



局アナからフリーアナウンサー、気象予報士に転身。
ハーバード大修士、法政大博士にして世界自然保護基金(WWF)ジャパン専門ディレクター、大学教授と
眩いばかりの経歴ながら、気さくに誰にでもわかりやすく環境やエネルギー問題を語る小西雅子。
お茶目な一面も垣間見えるが、科学に基づいた政策論は情熱的で聞くものを惹きつける。
脱炭素社会に向かって、日本のメディアに突き付けられた課題を聞く。

WWFジャパン 専門ディレクター (環境・エネルギー)

小西雅子

T H E P E R S O N

写真 / 赤司 聡

——パンダのロゴマークで知られる世界自然保護基金WWFの活動、ミッションとは。

「世界100カ国でおよそ8600人の自然保全のエキスパートを抱えている世界最大の自然保護団体で、会員は約600万人います。日本は100カ国のうちのひとつです。地球規模の課題である海洋保全、森林保全、野生生物の保護、そして私が担当している気候変動やエネルギー問題の部署があります。地球規模の課題というのは、国と国とが国益をかけて交渉に臨むので、本当は世界196カ国が協力して取り組まなければ解決には向かわないんですけども、それぞれの国は政治事情も、抱える問題も自然環境も異なるので、当然ですが、短期的な国益を優先します。そのなかにおいて、どうやったら各国が地球規模のこの課題の解決に向かって進んでいけるかっていうことを働きかける、というのが一番のミッションです」

——小西さんのお仕事について教えてください。

「私の仕事は国連や条約作りの交渉に携わるアドボカシーという仕事、政策提言ですね。私はもともと気象予報士ということもあって、気候変動とエネルギーを専門としています。日本においては温室効果ガスの85%が化石燃料と言われる石油、天然ガス、石炭由来の排出なんです。地球温暖化対策というのはエネルギー選択とイコールなんです。

企業への働きかけや講演会などの啓蒙的活動も大事な仕事です。私もメディア出身なので、どうやったらメディアに取り上げてもらえるかも常に考えます」

——日本のメディアの問題の伝え方はどうお感じですか。

不名誉な『化石賞』を与えられて、日本のスタンスの遅れを痛感した日本企業の役員が涙を流すシーンが放送された番組です。排出権取引制度など脱炭素に関連する政策導入によって投資やビジネスの方向性を変え、環境問題に取り組むことは経済成長の源泉という考え方は世界の潮流ですから、今や日本もトップ企業はその流れに乗って動いています。

環境報道の底上げはとても重要です。私の著書『地球温暖化は解決できるのか パリ協定から未来へ!』は岩波ジュニア新書として中高校生向けの体裁になっているんですけども、実はこれ、記者さん向けなんです。科学の基礎から国際交渉の歴史、日本の対策の過去の経緯までが、包括的にこれを1冊読めばわかるようになってるので、ぜひベースの理解を深めていただきたいと思います」

——そもそもアナウンサーから気象予報士に転身したきっかけ



小西雅子 こにし・まさこ

中部日本放送アナウンサーを経てフリー。博士(公共政策学・法政大)。米ハーバード大修士課程修了。気象予報士。2002年国際気象フェスティバル「気象キャスターグランプリ」受賞。2005年から国際NGOの世界自然保護基金(WWF)ジャパン専門ディレクター(環境・エネルギー)。専門は国連における気候変動国際交渉および国内外の環境・エネルギー政策。昭和女子大学特命教授、京都大学院特任教授を兼務。環境省中央環境審議会委員なども務めている。著書に『地球温暖化は解決できるのか パリ協定から未来へ!』(岩波ジュニア新書、2016年)、『地球温暖化を解決したい—エネルギーをどう選ぶ?』(岩波書店、2021年)、『気候変動政策をメディア議題に』(ミネルヴァ書房、2022年)など多数。



「脱炭素化というのは環境だけではなく、経済でもあり、国際政治でもあり、国際関係論でもあり、かつエネルギー工学でもあり、もう、学際的なんです。つまり環境に携わる記者だけじゃなくて、政治記者も経済記者も社会科学の記者も全員に関わるんですね。ですので、いかに記者さんに関心を持ってもらうか、そこが重要だと思います。」

放送メディアは政権への付度、スポンサーへの配慮などが強くて、あいまいな伝え方になっているのが残念です。日本にも気候変動の優秀な科学者はいませんが、彼らの鳴らす警鐘を実践的な対策として産業界に直言する有識者があまりいないのです。『産業界もみんな頑張っていますし、消費者のみなさんは節電しましょう』では間に合わない段階です。2030年までに温室効果ガスの46%削減ができなければ、2050年の気温上昇を1.5度に抑えるのは科学的にほぼ不可能になるんです。今後8年でわれわれが地球の未来を決める時代に生きてるんです」

——具体的にメディアが果たすべきミッションは？ またそのための取り組みを教えてください。

「アジェンダセッティング(課題設定)です。たとえば海外では、フィナンシャルタイムズやBBCは『気候変動』という言葉で『気候危機(Climate Crisis)』に変更しました。日経新聞は経済をうまく回していくためには『脱炭素』が最重要課題だというスタンスを打ち出しています。」

2017年のNHKスペシャル『激変する世界ビジネス』脱炭素革命の「衝撃」が日本企業のマインドセットを変えたと思います。パリ協定後のヨーロッパの変化を伝え、COP23で

け、今のお仕事に至る経緯は？

「局アナからフリーになったところに、ちょうど気象予報士が国家資格となり試験制度が始まったので、受けてみようかとところがこれがニュートンの流体力学を基にした物理学だったので文系の私には何が何だかわからなくて(笑)。ただ、苦労して資格を取ると天気予報の仕事が増えてきて、もともと語学が得意でしたから気象キャスターの国際会議に出るようになって、これがめちゃくちゃ面白かったです。天気つて国境がないので、やがて、世界で異常気象が増えていることに気づき、環境に配慮しながら経済活動と両立する政策に興味を持ちました。今は環境経済学という分野になりますが、アメリカの大学院に進んで学び、帰国したときにWWFジャパンの募集に応じました。私の人生は流れてくる小さな笹舟を乗り継いで今日まで来たって感じですよ(笑)」

地球の未来が決まる8年間