

## ■環境問題に取り組んでいる会社のものを選ぶ

私たちは日常、さまざまな買い物をします。スーパーやコンビニ、デパートに行けば、大量の商品が並べられていますが、あなたはの中で、選択して購入するためには、何を決め手にしているでしょうか。品質や価格、デザインなど様々な要因がありますが、グリーンコンシューマーは環境に配慮した商品を選びます。

環境に配慮した商品を選ぶということは、その商品を作っている企業やその商品を置いてあるお店を応援することになります。その結果、今まで環境問題に取り組んでいなかった企業やお店も取り組まざるを得なくなってきた、企業活動のグリーン化が進み、やがて社会全体が環境配慮型社会となっていきます。つまり、私たちの買い物はいわば環境問題に取り組んでいる企業への投票ともいえます。

それでは、私たちは環境に取り組んでいる企業の商品を購入するには、何を手がかりにすればよいのでしょうか。その1つが環境ラベルであり、もう1日は環境報告書です。

環境ラベルに製品・サービスの環境情報です。商品そのものに表示されていたり、広告、カタログなどにマークや文章、データなどの形で表示されていますので、買い物をする時は環境ラベルの付いた商品を選ぶようにしましょう。ただし、「環境にやさしい〇〇です」「自然を守る〇〇です」というような曖昧な表示では有用な環境ラベルとはいえません。

環境報告書は企業の環境問題に関する考え方、取り組み内容や実績、将来の目標などがまとめられた報告書です。カタログのように店頭には置いてないので、各企業に問い合わせるなど入手するために手数料がかかりますが、環境問題に取り組んでいる企業を知るためには、重要な手がかりになります。

環境ラベルにしても環境報告書にしても、私たち消費者が情報を理解し、判断する能力を身につけることが大切です。また、信頼できる環境情報を要望するなど、消費者が関心を持ち、企業とコミュニケーションをすることが重要です。