



12 つくる責任
つかう責任



責任ある消費と 生産はなぜ大切な

目標の内容は何ですか。

持続可能な消費と生産のパターンを確保することです。

なぜ、この目標が設定されたのですか。

今後 20 年間に、全世界でさらに多くの人々が中間層に加わると見られています。個人的な豊かさという点で、これは朗報ですが、すでに制約を受けている天然資源に対する需要が増すことも事実です。私たちの消費と生産のパターンを変えるための行動を起こさなければ、環境に取り返しのつかない損害を与えてしま

ます。

現状の消費と生産のパターンは、どのような点で変える必要があるのですか。

ちょっとした変化で、社会全体に大きな効果をもたらせる消費の側面は数多くあります。例えば毎年、生産される食料全体の約 3 分の 1 に相当する 13 億トン(約 1 兆ドル相当)が、消費者や小売業者の元で開封されないまま腐ったり、ずさんな輸送や収穫によって傷んだりして廃棄されていますが、企業はこれについて対策を講じる必要があります。

世界人口が
2050 年まで
に 96 億人
に

達するとすれば、現在のライフスタイルを維持するために、
ほぼ 3 つの
惑星が必要
になります。

消費者に関して言えば、家計は世界全体のエネルギーの 29%を消費し、それによる CO₂ 排出量の 21%を占めています。しかし、世界中の人々が電球を省エネ型に変えれば、毎年 1,200 億米ドルが節約できることになります。水の汚染も、持続可能な解決策を必要とする緊急の課題です。私たちは自然が川や湖で水を再生、浄化できるよりも速いスピードで、水を汚しているからです。

企業として、私には何ができるのですか。

持続可能な消費と生産のパターンを可能にする新たな解決策を見つけることは、企業の利益となります。製品のライフサイクルという点でも、また、それがライフスタイルに取り込まれた場合にどのような影響を及ぼすかという点でも、製品とサービスが環境と経済に与える影響をもっとよく理解する必要があります。“バリューチェーン”の中で、「ホットスポット」を特定することが大切な第一歩です。というのは、そこでは介入によってシステム全体としての環境と社会への影響を緩和する可能性が最も高まるからです。企業はまた、そのイノベーション能力を活用し、個人がより持続可能なライフスタイルを選択することを可能にし、動機づけすることで、影響を緩和し、福祉を改善することもできます。

一人の消費者として、私には何ができるのですか。

主として 2 つの方法があります。

それは、**1.** あなたが出すゴミを減らすことと、**2.** 何を買うかについてよく考え、可能な場合には常に、持続可能なオプションを選ぶことです。

ゴミの減量は、食料を無駄にしないことから、海洋の大きな汚染源となっているプラスチックの消費を減らすことまで、さまざまな方法で実行できます。再利用可能なバッグを持ち歩き、プラスチック製のストローの利用を断り、ペットボトルのリサイクルを行うことはいずれも、日常的に責任を果たすためのよい方法です。何を買うかについて、情報に基づいて購入を行うことも役に立ちます。例えば、繊維産業は現在、農業に次いで第 2 の水質汚染源となっているだけでなく、開発途上地域の労働者を搾取しているファッション企業も多くあります。持続可能な地元の商品を買うことができれば、変化を起こすだけでなく、企業に対して持続可能な実践を採用するよう圧力をかけることもできます。

目標 12 をはじめ、持続可能な開発目標についてさらに詳しくは、こちらをご覧ください。

http://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/

日本語訳: 国連広報センター



**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS**
17 GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD