

わたしたちの暮らしは
すべて世界につながっている
～商品の一生を知ろう～

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント協会(NACS)
常任顧問 辰巳菊子
(2012.10.31)

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント協会（NACS）とは

NIPPON ASSOCIATION of CONSUMER SPECIALISTS

- 1988年6月発足
- 全国7支部 約3,600名（2012年4月）
- 最大の消費者問題専門家集団
- <http://www.nacs.or.jp/>
- NACS環境委員会では
 - 1999年4月から正式な活動を開始
 - 持続可能な暮らしをめざし、ライフスタイルの見直しや環境に配慮した商品選択の提案を事業者、消費者双方に広く行う



いまの暮らしは
ものやサービスを購入し
使うことで成り立っている



これらのものやサービスはすべて

地球からのめぐみと



国内外の多くの人々の労働で生み出されている

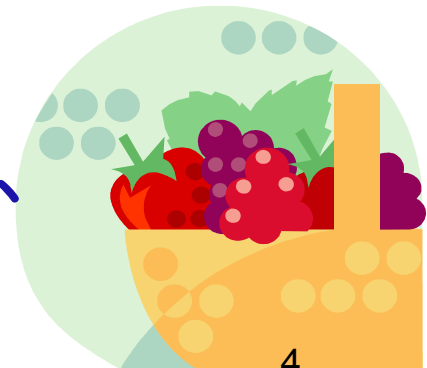


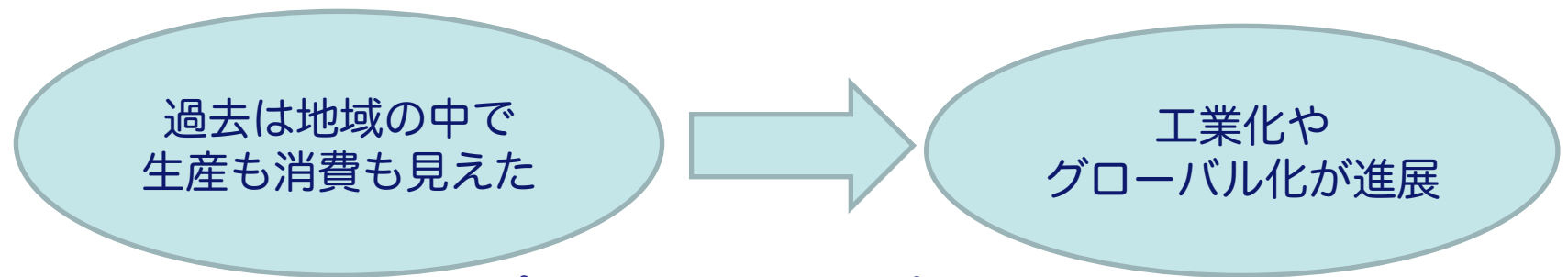
私たちの購入という選択が 未来世代の暮らしを決める

- 持続可能な暮らしとは、無理なくずっと続く
つまり安心できる暮らしである
- それはひとえに消費者の選択とその使い方にかかっている
- したがって、消費者は持続可能な暮らしにつながる賢明な選択をしたい

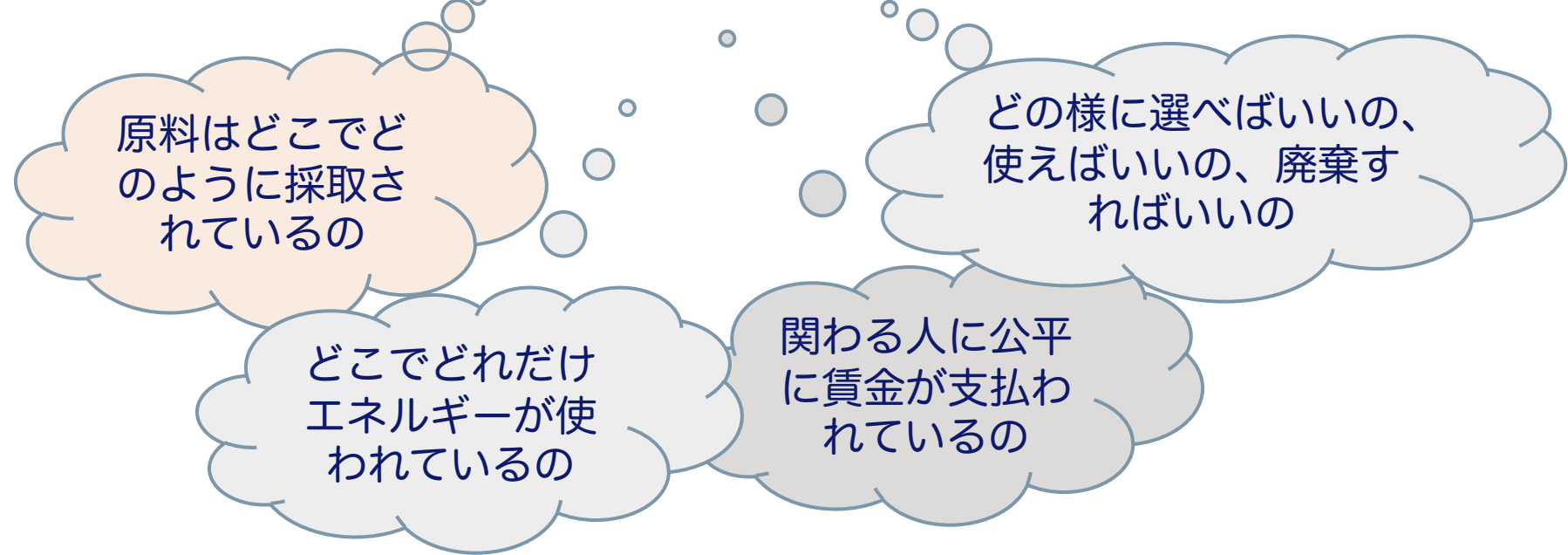


特にエネルギーは必須であり、
その持続可能性は極めて重要





商品の一生は 見えにくくなっている



「商品の一生」を知ろう

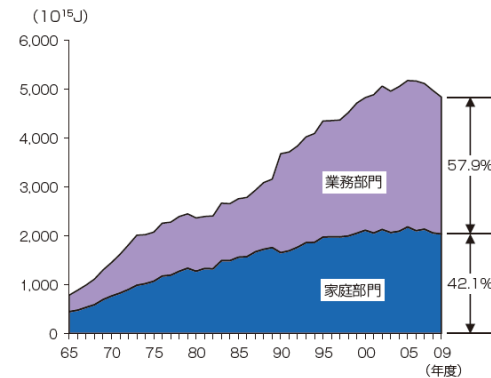
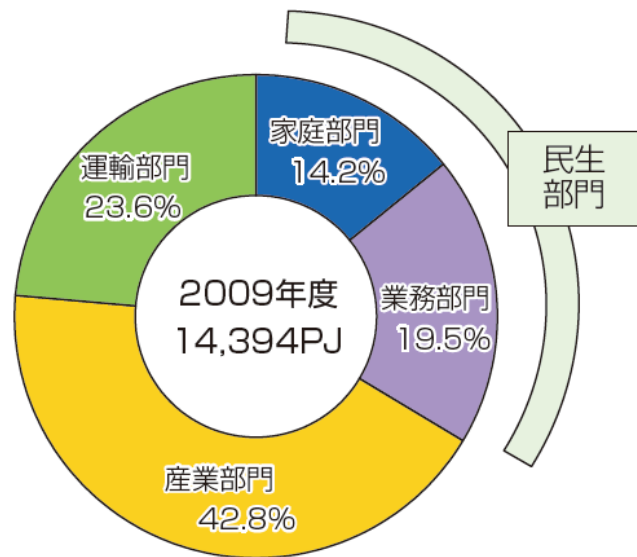
商品には「原料の調達」から「廃棄・リサイクル」に至る長い一生があり、その過程でさまざまな負荷を生じています。それらの負荷にも目を向けて商品の選択に生かしましょう！



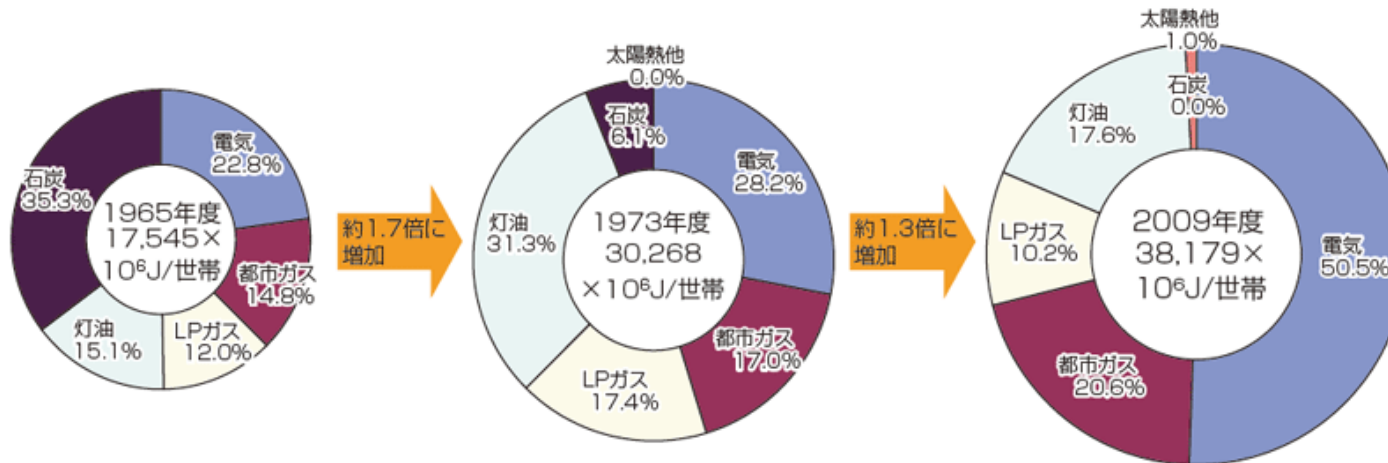
コミュニケーションに向けた様々なキーワード

- Life Cycle Assessment : LCA
- Ecological Footprint : EF
- エコロジカルリユクサック<Total Material Requirement : TMR>
- Carbon Footprint of Products : CFP
- Water Footprint
- フードマイレージ
- ウッドマイレージ

家庭のエネルギー消費（エネルギー白書2011から）



業務部門は、事務所・ビル、デパート、卸小売業、飲食店、学校、ホテル・旅館、病院、劇場・娯楽場、その他サービス（福祉施設等）の9業種に大きく分類される。かつては、ホテルや事務所・ビルがエネルギー消費の多くを占めてたが、近年では、事務所・ビルが最も大きなシェアを占めている。



家庭において電力を多く消費しているのはエアコンなどの空調機器で、冷蔵庫や洗濯機などを動かすための動力や照明器具、テレビなどの電力消費も増加。また、家庭における世帯当たり待機時消費電力量は、家庭の世帯当たり全消費電力の6.0%を占めている。

これからのエネルギーの選択は

- はじめに省エネルギーありき
- 温暖な日本には自然エネルギーは潜在的に多い、長期的に開発可能性大
- 再生可能エネルギーはエネルギー自給率を高めることができる
- 地域での小規模分散型は送電ロスも少なく、持続可能性の視点で有効
- 例えば、太陽光発電など、家庭で導入することも可能
- 自然環境などとの調和は何より持続可能性の観点から重要であるが、規制との賢明な調和を期待
- そして一番心配な原子力発電を減らすには、これしかない

消費者ができる事は
賢明な商品の選択・購入をすること
それは、安心できる社会へ、
くらしをデザインすること
しかし、
知らなければ想像することさえできない

企業には、
持続可能な方法で事業を行い、その取り組みを
消費者に伝え、気付かせる役割がある

そして、購入という選択に関わるみんなが
幸せになる
そういう企業、商品を選びたい

