

環境まちづくりをめざす

あじえんだ

冬

2003

第14号

2003年2月15日発行

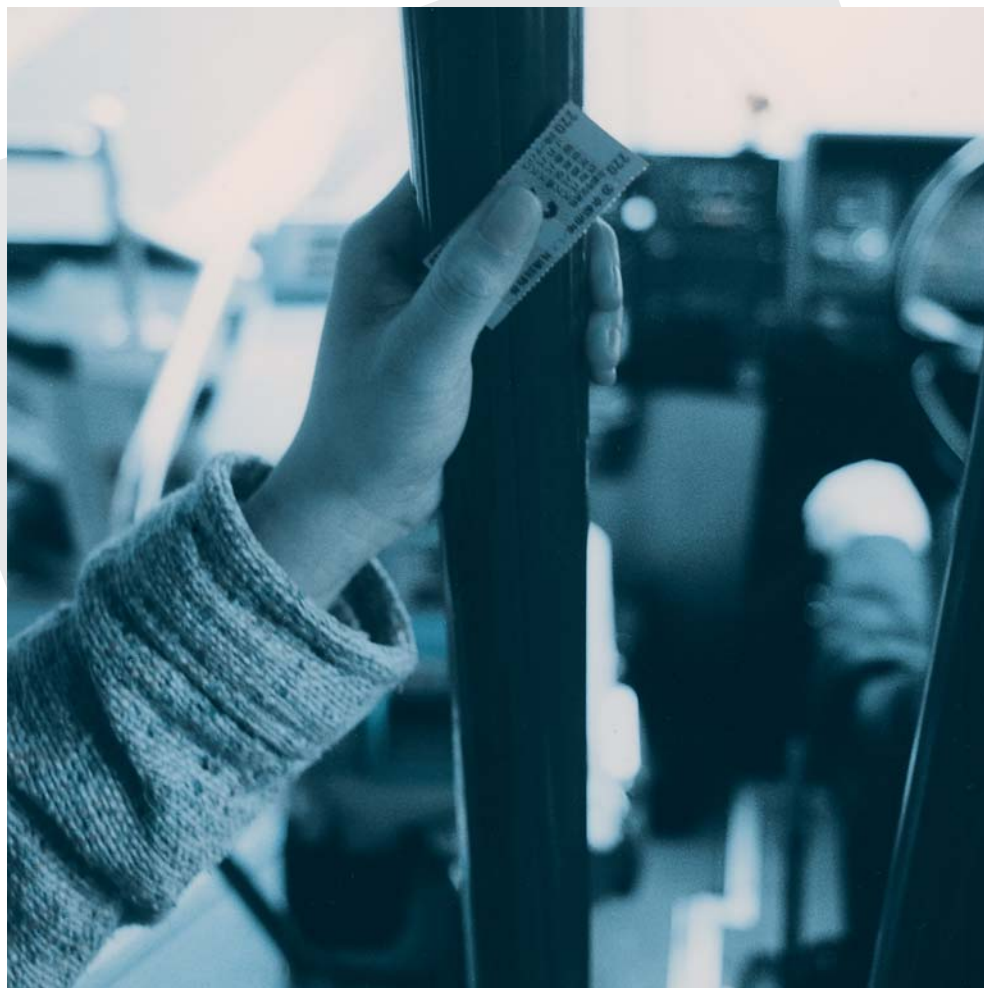


みやこ

京
の
ア
ジ
ェ
ン
ダ
2
1
フ
ォ
ー
ラ
ム
ニ
ュ
ー
ス
レ
タ
ー

「アジェンダ21」とは「21世紀への課題」という意味。

「京のアジェンダ21フォーラム」では、市民・事業者・行政が力を合わせて環境と共生できるまちの姿を描いていきます。



巻頭特集

持続可能な地域社会を築く

グリーンコンシューマーと グリーンエコノミックネットワークの結びつき

アジェンダ見聞録

ローカルアジェンダ21をコミュニティで進める
～ スウェーデン・ヨッテボリ市の取り組み

アジェンダ NOW

ストップザ温暖化 京都議定書応援団

省エネ製品グリーンコンシューマーキャンペーンにご参加ください！
「自然エネルギーワーキンググループ」発足

アジェンダフォーラム会員紹介 ひと・まち・きたる

太田 航平 さん

未来に残したい……
京の知恵

「世界一の実バス」へ

降りるときには「ありがとう!!」。

自分一人のときに別系統が来たら

「行ってください」

を合図しましょう。

会釈しながら「プツ」と

ホーンを鳴らす運転手さんもいて

何か暖かい気分になります。

深く愛されることで

美しくなっていくのは

町の景観づくりの場合と

まったく同じです。

写真 山口洋典

＊詳しくは5ページをご覧ください

持続可能な地域社会を築く グリーンコンシューマーと グリーンエコノミックネットワークの 結びつき

すき
秋本 育生

NPO 法人環境市民代表理事
京のアジェンダ21フォーラム幹事長代理

グリーン購入ネットワーク幹事

グリーンコンシューマー全国ネットワーク代表世話人

日本でグリーンコンシューマー活動が始まってから、10年余が経過した。今日のように、グリーンコンシューマー活動及びグリーン購入活動が、社会的な広がりを見せてくるとは、活動を開始した1990年当時は想像することもできなかった。ライフスタイルを、環境を大切にしたいものにしていくには、生活の入口である買い物から変えていくことが必須であるが、この考え方が社会的に定着しつつあるのが今日の状況であろう。ただ、多くの人の行動になるには、まだまだ多様な取組が求められている。

■先鞭きった「買い物ガイド」

どのような品物や企業を選択すべきなのかを具体的な調査と情報で提供した英米のグリーンコンシューマーガイドが発刊されたのは80年代末であった。私が当時参加して「環境市民」へとグリーンコンシューマー活動を引き継ぐことになった「ごみ問題市民会議」では、このグリーンコンシューマー活動をまず京都でひろげられないかと考えた。英米のガイドは全国的なものであるが、当時の日本の状況や活動の力量から日本で全国的なものを作ることは難しい。しかし日常のごみは日常の買い物から出てくるのだから、京都の人にとっては、京都のスーパーマーケットと生協の店舗が、環境に

配慮した製品を扱っていたり、包装の削減や店頭でリサイクルに取り組んでいるなどの情報は大いに役立つであろうと考えて1年かけて調査設計、調査、本づくりをして作成したのが『買い物ガイドこの店が環境にいい』であった*。日本のグリーンコンシューマー活動のスタートである。

この地域版のガイドブックは私たちが期待した以上に社会的な反響があった。様々な地域の民間団体から、同様の地域版ガイドを作成したいという問い合わせがあり、京都での作成メンバーがノウハウを伝えることや京都のガイドを参考にして、92年から94年にかけて横浜市、川崎市、東海市、東京多摩地域、名古屋市、東京都目黒区などで実際に地域版ガイドが作成された。この地域版ガイドを作成するという活動は、日本のグリーンコンシューマー活動の中心を占めるもので、今日まで各地で広がり、すでに100ほどの地域において自主的に調査し、発行されていると思われる。

■グリーン購入法の制定へ

また、ここ数年、各地の県や市町村等行政においてもグリーンコンシューマーへの関心が高まり、地域での活動リーダーの養成、住民向け講座、キャンペーンなどが実施され、環境市民や率先的な活動をしてきた各地のNGOがその実施に協働して



*グリーンコンシューマーとは
環境に配慮して商品やお店、メーカーを
選択して購入する消費者のこと。

いる。さらに地域版ガイドの広がり
がきっかけとなり、94年には環境
市民から各地のNGOに呼びかけ、
全国の主だったチェーンストア、生
協、コンビニを調査した「地球にや
さしい買い物ガイド」を講談社から
発行した^{*}。このガイド作成をきっ
かけとして「グリーンコンシューマ
ー全国ネットワーク」が97年に結
成された。

このようなグリーンコンシューマ
ーの動きを、行政機関としても実施
できないかと考え、率先して行った
のが滋賀県であった。県が調達する
物品を環境を配慮した物に換えてい
くという活動は、やがて各地の自治
体や企業にも広がりを見せ始めた。
この滋賀県の実践と民間のグリーン
コンシューマー活動が起点となっ
て、96年には環境庁（現：環境省）
のあと押しで「グリーン購入ネット
ワーク」が自治体、企業、NGOが
参加して結成された。

法人単位でのグリーンコンシュー
マー活動ともいうべきグリーン購入
運動は、企業、自治体にも大きな広
がりを見せ始め「グリーン購入法」
の制定へとつながっていった。

京のアジェンダ21は、COP3をき
っかけとして生まれたが、同時にこ
のような社会的な背景の中で作成さ
れ、そしてフォーラムでの活動が始
まった。京のアジェンダ21の5つの
重点課題としてライフスタイルを変

えること、そしてグリーン・エコノ
ミック・ネットワークを築くことを
掲げている。この2つの重点課題は、
グリーンコンシューマーという活動
において非常に結びつきの強いもの
となる。

環境を大切にした商品を消費者が
選択するためには、そのような商品
をメーカーが開発し、流通事業者が
積極的に販売しなければ広がりを見
せない。また逆に企業が環境を大切
にした商品を開発し販売しても、消
費者が反応しなければお終いであ
る。この関係がプラスに回転を始め
れば、社会全体をエコロジーに変え
ていく推進力となっていく。グリーン
・エコノミック・ネットワークは
そのような社会の形成をめざすもの
である。

■京都のネット結成へ

京のアジェンダ21フォーラムで
は、京都工業会のメンバーが中心と
なり、中小零細企業にも取り組みや
すい独自の環境マネジメントシステ
ムであるKESを作成し運営してい
る。幸いにも京都市内にとどまらず
全国各地にこのKESを用いる地域
と企業が増加してきている。このよ
うな環境を大切にしようとする企業
が報われる社会づくりをしなければ
ならない。企業が、企業として持続
可能な発展をしていくためには、そ
の企業の商品、サービスが消費者、

購入者に優先的に選択されることで
ある。ここで消費者の利益と企業の
利益、さらには環境を大切にする社
会的な利益が共存することができる
ようになる。

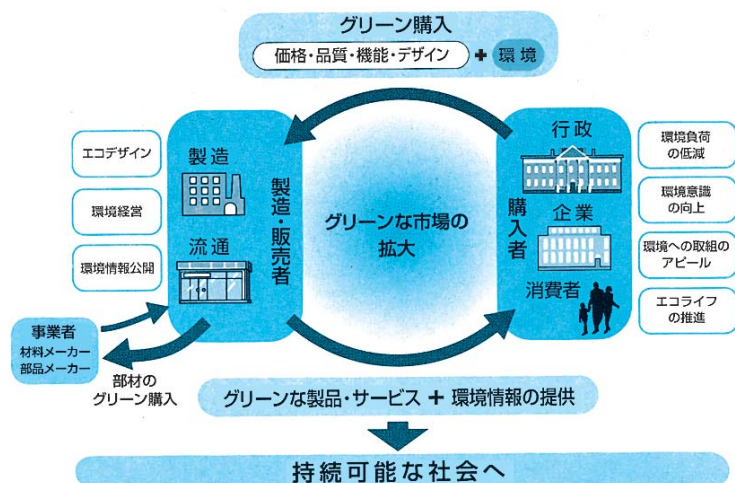
フォーラムでは、来年度からこの
ような地域社会づくりのモデルを作
りだす活動を、フォーラムに参加す
るNGO、市民団体、企業、さら
には京エコロジーセンターとの協働で
開始しようと企画している。また地
球温暖化防止に寄与する目的で、家
電製品のグリーンコンシューマーキ
ャンペーンを同じく多様な参加の枠
組みで開始し始めている（関連記事
6ページ）。

さらには全市的な（あるいは市域
を超えた）枠組みとして、京都グ
リーンコンシューマー・グリーン購入
ネットワークを結成していこうと考
えている。

持続可能な社会をつくりだす基盤
は地域であり、地域において良好な
環境と安定した経済と社会的な成熟
をともに実現していくことが地球全
体の持続可能性を高めていく上で、
必須であると世界のアジェンダ21
にも書かれている。その実現に向け
てグリーン・エコノミック・ネット
ワークの活動は非常に重要であり、
多くの人、団体の主体的な参画が期
待される。

* 京都での地域版ガイドは93年及び99年
にも発行。

* * 全国版ガイドは99年にも小学館から
「グリーンコンシューマーになる買い
物ガイド」として発行



※出典：ひろげよう、グリーン購入。（グリーン購入ネットワーク（GPN））





ローカルアジェンダ 21 をコミュニティで進める ～ スウェーデン・ヨッテボリ市の取り組み

ヨッテボリ市のベリフン地区にはカラフルにペイントされた瀟洒な集合住宅が広がる。この地区が建物の壁への落書きや暴力がかつて絶えなかったとはにはわかには信じがたい。人口46万人のヨッテボリ市には114カ国、57の言語背景をもつ1万3千人の外国人移民が居住する。この地区は特に外国人がたくさん住んでいる地区である。社会不安の原因は60%という驚異的な失業率にあった。市ではこの地区をアジェンダによって最初のエココミュニティとして再生しようと試みた。

■進む住民参加

ヨッテボリ市ではローカルアジェンダ21を積極的に推進している。同時に行政改革でコミュニティの自治・分権を推し進め、21の区への権限移譲を進めた。区にアジェンダ21の責任を分担し、草の根レベル、住民により近いところでアジェンダ21のプロジェクトを行う仕組みをつくった。有給のアジェンダ担当のコーディネーターを民間から雇い、すべての区に配置し(人件費は市の負担)、地区の人々を集めたワークショップで地域づくりへの思いやアイデアを引き出し、コミュニティのアジェンダ(地区環境行動計画)の策定実行を支援する役割を担わせた。このアジェンダ地区住民会議で決まったプロジェクトは住民と行政のパートナーシップで実行されている。市全体のアジェンダ21を統括するリーサ・スンデルさんは、「ローカルアジェンダ21は住民にどうしたら良い地域にすることができるか?とを考えを聞くことから始まる。行政はそのアイデアの実行をサポートすることが大切だ。その意味での政策決定(政治)が住民の近くで行われることで住民参加が進んだ」と語る。

■取組に誇り

ベリフン地区でも、ただの芝生だっ

た団地の敷地にオーガニックな園芸、市民農園をつくるプロジェクトが行われ、住民たちが野菜や花、スパイスづくりに喜々として参加するようになった。部屋に閉じこもりがちだった失業者も生きがいを得て、屋外で地区の人同士が交流するようになった。いたずら書きも暴力も影をひそめた。

その後も市と地区のシリア人団体との協働で、放火で焼失した集会所を環境を配慮した建物に建て替えた。また放火されるのではと建て替えに反対する意見もあった。しかし、シリア移民団体のリーダーが地区住民への教育を通じてエコハウスを大切にする意識がコミュニティに定着し、住民は次第にこの取組を誇りに思うようになる。

恐れていたことは結局起こらなかった。今ではエコハウスには訪問者が絶えない。インタープリターも地区の人が引き受け、エコランチに子どもたちへの環境学習、魅力的なミーティング場所として活用されている。

また、家具や家電製品を集めて修理し、交換するための修繕工房兼販売スペースとなる「循環の家(Returhuset)」が市の住宅公社との協力で団地の一階の一室に設けられ、住民が自主運営している。そこでは新しい雇用を創出するために、失業者にモノの修理再生技能の研修が行われている。ペンキもエコ塗料を使用、古布はカーテンに生まれ変わった。かつて暴力で荒れていた地区は、環境をテーマにした住民参加の活動で生まれた温かい仕事と交流で甦っていったのだ。

■住民主体の環境活動

その他の地区でも、それぞれ個性的な住民主導の環境活動が行われている。古い港湾地区のルンドビ地区では、古い工場の跡地を利用してエコ商

品のクリスマスプレゼントを扱うフリーマーケットが開催された。ツーベサープ地区では、生協や農業大学、市、農民が話し合って、消費者と生産者、流通を密接に結び付ける「地域で生産された食べ物」プロジェクトが実施された。若者たちの参加も活発だ。マイヨナ地区では、市の動きは遅すぎるので若者たちが率先してやろうと、自らが国から補助金を得て独自のコーディネーターを雇い、地区に事務所も構えて率先してアジェンダの取組を行っている。

京都市でも、コミュニティレベルで住民主体の環境活動をどのように促進すべきか、模索が始まった。ヨッテボリ市に学べることは何か? それは行政と地域の橋渡し役となって、住民が協働してアジェンダ活動を計画し、実行するプロセスを支援するコーディネーターの役割と、行政が、区・地域コミュニティの住民が自らの課題として実行する環境にやさしいコミュニティづくり(コミュニティのアジェンダ活動)を、地域に根ざすグループ(NPO)に財政面も含めて委ねていくパートナーシップの姿勢と仕組みである。京のアジェンダ21フォーラムでは、京都でもコミュニティのアジェンダ活動を広げることを目指し、検討を進めている。

京のアジェンダ21フォーラム
事務局チーフコーディネーター
能村 聡



市民が創って大切にしているコミュニティ集会所「エコハウス」

Q 寒い季節、お風呂を沸かすときにもエネルギーや地球温暖化のことが気になります。お風呂の省エネのコツを教えてください。また、最近は「CO₂排出量が5分の1」などどうたった給湯機や発電もできるものも開発されているようですが……。 (左京区 O)

A 風呂やシャワー関係で排出される二酸化炭素は、テレビの4倍にもなります。使い方に気をつけると、それだけ温暖化防止の効果が高いといえます。

最近では省エネの給湯器が開発されているので、買い替えの場合には必ずチェックしましょう。深夜電気温水器はガスや灯油に比べてCO₂排出量が多く、環境に好ましい器具ではありません。ただ「エコキュート」と呼ばれる新しい電気温水器は、ヒートポンプと呼ばれるしくみで外気の熱を上手に利用するため、普通の深夜電気温水器に比べてCO₂排出量が3分の1ですみます。価格は高いですが、NEDOから価格差の半額が助成されますので活用しましょう。もちろん太陽熱温水器も省エネに貢献しますし、冬でも使える性能のいい機器も開発されています。

今あるお風呂で省エネをするなら、使うお湯の量を減らすか、お湯の温度を下げるかに

なります。特にシャワーを流しっぱなしで洗っている人は、止める習慣をつけるようにしましょう。そもそも、本当に風呂に毎日入る必要があるのか、一度考え直してみてください。

(鈴木 靖文 (有)ひのでやエコライフ研究所)
(資料提供ダイキン)

<http://www.daikinaircon.com/catalog/d-catalog/ecocute/dl/index.html>



ヒートポンプ式給湯器「エコキュート」
(左) 貯湯ユニット
(右) ヒートポンプユニット

未来に残したい……
京の知恵

其の拾四、「世界一のバス」へ

「歩く」とともにこの町に似合う移動手段の自転車にとっては、少々つらい冬になってきました。さて他には？となると。答えは一つ、それはバス。

「時間通り来ないし、ノロノロ遅い、座れないし、運転手は不愛想。決まり文句のこの人達の何人が本当にバスに乗っているのだろう。不具合の大半はあなたの愛車に原因があるのです。4メートルもある箱にほとんど一人、チョイと思いついた買物での路上駐車や渋滞の、その間を縫うバスの苦勞が思いやられます。」

かつて、ある交通工学の国際学会で「京都はその大きさ、人々の動きかた、道路の造られかたから、バス交通にとつて最も理想的な都市である」といわれたそうです。海外から言われるまでもなく、バスはもともと京都には最も無理・無駄のない乗り物で、そして素晴らしい良くなり日本一、世界一のものになる資質ももっています。あまり待たず、渋滞にも遭わず、乗り心地よく、もっと安く、かつオシャレになることができます。

そのためにすること。それは断然、もっと乗ることです。私たちがわずか月一回余分に乗ることでバスは黒字になれるそうです。新しい時代の今こそ、自分たちの町の財産として積極的に関わり育てて行くチャンスです。

降りるときには「ありがとう!!」。自分一人のときに別系統が来たら「行つてください」を合図しましょう。会釈しながら「ブツ」とホーンを鳴らす運転手さんもいて何か暖かい気分になります。深く愛されることで美しくなっていくのは町の景観づくりの場合とまったく同じです。

恩地 惇

(会員、環境デザイナー・)

(株)GKK京都取締役社長



醍醐コミュニティバス予想図コンピューターグラフィックス (今春スタートの予定)



京都議定書応援団



「ストップザ温暖化」

省エネ製品グリーンコンシューマーキャンペーンにご参加ください！

地球温暖化防止京都会議・COP3が京都で開催されてから5年経過しましたが、この会議で採択された「京都議定書」も、ようやく今年には発効する見通しです。京のアジェンダ21フォーラムでは、それに合わせて、地域から具体的に温室効果ガス削減を達成するため「ストップザ温暖化・京都議定書応援団」キャンペーンを実施します。

家庭でのエネルギー消費（民生家庭部門）は増加傾向が続いており、地球温暖化の原因の一つとなっています。ストップザ温暖化には、家庭における電力などのエネルギー消費を減らしていくことが大切です。そのために効果的な行動は、家電製品を買い替える際に、できるだけ省エネ性能の高い製品を選んで買うことです。

実際にまちの電気屋さんで販売されている製品のあいだには電力消費量で大きな違い（場合によっては2倍もの差）がありますが、お店に並ぶ商品同士で省エネ性能を比較するための情報提供が不十分なのが現状です。

このキャンペーンでは、CO2削減効果が高い省エネ家電製品の選択的購入を促進するために、実験モデル店として参加いただく京都市内の家電販売店の店頭に並ぶ商品に、省エネ性能の違いを区別できる分かりやすい環境ラベルを表示します。買い換え時にはぜひこのラベルを参考に省エネ度ができるだけ高い製品を選んでください。

この取組のメリットは環境に良いだけではありません。消費者にとっては省エネ型製品はたとえ購入価格が少し割高でも、電気代が安くなり、使用年数を通した機器代と電気代の合計では安上がりになる場合が多くあります。

省エネ製品購入は財布もお得です！

一方、このキャンペーンはメーカーや販売店では利益率の高い省エネ製品の販売促進になります。

市民、事業者を問わず関心のある皆さんはぜひこのキャンペーンへのご賛同・ご参加をよろしくお願いします。

■対象商品 エアコン、冷蔵庫

■実施期間

- ・試行（社会実験） 平成15年3月1日～5月5日
- ・本格実施 平成15年度中の予定

■主な実施内容

- (1) 協力販売店の売場で商品への省エネラベル表示、ポスター掲示、来店者向けちらし配布
- (2) 協力販売店向けキャンペーンマニュアルの配布と研修会の実施。（説明員を派遣）
- (3) 省エネ製品購入キャンペーン広報（協力店リストの公開、マスコミ発表、インターネット発信、ちらし配布等）、学習会、市民シンポジウム等の開催
- (4) 来店者（購入者）の簡単なアンケート調査、協力販売店のラベル別販売実績の報告

■実施方法

業界団体、環境活動団体、行政等による実行委員会を設置し、市民、事業者、行政のパートナーシップで進めます。

（事務局：京のアジェンダ21フォーラム）

※なお、この取組は京エコロジーセンターの調査研究事業として実施されます。

ラベルの見方

この商品の省エネ性能は？

AAA

経済産業省の定める省エネ達成率100%以上の商品をAランク以上とし、更に省エネ基準達成率並びに年間消費電力量に基づき、上下に区分を設けた3つの階で省エネ性能を表示しています。

メーカー名 品番	省エネ基準達成率 205%	年間消費電力量 190kWh
-------------	------------------	-------------------

電気代+販売価格で見てみると！

販売価格	120,000円
12年間※の電気代(目安)	52,440円
※平均的な使用年数	
合わせて見ると	172,440円

省エネ製品の選択は地球温暖化を防ぎます。

●省エネ性能を5段階で表す絵です。葉っぱでエコロジー、エネルギーを表す『e』の字を形作っています。色の濃い葉っぱが多いほど効率の良い製品です。

●このマークがついている製品は、オゾン層破壊の原因となる「特定フロン」も地球温暖化の原因となる「代替フロン」も使っていない製品です。

●省エネ性能をAAA、AA、A、B、Cの5段階で表します。購入するときには、できるだけAの多い製品を選びましょう。（詳細な分類基準についてはキャンペーン事務局または協力店にお問い合わせください）

●販売価格、平均的な使用期間（エアコン：13年 冷蔵庫：12年）の電気代と、これらを合わせたトータルの金額を表示しています。

ラベルはこの店で表示されます！ （キャンペーン協力店舗一覧（順不同））

- フジ電業（右京区）
- 金星電気（上京区）
- ワットムセン（北区）
- イズミヤ白梅町店（北区）
- 新栄電気（左京区）
- コジマ NEW 高野店（左京区）
- 電化チェリー（下京区）
- 谷山無線寺町本店（下京区）
- 田中電気（中京区）
- ニノミヤ京都本店（中京区）
- セオデンキ（西京区）
- マツヤデンキ洛西店（西京区）
- マハタギ電気商会（伏見区）
- 美馬商会（伏見区）
- YAMADA テックランド京都醍醐店（伏見区）
- フジデンキチェーン本部（南区）
- ジャスコ洛南店（南区）
- 溝口テレビ（山科区）

「自然エネルギーワーキンググループ」発足

温暖化防止を進めるためには、自然エネルギーを広めていくことが重要であると、ようやく市民のみなさんにも認識されてきました。また、自宅に太陽光発電を付ける方も増えてきました。京都では、NPO法人きょうとグリーンファンドが、京のアジェンダ21フォーラムのパイロット事業として、市民共同の「おひさま（自然エネルギー）発電所」建設に着手。今年2月には3号機、4号機が稼働をはじめます。

こうした活動をさらに発展させるために、昨年末、自然エネルギーワーキンググループ・京都グリーン電力研究会

を立ち上げました。おひさま発電所建設の中で培ってきたノウハウと成果をマニュアルにまとめること、さらに自然エネルギーを普及させていくための新しい「地域協働型自然エネルギー普及制度（地域版グリーン電力証書）」の調査研究が主な目的です。全国で先進的な取り組みをしている方々の話を聞き、自然エネルギー普及の「京都モデル」が生み出せたらいいと考えています。

自然エネルギーワーキンググループ
(京都グリーン電力研究会)
コーディネーター 林 敏秋



※同じく、ワーキンググループ立ち上げを目指していたえこまわりワーキンググループも、正式に発足となりました。

第3回研究会 日本自然エネルギー（株）正田剛氏を迎えて
1月29日 京エコロジーセンター会議室にて

インターン生紹介

昨年の夏、当フォーラム事務局にインターンシップの学生が3名来られました。活動を通しての感想を報告していただきました。



京都女子大学
現代社会学部3回生
猪坂 理英子さん



京都女子大学
現代社会学部3回生
中澤 浩美さん



立命館アジア太平洋大学
アジア太平洋学部3回生
中井 郷之さん

私はこの夏、アジェンダさんで少しお手伝いさせていただきました。主に、会議にオブザーバーとして参加したり、テープおこしなどをしました。会議はいくつか内容のそれぞれ違ったものに参加させていただいたのですが、「まとまらないなあ。」というのが率直な感想です。自分の意見を通そうとしても、なかなか説得できない、ましてや年齢が大きく違うと、理解してもらうのにも一苦労で、さらにそこから納得してもらわなければならないのです。当たり前のことなのですが、学生同士の会議と違って、企業や研究者、そして地域の人からなる会議というのはそれだけ大変なものであり、まとめる側はそれだけの責任があるのだなあと痛感しました。

7月末からインターンとしてフォーラムの活動に参加させて頂いております。大学では、Sustainable Mobilityに関心を持ち「持続可能な交通に向けた政策と課題」をテーマとして、京都市での取り組みを参考にして研究しています。これまで交通ワーキンググループや公共交通フォーラムなどへの参加、社会実験のお手伝いをするによって、多くの方々の貴重なご意見や議論を聞き多くのことを学ぶことができました。市民の力の大きさや市民、行政、事業者のパートナーシップの大切さ、そして改めて自動車に過度に依存しないライフスタイルや事業活動への変革、環境負荷の少ない持続型都市構造創出などの必要性を実感いたしました。今後も活動に参加し京都がよりよいまちになるように微力ながら頑張っていきたいと思っています。

卒業論文で京都のエコツーリズムを研究しており、HPで検索した京のアジェンダ21フォーラムを訪問し、そこで対応して戴いたコーディネーターの能村さんにインターンシップを直接お願いしました。

仕事はエコツーリズムワーキンググループで使用した資料のコピー・整理から始まり、第3回エコツーリズム実践交流会に参加し、そのテープおこし作業、そしてインターン報告会でプレゼンテーションを行い、最後に当報告会の資料である「京都市観光再生計画（リバイバルツーリズムプラン）—京都アーバンエコツーリズムの提案—」をフォーラムに提出しました。2ヶ月間と短い期間でしたが、自分の今後を左右するくらいの大きなキャリアとなりました。

ひと
まち
きたる

太田 航平 さん

待ち人来る、ではなく「ひと・まち・きたる」。
京のアジェンダ21フォーラムの会員で、積極的に活動
されている方を紹介していきます。



「グローバルな視野に立って環境のことを考えよう」と、国際青年環境NGO『SAGE（セージ）』を立ち上げ、いまは『エコトーン』の中心メンバーとして活躍している。春からは日本初のNPO放送局『京都三条ラジオカフェ』を拠点に、市民への情報発信に力を尽くしたいという。立命館大学4回生、東京都出身。

——前号（秋号）のオクトーバーフェストの記事、楽しく
読ませて頂きました。

ドイツは祭りのごみ対策が先進的だと聞いていたのですが、ごみの散乱、ごみ箱があふれかえる状態はドイツにもありました。でも、使い捨て容器は全く使用せず、売る側も買う側も手間を惜しまずごみの減量に取り組んでいる。それが印象的でした。もっとも、使い捨て容器で飲み物を売ってはいけないという規則が出来る以前は日本と同じような状態だったそうです。

——それじゃ日本でも可能性がないわけではないということ
ですね。いつ頃から、環境問題に関心をもったのですか？

高校生のとき、ボランティアでレゲエフェスの手伝いをして、ごみの量の多さに驚きました。大量消費社会のマイナス面を見せられた感じで、これはまずいんじゃないかと…。COP3の時は泊り込みでオブザーバー参加し、環境問題について何かするなら京都がおもしろいと思うようになったんです。

——それから？

国際的な交渉事がどういう過程を経て決まっていくのか、そのプロセスを知りたい、自分も論議に加わりたい、という思いが強まりました。セージを立ち上げたのは1回生の初め。現在はずっと活動の焦点を絞り、参加者の幅を広げたエコトーンで活動しています。さまざまな環境問題に具体的にに関わり、地域の政策立案や実施に関与していきたい。京のアジェンダ21フォーラムでは「えこまつりワーキンググループ」の事務局を担っています。

——活動してみて得た感想は？

小さいお祭りなら、エコ化はさほど難しくない。でも、規模が大きくなると大変です。祇園祭では時間毎のごみ

調査をしたのですが、減量の難しさを実感しました。でも、露店商の方も自分達の出すごみに困っていて、その処理費用を負担していることがわかったのです。これなら彼らと協力し、事業としてやっていけるのでは—と思っています。

——道が開けて来た感じですね。ところで、平安神宮の
「初詣のエコ化」という実験はうまくいきましたか？

手探り状態で始めたんです。なにせ、飲食店舗が75店、それぞれ800食、それを5時間で消費するというのですから。具体的には、容器の分別回収ステーションを5ヶ所設置して分別回収を促し、消費者自身にトレーの洗浄をお願いしました。案外、協力的な人が多かったですね。トレーはエフピコに、割り箸は王子製紙に引き取ってもらい、再資源化しました。散乱ごみも少なく、とりあえずは成功といった感じ。でも、見直すべき部分も多々あります。さすがに洗い容器ではまだ無理ですね。これからワーキンググループで具体的なやり方を研究していきたいと思っています。

——頑張ってくださいね。これからの抱負、フォーラムへの
メッセージをどうぞ。

『京都三条ラジオカフェ』の開局で、市民の声を広く届けられるメディアが欲しいという思いがやっと形になります。幅広い環境・まちづくり情報を発信し、持続可能な地域を創造していくために一役買えたら…。フォーラムが世代を超えて協力し活動していくためには、もっと若者が必要ですね。幅広くさまざまな活動を経験できる場は学生にとっても貴重ですから、魅力ある企画で多くのの人々を巻き込んでいけたらと思います。

——ありがとうございました。（聞き手・撮影 千葉有紀子）

京のアジェンダ21フォーラム入会のご案内

【年間会費】

一口1,000円を単位として、会員ごとに次の口数分とします。

(1)個人会員 1口 (2)団体会員 2口以上

*会費は郵便振替または銀行振込をご利用ください。

◇郵便振替口座：00960-7-143508

京のアジェンダ21フォーラム

◇銀行振込口座：UFJ銀行京都支店 普通 5468383

京のアジェンダ21フォーラム

【会員の特典】

ニュースレター・各種案内資料の無料送付、ワーキンググループへの参加、主催行事への参加など

みやこ

京のアジェンダ21フォーラムニュースレター 2003年冬（第14号）

発行：京のアジェンダ21フォーラム事務局

〒604-8571 京都市中京区寺町通御池上ル上本能寺前町488番地

京都市環境局環境企画部地球環境政策課内

TEL. 075-222-4037 FAX. 075-222-4039

E-mail. ma21f@mbox.kyoto-inet.or.jp

URL. http://web.kyoto-inet.or.jp/org/ma21f/

企画：同フォーラムニュースレター編集チーム

編集：河村吉宏・佐藤桂子・滋野浩毅・竹村光世・千葉有紀子・能村聡

デザイン・レイアウト：藤本芳一

※このニュースレターは風力発電による自然エネルギーを使用して、古紙100%の再生紙に大豆油インキで印刷しています。

