

■省エネ・省エネルギーのものを選ぶ

省資源の商品といえば、詰め替え品はすぐ思いつくでしょう。過剰な包装は避けるという消費者の行為が省資源につながるということも分かりやすいと思います。サービスの分野においても、ハンガーを回収するクリーニング店や食事の宅配サービスで容器の回収(使い捨て容器を使わない)という取り組みを始めたところが出てきました。

私たちが環境にいい商品・サービスを提供している事業者を探したり、そういった商品・サービスを選ぶということはどういうことなのでしょうか。

情報誌「グリーンコンシューマー東京」第7号に「グリーンコンシューマー東京ネット」と「(社)日本包装技術協会」が共催で実施したグリーンフォーラムの中で行った永井代表の基調講演の要旨を掲載していますが、レジ袋に触れた発言があります。「レジ袋は年間360億枚消費され、金額に換算すると約500億円、焼却によって発生する二酸化炭素16万トン自動車32万台からの発生に匹敵する」と。

当ネットでもレジ袋に関する調査を行いました。その際に感じたことは、まさか日々の買い物の中でもらうレジ袋が、トータルすると年間300億枚を超える数になるとは思いもしないという人の多いことです。私たち一人ひとりの小さな行為も積み重なると大きいのです。

省エネルギー製品といえば、まず思いつくのが家電製品です。近年の家電製品は各社とも省エネに力を入れています。省エネに関するデータ類も多く見かけるようになりました。しかし、依然として個人が購入の際に比較して選ぶには分かりにくいという状況があります。

東京都環境局地球環境担当の澤課長は「東京都では消費者に省エネ情報が分かりやすく確実に伝わる仕組みづくりを具体化していく」と話しています。適切に選べば、電気料金にすぐ反映します。分かりやすい情報提供仕組みに期待したいと思います。

今後、ますます私たち消費者の声と行動が大きな鍵になります。地球環境を守ろう、地球温暖化を阻止しようと言っても、一人ひとりは何をしてよいのか分からないという人がまだ多いのですが、省資源、省エネルギーの商品を選べばその行為が環境負荷を減らすことにつながります。その選択が企業を動かします。私たちの選択が企業を動かす、当たり前のことですが、考えてみれば結構面白いと思いませんか(安易な買い替えを勧めているわけでは決してありません。念のため)。