



わたしなづる

UNIQUE SUSTAINABLE BOOK

わたし

UNIQUE SUSTAINABLE BOOK

なづる



世界にいいことを
好きなことから始めよう

Introduction:

学校や職場、街を見渡しても、
「環境に配慮すべき」「エシカルな選択を」とのメッセージが溢れる今の世の中。
とても大切なことだけれど、完璧な行動を求められすぎて、
「私なんか」と気後れして一歩を踏み出せない、
自信を持ってない人も多いのではないか。
だが、サステナブルに向き合う行動は、もっと自由でいいはずだ。
実は世の中を見渡せば、自分らしいやり方で、
より良い未来に向けて行動している人が、たくさんいる。
食べることが好きなら、まずは食べ残しをしないよう気をつけてみる。
ショッピングが好きなら、なるべく長く使えるものを選んでみる。
すべてを完璧にやろうと思うと尻込みしてしまうけれど、得意なことなら続けられる。
「好きなことから」というあなたの選択が、未来を変える力になるのだ。
矛盾も迷いも偏りもひっくるめて、前に進む。
そのためのヒントを一緒に探しに行こう。



目次

contents:

column1	
「データで知る」地球の問題が	04
他人事じゃない理由	

(監修: 江守正多)

column2	
YOUR ACTION MATTERS!	09
あなたの行動、意味あります。	

(監修: 松沢優希)

Special interview
ユニークサステナブルピープル

石山アンジュ	13
--------	----

滝沢秀一(マシンガンズ)	16
--------------	----

WoWキツネザル	19
----------	----

column3	
自己探究テーマの見つけ方	22

(安齋勇樹)

interview	
ユニークサステナブルカンパニーズ	26

ロート製薬/サントリーグループ/三菱電機/キリン
西尾レントオール/ラスweet/ TOPPAN
FM802/うめきたMMO/パナソニックグループ
ソフトバンク/Earth hacks

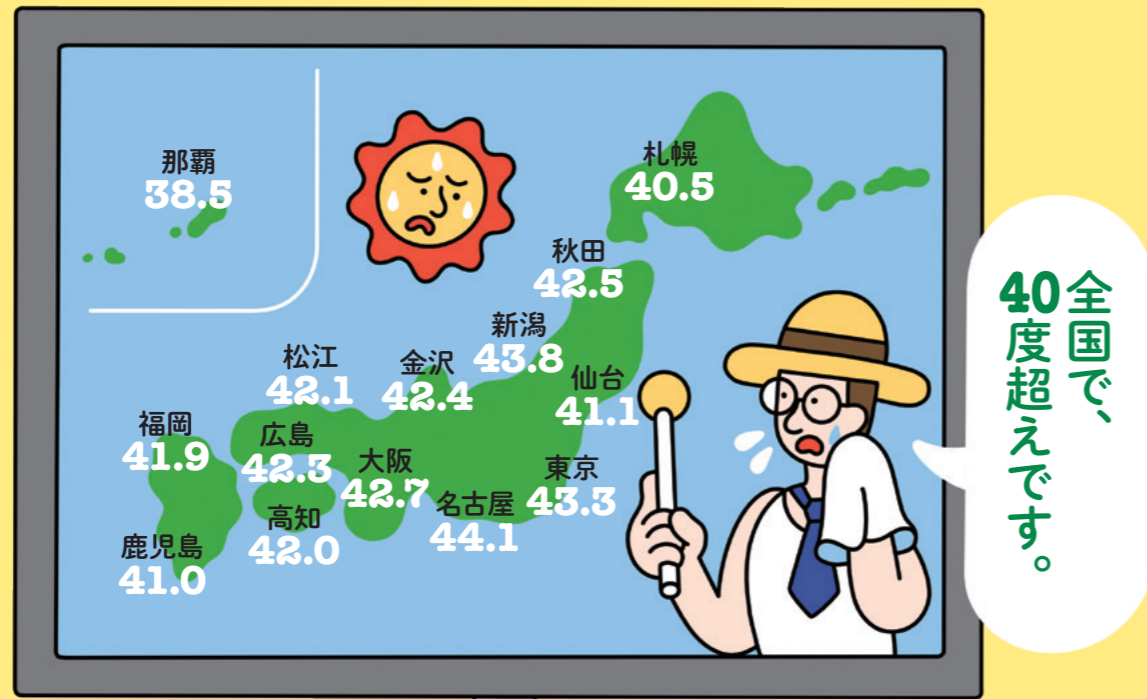
column4	
子どもが実践している	46
ユニークサステナブルアクション	

column5	
明日からサステナブル、何に取り組む?	48

(江守正多)

データで知る。

地球の問題が、他人事じゃない理由



温暖化対策がうまく進まなかった場合、
将来の夏は40度超えが当たり前になるかも？
出典)環境省「2100年、未来の天気予報」(2019年)

サステナビリティを考えるうえで、避けて通れない「地球温暖化」。地球温暖化と聞いて「私には関係ない」「未来の話でしょ?」と思う人もいるかもしれない。だがデータを見れば、「他人事」ではいられない現実が見えてくる。

監修: **江守正多**
東京大学未来ビジョン研究センター
副センター長 教授

1997年より国立環境研究所に勤務。国立環境研究所気候変動リスク評価研究室長、地球システム領域副領域長等を経て、2022年より東京大学未来ビジョン研究センター教授。研究者でありながら、気候変動問題についての情報発信にも全力で取り組んでいる。



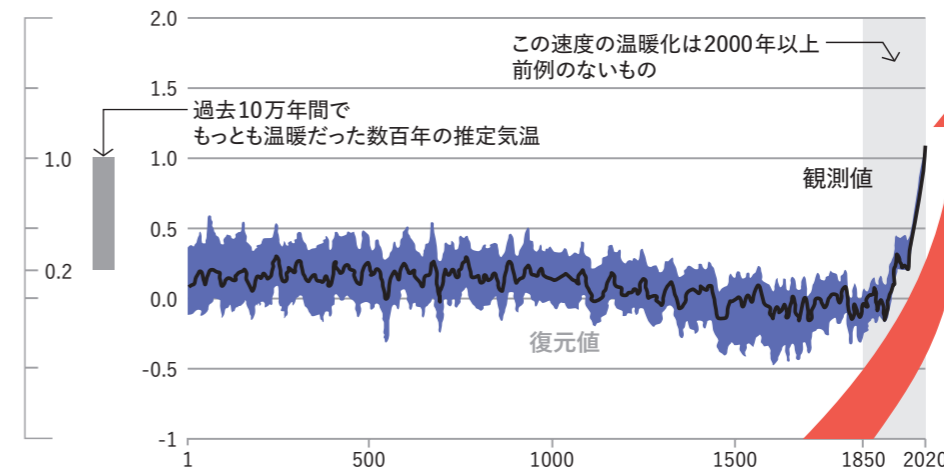
何がやばいの? とにかく暑い。

最近の夏は、とにかく暑い。真夏日や猛暑日が当たり前になり、外に出るだけで体力を奪われてしまいます。もはや「今年は暑いね」で片づけられる変化ではないと、肌で感じている人も多いのではないのでしょうか。その感覚は、決して気のせいではありません。気象庁によれば、日本の2025年の夏は、過去127年でもっとも暑い夏となりました。将来予測では、2100年には

日本の夏は40度超えが当たり前になる可能性も指摘されています。「どうか遠い未来の話であってほしい……」と思いますよね。けれどデータをひもとくと、地球温暖化はすでに、健康や食べ物、災害リスクなど、私たちの身近な暮らしに影響を及ぼしはじめて見えてきます。

この暑さ、地球規模です。

●この100年で地球の平均気温は大幅上昇



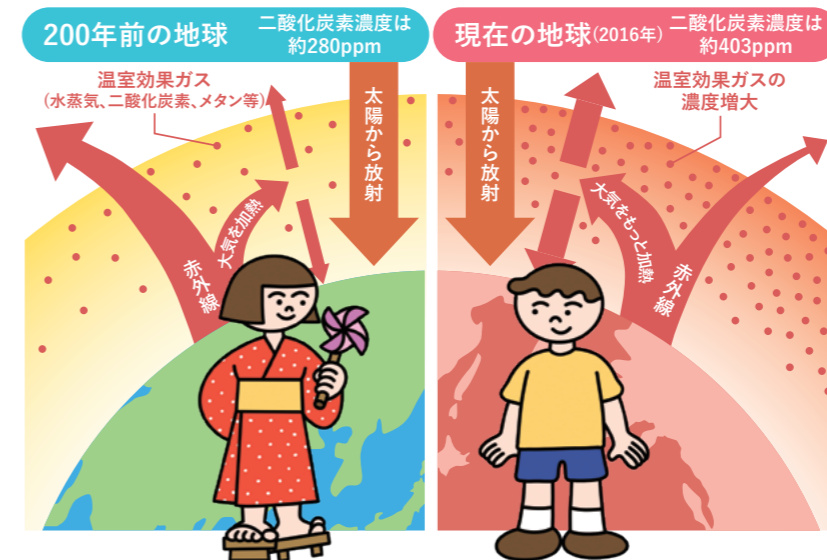
過去約2000年の世界平均気温の変化。これまでも地球の気温は上昇と下降をくり返してきましたが、この100年の気温上昇は過去とは比べものになりません。
出典)IPCC AR6 WG1 SPM 暫定訳

江守先生コメント
「近年の気温上昇は、地球の周期的な気温の変化に過ぎないのでは」との声もあります。ですが、過去の自然変動とは明らかに異なります。地球温暖化の最新の科学をまとめる国際機関・IPCCは、「人間活動が地球温暖化を引き起こしていることに疑う余地はない」と強い表現で結論しています。

そもそも地球温暖化って、どうやって起きるの?

そもそも「地球温暖化」がどうやって起きているのか、自分の言葉で説明できる? 地球が暑くなる仕組みを改めておさらいしよう。

●温室効果ガスによる地球温暖化の仕組み



大前提として、地球は太陽の光で温められています。本来、その熱は宇宙へ逃げていく。

ですが、大気中にCO₂などの温室効果ガスが増えると、地表から宇宙に出て行くはずだった太陽の熱の一部が、大気中に蓄えられてしまいます。つまり、地球の周りに「厚い毛布」をかいたような状態。

地球の周りの毛布が分厚くなるほど、地球に熱がこもり、気温が上がっていく。これが地球温暖化のメカニズムです。



広島の特産が大量死。「磯焼け」も深刻

2025年、牡蠣の生産量1位を誇る広島県で、養殖の牡蠣が大量死。原因は「高水温」と「高塩分」と言われており、温暖化も要因の一部になっている可能性がある。

江守先生コメント

日本各地で「磯焼け」被害も深刻化。磯焼けとは、ウニなどにより海藻が食べ尽くされ、藻場が砂漠のようになってしまう現象。磯焼けが進むと、魚介類のエサや産卵場所が失われる、海苔や昆布などがとれなくなるなどの影響が。磯焼けの要因の一つにも、温暖化による水温の上昇が挙げられます。

チョコレートが値上げ。カカオショック

ここ数年のうちに、チョコレートやコーヒー、オリーブオイルなどの輸入食品が値上がりした。特にチョコレートの材料となるカカオ豆の値段が、2024年に過去最高値となるなど「カカオショック」とも呼ばれる事態に。



江守先生コメント

もちろん地球温暖化が唯一の原因とは言えませんが、カカオの不作の要因には異常気象が挙げられます。地球温暖化は、気温の上昇を底上げしますし、雨の降り方を極端にしやすいため、異常気象を引き起こす要因になるのです。

実は、すでに いろいろな影響が 出ています

ここ数年で、地球温暖化が一因となる災害や被害が、各所でニュースになった。そのニュースを振り返ろう。



江守先生コメント

大雨や台風の発生自体が地球温暖化のせいというわけではありません。ですが地球温暖化によりそれら一つひとつがパワーアップします。気温が上がると、空気がより多くの水蒸気を含むようになるため、同じ強さの低気圧でも、雨の量は増える傾向にあるし、台風はより強く発達しやすくなる。地球温暖化が進むと、さらに水害による被害が大きくなる可能性があるのです。

日本各地で 甚大な水害被害が発生

2018年に200名以上の死者数を出した西日本豪雨や、2019年に90名以上の死者を出した台風19号などの大規模なものも含め、日本では毎年のように水害が起きている。気象庁によると、実際に1時間に80mm降るような強い雨は、1980年頃と比較しておおむね2倍に増えているとのこと。



記録的な 森林火災が続く。

ここ数年で、北米やオーストラリアで乾燥化による大規模な森林火災が頻発。2025年初頭、米カリフォルニアで発生した森林火災では、数千棟の建物が焼失し、住民多数が避難。

江守先生コメント

地球温暖化が進むと、水害も増えるのに乾燥も起こすの？と不思議に思った人もいるかもしれませんが。どうしたことかという、気温が上がると空気が水蒸気を蓄えられる量が増えます。すると、水蒸気が多い所はどんどん溜め込み、少ない所はもっと奪おうとする。結果、湿った所はもっと雨が降り、乾いた所はもっと乾きます。だからある地域では大量の雨が降る一方で、乾燥している場所はさらに乾燥が進み、豪雨も森林火災も両方深刻化してしまうのです。



お米が美味しくなくなる?!

お米が高温にさらされ続けることで、お米の品質や収穫量が落ちる可能性あり。すでに猛暑による不作や品質の低下も報告されている。



もう外で遊べない?!

熱中症の心配から、外で遊べなくなったり、部活動が中止になったり…。建築関連の仕事も、危険性が増すとされている。

健康にも悪影響?!

気温が上がることで、熱中症リスクが増える。寝苦しさによるストレスや、新しい感染症の広がりも心配……。



災害が増える?!

ゲリラ豪雨や台風などの災害の被害が増える可能性大。温暖化により、空気中の水蒸気が増えるため、雨量も増える。

江守先生コメント

一度変わってしまった環境や生態系は、簡単には元に戻りません。農作物や魚がとれなくなる、森林が失われる。こうした変化が起きてしまうと、回復には途方もない時間がかかります。そして、その変化に人間が対応すること自体も大きな負担です。特に農業の現場は高齢化が進んでおり、急な環境変化に対応する余力が限られています。

将来、 こんな問題が 起きちゃうかも?!

近い将来、私たちの身近なところでも、こんな影響が起きてくるかも。こう聞くと、地球温暖化が一気に他人事じゃなくなってくる。

Column 世界ではこんなことも……

海面上昇で国が離散の危機。 メタバース国家で存続か?

南太平洋・カリブの島国では、海面上昇で地下水に海水が混ざり、生活用水が塩水化してしまった地域も。将来的には国が水没してしまうかもしれないため、本格的な移住計画もはじまっています。特に南太平洋に浮かぶ9つの島からなる国ツバルでは、国民が散り散りに移住した場合でも国を存続させ文化を守るために、メタバース（インターネット上の仮想空間）上にデジタル国家を作る計画まで進んでいます。それくらい、国を追われるシナリオが現実味を帯びているんですね。

あの魚がとれなくなる?!

海水温度が上がり、魚がとれる場所や魚の特徴が変わってしまうかも。すでに、これまでは日本海側が漁獲の主流だったブリが北海道でとれるようになるなどの変化が起きている。



15,000種の動物が 気候変動の影響下に

IUCN（国際自然保護連合）によれば、気候変動による影響を受けていると考えられている野生生物は15,000種以上で、絶滅の可能性が高まっているという。

私たち、結構加担しています。

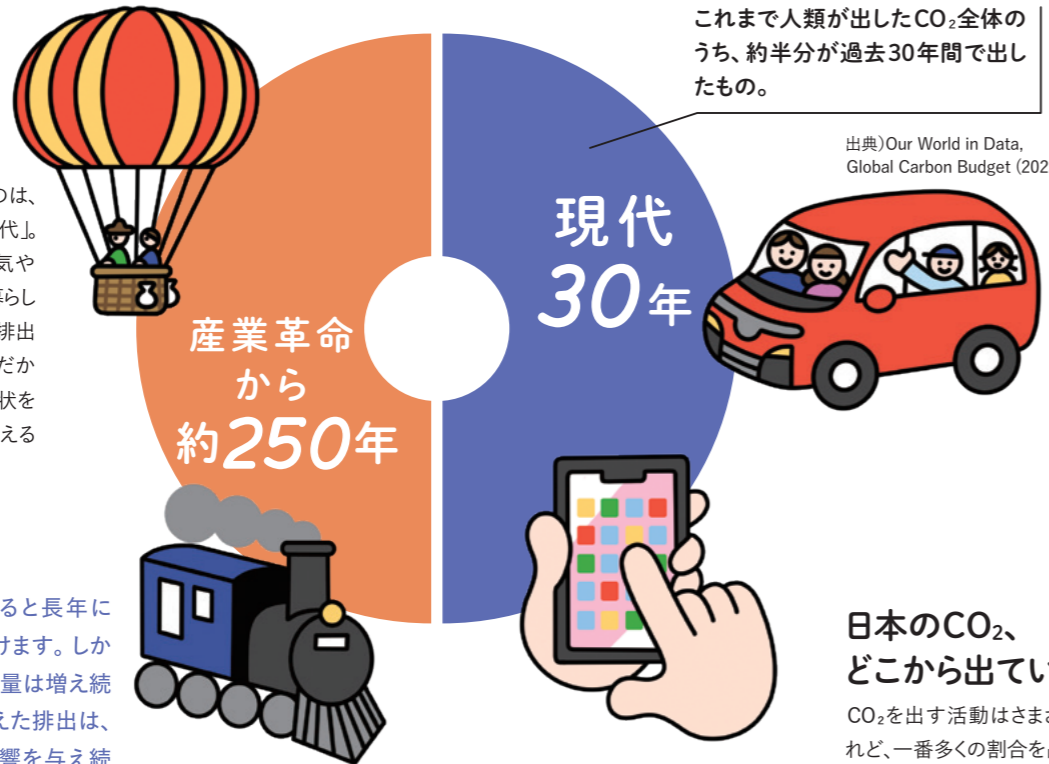
地球温暖化を進めているのは、まさにいまを生きる私たち。具体的にどう関わっているのか、見ていこう。

現役世代、責任重大

地球温暖化を進めているのは、まさに「いま生きている世代」。車での移動や冷暖房、電気やデジタル機器に囲まれた暮らしなど、現代の便利さがCO₂排出量を押し上げてきました。だからこそ、私たちの世代が現状を知り、これからの選択を考えることが重要です。

江守先生コメント

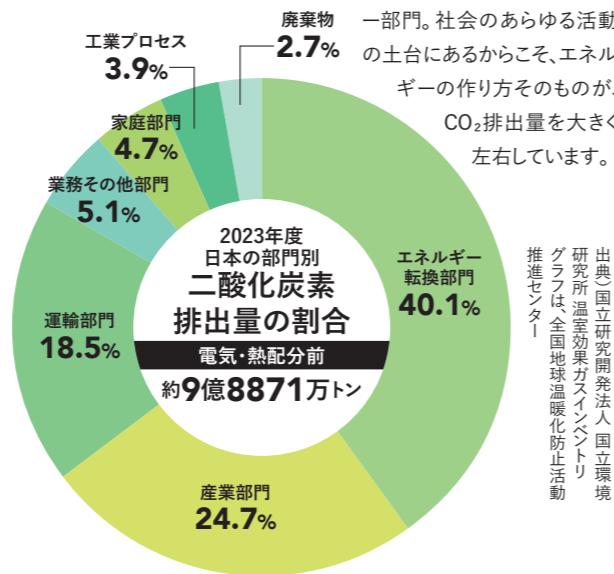
CO₂は、一度排出されると長年にわたり大気中に残り続けます。しかもいまこの瞬間も、その量は増え続けている。短期間で増えた排出は、その後の世代に長く影響を与え続けることになるんです。



出典)Our World in Data, Global Carbon Budget (2025)

日本のCO₂、どこから出ている？

CO₂を出す活動はさまざまあれど、一番多くの割合を占めるのが電気や熱を作るエネルギー部門。社会のあらゆる活動の土台にあるからこそ、エネルギーの作り方そのものが、CO₂排出量を大きく左右しています。



出典)国立研究開発法人国立環境研究所温室効果ガスインベントリグラフは、全国地球温暖化防止活動推進センター

江守先生コメント

エネルギーをどう作り、どうつかうかが変われば、排出量は大きく変わります。たとえば、家を建てるときに太陽光パネルを設置して再生可能エネルギーをつかう。こうした選択は、一人ひとりでも「長く効く」温暖化対策になります。

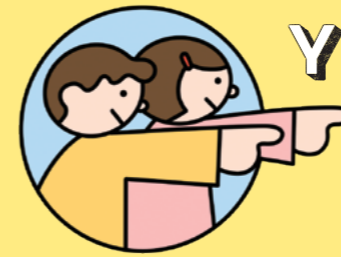


CO₂排出量ランキング、日本は6位

順位	国名	排出量 (100万トン)(2024年)
1	中国	13,125
2	米国	4,632
3	インド	3,154
4	EU27カ国	2,462
5	ロシア	2,009
6	日本	972
7	イラン	829

日本は、世界で見てもたくさんCO₂を出しています。世界196カ国中、なんと6位。

出典)EDGAR(Emissions Database for Global Atmospheric Research)の統計データ 2024年



YOUR ACTION MATTERS!

あなたの行動、意味あります。

環境のために行動することは大切だとわかっていても、「自分一人がやっても変わらない」と尻込みしてしまう人は多いだろう。だが、小さな行動にもきちんと意味があると話すのは、環境・サステナビリティ分野で企業コンサルティングを行い、環境教育などの啓発活動にも取り組んでいる、松沢優希さん。その理由を聞いた。

Q 個人の行動には、本当に意味があるの？

A あります。個人の行動は、企業や国の判断を動かす、大きな力になります。

地球温暖化のような大きな問題を前にすると、個人の行動はちっぽけに感じてしまうかもしれません。実際、世界のCO₂排出量の約7割は、石炭・石油・天然ガスといった化石燃料を生産・供給するわずか100社が占めているというデータもあります(注)。石炭は主に発電や製鉄を通じて社会基盤を支えているほか、石油はプラスチックなど私たちの身近な製品にもつかわれています。排出は、企業だけでなく、社会全体の仕組みの中で生まれているのです。企業は需要があるから生産を続けます。そして国の政策も、科学的なデータや国際的な約束、経済の状況に加え、企業の動きや社会の関心を受けて形づくられます。だからこそ、私たちの「選ぶ」という行動は、企業や国の判断に影響を与える一つの力になるのです。

注)出典:CDP(Carbon Disclosure Project)/Climate Accountability Institute, Carbon Majors Report 2017

Q 特にどんな行動がインパクトがあるの？

A 「何を買うか」「買わないか」は特に重要です。

買い物は、特にインパクトが大きい行動です。環境に配慮した商品やサービスを選ぶことは、その企業を応援する行動になります。実際に多くの企業担当者と話していると、「お客様の声で環境配慮製品を開発する後押しになった」「生活者の環境意識の高まりを受けて、資源のリサイクルに踏み出した」といった声もよく耳にしますよ。

Q 完璧にやらなくてもいいの？

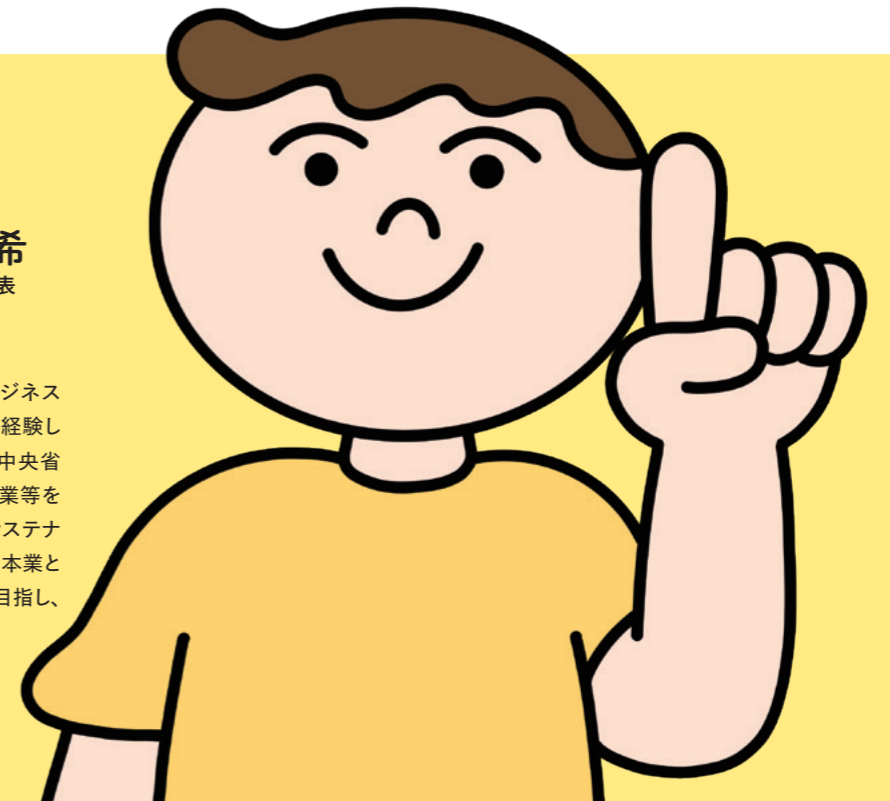
A 小さな行動でも、続けることに意味があります。

サステナブルな行動は、100点を目指すものではありません。「今日はこれだけ」「これはできそう」という小さな行動でも、積み重なれば大きな変化になる。完璧でなくても、続けることに意味があるのです。



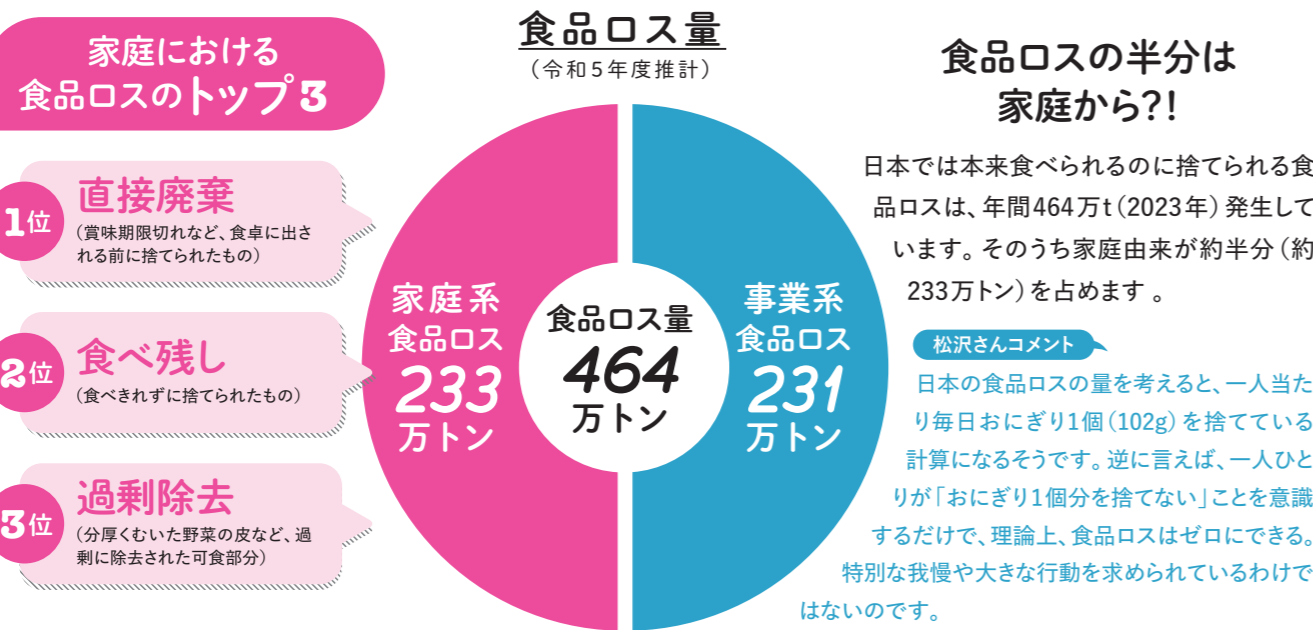
監修:松沢優希
循環価値研究所 代表

環境ソリューション企業にて、新規環境ビジネスの開発やリサイクル工場の管理改善等を経験したのち、日系コンサルティングファームで中央省庁、自治体、リサイクル関連団体、民間企業等を支援。現在は外資系テクノロジー企業でサステナビリティ関連のコンサルティングを行う中、本業とは異なる形で持続可能な社会への貢献を目指し、循環価値研究所を設立。



私たちの行動、 どれくらい意味があるの？

私たち一人ひとりの行動は、どれほど社会に影響を与えているのか。
ここでは、想像しやすい「食品ロス」を題材に、個人の選択が与えるインパクトを見ていこう。



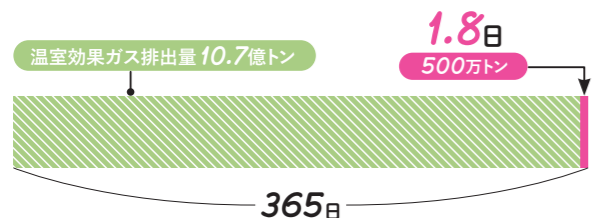
出典) 消費者庁 食品ロス削減関係参考資料 令和7(2025)年6月27日

Column 食品ロスは、CO₂排出量も増やしています

食品ロス削減で、 CO₂を“2日分”減らせる

食品ロスは多くが可燃ごみとして焼却され、CO₂排出の増加につながります。消費者庁によると、食品ロス由来の温室効果ガス排出量は年間約1,050万トンに上ります。

そのうち家庭由来を約半分とすると、削減できるCO₂は約500万トン。これは日本全体の年間排出量(約10.7億トン)の約1.8日分に相当します。つまり、家庭の食品ロスをなくすだけで、日本のCO₂排出をほぼ2日分減らせる計算です。小さな行動の積み重ねが、これほど大きなインパクトを生むのです。



Column 食品ロスを減らすためのアクション例

- 買い物前に「冷蔵庫チェック」の習慣を
- まとめ買いしすぎない
- 食品を長持ちさせる工夫を(冷凍保存など)
- 飲み会の幹事になったら「食べ切りタイム」を作ろう
- ハーフサイズや小盛りサイズも選択肢に

参考) 政府広報オンライン「食品ロスを減らそう! 今日からできる家庭での取組」



草の根活動が、 大きな動きに

一人ひとりの小さな行動や、企業の地道な取り組みが、いつの間にか社会の当たり前を変えていく。
草の根の挑戦が、大きなムーブメントへと育った事例を紹介する。

case 1 あの「回収ボックス」 誕生秘話

スーパーマーケットでよく見る、食品トレーの回収ボックス。あの仕組みが、実は一企業の取り組みからはじまっていたことを知っていましたか?

その企業とは、食品容器メーカーのエフピコ。1980年代、日本ではごみ処理問題が深刻化し、つかい捨てプラスチックへの課題意識が高まりつつありました。こうした背景のもと、エフピコは独自のリサイクルシステムの構築に踏み出します。そして、使用済みトレーを消費者から回収し、再生する仕組みをいち早く築いたのです。

スーパーマーケットと連携し、店頭回収を進めたことで、生活者が自然に参加できる循環が生まれました。その結果、現在では全国約1万店以上で回収が行われ、回収されたトレーは再び資源として活用されています。



参考) 株式会社エフピコ「エフピコ方式のリサイクル」
https://www.fpc.jp/esg/environmenteffort/fpc_recycle.html
2026年2月1日閲覧

case 2 オーガニック食品が 身近な選択肢になるまで

かつて日本でオーガニック食品は、「意識の高い人が選ぶ特別な食品」と捉えられていました。価格が高く、購入できる場所も限られていたためです。

それでも、「環境に配慮した暮らしをしたい」といった生活者の思いが、購買行動として積み重なっていきました。需要の広がりを受け、一般のスーパーマーケットでも取り扱いがはじまり、オーガニック食品は徐々に身近な存在になっていきます。

この変化は生産現場にも影響を与え、生産方法を見直す農家も増えていきました。

やがて2000年には有機JAS制度が導入され、オーガニックを名乗るための共通ルールが整備されます。生活者の選択が企業を動かし、その動きが制度へとつながった象徴的な例だと思えます。



Column 松沢さんが 最近取り入れた サステナ・アクション

ファッションレンタル

私が最近取り入れているのが、ファッションレンタルです。新品の服を作って着て廃棄する従来のモデルと比べると、CO₂排出量を2割程度削減できるそう(注)。着たことのない服を着るワクワク感をしみつつも、不要な買い物の失敗を防ぐ。無理なく楽しみながら続けられる、私なりのサステナブルな選択です。

出典) 株式会社エアーローゼット プレスリリース エアーローゼットが、グリーン購入大賞で「経済産業大臣賞」を受賞(2024年12月12日)



ユニーク サステナブル ピープル

シェアリングエコノミー協会 代表
石山アンジュ
ANJU ISHIYAMA **1**

マシンガンズ **2**
滝沢秀一
SHUICHI TAKIZAWA

環境系エンターテイナー
WoWキツネザル
WOW KITSUNEZARU **3**



UNIQUE SUSTAINABLE PEOPLE

気候変動をはじめとする社会課題に向き合うとき、
私たちはつい「何か大きなこと」を求めてしまう。けれど、
等身大の方法で、サステナブルな選択を重ねる人たちがいる。
そんな個性あふれる実践者に、
自分らしい世界への向き合い方を聞いた。

シェアリングエコノミー協会 代表 **石山アンジュ**

ANJU ISHIYAMA

一般社団法人シェアリングエコノミー協会
代表理事。「シェア（共有）」に親しみながら
育つ。現在は、政府と民間の架け橋として、
規制緩和や政策推進にも従事。テレ
ビコメンテーターとしても幅広く
活動する。著書に『シェアラ
イフ』など。



「シェア」すれば、地球もみんなもハッピーに

さまざまな人と物や経験を共有する
「シェアライフ」を実践する石山アンジュさん。
「地球環境を救うための選択肢」になるという
古くからある「おすそ分け」の文化が、
どのように私たちの未来を変えるのか。話を聞くと、
これからの時代の「ユニークな暮らし方」が見えてきた。





「物の貸し借り」が地球を守る

「シェアリングエコノミー(共有経済)」と聞くと、なんだか難しく感じるかもしれませんが、昔からある「物の貸し借り」と同じだと私は考えています。

かつて、ご近所さん同士で「お醤油の貸し借り」をしていた習慣が、デジタルの力によって「誰が貸せて、誰が借りたいのか」、簡単に実現するようになりました。いわば、ご近所付き合いができる人たちが世界中に広がった。それが、いまの時代のシェアリングエコノミーです。

魅力は便利さだけではありません。環境問題に

も大きな可能性を秘めています。すべてを自分で買い揃えなくても、必要なときにシェアすれば、物を新しく生み出すことも廃棄も減らせるからです。

たとえば、ビニール傘。年間約8,000万本も捨てられており、これらをシェアするだけでごみは劇的に減ります。さらに、カーシェア(車のシェア)やシェアサイクル(自転車のシェア)を実践すればCO₂削減にもつながる。シェアで解決できることは沢山あるのです。



誰かと何かを分かち合うのは楽しい

私がシェアに興味を持ったのは、生まれ育った環境が大きいかもしれません。実は、父が作ったシェアハウスで育ちました。一人っ子だった私にとって、国籍も年代もバラバラな血のつながらないお兄さん、お姉さんと大家族のように暮らす毎日は、純粋にワクワクしました。

誰かと何かを分かち合う楽しさは、友達同士でも感じていました。私の母はデザイナーで、キャラクタ

ーの洋服などを着る文化がなかったんです。だから、友達の家泊まったときに、キャラクター服を貸してもらったのが、たまたま嬉しくて。

自分のクローゼットに眠っている服も、誰かに貸せばその人を笑顔にできる。「貸す側」も「借りる側」もハッピーになれる。そんな感覚が、私の中に根付きました。

Q 環境問題を解決する「シェア」、何からはじめればいいですか？

誰かの「苦手」は、別の誰かの「好き」だったりします。たとえば給食で、友達が残しそうなおかずを代わりに食べてあげる。そんな小さな助け合いが、結果として、食品ロスという大きな課題を解決する一歩になります。もちろん苦手を克服する努力も大切ですが、捨ててしまうくらいなら、得意な人が引き受けたほうがいい。こうした「好きと苦手のマッチング」を実現するには、まず自分自身の「好きと嫌い」を正しく知ることが大事だと思います。



「好きと嫌い」を分かち合おう



自分の「経験」だってシェアできる

シェアリングを自分の仕事にしようと感じたのは、二つのきっかけがあったからです。

一つは、大学生のときに直面した東日本大震災。スーパーから物が消え、私たちの生活が立ち行かなくなることを実感しました。一方で、全国に頼れる友人がいて、お米を譲ってもらったり家に泊まらせてくれたりする「つながり」こそが、災害時に重要だと痛感しました。

もう一つは、大学卒業後に入社した会社でのこと。個人の人生は自分の意思で決めていいはずなのに、

会社のルールや望まない転勤で、一人ひとりの可能性が閉ざされてしまうことに違和感を覚えたんです。

社会に出ると、名刺に書いてある肩書きでその人の役割が決まってしまうますが、本来は「名刺に書いていないスキル」を誰もが持っているはず。

たとえば、会社の仲間が実はプロ直前までサッカーを極めていたり、中東のアラビア語を話せたりするかもしれない。こうした自分の「経験」や「スキル」を教えたり、分かち合ったりする働き方を「シェアワーカー」といいます。



自分の可能性を発見できるのはおもしろい

いま、身につけているイヤリングも、個人で活動する作家さんが作られたものです。割れてしまった「有田焼」と、浜辺に落ちているガラス片の「シーグラス」を金継ぎして作られています。

本来ならごみとして捨てられてしまうはずの破片を、誰かを喜ばせるアクセサリーに変える。シェアで大事なものは、こうした「発想力」かもしれません。

これまでは大量に生産された物の中から買うのが当たり前でしたが、いまは誰もが、自分の感性に合う一点ものに出合えるチャンスが、オンライン上に広がっています。自分の得意を形にしてシェアできる場所があるとも言えますね。

自分の中に眠っている「好き」や「可能性」を再発見できるのも、シェアの面白さだと思います。



シェアの反対は「独り占め」

私自身、シェアハウスで育つ中で「正解は一つじゃない」ということを学びました。親や先生が言うことだけが正しいわけではなく、多様な価値観に触れることで、自分の世界が広がっていく。シェアリングエコノミーを実践する立場になったいまも、その感覚があります。

シェアの反対は「独り占め」です。すべてを自分一人で所有するのは、豊かなようでいて、寂しいことかもしれません。ゲームを一人で楽しむのもいい

けれど、友達と一緒に遊ぶのも楽しいはず。

誰かとご飯を食べたり、一緒に宿題を考えたり。そうした「人とのつながり」は、人生において決してなくなるものではありません。皆で分かち合ったほうがきっと毎日が楽しくなる。

自分自身の将来、そして地球にとっても心地よい未来を作る。そのための方法として「シェア」という選択肢があることを、知ってもらえたら嬉しいです。

マシンガンズ 滝沢秀一

SHUICHI TAKIZAWA

お笑い芸人・ごみ清掃員。お笑いコンビ「マシンガンズ」のメンバー。2007、08年M-1グランプリ準決勝進出。2012年からごみ清掃員として働きながら、SNSや書籍を通じてごみ問題を発信する。2023年「THE SECOND」にて準優勝。



ごみ清掃員、毎日が発見です。

現役のお笑い芸人でも、ごみ清掃員。日々の1000袋のごみと向き合う滝沢秀一さんは、そんな滝沢さんが語る、その人の生き方がわかる「お笑い」の語り。にわか歓迎のサステナブルの動きも。



東京はあと50年でごみで埋まる？

正直僕は、元々環境意識が高いほうではまったくありませんでした。ごみ清掃員を始めたきっかけは、完全に生活のため。お笑い芸人として活動しながらアルバイトを探していた当時、僕は36歳。募集の多くは「35歳まで」で途方に暮れていました。そこで条件に合ったのが、清掃員の仕事だったんです。

知識ゼロで飛び込んだからこそ、ごみの世界には本当に衝撃を受けました。たとえば、皆さんは自分たちが1日にどれほどのごみを出しているか知っていますか。

街中でよく見かけるごみ収集車は、最大で約2トンのごみを積めます。当初僕は「1回満杯にしたら1日の仕事は終わりだろう」と思っていたのですが、実際はまったく違いました。満杯になったら清掃工場へ運び、戻って、また満杯にする。これを1日に

6回繰り返すのです。つまり約12トン、袋にすると900袋ほどになります。

しかも、これは自分の担当エリアだけの量。日本全体で考えれば、想像を絶する量のごみが、毎日出されているのです。

ごみは燃やせば消えると思われがちですが、実際には燃やす前の体積の20分の1程度が灰として残ります。20分の1に減ってもまさに「ちりも積もれば山となる」で、東京23区の最終処分場は、あと50年ほどでごみに埋め尽くされてしまうと言われていました。僕も最初に聞いたときは、驚きました。

こうした経験を経て、ごみ清掃の仕事は僕にとって、「生活のための手段」から「世の中を知る入り口」へと変わっていったのです。



お金持ちが出すごみは少ない？

とはいえごみ清掃の仕事は、体力的に厳しく、何度心も折れそうになりました。でも仕事がつまらなければ、人生までつまらなくなってしまう。そう思って、僕は仕事を自分で面白がることに決めました。

細かく観察すると、ごみには「その人の生活」が映し出されるんです。たとえば「お金持ち」は、出すごみの量が少ない。大量に買って捨てるのではなく、多少値段は高くても長く使えるものを買う。そんな習慣を作れば、お金持ちのようにごみを減らせるのかもしれない。

僕自身の生活でも、ごみをいかに減らせるかに挑戦しています。コンポストをはじめて生ごみを堆肥にしたり、使い終わった油をペットボトルに詰め

て回収拠点に持って行ったり。最近は服も買わずにレンタルすることが増えました。工夫しはじめると、ごみを減らすことがゲームみたいに楽しくなってくるんですよ。

そしてごみ清掃員の仕事や生活の中で得た気づきを、発信しはじめました。このテーマはどうしても真面目になりがちですが、芸人だからこそ面白く届けられると思ったんです。

最初は「分別なんて意味がない」「どうせ燃やせば一緒だろう」など、さまざまな批判も受けました。それでも発信を続けていると、芸人仲間が「ごみをこんなに減らせたよ」とか声をかけてくれるようになって。やっぱり言い続けてよかったなと思いますね。



「にわか」で何が悪い

環境・社会問題と聞くと「完璧にやらなきゃ」と構えてしまう人もいます。でも僕は、「にわか」からはじめてまったく問題ないと思う。

たとえば、毎日ペットボトルを買っていた人がマイボトルに切り替えるだけで、年間で365本ものペットボトルの消費を減らすことができる。100人が取り組めば、3万本以上です。

また、各家庭で生ごみの水分を絞ることで、自治体の税金が数億円単位で節約できるという試算もあるんです。

というのも、実は生ごみの約80%は水分。水は重いので、回収にも焼却にも余計なコストがかかります。その費用を負担しているのは、私たちの税金です。だからこそ、各家庭で生ごみを「キュッ」と絞るだけで、そのコストを大幅に減らすことができる。

個人の力、侮れないでしょう？

このように、世界中の一人ひとりがごみ問題を意識できるようになれば、大きな違いを生み出せる。極端に聞こえるかもしれませんが、戦争を減らすことだって不可能ではないと思うんです。戦争の背景には、「資源の奪い合い」があります。余計なごみを減らし、石油などの資源消費を抑えることができれば、争いそのものを小さくしていけるかもしれません。

そんな未来に向けて、まずは自分の好きなこと、得意なことから始めれば十分。続けられる小さな行動こそ、大きな変化につながります。将来お金持ちになりたい人は、出すごみの量を減らすところから始めてもいいかもしれませんね(笑)。

ごみに関する勘違い 3 選

Q1 ノートや雑誌は可燃ごみ？



➤ いいえ、資源です

封筒・ノート・雑紙などは可燃ごみに混ざりがちですが、本来はリサイクルできる資源。きちんと分けるだけで、ごみの量を減らせます。

Q2 汚れたプラスチックや段ボールでも、リサイクルしたほうがいい？

➤ 可燃ごみに出したほうがいいのかも

味噌や油がベッタリ残った容器や、チーズがベッタリついたピザの空き箱は、衛生面の問題でリサイクルが難しいことがあります。汚れが落とせない場合は可燃ごみへ。

Q3 ごみ袋はパンパンにして出したほうが効率的ですね？



➤ いいえ、容量に余裕がある状態で出してください

ごみ袋をパンパンにすると、清掃員が持ち上げたときに重量オーバーで破れてしまうことも。ごみ袋の口はしっかり結び、袋に余裕がある状態で出してください。



環境系エンターテイナー
WoWキツネザル

WoW KITSUNEZARU

2011年にYouTubeで活動を開始。2017年にマダガスカルを訪れ、環境保全や生物多様性の重要性を実感。エンタメと環境問題をかけ合わせ、楽しく学べる活動をスタート。「難しいけれど大切なこと」をわかりやすく伝える唯一無二のエンターテイナー。

続いては、YouTube登録者数13万人を超える環境系エンターテイナーのWoWキツネザル氏だ。幼少期に衝撃を受けた絶滅危惧種「ワオキツネザル」の姿で、環境問題とエンタメを掛け合わせ発信を続ける。一見、悪ふざけとも思えるド派手なキャラクターの彼がそのユニークネスを生んだきっかけを聞いてみた。

誰かのヒーローになれる



「Wow」があれば、



見つけ出した「WoWキツネザル」という武器

▲特注の衣装にもコンセプトが刻まれている。

「エンターテインメントで地球を救う」。これがWoWキツネザルのコンセプトです。エンタメで、環境問題を楽しく届けるコンテンツを作っています。

でも、はじめから環境系エンターテイナーだったわけではありません。最初の夢はロックスター。「WoWキツネザル」というキャラもバンドの宣伝用に生みだしました。見た目が普通な自分。ただ幼少

期に「Wow」と驚きや感動を覚えたワオキツネザルは普通じゃない。これに扮すれば戦える武器になると思ったんです。

その後バンドは解散。以前から曲間のMCを褒められていたこともあり、WoWキツネザルとしてMC業をするようになりました。この時点では環境問題とは関係ありません。



ガツンとくらったマダガスカル遠征

環境問題に興味を持ったきっかけはマダガスカルを訪れたことです。WoWキツネザルを名乗る以上、生まれ故郷であるマダガスカルに行かなければと、ネット上で資金を178万円集め、いざ遠征へ。そこで目にしたのは、人間の生活が引き起こした環境破壊。森がほとんどなかったんです。

ガスが通っていない家も多く、生活の燃料として木を切って炭を作ることが何世代も続いていた。「祖父の時代は3分で行けた森が、いまは3時間か

かる」そんな状況でした。保護区での違法な伐採、保護動物たちが食用の肉として乱獲される、厳しい現実がありました。

でも現地の人が悪いわけではないんです。選択肢がないから、その生活をせざるを得ない。環境問題の複雑さと、自分の無力さを実感しました。

自分の人生を変えてくれたワオキツネザルを含め、生き物たちが絶滅するかもしれない。自分事としてガツンとくらいました。



エンタメだからこそ外に届く

帰国後、何ができるか悩み抜きました。でも、そもそもアテクシの人生を変えたのはエンタメです。だからこそエンタメで環境問題をなんとかしようと思えました。

環境関連のイベントや勉強会に足を運びましたが、関心のある人同士で学び合うスタイルが多く、外への発信が足りなかった。なら、エンタメの力を借りて環境問題に興味がない人を巻き込もう。こうして、環境系エンターテイナーの「WoWキツネザル」が誕生しました。

はじめに取り組んだのが「絶滅体験レストラン」です。動物の絶滅をイメージしたショー、動物が絶滅した未来の料理をコースで提供し、環境問題を五感で体験できるイベントを実施しました。1日2公演が満席になりました。

ショーの最後には環境問題に興味がある人となない人が一体になって「We Are the World」を熱唱していたんです。このとき、エンタメで地球は救えると思信しました。



▲(左)大盛況で閉幕。(右)コース料理が進むと、徐々に生物多様性が失われていく未来を体験できる。



正論だけで地球は救えない

まさに大きな成功体験でした。ただ手応えを感じたからこそ、周りが見えなくなった。「大事な問題を知ってほしい」という想いだけでSNSで強い言葉の発信を続けてしまった。

すると、友人からの「いいね」がなくなりました。

理由を聞くと「正しいけど、怒られている気がして辛い」と言われました。

これを聞いたとき、すごくショックを受けて。自分の目指すエンタメとは何か、じっくり振り返る時間をとりました。



「伝える」ではなく「届ける」

シリーズで展開中の「一緒に考えよう!」。視聴者の声も取り入れている。▶

いまはエンタメを通じて、皆に「WoW」を届けることを意識しています。「伝える」ではなく「届ける」です。皆がワクワクするコンテンツでないとエンタメとして広がらないと改めて気づいたんです。

2020年からTikTokをはじめ、現在は「一緒に考えよう!」という動画シリーズに取り組んでいます。話題のニュースや、皆になじみのあるテーマを賛否両論の視点から紹介しながら、環境保全についても一緒に考えようとメッセージを届けています。たとえば、パンダが日本になくなるニュースから生物外交について考える。ジャポニカ学習帳の表紙のイラスト化をきっかけに動植物を擬人化して捉え

ることの賛否について考えるといった具合です。

現在のTikTokの登録者は11万人。その結果、環境問題や生物の専門家の間での認知も広がりました。

環境問題の知識もあり専門的に取り組んでいる「ヒーロー」はすでにたくさんいます。今後は環境問題を解決しようと行動を起こしている人と、無関心な人をつなぐ架け橋になりたいと考えています。

環境問題に関心を持つ人の入り口になり、社会全体を動かす。それがいま、アテクシが求める「WoW」であり、一生をかけるべき目標です。



Q「環境問題の解決のために何をすべきですか？」

よく聞かれます。アテクシの答えは「人生が変わるでっかい『WoW』を見つけて」です。「節電をしよう」など身近な解決策を言うのは簡単。それでは「なんで君がやる必要があるのか」に答えていない気がします。目的のない行動はいつか止まります。アテクシの場合、ワオキツネザルを見て「WoW」って感じたことがすべてにつながっている。この動物を守りたいから、できることをやり続けられている。だから、君のWoWを見つければ君もヒーローになれるってわけだ。皆が、心にドカンとくるWoWを見つければ、環境問題も解決できる。アテクシはそう信じています。



「自分が何ができるかわからない」「大人みたいに大きなことはできない」と思っていますか？でも、大切なのは、自分らしいやり方で、小さな一歩を踏み出すこと。その方法を、探究の専門家・安齋勇樹さんに聞きました。

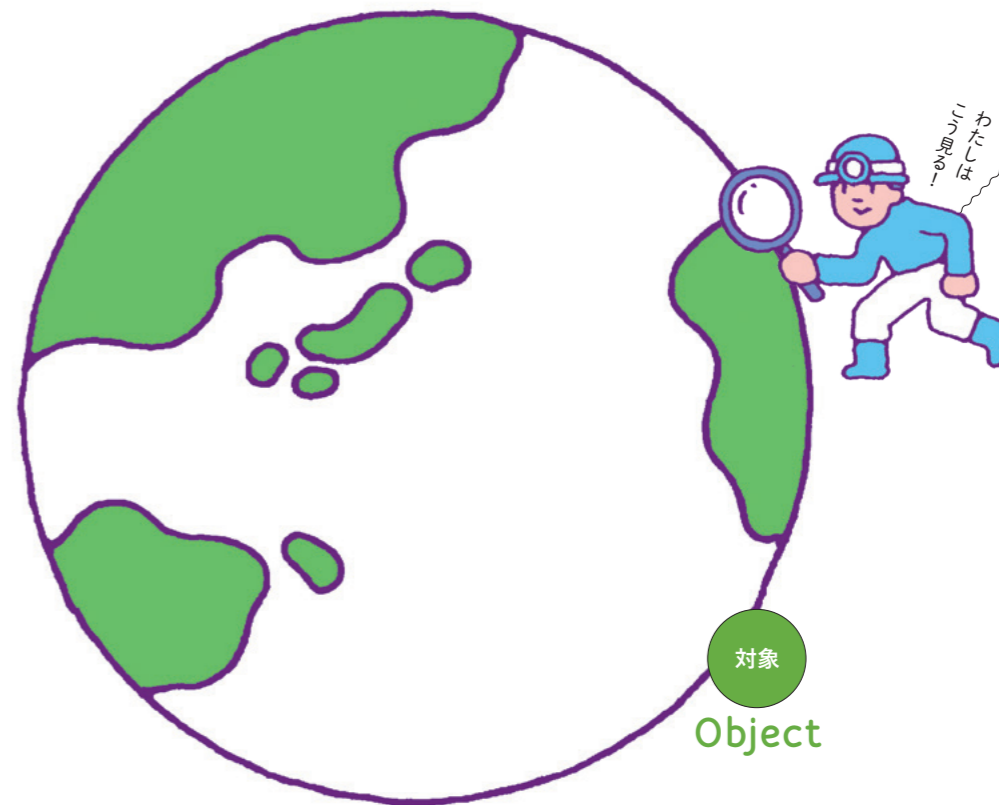
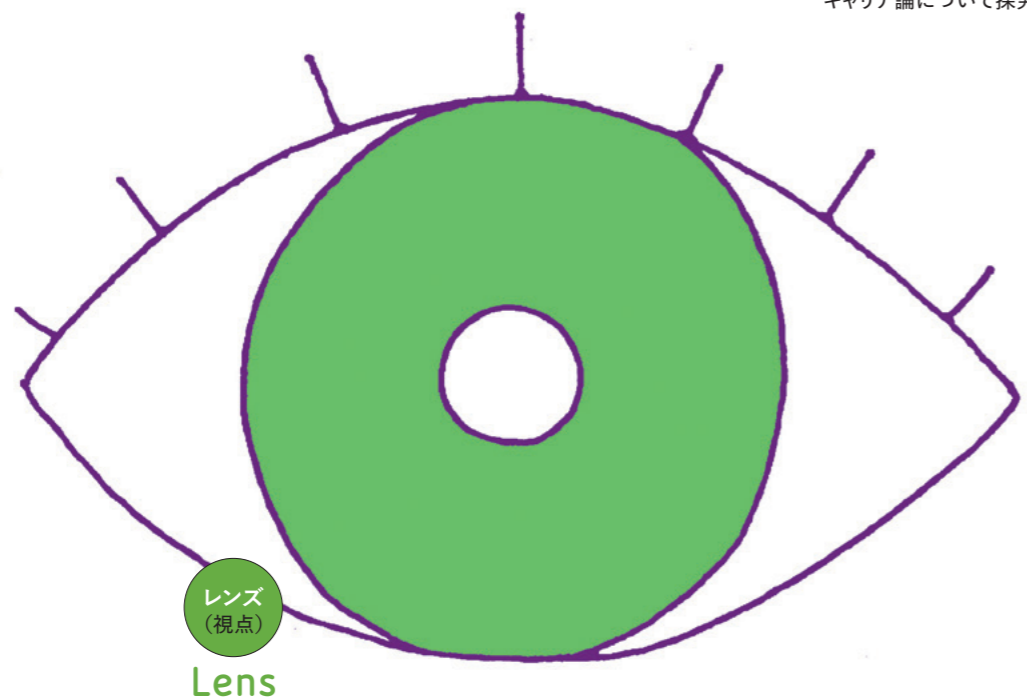
自己探究 テーマの 見つけ方

子どもでも できる、



安齋勇樹

株式会社MIMIGURI 代表取締役
Co-CEO。東京大学大学院 学際
情報学府博士課程修了後、現職。
『問いのデザイン』『冒険する組織
のつくりかた』など著書多数。人
の創造性を活かした新しい組織・
キャリア論について探究している。



大きなことからはじめなくていい

サステナビリティの実現は、地球規模の大きな問題です。「自分が何かしても、何も変わらない」と感じるの、当然のことです。でも、まずは「参加すること」に意味があります。選挙に行くことが大切なと同じで、小さくても関わり続けることが、未来を変える第一歩になります。

そしてもう一つ大切なのは、自分らしいやり方で取り組むこと。なぜなら、自分に合ったやり方でないと続かないからです。人生は長い。「続けられるモチベーション」こそが、実は一番大事な「サステナビリティ」です。自分が面白いと思えない方法で無理をしても、

1年で燃え尽きてしまうかもしれません。

さらに、AIが発達するこれからは、「皆と同じやり方」ではなく、「自分らしいやり方」を持っている人こそが、個性を發揮できます。社会課題は、一人では解決できません。10人の「自分らしさ」がかけ合わさったとき、大きな力が生まれます。まずは目の前の興味に向き合い自分らしさを磨くことが、未来の仲間との協働にもつながります。

自分らしさの見つけ方

「自分は何が好きで、何に向いているのか」。これを言葉にするのは、大人でも難しいこと。子どもならなおさらで「ゲームが好き」くらいしか出てこないのは普通



です。だからこそ、親や身近な大人に聞いてみてください。「私って、どんなことに興味を持ちがち?」と。特に親はあなたの行動パターンを客観的に見えています。

たとえば、マイクラでも敵が出ないモードにして、ひたすら鉱石を探している。遊園地に行くと必ず宝石掘り体験をやりたいがる。一つひとつは別々に見えますが、親から見ると「キラキラしたものを収集するのが好き」という共通点を見えています。

また「好き」だけでなく「絶対に嫌なこと」も大きなヒ

ントになります。「約束したことをやぶられると、理由が合理的でも怒る」とか、「発表のために作品を作るのは嫌だけど、納得のいく作品ができれば見てほしい」とか。そういう反応のクセを親は気づいています。自分では気づかない“自分の取扱説明書”を、身近な大人に教えてもらいましょう。

探究テーマの作り方

自分らしさがわかってきたら、次は探究テーマを考えます。ポイントは「何を見るか(対象)」と「どう見るか(レンズ)」を意識すること。対象とは、あなたが興味を持っている物事。たとえば「ごみ拾い」「リサイクル」など。レンズとは、その対象をどんな角度から見るか。つまり

「視点」のことです。

視点(レンズ)と言うと少し難しく感じるかもしれませんが、物事を見るとき「クセ」だと思ってください。道端に落ちているごみを見たときに「人はいつから落ちているものをごみと思うようになったんだ」と考える人もいれば、「なぜここにごみが溜まるのだろう」と考える人もいます。前者は「起源」のレンズ、後者は「原理」のレンズをつけています。どちらが正しいわけでもなく、人によって得意なレンズが違います。



Lens

レンズの種類(10種類)

+

好きな教科との関係

好きな教科がヒントかも
歴史好き ⇒ 起源
理科好き ⇒ 原理
国語好き ⇒ 定義

- 👁️ 心情 + 👤 人の気持ちに目を向ける
- 👁️ 起源 + 🌐 物事の発祥や歴史をたどる
- 👁️ 原理 + 🏢 仕組みや原因を探る
- 👁️ 関係 + 👤 人のつながりを見る
- 👁️ 感性 + 🌸 美しさや良さに注目する
- 👁️ 定義 + 🗨️ 言葉の意味を突き詰める
- 👁️ 論理 + 🗨️ 話のつながりや辻つまを探る
- 👁️ 損得 + 💰 お金の流れを追う
- 👁️ 解決 + 🛠️ 現実的な解決策を探る
- 👁️ 規範 + 📏 公平性や規則に注目する

探究テーマの公式



レンズが違えば
テーマが
変わる!

- レンズ 起源 × 対象 海
||
海はどうやってできた?
- レンズ 原理 × 対象 海
||
海の透明度は何で決まる?

「サステナビリティ」は大きすぎる

また対象を決めるときに、気をつけてほしいことがあります。たとえばサステナビリティという言葉は、実はとても大きな概念。そのなかには、海の問題、ごみの問題、エネルギーの問題など、あらゆる対象が含まれます。大きすぎる言葉に絡め取られて、本当の興味を見失ってしまうのはもったいない。「サステナビリティに興味がある」で止まらず、自分なりにブレイクダウンしてみましょう。

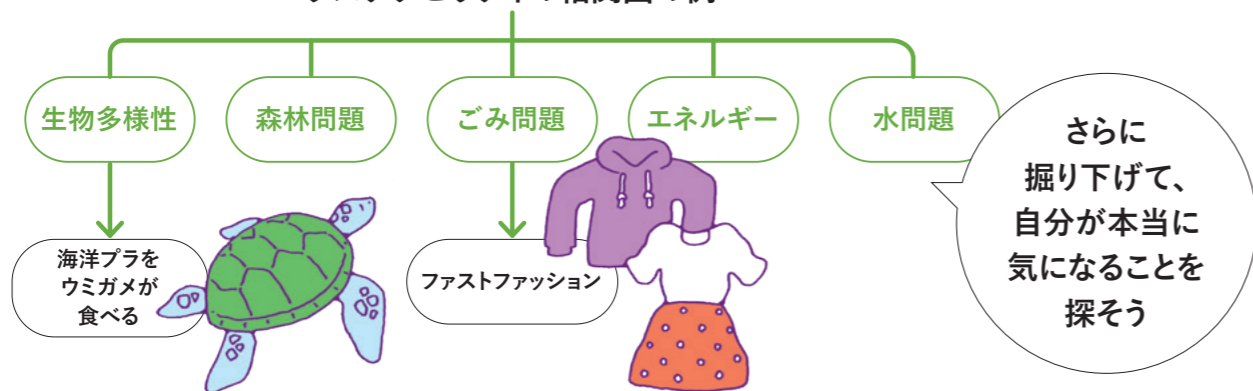
ある高校生は「サステナビリティ」をテーマにリサイクル可能な服を作っていましたが、きっかけは「海」と

「ファッション」が好きだからでした。

そこで「海の何が好き」なのかを問いかけました。透き通った水の色が好きなのか、波の音なのか。彼の場合は「海の風景」が好きだった。そして「お洒落をすることが好きだった。

ならば、海の美しさを守る活動のほうが、彼に合っているかもしれない。海の自然の素晴らしさを感じさせる服を作るほうが、彼らしいサステナブルの実現につながるテーマです。自分の興味の手綱を、大きな言葉に持っていかれないこと。それも、探究テーマを見つける秘訣です。

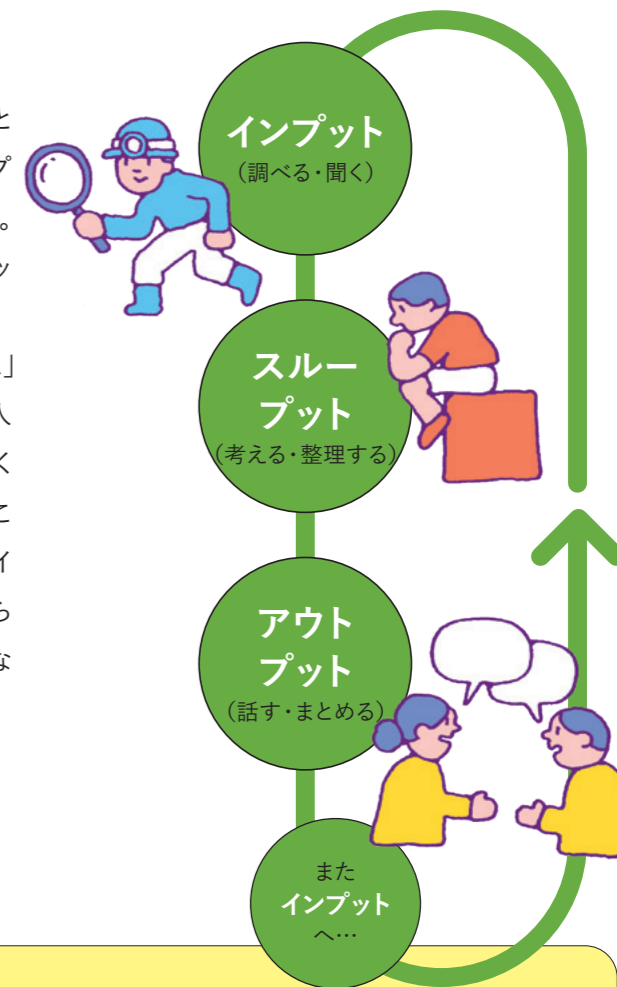
サステナビリティの関連図の例



探究の進め方のコツ

探究を進めるには、3つのサイクルを意識することが大切です。本を読んだり、人に聞いたりするインプット。それを自分の頭で考えて整理するスループット。そして、人に話したり書いてまとめたりするアウトプットです。

特にやりやすいのが「人に話す」こと。「面白いね」と反応があると、もっと調べたくなる。聞いてくれる人がいると、探究は続きやすくなる。またやる気が出なくなったときは、このサイクルのどこかで詰まっていることが多い。「次に何を読めばいいかわからない」ならインプットの問題。「読んだけど整理できていない」ならスループットの問題。原因を見つけながら、あなたなりの探求を深めていってください。



Column



「迷路づくり少年」が「問いの専門家」になるまで

いま振り返ると、僕の探究テーマは「好き」と「嫌い」の掛け算でした。子どもの頃から好きだったのは、人が驚いたり、楽しんだりする仕掛けを作ること。迷路を作って親に解かせたり、手品を披露して驚かせたりするのが大好きでした。

逆に嫌いだったのは、人を抑圧する謎のルールや慣習です。僕は幼い頃に海で溺れたトラウマがあり、泳ぐことができません。だから水泳の授業が大嫌いでした。それなのに帽子の色で泳ぎのレベルがわけられ、プールという箱のなかで同じ取り組みを強制させられることに悔しさを感じていました。この二つが原点となっています。

だから、大学時代にはワークショップという「人が主体的に参加できる場」の研究にのめり込み、ワークショップでどう「問い」を投げか

ければ、「人の感情が動く」のか見つめました。さらに『冒険する組織のつくりかた』という書籍を書いたのも、プールの授業で感じた「人のやる気を見捨てるルールへの怒り」。裏を返せば「人が自分らしく動ける場を作りたい」という願いが原点です。子どもの頃の「好き」と「嫌い」が、すべてつながっているのです。

これからの世の中を作る皆へ

今、夢中になっていること、イライラすること。どちらも、将来の探究テーマにつながるかもしれません。焦らなくていい。いまは「レンズ形成期間」。子ども時代しか遠回りはありません、自分らしい遠回りを、存分に楽しんでください。



- ロート製薬 ①
- サントリーグループ ②
- 三菱電機 ③
- キリン ④
- 西尾レントオール ⑤
- ラスイート ⑥
- TOPPAN ⑦
- FM802 ⑧
- うめきたMMO ⑨
- パナソニックグループ ⑩
- ソフトバンク ⑪
- Earth hacks ⑫

ユニーク

UNIQUE SUSTAINABLE COMPANIES

サステナブル カンパニーズ

サステナビリティの実現において、企業が果たせる役割は計り知れない。だが、大きな変革だけが正解ではなく、小さな挑戦の積み重ねが、変化につながることもある。本特集では、自社の事業の特性や技術、長い歴史の中で培われてきた強みを起点に、社会課題と向き合う企業を紹介。“企業らしさ”があふれる、ユニークな取り組みを見に行こう。



ユニークサステナブルカンパニー ①

ロート製薬

Robito
食・農業

目 薬やスキンケア商品などで知られるロート製薬。多くの人にとって、「薬や化粧品を作る会社」というイメージが強いだろう。そんなロート製薬が実は、「食・農」の分野で本気の挑戦をしていることをご存じだろうか。

その舞台は、沖縄県・石垣島。ここで農場を営むのが、ロート製薬のグループ会社である「農業生産法人やえやまファーム」だ。

やえやまファームでは、農産・畜産・加工・販売までを一気通貫で行う。パイナップルなどの農作物を育て、豚や牛を飼育し、それらを加工して商品として届ける。その最大の特徴は、それぞれの工程を切り離さず、一つの循環としてつないでいる点だ。

たとえば、パイナップルをジュースに加工する際に出る搾りかす。通常であれば産業廃棄物となるが、やえやまファームではこれを丁寧に発酵させ、豚や牛の飼料として再利用している。

さらに、畜産から出る糞尿は堆肥となり、再び畑の土へ。廃棄物を極限まで減らす、循環型6次産業を実践しているのだ。



石垣島で育てたパイナップルを丸ごと搾って作ったジュース。



石垣発・島の
産業廃棄物を
資源に変える
農場ってなんだ？

こんな「と」
やっています



やえやまファーム 取締役兼畜産産部部長
島田洋平

この循環型6次産業は、言葉で言うほど簡単な取り組みではない。農産・畜産・加工・販売のすべてが連動してはじめて無駄のない循環が成り立つため、どれか一つが欠けても機能しない。

さらに、先進的な取り組みであるからこそ、参考にできる事例は多くない。2019年からやえやまファームに畜産部門のリーダーとして従事し、現在では取締役を兼任する島田洋平氏は、その苦労をこう振り返る。

「私たちが取り組む循環型農業には、あらかじめ用意された正解や教科書があるわけではありません。実際これまでも、『豚の繁殖ノウハウがわからない』『病気への対策がつかめない』『パイナップル、シークワーサー、紅イモなどの農作物を納品してくださる農家さんとの関係性が築けていない』など、挙げはじめたらキリがないほどの課題にぶつかってきました。

そのたびに島中の農業・畜産関係者のもとを訪ね、

話を聞き、人を紹介してもらいながら、仲間たちと一つひとつ解決策を見出してきたのです」(島田氏)

そうした地道な取り組みの積み重ねにより、やえやまファームの循環は農場の中だけで完結しない仕組みへと進化している。現在では、島内の泡盛メーカーの蒸留かす、廃棄塩、製糖工場副産物の糖蜜など、地域産業から生まれる副産物も飼料として活用。島全体を巻き込む循環型農業が広がりはじめている。

さらに、この循環からは思いがけない副産物も生まれた。発酵飼料を活用した畜産では、牛のゲップに含まれるメタンガスの排出量が半減することが確認されたのだ。

実はこの発見は、島田氏が現場で働く中で見つけた、素朴な疑問と仮説から生まれた成果だという。牛のメタンは温室効果ガスの一因とされており、脱炭素の観点で有用な発見となりそうだ。

ほんでやっているの？

薬や化粧品の会社として知られるロート製薬が、そもそもなぜ「食と農」の領域に進出しているのか。その答えは、ロート製薬の「世の中を健康にする」という企業姿勢にある。

ロート製薬が考える健康とは、病気を治すことだけではない。日々の食事や暮らしの中で、病気になりにくい身体を作り、健やかな心を育むことも含まれている。こうした考えのもと、同社は「薬に頼らない製薬会社」とのメッセージをかけた、人の健康に関わる医薬品以外の領域にも事業を広げてきた。

「中でも『食』は、人の健康を根本から支えるもの。一方で日本の農業は、担い手不足や食料自給率の低さなど、さまざまな問題を抱えています。食を支える農業が持続しなければ、人々の健康もまた続きません。

だからこそ『世の中を健康にする』をかかげるロート製薬が、自ら農業の現場に入り、事業として取り組む。

その道をとったのは、自然な選択だったと考えています」(島田氏)

こうした新領域に果敢に挑む背景には、同社の社風も関わっている。長期視点で価値を生むことを重視する文化や、失敗を許容し社員のチャレンジを後押しする姿勢だ。

島田氏自身も、自ら新領域に飛び込んだ社員の一人だ。「元々私はロート製薬に営業として入社しました。ですが偶然やえやまファームを視察した際に、その思いや社会的意義に感銘を受けてしまって。農業や畜産の経験はゼロでしたが、ぜひやりたいと志願したんです。そうしたら、『本気ならやってみたらいい』と背中を押してもらえた。あの時に思い切って飛び込んで本当に良かったと思います」(島田氏)

何がすごい？

やえやまファームでのびのび育つ牛の様子。



やえやまファームは、日本全体から見れば決して大規模な農場ではない。しかしこの取り組みが持つ意義は、規模の大きさでは測れない。企業と地域が一体となり、「ここまでやれる」という実践事例を示せたことは、大きな一歩だ。

農業や畜産が抱える問題は地域によってさまざまだが、やえやまファームの循環の仕組みは、「モデル」として応用可能だと島田氏。実際に全国から視察が来ており、新たな

挑戦のきっかけを生み出しているという。

この取り組みの根底にある思いについて、島田氏はこう語る。

「『食べる』ということは、ただ商品を買って口にするだけの行為ではありません。その背景には、生産者がいて、動物がいて、自然環境や地域があります。

大切なのは、助け合いの“ハード”を持ちながら、無理なく続けていける仕組みを作ること。そんな循環を、これからも地域の皆さんと一緒に作っていきたくと思っています」(島田氏)

どんな影響がある？

農業を使わない有機パイナップルは、かなり希少性が高いという。



担当者からのメッセージ

普段口にしてる食べ物の背景に、少し目を向けてもらえるだけでも、食との向き合い方は変わってくるはず。正解は一つではありませんが、無理なく続けられる形を一緒に探していきましょう。

やえやまファーム 取締役兼畜産部 部長 島田洋平



やえやまファームに広がるパイナップル農園。



パイナップルを搾汁した搾りかすを発酵させて作る飼料を食べて育つ、南ぬ豚(ばいぬぶた)。

サントリーグループ

「ボトルtoボトル」水平リサイクル

こんなことやってます

ごころから、ペットボトルを分別している読者は多いだろう。実際に日本のペットボトル回収率は92%、リサイクル率は85%と、回収の仕組みが整っていない海外と比べ、日本はトップクラスの「ペットボトルのリサイクル大国」だ。

回収された使用済みペットボトルの多くは、食品トレイや卵のパックなどの「ペットボトル以外の物」へとリサイクルされている。しかし、これらはペットボトルのように「単体で回収してまた再生する」という仕組みがあまり整っていないため、役割を終えると多くは焼却され、せっかくのリサイクルの輪が途切れてしまう。

そこで、飲料メーカーのサントリーが業界に先駆けて取り組んできたのが、使用済みペットボトルを新たなペットボトルへと生まれ変わらせる「ボトルtoボトル」水平リサイクルだ。これにより、資源を何度も循環させることが可能となり、新たな化石由来原料の使用量を減らすことができる。

何がすごい？

「ボトルtoボトル」水平リサイクルが本格的にはじまったのは2011年のこと。サントリーはリサイクル事業者とタッグを組み、新規化石由来原料から新しくペットボトルを作るよりもCO₂排出量を約60%も減らせる「水平リサイクルシステム」を国内の飲料業界ではじめて構築した※1。

2012年には、国内初となる水平リサイクルによる100%リサイクルペットボトルを使用した「サントリー烏龍茶」が発売。今ではサントリーのペットボトル製品の2本に1本以上に「100%リサイクルペットボトル」を使用している※2。

今後は世界中でつかうすべてのサントリーのペットボトルを「100%サステナブル化（リサイクル素材あるいは植物由来素材等を100%使用）」し、新たな化石由来原料の使用ゼロを目指しているという。

※1 出典：サントリー「容器包装 資源循環」ホームページ
※2 国内清涼飲料事業において



見慣れた飲み物も、実は「ボトルtoボトル」水平リサイクルから作られているかもしれない。

ペットボトルが またペットボトルに 生まれ変わる？



サステナブルな社会の実現には、つかうプラスチックの量そのものを減らすことも重要だ。新規化石由来原料のさらなる使用量削減に向けて、サントリーは水平リサイクルに取り組む前から、資源をつかう量を減らす「Reduce（リデュース）」にも力を入れている。

これまでもペットボトルやキャップ、ラベルなどを軽く、薄くする工夫を続けてきた。たとえば「サントリー天然水（550ml）」のペットボトルは、2000年は約24gあったが、今では11.9gと半分以下の重さになっている。

実際に持ってみると、その軽さと薄さに驚くかもしれない。「中身を守ること」と「つかいやすさ」を両立させるには、これ以上軽量化するのは難しいというギリギリのラインまで来ているという。



私たちができること

自宅でのペットボトルの分別に慣れていても、「外でどう実践したら良いかわからない」と悩むこともあるだろう。そんな時は、自販機の横にある「リサイクルボックス」に注目してみよう。

やり方は簡単だ。まず大事なのは「中身を飲み切る」こと。飲み残しがあると、リサイクルの工程ではじかれてしまうこともあるそうだ。

次のステップは「キャップとラベルをはずす」。リサイクル工程で余計なエネルギーをつかわないためにも心がけたい。そして最後は、「ボトルと一緒にボックスへ入れてOK」。これができれば「ボトルtoボトル」水平リサイクルへの第一歩として合格だ。

一番覚えてほしいのは、「自販機の横にある箱はごみ箱ではない」ということ。ペットボトル以外の弁当箱やビニール袋、時にはごみとして出してはならないリチウムイオン電池が入っていることもあるそうだ。

自販機の横にある箱は、新しいペットボトルに生まれ変わるための「リサイクルの入り口」だ。

サステナブルな循環型社会の実現は、私たちの身近な一歩からはじまる。

担当者からのメッセージ

ペットボトルは、何度も生まれ変わることができる「すごい資源」です。街中にあるリサイクルボックスを、ぜひ活用してくださいね。

サステナビリティ経営推進本部 部長
平野隆之



外での ペットボトルの 分別方法



1 飲み切る



2 キャップとラベルをはずす



3 一緒に入れてOK

ペットボトルはつぶしてね！

※分別は地域・設置場所のルールに従って適切に。

三菱電機

Mitsubishi Electric

食品ロス対策ソリューション



Serendie®の共創スペース。
交流が進みやすいフラットな環境。

電車に乗りながら、
食品ロスを削減。
移動×食の新習慣



移動中に届く「今日のお得」情報

電車に乗っている間に、スマホに通知が届く。たとえば「次の駅のお店に、20%オフのお弁当があります」。三菱電機の食品ロス対策ソリューションでできる体験だ。

仕組みはこうだ。鉄道会社から得られる移動データと、ユーザーの位置情報、駅周辺の店舗が持つ在庫情報をつなぎ合わせる。「もうすぐあの駅に着く」「あのお店ではこの商品が残りそう」。そんな情報をリアルタイムでマッチングする。移動中に「いまのお得」がわかり、それ

を買えば食品ロスが減っていく。

社会を支える技術×デジタル技術

三菱電機は、鉄道や電気、空調や工場など、社会を支える技術を手がけてきた。その中で、地域の暮らしをより良くしたいという鉄道会社本来の想いと、生活者がいまの時代に求めることを掛け合わせこのサービスは生まれた。

誕生のきっかけは、横浜にある共創スペース「Serendie®」でのアイデアソン。社内のメンバーでアイデアを出し、さらに社外も招いて改善を重ねた。食品ロス対策に着目し、三菱電機が得意とするデ

ータ分析技術に加え、ユーザー体験にも力を入れていった。

「楽しい」から続く

こだわりは、ワクワク感の演出だ。たとえば「お弁当ガチャ」という機能。余りそうな商品をランダムに提案する楽しい仕組みだ。ブランドイメージを守りたいお店も、これなら参加しやすい。

環境問題への取り組みは、義務になると続かない。でも「お得だからつかう」「楽しいから続ける」なら、自然と習慣になる。そして気づけば、ユーザーが食品ロス削減に貢献している。

国は企業に対して、食品ロスを2020年より60%減らす目標を出している。懸命に取り組み、すでに50%まで減らしたが残り10%をどう絞り出すか、新しい切り口が求められている。三菱電機はこの状況に「楽しく選ぶだけで、社会が良くなる」。そんな未来を提示した。



サービスイメージ。購買データがたまれば鉄道会社は駅の出店計画にもいかせる。

キリン

Kirin

体調管理のサポート

毎日の「免疫ケア」を おいしくサポート

日常でケアする大切さ

私たちが元気に毎日を過ごせているのは、体を守る「免疫」の力のおかげだ。健康の土台となる大切な機能である一方、夜ふかしや運動不足、疲れが続くと、簡単に弱ってしまう。

そこで大切になるのが「免疫ケア」。何かあってから対処するのではなく、ふだんから体の調子をとのえておこう、という考え方だ。

免疫ケアという言葉に、ハードルの高さを感じる人もいるだろう。だが免疫ケアには、必ずしも努力や我慢が求められるわけではない。そうした考えを大切にしてきたのが、飲料メーカーのキリンだ。

「免疫ケア」をおいしく支える

もちろん免疫の力を保つために欠かせないのは、規則正しい生活習慣だ。だが、こうした生活習慣を大切にしながら、無理なく続けられる選択肢の一つとして、キリンが提案しているのが「キリン おいしい免疫ケア」である。

「キリン おいしい免疫ケア」は、ヨーグルトテイストの飲み物。健康のために、おいさを犠牲にしない。そんな考え方が根底にある。だからこそ、日々の生活に寄り添う一杯として、自然に取り入れられることを目指した商品だ。

「ビールの敵」から新たな発見

「キリン おいしい免疫ケア」に含まれているのが、キリン独自の「プラズマ乳酸菌」だ。プラズマ乳酸菌は、免疫機能の維持をサポートすることが報告されている。そのメカニズムとして、プラズマ乳

機能性表示食品

【機能性表示】本品には、プラズマ乳酸菌(L. lactis strain Plasma)が含まれます。プラズマ乳酸菌はpDC(プラズマサイトイド樹状細胞)に働きかけ、健康な人の免疫機能の維持に役立つことが報告されています。

●食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

●本品は、特定保健用食品と異なり、機能性及び安全性について国による評価を受けたものではありません。届け出られた科学的根拠等の情報は消費者庁のウェブサイトを確認できます。

●医薬品ではありません。

●生活習慣は規則正しく、バランスの良い食事、十分な睡眠と適度な運動が基本です。



毎日の体調管理に寄り添う「キリン おいしい免疫ケア」

のんだあとはリサイクル。♻️

乳酸菌は「免疫の司令塔」である「pDC(プラズマサイトイド樹状細胞)」に直接働きかけることができる。

実は、こうした乳酸菌は存在しないと考えられてきたのが、研究の世界での長年の定説だった。しかしキリンは、2010年にその常識を覆し、免疫の司令塔に直接作用するプラズマ乳酸菌の発見に至った。

この発見の背景には、キリンならではの研究の積み重ねがある。乳酸菌はもともと、ビールづくりにおいては味を損なう原因となる「厄介者」だった。ビールの品質を守るために続けてきた乳酸菌研究が、結果として免疫ケアにつながる新たな価値を生み出したのだ。

毎日の気軽な一杯が、人々の体調管理をサポートし、周りの安心につながり、未来の社会を少しずつ支えていく。そんな循環を、キリンは「おいしさ」から広げようとしている。



西尾レントオール

Nishio rental

防災・減災



災

害を完璧に防ぐことはできない。だが被害を極力減らしたり、起きたあとの負担を小さくすることはできる。その方法を考え続けているのが、西尾レントオールだ。

西尾レントオールは、クレーンやショベルカーなどの建設機械から、仮設トイレや発電機、テントといった仮設設備まで、全国規模でレンタル提供する会社だ。

そうした設備は、平時はもちろん、災害時の復旧作業や避難所の開設・運営にも欠かせない存在。レンタルという形で、必要なときに必要な分だけ導入し、役目を終えたら別の現場で活用できる。この柔軟な仕組みは、防災との相性も良い。

こうした事業の特性を背景に、西尾レントオールは1959年の創業から長年にわたり、防災や災害支援の取り組みを続けてきたのだ。

“我慢しない” 避難所は作れる？

何がすごい？

なかでも西尾レントオールが大切にしているのが、「避難所の環境」の改善だ。避難所での生活は一般的に、空調がなかったり、プライバシーを確保しづらかったりと多くの不自由さを伴う。その環境を、仮設の力で少しでも過ごしやすくできないか。その問いを起点に、西尾レントオールは自ら多様な製品を発売してきた。その一つがトレーラーハウスだ。

トレーラーハウスとは、車輪がついて移動できる部屋のこと。内装や電源、空調まであらかじめ整えられており、すぐにつかいはじめることができる。災害時には、

復旧作業にあたる人たちの簡易宿泊所として、あるいは避難所の機能を補う拠点として活用されてきた。

避難生活に欠かせないトイレにも、従来の「仮設」のイメージを覆す工夫が施されている。というのも西尾レントオールのトレーラーハウスタイプのトイレには、シャワートイレやパウダールーム、ベビーシートなど充実の設備が搭載されており、「ラグジュアリートイレ」と呼ばれているのだ。

さらに、快適な避難所生活の実現には、電力や水といったインフラへの備えも欠かせない。西尾レントオー

こんなことやっています



ルは、太陽光パネルや大型蓄電池をつかい、電力会社の送電網に頼らずに電気を確保する仕組みを備えた商品の開発・導入や、手洗い用の水を再利用できる製品のレンタル提供を行っており、避難所の衛生環境や快適さを支えている。

災害に対して迅速に対応することは、決して簡単ではない。そこで西尾レントオールが大切にしているのが、平時と非常時を分けないという「フェーズフリー」の発想だ。

普段つかっているものが、そのまま災害時にも役立つ状態を作る。

たとえば、街のイベントや公園でつかわれている飲食

設備を備えたコンテナやテント、トイレ設備を備えたトレーラーハウス。すぐにつかいはじめることができるこれらの設備は、災害時には避難所の厨房や飲食スペース、トイレに早変わり。被災者の生活を支える。

「災害用」として特別に用意するのではなく、日常でつかっているものを活かす。それによって、いざというときの対応を早めるだけでなく、平時から十分な数を確保しておけるというメリットも生まれる。

さらに西尾レントオールは、「防災のチカラ」という体験型イベントを各地で開催してきた。防災設備に実際に触れながら、楽しみつつ学べる場を作る。日常の延長線上で災害を考える姿勢もまた、西尾レントオールならではの防災の形だ。



災害時にも活躍するトレーラーハウス。



仮設とは思えない充実さの「ラグジュアリートイレ」。



すぐに設営できる、空気で膨らむテント。

担当者からのメッセージ

防災は、難しく考えなくて大丈夫。何から取り組んだらよいかわからない人も、まずは楽しみながら、知ること・触れることからはじめていきましょう。

施設営業部本部
高橋政次



「我慢が当たり前」の常識を変える

災害が起きると、避難所での生活は「我慢が当たり前」になりがちだ。だが本来、災害時であっても、人が人らしく過ごせる環境をあきらめる必要はない。

イタリアなど海外の災害支援の事例では、避難所に食堂やカフェのような機能を持たせることで、被災者同士の自然なコミュニケーションが生まれ、心身の負担が軽減されるケースが報告されている。

仮設の厨房やフードホール用テントを活用すれば、

日本でも同じことができるはず。それが西尾レントオールの実感であり、目指す姿だ。

そうした災害時の対応に向けて、2025年12月現在西尾レントオールは、全国約60の自治体と災害協定を締結。災害時に迅速に対応するための体制を整えている。

災害とは切っても切れない関係にある日本。仮設の力を通じて、平時の賑わいと非常時の安心をどう両立させるか。その問いに向き合う取り組みは、防災のあり方そのものを、少しずつ更新しはじめています。

どんな影響がある？

ラスイート

La Suite Co., Ltd

うめきた温泉 蓮 Wellbeing Park



瞑想は専用の瞑想ルームで行える。心の状態の測定も可能。

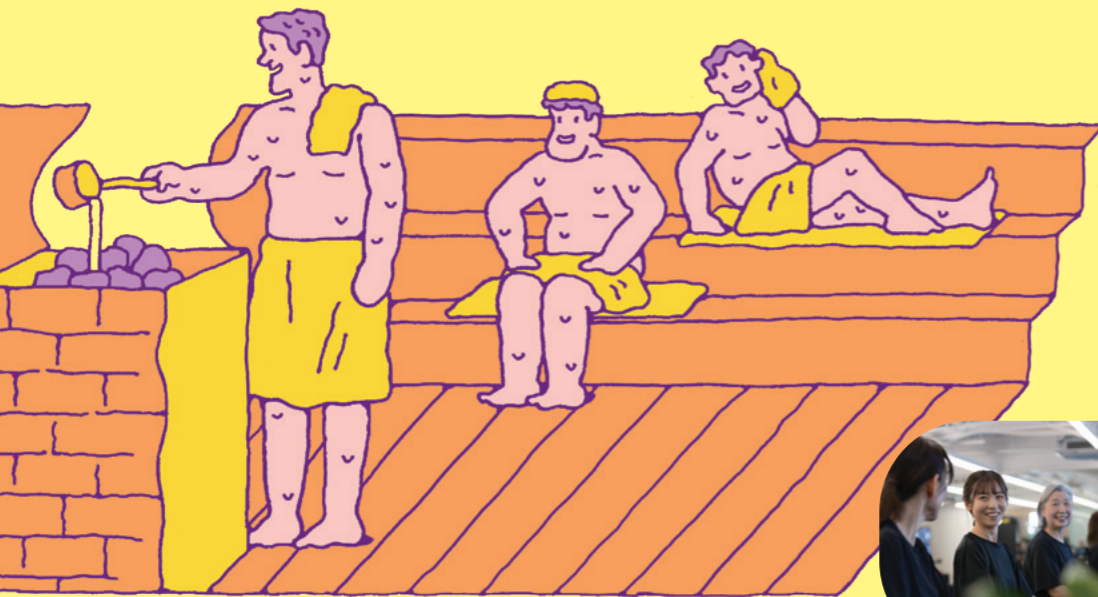
都市の真ん中に誕生

大阪梅田。オフィスや商業施設が立ち並ぶ大都市に珍しい施設がある。それが「うめきた温泉 蓮 Wellbeing Park」だ。

日常に“健康”が自然と入り込むことを

目指し、楽しめる健康増進施設として誕生した。

温浴をはじめ、サウナ、ジム、プール、ヨガ、食事など、健康のためのあらゆるコンテンツが揃っており、誰もが自分に合った健康体験を見つげられる場所となっている。



充実のジム施設も完備。



健康増進へのこだわりは強い。オンライン健康相談ブースを設け、医師と気軽に相談できる。

心と体、両方をケアする

健康といえば、体のことを思い浮かべがち。でも本当は、心と体はセットだ。

「うめきた温泉 蓮 Wellbeing Park」は「瞑想」の取り組みも導入。ビジネス街のど真ん中という立地だからこそ、忙しい日常から離れ、心を整える時間が必要だと考えた。

さらに瞑想の効果を、デジタルを活用し“見える化”している。スマートフォンで心拍の揺らぎを測り、瞑想の前後で変化を伝える。自分の状態がグラフで見える

からこそ瞑想の効果を具体的にイメージしやすい。

また医療機関、企業や大学との連携も活発だ。健康セミナー、計測会、特別レッスン、外部の知恵を取り込み、常に新しい健康体験を届けている。

「運動習慣がなかった人」が 変わり始めた!

開業から1年。うれしい変化が起きている。運動習慣がなかった人が、体を動かすことが日常になると、評判になっている。



大切な人のために、
自分が健康でいる、
その気づきを
得られる場所

今後は、「健康のためのあらゆる情報を得られる」ことを目指し、さらにアップデートしていく予定という。

健康は、自分のためだけじゃない。大切な人のためにも、自分が元気であることは重要だ。若い世代は健康なぶん、その大切さに気づきにくいかもしれない。でも、大切な人を思うと「健康は大事だ」とわかる。

「うめきた温泉 蓮 Wellbeing Park」は、そんな気づきを届ける場所になろうとしている。

TOPPAN

トッパン

PLAT UMEKITA



目の前には「うめきた公園」の広い芝生が広がる。

「公園」に現れる、 参加型サステナブル発信基地。 皆でぶらっと楽しく

公園に、サステナブル発信基地!?

「持続的にみんなと社会全体を良くしていく」というビジョンをかかげる「うめきた公園」。このビジョンに共感し、企業と生活者が一緒にサステナブルな未来を作る施設が「PLAT UMEKITA」だ。

サステナブルな取り組みは、一つの企業だけが頑張ってもどうにもならない。だからこそ、企業と街の人が出会い、共に考える場所が必要。ここではワークショップやイベント、展示が行われ、誰もがぶらっと参加できる。

ももとの構想は公園の案内所。しかし「単なる案内所でもいいのか?」と企画・運営を手がけるTOPPANが考え、「PLAT UMEKITA」は誕生した。

合言葉は「エシカルテイメント」

サステナブルな取り組みは、難しく説明されがち。それでは多くの人に届かないし、楽しくなければ続かない。そこで「PLAT UMEKITA」は「エシカルテイメント」というコンセプトをかかげた。

子どもからお年寄りまで、楽しい体験を通じて「リサイクルにはこんな可能性があるのか!」などの気づきを届けている。

たとえば、ダンボールの価値をリサイ

クルするよりあげるために、ダンボールで動物彫刻の展示を再現。大阪文化服装学院の学生と行った展示「未来の古着屋」では、行き場を失った古着をつかい、現代でも「カッコいい」と感じるように古着をよみがえらせ、販売した。

生まれ始めた「PU活」コミュニティ

この場所から新しい動きも生まれている。「PU活」(PLAT UMEKITAの部活動)だ。

継続参加型のコミュニティで、ゲストトークセッションや服の「リペア」イベントを実施。定期参加メンバーが20~30名もいる。

もともと環境に興味がなかった人が、なんとなく影響を受けていく。「楽しく活動すれば、社会が変わる」「ここに来れば、環境貢献に参加できる」。そんな気づきが広がっていきそうだ。



「未来の古着屋」。古着をおしゃれにリメイクして販売。



定期参加型「コミュニティPU活」。定期メンバーで盛り上がる。

FM802

エフエム802

FUNKY MARKET

真面目にやるだけでは続かない

大阪の万博記念公園で毎年開催される大型フリーマーケットイベント・FM802 FUNKY MARKET。

このイベントを手掛けるFM802は、エネルギーギッシュな様子を表す「FUNKY (ファンキー)」を開局当初からかけ、大阪の人に愛されてきたラジオ局だ。

イベントが始まった1993年は、「物を大切にしよう」というサステナブルへの意識が芽生えた頃だった。

しかし、堅苦しく環境問題に取り組むのでは人々の行動は続かない。FM802らしいエンターテインメントの力で、サステナブルもFUNKYにしてしまおうと考えたのだ。

実際に、フリーマーケットにはリスナーだけでなく、人気番組のDJも参加。単なる不用品売買のイベントではなく、DJやリスナー同士が直接顔を合わせ、音楽を楽しむ「祭典」となっている。



FM802 FUNKY MARKETは毎年、万博記念公園で行われる。

サステナブルをFUNKYに楽しむ祭典

モノに新しい命を吹き込む

フリーマーケットに限らず、会場はさまざまなサステナブルの取り組みで賑わう。

廃材をつかった楽器作りや、お気に入りの服を長く着るためにリペアするワークショップなど、「捨てられるはずだったもの」に、新しい命を吹き込む体験ができる。

かんたんに物が手に入る時代だからこそ、愛着を持って長く大事につかってほしい。イベントにはそんな想いが込められている。

気負わず楽しみながら「物を大切にできる心」に向き合えることが、開催から30年以上経っても地元で愛される魅力だ。



ワークショップでは世界のさまざまな民族楽器を制作できる。

サステナブルへの近道は楽しむこと

1日約4万人が訪れるFUNKY MARKET。ここではフリーマーケットに参加したり、ワークショップに挑戦したりすることがゴールではない。

まずは会場に行って生の音楽を楽しむこと。そのなかで、環境課題について知り、物に隠れた「人の想い」に気づけたなら、それはもう立派なサステナブルだ。

ワクワク感こそが、未来を変える一番のエネルギーなのだ。

よちよち歩きの公園を、皆で育てていきたい

JR大阪駅前に広がる約4.5ヘクタールの緑「うめきた公園」。「関西最後の一等地」と呼ばれるエリアに誕生した都市型パークは、単なる憩いの場ではない。企業、行政、市民が手を取り合い「社会に良いこと」を生み出す舞台として注目を集めている。なぜ公園を作ったのか2人のキーマンに聞いた。



(左) 三菱地所
グラングリーン大阪室主事
内田健弥

(右) 阪急阪神不動産
都市マネジメント事業部課長補佐
中野草太

高層ビルではなく、緑が必要だ

内田 この一等地をどうするか、行政や経済団体とわれわれ民間事業者で一緒になって何度も話し合いました。従来の再開発では、立地が良い場所はビルを高くしてオフィスや商業施設を入れることが多いのですが、本当にそれでいいのか。大阪の都心には緑が少ないという声もありましたし、開発期間中にコロナ禍もあり「この先もずっと続いていく街って何だろう」と議論をしました。その結果、駅前に緑あふれる公園をドンと置き、そこを価値の源泉とした街づくりをすることにしました。長い目で見て街の魅力が高まると感じたんです。

——公園を作るうえで、大切にされたことは何ですか。

内田 うめきた公園を含むこのエリア全体を「グラングリーン大阪」と呼んでいます。コンセプトは「みどりとイノベーションの融

合」。ここに集まる人が寄り添って、社会に良いことを生むことを目的に街づくりをしています。ですので、街に公園を作るというより、皆の憩いの場である公園が中心にあって、そこにオフィスや商業施設を作るよう工夫しました。公園に人が集まって、どんどん仲間に加わってもらうことを意識しています。

Q そもそもうめきた公園とは



大阪の超一等地にあり、ビル群の中に突然あらわれる都市型公園。芝生でくつろぐだけではなく、催しものや音楽ライブ、実証実験なども行われている。



グラングリーン大阪の鳥観図。中央の平地が公園。公園を中心とした設計であることがわかる。提供：グラングリーン大阪開発事業者

—具体的にどんな工夫をしているのでしょうか。

中野 豊かな自然、くつろげる芝生。さらに大小さまざまな催事ができるスペースを設けています。そうやって公園で多様な体験を提供すること、そして、美しい景観を保つこと。それを行政やわれわれだけでなく民間企業も一体となって実現しようとしています。「MIDORIパートナー」と呼んでいます。有志の企業の皆さんと、公園の管理運営・イベント・実証実験などを行っていますね。

「楽しい」が入り口。気づけば社会が良くなっていく

—これまで、どんな取り組みを行ってきましたか。

内田 2025年のゴールデンウィークに開催した「MIDORI FES」は、一つの集大成です。社会に良いことを皆で楽しみながら生み出そうというコンセプトで、企業や市民の方々、学生にも加わってもらい、イベントを作り上げています。

中野 3日間で約80万人の方にご来場いただいて、アンケートでも満足度が8割を超えました。僕らも手応えを感じましたね。

—イベントを作るうえで、意識したことはありますか？

内田 一番気をつけたのは、押し付けがましくならないこと。「社会に良いこと」を、真面目に語りすぎると構えられてしまいます。

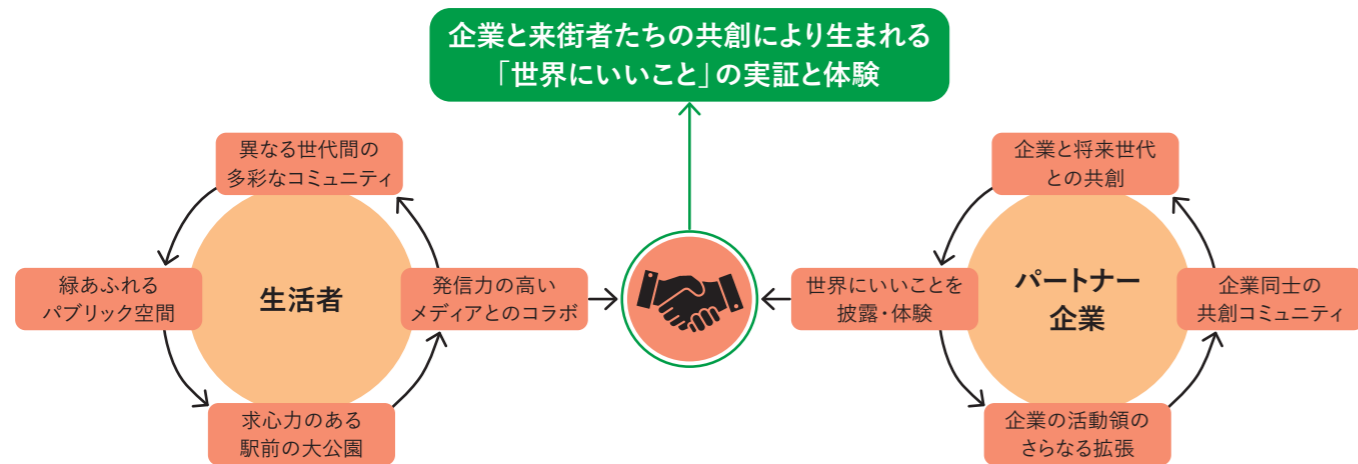
だから「キミが楽しむと、世界がよろこぶ。」というフレーズをかけたんです。まず楽しんでほしい。そのうえで「この活動にはこんな意味があるんだ」「社会を良くするこんな技術があるんだ」と知ってもらえたら、自然と一歩踏み出せる。正しいことを教えるんじゃないで、少しだけ背中を押すことを意識しています。



2025年の「MIDORI FES」の様子。公園内やテントブースでは、MIDORIパートナー各社が環境に良い技術を用いて物販や展示、アクティビティを実施。

MIDORIパートナーとは

「うめきた公園」を含む「グラングリーン大阪」を活用しながら、街や社会をより良くするために、ともに活動する有志の企業群。街を訪れる人々や企業同士で協力し、イベントや実証実験などを行っている。ロート製薬をはじめ、30近くの企業が参画。



PREMIER PARTNER

ロートは、ハートだ。



MAJOR PARTNER



MAIN PARTNER



SUPPORTING PARTNER

株式会社全日警 Lexus International 株式会社乃村工藝社 株式会社パイオーム 神田通信機株式会社 株式会社四電工 株式会社日建設計総合研究所
株式会社日立産機システム 株式会社関電工 新虎興産株式会社 株式会社AdvanSentinel 株式会社日比谷アメニス 斎久工業株式会社

赤ちゃんの公園を、皆で育てていく

—うめきた公園はこれからどんな風になっていくのでしょうか？

中野 実は、この公園はまだ、よちよち歩きの「赤ちゃん」なんです。設計を担当した海外のデザイナーからも「丁寧に育てていってね」と言われていて。樹木も種をまいたり苗を植えたりしたところ。まだスタートなので、幹が太くなって緑が増えるのはこれから。桜がたくさん咲くのも、1年後じゃなくて20年後、30年後なんです。

だからこそ、皆で育てていく。関わる全員で、次の世代にバトンを渡せるような循環を作りたいと思っています。

—近い将来はどんな姿になるんですか？

内田 2027年には北側に新しいエリアが開園します。滝や森など、より自然豊かな環境を整備していて、50年かけて56種の生き物呼び込む目標を立てています。大都市大阪駅前、虫取りや自然観察ができるのは豊かですよ。

中野 実際、今でも鈴虫やカエルの声が聞こえるんですよ。仕事帰りにそういう音を聞くだけで、気持ちがふっと軽くなる。都会の中に緑があることの良さを、日々感じています。

—そこからさらに50年先の未来も想像しているんですね。

内田 50年も経てば人の価値観も、世の中の状況も変わります。だからこそ、良い未来を想像して、アップデートし続けることが

大切だと思っています。今、MIDORIパートナーと「ここで過ごす20年後の未来の理想の休日」を考えるワークショップを行っています。将来、公園でどんな一日を過ごしたいか、未来を想像しています。それを旗印（はたじるし）にして、「じゃあ来年はこれを試してみよう」と逆算し、街づくりを進めていこうとしています。

中野 もちろん何を試すかの形は変わっていいと思います。ただ、皆で少し先の良い未来を想像すると、人はこういう時に幸せを感じるんだという、変わらない軸が見えてくる。それを街づくりに取り入れていきたいんです。人が幸せを感じる瞬間と一緒に探したい。もしそんな想いを持った人が、こうした活動に気づき「うめきた公園で何かやりたい」と思ってくれたら最高です。ぜひ一緒に、この公園を楽しみ場所にしていきましょう。



2027年オープン予定のノースパークの鳥観図。豊かな樹々や滝、川などがあり生態系の循環を意識した設計となっている。提供：グラングリーン大阪開発事業者

パナソニックグループ

Panasonic Group

「kinari (キナリ)」

私

たちの身のまわりにあふれるプラスチック製品。コップ、文房具、家電。生活に欠かせないが、プラスチックのほとんどは石油からできている。燃やせばCO₂が出るし、自然の中では分解されず何百年も残ってしまう。

そこでパナソニックグループが開発したのが「kinari」という新素材だ。最大の特徴は、55%以上が植物繊維でできていること。紙の原料となるパルプのほか、間伐材やコーヒーかすなど、これまで捨てられていたものも材料になる。

植物は成長する過程でCO₂を吸収している。そのため、kinariを燃やしても、植物由来の部分については、もともと吸収していたCO₂を大気中に戻すだけ。大気中のCO₂の総量は増えないため、地球温暖化を防ぐ素材として、注目を集めている。

現在、kinariはタンブラーや食器、ゴミ箱などの日用品を中心につかわれている。見た目は普通のプラスチックとほぼ同じだが、手に取るとどこか温かみがある。また、普通のプラスチックと同じように製品を作れるため、さまざまな形に対応できる。

アサヒビールと共同開発した「森のタンブラー」は、イベント会場などでリユースカップとして活用され、使い捨てプラスチックの削減に貢献している。

kinariのペレット。植物繊維の比率をさらに高め、カーボンニュートラル社会の実現を目指している。



こんなことおこっています



kinari製タンブラー。写真は「竹」が原料のもの。

鮮やかな発色のタンブラー。白いペレットだからこそ実現できる。

「捨てられた木に、新しい価値を」 植物生まれの新素材

なぜやっているの

「電機メーカーがなぜ素材？」と思う人もいるだろう。実は、創業者の松下幸之助は、会社をはじめたころ、自分で材料を練るところから製品を作っていた。材料技術は創業時からのDNAなのだ。

また、パナソニックグループはたくさんのプラスチックをつかう家電を作っている。リサイクルにも取り組んできたが、品質が落ちたり色がくすんだりするため、すべてを再利用するのは難しい。

「リサイクルだけでは足りない。新しい選択肢が必要だ」。そう考えたエンジニアたちが、培ってきた材料技術を応用して生み出したのがkinariだ。熱をかけずに混ぜる独自の工法も、こうした技術の蓄積があったからこそ実現した。

どんな影響を与えている？

kinariの可能性を広げたのが、京都府福知山市の学校給食の食器だ。地元の山で切られた「間伐材」がつかわれている。

間伐とは、森を健康に保つために木を切ること。適度に切れれば残った木に日光が届き、根がしっかり張って土砂崩れも防げる。しかし、切った木の使い道がなければ、間伐自体ができない。kinariは、行き場のない間伐材に新しい価値を与えた。

子どもたちは最初「木をたくさん切って大丈夫？」と心配したという。しかし間伐が森を守ると知り、自分たちの食器が山の健康につながっていると学んだ。温かみのある手触りの食器で食べる給食は、環境について考えるきっかけになった。

そう、kinariという小さな粒から、大きな未来がはじまったのだ。

福知山市の学校給食食器。地元の間伐材から作られた。



何がユニーク

「白さ」を生み出す、独自の技術

パナソニックグループには、他社にはない強みがある。それは「白いペレットが作れる」こと。ペレットとは、製品を作る前の小さな粒状の原料だ。

植物繊維を原料に変えるとき、通常は高熱で溶かしながら混ぜる。しかし紙や木の繊維は熱に弱く、茶色く焦げてしまう。すると、製品もくすんだ色になる。

パナソニックホールディングスは、熱をあまりかけずに混ぜる方法を開発した。力はかけるが、熱は抑える。何年もかけて何百通りもの条件を試し、最適な練り方を見つけた。

この技術のおかげで、真っ白なペレットが生まれている。白い原料だからこそ、鮮やかな色の製品が自在に作れる。さらに、熱をあまりかけない分、エネルギーも少なくてすむ。素材も作り方もエコ。それがkinariの強みだ。

担当者からのメッセージ

何にでも興味を持って、気になったら調べてみてください。環境問題は、皆さんが大人になるころ、もっと大切になるはず。今から関心を持って、未来を変える一歩を踏み出してください。

kinari事業推進担当
和田智



ソフトバンク

SoftBank

NatureBank

AIが環境負荷を加速させている?

ソフトバンクが取り組むのが、ユーザーと一緒に日本の森を守るプログラム『NatureBank』だ。なぜスマートフォンやインターネットの通信サービス会社が、森林保全を行うのか? その理由は、AIだ。

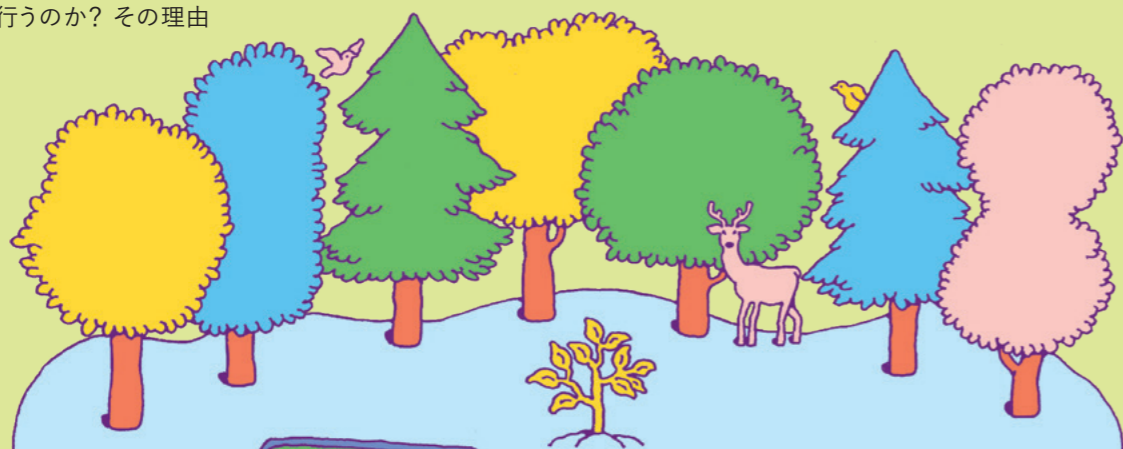
AIに質問すると、その裏でさまざまな計算が高速で行われ、ネット検索より膨大な電力が必要になる。その電力を生み出すために、日々大量のCO₂が排出されている。一方、日本の森の約80%は樹齢50年以上と、「森の高齢化」が進んでいる。古い木ばかりでは排出量が増え続ける



地域の森で実際に植樹している様子。

CO₂を吸収できず、環境負荷が加速してしまうのだ。

そこで「AIカンパニー」を目指すソフトバンクは、CO₂削減に取り組むべく、ユーザーの「エコアクション」に応じて日本各地の森に新しい木を植える活動『Nature Bank』をスタートさせた。



アプリやサービスをつかうたび、日本の森が若返る

ひと工夫してつかうだけでCO₂削減

どうやってCO₂削減を実現できるのか? それは、私たちがソフトバンクのアプリやサービスをひと工夫してつかうだけだ。

たとえば、電車やバスのルートを検索できるアプリ「Yahoo!乗換案内」をつかうときに「最もCO₂排出が少ないルート」を選択する。ZOZOTOWNで服を買うとき、古着を買ったり、過去に購入した服を下取りに出したりする。

こうした17種類の「エコアクション」を通して私たちがCO₂削減に貢献した分と同等の木の数を、ソフトバンクが全国各地の植樹を支援する。2025年7月のスタートからわずか3カ月で、CO₂抑制量は約2万3000トン達成。約1万9000本の植樹支援につながった。

まずはスマホ決済をつかうことから

これからエコアクションに参加したい方は、スマートフォン決済のPayPayからはじめてみてはどうだろう。

実は、現金をつかうことは環境負荷につながるという。お札や硬貨を作り、銀行やATMへ運ぶには、多くのCO₂排出がともなう。PayPayを利用するだけで、現金決済と比較して約70%のCO₂削減効果があるのだ。

日本の森を元気にするためには、エコアクションを習慣として続けることが大事だ。日々のお金のやり取りから、CO₂削減に取り組んでみよう。

スマホ決済なら決済がすぐ完了するからラクだ。



Earth hacks

アースハックス

デカボスコア

デカボスコアとは?
従来の商品や行動と比べて、CO₂排出量がどれくらい減るかを「%オフ」で示した指標。



「%オフ表示」の威力

Earth hacksが開発したデカボスコアは、環境に良い行動や商品を「従来と比べてCO₂が何%減るか」で教えてくれる指標だ。

ポイントは「%オフ表示」。たとえば「CO₂が3kg減りました」と言われても、その貢献度は少しわかりにくい。一方で「CO₂ 50%オフ」と聞けば、インパクトが直感的に伝わる。

「%オフ表示」のさらなる利点は、「中身を知りたくなるきっかけ」を作れること。たとえばバーゲンで「80%オフの洋服」を見つけたら、「どうしてこんなに安いん

だろう?」と、素材や品質を確かめたいくなる。デカボスコアも同じで、「CO₂ 80%オフ」と書いてあると環境配慮の工夫を知りたくなり、理解を深める学びにつながるのだ。

我慢するだけがサステナじゃない

Earth hacksは、生活者が楽しみながら脱炭素に取り組める社会を目指している。こだわるのは「我慢を求める」のではなく「褒めて伸ばす」考え方だ。

たとえば多くの日本人は、無意識に環境にやさしい暮らしをしている。欧米では、肉の代替として環境負荷の低い「大豆ミート」が注目を集めているが、日本人は昔から、納豆や豆腐といった大豆食品でタンパク質を摂ってきた。こうした日常の食習慣も、知らず知らずのうちに温暖化の抑制に貢献している。

こうした「無意識の貢献」を可視化するためにも、デカボスコアは有用だ。自分の選択に対して「こんなにCO₂を削減できている」と褒められれば、自己肯定感が生まれる。その前向きな気持ちこそが、環境に良い取り組みを続けるためのカギなのだ。

「旬の食材を食べる」ことも環境貢献

環境問題への取り組みは、「大それたもの」である必要はない。地元の旬の食材を食べる、ラベルレス商品を選ぶ、宅配便を一度で受け取る。こうした身近な行動の積み重ねが、CO₂削減にきちんと貢献している。

大切なのは、身近な取り組みを無理なく続けること。まずは「もうやっている行動」に目を向け、自分を褒めるところからはじめてみよう。



あなたの暮らし、実はもうサステナブル?

ユニークなサステナブルアクションが大切なのは大人も子どもも同じ。では未来を担う子どもたちはどんな実践をしているのか？ 子ども向け新聞NewsPicks for Kidsの読者10名にアンケートを実施。皆で参考にして明日から実践してみよう。

共通の問い

- Q1 どんな取り組みを行っていますか？
- Q2 取り組みを行うようになったきっかけは？

A1 クリスマスツリーと鏡もちは3Dプリンターで作って毎年買わなくてもいいようにしました。

A2 お母さんが3Dプリンターを買い、自分でいろんなものが作れるようになって楽しかったから。

→ 櫻井花 (11歳/小学5年生)

A1 食品ロスをしない

A2 ただ無駄な消費をしないように節約していたらそうなった。もらいすぎて余ったお菓子も食べすぎたら栄養が偏ってしまうのでフードバンクに持って行く。

→ 仙北屋麗楽 (8歳/小学2年生)

A1 風呂敷を持ち歩く

A2 レジ袋代を浮かせてお小遣いの節約になるし、コンパクトで、どんな形の荷物にも合わせられるから。

→ 佐藤伶 (11歳/小学5年生)

A1 サステナブルフラワー (まだきれいに咲いているのに捨てられてしまう花) を購入しています。

A2 もともと花が好きで家に飾っていましたが、サステナブルフラワーの存在を知り、皆にも気づいてもらいたいと思っているため。

→ 坂本世温 (8歳/小学2年生)

Survey voice

子どもが実践しているユニークサステナブルアクション

Unique Sustainable Action

A1 購入したジュースのペットボトルをそのまま捨てずに、水や家で作った麦茶などを入れて再利用。ただでは捨てない。可愛いキャラが描かれたもの、特徴的な形のものなどは特にペットボトルに愛着を持ち、使い倒してから廃棄する。

A2 シロクマが温暖化で困っている本を読み、家で温暖化のニュースにも触れたため。ペットボトルから生まれるマイクロプラスチックなどの廃棄物が環境や生物の活動に影響を与えていることを知り、廃棄物の再利用、ゴミの分別、無駄にゴミを出さないなどに気をつかうようになった。

→ 高橋里緒 (7歳/小学1年生)

A1 サイズアウトしたまだまだ着られる洋服や、遊ばなくなったおもちゃやぬいぐるみを世界に寄付しています。

A2 まだつかえるものをごみとして処分することについてこれでいいのかなと思っていました。母と一緒に日本のもったいない物を世界の必要な人たちに届けているワールドギフトという団体を知り、定期的に寄付をしています。寄付をしているうちに、物の選び方、買い方、つかい方などを考えるようになりました。

→ 玉田ちこ (11歳/小学5年生)

A1 卵の殻を乾燥させ、粉末にして畑にまいています。

A2 卵の殻はカルシウムだから肥料にできると本で学びました。お母さんと一緒におじいちゃんの畑にまきに行くことになり、お母さんと家のベランダで乾燥させて、この前は、にんじんを植えているところにまきました。

→ 松浦龍希 (7歳/小学1年生)

A1 給食で出た果物の種を持って帰って育て、また収穫すること。今のところ、柿、プルーン、スイカなどを試しました。

A2 おさるのジョージで、アボカドの種を育てていたのを見てはじめて。

→ 関基陽 (6歳/年長児)

A1 サンタクロースからプレゼントをもらえるので、家族からのクリスマスのお小遣いは寄付している

A2 岡山県総社市の洪水で子どもたちのおもちゃが全部なくなってしまったというニュースを見て、自分にはおもちゃがいっぱいあるから、寄付をしたいと調べたところからはじめました。

→ すず (12歳/小学6年生)

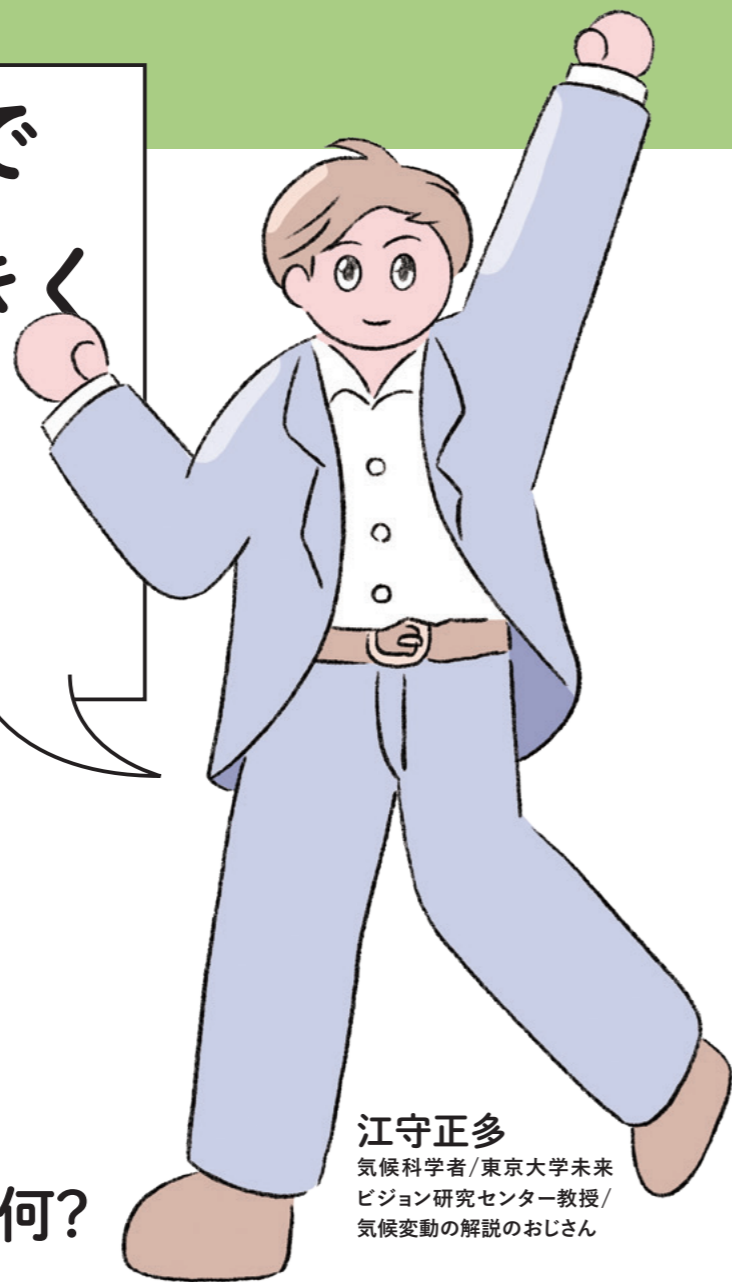
A1 スーパーに行くたびにSDGsに配慮している商品(有機JASマークやレインフォレストマーク、フェアトレードマーク)を探し、ママに伝えて買ってもらっている。パームヤシマークはレアで見つかるとうれしいです!

A2 ハローキャリアワークという世田谷区教育委員会が開催しているイベントで、身の回りにあるSDGsの商品を調べる学習をしたから。

→ 田中常葉 (10歳/小学5年生)

明日からサステナブル、 何に取り組む？

自分の行動で 世の中を大きく 動かすことも 考えてみよう



江守正多
気候科学者/東京大学未来
ビジョン研究センター教授/
気候変動の解説のおじさん

サステナブルな取り組みを自分なりに進めることはもちろん大切。一方で、節電をしたからOK。ゴミをきちんと分別したから満足。そこで止まってしまうと世の中を変える大きな流れにはならないことも。では世の中を大きく動かすためにできる行動とは何か。なぜ必要なのかも含め、気候変動の専門家である江守正多先生に聞いてみた。

世の中を大きく変えるって何？

そもそも何で世の中を大きく変えることが必要なの？

一人ひとりが小さなことからサステナブルに取り組むのはもちろん大切。でも実は世の中はさまざまな企業や政治家、いろんな国ごとの意見が絡みあったうえで作られています。自分一人が行動し、声をあげても彼らの議論に上らないと世の中は大きく変わりません。

そのため、自分が頑張ったから満足せず、世の中には「こんなことが必要なんだ」「こういう社会ってよくない？」という空気を作るために行動し続けることが重要なんです。

世の中の仕組みが変わった例って何？

たとえば「分煙」。30年くらい前は、道路や職場やお店の中でタバコを吸えるのが当たり前でした。なんと、駅のホームや新幹線の中、病院の待合室にも灰皿がありました。

そのころはそれが当たり前で、いまのような「分煙」が当たり前な社会がおとずれなんて、ほとんどの人は想像がついていなかった。

しかし、受動喫煙の健康被害についての医学的なデータが提示され、実際の被害を訴える人などの声が大きくなり、さまざまな団体が活動し、署名活動などに

つながりました。その結果、政治家や企業の話となり、いまでは「分煙」が当たり前になりました。このように地球温暖化の問題もいろいろな人の声が重なっていけば、対策を進めるのが当たり前になるんです。

つまり何をすればいいの？

「世の中の全員が気候変動に関心を持たないと、仕組みは変わらないの?」。そんなことはありません。

仕組みを変えようという行動をしている団体や、企業に訴えかけること。CO₂を出さない取り組みをしている活動体や、ベンチャー企業を応援すること。親や身近な大人に訴えかけること。共通の思いを重ね合わせ、世の中に届く声を作ることが重要です。

さまざまな場所、地域での活動が積み重なって、企業や政治に働きかけることをきっかけに、世の中は大きく変わっていきます。皆でぜひ取り組んでいきましょう。

子どもだけでもできるサステナブル。 世の中を大きく変えるための一歩

完璧じゃなくてOK!
まず「賛成する気持ち」から

僕がいつも言っているのは、「自分の生活のことは、堂々と棚に上げてください」ということ。完璧にしないと発言しなきゃいけないと思ったら、誰も何も発言できません。

僕だって飛行機に乗ることもあるし、ガスも使っている。太陽光パネルを自宅につけられない集合住宅に住んでいます。でも、「社会全体の仕組みがCO₂を出さない方向に向かってほしい」という気持ちを持っています。みんながそう思うことが、一番大事です。

まずは「賛成する気持ち」を持つ。それがサステナブルな社会を生むための一番大事なことです。

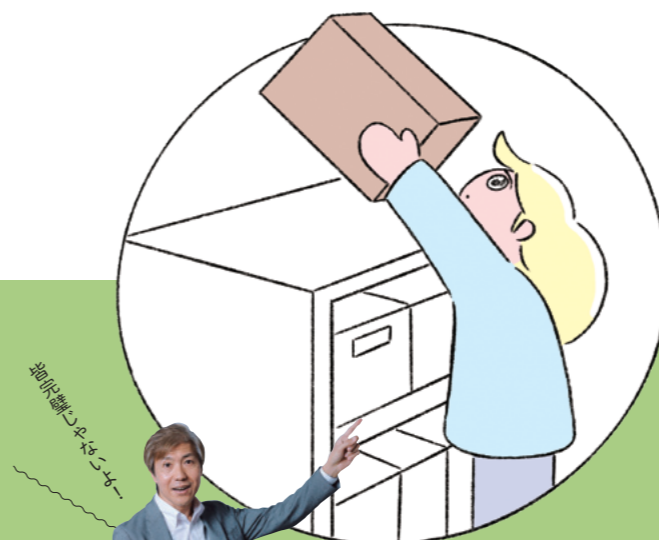


SNSで「いいね」してみよう

気候変動の問題に取り組んでいる人や団体をSNSでフォローしてみよう。すると関連する情報が届くようになり、署名活動やイベントについて知ることもできる。

「いいね」を押したり、投稿をシェアしたりするだけでも立派なアクション。一方で、SNSでは「温暖化はウソだ」という投稿に何千もの「いいね」がつき、地道に発信している人はなかなか注目されない現状もあります。

だから環境問題に関心がある君こそが、「いいね」と思った発信には「いいね」を押してほしい。その1クリックが、発信者の応援になり、世の中の空気を変える一歩になるんです。



Column
明日からサステナブル、
何に取り組む？
自分の行動で世の中を
大きく動かすことも
考えてみよう



大きな買い物のときこそ、 環境にいいか聞いてみよう

親が家を建てる時、車を買うとき。こうした大きな
買い物は、何十年も使い続けるもの。だからこそ、ずっ
と環境に貢献できるんです。

たとえば断熱性能の高い家、電気自動車、再生可
能エネルギーで作られた電気を使う暮らし。もし家族
で大きな買い物をするタイミングがあれば、「環境に
いいほうを選んでほしい。」と一言確認してほしい。

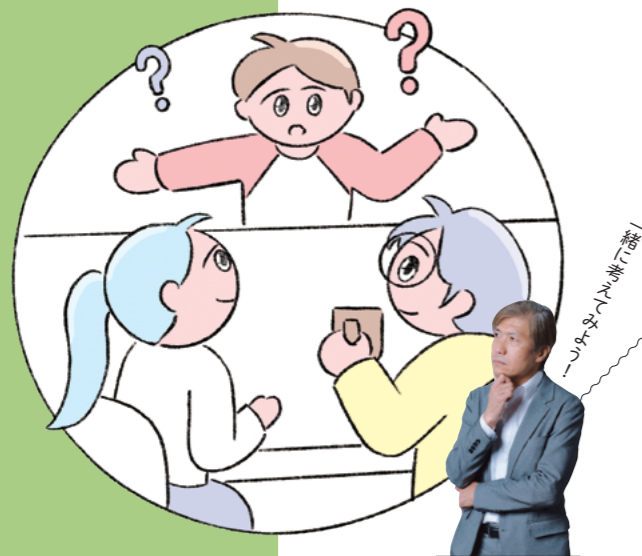
たしかに環境に良いものは少し価格が高い。でもそ
の分、未来の社会を作るための価値が込められてい
ます。一度選ぶと長く使うものだからこそ、目の前の
損得にできるだけとらわれず長い時間をかけて納得
するものを選んで。その子どもの一言には将来を変え
るパワーがあります。

お父さん、お母さん、先生に 純粋な疑問を聞いてみよう

「うちの電気って、どこから買っているの?」「その電
気は、CO₂を出して作られているの?」まずは、こんな
ふうにお母さんやお父さんに聞いてみてほしい。

選挙のときには「誰に投票するの? その人は温暖化
のことを考えている?」と気軽に親に言う。また
学校の電気がどこから来ているか、先生に質問してみ
るのもいい。

子どもには選挙権がないけれど、大人の選択に関
わることはできる。君の思う疑問を身近な大人に伝え
ることが社会を動かす力になるんです。



仲間の輪に関わってみよう

日本には、気候変動を止めたいと思う人たちが集ま
るグループがいくつもあります。たとえば「ゼロエミッ
ションを実現する会」は、各地域にグループがあり、地
元の議会や役所に「学校の電気を再生可能エネルギー
にしてほしい」「体育館を断熱してほしい」などの
働きかけをしています。

デモや過激な活動ではなく、足元から変化を起こす
地道な取り組みです。合わないと思ったらやめてもい
いし、絶対にやれとも言いませんが、仲間の輪に加わ
ってみる。合わなければやめる。やってみてから決め
ればいいんです。



発行 株式会社ユーザベース
企画・制作 NewsPicks Brand Design
発行日 2026年3月31日
編集 金井明日香 / 山口多門 / 前川結貴 (NewsPicks Brand Design)
執筆協力 村次龍志 (アジト) / 高崎慧 / 佐藤結都
デザイン ニルソンデザイン事務所
デザイン支援 立花和政 (NewsPicks Brand Design)
イラスト 高橋あゆみ / ZUCK / 市村謙 / ワタナベマリエ / カヤヒロヤ
撮影 大橋友樹 / 小池大介 / 曳野若菜
制作協力 NewsPicks for Kids
進行管理 原木舞 / 西村昌樹 (NewsPicks Brand Design)
進行管理協力 蜂谷エリナ
印刷・製本 シナノ書籍印刷株式会社
本誌掲載の文章・写真・イラストの無断転載・複写・複製(コピー)を禁じます。

本MOOKは「グラングリーン大阪」のパークマネジメントとエリアマネジメントを一体的に行
う組織、一般社団法人うめきたMMOのスポンサーを受け、NewsPicks Brand Design
が制作したものです。本誌中に登場するMIDORIパートナーはうめきたMMOの活動をを持
続的に展開していくための協賛企業群です。

キミが楽しむと、世界がよろこぶ。 「MIDORI FES. 2026」開催 ～公園から『世界にいいこと』に取り組む文化祭～

グラングリーン大阪一帯で行われるサステナブル体験型イベント
「MIDORI FES.」。その第二回となる「MIDORI FES. 2026」を、5
月1日(金)～5月4日(月・祝)に開催します。「キミが楽しむと、世界
がよろこぶ。」のスローガンのもと、訪れる方々が楽しみながら「世界
にいいこと」を自然と知る・参加する・体験できるイベ
ントです。MIDORIパートナーやまちづくりに携わる
方々が、多種多様なアクティビティを提供いたします。
奮ってご参加ください。



↑
昨年の様子はこちら