

グリーンコンシューマ（地球にやさしい市民）

●なぜ日本は遅れているのか

ヨーロッパは産業革命が早かったため公害が早かった。また国が隣接しているため公害は国際問題であり、人々が環境に大きな関心を持つようになった。

●グリーンコンシューマとは

「環境にやさしい消費者」であり、最近では大きな影響力を持つようになった。

●環境に悪いものは買わない

⇒企業が環境を重視するようになった

●意思表示する；環境保護を要求、無視する政治家をリコール

⇒政治が環境を重視するようになった

●参加し行動する；環境保全活動など

⇒社会全体が環境を重視するようになった

●グリーンコンシューマが増えれば

グリーンコンシューマはヨーロッパでは市民の過半数、日本では1%。

この差が政治、経済、法律、企業、人々の意識など様々な面で現れている。

●環境情報が増える

日本にも情報はある。それに気づけなかった、気づこうとしなかったのではないだろうか。もちろん情報量は十分とは言えない。多くの人々が環境に関心を持ち、投書欄で意見を述べ、意思表示をすることである。

●企業が変わる

多くの人々が「環境に悪いものは買わない」ならば、企業が変わり、商品が変わり、社会が変わる。

●政治が変わる

多くの人々が「お金よりもいのち、開発よりも環境」と、選挙の際の投票で意思表示をすること。政治に問題があれば投書や公聴会などで意見を述べ、環境に配慮しない政治家はリコール。政治家が変わり法律が変わる。

●社会が変わる

情報が増え、商品が変わり、法律が変われば、人々の意識が変わり行動が変わり、社会が変わり未来が変わる。

『地球村』はグリーンコンシューマのための情報ネットワークです。
毎月環境情報をお送りします。