

第2回 持続可能な生産消費形態のあり方検討会 概要

- 1 日 時：令和元年12月17日（火）13時30分～16時30分
- 2 場 所：第三特別会議室
- 3 出席者：別紙のとおり。
- 4 概 要：

【開会】

事務局より、委員及び秋葉座長を紹介。

【事務局からの説明】

事務局より次回とりまとめ予定のアクションプランの骨子（別添資料6参照）について説明し、各委員から意見聴取。

【目指す姿と目標について】

（本多委員）これを見る人に、自分にとってのサステナビリティとは何かを考えてもらうことが重要。アクションプランに記載された7つの行動がシームレスにつながると、意識的な行動をとらなくてもサステナブルな生活を送れるようになる。

（秋葉座長）何がサステナブルか一人一人考えることが重要。

（関委員）アクションプランの主語は誰か。取組主体を明確にする必要はあるのか。

（久保室長）アクションプランのクレジットは検討会名とするのが良いのではないかと。アクションの主体は、農水省で実施する検討会なので、生活者一人一人というよりは、検討会委員の皆様を含めた生産・製造・流通・小売といった事業者側を想定している。生活者視点のものは、消費者庁で今後検討していただいても良いのではないかと。

（秋葉座長）アクションにつながるものにしたいので、クレジットは検討会名としたい。

（末吉委員）心を動かす動詞が入っていて良い。アクションオリエンテッドとなるのは良くない。影響と結果を繋いで循環影響が見えてくる。課題マップ（別添末吉委員提出資料参照）の中で、矢印が多く集まっているところはレバレッジポイントがあるところ。アクションがやんわりとしたものにならないように、委員の各サプライチェーンを代表する事業者の皆さんと課題を整理し、影響の大きい部分を見極めてアクションを起こす必要。

（秋葉座長）課題を整理することがアクションを起こさない理由にはならないので、課題の整理とアクションを並行して行えば良い。

（眞々部委員）2025年を目標達成年とするのであれば、バックキャストで考える必要。また、感情論にならないよう科学的な手法も取り入れてほしい。取り組んだ際のインパクトを可視化する必要。今出ているアクションを、マップを使って並び変えて整理

することはできるのではないか。

(大熊委員) 2025年の目標と各アクションの結びつきが見えることが必要。2025年から大きなマイルストーンだけでも置いてはどうか。

(尾崎委員) KPIではなく、バックキャストで目標を立てるやり方もある。サステナブルに興味を持つ層が広がっており、直感的に分かるメッセージが重要。

(佐藤(岳)委員) 一般的には、なぜスPENDシフトが必要なのか理解していない人が多いので、「学ぶ・知る」も必要。来年から小学生がSDGsを学ぶが、我々世代の関心の有無は個人差が大きい。

(秋葉座長) 分析した上でアクションを取る必要があることは同意。一方で、限られたリソースの中で、次回とりまとめるに当たってどのようなやり方があり得るのかももう一方踏み込んだ提案をお願いしたい。

(眞々部委員) 課題を整理すれば対策が紐付いて出てくる。現在議論しているアクションプランを活かしつつ、社会的影響を整理するワークショップをやってはどうか。

(末吉委員) 川上から川下まで全て書き出すワークショップはどうか。

(久保室長) 委員の皆様や各省の協力が得られるのであれば、前向きに検討したい。

(秋葉座長) アクションをする際の足がかりになるようなものを、不完全であってもこの検討会で打ち出していきたい。

【ほめる(発信・ムーブメント・キャンペーン)】

(眞々部委員) 意識せずに、サステナブルな消費行動を取っている人も一定程度いるため、ほめることで彼らの認識を深めていくことも有効ではないか。

(秋葉座長) 背中を押してあげることが大事。

(大熊委員) サステナブルな消費を促すキャンペーンが、行動を起こす「きっかけ」となるよう工夫が必要。生活者が参加しやすい簡単なものとし、コンテンツが自走していくような仕掛けが必要。一過性で終わってはいけない。

(本多委員) UNEPでは2030年からバックキャストして、大阪万博との協力を協議している。大阪万博では、会場内はサステナブルが当然だが、会場外にどのように拡げるかを更に検討したい。

(関委員) 7つのカテゴリーは並列にしないでも良いのではないか。これらの取組を上手に行っている事業者を賞などで「ほめる」、それにより彼らが内外に向けて「自慢する」、さらに「もりあげる」イメージ。

(高橋委員代理) 全体をざっくり褒めるのではなく、消費、生産、廃物処理の段階ごとに褒める必要。

(佐藤(岳)委員) 褒められても事業として継続できないと、サステナブルではない。事業として成立するよう資金繰りに加えて、サプライチェーンをつなぐサポート(持続可能な経営に係るアドバイザー等も有効)等も必要。

(秋葉座長) 前回の大津委員から指摘のあった、丁寧に取り組んでいるところが過剰な負担を追っているという指摘と本質的に同じだと思う。中間とりまとめにも明記した

い。経済産業省とも連携して対応してほしい。

【もりあげる（周知・世論づくり）】

（秋葉座長）自分が提案した「関係性を作り出す仕組み」について補足したい。貨幣はあくまで価値を代替するものであるにも関わらず、お金を支払うことで相手との関係性を断ち切るような仕組みになっていないか、という問題意識を持っている。お金を払って終わり、ではなく、お金を払うことで関係性を深くしていくような仕組みを提案したい。コミュニティを作りながらその中で消費が行われる仕組みを作って行けたら良いと考えている。

（大津委員代理）生活者が知らないうちにエシカルなものを使っている状態がゴールとすると、その途中段階では生活者が選べる状態にしていく必要。また、補助金申請の際に、環境に配慮した農業を行っている場合は「加点」する等仕組みを変えることで生産者側の行動を変えないといけない。赤牛の放牧を行っており、多面的機能の発揮に貢献しているが、その価値が価格に反映されない。加えて、現状では出荷先が限られる。消費者も市場が選べれば違う選択ができるのではないか。農家が生み出す見えにくい価値の定量化・評価が可能となるコミュニケーションツールが出来たら良い。

（秋葉座長）観念や根性ではなく仕組みで変えていかないといけない。補助金申請時のポイント加点について、現在できていないのであれば早急に対応いただきたい。中間とりまとめにも明記したい。

【お勧めする（消費者啓発）】

（小林委員）若い世代が主体的に活動できる場があるとよい。また、海洋プラの経験から、子どもを巻き込んだ家族ぐるみの実体験で学んでもらうのが効果的。

（末吉委員）北欧、特にスウェーデンは25年ほど進んでおり、ほとんどのものに認証ラベルがついている。ストックホルム市の調査によると、環境に良い商品を意識的に買っていると回答した者は2013年には30%、2016年には45%となっている。1996年からキープ・スウェーデン・タイディーという団体が、幼稚園、小中学校、高校に向けたプログラムとして、与えられた8つから自分の3つの分野を選択し、バックキャストで目標を定め、達成できなかつたらグリーンフラッグが剥奪されるとのこと。幼少期から数値目標の設定と計画策定の訓練がなされている。また、ビジネス界向けにも、啓発ポスターが作成されており、様々な主体向けに啓発が行われてきている。

（高橋(佳)委員）持続可能な消費を行う生活者が私の回りより、皆さんの回りの方が多いのではないかと感じた。ファーマーズマーケットに出品しても、有機かどうかを聞かれることはない。土日にレストランを経営しているが、できたての野菜を食べてもらう体験学習のようなことが知る・学ぶの一つの方法と感じている。

【育てる（人材育成）】

（末吉委員）国全体で教育プログラムを作る必要。また、多忙で難しいとは思いますが、子

どもにどのように伝えるのかについて教師側の学ぶ場も必要。消費者庁の子ども向けワークショップのような取組を省庁を超えて連携して実施してはどうか。

(消費者庁) これまでも文部科学省と連携して消費者教育の推進に取り組んでいるところだが、一般的に文部科学省が方向を示し、各地域の教育委員会が、それぞれ現場で必要な教員研修等を実施することで、徐々に浸透するもの。また、我々としてはエンカが大事と主張するが、世の中には他にも重要な事項は多く、現場では教える内容を優先順位付けしている。

(秋葉座長) 教育現場には既に IT 機器が導入されている。教師は忙しいが、今の子どもは興味のあることは自らタブレットで調べるので、情報発信する側が直接子どもたちに届けるチャンネルを意識するのが良いのではないか。

(本多委員) UNEP が環境教育として、現場で直接対話できるのはせいぜい年に 1 回程度なので、その間モチベーションを高めるためのツールが必要。デジタルネイティブ世代が増えているので、優れたコンテンツが一つあれば翻訳して世界中で活用可能。

(高橋委員代理) 市場に出回らない未利用魚や環境負荷の小さい雪下栽培といった農産物を学校給食に取り入れ、出前講座等で意義を発信するための後押しをお願いしたい。

(関委員) サステナブルに係る知の集積をはかる国立のサステナブル大学の設立を検討してはどうか。日本がこれから持続可能な社会に舵を切ることの象徴としてはどうか。

(大熊委員) 家庭での会話も学ぶ場。顧客の家庭内の会話を増やす工夫をしている。例えば新米の時期に稲穂を同梱する、こどもの完食を促すシールを送る等。

(佐藤(岳)委員) 企業の社員研修をしない会社が問題。社員の前に経営層の教育が重要。ESG も知らない、知ろうとしない経営者もいる。また、CSR 担当部局と本業の部局で考え方の乖離がある。

(秋葉座長) 情報が入らないと動かない経営者は多い。経済産業省も巻き込んで連携して取り組みを進めたい。

(環境省) 環境省では ESG など環境金融の取組を推進しており、グリーンボンドや中小企業向けの取組を行っている。

(消費者庁) 消費者庁では、事業者が消費者を重視した事業活動、すなわち「消費者志向経営」を推進している。現在 100 以上の事業者が「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」に参加しており、参加事業者名は消費者庁の HP に掲載されている。

(秋葉座長) 各省でそれぞれ真摯に取り組んでいるようだが、連携していないのが課題。

(大津委員代理) 興味を持っていない人に対する遡及が大事。手法の一つとして金銭的インセンティブを与えるというのもあると思うが、フードアクションニッポンの取組は成功したのか。

(食文化課) 国内産品を優遇するために助成金を付けていると、WTO から批判された。その後、フードアクションではアワードを行っている。

(高橋(佳)委員) 次世代人材投資事業での研修先として、環境に優しい農業に特化した教育を行っているところが少ない。

新規就農者が有機農業を行うよう指導するよりも、既存の慣行農業者が環境配慮型にシ

フトする方が影響は大きい。全体として環境への負荷を減らすという観点では、慣行農法を行う農家に対して、農薬の使用量を少し減らす等の研修を行うのも効果が出やすいのではないかと。

【やめる（価値観の転換）】

（尾崎委員）佐藤委員のご指摘に関して、経営層の意識は2、3年で大幅にシフトしたとを感じる。商品開発担当者は容器に興味が無かったが、海洋プラスチック問題が出てきて以来変わってきている。ただ、プラスチック包装は食品ロス削減には有効。
（本多委員）フィリピンのマニラでは既にレジ袋が禁止されているが、ポイ捨て自体は行われていて問題となっている。「やめる」際にも、全体的な影響を考える必要。

【工夫する（持続可能な商品づくり）】

（眞々部委員）作り手だけでなくユーザーエクスペリエンスも含めて、サプライチェーン全体を意識して持続可能な商品を作っていくことが重要。関係者が柔軟に商品企画をする必要がある。最終的に生活者が利用の観点からどのような価値を受け止めるかという視点も必要。「環境にいいけど欲しくない」商品ではなく、関係者が連携し、「安い」より魅力のあるサステナブルな商品を開発すべき。

（秋葉座長）環境にいいから無理してでも買って、ではなく、思わず買いたくなるような商品づくりを意識していきたい。

（佐藤（岳）委員）間伐材に対する助成金が多いため、間伐材が過剰に出まわり一番売りたい木が売れなくなった。WTO との関係で国産の後押しができないとのことだが、地域は疲弊しているのにどこを見て仕事をしているのか。持続可能な調達と生産が重要で、地域で頑張っている人たちを守らないと続かない。

（末吉委員）公共調達における持続可能性を追求することも重要。日本では、名古屋市などフェアトレードタウンに認定されている都市が、公共調達の中で持続可能性を目指し、取り組みを実践している。

（大津委員代理）持続可能な商品を区別して、調達も可能という理解で良いか。生産現場での工夫として、堆肥を自給して水田にまいているが、身銭を切って堆肥の成分分析をしないと環境直接支払いに認定されない。

（秋葉座長）生産者の工夫や努力が市場に伝わる仕組みを言及していきたい。

（高橋委員代理）環境直接支払い、水田直接支払い等において、環境保全の取組に対する支払いに重きを置くと、産地交付金など他の部分を削ることになり地域の中での合意形成がしづらい。新たな制度を創設するか二階建てにするかといった工夫が必要。

（小林委員）「やめる」、「工夫する」のところで、消費者もやめる、工夫する取組等も必要。やめたりリサイクルすることを担保するインフラを整えることも必要。

【自慢する（認証／商品表示）】

（秋葉座長）「知らせる」以上に、踏み込んで「自慢する」とした。

- (関委員) FRaU の SDGs 号の第 2 号が今週末発刊される。第 1 号の時に比べ企業タイアップページが 3 倍にもなった。その中には、講談社と一度も接点のない会社もかなりあった。雑誌業界では特異的なこと。企業側からすると、SDGs 号に掲載することは「自慢する」でもあり、読者からするとその商品を買う喜びにもつながる。
- (末吉委員) 特に過渡期において、第三者認証は、サステナブルな商品を選択する際に必要不可欠だが、グループ認証など、取得や維持が過度な負担とならない仕組みを検討する必要。並行して生活者側の認知と理解を向上する取組も重要。
- (秋葉座長) 認証を正しく理解する生活者を増やす必要。両輪でやっていく必要。
- (眞々部委員) 消費者の認知も大事だが、小売りの認知も大事。そもそもサステナブルかどうか気づいていない小売りや、気づいていてもコミュニケーションを正しくできていない小売りもある。サプライチェーンの 1 段階次にいくとコミュニケーションが断絶してしまう。
- (佐藤(岳)委員) FSC の認証を取得したが、認証のおかげで売れたことはほぼない。FSC を取得・維持するため毎年、FSC 本部へかなり支払っているがメリットがない。クリーンウッド法の認定も受けたが問合せを受けたことがない。認証を取った事業者を公共調達の際に優先する等「えこひいき」がない限りメリットがないのが現状。
- (秋葉座長) アクションプランについて色々な意見を頂戴した。今後の整理は資料 6 を元にするのでよいか。みなさんの賛同を得られたので、本日の意見も踏まえ、資料 6 を元にアクションプランの案を事務局で作ってもらう。また、課題マップ等も事務局を中心に話を進めていく。

令和元年度 第二回持続可能な生産消費形態のあり方検討会出席者

- 秋葉 芳江 公立大学法人長野県立大学 ソーシャル・イノベーション創出センター
チーフ・キュレーター (座長)
- 大熊 拓夢 オイシックス・ラ・大地株式会社 総合マーケティング本部
ソーシャルコミュニケーション部 部長 兼 広報室 室長
- 大津 愛梨 O2Farm 六次産業化・渉外担当、NPO法人田舎のヒロインズ
理事長
- 尾崎 一夫 株式会社セブン&アイ・ホールディングス コーポレートコミュニケー
ーション本部 サステナビリティ推進部 オフィサー
- 小林 紀久子 日本生活協同組合連合会 組合員活動部 部長
- 佐藤 岳利 株式会社ワイス・ワイス 代表取締役
- 末吉 里花 一般社団法人 エシカル協会代表理事
- 関 龍彦 株式会社講談社 第二事業局ファッション・ビューティー編集部
クリエイティブ・スタジオチーム長 「FRaU」プロデューサー
- 高橋 佳奈 みのり農園
- 本多 俊一 国際連合環境計画 国際環境技術センター プログラムオフィサー
- 眞々部 貴之 楽天株式会社 サステナビリティ部 シニアマネージャー

(代理出席)

- 高橋 和博 鶴岡市農林水産部長 (皆川 治 鶴岡市長代理)
- 大津 耕太 O2Farm代表 (大津 愛梨O2Farm 六次産業化・渉外担当、
NPO法人田舎のヒロインズ理事長代理)

(欠席)

- 佐藤 寛之 マルハニチロ株式会社 経営企画部 サステナビリティ推進グループ

(オブザーバー)

- 米山 眞梨子 消費者庁 消費者教育推進課 企画官
- 安田 将人 環境省 大臣官房環境経済課 課長補佐