



ACTNOW CLIMATE CAMPAIGN



グローバルな気候変動対策の呼びかけ

ActNow は、個人による気候変動対策をグローバルに呼びかける国連のキャンペーンです。このキャンペーンは、気候変動に対する認識と野心を高め、対策を強化するとともに、パリ協定の履行を加速するための国連による協調的取り組みに欠かせない要素です。



ActNow は、個人を教育し、主として消費パターンを調整することによる行動変化を促すことを目標としています。私たちが日常生活で下す決定は、地球全体に影響します。私たちの習慣や決まり事を変え、環境に対する悪影響が比較的小さい選択を行うことにより、私たちは気候変動という課題に立ち向かう力を得られるのです。



ファッション・チャレンジ: アップサイクリングで最新の流行を

キャンペーンの一環として、全世界の人々に対し、持続可能なファッションへの個人的貢献を呼びかけます。チャレンジの内容は、古着のアップサイクリングで最新の流行を作り出すことです。流行の先端に行くファッションデザイナーたちが、このチャレンジの先頭に立ち、自分たちのアップサイクリングによる創作を披露することにより、着想を与えることになっています。人々が創作したファッションの画像をソーシャルメディアで紹介する中で、人気の高いデザインは世界的な創作活動を本格的にスタートさせることとなります。すべての大陸からえり抜きのアップサイクリング創作物を「国連気候行動ファッション」として編集する可能性も模索される予定です。



ファッション - 気候変動抑制へのカギ

衣服の製造は、気候変動に大きく影響します。繊維産業は世界の温室効果ガス排出量の約 10%を占めており、国連気候変動枠組条約 (UNFCCC) 事務局によると、航空業界と海運業界の合計を上回るエネルギーを使用しています。繊維業界が及ぼす影響は、世界規模の炭素排出に限られません。業界は全世界の廃水の約 20%を生み、しかも繊維素材のほとんどは再利用可能であるにもかかわらず、その 85%は最終的に埋め立て産業または焼却処分されているからです。



2019 年 9 月に事務総長が招請する気候行動サミットに向けて、ファッション業界は、パリ協定の目標実現への貢献として、極めて重要な役割を果たさねばならないことを認識しています。2018 年 12 月には、43 の大手ブランドとサプライヤーが、国連の傘下で「ファッション業界気候行動憲章」に署名しました。その目標は、2050 年までに温室効果ガス排出量を正味ゼロにすることにあります。ファッション業界はその他にも、同じ方向性の取り組みを行っています。これに伴い、ActNow に参加するという決定を下す際に、消費者が行える選択と貢献に対する認識も高まっています。



ACTNOW CLIMATE CAMPAIGN

ActNow.bot: オンラインの「クリックティビズム」を超えて

ActNow は人工知能(AI)の進歩を活用し、こうした行動変化の推進を図っています。Facebook Messenger で試験的に展開中の ActNow.bot は、車の使用削減、旬の地場産品の購入、5 分間のシャワー、肉の摂取量削減など、私たちのカーボン・フットプリントを縮小するための日常的行動を推奨する双方向ツールです。このキャンペーンは、双方向テクノロジーの利用を通じたものはもとより、オンラインでの「クリックティビズム」をさらに一歩進め、具体的な変革を起こすための新境地を開拓しています。

勢いを作り、消費のパターンを変える

私たちの気候変動対策はどれも重要です。人々が行動を起こせば起こすほど、インパクトも大きくなります。私たちが取る対策が全体として積み重なり、排出量を減らすからです。また、政府や企業のリーダーに対し、人々が気候変動対策を求め、その実施を受け入れる用意があるというメッセージを送ることになります。2019 年 9 月にニューヨークで開催される事務総長の気候行動サミットでは、こうした集団行動が提示されます。



2015 年、世界のリーダーたちは「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」と、その 17 の持続可能な開発目標(SDGs)を採択しましたが、これらは全体として、人々と地球の未来のための包括的な青写真となっています。ActNow ファッション・チャレンジは、気候変動対策に関する目標 13 に関するものですが、責任ある消費と生産に関する目標 12 をはじめ、その他の目標とも関係があります。2016 年には、地球の気温上昇を摂氏 2°C よりもはるかに低く抑えるための必要性に取り組むパリ協定が発効しました。

* *** *

(日本語訳・国連広報センター)