２４　エコ製品・エコ技術

★授業のポイント

エコという言葉が一人歩きをし，現在では「エコ」でない商品は売れない時代になった。エコは生物学用語のエコロジー(生態学)からの転用で，今は「省エネ」とか「環境低負荷」の意味に使われることが多いが，さまざまな状況で自由に使われている。エコという言葉の意味をはっきりさせ，なぜ今がエコの時代なのかを考えて，本物のエコを見抜く眼を養えるようにしたい。

★指導案

○カーソンが『沈黙の春』で指摘した農薬による汚染の解決手段として，生態学が注目されたことからエコロジー運動が始まったが，その方法は現代文明を否定するものから公害を生んだ文明を見直して新しい道を模索するものまでさまざまであった。地球温暖化が表面化すると，エコの中心は CO_2 の削減に移って，人々の関心は急激に高まり，「自分にできることは何か」を考え始め，エコな生活をしよう，という機運が高まった。また，企業や行政もその政策や製品に環境にやさしい＝エコという言葉を積極的に利用するようになった。

○日本の企業は，昔から技術革新に取り組んできた歴史がある。技術を向上させれば同じ製品を数分の一のエネルギーで製作できる。同じエネルギーなら数倍の性能のものを作ることができる。ある意味では技術革新の歴史は省エネの歴史でもあった。日本の技術は自動車の廃ガス規制，コンビナートの脱硫装置，水の浄化などエコ関連の場面で大いに役立ってきた。

○社会の動きに敏感な企業は 1980 年代から「地球にやさしい」「自然にやさしい」製品を売り出した。最初はこれらに「省エネ」という言葉を使っていたが，その後より消費者受けがよさそうな「エコ」に置き換えた。この言葉ははっきりした定義がないまま，現在広く使われている。

○エコが一大事業になったのは 2009 年，エコポイントの導入以来である。家電製品には図１の省エネラベルに星がつけられたものが表示された。星４つ以上の製品，すなわち省エネ性能良好の製品にはポイント割引がついた。2010 年にはエコポイントのおかげで薄型テレビの売り上げが施行前の 2008 年の 2.6 倍になった(地デジ対応の需要が重なっている)。

○家電のエコポイントは，大きな経済的効果を生んだ。しかし，これはエコの名を借りて国が経済的支援をしただけで，地球にやさしくないとの意見もある。実質はどのテレビにもエコポイントがつくので，省エネを評価したわけではない。自動車の「エコカー減税」も同様である。排気量の大きな車もエコによる減税が行われている。

○エコはエコノミー(経済)の略との指摘もある。エコ＝経済的あるいは節約　と考えればエコポイント，エコカー減税がなぜエコなのか説明はつく。

○エコという言葉が何の定義もないまま使われるため，怪しげなエコも出ている。重要なのは，何がエコなのかを自分の目で見極めることである。エコマークとか ISO14001 などの認定基準はあるがそれで安心せず，中身をきちんと評価する。

例えば，図２にある非電気冷蔵庫にはエコマークは付いていないが，福島第一原発の事故後は，電気の要らない冷蔵庫として関心を集めている。

■調べてみよう

1．下記のアドレスに各種のエコマークがある。製品カタログには何がエコであるかの記述がある。

http://www.env.go.jp/policy/hozen/green/ecolabel/f01.html

■考えてみよう

1．エコ技術は，現在問題になっている地球温暖化を阻止する技術，すなわち二酸化炭素の排出量削減技術につながっているか，考えてみよう。

3．二酸化炭素の排出権取引は，簡単にいえば「二酸化炭素を削減したら，ご褒美がもらえます。ご褒美を他国に売ってお金に換えてもいいです。その仲介をするのが国際取引所です」ということだ。これで二酸化炭素の削減が可能かどうか考えてみよう。