



「クールチョイス」

頭取 大道 良夫

フランス・パリで開催された「国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)」は、条約加盟の196か国・地域が参加する2020年以降の地球温暖化対策の新たな国際的な枠組み「パリ協定」を採択し、昨年12月12日閉幕しました。

同協定では、温暖化の悪影響回避のため、産業革命前からの気温上昇を2℃未満に抑えることを目標に明記するとともに1.5℃未満に収まるよう努力することも併記。世界全体の温室効果ガス排出量を今世紀後半には「実質ゼロ」にすることも掲げました。各国は国連に提出した削減目標を5年ごとに見直し、世界全体の進捗状況を検証する義務を負います。

日本政府は、地球温暖化対策推進本部(首相官邸内)が昨年7月17日、「日本の約束草案」を決定し、2030年度に温室効果ガスを2013年度比26%削減する目標を掲げました。しかし、京都議定書の基準年である1990年度比でみると18%減に過ぎず、欧州連合(EU)の40%減に見劣りし、今後さまざまな圧力がかかってくることも予測され、最低限の約束と受け止めています。また、海外ではエネルギー転換をむしろビジネスチャンスと捉え、官民あげて再生可能エネルギーの普及や省エネ技術の開発を進めていると聞きます。

「日本の約束草案」では削減目標を、「産業部門」9.1%、オフィスビルや百貨店、スーパーなどの「業務その他部門」36.0%、「家庭部門」25.6%、「運輸部門」20.1%、「エネルギー転換部門」9.1%と示しました。また、それぞれに「発電効率の改善」「省エ

ネ型や高効率の設備、照明、空調、OA機器の導入」「住宅の断熱性向上」「高効率の給湯器、照明の導入」「家庭用エネルギー管理システムやスマートメーターの導入」「自動車の燃費改善」「次世代自動車の普及」「再生可能エネルギーの最大限の導入促進」などの対策や施策を示しています。

そして、政府が削減目標達成のための切り札として7月から始めたのが、新たな国民運動「COOL CHOICE(クールチョイス)」「賢い選択」です。企業や人々が製造者・生産者・提供者として、また、購入者・消費者・使用者として、さまざまな場面でよりエコな製品・商品・食料品・サービスなどを選択することで、国全体の温室効果ガスの削減を図ろうとするものです。キャッチコピーも「これから目線、で選んでみませんか?」とちよつとおしゃれに。

私は、この国民的な「賢い選択」運動に期待しています。滋賀の経済界では、京都をはじめ近隣他府県の企業さまとともに1998年から「びわ湖環境ビジネスメッセ」を毎年開催。また当年も2008年から「エコビジネスマッチングフェア」を開催し、各企業さまが環境ビジネスで「ニッチでもオンリーワン、ナンバーワン」を目指してこられました。

中小企業こそ、大企業にはできない、個々の取引先、消費者のニーズにきめ細かに応える環境に優しい製品・サービスの提供が可能です。この機に、各企業さまに大輪の花を咲かせていただきたいと期待します。そして、「クールチョイス」を国民的運動として盛り上げていくべく、全力を尽くしてまいります。