

環境まちづくりをめざす

夏
2003

第16号

2003年7月15日発行

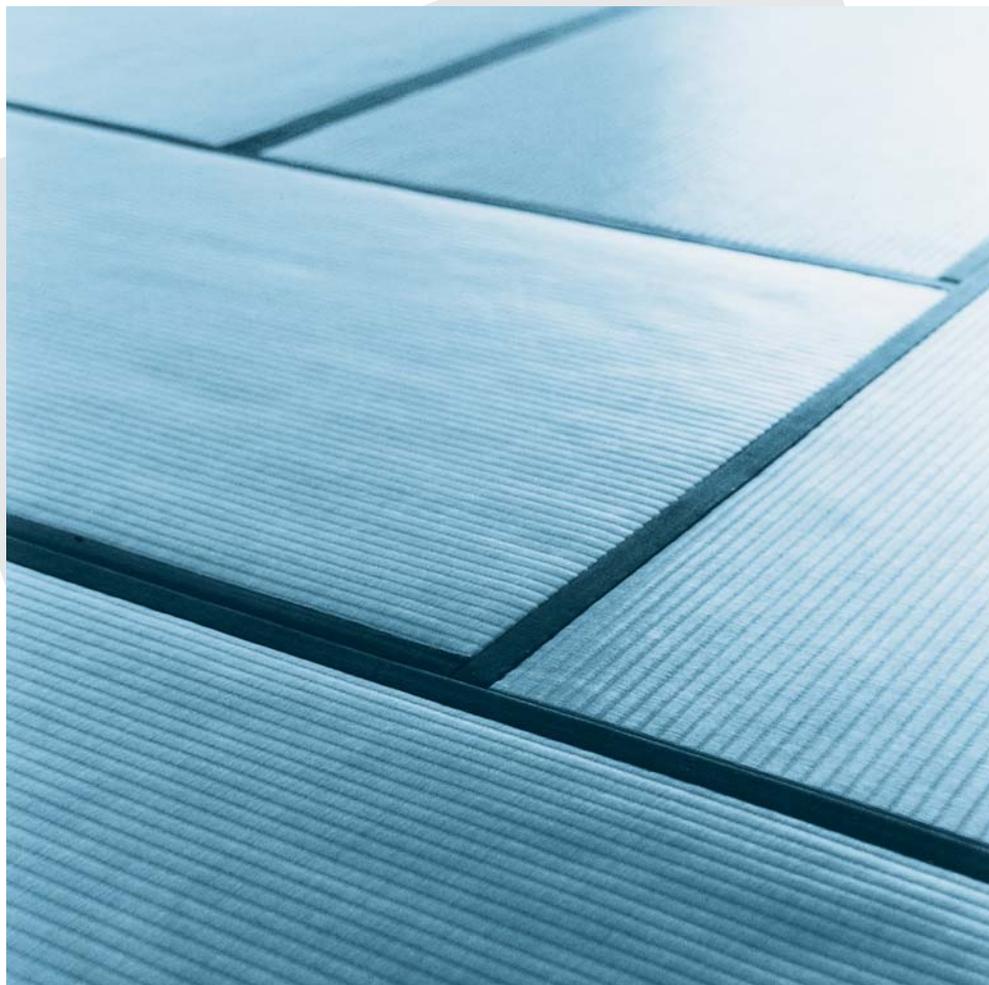
あじえんだ

「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。



みやこ
京

の
アジェンダ21フォーラム
ニューズレター



未来に残したい…
京の知恵

畳とは家具なり

夏を涼しく過ごしたいなら、
もう一度

「畳はそれ自体家具である」

に徹して、

モノも心も洗い直しを実行すれば、

エネルギーもお金もゴミも

少いで済み

伝統的暮らし方が

未来的であることを証明できます。

写真 山口洋典

*詳しくは7ページをご覧ください

特集1

地球のために、かしこい選択
～ 省エネ製品を選んでストップ温暖化 ～

特集2

風の道 京都の夏の暮らし方

アジェンダ NOW

地域における自然エネルギー普及の制度
「京都モデル」を目指して

アジェンダフォーラム会員紹介 ひと・まち・きたる

宮脇 健 さん 見矢 真希 さん

地球のために、かしこい選択

～ 省エネ製品を選んでストップ温暖化 ～

京のアジェンダ21フォーラムでは、市民・事業者・行政から関係各主体が参画した「省エネ製品グリーンコンシューマーキャンペーン実行委員会」（別表1）を結成し、3月1日から5月5日まで、省エネ家電製品の販売や購入を促進するキャンペーンを京エコロジーセンター2002年度調査研究事業として実施した。

増え続ける家庭でのエネルギー消費（グラフ1参照）は地球温暖化の大きい要因の一つになっている。温暖化防止には家庭での省エネが不可欠であり、その方策の一つとして省エネ性能の高い家電製品の普及が求められている。

家電製品によっては同じクラスでも電力消費量に大きな違い（場合によっては2倍もの差）があり、買い替え時に少しでも省エネ効率の高い製品を選んで買う姿勢が必要だ。しかし、省エネ性能で商品同士を比較できるような情報が店頭で提供されているかという点必ずしも十分とは言えない。キャンペーンはそうした省エネ情報の提供を主たる目的としたものだ。

京都市内の18軒の家電販売店（別表2）の協力を得て、その店頭で並ぶエアコンと冷蔵庫に省エネ性能を示す環境ラベルを貼付した。ラベルには省エネ性能の違いをAAA、AA、A、B、

Cの5段階（省エネ法のトップランナー基準を満たすのはA以上）に区分し、さらに平均的な使用期間の電気代と、販売価格を合わせた金額の表示も行った。省エネ効率の高い商品が、購入時に割高でも、電気代が安くなり、長い目で見れば購入費と電気代の合計では得することもあるということを消費者にアピールするのが狙いである。その結果、省エネ製品の売上げが増え、ラベルが購入行動にプラスの効果をもたらすことが実証された。

省エネラベルの 販売実績にみる効果

<環境改善効果>

エアコンでは約8.3%の省エネルギー効果

<経済効果>

トップランナー達成商品の売上げ率の10%上昇

省エネラベルを店頭で貼付することにより、実際にどれだけの購買者が省エネ性能の低い製品から高い製品へ購買行動を変化させたかを検証した。

今回のキャンペーンに参加したア社は9店舗をもつが、X店のみがラベル

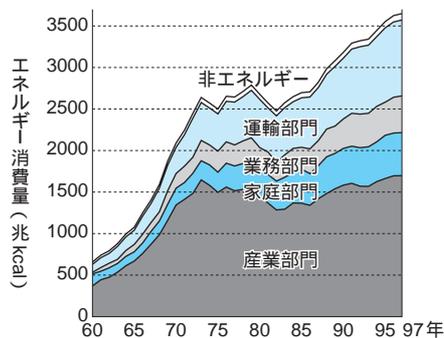
貼付を実施した。そこで、ア社の協力を得て、X店と他店平均との販売実績の比較を行ったところ、エアコンについてはかなり顕著な違いが見られた。

X店ではランクA以上の商品の購入比率は前年同時期に比べ28%も伸び、他店平均よりも10%高い値を示している（グラフ2参照）。また前月・前々月との比較では、他店では売上げに変化が見られないのに対して、X店では7%の売上げ増を達成した。利益率の高い省エネ製品のシェアが増加するという経済的なプラス効果を実際に生み出したことは、販売店の今後の取組意欲を高めるのに大きく役立つ成果である。

省エネ性能向上率の算出 （前年度との比較）

エアコンの省エネ性能を示すCOP¹に関して、すべてのランクの平均COP値について、他店平均とX店について前年度との比較を行ってみたところ、他店平均が前年度比102%なのに対し、X店は前年度比112%であり、キャンペーン効果によって差し引き10%近いCOP値の伸び率を示している。

そこで、機種の違いに関わらずエア



グラフ1 日本の最終エネルギー消費の推移

NPO法人環境市民、京都消費者団体連絡協議会、NPO法人気候ネットワーク、（有）ひのでやエコライフ研究所、（株）ジイケイ京都、京都市保健協議会連合会、京都市地域女性連合会、京都市生活学校連絡会、京都府生活協同組合連合会、京都商工会議所、京都府中小企業団体中央会、京都商店連盟、京都府電機商業組合、京都消費生活有資格者の会、大学生協京都事業連合、環境カウンセラーズ京都、谷山無線電機（株）、（株）コジマNEW高野店、YAMADA テックランド京都醍醐店、京エコロジーセンター、京のアジェンダ21フォーラム、京都府、京都市

別表1 実行委員会構成団体

（株）ワットムセン、（有）金星電機、（株）田中電器、（株）電化チェリー、（株）新栄電器、（有）溝口テレビ、フジデンキチェーン本部、（株）フジ電業、（株）セオデンキ、（株）マハタギ電気商会、美馬商会、タニヤマムセン寺町本店、ジャスコ洛南店、コジマNEW高野店、YAMADA テックランド京都醍醐店、ニノミヤ京都本店、イズミヤ白梅町店、マツヤデンキ洛西店

別表2 実験参加店舗

SAMPLE ENERGY-SAVING

省エネラベル
この商品の省エネ性能は?

AAA

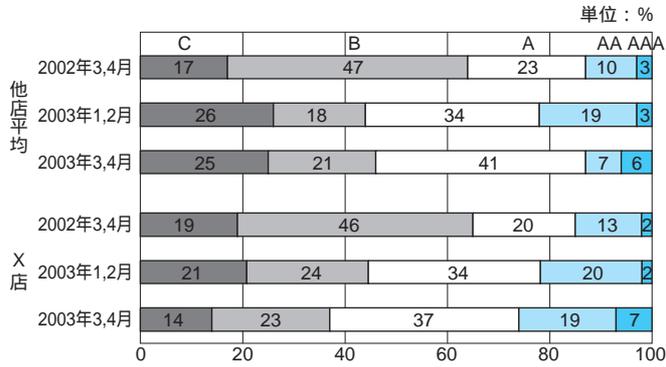
電気代+販売価格で見ると!

販売価格 120,000円

1台稼働中の電気代(目安) **52,440円**

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。



グラフ2 社のエアコンの売上比率



従業員の案内のもとラベルの貼られた売り場を見学する参加者

省エネラベル見本

コンを同様の設定で使用すると仮定すると、他店平均およびX店それぞれでキャンペーン期間中に販売されたエアコンが、昨年同期に販売されたエアコンに比べて、将来どれだけの省エネルギー効果につながるかが算出できる(計算式については²参照)。

すると、他店平均では2.2%、X店では10.5%。差し引き約8.3%が本キャンペーンによるX店のエアコン分の省エネルギー効果とみなされる。

省エネラベルの持つ社会面の価値

京都府下全域の小規模家電販売店の組合である京都府電機商業組合(田中昭三理事長)の積極的な姿勢が今回のキャンペーンではとりわけ光った。

組合加盟の右京区の電機店・フジ電業の伊勢徳太郎氏は「省エネ性能の高い製品を勧めようと思っても、販売店が出すデータだけでは信頼性が担保できない。今回のキャンペーンのように、第三者の公平な視点で作られたラベルがあれば、顧客に自信を持って本当に良い製品を勧めることができる」と話す。

小規模家電販売店は、従来から人と人とのコミュニケーションを大切に、地域の生活者のカウンセラー的役割を果たしつつ、顧客が損をしない「いいもの」を売る良心的な商売を行ってきた。こうした商習慣のなかで、今回のラベルは量販店の低価格競争と

は一線を画し、トータルな顧客利益を尊重する小規模販売店の基本姿勢をサポートし、「まちの電気屋さん」と顧客がつくる信頼関係を強めるツールとして好意的に受け入れられた。

販売店と消費者が協働する新しい環境学習・環境活動のスタイル

環境を大切にされた商品が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することが前提となる。また、事業者が環境を大切にされた商品を開発、販売しても、消費者が支持しなければ事業は成り立たない。今回のキャンペーンでは消費者団体・地域女性会・環境NGO等が販売店と協力し、省エネ製品の購入促進を地域に広める消費者向けの学習会を5カ所で計6回開催した。あわせて、事前に協力店従業員を対象に、環境NGOから講師を派遣した研修会をすべての量販店および京都府電機商業組合で実施した。

販売事業者と一緒に行った消費者学習会では、キャンペーンのために開発したワークショッププログラムと学習教材を用いた学習、従業員の案内のもと、お店で省エネ性能ラベルが表示されている製品売場の見学などを通じて店員と参加者が活発な意見交換を行った。

そのなかで「ラベルは製品選びの良い情報源になる」「冷蔵庫にはいろいろなラベルが貼られていて、省エネ性

能ラベルが目立たなかった」「製品にボタンや機能が多すぎて使いこなせないの、シンプルで省エネ性能の高い製品を作ってほしい」「省エネ化が進んでいる400ℓ型の製品は1~2人暮らしには大きすぎる。一番上には手が届かないし、もったいない」など、消費者からお店や製品に対してさまざまな意見が出された。

学習会については参加者、販売店とも好意的な反応を得た。事業者と市民・消費者が共同学習の場を通じて顔の見える関係をつくり、コミュニケーションをはかりながら、意識を高められたことが成果の要因だったといえよう。

これからの方向性

この取組を普及定着させるため、予算の確保や実施体制、メーカーの協力など、乗り越えるべき多くの課題が残っている。今後はより多くの販売店に参加の輪を広げ、一般消費者にももっと周知する本格的なキャンペーンを展開していく予定である。また、条例などによって省エネラベル表示の義務化を行うなど、取組をサポートする制度づくりが必要だという意見も出ている。さらに多くの人々やグループの参画を得ること、多様な立場の人々とのパートナーシップづくりが求められている。

1 COP Coefficient of Performance 消費電力1kW当たりの冷房・暖房能力(kW)を表したもの。この値が大きいほど、エネルギー効率が良い。冷房のCOP値と暖房のCOP値は異なり(冷房のCOPの方が幾分高い)、両者の平均値(冷暖房平均エネルギー効率)が省エネ基準を判定する値となる。測定はJIS基準に基づいてメーカーが行い、省エネルギー法に基づき表示が義務付けられている。実際のCOPは、エアコンの使用される土地の外気温によって幾分変化し、特に寒冷地の冬期においては暖房COPがかなり低下する。

2 省エネルギー率 $E = 1 - (\text{キャンペーン期間中に販売されたエアコンの総消費電力}) \div (\text{昨年同期に販売されたエアコンの総消費電力})$
 $\text{COP値} = (\text{エアコンの出力}) \div (\text{エアコンの消費電力})$
 $(\text{期間中のエアコンの総消費電力}) = (\text{期間中のエアコンの総出力}) \div (\text{期間中の平均COP})$
 年度の違いに関わらず、それぞれの出力のエアコンが同じ個数販売されたと仮定すると、
 $E = 1 - (\text{昨年同期のエアコンの平均COP}) \div (\text{キャンペーン期間中のエアコンの平均COP})$

風の道 京都の夏の暮らし方

家の作りやうは夏をむねとすべし

その昔、吉田兼好は『徒然草』の中で「家の作りやうは夏をむねとすべし、冬はいかなる所にもすまる。あつき^{ころ}比わろき住居はたへがたき事なり」と書いた。今と同じく、当ても京都の夏の蒸し暑さは「たへがたき」ものだったらしい。

日本家屋はもともと、夏になるとしつらえを変えた。竹や葦^{あし}を編んだふすまに替え、葦^{こざ}蓆を敷き、掛け軸を替え、縁側にはよしずを置き、軒先には風鈴を吊った。そこに住む人も麻などシャリ感のある素材でできた衣や寝具に変え、うちわや打ち水で少しでも涼を取る工夫をした。京町家の特徴の一つである「通り庭」も、風の通る道をつけて暑い夏を少

しでも快適に過ごすための工夫であるろう。

しかし、マンションなど高気密の家が増えてエアコンが不可欠になり、しつらえ替えや衣替えといった「涼を取る工夫」は忘れ去られた。一見、豊かな文明生活に見える暮らしが地球温暖化に拍車をかけ、コンクリートで固められた街中はヒートアイランド現象を招き、今までも増して暑い空間を作り出している。自然の風から涼を取るような暮らしはもうできないのだろうか。そんな思いを抱きつつ、建築家・市居^{いちい}博さんの家に伺い、夏を快適に暮らす家づくりなどについて聞いた。

風通しのいい家

兵庫県芦屋市にある市居さんの家

は築5年。柿渋を塗った杉の木で作られた「風通しのいい家」である。雨音も道路を走る車の音も人の話し声も、屋内にいて全て感じ取ることのできる家だ。

六甲山系からの山風と海風がわたる阪神間という気候風土の特徴が、このような家を可能にした。南側に開口部を多く取るのがこのあたりの家の造りで、三段窓と呼ばれる欄間・中窓・地窓に分かれた構造の窓が開いている。大正時代以降、家屋にガラス窓が用いられるようになった頃流行った建築様式だそうで、開け閉めによって風の通り具合を調節できるのである。

現在の市居さんの家にも実家を手本にした三段窓が取り入れられている。柱と柱の間に水平に角材を差し込んでいく「貫^{ぬき}構造」という日本建築の伝統的な技法で建てられているために、このような形の窓が作れるのだ。貫構造は地震の揺れに対しても逆らわない柔構造であり、非常に粘り強い。かつて南側にあった築80年の実家は阪神大震災のときにも倒壊を免れたという。

建材として使われている木材は土佐の杉。木が適度に湿気を吸収するためいつも快適な湿度を保つことができる。また、特に西日本の家に多く見られる特徴だが、屋根と瓦の間に土を置いている。台風の通り道になることが多いために屋根を重くする工夫だ。壁には土壁や漆喰を用



市居さん自宅兼事務所の外観

いることで、ひんやりとした効果も得られている。土蔵の中がひんやりしているのを考えればなるほどなはずける。土壁や漆喰を用いるという発想を家を建てる際にはぜひ参考にしたい。

「夏快適に暮らせる家とは風・湿度・熱を調節できる家のこと。それにはまず自然素材を用いること、次にある程度重量があること、そして窓をたくさん設けること」と語る市居さんだが、それはまさに日本家屋が持つ特徴そのものなのである。

自然条件より低い温度や湿度、好きなきに自在に風向や風力をコントロールできる仕組みを人は求めるようになってきた。そうなる自然は人の要求に追いつかない。ここらで自分の考えを少しだけでも自然の方に戻すことも必要なのではないだろうか。



市居さん宅1階の事務所スペース 窓を開け放てば風が通り抜ける

積極的に自ら調べること

最近では、家を建てる時に大工さんと相談しながら進めることが少なくなった。ほとんど「業者任せ」というケースも増えている。しかし、それでは本当に納得のいく住まいを得ることは難しい。快適な暮らしを手にするためには、必要な知識と情報を集めて業者と話し合いを重ねるべきだろう。そうすれば、建て売り住宅やマンションでも自然の良さをいかした住まいにすることは不可能ではないはずだ。

新築だけでなくリフォームという

方法もある。雑誌やテレビ、それにインターネットでも、いまリフォームが大変なブームである。それを単なるファッションに終わらせず、健

康で快適に暮らすという視点から検討を重ね、自分の生き方にあった、自然とも共生できる住まいへのリフォームを考えたい。ひいてはそれが環境に負荷をかけない暮らしにもつながる。

市居さんもこういう。「宣伝されていないもの、広く知られていないものの中にも、いい建材や素材はたくさんある。質のいい木材や土壁もあれば、腕の良い大工さんもまだまだたくさんいる。家を建てたりリフォームしたりするときには、そうした物と人を自分で調べ、自分で探すという積極性を持つことが大切だし、ぜひ見つけ出してほしいと思う」と。

高温多湿の上にヒートアイランド現象で耐えがたい日本の都市の夏。ときにはエアコンのスイッチを切って、窓や扉を開けて室内に思い切り風を通してみたらどうだろう。

参考文献

『チルチンびと』9号 1999年夏 風土社

取材協力

(株)市居総合計画事務所

協力

松野晴美 西本裕美(以上、敬称略)

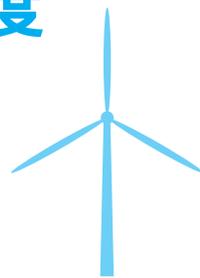


間仕切りも「風通しのいい」ものだ

地域における自然エネルギー普及の制度

「京都モデル」を目指して

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



深刻化する温暖化問題

地球温暖化の兆候が世界各地で現れ、その影響はますます深刻化しています。「世界気象機関（WMO）は、5月の世界の陸地の平均気温が11.2度となり、観測史上最高を記録したと発表」との報道がありました。またインドや、スイス、フランス南部でもこのところ異例の猛暑になっています。これは「このままでは人類にとって取り返しのつかない事態になってしまう」という自然からの警告ではないでしょうか。

地球温暖化を防止するためには、大量生産・大量消費・大量廃棄を前提とした化石燃料依存型社会からの脱却を図らなければなりません。そのためには、環境への負荷も小さく、地域の資源を活用することのできる自然エネルギーの普及が不可欠です。

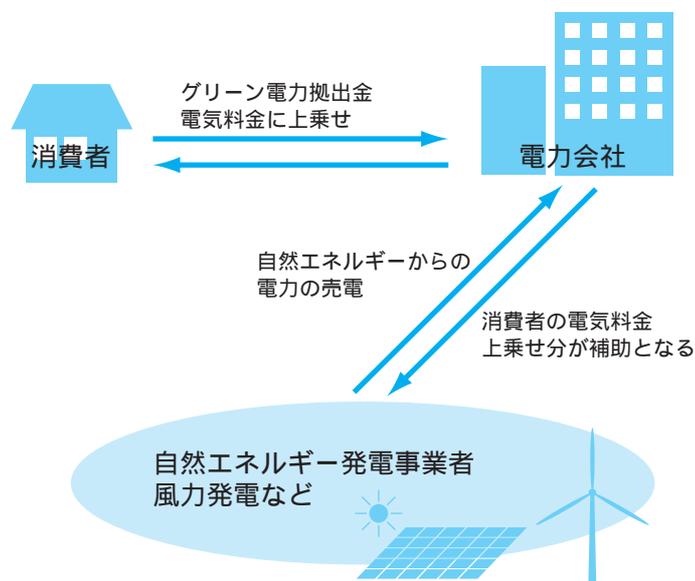
自然エネルギー普及のためのグリーン電力

環境負荷の少ない製品を購入する「グリーンコンシューマー」という言葉はかなり定着してきています。しかし、環境負荷の少ない電力を購入する「グリーン

電力」という言葉にはまだなじみが薄いのではないのでしょうか。これは、消費者が自発的に電気料金に上乗せして支払い、風力や太陽光、小水力発電などの自然エネルギーからの電力を購入することです。このグリーン電力の制度が様々な場所で、また様々な工夫がなされて実施されています。

外国では、米国カリフォルニア州の「SMUD」や、ドイツの「アーヘンモデル」等が有名です。国内では、「グリーン電力証書」を使って企業や自治体が上乗せ分を支払い、風力発電からの電気を購入する仕組みがあります。また、節電分を集めてグリーン基金（ファンド）として、自然エネルギーを増やすという取組もあります。

京都ではNPO法人きょうとグリーンファンドが、市民参加型の太陽光発電設置事業に取り組んでいます。この取組を一層広めるために、京の^{みやこ}アジェンダ21フォーラムの自然エネルギーワーキンググループ内に「京都グリーン電力研究会」をつくり、国内外のグリーン電力の事例や制度設計における課題などについて調査・研究しました。



（注）グリーン電力制度の1つを簡略化して図示したものです

グリーン電力とは？

再生可能エネルギーから発電された電力のことを指します。また、「グリーン電力認証機構」の定義によると、太陽光発電、風力発電、バイオマス発電、水力発電、地熱発電を再生可能エネルギーとし、さらにその他の環境影響、社会的合意、情報の合意などに関する要件を満たすものを「グリーン電力」と認定しています。

グリーン電力制度のしくみ

電気をグリーン電力と他の電力とに見分けて、直接消費者にグリーン電力のみを供給することは困難です。そこで、グリーン電力を望む消費者から上乗せ費用を追加的に徴収することで、市民が自由に電力を選択できるようにしたのが「グリーン電力制度」というしくみです。これにより、環境保全を望む市民が再生可能エネルギーの普及のために必要な費用を自由意志で負担できるようになります。

京都グリーン電力研究会の提言

京都の実状にあわせた具体的な制度について検討した結果、次のようなシステム構築に取り組んでいくことになりました。

一つは、「自然エネルギー基金型」という仕組みです。これは、企業が省エネに取り組み、削減した経費の中から一定割合の金額を自然エネルギー普及のための基金に寄付をし、その基金で公共性のある建物に太陽光パネルを設置していく制度です。参加企業は「自然エネルギー支援」という認証を受け、NPO等と協働で自然エネルギーや省エネのセミナーを実施します。これにKES・環境マネジメントシステム・スタンダードを一体化させれば、より効果的であると考えます。KES認証取得企業が取り組むメニューの一つに「自然エネルギー支援」の項目を加えることでKESの仕組みと自然エネルギー支援がつながることになります。

もう一つは、「自然エネルギー基金プロジェクト型」の仕組みです。これは、太陽光パネルの設置場所を特

定して、多くの人に参加していただき資金を集める方法です。例えば、大きな屋根をもつスポーツ施設などを設置場所として市民に参加と協力を呼びかけます。こうすることによって、自然エネルギー普及に取り組む人々だけでなく、スポーツ施設の利用者や地域の人の参加が可能となり、より多くの人々に関心を持ってもらうことが期待できます。

公平な制度「京都モデル」を目指して

現在の制度では、自然エネルギーの普及に取り組む人や組織に多くのお金や労力などの負担がかかってしまいます。これでは、普及は限定的なものになってしまいます。ワーキンググループでは少しずつ理解者・協力者を増やしながらか「化石燃料の大量消費には応分の負担がかかり、環境負荷の低いエネルギーは支援される」という公平な制度づくりを目指しています。そして、温暖化防止のための地域の制度「京都モデル」に発展するよう取り組んでいく予定です。

(気候ネットワーク 田浦健朗)

未来に残したい……

京の知恵

其の拾六

畳とは家具なり

京都は好きだけど、あの夏がねえ、の夏です。そこで夏涼しく冬暖かい「畳」となるのですが、でも我が家の畳部屋はちつとも涼しくない。たしかに上等なお料理屋さんやお寺の本堂は涼しげだけど、それは何故だろう。

その謎は畳だけが「見える」ことにある。四隅がキチツと見えていことで涼さが得られるのです。専門的には視覚体感温度といえます。つまり畳とは椅子であり寝台でありお茶席では卓ですらあり、それ自体が家具なのです。

この際、大決心をしてモノを整理する。それは自分の精神を整理することでもあります。なんとなく座りもしないソファやゴルフのトロフィー、それも5等賞のや海外土産の怪しいお酒の入った飾り棚などを置いておくようでは涼しい夏は永遠に参りませぬ。

戦後、畳を洋風のPタイル敷きに、やがて豪華にカーペットを敷き詰め、ところがダニの温床だと気づいてフローリングで健康ライフ、でも冬寒い。わずか数十年にこんなに暮らしの素材を変えた民族もいないと思うけど、敗戦による自信喪失と勝利者、つまりアメリカへの憧れでここまで来てどれも具合が悪かったなあ、のこの頃です。

夏を涼しく過ごしたいなら、もう一度「畳はそれ自体家具である」に徹して、モノも心も洗い直しを実行すれば、エネルギーもお金もゴミも少して済み伝統的暮らし方が未来的であることを証明できます。

恩地 惇

(会員、環境デザイナー)

(株)GK京都取締役社長)



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。

みやわき たけし
宮脇 健 さん京都ホテル 総務部付 専門役
京都在住。
環境保全のアドバイザーみやまき
見矢 真希 さん京都ホテル 環境保全推進役
昨年4月入社後、3ヶ月の研修を
経て7月から現職。京都在住

(株)京都ホテルは2001年10月に、KESステップ1の認証を取得した。KES唯一の宿泊施設である。京都ホテルにおける環境保全の取組の中心人物である宮脇さん、見矢さんに、これまでの取組について伺った。

これや！ KESとの出会い

宮脇さんがその存在を知ったとたんに、「これや！」と思ったのがKES。もともと社内では、COP3をきっかけに省エネルギーやリサイクル対策を進めていて、ISO14001の取得もめざしていた。そこにKESのニュースがタイミングよく入ってきた。

KESでは、エネルギー消費量の削減や事務上のペーパーレス、廃棄物の分別・チェックなどに取り組む。地下にあるコジェネレーションシステムは、ホテルを建て直した時のもの。当時としては画期的な取組だったといえよう。

「ここはホテルですから、くつろぎに来られるお客さんには、ああしなさいとは言えません。われわれが裏で、きっちりごみを分別して、リサイクル、リユース、省エネを進めればいいんです」と宮脇さん。

すべてはKH運動から

「もともとは社内における『K(くつろぎ)H(ひろば)運動』から始まったんですよ。社員全員での、「ホテル内をくつろげる空間にしよう」というKH運動サークル活動のテーマに環境も含まれていた。年1回全社員の活動発表会が開かれ、これまでにコピー用紙の削減など、具体的な実践取組の発表もされたようだ。

「もともとはベルガール志望で入社した」という見矢さん。環境保全推進プロジェクトの担当になって、7月で丸一年が過ぎた。入社時の研修で社内の環境保全の取組につ

いても説明があった。外からは見えないホテルの仕事の多様さを実感したそうだが、まさか自分が環境担当になるとは思ってもみなかったとか。環境保全推進プロジェクトは社長直属で、担当は見矢さん一人。それだけにしんどい面もあるが、やりがいも大きい。

丸一年 変わった環境への思い

月・土曜は毎日、社内LAN掲示板に「環境保全情報」を配信。各種新聞記事をまとめた「環境ダイジェストニュース」も社内各部署に26枚ずつ配布している。毎月1回開かれる環境会議の準備・記録役も務め、社外の研修会や勉強会にも出向き、報告書を提出する。

環境保全担当になって「自分の生活の中の無駄遣いしている部分に気付いた」という。今は、そんな自分の気付いたことをまわりにも伝えようと仕事に励む。「彼女はこの一年で環境問題のエキスパートになりましたよ」と見矢さんをサポートする宮脇さんの評価だ。

「人材」を「人財」という宮脇さん。環境保全担当4代目である見矢さんへの期待も大きい。各部署に環境ダイジェストニュースを配布する時にも見矢さんはあえてポストには入れない。「必ず手渡しします」という。その際、社員から環境保全に対する意見や質問も色々と聞いているそうだ。なるほど、そんなところにも社内全体の環境保全への意識を高めるヒントがありそうだ。

(聞き手 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年夏(第16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

京都市環境局環境政策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。

