

[3] SDGsと森林支援 ～持続可能な社会を目指して～



加藤 孝一

カルネコ株式会社代表取締役社長

カルネコという会社はもともとポテトチップス、かっぱえびせんのカルビーという会社の中に起こした事業部が元になっています。

一人ひとりのお客さまがお買い物をされる時、ただ一つ決定的な買う理由があるということを見つけました。売り場にメッセージをつけ、そのメッセージで買って

ただけると、買う理由が一つですから、その買う理由が満たされ、価格が二の次になる、こういう構造があります。カルビーという会社はかっぱえびせん、ポテトチップスを非常に安い値段でスーパーマーケットさんに売っていただいています。売り場に必ずメッセージをつけるという売り場展開をすると、安売りしなくても売れていく。それにより、関わっていただける皆さんがハッピーになれる。

そういうメッセージツールを目指し、販促ツールをお届けするビジネスをカルビーの中で立ち上げました。安売りではなく、小売業さんも問屋さんも、われわれメーカーも消費者の方にも喜んで買っていただく、その4者が喜ぶプロモーションを何とかできないものかと探求した結果、見つけたアウトプットでした。

たくさんのメッセージからお客さま一人ひとりに合うものを選んでいただき、お届けする。それをプラットフォームとしてつくり上げ、CalNeCo事業部ができたわけです。

そうした活動をしている中で、大手の食品問屋さんである国分グループ本社さんからのご相談をいただき、それがきっかけで森の事情を知ることになりました。森の事情がこんなことだったら助けなければいけないのではないかということで、Eco Value Interchange (次頁図) という、環境価値を高める取り組みを一生懸命やっている方々のサポート活動を2011年3月に始め、その後、この事業部が会社になりました。

最近はその活動を認めていただき、温暖化の警笛を鳴らすIPCCという組織を立ち上げているUNEP(国連環境計画)の日本協会の立ち上げにも携わらせていただき、今年6月から日本UNEP協会の理事もさせていただいています。茗荷谷に貞静学園という幼・中・高・短大がありますが、4月から、教育の中にどうやって環境のテーマを入れていくかということに携わらせていただいているのが直近の状況です。

さて、森を守っていこうとするとき、どうしていくのか、どういう守り方があるのか。それがSDGsにどうつながっていくのかについて話を進めていきたいと思います。



EVI (Eco Value Interchange) とは？

「日本の森と水と空気を守ります。」

森林事業者、企業、消費者、3者の環境への想いをつなぐプラットフォーム

■参加森林事業
95プロジェクト

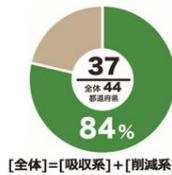


■加盟企業

91社



■EVI預託クレジットにおける
都道府県別カバー率



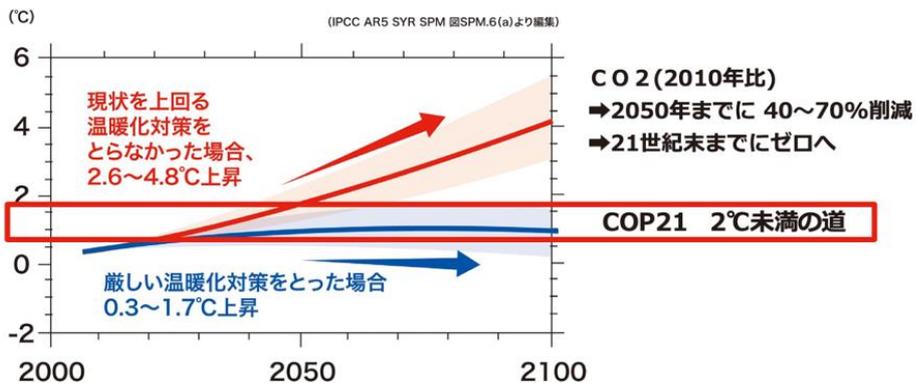
1,075案件、購入クレジット量 9,087t-CO2の取引実績 (2019.11.28現在)
企業や自治体の方々へ、EVI預託クレジットの活用を推進中

現在わが国はどのような状況におかれているのか、皆さん肌感覚でお分かりですね。台風がどんどん大型化しています。ついこの間も台風19号が全国に甚大な被害を及ぼしていきました。私は埼玉県に自宅がありますが、ご多分に漏れず床下浸水して大変な目に遭いました。床上浸水したお宅もたくさんありました。このような現象は温暖化に起因していることは疑いのない事実です。

温暖化を止めていくにあたり、COP21では、「2℃未満への道」に向けたパリ協定に195カ国とEUが批准しました。あと2℃気温が上がると、例えば新潟ではお米がとれなくなり、日本でお米がとれるのは北海道だけになるだろうと言われています。さらに、昨年見たテレビによれば、IPCCは「2℃

生きていけなくなる???

図.1986年～2005年平均気温からの気温上昇
(産業革命前と比較する際は0.61℃を加える。)



< COP21 日本の約束草案 >

2030年度▲26% C O 2削減。うち▲2.6%吸収源対策。

では駄目だ、1.5℃未満の道を歩かないと地球は終わってしまう」と言っていました。

日本の森林比率は68%です。森がたくさんあります。地球的に見ると、森の割合は陸地の3割ですが、日本は陸地の7割が森です。お日様の光が当たると光合成によって二酸化炭素を酸素に換えてくれる植物が、地面の7割を占めるわけです。温暖化を抑制する機能があります。

ところが、この森がきちんと温暖化抑制機能を発揮しているか。昭和30年、第二次世界大戦が終わってから10年後には94.5%あった「木材需要率」(日本の人が日本の木を買う割合)が、一時期18.9%になり、現在、林野庁さんが頑張られて36.1%まで回復したところです。裏返すと、外国の木で木材需要が賅われているということです。日本は、国土の7割が森なのに64%もの輸入材で木材需要を満たしている国です。ヨーロッパの人たち、特にドイツの人などは、日本はどうしてそんなことをやっているのかと非常に不思議がります。

この森を生き活きさせる方法はないかというのが、このカーボン・オフセットという仕組みです(下図)。これは何かというと、森は手当てをし続けないといけません。今日植林しても、収穫できるのは40年、50年後です。それまで枝打ちをし、間伐してお日様の光がより当たるように手当てし続けなければいけません。つまり、コストがかかり続けます。しかし、手当てをすると単位面積当たりのCO₂吸収量が上がります。森林がCO₂吸収量を上げるために頑張って手当てをしたそのコストが、「クレジット」という名前で売られます。コストはかかり続けます。日本の人が従事すると給料も高い。林業に従事する人たちが減ってきているし高齢化しています。コストがかかり続けるけれども、コストをかけた分、CO₂吸収量が上がります。それが売り物になるのであれば、それを買ってあげることで森のサポートになります。

企業の皆さんはCO₂を出しながら経済活動を行っています。CO₂の削減目標を作ってそれに向

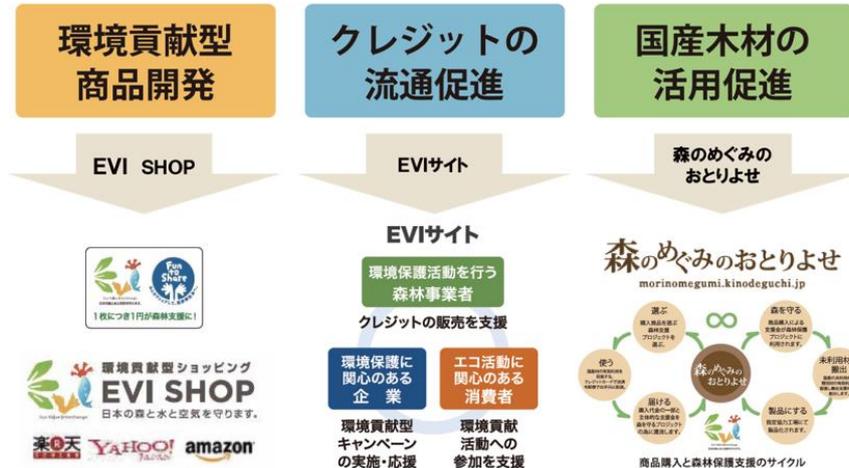
カーボン・オフセットとは



埋め合わせ = オフセット

EVIがやってきたこと、やっていくこと

EVIは、森林事業者、企業、消費者をつなげ
クレジットを活用した商品開発やプロモーションで国内の森林支援を推進していきます。

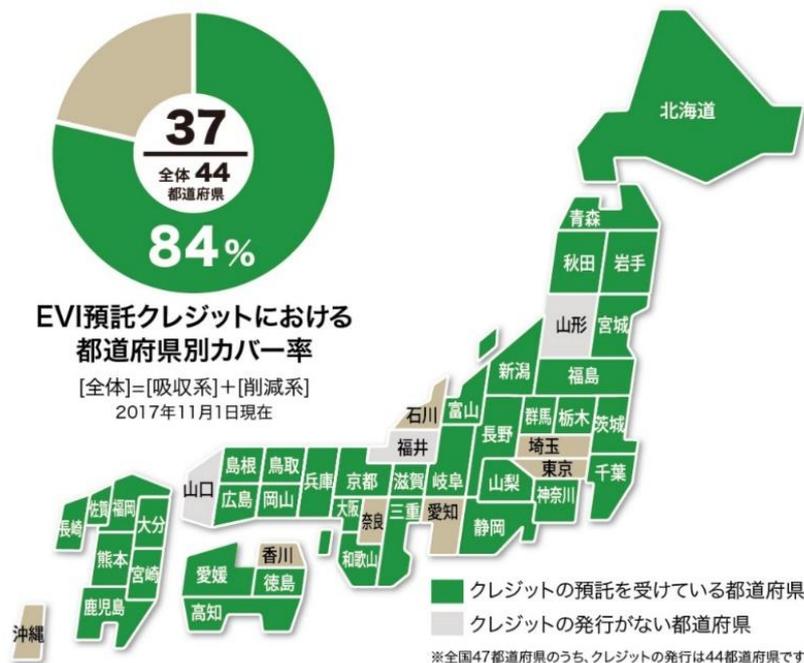


けて取り組んでくださいと言われる時代ですので、頑張っで減らしています。しかし、目標まで届かないというときにはお金を払ってそのクレジットを買ってあげる。その分で同量を消し込む。これがカーボン・オフセットです。このように、クレジットを買ってもらうとお金が森に行きます。それをもってサポートしていくことを考えました。

国内のJ-VER(オフセット・クレジット)制度は2008年に作られ、補助金もたくさんつきましたが、最初は全く売れませんでした。カルビーという会社はかっぱえびせんやポテトチップスでは信頼いただいています、その中でこの森林サポート事業を立ち上げた私たちが寄付の受け皿として信頼していただけるのかどうかは、全くの未知数でした。しかし、国の制度の下に出来上がったクレジットが売れないのであれば、売ってお手伝いをさせてもらおう。そうすることで森林にお金を回すことができる、と考え、2011年3月からクレジットを売ってお手伝いを始めました。

はじめは8つの森、8つの企業さんからスタートし、今は95の森林プロジェクトとお付き合いできるようになりました。つまり、それだけのクレジットをお預かりして、こういう話を通して買ってもらう活動をしています。例えばランの花を売っているArt Greenという会社は、ランの花が1鉢売れたら10円をクレジット購入に回すというルールをつくってもらい、森のクレジットを安定的に毎月買ってくれる会社になっています。そういう会社さんが91社になってきました。95カ所の森のクレジットをお預かりしている状態が日本地図(次頁図)に表れています。一つでもお預かりしている県を緑色で塗りつぶしていくと、何と44分の37道府県ということで、84.3%のカバー率になっています。

全国ネットで仕事をしておられる企業にとっては、その企業のお客さんがいらっしゃる地域に森があれば、その森を助けることができるということです。その森を支援することにより、自分のお客さんの地域の環境を守る企業になれる。こういうプラットフォームが出来上がったということです。

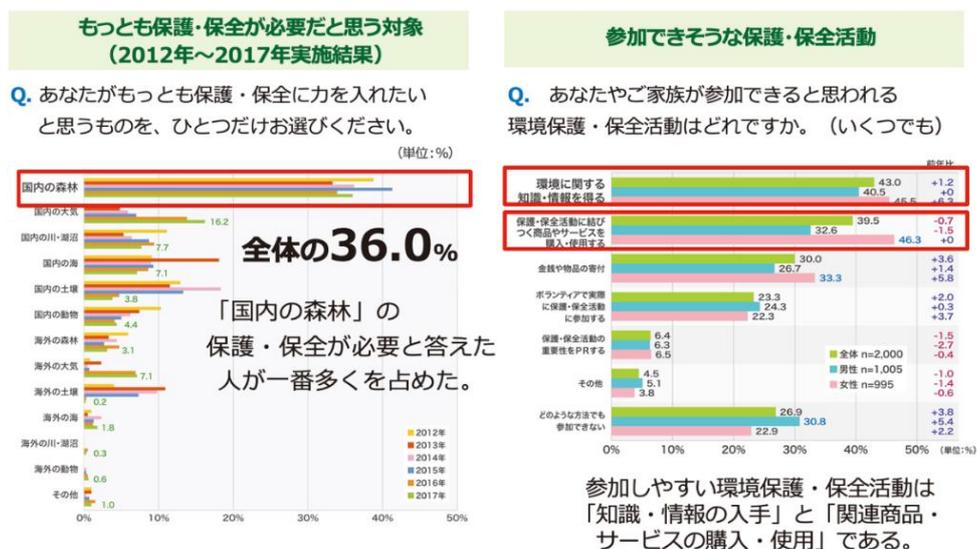


消費者の環境意識についての調査(下図)で、森、川、湖、沼、大気、土壌、動物、海、この大まかな環境資源を国内と国外に分け、あなたが一番大切だと思うものにひとつだけ○を付けてくださいと言うと、この左側のグラフのように、断トツで日本の森が大切だとお答えになります。

その日本の森が大切だとお答えになった皆さんに、あなたは何ができますかと聞いたのがこちら(下右図)です。一番上は勉強する、情報を得る。2番目は、普段買い物をしている、その買い物が森を助けることになったらいいよねということになります。次に、金銭や物品の寄付。ボランティアで実際に森の施業をお手伝いする、このようになっています。

6年間にわたる消費者の環境意識調査

一般生活者2,000人を対象にアンケートを実施



＜EVIプラットフォームを利用した事例＞
未利用食材や特産で環境貢献型商品を開発



ボランティアや寄付はなかなか敷居が高いですが、普段の買い物という、その消費のついでに森を助けることができればいいなというのが出てきています。だから、私たちがやってきたことは環境貢献型商品開発と書いてありますが(上図)、お買い物をした商品にクレジットをつけ、その消費が動くと森にお金が回る、そういう商品をどんどん作ること、それからクレジットそのものを動かすお手伝いをする。そして、森のサポートであれば、やはり木が売れなければいけない。この三つを柱に活動してきました。

ここからは事例をお話しします。捨てられていたリンゴをドライフルーツにして、それが売れると1袋につき1円が長野県のクレジット購入に回る。こういう商品ばかりがここ(上図)に載っています。

それから、商品ばかりでなく、落語家の師匠さんが高座を持つと、1高座につき150円を森林のクレジット購入に回します。環境貢献型落語家が登場します。

それから、ボルカホンといいますが、カホンという楽器をたたきながら踊ってくれるCheekyというバンドができました。この人たちは1ステージ500円を森林のクレジット購入に回します。

大人にこうした話をすると、ご理解いただくのが難しい人がいらっしゃいます。生まれたばかりの赤ちゃんから日本の森の現状についての理解を始めていただき、それから幼稚園、小学校低学年、高学年から私たちまで、森の事情を知り、温暖化の現状を知り、できることから始めよう、と思っただけになるようにするため、環境省と一緒に読み聞かせ絵本も作ってきました。

こういう活動は中小企業中心に進めてきましたが、最近ソフトバンクさんが電気事業を始められ、自然でんきという名前です。カルネコさん、全国的に森のネットワークをお持ちですね」ということで、電気を契約されたお客さまの収入のうち50円を拠出していただき、現在1万件を超える状態です。毎月50万円以上が拠出金として出てくるわけです。電気を契約しているご家

庭が、例えばお父さんが宮城の出身だったらそのお金で宮城の森を応援したいと指定して、そのためのクレジットが買える。それが、私たちが運営しているEVIの良さです。そういう枠組みを通してソフトバンクさんの電気事業が動いています。

また、ニチレイフーズさんは全国に4カ所工場がありますが、工場があるところの皆さんの健康を守りたい、環境を守りたい、ということで、工場が排出するCO₂をクレジット購入により消し込んでオフセットしていただいています。

国分グループ本社さんは、缶詰にEVIのマークを付けていただいています。国分さんのマークは以前はピーターラビットでしたが、著作権の契約が切れたことを契機にEVIに替えていただき、この缶詰が売れることで1円ずつ森のサポートに回っていくという商品が出来上がりました。

そのほかにも、木を売らなければいけない。ここに(下図)ゴジラの木製品があります。平板をレーザーでくりぬいて部品を作り、組み合わせたら、こういう立体のゴジラができます。こういうものも開発しています。こういう木製品を「森のめぐみのおとりよせ」というECサイトで売るお手伝いをし、その収益の一部をクレジット購入に回しています。

長野県の蓼科観光協会では、白樺湖や女神湖にお泊まりになった方から1泊10円拠出していただくことで長野県有林をサポートし、その10円で宿のCO₂排出を消し込んでいます。空気がクリーンになり、森が助かる。グリーン&クリーンリゾートという概念で展開しておられます。その他にも、岐阜県高山の商店街、茨城の石岡市など、スポーツイベントとともにクレジットが動くという枠組みが皆さんの知恵でどんどん生まれています。

鳥取の日南町は、道の駅を全て木工で、FSC材で作っています。この拠点のロゴや店内のデザインを私どもでやらせていただきました。ロケーションとしてはメイン道路から外れたところになってし

【米子しんまち天満屋様】

木育ひろば

地元材を使用した木育ひろばがオープン。広場のコンセプト、ネーミング、イメージ制作のサポートを行いました。
7月の恐竜展では恐竜にちなみゴジラの木組みシリーズを販売を行いました。

森のめぐみを森にかえす、良いモノ選んで環境貢献

森のめぐみのおとりよせ

morinomegumi.kinodeguchi.jp



まったので、お客さまを呼ぶのにどうしたらいいかというご相談をいただいたとき、日本初のCO₂排出ゼロの道の駅にされたらどうですかというご提案をさせていただきました。現在、CO₂を全く排出しない日本でただ一つの道の駅ということで、NHKの取材等も来てくれてお客さまも増えたという事例です。

私どもの本業のPOP、販促ツールを製造、お届けする上で排出しているCO₂については、森のクレジットや削減系のクレジットなどを使ってCO₂ゼロにしてお届けさせていただいています。私どもの工場では再生可能エネルギー比率100%の電気を使っています。「SBT」の「スコープ3」に即して言えば、CO₂ゼロでの商品のお届けによって仕入れパートナーを通じてCO₂を減らしているということになるので、私どものパートナーさんのCO₂削減目標にも寄与しているということです。

以上のようにCO₂排出量を減らす努力をし、森林クレジットを活用し森林サポートをしながら受注生産で商品をお届けしているので、全く無駄なものはお届けしていません。SDGsの「つくる責任、つかう責任」。ここを完全に果たしている状態ができます。それから、気候変動への具体的な対策をとる。森林をサポートすることは海を助けることにも、陸を助けることにもなってきます。このように関連をたどっていくと、私どもはSDGsの10の項目(下図)をフォローしている企業になります。

こんなことでまとめます。これから考えなければいけないのは、経済成長とともに増えていくCO₂排出量。それでは駄目だということを、どうやって自分たちが考えていくか。ちょうどいい概念はないのだろうかということを、最近あちこちで投げかけさせていただいています。

「ちょうどいい」というのは、経済が成長したらCO₂も減らすという部分をもって「ちょうどいい」ということもあるのではないかとということです。

カルネコは環境配慮型のビジネスモデルや

日本の森を守るEVIの環境貢献活動でSDGsの達成を目指します。

カルネコ・EVIの環境貢献活動に参加することで、SDGsの10項目が該当し目標達成を目指します。

