佐治信忠氏	
特集	5
持続可能な新しい旅のかたち	
エコツーリズム	
環境コミュニケーションファイル	10
File.02	
宝は田から	
田んぼが育てる身近な関係	
Sustainability Seminar	12
第12回	
環境負荷も経費も削減する、カーシェアリング	
講師：高山光正氏	
Eco Frontiers	14
宇宙から緑を測る～森林成長量計測システム	
Ecological Company	16
眠れる水を呼び覚まし、資源の有効活用を目指す / 小さな風を上手に集め、大きなエネルギーへ	
SAFE NEWS Archives	18
都が業務・家庭での地球温暖化対策を本格化 / 日本の生態系の保全に向けて、外来生物法施行	
BOOKS 環境を考える本	20
注目の3冊 / 2005年5月度売上げベストテン	
エコパートナーガイド	21
財団法人日本生態系協会	

SAFE EYE

「容り法」見直しが問いかけるもの

中央環境審議会廃棄物・リサイクル部会(懇談会)が「容器包装リサイクル制度見直しに係る中間とりまとめ(案)」を示した。1995年の法律施行からほぼ10年。ペットボトルの分別回収率は1997年度の9.8%から2003年度の48.5%(事業系からの回収量を含めると61.0%)まで改善した。法律は一定の成果を上げてきたように見える。

それでも制度を見直すことが必要だという。目玉は、「引き続き市町村が分別収集・選別保管を責任を持って行い、事業者が拡大生産者責任の考え方にに基づき、これらの費用の一部を負担することにより、一定の責任を果たすという役割分担が適切である」とした点だ。この背景には、自治体の財政破綻がある。リサイクル推進を図る国と、新たな財政負担は困難とする自治体。その結果が「事業者の拡大生産者責任」という考え方となって、メーカーや流通業者の負担増を求めているのだ。特定事業者と呼ばれる民間企業には、既に約400億円の再商品化費用が生じている。それでも、自治体の分別収集・選別保管には、約3,000億円が投入されているといわれており、一部を企業にも負担してもらおうというのである。

リサイクルを一層推進する必要性は認めてもよい。しかし、自治体の分別収集・選別保管という仕事は効率的に行われているだろうか。経費削減のインセンティブや競争原理は働く仕組みになっているのか。自治体のやり方はそのままに、請求だけを民間に回そうとしているのではないか。企業が一部を負担するなら、自治体は予算を縮小し、その分の税金を引き下げるのが筋ではないのか。

財政破綻の責任を曖昧にしたり、既得権益を温存するために、環境政策が利用されてはならない。こうした認識のもとで、制度の見直しが進められることを、切に望みたい。

(株式会社日本総合研究所 足達英一郎)



photo : 矢木隆一

トップインタビュー サントリー株式会社 代表取締役社長 佐治信忠氏

水と生きる企業として環境を守り、 人々の心と体の健康を支えたい。

サントリー株式会社は日本で最初に本格ウイスキーを発売し、その味は世界に高く評価されている。創業者鳥井信治郎の「利益三分主義」「やってみなはれ」といった独自の経営哲学を継承しながら、酒類や飲料、花、健康食品といった事業も手掛ける総合酒類飲料メーカーへと成長した。また、同社は1973年から続く「愛鳥キャンペーン」や、熊本県南阿蘇外輪山での水源かん養林活動、「キッズ・ドリームプロジェクト」などで、環境活動、社会・文化活動にも邁進する。そして、2004年、「水と生きる SUNTORY」という新たなコーポレートメッセージを打ち出し、総合酒類飲料メーカーとして21世紀はどのような展開を目指すのか、同社の佐治信忠社長に伺った。

経営の中で社会に役立つことを探し、 実行していくことが企業の役割。

御社の「利益三分主義」「やってみなはれ」という経営哲学は、今日のCSRに通じるところがあると思います。その誕生の経緯をお教えてください。

当社は創業以来、「利益三分主義」と「やってみなはれ」が経営の原点となっています。

「利益三分主義」とは、事業での利益を3分割して、1つは良い生産のために投資すること。もう1つは、よりいっそうのサービスとしてお客さまと社員に還元すること。そして残りの1つは、より良い暮らしを実現するために社会に還元すべきであるという考え方です。

これは、私の祖父、つまり創業者の鳥井信治郎が考えたものです。祖父はわりと信心深いところがありましたから、サントリーの「サン」も太陽からきていますし、太陽の恵みがありがたいという人でした。そのため、企業の利益は株主だけに還元すればいいというのではなく、社会にお返ししなければならないという理念で会社を興しました。

それから「利益三分主義」が、当社のDNAとしてずっと続いてきており、私の父にあたる先代の佐治敬三もそれを受け継ぎ、その次の社長も受け継ぎ、私もそれを受け継いでいこうということで、事業を行っています。

祖父は裸一貫で起業した明治生まれの頑固一徹な人でしたから、「ともかく理屈をいうな、やってみなければわからないじゃないか」と自分自身をそうやって叱咤激励してきたのでしょう。一方、父は若いころ科学者だったので、祖父から見れば、非常に理屈っぽかったわけです。すると、祖父が父に「やってみないとわからないじゃないか。理屈をいう前にまず体を動かしなさい」といったそうです。そうしたところから「やってみなはれ」という言葉が、サントリーグループのもう1つの原点となっています。

メーカーとしては、最高の品質のもの、お客さまに喜んでいただけるものをお届けすることがCSRにあたるでしょう。また、どこの企業でも一生懸命経営されて、税金を払う、これもCSRの1つですね。しかし、それだけではなく、世の中と共生していくにはやはりいろいろな形で社会のお役に立てることを経営の中で探し求め、それを実行していくことも企業の重要な役割の1つだと思っています。

心に響く環境活動は、 社会を、子どもを、社員を変える。

「水と生きる SUNTORY」という新たなメッセージには、どのような思いが込められているのでしょうか。

当社には、「人と自然と響きあう」という企業理念があります。本当に人間の豊かな生活文化を築き上げるために、

人間を取り巻く自然環境を健全な状態で維持することを含めた企業活動に邁進する。そして、当社がつくる最高の品質とサービスで人々の心と体の健康のために貢献する。これが「人と自然と響きあう」ということです。

それをより具体的に表しているのが、「水と生きる SUNTORY」です。2004年からこの新しいコーポレートメッセージを発信しており、これには当社の3つの思いが込められています。1つ目は、「水と生きる」という言葉が表すように、我々は水の恩恵を受けている企業であり、本当に水で生かされているという思いです。2つ目は、サントリーグループ社員一人ひとりが水のように力強いエネルギー、柔軟さをあわせもった社員でいてもらいたいという願いを込めています。

また、同時に祖父の時代は老人ホームや、幼稚園から高校までの学園の運営に携わり、福祉・教育面で貢献しました。父の時代はサントリーホール、サントリーミュージアムなど、文化面で貢献しました。そして、私は、次世代を担う子どもたちの“夢”や“挑戦する気持ち”を応援する体験型のプログラム「キッズ・ドリームプロジェクト」をはじめています。このようにさまざまな形で社会に貢献することによって社会を潤す、社会にとっての水のような役割を果たしたいというのが3つ目の思いです。

これら3つの思いを込めて、「水と生きる SUNTORY」というコーポレートメッセージを発信しています。

まさに「水と生きる」御社ですが、その水源地を守る「水源かん養林活動」の特徴について、お教えてください。

自然環境が健全に保たれているのかどうかは、きれいな水が流れているのかどうかによって判断できると思っています。つまり、水を大事にしていくことが自然環境を健全な状態で守っていく上で、基本になると考えています。

水を育む森林を大切にすることは、きれいな水を得ることですから。九州の熊本にビールと飲料を製造する工場をつくったときに、阿蘇山のふもとにあるかん養林を、国から102haほどお借りして、そこに木を植えてきれいな水が地下水層にどんどん流れていくようにする水源かん養林活動をはじめました。今後はさらに京都工場や利根川工場など、すべての工場の近辺で水源かん養林活動を積極的に進めていきたいと考えています。

こうした活動は社員だけで行うことも大切ですが、やはり世の中に広く訴えて、多くの人に共感をいただき、そういう意識をもっていただくことも大切です。たとえば、ウイスキーづくり50周年を記念して、1973年からはじめた「愛鳥キャンペーン」では、白州蒸溜所にバードサンクチュアリ（野鳥の聖域）を開いたり、「サントリー世界愛鳥基金」をつくったりしました。これらの活動を通じて野鳥が元気に飛んでいけば、周りにいい自然があることを意味します。これ

は水と同じですね。さらに、バードサンクチュアリに子どもたちを招いて勉強会を開催する。なるべく子どものころから自然環境に関心をもってもらう、あるいは自然環境の大切さを学んでもらうということでもお役に立ちたい。子どもから大人まで、世の中の多くの人に自然環境の大切さについて訴え、それらに賛同いただき、意識をもっていただくことで、本当にすばらしい自然というものが保たれていくのだと思います。

祖父は、「陰徳あれば陽報あり」という言葉をよく使っていました。父は、陰徳ではなく良いことであればどんどん世の中に知らせたほうがいいという考えでした。あの「愛鳥キャンペーン」は、父がアメリカの友人に誘われてオレゴンの野鳥団体に入り、そこで野鳥を保護することは世の中のためになることを感じて、はじめたものなのです。そのため、「別にうちはやっていますよ」という陰徳のままにするのではなく、「みんなで自然を大切にしましょうね」という呼びかけをしていく。こうした活動を世の中に広めることも我々のCSRの1つとして捉えています。

一方で、白州蒸溜所に何千人という子どもたちが来て自然について勉強してくれる、あるいは野鳥を見ながら自然のすばらしさを感じてくれると思って仕事をしていると、社員の気持ちも前向きになります。そういった子どもたちとの触れ合いは社員のやり甲斐につながるし、生き甲斐にもなるのではないかと思います。

そして、先ほどの「水と生きる」という思いが社員からにじみ出る。わざわざらしくではなく、社員一人ひとりから自然に出るように成長していってくれば良いなと考えています。社員自身がそういうことに非常に敏感な、熱心な社員になっていくことで、当社は本当の意味で社会に役に立つという存在になりうると思います。それは、まさに“サントリーグループ”という1つの企業文化をつくっているということなのです。



熊本県阿蘇郡に「森と水の学校」を開校し、子どもたちは森林インストラクターの指導のもと、水の大切さや自然のすばらしさを学んでいる

心と体の健康を育み、守ることが、 21世紀における企業の使命。

御社は社会・文化活動にも力を入れていらっしゃいます。先ほどお話に出ました「キッズ・ドリームプロジェクト」についても詳しくお聞かせください。

これまで、当社の社会・文化活動はそれぞれの社長の代でそれぞれの思いを込めて活動してきました。祖父は老人ホームや幼稚園などの運営に携わり、父は2005年で20周年を迎えるサントリーホール、サントリーミュージアムなどをはじめました。これらの活動を引き継ぎながら、私の代で特に力を入れていきたいのは、子どもの教育です。

今、子どもに関しては少子化やいじめなど、さまざまな問題が起きています。世の中において、子どもたちが元気ですばらしい青年に成長してもらうことがいちばん大事なことだと私は思うのです。子どもはいきいきと子どもらしく、たとえば、太陽の光のもとで、泥だらけになりながら元気よく一日中遊んでほしいというのが、私の希望なのです。あとは、きちんとあいさつができる、人の痛みがわかって人が嫌がることをしないなど、おらかな子どもに育ててもらいたいという気持ちが強くあります。

こうした思いから、「キッズ・ドリームプロジェクト」と銘打ってはじめてました。まだはじまったばかりですが、たとえば、サントリーホールに「佐治敬三 ジュニアプログラムシート」という子ども専用の客席を6席ほど用意して、子どもたちに音楽の情操教育を提供するものもあります。また、著名なプロスポーツ選手と交流して、スポーツのすばらしさを知る機会をつくったりもしています。

そのほか、将来的には、キャンプサイトをつくり、夏休みや冬休みの期間を利用して、本当にのびのびと自然を満喫して自然の良さを知ってもらう。さらに団体行動についても勉強をしてもらえたらと考えて、今、少しずつ準備を進めています。

このキャンプ体験プログラムは、もっと自然と一緒にあって子どもたちが遊んでくれればという単純な思いを形にしたいところからはじまっています。やはり、子どもが自然環境に触れる機会がないというのは、とても不自然なことだと思うのです。

特に都会を見ていると、子どもの健やかな成長を妨げる要素ばかりが増えていきます。今のいじめは何か陰湿ななっていて、子どもたちの心が非常に病んでいると感じるのです。

以前は地域社会が機能していましたから、たとえば、いたずらすると、近所の八百屋のおばさんに叱られたりして、みんなで子どもを育てるという雰囲気がありました。また、子どもたちが外で一緒に遊んでいれば、ガキ大将と喧嘩をして殴られる痛みを知ったり、あるいは怪我をして行動を

改めたりと、ごくごく自然に社会のいろいろなことを学ぶ機会が多かった。以前もいじめっ子はいましたが、今のようないじめではなかったと思います。

すべての子どもが子どもらしく育っていけるように、我々だけではなく、世の中のすべての人たちが手を差し伸べる。そういった努力をしていかないと、結局、いい国にならない。元気な子どもには国を元気づけるパワーがありますから、21世紀は「キッズ・ドリームプロジェクト」を通して、子どもたちの夢をできるだけ叶えていきたい。そして、そのための力に少しでもなればというのが、これからの当社の使命の1つと考えています。

総合酒類飲料メーカーとして、今後、どのような成長戦略をお考えでしょうか。

当社は、21世紀に入っても総合酒類飲料メーカーとして経営する軸は変わりませんが、これからは「人と自然と響きあう」にあるように、世の中の人々の心と体の健康のために貢献していくことが大きな課題になると思います。

当社は体の健康のために、サプリメントをはじめとする健康食品事業を手掛けています。また、心の健康という意味では、花事業にも力を入れています。現在、世界で初めて開発に成功した「青いバラ」が2007年にも商品化できそうなので、その花を見て皆さまの心に感動を咲かせていきたい。そのほか、サントリーホールで音楽を聴いていただくのもいいでしょうし、サントリーミュージアムで絵を鑑賞していただくことも人々の健康に関係してくると思います。これらは企業収入に直接つながるという意味の企業活動ではありませんが、トータルな企業活動によって、人々の心と体の健康に貢献していくのが、21世紀の企業が目指すべき道であり、日本全体がもっと元気で健全に生きる方向を考えていかなければならないと思うのです。

2005年は戦後60年にあたります。この間、日本人は一生懸命働いて、経済的発展を追い求めてきました。しかし、ここまで発展してきたならば、今後は少し生きる方向を変えていく。世界一の金持ち国を目指すのではなく、世界一人々が充実した楽しい生活を送れる、あるいは幸せに暮らせる国を目指す。これが、21世紀の国づくりの1つの目標になってくるのではないかと思います。

とはいえ、企業活動とはたえず効率を考慮して最高の利益を挙げていくことです。それを緩めると企業活動自体がおかしくなるので、そこは厳しく追求していく。同時にただ経済的に貢献するだけではなく、心や体の健康を支えるという意識を、社員一人ひとりが社会の一員として強くもつことが企業の成長において大切だと考えています。

そこで、社内では当社の目指す方向を、「growing and good company」という標語で表しています。「growing」は企業の成長を忘れてはならないということです。同時に

「good company」は世の中に愛される良い会社であり、社員一人ひとりは「good person」でなければならないというものです。

こうした標語にある意識を、日本の新しい国づくりに対しても、社会全体で共有できるように広めていく必要があるのではないかと、私は考えています。

【聞き手】三井住友フィナンシャルグループ広報部長 松橋 禎
日本総合研究所 上席主任研究員 足達 英一郎



PROFILE

佐治信忠(さじ のぶただ)

1945年兵庫生まれ。1968年慶応義塾大学経済学部卒業。その後、渡米し1971年カリフォルニア大学ロサンゼルス校大学院卒業、同年4月ソニー商事株式会社入社。1974年6月サントリー株式会社入社。1982年6月取締役、1984年6月常務取締役、1987年6月専務取締役、1990年3月代表取締役副社長を経て、2001年3月代表取締役社長に就任。2002年3月からは代表取締役会長も兼務し、現在に至る。さらに関西経済連合会常任理事、日本洋酒造組合理事長なども兼任。

会社概要

サントリー株式会社

創 業 1899年(明治32年)
設 立 1921年(大正10年)
本 社 大阪府大阪市北区堂島浜2-1-40
資 本 金 300億円
従 業 員 4,582名(2004年12月末現在)
代 表 者 佐治信忠
事業内容 酒類事業、食品事業、
花、外食、スポーツ・レジャー事業など
ホームページアドレス <http://www.suntory.co.jp/>

持続可能な新しい旅のかたち

エコツーリズム

自然環境や地域固有の歴史文化を保持しながら、

地域振興への貢献を目的とするエコツーリズムが、注目を集めている。

環境省では2003年11月に小池環境大臣を議長とする「エコツーリズム推進会議」を設置。

2006年までの3カ年計画で、日本におけるエコツーリズムの普及と定着を図るプロジェクトが、

官民連携のもと、各地域で進行中だ。

「環境」「観光」「地域」の深い関わりが、成功のカギを握るといわれるエコツーリズム推進への取り組みを、

7月に、世界自然遺産登録が期待される北海道・知床の事例を交えて紹介する。

「環境」「観光」「地域」の連携による推進体制の構築がカギ

環境と経済の持続的な好循環を目指す21世紀型の観光ビジネス

エコツーリズムの考え方は、1980年代に、UNEP(国連環境計画)、IUCN(国際自然保護連合)、WWF(世界自然保護基金)が、「世界環境保全戦略」の中で、「持続可能な開発」を提唱したことに端を発するといわれる。この時代、先進国の「マストツーリズム」が、発展途上国の自然環境などに負荷を与えていることが指摘され、それに対峙する概念として「エコツーリズム」が生まれたのである。

もともと発展途上国の自然保護のための資金調達手法として導入されたエコツーリズムは、自然志向が強まる旅行者のニーズを満たし、環境と経済を両立させる持続可能な観光の領域の1つとして、広く先進国でも展開されている。

そして現在、日本では環境省のエコツーリズム推進会議が発足して、1年半余りが経過した。環境省監修のホームページには、エコツーリズム推進の取り組みや手順をまとめたマニュアルが掲載され、全国の地方公共団体から13カ所のエコツーリズム推進モデル地区が選定された。今後、各モデル地区に対して、助成金援助をはじめ、支援団体の斡旋を行うなど、国の施策として本格的にエコツーリズム推進に力を入れていく方針だ。

身近な地域にも存在する多彩なエコサイト

では、実際にエコツーリズムを取り巻く状況は、どうなっているのだろうか。

1998年の設立以来、エコツーリズムに関する調査・研究、情報提供、人材育成などを行ってきたNPO法人日本エコツーリズム協会(以下、JES)も、こうした環境省の取り組みを支援する団体の1つである。同法人の事務局長である長与純三氏は、「エコツーリズムのマーケットは、今後間違いなく伸びると思います」と語る。確かにここ数年の世界遺産ブームや環境問題への関心の高まりを追い風となり、旅行会社が主催する自然・文化体験型のツアーをはじめ、いわゆるエコツアーの需要は増加傾向にある。

「どこまでがエコツーリズムであるのか。その線引きは難しいところですが、たとえば西表島でのカヌー体験や沖縄の首里城を見学するのも、専門ガイドが引率して、自然や歴史的背景などの正しい解説があれば、それは立派なエコツアーであると認識しています」と、長与氏が話すように、日本のエコツアーは、必ずしも大自然での本格的なツアーのみならず、身近な小川の生態、郷土の歴史、文化、伝統などを地元のガイドと共に学びながら旅するスタイルも立派なエコツアーであるという前提に立つ。それ

■エコツーリズム推進13モデル地区



ゆえ、エコツーリズムは、大規模な環境保全や施設開発も不要であり、ガイドの人材育成とソフト(ツアープログラム)の開発によってなされるため、比較的容易に取り組むことができるのが推進上のメリットだとも語る。

現在、JESの呼びかけにより全国の観光地から230のエコサイトが同協会が運営するインターネットサイト「エコツアー総覧」に登録している。

地域の絆を深める推進体制の構築と適切なルール策定

しかしながら、長与氏は「ただ、ブームに乗じてエコツアーでもやってみるか、という軽い考え方では成功しないでしょう」と、警鐘を鳴らす。旅

行者がその地を訪れて、自然や文化と触れ合い、今まで知らなかった新しい知識が身についたり、従来の旅行にはない満足感を味わってもらうことが重要であり、ツアーに参加することで、社会の役に立っているという実感こそが、エコツーリズムの醍醐味なのだという。

エコツーリズムを確立するには、中心的な推進者となる地域コーディネーターのもと、関係者間で継続的に協議を重ね、お互いの合意形成をし、強固な推進体制を構築しなくてはならない。その上で、基本計画の策定に伴う資源調査はもちろん、旅行者の立ち入りにより、自然にどのような悪影響が及んでいるかなどを絶えずモニタリングしながら、必要に応じて、入域に制約を設ける措置を講じるなどのルール策定が重要だ。

「環境」「観光」「地域」が深く交わりながら取り組む社会の仕組みづくりこそ、正しいエコツーリズム推進活動である。

地域色と独創性に溢れたアイデアで推進活動をサポート

こうしたエコツーリズム推進事業の際に、ノウハウを提供し、推進のサポートを行う支援団体の役割は大きい。JESも、環境省の13のモデル地区に選定されている六甲地区と裏磐梯地区の支援団体として、さまざまな活動を行う。六甲地区では、今ある

観光施設を利用した画期的なモデルツアーを2004年度に実施。ロープウェイによるCO₂削減運動は、大人一人に対して子供二人の乗車賃金を無料にするキャンペーンで、マイカーからロープウェイへの乗り換えを呼びかけ、旅行者の興味を引いた。また、裏磐梯では、エコツーリズムへの理解と積極参加を促すことを主眼とし、地元の人々を対象としたエコツーリズムカレッジを開講するなど、地域の特性を活かした試みを実践中だ。

消費者のニーズを捉えて積極的な情報発信に努める

エコツーリズムを経済的にも成功に導くために忘れてはならないのが、ツアーに参加してもらう消費者の意識だ。JESが男女、年代別に首都圏在住者500名を対象に行った「エコツーリズムに関する消費者ニーズ調査」を見ると、エコツーリズムという言葉の認知度は、約5割というデータが出ている。エコツアーの問題点・課題としては、ツアーの情報が少なすぎる、料金が高そうといった、情報不足による懸念の声も上がっている。

現時点では、それほど認知度が高くないエコツアーだからこそ、その内容や表現によって消費者ニーズが獲得できるかできないかといった状況にあるとJESでは分析する。エコツアーに対する興味を喚起して、注目を高めることを目的とするには、消費者



裏磐梯のエコツーリズムカレッジの第一回裏磐梯学「磐梯山の噴火」の講座風景

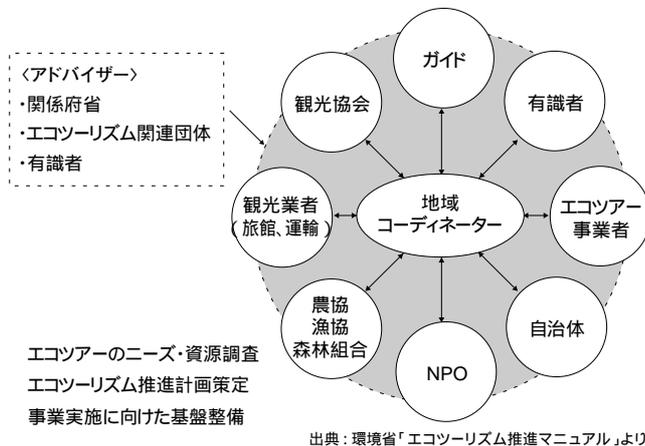


毎年各地で開催されるJES主催のエコツーリズム大会のフィールド見学ツアー。2004年は南信州、長野県飯田市で行われた

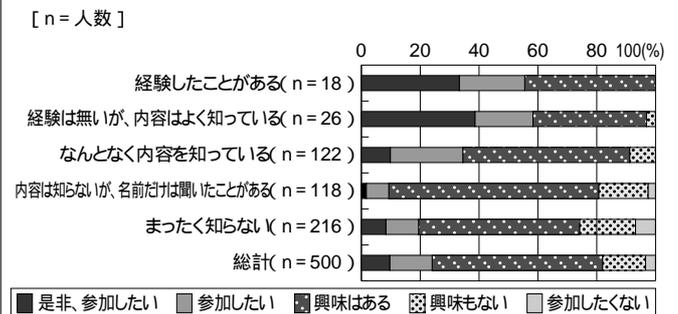
全般に行き届くマス媒体を活用した積極的なPRが求められる。

2005年の6月5日、愛知県で開催されている「愛・地球博」の会場で、環境省の推進方策の一環である、「エコツーリズム大賞」の第1回表彰式が行われた。大賞および優秀賞の受賞団体は、いずれも長年の取り組みで世の中に認知され、地域に根ざしたエコツーリズムを実践している団体ばかりであった。現在、13のモデル地区で行われている一連の取り組みも今後さらに長い年月をかけて継続し、自分たちのエコツーリズムを消費者に対してしっかりと情報発信していく段階に入ったようだ。

■エコツーリズム推進体制



■エコツアーの認知度別参加意向



エコツアーを「まったく知らない人」でも5割強は、「興味あり」と回答していることから、情報提供の必要性が高い。

出典：JES「第1回 エコツーリズムに関する消費者ニーズ調査報告書」より

知床のエコツーリズム推進事業においてはずせないのが、国立公園の利用適正化だ。今回は半島をいくつかのエリアに分けて利用の適正化を図っていく。

「まずは、知床岬を中心とした先端部分から基本計画を策定、現在は半島中部の基本計画を検討しています」と村上氏は説明する。ただ、比較的容易に思えた先端部の知床岬でも、実際にはさまざまな問題が生じる。知床岬の突端までは車でいけないため、カヤック、釣り舟、漁船で海から、さらには歩いて羅臼側から岬を訪れる観光客もいる。いかに上

陸をコントロールして、監視するか。観光客の安全性の確保や環境保全のためのルール策定が急がれる。

長期的な利益を見据えて 地域全体の持続的な発展を目指す

また、「知床の観光スポットは、半島中部に集中しており、しかも滞在1日程度の通過型が主流です」と増田さんが話すように、今後は、さらに知床の魅力をじっくりと堪能してもらうためにも、斜里町やその農村地帯、羅臼の漁村地帯など広い範囲をカバーした滞在型のモデルツアーを企画、実施していく予定だという。

知床エコツーリズム推進協議会では、定期的に勉強会やプロジェクトごとのワーキング会議が開催され、頻繁に討議が重ねられているが、中でも産業振興の一環として、漁業関係者や農家の人と連携で行う体験型モデルツアーの企画は、もし実現すれば、知床の新しいエコツーリズムの可能性を広げることになるだろう。知床の観光客は年間約160万人、その大半が夏場に集中しているという。夏場の集中を緩和し、オフ期をいかに充実させるか。エコツアーの果たす役割は大きい。

<知床エコツーリズムの現場から>

経済的にも成立するエコツーリズムを目指す

変わりゆく旅行者の意識と 自然への関わり方

斜里からホテルが立ち並ぶウトロ温泉街を過ぎると、国立公園の玄関口に知床自然センターがある。ここは、斜里町が設立した財団法人知床財団が管理運営を行っており、プロのエコツアーガイド7名が常駐。さまざまな自然体験ツアープログラムを提供するほか、野生動植物の調査研究や自然保護管理活動などを行っている。知床財団は、知床エコツーリズム推進協議会の支援機関でもあり、事務局として、実際の事業推進にあたっている。

「知床には、10年以上積み上げた自

然体験型ツアーの実績やノウハウがあります。また、地域で長年培ってきた人間関係もありますから、推進事業も比較的スムーズにいくのではないのでしょうか」と話すのは、推進協議会の中心的なメンバーであり、自ら豊富なガイド経験をもつ同財団の普及事業係長の松田光輝氏だ。支援機関として、知床のエコツーリズムを先導する自信をのぞかせる。

松田氏が財団法人日本野鳥の会を経て、地元知床のガイドを始めた頃の日本には、エコツアーという概念が普及していなかった。そのため、地域の観光関係者からも理解が得られず、随分苦労をしたという。

「今は、旅行業界の方々も含めて、旅行者の意識も随分変わりました。以前は、ゴミを捨てたり、キタキツネに遭遇するとバスの窓から餌をあげる人が多かったものです」。

それらが非常識な行為となった今、松田氏らの長年にわたる地道な活動が認められ、知床財団のエコツアーをはじめとする活動は知床観光を牽引する大きな力となっている。

ベテランガイドの育成が エコツーリズムを支える

知床財団が目指すエコツーリズムは、少人数の本格的なエコツアーから従来のマスツアーにもエコの要素を付



国立公園内にある知床自然センター。屋内にある大型スクリーン「ダイナビジョン」では、雄大な知床の自然の映像が見られる



財団法人知床財団
普及事業係長
松田 光輝氏

加し観光客に広くエコツアーを浸透させ、経済的にも成立させることだ。

「それには、ベテランのガイドの存在が不可欠です。ガイドの人件費を削って、ツアー料金を抑えても、質の良いガイドは育たないし、それでは、エコツーリズム自体も成立しない」と松田氏は懸念する。そのためには、若手ガイドを育成するシステムを構築するとともに、ガイドラインやルール策定を行い、知床が目指すべきエコツーリズムの方向性や目標を掲げる必要があると考える。現在、知床では約50名のガイドが活躍しているが、その多くはガイド業だけでは生計を立てるまでに至らないのが現実だ。松田氏はガイドの質と地位向上のために、推進協議会をはじめ、さまざまな活動を通じて、日々奔走している。

「マストツーリズムとエコツーリズムを分けて考えるのではなく、これからは人間にも自然にもやさしいサステナブルツーリズムであるべき」と、締め括った松田氏の言葉が、知床のエコツーリズムを象徴しているようだ。

現在、エコツーリズムは少しずつではあるが、新たな観光ビジネスとして育ちつつある。エコツーリズムの最大の魅力は、その地域にある自然環境の再発見である。

極端にいえば、自然環境を利用しさえすれば、これまでのマストツーリズムのようなやり方でも一時はエコツーリズムとして成立するかもしれない。しかし、それでは、持続可能な観光は実現できないであろう。それを実現するには、もちろん自然環境の保全が大前提だが、これまで見てきたように、それを支える地域住民やNPO、エコツアーガイド、行政の連携が欠かせない。

さらに、知床財団の松田氏が話すように「マストツーリズムのエコ化」が、今後、エコツーリズムの市場拡大を促す上でも、大切な視点となるだろう。

知床 自然体験 一日コース

知床自然センターの人気プログラム「知床自然体験一日コース」に参加した。午前8:30に知床自然センターに集合し、本日の案内役、ネイチャーガイドの関高史さんより、出発前のコース説明や注意事項を伺う。エゾシカが多いため、ダニが発生するとのこと。長靴を履いて、肌を見せないように完全防備で臨む。今回はJTBとのタイアップツアーで、夕方までの間に、原生林散策、ヒグマの冬眠穴やフレペの滝の見学、木登り体験、さらにはガイドおすすめコースとしてアザラシ・ウォッチング、知床五湖散策にも足をのびした。ベテランガイドの詳しい解説のもと野生動物や、野鳥、植物と触れ合いながら知床の自然を満喫した一日となった。



ミズナラやトドマツ、森の中にはさまざまな針葉樹、広葉樹が繁る



ウトロキャンプ場でアメリカ生まれのロープを使った木登り「ツリーイング」に挑戦



オホーツク海から切り立った断崖に立ち、眼下に飛び交う野鳥を眺める

知床・オホーツクの魅力を世界に向けて発信

NPO SHINRA (NPO法人知床ナチュラリスト協会)

ここ数年、冬期の人気ツアーである「流水ウォーク」をはじめ、多くのエコツアーを主催するNPO SHINRA。知床の魅力を伝えるべく、さまざまな手法を使って、情報発信をしている。知床発のインターネットラジオ「Radio Kisar(ラジオキサラ)」では、オホーツクの自然の素晴らしさを全世界に向けて発信しようと、日本経団連の助成金を受け、東京のNPO法人エコロジーオンラインと提携、運営している。番組では、オホーツクをイメージした曲を公募し、CDを制作。コンサートの企画なども行っている。



知床の魅力を世界に発信する『Radio Kisar』

「今年の夏には、アイヌ民族の自然観や知恵を学ぶエコツアーも企画しています。NPOならではのネットワークを活かして、知床を盛り上げていきたいですね」と、チーフガイドの畑谷雅樹氏は話す。新しい知床を予感させる存在として地域への貢献度は大きい。



NPO SHINRAの人気ツアー「流水ウォーク」

取材協力：環境省、NPO法人日本エコツーリズム協会、斜里町役場環境保全課、財団法人知床財団、NPO法人知床ナチュラリスト協会

環境コミュニケーションファイル

宝は田から 田んぼが育てる身近な関係

1979年の「カムバック・サーモン・キャンペーン」に始まった宝酒造の自然環境保全活動は、その後も「日本の松(竹)を守ろうキャンペーン」「四万十川の清流を守ろうキャンペーン」など、30年近く続いている。マスコミで取り上げられる大きなものから市民1人ひとりに呼びかけるものまで、さまざまな取り組みを行ってきた。

2004年に始まった「TaKaRaお米とお酒の学校」では、参加者と半年間かけてともにお米からお酒づくりを行う。個人の意識に訴える 宝が取り組む活動をレポートする。

地域に根づいた 宝の環境活動

「カムバック・サーモン・キャンペーン」から本格的に始まった宝の自然環境保全活動は、市民とともに取り組むことを最優先に行われてきた。「クリーンcanウォーキング」では、地元住民やボランティアなどと活動を展開。関東地方を中心に1991年から2002年まで開催され、1度に2,000人もの人が集まる取り組みへと発展した。「活動の中心地である湘南海岸では、地元グループを中心に空き缶集めをする姿が日常の風景になりました。ゴミを捨てない、落ちていたら片付けるというライフスタイルが地域に定着したのだと思います」と宝酒造環境広報部環境課の北村理恵氏は胸を張る。この市民1人ひとりともという活動展開はお米とお酒の学校にも引き継がれている。



「クリーンcanウォーキング」をきっかけに労働組合が主体となり全国事業所の一斉清掃を実施した

ゆかりの深い千葉県で 田植えから酒づくりまでを学ぶ

「お米とお酒の学校は、宝の環境活動の集大成です(北村氏)。宝が新たに取り組むことになったお米とお酒の学校は、社名「宝」の語源でもある田んぼを舞台に、親子で自然環境・社会ルールについて学習していくものだ。公募により選ばれた参加者がお酒の原料となるお米づくりからお酒ができるまでを体験的に学んでいく。「田植え編」「草取り編」「収穫編」、工場で酒づくりなどを学ぶ「恵み編」の年4回。各回、作業内容にあわせて「かんさつ」「あそび」「たいけん」の授業が、地元の農家による指導のもと、NPO、宝のボランティア社員により行われる。

1~3回目の「教室」となる田んぼ探しを、苦労したことの1つと準備期間を振り返る北村氏。「参加者が通いやすい東京近郊の場所で、自然観察ができること。また、休憩が可能なスペースが近くにあり、ケガなどの万一の際にも対応できる施設を備えていることが条件でした」。環境広報部のメンバーと候補地探しを重ねた結果見つけたのが、活動の講師も務めてもらっている農家の方が所有する千葉県印旛郡の田んぼだった。千葉県には、古くから宝の松戸工

場があり、かかわりの深い土地でもあった。

農作業の楽しさと厳しさを とおして自然と親しむ

開催場所が決まると、次は授業内容(プログラム)の選定である。宝のスタッフと企画運営を担当するNPO法人森の学校が相談しながら決めていった。「楽しいだけの体験会にはしたくありませんでした。草取りなど農作業に必要なことも取り入れたかった(北村氏)。

「最初は田んぼの泥や虫をいやがっていた子どもたちも、田植え、草取り、収穫と2カ月ごとに開催される教室に足を運ぶうちに、自然の中ではしゃぎまわようになっていきました」。後日、近所の田んぼを見に行ったり、図書館で図鑑を借りて親子で観察会に出かけたりした家族もいた。



自然観察指導員による自然「かんさつ」。ルーペを手に田んぼの周りの植物などを観察する

工場が最後の教室。 自然の恵みを地域に還元

半年間の活動の締め括りの「恵み編」は、松戸工場で行われる。

参加者が育てたお米がお酒になっていく過程をスライドで確認するとともに、看護師や工場長らによる飲酒のルールについての話、祝いの席などで見られる「こも樽巻き」の作業見学、酒づくりに必要な微生物について学ぶ「お酒と科学」、クイズと工場見学を組み合わせた「ファクトリークイズ」、「おにぎりパーティー」などが開催され、全4回の教室は終了となる。できあがったお酒は、両親の似顔絵などを子どもたち自ら描いた手づくりのラベルが貼られ、参加者のもとへ後日発送される。

さらに、余ったお米は、保護者から集めた参加費1,000円(1人)で購入した環境教育向けの書籍などとあわせて松戸市内にある児童養護施設に寄付された。活動への参加費は大人から最初に集められたもの。「無料でもよかったのですが、参加費を払うことで活動に対する自覚をもっていただければと思い、保護者の方のみ保険料として事前にいただくことにしました(北村氏)。



「恵み編」でのおにぎりパーティー。自分たちで育てたお米の味に子どもたちも笑顔

「ふりかえりシート」で 1人ひとりの意見を大切に

お米とお酒の学校は、もう1つの特徴がある。毎回のプログラムの最後に用意されている「ふりかえり」の時

間だ。これは当日感じたことを絵や文字で記録するというもの。自然の中で遊び学ぶ体験をとおりて環境教育を行っている森の学校から提案されたアイデアだ。自然の中での体験を記憶に残し、参加者のその後の生活に役立ててもらいたいという想いが込められている。

一方、この記録は宝にとって参加者、ひいては消費者の本音を聞く機会でもある。「皆さんが感じていることがよくわかるのでやりがいにもつながります(北村氏)。

1年目の「ふりかえり」で出された意見は、今年にすでに活かされている。それが参加者の数だ。2004年の150人から、2005年は100人にした。「1人ひとりに自然の中で過ごす時間を楽しんでほしい。人数が多いと、どうしても進行を優先するあまり急がせてしまうことになるのです(北村氏)。これは、環境広報部とともに活動を支えるサポーターと呼ばれる社員たちの「ふりかえり」でも出ていたものだ。

活動には、関東近辺の事業所から約20人の社員が毎回自主的に参加するとともに、新入社員の環境教育の場でもある。「社員も主役(北村氏)は、環境活動のもう1つのコンセプト。そのため、サポーターの意見も積極的に取り入れる。このほか、参加者同士が親しくなれるように2005年から採用された草花で自ら名刺をつくり行う名刺交換会のアイデアもサポーターの意見がきっかけだった。



「ふりかえりシート」に参加者全員が感想を記入する。希望者は全員の前で発表できる

さまざまな声に耳を傾け、 社員、企業のファンを増やす

「つくったお酒を商品化していけたら」と今後の希望を語る北村氏。現在、お米とお酒の学校でつくられたお酒は販売されていない。というも使われているのは酒造好適米ではなく「あきたこまち」だから。子どもたちが食べてもおいしいと感じられるお米であることが理由だ。しかし、今回できあがったお酒は「非常にフルーティ」で参加者にも好評。

お米とお酒の学校は、お酒づくりに本来向かないと思われてきたお米でも、宝の技術力でおいしいお酒になることを消費者にアピールできる場でもある。「参加者は100人ほどですが、いっしょに育てたお米からできたお酒を飲んでいただくことで、皆さんにより深く宝のメッセージを伝えられると思います(北村氏)。スタート当初こそ、「クリーンcanウォーキング」と比較して参加者が10分の1以下になることに戸惑いの声もあったが、2年目の2005年、さらに人数を少なくすることに異論はなかった。参加者やサポーターの声に真摯に耳を傾け、個人対個人の付き合いを重ねていくことで、自然環境を守ることの大切さや想いが伝わり、社員、ひいては企業の熱心なファンを増やすことにつながるという手応えをつかんだからである。今後、この活動がどのように熟成されていくか期待が高まる。



サポーターから苗の植え方の説明を受ける参加者

取材・文：中田幸宏
(トッパン エディトリアル コミュニケーションズ株式会社)

Sustainability Seminar

第12回

環境負荷も経費も削減する、 カーシェアリング

近年、環境負荷の低減だけでなく、維持費削減の面からも、カーシェアリングが注目されている。そこで今回は、カーシェアリングを専門に事業を展開するCEVシェアリング株式会社の高山光正氏に、利便性の高いそのシステムや環境保全への効果などを、自社の取り組みを交えて論じていただいた。



高山光正氏

CEVシェアリング株式会社取締役
1975年東京都立大学工学部卒業。日産自動車、自動車走行電子技術協会を経て、2003年オリックスに入社。2005年オリックス自動車に転籍。CEVシェアリング株式会社へは2002年の設立と同時に出向している。

カーシェアリングとは

「カーシェアリング」のコンセプトはいたって簡単で、1台の車を複数の利用者が利用するというものである。今、この“新しい車の使い方”が注目されているのは、パーソナルな交通手段を公共交通と連携させることによって、複合的な環境問題、交通問題に対応していけるからである。

カーシェアリングは、1980年代後半にスイスで開始されたしくみである。そもそもは学生が車にかかる費用を減らそうと始めたものであったが、それらが組織化され、世界最大のカーシェアリング企業Mobility CarSharing Switzerlandとなり、現在、国内950カ所のステーションで約1,700台の車を展開している。会員は57,700人、人口の約1%であるが、年約10%のペースで増加中である。

さらにカーシェアリングはドイツなど欧州各地にも広がり、最近では、レンタカーシステムの発達しているアメリカでもカーシェアリング事業が急成長している。

カーシェアリングは会員制のレンタカーシステムと考えるとわかりやすいが、既存のレンタカー事業よりはマイカーに近く、利便性、運営のしかたにも大きな差異がある。カーシェア

リングは会員制をとっているため、貸出しは無人でもよく、24時間利用も可能になる。貸出しは15分や30分という細かい単位で、短時間利用を基本としている。カーシェアリングは一種の共済制度的なしくみで、燃料代、保険費用がすべて利用料金に含まれるのが特徴である。即ち、車にかかる費用のすべてを使った分に応じて負担する、という考え方である。

広がりをもせる 日本でのビジネス

日本のカーシェアリングは、1999年9月に経済産業省の外郭団体である財団法人自動車走行電子技術協会が横浜で開始した社会実験が最初となる。CEVシェアリングがこの社会実験を引き継ぎ、2002年4月から事業としてスタートし、現在では会員550人に利用されている。

2005年4月現在、カーシェアリングは日本全体で、実験も含め15事業者、約2,000人の規模となっている。2004年度は、大阪・神戸で「ちよいのりクラブ」、名古屋で「りんくるカーシェアリング」、札幌で「ウインドカー」、広島で「カーシェア24」などが開業し、ようやく市民にも認知され始めたといえる。

鉄道との交通連携で ドア・ツー・ドアを実現する

交通渋滞や環境汚染などの社会問題を解決するには、都市中心部における自動車の利用をできる限り抑制し、鉄道、バスなどの公共交通の利用促進が求められるが、そのためには自動車のドア・ツー・ドア交通に見合う利便性の高い交通システムの提供が不可欠である。

当社のシステムは、非接触ICカードと無線通信網を使って無人の貸出・返却を行うしくみを採用しており、中心市街地に300～400mごとに車両1台ずつという分散配置もできることが特徴である。自分の事務所あるいは自宅近くのカーシェアリング・ステーションから、マイカーに近い感覚で便利に使える。

当社では、このカーシェアリングシステムを都市内の拠点ごとにネットワーク化し、鉄道、バス、タクシーな



カーシェアリング用電気自動車

どの公共交通と連携させて、図表1のようにドア・ツー・ドアに匹敵するシームレスな新しい交通システムに発展させることを目指している。

国内におけるカーシェアリング普及への課題

ここで問題となるのが、日本における車への所有意識の強さとカーシェアリングの認知度の低さである。車はあくまで移動の足と考える欧米とステータスシンボリックな意味合いを持つ日本では、“車を持たない”ことに対する意識が違う。

加えて、カーシェアリングに対する認知度の低さは、たとえば、「加入しても使いたい時に使えないのでは...」といった誤解を生み、普及への妨げとなっている。会員の利便性と一般への認知度の向上のためには拠点を増やさなければならないが、認知度の低さゆえに会員集めに難航し、拠点を増やしにくいという悪循環におちいりやすい。カーシェアリングの利点をいかに広く理解してもらえるかが今後の課題といえる。

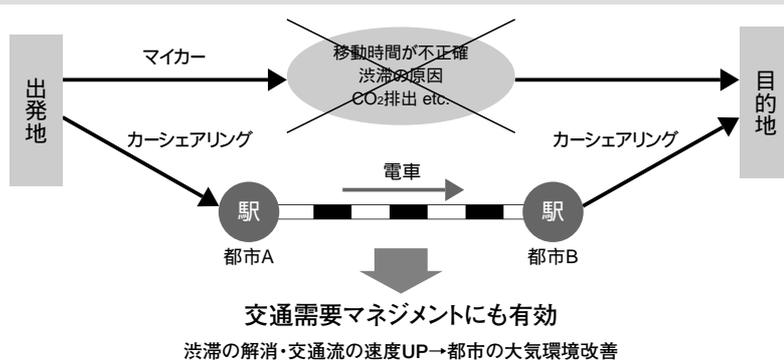
地球温暖化対策としての効果

近年、カーシェアリングは個人的な費用軽減に加え、その社会的効果も重要性を増している。その主なものは、「都市の交通渋滞の緩和」「公共交通機関の活性化」「大気汚染の改善など都市環境問題への対策」「都市の駐車場問題の解消」「地球温暖化の防止」などである。

また、CO₂削減という観点に絞ってカーシェアリングの効果を整理すると、

マイカーと違い、車を使うたびに費用を意識するので車の無駄な利用が減る。スイスやドイツの調査では

図表1 カーシェアリングによる新交通システムのコネクト



カーシェアリング入会后、車の利用が以前の4分の1に減少したとの報告もある¹。

大きな車ほど料金が高くなるので利用者は目的に合わせたサイズを利用する(車のダウンサイジング)。

カーシェアリング・ステーションが都市内の各地に配備されると、目的地まで鉄道を使い現地ではカーシェアリングの車で自由に移動ということが可能になり、公共交通機関の利用が増える。

カーシェアリング車両は共同で費用負担するため、最新の低燃費車両を導入しやすく、1台あたりの使用頻度も高いので効果も大きい。また、マイカーは高年式車が多いのでこれを放棄して入会した場合はさらに効果が上がる。

ドイツ連邦カーシェアリング連盟の調査では、70,000人の会員に対し2,500台のカーシェアリング車両を利用することによって、15,000~20,000台のマイカーを代替し、21,500万kmの走行距離を削減、55,000トンのCO₂を削減したと報告されている²。

見直してみませんか、車の使い方

地球温暖化を食い止めるための国際協定として、京都議定書が2005年2

月16日に発効した。こうした状況の中で、「自分たちで車にかかわる問題を解決していくことはできないのか?」という命題に突き当たる。その解決策の1つとして、欧米では「カーシェアリング」というくみを企業も積極的に活用しようとしている。

社有車、マイカーを所有するためにかかる費用は、車両の購入費用だけでなく、ランニングコストとして保険料、車検費用、駐車場費用などがある。朝から晩まで利用しないのであれば、クルマを置いておくためにランニングコストを支払っているようなものである。こうした無駄を排除することによって、車維持費用の削減と同時に環境保護に貢献できたらこれを実現するのがカーシェアリングである。車両の使い方は、企業によりさまざまであろうが、朝から晩までの占有利用はリース、6時間以上で2~3カ月の短期利用ならレンタカー、6時間以下のちょい乗りならカーシェアリング、とそれぞれを組み合わせ、使い分けることが、これからの賢い車の使い方であり、地球環境改善にもつながるのである。

1 CarSharing - the key to combined mobility (Summary of the Synthesis), 1998

2 ドイツ連邦カーシェアリング連盟ホームページ(ニュースリリース)より
http://www.carsharing.de/seiten/start.html?seiten/presse_3_.php

Eco Frontiers

宇宙から緑を測る～森林成長量計測システム

最もローコストなCO₂削減は、自然の力を借りることだ。

植林によってCO₂を吸収し、バイオマスとして固定化することができる。

それでは一体、植林でどれだけCO₂を吸収できたのか。

今回は、宇宙から撮影した衛星画像を使って森林の成長度合いを測るシステムを紹介する。

京都議定書と森林吸収源

2005年2月に京都議定書が発効したことを受けて、3月末には政府から新たに「京都議定書目標達成計画」が発表された。その中では、1990年比6%の削減幅のうち、3.9%を森林吸収源によってまかなうことが記されている。

森林吸収源とは、森林が固定化するCO₂のことである。植物が光合成の際にCO₂を吸収することは広く知られている。林業では、植物はバイオマス資源として利用されるが、CO₂を吸収して成長したバイオマス資源は、それをエネルギー源として利用しても、それまでに吸収したCO₂を放出するだけなので、新たなCO₂を排出しないとされている。いわゆるカーボンニュートラルという考え方だ。

京都議定書では、森林によるCO₂の吸収方法について、3つの手法を挙げている。過去50年来森林がなかった場所に植林する「新規植林」。過去には森林があったが、1990年以降は森林がなかった場所に植林する「再植林」。ずっと森林が存在するが、持続可能な方法で森林経営が行われている場合の「森林経営」の3つである。

森林が成長したら一部を伐採してバイオマス資源として利用しつつ、再び植林する。こうした持続可能な方法で森林を保全することで、継続的にCO₂を吸収することができる。

森林吸収源を取り扱うためには、森林でどの程度のCO₂を吸収しているかを正確に把握する必要がある。しかし、京都議定書ではCO₂吸収量の測定方法が定められていない。これまでの森林管理は林業中心であったため、木材になる幹だけを管理してきており、光合成する葉を含めたバイオマス量全体を知るという視点での測定方法は開発されなかったのである。

今回、国際航業株式会社が東京大学生産技術研究所、三菱製紙株式会社と共同で開発したシステムは、森林のCO₂吸収量把握に大いに役立つ可能性を秘めている。

“点”から“面”の測定へ

通常、植林地の生育管理は、植林地内の数カ所に基準となる「標準木」を設定し、標準木の樹高や胸高直径を計測して成長度合いを測ることで周囲の樹木の成長を予測し、植林地全体の生育状況を把握する。“点データ”の積み重ねといえる。しかし、この方法は誤差が大きく、予測と実際に伐採したときの木材収量が10%以上違っていることもあるという。予測と収量が大きくかけ離れると、経営が不安定になるため、林業ではこうした予測の不確実性に頭を悩ませていたという。

一方、前述のように、京都議定書ではCO₂を測定する方法が決まっておらず、森林吸収源の評価方法が宙

に浮いた状態となっていた。こうした2つの側面から、森林の量を測るシステムが求められていた。

開発の中心になったのは、東京大学生産技術研究所の安岡善文教授で、国際航業側の担当は瀬戸島政博氏(同社フェロー)と地球環境グループの技術スタッフである。瀬戸島氏が2002年4月から生産技術研究所の客員教授に就任したこともあり、安岡研究室・国際航業・三菱製紙の三者により、植林地の生育状況を空から広く“面的”に計測するシステムの開発に取り組みはじめたのである。

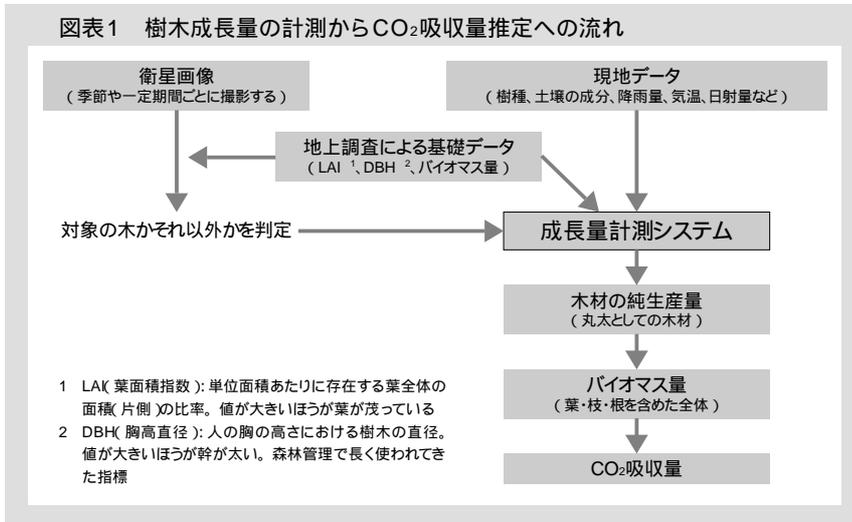
膨大なデータから バイオマス量を予測

この計測システムの流れを図表1に示す。まず、植林地に植えられている樹種や土壌の成分、降雨量や気温・日射量などの気象情報を収集する。さらに、樹種個別の何m育ったらどの程度のバイオマス量になるのかといった基礎データも必要である。

これらの情報に加え、衛星画像により対象地域のどの程度の面積に木が育っているかを見る。衛星からは、可視光線や近赤外線など光の波長を変えて見た場合のデータが得られる。これを利用すると、部分的に枯れている場所を判別することができる。

そして、衛星画像による「対象樹種がどの程度の面積で広がっているか」という情報に、地上で調査した基礎データを組み合わせることで、対

図表1 樹木成長量の計測からCO₂吸収量推定への流れ



図表2 植林地の樹木成長量予測イメージ



色の濃い部分が“茂っている”地域で、色の薄い部分が“枯れている”または“茂っていない”地域

象地域の樹木成長量を推定することができる。図表2に植林地の樹木成長量予測イメージを示すが、木々の“繁栄”が明確にわかる。この方法による木材生産量の予測値は、これまでの実測による方法と同程度の精度があり、現在も改良を重ねて精度向上に努めている。

さらに、こうした計測を定期的に行うことで、樹木がどの程度成長したか、そのバイオマス量がわかり、吸収したCO₂を計算することができるのである。

実際に樹種個別のバイオマス量のデータを集める際には、何本もの木で根から幹、枝、葉に至るまですべての重量を計ったという。これからも、さまざまな樹種にこのシステムを適用していくためには、こうした基礎データの収集が欠かせない。

木1本まで正確に測る

ここまでは、主に樹種の限られた、比較的測定しやすい植林地での話である。しかし、実際の森林吸収源を考える上では、複数の樹種が混在している条件も測定できる必要がある。本来、森というものは多種多様な樹種によって構成され、生態系や多様性も複雑であり、単一の樹種からなる植林地の場合に比べて、より詳細な「空」からの計測技術が求められる。

現在、国際航業では、さらに詳細な生育状況を把握することができる方法を、日本国内で研究している。その方法とは、航空機から地面に向かってレーザを照射し、その反射にかかる時間から対象地域の地面と樹高の2つのデータを取り、樹木1本1本の高さから茂っている度合いまでも、正確に測定しようというものである(図表3)。国立環境研究所や森林総合研究所、岐阜県などと手を組み、それぞれが所有するさまざまな森林タイプで実証研究を進めている。

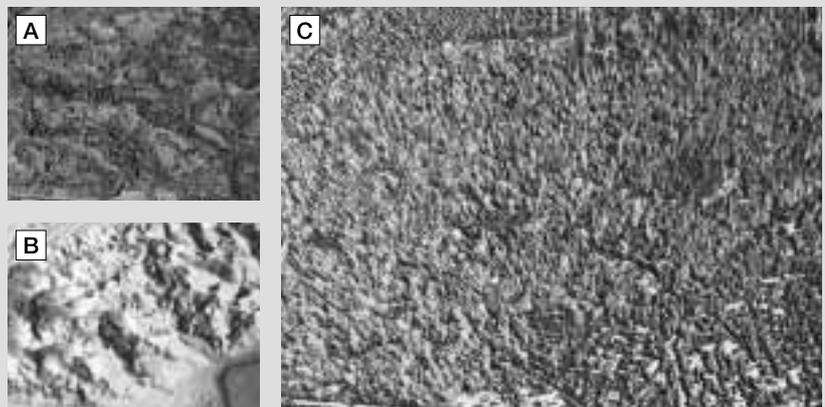
森林吸収源CO₂市場に向けて

国際航業では、衛星画像を利用して測定したバイオマス量から森林が吸収したCO₂を計算し、第三者機関が審査・認証するために必要な定量

的な計測成果を提供できる仕組みをつくっている。認証は、ISO14001や持続可能な森林管理の規格「FSC」などを手掛けている第三者機関などが担当することになる。第三者が審査することで、測定値の信頼性を高めることができる。測定値は、すでに環境報告書などを通じての植林成果の公表や、環境会計での効果測定にも利用されはじめている。

今のところ、京都議定書では森林吸収源のCO₂吸収量を測定する方法を定めていないが、汎用性やコスト面でこのシステムが利用されるようになる可能性は十分ある。こうした森林吸収源の評価・認証が進めば、森林吸収源CO₂についても、CDMなどの京都メカニズムによるCO₂排出権と同じように市場で取引されるようになるかもしれない。

図表3 レーザスキャナによる樹高データの抽出イメージ



実際にはカラーで作成され、色によって高さを表現する。A: 樹高+地盤高のマップ、B: 地盤高のマップ、C: A-Bによって算出した樹高のマップ

眠れる水を呼び覚まし、資源の有効活用を目指す

株式会社ウェルシィ

「水の惑星」と呼ばれる地球だが、我々が暮らしの中で利用している公共水道の水源というのは、地球全体で0.01%に過ぎないダム・河川・湖沼にある表流水と、0.76%の地下水である。株式会社ウェルシィでは環境や防災といった観点から、豊富な地下水に着目して事業を展開している。

顧客ニーズから 新事業への糸口を探る

近年、異常気象が原因とされる水不足や、生活排水や工業排水による水源の汚染など、公共水道を取り巻く環境が悪化していることから、地下水の利用が見直されつつある。

株式会社ウェルシィの福田章一会長は「地球全体でろ過されて深層にある地下水は、ミネラル分を豊富に含んでいるほか、公共水道のように水源が農薬や工業排水などで汚染される心配が少ない」という。同社は病院、スーパーマーケット、スポーツクラブなどを中心に、地下水を上水(水道水)として利用する自家用水道システムの製造・販売を手掛けており、2005年4月末の時点で430件を超える、日本一の導入実績を誇る。

同社はこのシステムを手掛ける前は節電器の販売を行っていた。そうした中で、複数の取引先から水やガスのコストも安くないかと相談を受け、福田会長が地下水に着目したことから、新事業がスタートした。

環境をはじめ、あらゆる面で メリットが期待できる地下水利用

とはいえ、「地下水がいくら公共水道より安く利用できても、安全性に問題があったら事業としては成立しません」と福田会長。

そこで同社は、何度も試行錯誤しながら、地下水を安全な飲料水に変える「地下水膜ろ過システム」を開発した。このシステムは、まず、100～150m

の深井戸を掘り、地下水がある砂礫層から水を汲み上げる。次に、砂ろ過で公共水道の水準まで浄化する。そして、0.1ミクロンの精密な膜で塩素殺菌でも死滅しにくいO-157などの細菌類を除去。これにより、水道法の水質基準をクリアした、安全な飲料水にすることができる。もしシステムに異常が起きた場合には、すぐに公共水道に切り替わる仕組みとなっている。

こうした安全な飲料水を公共水道の代わりに利用すれば、水道料金を大幅に削減できる。また、地下水は1年を通じて18～20℃の水温で保たれており、夏は冷たく、冬は温かい。これを空調などに利用すれば、エネルギーコストの削減、ひいては環境負荷削減にもつながる。

さらに、このシステムは公共水道のように長距離の送水を必要としないので、送水にかかるエネルギーコストなどの環境負荷を低減できる。

そのほか、地下水は防災でも役立つ。もし地震で電気の供給や水道管の寸断など、公共水道が利用できなくなった場合、特に病院などでは深刻な事態に陥る。その場合でも「地下水膜ろ過シ

ステム」は自家発電装置や予備発電装置でも稼働するようになっているため、ライフラインの確保という目的で導入するところも多いという。

大切なのは 資源を有効に活用すること

同社では、雨水の利用や水リサイクル、ソーラーシステムで稼働する「地下水膜ろ過システム」など、水の有効活用を推進するための「中央研究所」を2006年に新設する予定だ。

「水も有限な資源ですから、大量消費をするのではなく、リサイクルなどを含めた、水の有効活用を考えていくことが大切です」と福田会長は語る。

今後の目標として、こうした水を安定供給する技術を活用して、発展途上国を支援していきたいという。さらに、「地下水膜ろ過システム」の省エネ効率の向上やリサイクルできる部品の開発を通じて、設備自体の環境対応を高めたいとの考えだ。

地球全体の環境向上を目指す同社の事業は、今後、水環境に大きな潤いをもたらすだろう。



「地下水膜ろ過システム」の設置例
(神奈川県大和市「南大和病院」)

会社概要

社 名：株式会社ウェルシィ
所 在 地：東京都中央区日本橋茅場町
1-6-12 共同ビル5階
T E L：03-5640-2431
資 本 金：1億3,850万円(2005年4月現在)
従 業 員 数：85名
事 業 内 容：「地下水膜ろ過システム」の製
造・販売・メンテナンス業務、
ならびに水質分析業務
ホームページ：<http://www.wellthy.co.jp/>

小さな風を上手に集め、大きなエネルギーへ

ゼファー株式会社

日本の風力発電量はここ数年で10倍以上に成長しているものの、世界の風力発電総量で見ると、その割合はわずか2%だ。地球温暖化対策からも、クリーンエネルギーのさらなる拡大に期待が高まる。他社が大型風力発電機で事業を展開する中、ゼファーはあえて「小型風力発電機」で事業拡大をねらう。

弱点だらけだった 小型風力発電機

日本の風は季節によって、向きや強さが安定しにくく、地域差も大きい。また、大型の風力発電機を設置できる場所も限られており、日本における風力発電の条件はよいとはいえない。

こうした日本の風況を考慮して、小型風力発電機の専門メーカーであるゼファー株式会社の伊藤瞭介社長は、1997年の創業当時から、発電した電力をその場で利用できる小型風力発電機に着目していたという。

当時アメリカでつくられていた小型風力発電機は、風力を電力に変える発電効率が悪い上、重い・うるさい・壊れやすいなど、多くの問題点があった。

そこで、伊藤社長は2002年から、産学官共同で世界最高レベルの性能をもつ小型風力発電機の開発を目指し、「プロジェクトZ」を立ち上げた。

大型にも勝る世界最高レベルの 小型風力発電機を開発

伊藤社長が「小型風力発電機のマイナス要素をいかに取り除くかを心掛けた」と話すように、このプロジェクトで開発された、新型風力発電機「エアドルフィン」は、従来の小型風力発電機が抱えていた問題点を払拭し、価格や性能でも大きく上回る。

たとえば、標準的な1kWの小型風力発電機は、値段は100万円、重さは80kgというのが相場に対し、「エアドルフィン」は、値段は約30万円、重さは15kgという大幅なコストダウンと

軽量化を実現した。さらに、風速5～8mで発電効率42%以上と、大型の風力発電機を凌ぐ性能をもつ。

また、フクロウなどの猛禽類が音を出さずに飛ぶ羽の構造を風車の羽に応用して、騒音を自社の従来機に比べて50分の1に静音化。極微風下でも1分ごとに6秒だけモーターで羽を回して発電を補助するパワーアシスト機能や、強風時でも連続運転が可能なコントローラを内蔵することで発電量を向上させた。暴風時はオートストップ機能で安全性を確保している。

「京都議定書の発効によって、日本は1990年比でCO₂排出量を実質14%削減しなければなりません。1家庭につきCO₂排出量15%削減を目指して再生可能エネルギーを導入すれば、目標達成は可能です」と伊藤社長。

一般的に家庭での月間電力消費量は約300kWといわれているが、同社の「エアドルフィン」を1台導入すれば、月間電力消費量の約3分の1を削減でき、目標を達成できるという計算だ。

同社では「エアドルフィン」の2005年末発売を目指し、現在、検証作業を進めている。



世界最高レベルの性能を誇る
小型風力発電機「エアドルフィン」

顧客満足の積み重ねが 新たな顧客を呼ぶ

同社では、すでに家庭・学校向けに小型風力発電機と太陽光発電機を組み合わせたハイブリッド発電システムを販売しており、そのシステムは2004年の「日経優秀製品・サービス賞」で優秀賞を受賞している。また、企業・自治体向けにそのシステムと岩崎電気株式会社の照明を組み合わせた街路灯の販売なども行っている。

同社の導入実績は、企業・自治体が最も多く、学校などでも環境教育の観点から伸びてきている。しかし、同社が期待する一般家庭での使用は、まだ全体の15%ほどだという。

現在、増え続けている民生部門でのCO₂排出量を抑制するためにも、一般家庭への普及が、今後ますます重要になってくる。

「エコロジーは楽しくなければ続きませんから、多くのお客さまに風力発電のある生活を楽しんでいただいて、次のお客さまにつなげていきたい」と、伊藤社長は小型風力発電機のさらなる拡大に意欲をみせる。

会社概要

社 名：ゼファー株式会社
所 在 地：東京都渋谷区初台1-51-1
初台センタービル
T E L：03-3299-1910
資 本 金：2億6,199万円(2005年3月末現在)
従 業 員 数：15名(役員含む)
事 業 内 容：小型風力発電機の開発・製
造・販売、メンテナンスおよび
コンサルティングなど
ホームページ：<http://www.zephyreco.co.jp/>

Topics 1 都が業務・家庭での地球温暖化対策を本格化

東京都は、地球温暖化対策の強化を図るため、2005年4月、都条例を改正した。さらに、温暖化対策に先駆的に取り組む企業と連携したプロジェクトを開始している。

東京都における温室効果ガス排出量(2002年度値)は、1990年度に比べ約16%増加している。部門別の排出割合は、オフィスなどの業務部門が最も大きく、以下、運輸部門、家庭部門と続く。また、1990年度からの伸び率でも業務部門が最大であり、次いで家庭部門が大きい。業務・家庭部門における対策は、国においても重点課題となっているが、特に大都市では、その傾向が先鋭的に表れている。

そのため、東京都では、2000年12月に制定した環境確保条例を改正し、2005年4月に地球温暖化対策の強化を図った。条例改正の主なポイントは、次の4点である。

①「地球温暖化対策計画書」制度の強化：CO₂排出量の多い大規模事業所に対し、5カ年の削減対策計画書の策定・公表を義務づけ。計画及び結果について、都が評価しその結果を公表

②「エネルギー環境計画書」制度の新設：都内に供給される電気的环境性の向上を促進するため、供給事業者に対し、再生可能エネルギーの導入目標などの計画・報告の提出と公表を義務づけ

③「建築物環境計画書」制度の強化：新築建築物の環境性能評価基準を強化するとともに、消費者がマンションを購入する際、環境性能の情報を得やすいよう、広告などへのラ

ベルの表示を義務づけ

④家電製品等の「省エネラベリング」制度の新設：販売事業者に、省エネ性能を相対評価したラベルの表示を義務づけ

また、百貨店業界等での共同配送を実施する環境物流プロジェクトや、都内金融機関と環境配慮型金融商品等の開発を実践する環境金融プロジェクトなど、温暖化対策に先駆的に取り組む企業との連携プロジェクトを開始している。

詳しくは、東京都環境局の地球温暖化対策総合サイト

<http://www2.kankyo.metro.tokyo.jp/sgw/index.htm>

Topics 2 日本の生態系の保全に向けて、外来生物法施行

オオクチバスなど1科4属32種を規制対象にした外来生物法が施行された。しかし、実際に外来生物の影響を排除できるか、課題は多い。

2005年6月1日、「特定外来生物による生態系等に依る被害の防止に関する法律(外来生物法)」が施行された。この法律は外来生物による被害を予防するために、日本国内に外来生物を「入れない」、すでに飼育している外来生物を「捨てない」、すでに野外にいる外来生物は「拡げない」という三原則のもとに、いろいろな規制が行われる。

本法律によって規制を受ける生物・植物種は「特定外来生物」といわれ、特定外来生物に指定されると「飼育・栽培」「保管」「運搬」「輸入」が原則禁止になるとともに、国が防

除を進めることになる。

法律に違反すると、個人の場合は懲役3年以下もしくは300万円以下の罰金。法人の場合は1億円以下の罰金になる。

法施行にあわせて第1弾として指定されたのは、1科4属32種にのぼる。代表的なのは、全国の湖沼に広がっているオオクチバスやブルーギルなどのブラックバス類などである。一方で、現状では特に被害事例のないフクロギツネが指定されるなど、選考に疑問が残る点もある。

指定された動物は、ペットとしての飼育の継続にも許可が必要になるほ

か、ペットショップでも販売できなくなるため、手続きや飼育・処分費用を嫌って捨てられる懸念もある。

また、オオクチバスなどのバス釣りに関しては、釣った魚をその場で再放流するキャッチ・アンド・リリースは禁じられていないが、県によっては条例で禁止している場合もあり、注意が必要である。

実際の防除には、地方自治体や各地の環境NGOが活躍することになるが、その活動に十分な予算がない。これからも指定が拡大するが、それらをどのように防除していくか、課題は山積している。

NEWS Head-Lines 2005.04-06

経済

パソコン3R推進センターは、家庭系使用済みパソコンの2004年度回収・リサイクル実績を発表。それによると、2004年度の実績は227,677台。2004年度下期の内訳では、CRTディスプレイ装置48.3%、デスクトップ型パソコン本体38.0%、ノートブック型パソコン9.3%、液晶ディスプレイ装置4.4%となった。(4/11)

<http://www.pc3r.jp/>

環境省は、2005年度から開始する温室効果ガスの自主参加型国内排出量取引制度に参加する34社・事業所を決定した。排出削減を約束する見返りに施設整備にかかる補助金を受け、削減量の達成には排出権取引も行う。(5/17)

<http://www.env.go.jp/>

日本経済団体連合会は、会員企業などを対象に行っている社会貢献活動実績調査の2003年度調査結果を発表。それによると、回答した369社の社会貢献活動支出総額は1,219億円となり、1社平均では前年度比12.2%減の3億3,000万円となった。(6/9)

<http://www.keidanren.or.jp/>

政策

政府は、総合エネルギー対策推進閣僚会議で、風力などの代替エネルギーを拡大し、脱石油の中長期的戦略を推進していくことを決めた。(4/15)

<http://www.kantei.go.jp/>

政府は、京都議定書の温室効果ガス6%削減約束の達成のため、京都議定書目標達成計画を閣議決定した。(4/27)

<http://www.env.go.jp/>

環境省は、地球温暖化防止に国民すべてが一丸となって取り組む「国民運動」を推進することを発表。「チーム・マイナス6%」と銘打ったロゴマークを定めた。また、冷房の設定温度が28度でも涼しく効率的に働ける「夏の軽装」の名称を「COOL BIZ(クールビズ)」に決定するなど集中キャンペーンを実施する。(4/28)

<http://www.env.go.jp/>

残留性有機汚染物質に関するストックホルム条約(POPs条約)の第1回締約国会議がウルグアイで開催され、締約国78カ国のほか、国際機関、非締約国、NGOが参加。条約の実施に必要な手続き規則や財政規則などが決定した。(5/9)

<http://www.env.go.jp/>

環境省は、「廃棄物の減量その他の適正な処理に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための基本的な方針」を改正。国として、初めて一般廃棄物の有料化推進を打ち出した。(5/26)

<http://www.env.go.jp/>

環境省は、2003年度の温室効果ガス排出量をCO₂換算で約13億3,900万トンと発表。これは、前年度比約900万トンの増加で、1990年比8.3%の増加になる。(5/26)

<http://www.env.go.jp/>

農林水産省は、2004年度に行った肥料中に含まれるダイオキシン含有量についての調査結果を公表した。それによると、鉾さいけい酸質肥料、焼成汚泥肥料ともに、環境省が定める基準値より十分低い値となった。(5/27)

<http://www.maff.go.jp/>

経済産業省は、2004年度における家電メーカー各社のリサイクル実績などについてまとめ、公表した。それによると、2004年度に全国の指定回収場所が引き取った廃家電4品目(エアコン、テレビ、冷蔵庫、洗濯機)は前年度比7.2%増の約1,122万台となった。(5/27)

<http://www.meti.go.jp/>

国土交通省は、2004年度下半期の低公害車新規登録台数を公表した。それによると、低公害車の新規登録台数は、全新規自動車登録台数の約69.7%にあたる144万8,859台に達した。(5/31)

<http://www.mlit.go.jp/>

政府は、「大気汚染防止法施行令の一部を改正する政令」を閣議決定した。これにより、揮発性有機化合物(VOC)の基準や測定方法が定められ、規制がかけられることになる。(6/6)

<http://www.env.go.jp/>

技術

シャープは、使用済みの液晶パネルから希少金属インジウムをリサイクルすることに成功した。(5/24)

<http://www.sharp.co.jp/>

大阪府は、間伐材の杉チップを活用した自動車排ガス浄化装置の実用化実験に着手した。木材を用いた自動車排ガスの浄化技術は世界初。(5/27)

<http://www.epcc.pref.osaka.jp/>

産業技術総合研究所は、セラミックス材料を用いた高温用熱電発電モジュールを開発した。800度の高温動作でも性能劣化がなく、工業炉やゴミ焼却場などで用いると、大量に廃棄されている未利用の廃熱エネルギーから発電が可能となる。(5/31)

<http://www.aist.go.jp/>

社会

三菱地所、東京急行電鉄、三菱倉庫の3社が横浜みなとみらい地区で共同開発中の超高層ツインタワーマンション「M.M.TOWERS FORESIS」において、CASBEE(キャスビー)による建築物の総合環境性能評価の最高ランク「Sランク」の認証を取得した。これは民間企業による建築物では初となる。(4/15)

<http://www.mec.co.jp/>

エコツーリズム推進会議による「エコツーリズム大賞」の第1回受賞団体が決定した。大賞は長野県軽井沢町の(株)ピッキオが受賞。(5/20)

<http://www.env.go.jp/>

世界遺産委員会の諮問機関である国際自然保護連合(IUCN)がユネスコに、知床の世界自然遺産への登録は「適当」と勧告したことが明らかとなった。最終的な可否は、2005年7月に開催される第29回世界遺産委員会において審査・決定される予定。(5/31)

<http://www.env.go.jp/>

環境省は、「第13回アジア太平洋環境会議(エコアジア2005)」を開催した。アジア太平洋地域19カ国の環境大臣や国際機関の代表などが出席し、アジア太平洋環境開発フォーラム(APFED)の活動報告と今後の取り組みなどについて活発な議論が行われた。(6/5)

<http://www.env.go.jp/>

BOOKS 環境を考える本

はじめての環境経済学

ジェフリー・ヒール 著
東洋経済新報社
価格2,520円(税込)

著者は、世界を代表する環境資源経済学者で、現在はコロンビア大学ビジネススクール教授である。石油ショックを契機として環境経済学が急速に発展した1970年代より研究を行ってきた。本書は、その教授が一般読者のために書き下ろした入門テキストである。市場メカニズムと地球環境との関係をわかりやすく解説、その有効性を述べる。読み通せば、教授の「環境保全戦略論」をやさしく理解できる。



CSRイニシアチブ

CSR経営理念・行動憲章・行動基準の推奨モデル
日本経営倫理学会CSRイニシアチブ委員会 著
日本規格協会
価格1,470円(税込)

大学教授や研究者、企業人、NPOなどのエキスパートが集結した日本経営倫理学会CSRイニシアチブ委員会の研究成果をまとめたのが本書である。まず「CSR経営理念」を定め、次にCSRを進める際の指針となる考え方を「CSR行動憲章」としてまとめ、具体的な行動基準である「CSR行動基準」を制定することを説く。これからCSR経営理念を策定する企業などの、CSRのチェック基準としても非常に役立つ。英訳併記。



よくわかる電力取引入門

山木要一 著
エネルギーフォーラム
価格1,470円(税込)

本書は、電力取引についての“これ以上ないわかりやすい入門書”である。電力取引の背景や日本の卸電力取引所などについて、まったく知識を持たない人でもわかるように、基礎から丁寧に解説。電力取引がもたらすインパクトについての視点も提供する。著者は「今さら恥ずかしくて人には聞けない」ことがないようにと編集。新たな市場で生き残るための1冊。わかりやすさが口コミでも話題になり好調な売れ行き。



環境書5月度売上げベストテン

ジュンク堂書店(池袋本店)2005年5月1日~5月31日

1	成長の限界 人類の選択	ダイヤモンド社	2,520円
2	センス・オブ・ワンダー	新潮社	1,470円
3	フード・セキュリティー だれが世界を養うのか	ワールドウォッチジャパン	2,625円
4	幻の水素社会	光文社	1,000円
5	地球環境の教科書10講	東京書籍	2,100円
6	地球白書 2005-06	家の光協会	2,730円
7	バイオマス 誤解と希望	日本評論社	1,680円
8	土日で入門廃棄物処理法	日本環境衛生センター	1,575円
9	成長の限界 ローマ・クラブ人類の危機レポート	ダイヤモンド社	1,680円
10	はじめての環境経済学	東洋経済新報社	2,520円

価格はすべて税込

1位は、ローマ・クラブから研究を委託されたドネラ・H・メドウズ、デニス・L・メドウズ、ヨルゲン・ランダースによる共著。9位の30年前に出版された「成長の限界」の続刊で、3月に出版されて以来、環境分野では独走状態である。まだ読んでいない方はぜひ。この時期は入門書がよく売れるが、最近の売れ筋は以前のものより内容が濃厚であるのが特徴。この春は、環境経済学のテキストが相次いで出版され、いずれも好調である。

ECO パートナーガイド



財団法人 日本生態系協会

自然環境は、私たちの生活を支える基盤であり、将来の世代に引き継いでいかなければならない大切なもの。現在、世界の環境先進国では、自然破壊が進む状況を省み、「自然と共存する持続可能なまちづくり」を進めている。

日本生態系協会では、「子どもたちや野生生物が共に生き生きと暮らす社会づくり」の実現に向けた政策提言や、調査・研究、普及啓発などを行っている。

中でも注目すべき活動は、「学校ビオトープへの支援」である。ビオトープとは野生生物が暮らす場所のこと。同協会が先駆けて取り組んできたビオトープの保護や回復を、さらに地域の自然の仕組みを学ぶ環境教育の教材として、学校にも広げていこうというものだ。「全国学校ビオトープ・コンクール」も開催しており、ビオトープの拡大と質の向上を図っている。

また、同協会では「ビオトープ管理士資格試験」も実施しており、ビオトープ事業に携わる人材の育成に努めている。

財団法人 日本生態系協会 Tel:03-5951-0244

〒171-0021 東京都豊島区西池袋2-30-20 音羽ビル

設立:1992年 職員:約100名 会員:32,000人

活動分野:野生動植物調査、まちづくりをはじめ、特定公益増進法人、遺言等における寄付金受入れ団体として、土地の遺贈による地域の自然保護活動のほか、企業の社会貢献活動や遊休地の活用などへの提案も実施

活動地域:日本全国および諸外国

<http://www.ecosys.or.jp/eco-japan/>



法律や制度の制定、改正について提案



全国学校
ビオトープ・
コンクール



「ビオトープ管理士
資格試験」に関する
セミナーの様子

当コーナーでは、環境への取り組みを行っている公益法人やNPO法人などを「エコパートナー」として、紹介してまいります。エコパートナーと一緒に、環境への取り組みをさらに高めていきませんか。

編集後記

東京都が、地球温暖化対策の強化を図るため、2005年4月、都条例を改正し、地球温暖化対策に先駆的に取り組む企業と連携したプロジェクトを開始しています。当社もグループ各社の強みを活かしつつ、東京都との連携を進めていきたいと考えております。(朋)

自宅の近所の小川にアユがあがってくるのが話題になっている。夏には、10cmから15cmの大きさになり、きらりきらりと魚体を光らせながら淵の中を泳いでいる。このアユを狙って時々シラサギも飛来する。そういえば、今夏は近所でホタルの話題も増えた。少しだけかもしれないが、自然が戻ってきている実感を大事にしたい。(英)

環境省が中心となり、冷房設定温度が28度でも涼しく働けるファッション「COOL BIZ」を提案しているのはご存知のとおり。ポイントはノーネクタイだという。慣習を重んじる日本の職場でどこまで広がるのか。ここはやはり各企業のトップの皆さまに率先して「ひと肌」脱いでいただく。そうしたトップの「COOL」な決断が地球温暖化防止や職場環境に貢献するだろう。(吉)

本誌をお読みになってのご意見、ご感想をお寄せください。
また、環境問題に関するご意見もお待ちしています。

本誌「SAFE」はホームページ上でもご覧いただけます。

[http://www.smfg.co.jp/aboutus/
environment/index.html](http://www.smfg.co.jp/aboutus/environment/index.html)

本誌の送付先やご担当者の変更などがございましたらご連絡をお願いいたします。

広報部:早川 Tel:03-5512-2688

SAFE vol.54

発行日:2005年7月1日(隔月刊)

発行:株式会社三井住友フィナンシャルグループ 広報部

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-1-2

Tel(03)5512-2688 Fax(03)3504-8351

監修:株式会社日本総合研究所 創発戦略センター

企画協力:株式会社三井住友銀行 三井住友カード株式会社

三井住友銀リース株式会社

編集:トッパン エディトリアル コミュニケーションズ株式会社

印刷:凸版印刷株式会社

本誌掲載の記事の無断転載を禁じます。本誌は再生紙を使用しています。



2005年7月



R100

古紙配合率100%再生紙を使用しています