

カーボン・フットプリントで地域づくり

主任研究員 荒木謙一

1 島根県飯南町の環境への取組み

島根県飯南町は、広島県境に接する人口約6,000人の山あいの町である。旧頓原町と旧赤来町が合併して05年に誕生し、それ以来、「小さな^{まち}田舎からの『生命地域』宣言“いのち彩る里 飯南町”」を町の基本理念として据えてきた。町ではこの理念を地域づくりの施策に具体化するための試行錯誤を重ね、その結果、住民の環境意識を高め消費者の環境意識にアピールする戦略として、今年からカーボン・フットプリントによる環境への取組みを始めた。

2 カーボン・フットプリントとは

カーボン・フットプリントとは、「炭素の足跡」という意味であり、商品の原材料調達、生産、物流、販売、消費から廃棄に至るすべてのプロセスで排出された温室効果ガスを数値で表したものである。第1図に、飯南町のカーボン・フットプリントの考え方を示した。カーボン・フットプリントにより、消費者が個別商品のCO₂排出に関して信頼できる

情報を入手することで、環境意識が高まり排出量削減に向けた商品選択を行うことが期待できると考えられる。

ところで、カーボン・フットプリントを農産物に表示する場合、工業製品では当然と思われていても農産物には通用しにくいこともある。例えば、農産物の消費や廃棄の段階から生じるCO₂をどのように考えればよいだろうか。家電製品を例にとれば、使用や廃棄に伴うCO₂排出量を、一定の前提の下に算定するのは容易だが、農産物を生食する場合と調理する場合では消費エネルギーも異なる。廃棄段階についても焼却処分する場合と堆肥化する場合では異なる。

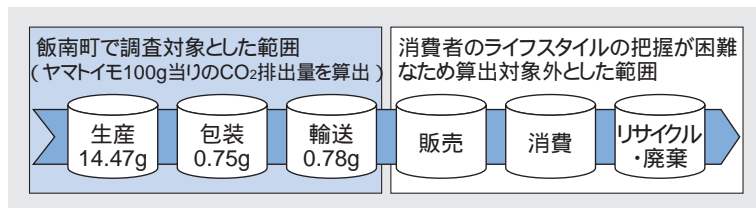
このように、カーボン・フットプリントは消費者が目にすることになるラベルのシンプルさにもかかわらず、その背景となる考え方にはかなり複雑な要素を含んでいる。この分かりにくさをどう改善できるかが、普及にあたって重要となると考えられる。

3 飯南町とヤマトイモ

飯南町がカーボン・フットプリントの検討をはじめた時、対象とする特産品の候補は他にもあったが、最終的にはヤマトイモ（やまと芋）が第一弾として選ばれた。

飯南町でヤマトイモが生産されるようになったのは95年からであ

第1図 飯南町のカーボン・フットプリントの考え方



資料 飯南町の説明資料より作成
(注) 飯南町内で販売する場合の数値。

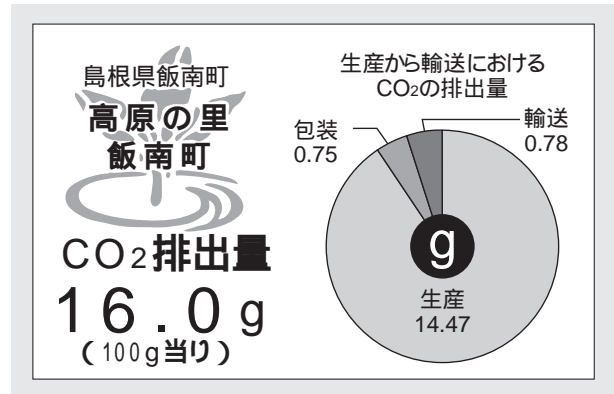


店頭に並ぶ飯南町産ヤマトイモ

る。旧赤来町の転作奨励作物として、町の特産品とすることを目指しての導入であった。ヤマトイモ生産組合の組合員戸数は08年には22戸、生産量は11トンであった。町の第三セクター企業を通じて、生産量の約7割が焼酎などの加工用原料として企業に販売され、3割が生食用として東京圏の高級スーパーや町内の道の駅で販売されている。また、道の駅にあるレストランでは、ヤマトイモを材料としたメニューを提供している。町ではレシピ作りを通じて、ヤマトイモの消費拡大を図る取組みも行っている。今後の展開については、町内の生産力も見据えながら、真にメリットのある販路を地道に開拓していく意向である。

ヤマトイモがカーボン・フットプリントの第一弾として選ばれた理由は、このように、町と生産者がタイアップして特産品として育ててきた背景があること、また他産品より排出量を算出する上での問題点が少なかったことなどである。なお、カーボン・フットプリントをはじめるにあたっては、生食用の販売

第2図 飯南町のカーボン・フットプリントのラベル



資料 飯南町の説明資料より抜粋(町内販売用)

市場が東京圏と町内に分かれるため、輸送段階の排出量を各々計算して2種類のラベルを作り包装に貼付することとした(第2図)。

4 飯南町の取組みの意義

飯南町の取組みは、行政と生産者の連携により、消費者の環境意識に訴えつつ、特産品の特色を打ち出し知名度向上を図る方法として、ひとつのモデルを提供するものである。

将来他の産品にも取組みが広がっていけば、独自のやり方で環境への取組みを行う地域としての知名度も高まり、特産品の評価向上を通じてさらに大きなメリットが得られる可能性もあるだろう。こうした取組みにはリスクも伴うが、“小さな田舎”^{まち}としてできることを、十分に斟酌したうえでの取組みは期待も大きい。飯南町では今後も粘り強く条件をクリアして、対象となる産品の範囲を広げていきたいと考えている。

(あらき けんいち)