

EUからの報告 / 持続可能な消費 ～ 21世紀に欠かせない行動～

欧州経済社会評議会
「運輸・エネルギー・インフラストラクチャー・情報化社会局 (TEN)」局長
エリック・ポンテュー

Eric Ponthieu (エリック・ポンテュー)

ベルギー出身。TENとは、欧州連合の経済・社会政策における諮問会議体である欧州経済社会評議会に属する6組織のひとつ。様々な交通機関や、エネルギー生産、主要交通網等で生じる問題を広く扱う。EUの機関や市民社会等と連携し、新しい政策領域の分析に重要な役割を果たしている。

大量消費社会からの転換

ポンテュー 皆さん、こんばんは。タイトルをご覧になって驚かれた方もいらっしゃるかと思います。日本というのはかなりの大量消費社会ということで知られておりますが、現在の経済後退の状況の中で、皆様に挑発的な意図をもってプレゼンテーションしようということではありません。念のため、前もって誤ったメッセージが伝わらないように申し上げておきたいと思っております。

少し考えてみていただきたいのですが、1980年代、90年代、そして21世紀に入り、日本、アメリカが世界の経済的なリーダー、経済大国であったと言えるでしょう。それには二つの要素があると思っております。一つ目は両国において、イノベーション、つまり、技術革新の文化が強いことでよく知られています。二つ目の要素としては、両国とも国内消費が非常に大きいということでありました。さまざまな機器、エレクトロニクス製品を大量に購入するという状態であったことから

両国の競争力が非常に高かったわけです。

さて、今日のタイトルは「持続可能な消費」です。今日は、経済システムが変わったということ、このメッセージを伝えていきたいと思っております。そして、どのように消費の仕方を変えることができるか、変えていくべきか。また、どのように持続可能性を達成していくかについて述べていきたいと思っております。そして、なぜ、それが必要なのかという点についても述べていきたいと思っております。

EUの行動計画

今日、お話しすることには二つのポイントがあります。一つは、EUの「持続可能な消費と生産に関する行動計画 (The EU Action Plan on Sustainable Consumption and Production: SCP)」について述べたいと思っております。二つ目は、そのためには何をしていくべきか、個人的な見解を述べたいと思っております。

まず、EUのアクションプラン (SCP) で

す。生産開発のサイクルを図示しています。円形に配置していきますと、最初に「天然資源」がございます。矢印をたどっていきますと、「デザイン」、設計があります。「生産」、「流通」、「消費」、「収集」があつて、最後に「天然資源」へと戻っていくというサイクルです。

伝統的には、一番焦点があつていたのが「生産・製造部門」でした。80年代以降、だんだんと無駄のない生産をするとか、実際に使用されたものを再度、回収して再利用するというリサイクルへと進歩してきたわけです。

しかし今日、このサイクルの中で、「消費」の部分に焦点を絞る時期になってきたと思ひます。このサイクルの中で最も影響力の大きい部分は「消費」の部分ですから、この「消費」部分を最適化することが欠かせなくなるわけです。

簡単な例として、電化製品を挙げてみます。電化製品の使用状態として、二通り考えられると思ひます。一つ目は、常にその機器に電源をつけておく。つまり、スタンバイの状態にしておく状態です。赤とか緑の小さな明かりで、「ついていますよ」という印が常についている状態です。もう一つは使わない時には完全に電源を切ってしまうという使い方です。これをやるか、やらないかで、製品サイクル全体をみたときに、エネルギー消費に与えるインパクトは、かなり異なつたものとなります。

EUのSCPアクションプランの内容ですが、基本的な目的が二つあります。一つ目は市場に環境に優しいグリーン製品、グリーンプロダクトがある状況にすることです。しかし市場に製品があるだけでは十分ではありません。消費者がこのような製品を買わな

れば、最終的な目標の結果を得られないわけですから、そのような製品を好むという需要を喚起する必要があります。

そしてもう一つの目的、これは小売り業者とともに取り組むことです。小売り業者は生産者と消費者の間の仲介者として存在しているものです。日本でいえばセブン・イレブンのような業者ですが、彼らが環境に優しい製品を販売するように努めなければならないわけです。

欧州委員会によって2008年7月に成立されたEUのSCPアクションプランに関しては、インターネットで入手することができますので、ここでは詳しく述べません。基本的には4つのメインテーマがあります。「よりよい製品」、「より賢い製品」、「無駄のない生産」、そして「地球規模での取り組み」という、4つです。

開発モデルを変える

さて、今日の話の二点目、持続可能な消費に関する私の個人的なビジョンです。「政治的に正しいビジョン」と書いていますが、なぜかという、多くの人は「持続可能な消費」ということを無視しているわけです。抜け穴があるという考え方があるわけですが、実際には、そうではないということをごここで述べてみたいと思ひます。

現在、我々は危機に見舞われています。最初に金融危機が起こり、そして、経済的危機に見舞われています。しかし、同時にエネルギー、環境、文化にかかわる危機について話をしていくべきではないでしょうか。この危機は5年ごとに起こるような循環的なタイプのものではなく、構造的なものであります。「エネルギー」、「環境」、「文化」の構造にか

かわる危機であるということす。

変革をするためには4つの推進力があると考えています。「公債」に関しては、現在、アメリカやEUで大きく取り組みがなされています。この点においては、日本も、あまりいい状態にあるとは言えません。しかし、それ以外に持続可能な重要な推進力として考えられるのは、「進行する天然資源の枯渇」、「気候変動」、「世界的な人口変動とグローバル化」です。

ここで我々が自問しないといけないのは、現在の開発モデルを変えなければいけないのかどうかということではなく、もはや、現在の開発モデルが持続可能ではないということであり、皆が合意するところだと思えます。実際に我々が考えなければいけないのは、ではいつ、この開発モデルを変えるのかということなのです。

経済危機と環境危機の共通課題

さて、ここで現在の金融、また経済危機になぞらえて、環境の危機についてお話をしていきたいと思えます。このようになぞらえて話をしていきますと、環境問題と金融、経済危機の間に、多くの共通性があることがわかりになると思えます。たとえば一つには、「生態的サブプライム」の深刻な危機が差し迫っていることです。二つ目には、人類は生態的負債を蓄積させていることがあります。世界の天然資源バンクは今のところ黒字ですが、いつまで続くのか。またこの天然資源バンクの資本を取り急ぎ再構成する必要があるのです。

さて現在、世界でも多くの政府、日本政府やアメリカのオバマ政権、EUの政府も、財政再建計画を出しています。各国の財政計画

が適切なもので、実際の制度を変革し、変えていくのに効率の高いものであるかという質問に関しては、おいておきます。すべての側面を包括的に精査し、そして実際に答えを出すには、かなりの時間をかけて議論する必要があると思うからです。

いかなる危機であっても、常にそこには前向きな結果というものが登場してまいります。一つ例を挙げますと、こういう危機があるからこそ、人々がどれだけ大きな挑戦や、どれだけ大きな課題に直面しているかと、を理解するようになるということです。これは欧州委員会の委員長であります Manuel Barroso の言葉です。

私の解決策

さてそうすると、何が必要なのでしょう。少なくとも、解決策の構成くらいは示せると思えます。解決策は構造的でなければならない。また、体系的かつグローバルなものではない。そして、新たな安定した財政状態には新しいエネルギーシステムが不可欠である。この新しいエネルギーシステムの構築のためには新たな生産・消費システムが必要であることと、新たな生産・消費システムの構築には新たな世界的なガバナンスの実現が必要であるということです。

もう一つ申し上げたいことがあります。持続可能性の問題に関して一つ忘れてはいけないことは、経済・社会的な側面があるということです。つまり、環境へのインパクトを抑えた経済を実現しなければいけないということです。これに関して異論がある方はおられないと思えます。経済も大事で、雇用を重視しなければいけません。そういう意味で、再生可能エネルギー分野では雇用を生み

出す大きな経済的な可能性があると思います。また社会的な連関と、その質を重視する経済でなければいけません。つまり、個人を尊重する、大事にする社会でなければいけないということです。そして、国家間や人々の間の不平等を低減する経済でなければいけないということです。限られたリソースを、より多くの人々と共有することを恐れてはなりません。

生産・消費システムの欠陥

さて現在のシステム、現在の経済開発のあり方というものが、うまくいっていない理由は多くあります。その要因を示します。そもそも最初からシステムに欠陥があったのだということを示すパラメーターです。一つ目が「物品、サービスの価格」です。一般的には、環境に優しいグリーン製品というのは汚染する、あるいは公害になるような製品に比べて値段が高くなっているということです。ですから消費者にどちらを選ぶべきかという矢印が示されていないということです。

そして二つ目は、「偏った情報」です。どの製品が本当にいいのかを検知することが消費者にとって難しくなっています。三つ目が、「消費者の固定された行動」です。消費者は常に同じ製品を買ってしまいがちです。その製品が好きだし、その製品に慣れているからということ、一つの製品から別の製品へと変える能力が限定されてしまうのです。そして四つ目が、「バランスを欠く市場」や、「市場が歪められている」ということです。環境に優しい製品を探すのが非常に難しいという状態や、同時に公的部門からの補助金が、汚染をする方の製品に行ってしまうということがあります。そのために市場の歪み

が生じてしまっています。

このような理由から、現在の生産・消費のシステムというのは持続不可能なものとなっています。そして、最終的にはエコロジカルな生態的な問題を蓄積するようになり、温室効果ガス、公害、大気汚染、水質・土壌の質の悪化、資源の枯渇という問題が起こっています。当面はこれらの問題が直接コストのかかる問題として存在しませんが、それが急速に社会のコストとして積み重なっていく状態になるでしょう。

もう一度、この話を別の側面から説明したいと思います。説明の仕方が違うだけで、全く同じメッセージを皆様に伝えようとしています。二つのパラメーター、一つは供給、もう一つは需要についてです。現在、エネルギー資源で考えますと供給が非常に先細っている一方、需要は急速に拡大しています。その理由としては中国やインド、ブラジルという新興国の需要が急速に伸びていること、また日本、アメリカ等、先進国でも需要が依然として変わらず存在する、もしくは拡大することがあるからです。

こういう状況は、すべてのことの重要性をGDPにおいている、そういうシステムの中で起こるわけです。GDPが常に成長しなければいけないというのが世界全体で一つの信仰のようになっています。

そして現在の状況というのが前の世紀に比較して大きく変化してきてしまいました。たとえば、まず気候変動は多くの人が異論を唱えないという状況にきています。実際に起こっていることとして認識しています。これを信じないという人はもはや少数派になっています。二つ目には、自然資源、天然資源の使用可能性ですが、我々は人類史初めて天然資源が枯渇していくのではないかという

状況を目の当たりにしています。三つ目は、エネルギー供給の確保という点でも問題が出てきています。

このような状態に対処するための一つの解決策が理性的、効率的に消費するという事です。即ち、「持続可能な消費」という事です。それについてのきちんとした定義は後ほどしたいと思います。現在、天然資源が希少になっている、そういう経済状態に入ってきていると思います。ですから、より少ない資源で成長し続けるために何をしなければいけないかということを読んでいかなければなりません。

持続可能な消費とは何を意味しているのか、ということです。まず一つ申し上げたいこととして、研究対象としては完璧なものです。すなわち、これまでほとんど研究されていないということです。これから研究していかなければいけない部分が膨大に残っています。

政治的な推進力

さて、これから何をしていかなければいけないのでしょうか。持続可能な消費を押し進めていくための理由は多くあります。まず気候変動です。COP8で、京都議定書で可決されたものより、積極的な目標達成がうたわれることになります。そしてエネルギー消費、これに関しては現在、どんどん拡大しております。天然資源の枯渇、石油やガス、時には水資源に視点を絞りがちですが、実際には地球上で急速に姿を消しつつある他の資源もたくさん存在しています。石油価格の上昇は、他の要素に比べると多少弱いと思います。というのも価格が上がったり、下がったりすることがあるからです。しかしながら、

それも取り組むべき一つとの要素ではありません。

また、とても重要な牽引役として、我々の現在のシステムを変えざるをえないということです。これは経済成長に与える影響を考えると、重要性を持つと思います。現在の状況下ですと、天然資源が少なくなるにつれて経済成長を目指すのが難しくなる。経済成長が少なくなると考えられています。このことをよく考慮しないといけないと思います。現在の状況を研究したものがいろいろあるわけですが、経済学的な研究を例に挙げますと、ニコラス・スタン、彼はイギリスの首相であったトニー・ブレア氏の了解のもとに、作成されたもので、彼は元、世界銀行のチーフ・エコノミスト（英国政府気候変動・開発における経・済担当政府特別顧問）ですが、その研究によりますと、気候変動を管理することができなければ最終的に世界経済に与える損失というのは世界の全GDPの5～20%の損失がある可能性があるのではないかと、そういう報告を出しました。現在、起こっている経済危機の世界の経済にもたらす損失は2～3%と言われているので、これに比較しても甚大な損失を与える可能性があるという報告結果でした。

多くの国では、すでにGDPの計算の仕方を変えていこうじゃないかという取り組みも進んでいます。たとえば欧州委員会におきましても、さまざまなグループが調査を担当してGDPの計算の仕方を新たなものにしようという取り組みをしております。また中国政府もすでにグリーンGDPというものを扱っています。多くの人々や政治家が既存の限りある天然資源をよりうまく利用していくということ、そしてそのあり方を国の収支の中に内在化させる、国の収支の中に天然資源

の利用法について取り込むという形で計算することで、より確実に成長を遂げていけるということに気がつき始めています。

消費の仕方を変えてみる

「政治的に正しい意味での持続可能な消費」というのは、どういう意味でしょうか。それは消費を減らすことなんでしょうか。それは違います。このようなやり方は、どの国も決して受け入れることがないからです。それでは消費の仕方を変えることでしょうか。それはそうだと思います。つまり、より持続可能な、環境に優しい製品を使うということで消費の仕方を変えるということであれば、「イエス」と受け入れられる、ということなのです。

さて、ここからまたいくつか例を挙げたいと思いますが、ここで挙げる例というのは、白黒はっきりつけられるような内容の例ではありません。そこに注意をして聴いていただきたいと思います。状況によっては判断点が変わると思いますので、一つひとつケースバイケースで考えないといけません。

一つ目は、「車の所有を諦める必要があるか」。これは必ずしも、そうではありません。状況によるわけで、5、6人の家族で京都の山の中に住んでいる場合、学校に行ったり、病院に行ったり、ショッピングに行ったりするために車に乗るということになるでしょう。しかし、京都の町中、京都市内に住んでいるということであれば状況は違います。おそらく車は必要ないでしょう。週末に車に乗りたいということであれば、レンタカーにすればいいということになります。二つ目の「より合理的に運転するかどうか」という点では、もちろんイエスだと思います。いまだ

に非合理的に運転をする人はいないと思います。三つ目、「地元産や旬の食材を食べる」ということに関しては、もちろん望ましいわけですが、常に地元産、季節の食材というのが、輸入品より持続可能性が高いかと言うと、常にそうであるとは限らないと思います。

持続可能な消費の意味という質問に対して、量的にも質的にも正確に設定することが大変難しいと思います。そうする場合、きちんとカーボン・フットプリントをすべての製品に対して計算しなければならない。このテーブルも椅子もこのグラスもすべてのものに関してカーボン・フットプリントを設定することになります。これはおそらく不可能でしょう。

また、いろいろなものごとに直面して、どちらが持続可能なのかと考える時、往々にして直観とは反対の結果であることもあります。たとえば食品を例にとって考えてみますと、通常の場合、輸入した食料よりも地元でつくったものの方がより持続可能性が高いと考えがちですが、これも常に正解だとは言えません。科学誌に発表された一つの研究結果があるのですが、イギリスでトマトを食べる場合、イギリスで栽培されたトマスを食べるよりも、スペインで栽培されたトマトを輸入して食べる方が持続可能性が高いという結果が出ました。というのも、スペインでトマトを栽培する時にはビニールハウスをつくる必要がありませんので、輸送量をかけて持ってきたとしても、イギリスでトマトをビニールハウスに暖房を入れて栽培することを考えると、温暖化ガスの発生という点では実はスペイン産トマトの方が、発生量が少ないということでした。

お手元にお配りしておりますプリントの

最後の部分だけ取り上げたいと思いますが、森林伐採による二酸化炭素吸収損失分、これと道路交通から生じる二酸化炭素の排出量は、ほぼ量として均衡しているということです。

飛行機を使うということも環境にはあまりよくありません。ブリュッセルから京都へ片道フライトで飛ぶと、一般的な家庭で1年間、暖房をつけるのと同じくらいの温室効果ガスを出してしまうということです。

これも情報化社会という観点から見たものですが、大変驚くべき内容となっております。グーグルでの一回の検索が環境的なコストがかかってくるということです。そのコストは「ささいなもの」どころか、非常に甚大なものです。情報社会の中ではサーバが使われております。これは、大きな機械ですので、電力消費も大きく、また、冷却しなければいけません。そういう情報機器を使うことによって使われるCO₂の排出量というのは飛行機のフライトと同じくらいになるということです。

もしも、世界の需要がアメリカ並みに拡大したら

ここで皆さんの注意を喚起したいのですが、もし現在の我々の社会が20年前と比べて持続可能性が喪失しているといえるならば、それは、需要が拡大してきたからだと言えると思います。

このところは先進国にも当てはまるわけですが、それ以上に新興国、発展途上国における需要の拡大も大きな要素となっております。

先進国での消費活動は、ほとんど自分の存在意義と同じ意味を持つところまで来ています。多くの夫婦にとって、家族にと

って、消費するというのが生きていく中の主要な活動になっているというのが先進国での状況だと思います。しかし消費とGDP、そして幸福度の相関を見てみますと、非常に著しい結果が出てきています。裕福になったからといって、必ずしもどんどん幸福度が増すということではないようです。縦軸が幸福度、横軸が人口一人あたりのGDPとなっています。この表は二つのグループに分かれるということがわかると思います。一つはGDPがそれほど高くないグループ。このグループ内では幸福度のレベルがさまざまに分かれています。しかしもう一つのグループはGDPが高いわけですが、しかし幸福度に関して横ばいになっている。どうも、消費と比例して、幸福と感ずることではないようです。富を手にしたとして達成される、感じられる幸福度というのは、ある意味で飽和点があるということを示しているようです。

また現在のシステムでは、我々はむりやりにでも消費をせざるをえない状況になっています。たとえば航空機を使った旅行が増え、地元のマーケットで異国の食材が入手できるようになっていることです。また自由時間が世界的に増えていることもありますが、ヨーロッパでは休暇が長くなるということでは、このことについては、ほとんど世界のリーダーだと言えると思います。また国によっては負債を負ってまで消費をするという行動を見せています。たとえばアメリカやイギリス、スペインなどです。

この状況を見てみますと、グラフでもわかるのですが、どうもアメリカモデルを皆が追求しているという状況があるようです。車の所有の傾向を見てみますと、アメリカでは10人あたり8台の車が所有されています。日本においては10人あたり3台。EUは

1995年～2005年にかけて車の所有が急激に増加し、現在では10人あたり5台の車の所有となっています。アメリカのように10人あたり8台という状況になるのでしょうか、それとも、すでに車の所有が飽和点に達しているのでしょうか。

個人のライフスタイルを見直す

さて、これまで長年にわたって一般的に「消費システムを変えるのは個人では無理だ」という感覚がありました。「消費の制度を変えるには産業の力が必要だ。政府とか当局の力が必要だ。誰か自分たち以外のものが制度を変えるんだ」という感覚があったわけです。しかし、今は個人が何かをやらなければいけない、そういう時代に入ってきたと思います。外出する時には必ず電気を消す。こういう小さなアクションが何万と積み重ねることによって非常に大きな影響を生んでいるわけです。なぜ大きなインパクトを生むのか。それは個人が大変重要な力となるからです。我々は大きな責任を持っています。EUにおいてGDPの60%は家庭の消費から創出されています。この数字は日本でも同じです。GDPの大半を我々個人の消費がつくりだしているということ、そして温室効果ガスの50%を創出しているのも、また我々個人、家庭であります。ですから非常に大きな責任を負うとともに、我々は変化を起こすための大きな力も持っているということなんです。つまり、責任のある行動をとっていかなければならないと思います。

また、「もったいない」という考え方をより使っていく必要があると思います。うまく発音できたかどうかわかりませんが、では、こういう持続可能な消費をどのように測定

していけばいいのでしょうか。よく知られた指標としてあるのが「エコロジカル・フットプリント」と呼ばれるものです。

これは、あなたが国であっても、あなたが勤める企業であっても大学であっても構わないのですが、そういう組織や個人の活動や生活によって使用され、排出される天然資源を再生するために、どれくらいのエリアが必要なのかを示す指標です。通常、ヘクタールで示されます。

現在の世界人口、生態系の状況を見てみますと、現在の生態系では、もはや資源を生み出すことはできない状態にまで入ってきていると考えられています。そういう条件を持つてくると、世界の居住者一人あたりに与えられているフットプリントは2.1haとなっています。しかし、実際に消費をしているのは一人あたり2.7haということで、30%ほど過剰消費をしてしまっている状況です。

もしヨーロッパの人のような生活を世界中の人が皆やりたいとなりますと、地球は5つ必要です。アメリカ人のライフスタイルを世界人口全員が踏襲しますと、地球が9.4個必要です。日本人のライフスタイルですと、ヨーロッパと同様で、地球が5つ必要です。

全体的に言いますと、エコロジカル・フットプリントというのは年々増加する傾向にあります。ただ例外もありまして、ドイツでは近年、エコロジカル・フットプリントの削減に成功しています。主な理由としては再生、再利用可能なエネルギーの部門が急速に拡大しているということがあります。

環境理解と需要のギャップ

冒頭に申しました質問を覚えておられるでしょうか。これから数年間において、今よ

り少なくなった、より少ない資源で、現在と同レベルの富を我々は享受することができるのでしょうか。

持続可能な消費というのは一見するとシンプルな話のようですが、実際に導入しようとする大変に複雑なものであります。

なぜこれほど持続可能な消費は複雑なものなのでしょう。それは需要ということが大きな役割を果たしているからなんです。この需要というのは、我々の行動、我々の環境に対する理解であるとか、また政策とは独立して動いてしまうものであります。

また非常に状況が曖昧で白黒ははっきりしにくい内容であることも理由です。2007年に発表された研究結果は、ある意味で衝撃的な内容でもあったわけですが、こういうことを言っております。ある特定の状況においては、ある店に車で乗りつけるよりも歩いていく方が環境へのダメージが大きいということなんです。これは非常に特定の状況においてのみ真実なんです。たとえばたくさん肉を食べて店に歩いていく場合は、環境に優しい車に乗って肉を食べないことと比較しますと、肉をたくさん食べて歩いていくことの方が温室効果ガスをたくさん排出していることになります。

持続可能な消費を達成するために、どういうことが障壁になっているのでしょうか。まず一つは、社会においては消費というものが社会的な地位と密接にかかわりあっているという状況があるわけです。ある社会においては、人々に認知される、有名になるということをするためには、たとえば美しい車に乗ってなければいけないというような状況があるわけです。

もう一つ、リバウンド効果ということがあ

ります。技術の改変が達成されたことにより、行動が変わってしまったということです。ケータイの出現が、それにあたるでしょう。また、「Jevonsの逆説」というものですが、実際には資源利用の効率を高める技術改善が達成されたにもかかわらず、そのことによってトータルで見ると資源の利用が増えてしまったというパラドックスも存在します。一つの例として挙げれば、燃費のいい車を購入した。燃費がいいので、より消費する、より頻繁にドライブをしようとなってしまった、最終的には資源利用が増えてしまったというようなことです。最後に偽善ですが、これは大変に重要です。正しい情報を持っているとしても、博識であったとしても、必ずしも正しい行動をとらないということ。情報をよく知っていたとしても社会的なチャンスを最大化する行動に出てしまう人がいるということです。

一つの例を挙げますと、スイスやドイツには自動車の所有しない「カーフリーハウジング」、自動車を使用しない住宅があります。ある住宅地なんです。そこに居住したい時には自動車は所有しませんと契約書にサインしなければいけません。しかしながら研究の結果によりますと、カーフリーハウジングに居住している人々は、他の人々に比較して飛行機を使う機会がより多いということなんです。自動車を所有しないことで金銭を節約して、その貯めたお金で飛行機に多く乗るということなんです。

過去の文明に学ぶ

こういう政策を成功させるために中心的に重要となってくるのが、いかに構造を変化させることができるかということです。

UCLA の教授である Jared Diamond 氏が行った研究によりますと、彼は過去の文明を研究して、なぜ過去の社会は崩壊したのかという理由を探っていきます。たとえばインカ文明、マヤ文明、イースター島に住んでいた人々の社会がいかにか崩壊したのかということの研究して、最終的には5つの原因があると結論を出しています。その原因の一つに「行動を変えることができなかった」ということがあります。

イースター島でどういうことが起こったか、と言いますと、いくつかの異なる部族が生活していたのですが、部族間で最も美しい木の像をつくる競争がありました。イースター島においては、木は非常に重要な資源で、家をつくる、漁をするためのボートをつくる時に使う必要なものだったわけですが、美しい像をつくるという競争があるために、どんどん木を伐採してしまっただけです最終的には最後の木まで伐り倒してしまっただけです。イースター島に住んでいた人々、社会が姿を消してしまっただけです。知識としては、これを続けていくと自分には死が来るだろうということもわかっていたけれども、しかし人間の社会には行動を変えることができないということがあるようです。

では、こういう話を今日の状況になぞらえてみるとどうでしょうか。多くの類似点があるのではないのでしょうか。専門家たちの多くが、「グリーンランドにある氷原が溶けてしまうと最終的には世界の海水面が7m上昇する」と言っています。世界人口の50%は沿岸地域に居住しているにもかかわらず、多くの政府や人々は専門家の警告を無視しているわけですね。

大事なのはアクションの組み合わせ

私のプレゼンテーションの最後の部分として、これから導入できる措置、アクション、政策などについてお話をしていきたいと思っております。これらのものは新しいものではありませんが、その組み合わせというものが新しい点だと思っています。

まず一つ目。教育やトレーニング。これが有効であることは皆さんおわかりだと思いますが、これを若い時から始めることが重要だと思います。子どもたちは親の行動を変えるのに大きな可能性を持っています。この問題をコミュニケーションする、その使い方を、これから変えていかなければいけないと思います。単にメッセージをメディアで流したり、人に伝えたりするというのではなく、何か違うやり方で伝えていかなければいけないでしょう。また一部の人にのみ伝わるようなやり方ではなく、全員にメッセージが伝わるようなコミュニケーションをとっていく必要があります。

メーカーの協力も必要になってくると思います。環境に優しいグリーン製品やグリーンなサービスを使うことがトレンドであるという認識を生む形で情報を伝えていかなければいけません。変革を起こすには個人、個人が変わっていかなければいけません。しかし、その変化というものを教育することはできないのです。個人、個人が自分の意思で、そのような決定をするように仕向けていかなければいけません。よりよい情報を消費者に与えることで消費の行動に変化を起こせるという例はすでにあります。表示・表記による EU の試みとしては、電気製品に A～G のラベリングをしています。またカーディーラーなどでもプライベート車の

CO₂の排出量が情報としてわかるようになっていきます。またイタリアではスマートメーターを取り入れていまして、与えられる情報をもとに消費者が決められるようになっていきます。またイギリス、フランスにおいては食品や輸入製品に関して、パイロット事業としてラベリングの方法を提供しています。

もう一つの取り組みとして税制、価格体系を変えていくということです。汚染を引き起こす製品よりも、環境に優しい持続可能な製品の方が安いという価格体系にしていかなければなりません。物品価格やサービスの価格に対して、外部コスト、つまり、社会的コストとして負担をかけているコストを内在化させていき、物品サービスのコストに組み込んでいくということが必要になると思います。現在、EUでは労働にかかる税金が高い状況にありますが、課税対象を労働から汚染、消費の方へと移していかなければいけないと思います。そしてこのような取り組みをしながらも、しかし最終的な製品の価格は今と変わらないところで維持していくことが望ましいと思います。また、こういう変革を起す時に、情報が明確に消費者に伝わるようにしなければいけないと思います。この製品の価格の30～40%は汚染している製品だから、この値段なんですよ、ということを明確に消費者に伝えることが必要になると思います。

もう一つが金融制度の改革であります。現時点はアメリカのドルが世界の機軸通貨として存在しています。このことによってアメリカの人々は大量消費ができるようになっていくわけです。彼らが大量消費をすることによって、我々の持続可能なシステムが圧迫を受けているという状況です。なぜ彼らはそういうことをできるかというと、日本の方であ

れ、中国の方であれ、我々がアメリカに対して基軸通貨を持っているアメリカに対してクレジットを提供してしまっているからです。その結果として、アメリカの人々が過剰消費をしてしまっているわけです。大きなトラックに乗ったり、長距離を運転したり、大量の食品を消費したりしているわけですが、彼らの消費行動を支えているのが、ドルで貯蓄をしている、その他の国々の人々、たとえば中国人や、ヨーロッパ人や、日本人であるということなんです。

GDPの計算方法の改革も考えられます。エネルギー効率、持続可能な消費を勘案した新たなGDPの模索です。現在、そういうことが取り組みとして行われていますが、一例を上げますと、自然災害が起こったとします。そうするとすべてを失ってしまったので、彼らは製品や物品を購入したり、新たなサービスの契約をしたりするわけです。そういう活動によってGDPが拡大しますが、実際には同時に生態系が資源を生み出す能力を下げている、そこに影響を与えているということでもあるわけです。GDPを計算するときには、そういう面うまく表現するようにはしなければいけないと思います。本当にどれほどダメージを与えているのかも勘案したGDPであるべきです。そしてこのことによって環境に与えるインパクトを下げていく必要があると思います。

さて5つ目の取り組みですが、これは製品の消費からサービスの消費へとシフトしていくということです。都市に居住している人は自動車を所有する必要はないと申しましたが、自動車の所有から自動車の利用、もしくはレンタルにシフトしていくことには、天然資源の利用の削減という点において大きな可能性があると思います。ヨーロッパではド

イツ、フランス、スイス、オランダなどでカーシェアリングが爆発的に拡大しておりますし、またフランスのパリでは無料の自転車使用のサービスが起こっていきまして、これもいろいろな場所に広がっております。こういうことは大きな可能性を持っていると思います。

6つ目の取り組みですが、ICT（情報通信技術：Information Communication Technology）を活用していくということです。情報通信技術は、うまく利用すればエネルギーの節減につながるわけですが、一つ常に念頭においておかないといけないのは、ICTは温室効果ガスの排出もしているということです。インターネットサービスが温室効果ガス全排出量の2%を占めているという話もあります。ICTというのは解決策でもあり、同時に問題でもあるということです。しかしエネルギーの利用の節減の意味でICTをさらに改善して、うまく利用していく必要はあるでしょう。

7つ目。これは皆さんも、相殺スキーム、オフセットスキーム（カーボンオフセット）を聞いたことがあるかと思います。たとえば飛行機を使って旅行した場合、その時に排出してしまった温暖化ガスを相殺するために環境に優しい製品プロジェクトに投資をしている会社からサービス券、証書を購入する。これによって自分が排出した温室効果ガスの相殺をする。原則的にはこれはいい考えだと思うんですが、しかし、そもそもガスを排出しないことが重要だと思います。もう一つ確認しないといけないのは、実際にこのスキームで証書を購入する場合、払ったお金が、必ず環境のためになるものに投資されているかどうか認証を受けたプロジェクトに投資しなければいけないということだと思

います。

最後に、8つ目の取り組みですが、情報通信技術が果たす役割については先に触れましたが、技術全体のことを含めると、エネルギー、資源の消費を削減することかできる技術というのは多く存在しています。たとえばどこかに輸送する、移動する必要がある場合に、どういう移動手段があるかを前もって、きちんと調べて、実際にある手段のみを使って、それにタイミングを合わせて移動するという必要があると思います。それが、ITS（インテリジェント・トランスポーティング・システム）という考え方ですが、交通渋滞を避けて移動することを可能にするシステムです。交通渋滞を避けることによって温室効果ガスの排出をできるだけ削減しようということとして、このような形で時間やエネルギーの消費、最適化をすることで、かなりダメージを減らせるということです。

3つのメッセージ

結論ですが、3つのメッセージをお伝えしたいと思います。一つ目には、人口が増加し、天然資源の量が減っている社会においては、今後、持続可能な消費というものが義務になってくるということです。二つ目は、持続可能な消費というのは、一見、簡単そうに見えますが、実際に導入しようとするとき非常に複雑なものであるということです。そして3つ目は持続可能な消費を実現するには、我々一人ひとりが果たす役割があるということです。これを実行していくのは産業でもなければ、運輸の部門でもなければ、誰か他者がやってくれるということでもありません。我々が一つひとつ果たしていく役割があるということです。ご清聴ありがとうございました。

司会 どうもありがとうございました。それではご質問があれば会場からお願いしたいと思います。

質問 経済学研究科です。物流の仕事をしておりますので、この話はすごくためになりました。二つ質問させてください。スマート・ロジスティクスが大きなインパクトを与えるとのことですが、その意味を教えてくださいたいと思います。

二つ目は ITS について。日本で ITC が浸透しないのですが、ヨーロッパで浸透しているのか、浸透している例があれば教えてくださいたいと思います。

ポンテュー スマート・ロジスティクスについて、私見では電子的に管理を行うというふうに考えております。この部門の専門ではありませんが、物品を輸送する時にトレースする、トラッキングすること、これを電子的に行うということです。どのような形態のものであっても、ヨーロッパの湾岸地域を通過していくこともあると思いますが、どのようなタイミングで、どのように、いつ配送が完了するかを常に監視することができるシステムだと思います。これを行うことによって配送の最適化を行う。それによって大きなエネルギーとコストの節減ができるように思います。サプライチェーンの中で生産から仲介業者、小売り業者から消費者の手に渡るまで最適化することのプロセスの一つのあり方だと思います。

もう一つ ICT、情報通信技術を使うということは貨物の状態を常に測定する、管理をするということだと思います。たとえば家畜を輸送する場合、その健康状態とか状況を管理できるということにつながると思います。また、国境を越えて貨物が輸送される時、電子的な書類によって処理していくことでロ

ジスティクスがスムーズに行くのではないかと思います。

ITS について、さらに申しますと、この技術というのは広がってまいりませんでした。しかし、今では、非常に現実的になってきました。EU に関しては特殊な問題がありまして、27 カ国が集まった寄り合い所帯であることは、27 の産業コンソーシアムが存在しているということで、それぞれの国で自分の企業のシステムを使ってほしいと、たとえばドイツだとシーメンスのシステムを強く推してくる。多くのシステムが国別、地域別にカウントされてしまう状況になっている。そういう意味で、異なったシステム間の互換性が一つ問題になっています。国境を越えての移動が難しくなっているわけで、バス、トラックで使用している自分の国でのシステムが、隣の国に入った時に、このシステムがうまく認識されるかということに問題があります。しかし、EU では今年はじめに「ポート計画アクションプラン」として、ITS について確立いたしました。これは産業が、国や地域別にバラバラになっている状況を EU レベルでまとめていこうという取り組みで、認証システムとして新しい一つの標準を決定したということです。

質問 ありがとうございました。ヨーロッパだけではなく、アジアでも標準化していけたらいいのではないかと思います。

質問 若い方がカーシェアリングを活用しているということですが、ヨーロッパで導入が進む前と現在では、もともと車を所有する人の割合が多かったのが下がったのか、所有が少ない状態から進んでいったのかということについて教えてくださいたいと思います。

ポンテュー 確かにヨーロッパのある地域

においては、相対的にカーシェアリングはかなりのスピードで拡大しております。残念ながら、まだ車の保有に関しては大きな影響には至っておりません。まだカーシェアリングの市場がバラバラに散らばった状態ですし、比較的に小さなものであるという理由からです。

しかしこれは大きな可能性を秘めていると思います。特に都市市民にとっての可能性は大きいと思います。ある研究結果によりますと、レンタカーやカーシェアリングの制度を使う方が車を所有するよりも金銭的にはメリットがあるという結果が出ています。1年に車を使う日数が100日以下である場合は、レンタカーの方が財政的にはメリットがある。ある研究によりますとEUにおいてはカーシェアリングをする場合、1日あたりの車にかかるコストは5ユーロですが、車を所有した場合、1日あたり50ユーロになるということです。これだけの金銭の節約することができれば、他の活動に充てることができるわけです。1台のカーシェアリングで実際に道を走っている車、6、7台分の働きをする。移動能力は同じレベルですが、カーシェアリング用の車を1台購入することで、道路を走る車を6、7台減らすことができるという研究結果も出ています。

質問 日本では消費をする文化というのは、たとえば何年かおきに日本にもベルリンフィルハーモニーなどがヨーロッパから来ていますが、その莫大なお金を使って日本で人材を育てる教育ができればいいのではないかと考えています。お金をそれだけ払ってでもベルリンフィルを聴きたいという日本人にどう説得すれば、そのお金を芸術の教育に振り分けることができるかというアドバイスをいただきたい。それが無理であれば、そ

のお金を捻出しなければいけないのでしょうか。

ポンテュー 質問に対して、すぐにパツといふ考えは浮かびませんし、よく考えてみないといけないと思いますが、訓練、教育の向上をしていくためには時間がかかると思います。1回目お話をしただけでは納得していただけませんので、何度かそういうことにあたらないといけないのではないのでしょうか。何年にもわたってベルリンフィル、ウィーンフィルを招待することが伝統となっているのであれば、伝統を曲げることは難しいことではあると思います。そのように意識改革という形のアプローチする時には慎重にやった方がいいのではないかと思います。できるだけ伝統を変えないまでも違うやり方で同じようなことができるということを考える必要もあるかと思います。ただ具体的な質問であり、その質問が出てきた脈絡も制約も財政的な状況もわかりませんので、きちんとしたお答えをすることができません。

司会 先の話にありましたように、何が環境に悪い消費で、何がいい消費なのかかわりにくい、難しいところがあるということだと思います。そういうものを消費者に理解してもらうために、EUの例で、研究者や政府機関が、どんな工夫や努力をされているか。そのあたりについて情報があれば紹介していただければと思います。

ポンテュー 簡単に触れましたが、小売業を巻き込んだ取り組みですが、これは興味深い取り組みになっていると思います。欧州持続可能な消費政策委員会で小売業者を集めたフォーラムを企画しました。小売業者は生産者と消費者を結ぶ特別な機会を持っている接点であるわけです。生産者から供給される製品の仕様、情報を、よく熟知していますし、

消費者がどういう好みを持っているかわかるわけです。供給側、生産者側に修正を促していくと同時に、消費に対して何かアクションをとっていくことに関して、いい位置にいるわけです。そこで、EUがやっていることは小売業者をフォーラムで一堂に集めて、それぞれどういうことをやっているか、意見交換を行っています。

最初は食品と飲み物に関して取り組んでいます。スーパーマーケットにいくと、最初に環境にいいか、悪いかという情報が、より早く消費者に伝わるように基本的な情報を提供していこうと、現在、委員会と小売業者、研究者たちが一緒に話しあっています。手法ができあがりますと、それに対して資金が出されます。最初の取り組みから生まれた製品

が、CO₂ 排出に関する情報が提示された最初の商品群が市場に並んでいくだろうと思います。2011年までに提示していこうという取り組みをやっております。

司会 日本だと計測しやすいものから導入しようということがありますが、食べ物や小売業者からやろうと広がっていると。小売業の影響をしっかりと見ていこうということだと思います。それでは今日の会合を、これで終わりたいと思います。通訳の方、パワーポイントを大急ぎで翻訳していただきました方に感謝をして拍手を送りたいと思います。ゲストスピーカーのエリックさんにお礼の気持ちを込めて拍手をお送りしたいと思います。どうもありがとうございました。

[2009年7月21日]

