



日本最大級の環境展示会 エコプロダクツ2012

人々のエコ・環境に対する意識や関心は、日本のみならず世界中で日増しに高まっている。今や企業のCSR活動でも、環境への取り組みを行っていないところのほうが少ないだろう。そんな中2012年12月に行われたのが「エコプロダクツ2012」。昨年の開催で14回目を迎えた、日本最大の「エコ・環境について考えるイベント」を訪れた。

会場である東京都江東区の東京ビッグサイトに足を踏み入れると、広い会場内には所せましと出店ブースが立ち並ぶ。「エコプロダクツ2012」の参加企業・団体の数は711に及び、誰もが知る大企業から中小企業・非営利団体・研究機関・大学をはじめとする教育機関・個人に至るまで、各々がどのように環境に対してアプローチを図っているかを紹介する、まさに国内最大規模の、エコ・環境に関する展示会だ。

企業CSRの一例として、ソニー（株）は、「未来を生きる子どもたちへ、科学のチカラを」というテーマを掲げ、電気と森林の大切さを学ぶワークショップや体験参加型の展示を披露。振るだけで蓄電ができる振動型発電機（スティックジェネレーター）を、実際に使うことで、環境に配慮した発電・蓄電を学ぶことができる。これは、ソニーが50年以上にわたり続けてきた、同社CSR活動の原点とも言える科学教育支援活動「ソニー・サイエンスプログラム」の一環として特別に設けられたワークショップだ。また、2011年7月より、WWFジャパンが行うスマトラ森林保全運動を支援している同社。これにちなんで、実際に現地のエレファント・パトロール隊が使用するデジタル録画双眼鏡を体験したり、

同社新開発の環境教育用ARアプリで遊んでもらったりすることで、スマトラ島の森林破壊の現状や生物多様性について考えるきっかけづくりを提供していた。

誰もが知る大企業が注目されがちだが、中小企業のエコに対する取り組みも興味深いものが多い。東京・杉並区にある物流会社、（株）ウインローダーでは、自社独自のエコ物流「エコランド」というサービスを手がけ、いらぬ家具や家電を1個から回収・買取し、それらをRe-use（再利用）、Re-cycle（再資源化）、Re-arise（再価値化）するという。回収した不用品の中でまだ使えるものは、自社で持っているオークションサイト・リサイクルショップで販売。その中で売れ残ったり、そのままでは使えないと判断されたりしたものは、これも自社で持つ工場「ゼロエミッションセンター」で資源



(c)エコプロダクツ2012



▲ デザイナーの手によってエコでお洒落にリメイクされた椅子。中には不要になったタイヤが入っているという

ごとに分解する。分解した資源は海外でリユースしたり、デザイナーと協業してエコでお洒落なインテリアに蘇らせるなど、自社で一貫した「ゴミゼロ」に対する取り組みが非常に印象的だった。

企業・個人共に、エコや環境に対する興味・関心が高くなってきているとはいえ、実際に何をすべきかというところで止まっている人は多いのではないだろうか。一方で、環境に対する取り組みがなかなか一般に伝わっていない、もっと多くの人に伝えたいと思っている人も多い。同展示会は、そんな人々をリンクさせるきっかけの場でもあるかもしれない。地球温暖化やエネルギー問題など、日本に課せられた議題が多い中で、一人ひとりが自分にできることを考え行動するために…「エコプロダクツ」に参加し、実際に見て・聞いて・触れて、そのきっかけを自分自身で掴むことが大切だ。

PICK UP!

エコプロダクツ



「森を守る自販機」

一般社団法人 フォレストストック協会（※1）が、サッポロ飲料（株）との協力で実現したプログラムで、設置した自販機の売り上げの一部を、森林の保全に繋げるもの。基本的に自販機の設置地域にある森林（一部、東北地方の森林）の支援に充てられ、飲料1本購入あたり約1～4㎡、1年間の森林保全支援が可能になる。左の写真の「〇〇地方」部分には、設置される地域（もしくは東北地方の特定地域）の名前が入り、消費者にも「地域の森を元気にしている」と意識してもらえそうだ。普段の生活の中で何気なく選択しているものから、日本を森林破壊から守る——自分たちの町で「森を守る自販機」を見かけたら、積極的に利用したい。

（※1）森林の持続的整備保全や森林に生きる生物の多様性保守を目的とする団体。規定に沿って、適切な森林の管理・経営が行われていて、生物多様性保全が図られている日本の森林に「フォレストストック認定」を与え、認定された森林において算定されたCO2吸収量を販売。企業がそれを購入することで森林整備保全に携わる人々を元気づけ、保水・浄水や温暖化対策に代表されるような公益的機能を十分に発揮できる、かけがえのない日本の森林を未来に引き継ぐ。森林が有する森林吸収源としての機能を価値化して「CO2吸収量クレジット」とし、企業や国民が購入・利用し地球温暖化防止に貢献してもらいながら、それら販売収益を林業従事者を經由して森林に森林整備として還元する活動を行っている。