

マンションライフを、もっとステキにシフトする。

# ENTLINK<sup>®</sup>

エントリンク

ISSUE  
the number

06

2025



サステナブルで快適な日々へ「ENTLINK」でライフシフト！

TAKE  
FREE

Special feature

エシカルの時代がやってきた。

# 現代日本人に迫る

## マグネシウム不足の危機とその解決策



cocoro bloom

『こんな症状はありませんか?』

- ・疲れやすい
- ・足がつりやすい
- ・肩こり、腰痛
- ・イライラする

病気とは言えないこんな症状も、  
マグネシウム不足でおこります。

「cocorobloom」では、気軽に摂取できるよう  
サプリメントとして食べ物や飲み物の味・香りに影響しない  
濃縮液にしました。さらに皮膚からの吸収も有効なことから  
入浴剤の形でも提供しています。  
健やかな毎日のために、ぜひご活用ください。



お問い合わせ

株式会社 LAQSMILE(ラクスマイル)  
〒565-0851 大阪府吹田市千里山西 6-62-C213  
TEL : 06-4980-0462

商品のご注文はこちら

<https://shop.cocorobloom.com/>



割れない 傷つきにくい 美しい

## クリスタルガラスのような 上質感を持つ新感覚のグラス

大阪・八尾市で長く培った技術と、  
クラフトマンシップが創るニューブランド。  
KINJO JAPAN まったく新しいグラスをご提案します。

**KINJO**  
JAPAN

# こんにちは、エシカルの時代

## Hello, the Ethical Age

様々なシーンで「エシカル消費」という言葉を耳にすることが増えてきました。

「エシカル」は直訳すると「倫理的」という意味。

つまり、つくる側、使う側の双方が、

倫理観をもって、つくる責任、つかう責任を果たしていくこと。

たとえば、障がい者や貧困国の支援につながるものを買う。

リサイクル、リユース、アップサイクルを意識し、

再生可能・自然エネルギーを選択する。

被災した地域や地元商店街を元気づけるために買う…。

一般社団法人エシカル協会によれば、

「エ」いきょうを「シ」っかりと「カ」んがえ「ル」のがエシカル。

ちなみに日本のエシカル市場の規模は約8兆円。

なんと日本人の10代の3割以上が、

エシカルな商品じゃないと買わないと回答しているそう。

若者の就職先にしても「エシカル就職」が、

選択軸になっているとか。

いま「エシカル」な時代の最前線で活動している方々の

声から、次のアクションのあり方を探ってみましょう。

### CONTENTS 特集：エシカルライフ

- |    |   |    |   |    |   |
|----|---|----|---|----|---|
| 03 | スペシャルインタビュー<br>向井亜紀×小松武司<br>未来を見据えた人づくり、仕組みづくり      | 13 | エシカルアクション02<br>共創のチカラで地元を活性化<br>一般社団法人HAKUTAI 大城 誠司   | 18 | シリーズ防災<br>子どもの命と未来を守る！<br>防災アナウンサー 奥村 奈津美 |
| 07 | エシカルライフ<br>◎廃プラスチック循環ゴミ袋<br>◎マンション置き配の新時代           | 15 | エシカルアクション03<br>間違いない商品選び<br>COEXIST代表 菅原 勤太           | 19 | シリーズ自治体<br>大阪府ブルーオーシャン<br>プロジェクト          |
| 11 | エシカルアクション01<br>持続可能な飲食店と食卓<br>一般社団法人エシカルライフラボ 有木 真理 | 17 | エシカルアクション04<br>アーティストの創造力を活かした、<br>ユニークなアップサイクルプロジェクト | 21 | 美味しく楽しく知る「エシカル」<br>大人も一緒に！<br>エシカルお子さまランチ |

### SPECIAL AMBASSADOR



PROFILE  
向井亜紀  
AKI MUKAI

テレビ・ラジオなど幅広く活躍。1994年に元格闘家の高田延彦氏と結婚。高田氏とともに全国各地で親子向けの無料体育教室「高田道場ダイヤモンドキッズカレッジ」を行い、のべ2万人以上の子どもたちとふれ合っている。またアフリカへ古着を送る活動、ゴミを出さない美味しい食生活などSDGsを実践している。

# 100年先を見据えて、 エシカルな、 人づくり、仕組みづくり

ENTLINK®  
06  
SPECIAL  
INTERVIEW

日々の生活や企業活動の中で、どうしても出てしまう「ゴミ」を「資源」として循環させ続ける新たな「仕組み」を事業化。自然と共存できるエシカルな社会づくりを実践している株式会社サティスファクトリー・代表取締役の小松さんが登場！身近なのに知らない「ゴミ」の話から、未来を拓く「人づくり」について、熱いディスカッションが繰り広げられました。



聞き手

## 向井亜紀

AKI MUKAI

株式会社サティスファクトリー 代表取締役

## 小松武司

TAKESHI KOMATSU

## 「ゴミ」への素朴な疑問をもったこと

小松：脱サラしてカフェをはじめたのですが、思いのほかゴミがたくさん出まして…。処理方法などを調べていたら、コスト面でも環境面でも、もっと良いやり方があるのでは？と思ったのです。そこで廃棄物管理というビジネスを構想したのですが、法律上、僕が考えているビジネスモデルは不可能であることがわかったんです。向井：せっかくの構想が法律が、ハードルになって実現できないとは…

小松：はい。5人ほどの弁護士に相談したところ、廃棄物の「仲介・媒介・斡旋」に関する事業は違法ではないかと判断されました。でも、ある弁護士さんから「これは社会正義だよ！だから進め！」と言われて（笑）で、



絶対にやってみよう！

向井：相当な覚悟が必要だったんですね。

小松：会社の経営的にも後戻りできない状況でもあったので、リスクがあっても進むしかなかったのですが（笑）。そこで早速、許可を出す機関の方に確認してもらいました。そうしたら「この事業は、仲介・媒介・斡旋ではなくコンサルティング事業だから、我々が管理したり制限できるものではない」と解釈してくれて。それで、やるしかない。突き進むしかない！向井：行動力で未来に続く扉をこじ開けていったんですね！

## 「なんで？」「なんで？」を繰り返す先に未来が拓ける。

小松：環境問題って「エコバッグを使えば良い」とか「ゴミは分別して捨てれば良い」とか、表面上で理解して貢献していると思ってる人が多いように感じます。ただ食品スーパーで「この野菜はどこから来たのか？誰がどんな作り方をしているのか？」とか、「そもそもどうすればゴミを減らせるか？」を考える人は少ない。問題になっている海洋プラスチックゴミやマイクロプラスチックについても「海にゴミ拾いに行ってます」っていうのは良いことですが、海洋ゴミの問題が自分たちの日常生活とどうつながっているのか？どうすれば解決するのか？を考えて実践している人は少ないと思います。

向井：「対処」することはできても、そもそもどうしてゴミが出るのか？どうすればそれを削減できるのか？というところまで理解した上で行動されている方はなかなか…。

小松：「ゴミ拾いを行うだけでは永久に海洋プラスチック、マイクロプラスチック問題はなくなりません。プラスチックの生産量は増えています。現在4億トンとか5億トンぐらいの生産量と言われていますが、2050年には10億トンを超えると言われています。反対しても、便利だからなくならない。解決するためには、謎解きやパズルのように「廃棄物が資源として循環する仕組み」を考え、具現化していく必要があるのです。

向井：謎解きを繰り返しながら解決に結びつく仕組みを作っていくかたんですね。

小松：「ゴミは回収して資源化する貴重なもの」という概念のもとに、「ゴミを原材料にして開発したのが、弊社オリジナルのゴミ袋「FURUSHIKI」です。これ、原材料の99%がゴミ。ゴミから作っているので新しい原材料に依存しないし、燃やさなくて済むのでCO<sub>2</sub>が減るんです。

向井：燃やさない！すごい！画期的です！

小松：いま「FURUSHIKI」を採用

してくれる企業が増え何万人もお客さまが「ゴミから作ったゴミ袋を使う状態」になっています。さらにそれを資源として回収する仕組みができています。

向井：こういった循環型の仕組みが様々なジャンルで実現していれば未来は変わりますね。生活のいろんなシーンで「？」を感じとりつつ、個々に謎解きをつなげていく先に、より良い世界が見えてくる。



株式会社サティスファクトリー  
代表取締役

### 小松 武司 PROFILE

広島県生まれ。専修大学商学部卒を業後、大手スーパーに入社。半年ほどで同社を辞め、学生を主なターゲットとする旅行会社に転職。営業として実績を残し、96年、サティスファクトリーインターナショナルを設立、カフェ経営に着手。その後、業態を変更して、廃棄物一元管理などの環境関連サービスに特化。廃棄物管理から始まり、企業のCSR、ESG、SDGsの目標達成に向けたサステナビリティ戦略を支援し、国内外での環境維持・向上に貢献することを目指している。



## 私たちの役割は、 未来の課題を解決できる 「人」と「仕組み」を つくること。

**小松**：「ゴミ問題をはじめ、これっておかしいよね？」って思うことが世の中にたくさんあります。この「おかしい」を解決するために行動できる人たちが作るのが、私たちの役目だと感じています。百年先の未来、僕らが存在しない時に、主体性を持って行動できる人材がいなくて百年先の問題で解決できません。だから大切なのは、問題を解決する「人づくり」や「仕組みづくり」なんです。

**向井**：今のうちに、いろんな場面でたくさん仕掛けていきたいですね。好奇心が旺盛な子どものうちから、「なんで？」「なんで？」を育んでいきたいです。

**小松**：問題解決の謎解きが面白いと感じる人たちが、たくさん育てていく。自分が発見した問題を解決するのがすごく楽しい！すごく面白い！と思ってる人たちが、そこに自分の人生の意味や意義があるって感じる人たちが作ると、百年先まで安心じゃないですか。

弊社の社員教育というのは、考える力を培い養うこと。社員に「環境レポート」を作ってもらっているのも、メンバーが環境問題を自分事として考え、常に「なんで？」「なんで？」を考えられるようにするためなんです。

**向井**：そうですね。環境問題って、「他人事」と捉えがちです。日々の暮らしに追われてあとまわしにしちゃってましたなんて言うと、百年後に何が起きているか…。

ところで、「ゴミ袋の循環以外にも新しい仕組みづくりに取り組まれているとか。



**小松**：ゴミを鉄鋼の原材料にする仕組みづくりをしています。鑄鉄や鋼の溶解で鉄を固くするために添加するものがあります。「加炭材」というのですけど、これまで天然資源の「コークス」が使われていました。これに代わって、捨てられたプラスチックから生産する技術を持つ会社とともに、流通を拡大しています。実は日本だけで廃プラスチックが年間約900万吨出るんです。そのうち約600万吨ぐらいが焼却炉で燃やされています。この600万吨を原料に鉄を作れたら、日本が輸入している加炭材の10%を自分の国でゴミから生産・供給できるんです。

遠い国の鉱山で採掘して輸入して、火力かけて焼成していくプロセスがなくなり、CO<sub>2</sub>の排出もぐっと減らすことができます。

**向井**：なんて壮大な謎解き！地域や時代を超



えたスケールのパズルですね！こういった新しい仕組み、いわば「答え」に行き着くのも「なんで？」という繰り返しがあるからでしょう。それを家庭や学校で、子どもの成長に合わせつつかりと身に付けられたら良いですね。

小松：向井さんが、ぜひ仕掛けてください！子どもたちが興味を持ってくれるような「謎かけ絵本」を作って、「え、なんで？なんで？」という子どもたちを増やしていくとか。子どもたちが環境の問題にせんに向き合うように。それは結果として経済成長にもすごく貢献するわけですよ。再生資源がぐるっと回ると、経済的利益も生むわけですから。

向井：このゴミはどこに行くのかな？そこからどうなると思う？とか：楽しみながら、連想ゲームのように学び進められていったら。

小松：面白すぎて大切です。「責任」という言葉って頭を硬直させませんか？「ねばならない！」「よねって」「ねばならない」ことっていうのは、やれば終わりになるのでみんな興味持たないんです。「面白い」って思わせないと先がないですよ。

向井：おしまいじゃなくて、ネバーエンディングストーリーにしていきたい！ステキですね。

**日々の暮らしと、百年後の未来は、確実につながっている。**

小松：私たち人間の生物としてのコンセプト。役割は「次の世代を作り繋いでいくこと」。途の媒介役でしかない。

向井：人間は遺伝子の乗り物なんですよ。乗り物として、いつのまにか乱暴な運転しちゃっていてすみません！

小松：（笑）だからやっぱりその「繋いでいく」ところをベースに考えると、私たちの我欲がなくなる百年後をベースに、考えられる人を作って、次に遺伝子を継いで行くことが必要なのだと思います。

向井：マンションに住んでいる私たちも、ゴミを捨てに行くときに、この「ゴミはどこでどうなるの？」など立ち止まって考えてみると良いですね。子どもたちだってゴミを捨てる時にいろいろなことを考えたり発見したりしているはずなので、親子で一緒に考えていけたらステキなんです：けど、主婦は本当に忙しくて…。「未来のことを考える」っていう余裕が生活の中から削り取られていて、今日をどうやって「コスパ」とタイバ良くクリアしようかってがんばっちゃうと…。この「ゴミの行方は？」というよりも「捨てていいね！」となってしまう。なんとかして子ども達と一緒に「なぜ？」「なんで？」と考える時間を確保したいです。

小松：親の存在って重要ですよ。親がどうフィードバックしているかによって、子どもの将来が変わってくることもあります。

## 対談後記

After the Talk

「環境課題」を解決する事業のことから、意外と知らないゴミの話、それをアップサイクルする仕組みのこと、さらに子育てのことまで、もう、お話が楽しくて、あっという間に時間が経過してしまいました。子どもたちが持っている「なんで？なんで？」という純粋な好奇心。それを大切に育てていけば、きっと将来、課題を解決できる！そんなお話にとっても共感しました。私も大好きな分野で子どもたちの「好奇心や探究心」を育てていきたいです。まずは、絵本づくりかな？



向井：これから、どんなところに着目して、どんなアクションを起こしていくおつもりですか？

小松：僕らがいなくなった時代のことまでしっかり考えてアクションを起こしていきたいです。生きている間って、どうしても我欲で動くんですよ。僕にも否定できないところはあります。でも自分がいなくなった後の社会を考えると「続く仕組みを作る」とか「考えられる人を作る」とか、僕らの世代がやるべきことが見えてきます。

プラスチックの問題にしろ、原子力廃棄物の問題にしろ、コントロール不可能な方向に向かっています。その行き先を直接僕らが変わることなんてできない。だけど、それを資源に変えたり、循環する仕組みづくりに取り組んでいきたいと思います。それと、やっぱりみんなで取り組みたいのは「人づくり」です。

いま自分たちが考えられる人になったのは、自分の親のおかげ。自分たちも子ども達に、その先の子孫に向けてその考えを繋いでいきた。この連鎖の力で、今まで考えてもみなかったことが実現したり、課題が解決していくと考えると、面白いじゃないですか！

向井：面白い！と思ったら最強ですよ。今を生きる私たちそれぞれが、それぞれの立場から「なぜ？」「なんで？」という想いを繋いでいきたいと思います。



Thinking About Plastic Waste

## 廃プラスチック循環ゴミ袋「FUROSHIKI」 身近なエシカル消費のかたち

利便性の高さから生活のあらゆる場面で使用されてきたプラスチック。その廃棄による環境汚染が深刻化しています。

物流現場等の使用済みストレッチフィルムから作られるゴミ袋「FUROSHIKI」を展開する

株式会社サティスファクトリーの視点をヒントに、日常の小さな選択が環境問題解決につながる可能性を探ります。

### 「FUROSHIKI」が 生まれた理由

「私たちは『社会を100年先に繋ぐ』という思いを持っています。環境問題に対する行動そのものをビジネスとして追求し、その収益を次なる挑戦に投じることで、持続的な取り組みの循環を築いています」

そう語るのは、廃棄物管理やリサイクル支援に取り組む株式会社サティスファクトリーの広報担当、梅田弘香さん。「環境問題解決企業」を掲げる同社は、廃プラスチックを99%使用したゴミ袋「FUROSHIKI」を開発し、環境配慮に参加しやすい仕組みづくりに取り組んでいます。

FUROSHIKIが誕生したのは2020年。その背景には国際的な廃プラスチック問題がありました。

「それまでは汚れた廃プラスチックでも日本から中国を中心としたアジア諸国に輸出してきましたが、2019年にこれらが国際条約によって規制強化されました。プラスチック廃物の行き場がなくなり困っているという声から私たちのもとに集まり、国内で循環させる仕組みを作れないかと考えたのがきっかけです」

特に現場であふれかえっていたのは、物流などで使われる「ストレッチフィルム」。荷物を梱包する際に使われたこの透明なプラスチックフィルムを回収し、「ゴミ袋」として再生させることを考えました。

「誰もが使うけれど、誰も意識せず選んでいる」ゴミ袋に着目しました。そして、このゴミ袋をゴミから作るという製品開発にこだわったのです」

この「FUROSHIKI」という名前には特別な思いが込められています。

「社内で商品名を公募した時、ある社員から

『風呂敷』という案が出ました。剣道経験があるその社員は、大切な道具を風呂敷に包むという習慣があったそうで、『ゴミ袋、ただ中に入るものも大切な資源だという意識を持ってほしい』という思いに共感が集まり、FUROSHIKIという名前に決定しました」

日本の伝統的な包みの文化である風呂敷のように、資源を包み、循環させる——そんな願いが込められたネーミングです。

開発当初は、再生材ならではのにおいや強度など使用感において試行錯誤がありました。現在では一般的なゴミ袋と変わらない品質を実現しています。「再生材」という言葉は定義が曖昧で、単に所有者が変わっただけの新品も「再生材」と呼べってしまう現状があります。そんな中で、使用済みの捨てられるはずだったゴミから再生したFUROSHIKIは、本物の資源循環を実現しているのです。

## 二つの環境問題が

## 「選ぶだけ」で変わる未来

「FUROSHIKIは使うだけで二つの環境問題解決に貢献できる点が大きな特徴です。一つは地球温暖化。本来なら燃やされるはずだったプラスチックを再利用することで、CO<sub>2</sub>排出を削減できます。もう一つは海洋プラスチック問題です」

「ゴミ袋のサイズや厚みに応じてCO<sub>2</sub>排出削減の効果は数値化されており、1箱あたり約18kg、45kg相当の削減につながるといいます。これまでの実績では2.3万トンの削減を達成しています。これは約4300世帯が1年間に排出するCO<sub>2</sub>量に相当します。また、杉の木に換算すると約168万本分のCO<sub>2</sub>吸収量に匹敵します」

環境問題というと、新しく何かを始めたり、何かを我慢したりしなければならぬ印象がありますが、FUROSHIKIは「ゴミ袋を替えるだけ」で貢献できる点が画期的です。通常のゴミ処理では、ポリエチレンという素材を1kg燃やすと3.14kgのCO<sub>2</sub>が発生します。それを燃やさずにリサイクルすることで、大きな削減効果が生まれるのです。

現在、同社は年間5000トンのCO<sub>2</sub>削減を目指す「CO<sub>2</sub>5000t削減プロジェクト」を展開。これまで捨てられていた廃プラスチックを再資源化することで、着実に成果を上げています。

## みんなで拡げる循環の輪 教育から地域イベントまで

FUROSHIKIはBtoB市場が中心でしたが、少しずつ一般消費者との関わりも広がっています。

栃木県那須塩原市では、子どもたちがペットボトルのキャップを集め、その再生材を使ったFUROSHIKIを作るプロジェクトを実施。2週間で2万個ものキャップが集まり、それが5%の配合率でFUROSHIKIに生まれ変わりました。集めたキャップがゴミ袋となつて戻ってくるという体験は、「自分の行動が資源循環につながる」という実感を得るきっかけにもなっています。

「ペットボトルキャップはワクチン支援の一環として集めることがあっても、それが何に生まれ変わるか目に見えることは少ないです。FUROSHIKIは実際に手に取ることができるので、資源循環を体感できる教材になっています」

また大阪では、万博記念公園で開催された駅

### COMPANY PROFILE

## 株式会社 サティスファクトリー

サティスファクトリーは、「社会を100年先に繋ぐ」を理念に、廃棄物管理やリサイクル支援に取り組む企業です。カフェ経営からスタートし、廃棄物処理の課題を機に環境ビジネスへ転換。廃プラスチックを99%使用したゴミ袋「FUROSHIKI」の開発など、環境に配慮した事業を展開しています。

### 製品紹介

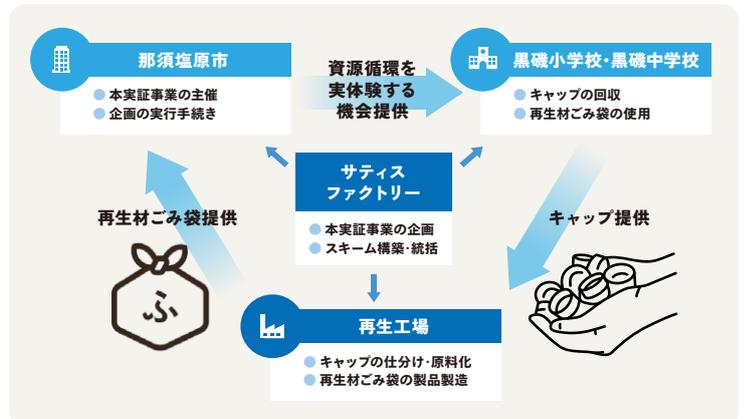
## FUROSHIKI



99%再生材ゴミ袋で、廃プラスチックを国内循環させる

## FUROSHIKI

サティスファクトリーの「FUROSHIKI」は、物流現場等で捨てられるストレッチフィルムを再利用したゴミ袋です。プラスチックの循環利用を目指し、地球温暖化と海洋プラスチック問題の改善に貢献。その名の通り、資源を包み循環させるという思いが込められています。使うだけで環境問題に貢献できる、エシカル消費の選択肢です。



伝イベント「ACNEXPOEKIDEN 2025」に協賛。ジョギングしながらゴミを拾う「プロギングツアー」でも、FUROSHIKIが使用されました。55kmの駅伝コース沿道では清掃活動も行われ、その現場を支えたのもFUROSHIKIです。

サティスファクトリーの取引先企業の中には、自社で購入したFUROSHIKIをノベルティとして顧客へ提供するケースも増えています。「この素晴らしい取り組みを自分たちのお客さんにも知ってほしい」という思いのバトンによって、環境意識の輪が少しずつ広がっているのです。

「地道ながらも、なぜこの取り組みが必要なのか、FUROSHIKIを選ぶことで環境にどう影響するのかを日々伝えていくことが大切だと考えています。そこから少しでも関心の幅が広がるきっかけになれば嬉しいです」(梅田さん)



## 02

Thinking About Package Delivery

## マンション置き配の新時代 セキュリティと利便性の両立への挑戦

オンラインショッピングの普及で急増する宅配需要。便利さの一方で再配達問題や盗難リスクが課題に。

建築金物メーカーの株式会社シブタニを取材し、セキュリティと利便性を両立させる  
マンション向け置き配ソリューションの最前線に迫ります。

### コロナ禍で加速した 置き配ニーズと 4種類のソリューション

「今、日本では置き配の利用率が7割を超えています。しかし再配達率は依然として約1割。特に東京ではマンションの9割以上がオートロックを採用しており、セキュリティと利便性の両立が課題となっています」

そう語るのは、建築金物メーカーの株式会社シブタニクラビス事業部統括グループリーダーの東浦浩一さんです。近年、Eコマース拡大に伴い宅配便の取扱個数は増加の一途をたどっています。特にコロナ禍では物流量が急増。再配達問題も深刻化し、置き配に注目が集まりました。

「コロナ以降、事業主からの問い合わせが急増し、2022年12月にはショールームを置き配関連商品中心にリニューアルしました。特に首都圏では単身世帯が多いこともあり、置き配ニーズが急速に高まっていると感じています」

事業主からの相談内容は主に「セキュリティの担保」「美観」「コスト」の3つ。建築費高騰の中、置き配にどれだけ投資できるかという課題もあります。

そうした需要に応えるべく、シブタニでは現在、マンション向けに4種類の置き配システムを提供しています。中でも導入が進んでいるのが「Tebrax D2B」。これは各部屋の宅配ロッカーに日替わり暗証番号式の電子錠を設置するシステムです。配達業者はエントランスの専用機器で業者番号と配送先部屋番号を入力すると、その日の暗証番号が表示され、オートロックと宅配ボックスを開けられます。

## 置き配のジレンマ—— セキュリティと 利便性の両立

「マンションの大規模化に伴い、館内物流・館内配達が課題として残されています」と東浦さん。セキュリティの観点から内部構造が複雑化している物件も増えており、配達員がマンション内で混乱するケースも少なくありません。

東日本営業部の芦田英太さんは「都内のマンションではトラックを停める場所がなく、長時間の駐車が難しいという問題もあります。結果、マンション入り口の宅配ロッカーに入れてしまい『不在だったため宅配ボックスに入れて』と報告するドライバーもいて、クレームなどにもつながってしまっているようです」と指摘します。東浦さんも「宅配ボックスには満杯になる問題や、高齢者や女性が重い荷物を1階の宅配ボックスから自室まで運ぶ負担があるのです」と頷きます。

水や米など、重いものを宅配で頼むケースが増えているだけでなく、高齢化が進む中、この「最後の数メートル」の負担をどう軽減するかは重要な課題となっています。

そして何より、置き配の最大の課題は、セキュリティと利便性の両立でしょう。



お話をうかがった営業部の芦田さん

「オートロックの意味はなんなのか、という根本的な問題です。館内配送を増やせば不特定多数の人がマンション内に入ることになり、セキュリティが低下します。多様な配達業者の増加によって、そもそも『誰がどの業者か分からない』状況も生まれており、バランスをどう取るかが非常に難しくなっています」（東浦さん）

一方で居住者側にも多様なニーズがあります。

「中には部屋の前まで荷物を持ってきて欲しくないという方もいますので、マンション全体で導入したとしても、どこまで使うかは利用者さんが選択できるような仕組みにする必要もあります」（東浦さん）

### 多様化する

### 居住者への対応と

### 未来への展望

マンションの居住者もまた、多様化しています。高齢者や外国人居住者が増え、全員が使いこなせるシステムづくりにも苦心しているそうです。

「宅配ボックスなどのシステムはスマホアプリの登録が必要ですが、実際のアプリ利用率は10%にも満たないケースもあります。若い人は問題なく使えますが、高齢者など使いこなせない人も多いため、使いやすさとハードルの低さが課題です」

多言語対応も進めており、「Tebra connect」アプリは5か国語「DERI BOX」のアプリは2か国語に対応していますが、実際の使用感にも配慮が必要だといえます。

「そもそも居住空間や習慣に違いがある方々にとって、日本人の方向けの説明をただ翻訳す

るだけでいいのか、まだまだ私たちも検証を重ねていく必要があるでしょう」（東浦さん）

さらに今後の課題として、人手不足の深刻化が挙げられます。

「管理会社も人手不足が深刻化しているため、AIを活用したコンシエルジュサービスなど新しい付加価値の創出を考えています。人が減ってもニーズは多様化しているため、今まで以上に幅広い要望に応えられる柔軟性がメーカーにも求められています。昔のようにハードだけの差別化はもう難しい。柔軟にアップデートが可能で、多様な選択肢を提案できるソフトと、長く使えるハードのバランスで差別化を図っていくことが我々の強みになるはず」（東浦さん）

浦さん）

「安全を守り、安心を生み、快適を創り出すこと」を企業のミッションとして掲げているシブタニ。一般ユーザーの視線を重視し、さまざまなソリューションを提供し続けることが目標とのこと。

一方で、ユーザーもまた、わがままになりすぎず、さまざまな課題と隣り合わせにある物流やマンションセキュリティについて思いを巡らせ、エンカルに対応していくことが必要なのかもしれません。セキュリティと利便性を両立する置き配ソリューションの進化に頼りながら、より快適な暮らしとは何かを共に考えていくべき時ではないでしょうか。

## COMPANY PROFILE

# 株式会社シブタニ

建築金物メーカーのシブタニは、マンション向け置き配ソリューションの最前線に立つ企業です。Eコマースの拡大とコロナ禍での需要増加を受け、セキュリティと利便性を両立するシステムを提供。多様なニーズに応えるため、4種類の置き配システムを展開し、マンションの課題解決に貢献しています。



### 製品紹介

## Tebraシリーズ

シブタニの「Tebra X D2B」は、各部屋の宅配ロッカーに日替わり暗証番号式の電子錠を設置するシステムです。配達業者はエントランスの専用機器で番号を入力すると暗証番号が表示され、オートロックと宅配ボックスを開けることができます。不在時のスマホ遠隔操作が可能な「DELI BOX」や、特定業者向けの「Tebra plug S」などのシリーズもあります。



導入が進む「Tebra X D2B」



# Ethical Action 01

## 食生活 *Food Lifestyle.*

### 「衣食住」の真ん中にある「食」。 環境や動物などに配慮した、 これからの食のあるべき姿とは？

今、食を提供する飲食店や小売店は、どのような配慮や工夫をしているのでしょうか？

私たちはどんなアクションができるのか？

エシカルなライフスタイルの提案をテーマにプロジェクトを立ち上げ、  
沖縄をベースに生産者支援や持続可能な食産業の在り方を探求している  
一般社団法人エシカライフラボ代表理事の有木さんにお話を伺いました。

**持続可能性を高めるために、  
変化が求められている飲食業**

飲食業界は食材原価、人件費が主なコスト構造になっています。現在、飲食店に限らず、サービス業は深刻な人材不足。また、原材料高騰、関税問題など、飲食業界のコスト圧迫は加速するばかりです。そういった中では、「人がやらなくても良いものはテクノロジーに任せ、人でなくてはならないものを人がやる」という考え方も、料理やサービスの質を向上させながら、人件費のコントロールを行うことが重要で、まさにDX化推進がカギ。飲食店は99%が個人事業主であり、オーナーが多くの役割を担うケースが多いのです。作業に追われるのではなく、テクノロジーを駆使し、時間を創出することにより、よりよい料理とサービスが提供できる「社会的意義のあるエシカルな取り組み」にも着手できるのですね。

**社会的な課題を解決する、  
飲食店のエシカルな取り組み。**

個人的な思いとして「食」「レストラン」は、人々に幸せな時間を提供するもの。よっておいしくなければ意味がないと思っています。おいしさとはエシカルさを両立している好事例として、例えば沖縄特産の「海ぶどう」。本来、廃棄される茎に付加価値をつけて販売している事例があります。ぶどうの部分のみを「ぶちぶち」。茎入りのものを「しゃきしゃき」と名付け、本来は廃棄されている茎の部分を食感が楽しめる商品として販売しています。

食品ロス関連では、昨今は小ポーション化がトレンドになっています。食品ロスの多くは、調理後(フードロスの5分の1)。「つまり食べ残し

なのです。昨今の小ポーション化は食品ロス削減に有効な打ち手です。中食(テイクアウト産業)だけではなく、外食でもハーフサイズ提供など、多少割合高でも、ロスを起こさない取り組みがなされています。

また、沖縄の例になりますが価値ある食材、製品を絶滅させない活動として、消費量が落ちている泡盛、黒糖を守るためにリブランディングし、自分のお店をチャネルにPRしている飲食店があります。アルコール度数の高い泡盛を炭酸で割り「Aポール」と、また沖縄の黒糖から生産したラムの炭酸割りを「ラムシュワ」と名付け食中酒にすることで、消費量の向上を図っています。

ユニークなところでは、繁殖により生態系を壊している動物の命を頂く「宮古島の孔雀料理」。さらに以前は廃用牛として出荷されミンチやペットフード、肥料に加工されるか破棄されてきた経産牛(出産を経験した雌牛)を多くのレストランで活用しています。沖縄では、プレミアムホテル「ハレクラニ」のレストランでも使用。また、世界中のVIPが訪れるWAGYU MAFIAでも活用しています。ブランド牛として国内外から注目を集めている尾崎牛の尾崎さんが先日おっしゃっていたのは、人間も牛も年齢を経て様々な経験を積むと味わい深くなる。だから経産牛も美味しいのです。

**これからの時代の  
「ベストレストラン」とは？**

「外食」の魅力・価値として、自宅では経験できない食べ方など意外性を知ることができること、また舌だけでは味わえないストーリーを知ることができること。つまりストーリーテラーがいるレストラン。バーテン、バリスタ、シェフズデー



沖縄県浦添市「エシカライフラボ」食を中心とするエンカルなコミュニティづくりを行う。



## PROFILE

一般社団法人エシカライフラボ  
代表理事

### 有木真理さん



食のトレンドや食文化の発信により、外食文化の醸成や更なる外食機会の創出を目指す。趣味はトライアスロン、アドベンチャーレース、ゴルフなどスポーツは多岐にわたる。胃腸の強さがうりで1日5食くらいは平気で食べることができる。食を通じて「人」と「事」をつなげるイベントオーガナイザーも務める。自らが「トレンドウォッチャー」として情報発信を行う。

## ETHICAL PEOPLE'S VOICE

“沖縄のたからを、ちからに”沖縄には素晴らしい生産者、製造者さんがいらっしやり、素晴らしい食材や製品が数多く存在します。一方で、消費量が落ち、在庫を抱えているのが現状。その代表が、泡盛、黒糖です。マーケティングやPRを行ってきたプロ集団として、そのような製品のリブランディングを行うことで消費の活性化、しいては、生産者、製造者さんたちの支援につながることは光栄なこと。また、ラボとして、この場に人が会すことにより、さらに“つながり”が生まれ化学反応を起こす。それが大きな輪となり、沖縄から大きなムーブメントを起こせたらと思っています。

ブルのシェフ(カウンター 鮭も同様)など、人にフォーカスした業態が注目を集めていきます。食材の価値、生産者のストーリーなどを語れるシエフやサービススタッフがいることにより、付加価値が上がり、エシカルなストーリーが伝わると思います。

**食のプロとして「最後の晚餐」で食べたいものは、「ご飯のフルコース！」**

炊き立てのご飯！煮えばな、から始まり…ふつくと蒸しあがったご飯、おにぎり、メのお茶漬けまで…梅干し、塩、お茶などシンプルなお飯のお供とともに、お米だけでおなかをいっぱいにしたい！

## ARIKI'S RECOMMENDATIONS

### 家庭でできるエシカルレシピ

- 1 マリネ、ピクルスなど漬ける液を作っておき、廃棄になりそうな食材を漬けるだけ。生で食べられる野菜はそのまま、火を通したほうがいいものは軽くボイルし、冷まして液体へ。
- 2 具だくさん味噌汁、スープ。使いきれず廃棄になりそうな食材は、一口大に切り、ジップロックなどに入れて(様々な食材が混在していてOK)冷凍保存。お味噌汁を作る際に、その冷凍野菜パックを使用する。キノコ類などは、冷凍することで味が凝縮されておいしい。



# Ethical Action 02

## 郷土愛 Hometown Pride

### 生まれ育ったふるさとの、 持続可能性を高める、 エシカルな「共創」のチカラとは？

コロナ禍以降、Uターンを希望する人や、完全に移住することは困難でも  
都心と地方との2拠点生活をする人が増えています。とはいえ地方には多くの課題が山積。  
地域を愛する人と企業の「共創のチカラ」で、  
未来を拓くプロジェクトを展開している一般社団法人HAKUTAI(山形県)の大城さん、  
活動を支援しているタレントのウド鈴木さんにお話を伺いました。

**栽培150年の歴史を誇る  
果実王国やまがた。  
しかし課題も山積。**

山形県でフルーツの栽培がはじめられて  
2025年で150年。豊かな自然、昼夜の  
寒暖差、肥沃で水はけの良い地形。なによりも先  
人たちが培ってきた栽培技術、果樹農家の情熱  
と努力によって、「果樹王国」を築き上げてきま  
した。

しかし、作り手の高齢化や担い手不足、都市へ  
の人口流出、大量に出る剪定枝など廃棄物の問  
題等、たくさん課題を抱えています。そこで次  
の150年を見据えて、新たな一手を投じた  
い！そんな想いからさくらんぼの栽培を通して  
出してしまう廃棄物をアップサイクルして、多くの  
人が注目し魅力を感じてくれるような「ものづ  
くり」をしたいとプロジェクトを立ち上げました。

**立場や世代を超えて、多様な人と企業、  
団体が共創できるプロジェクトに。**

山形県の支援を受けて、食物残渣(果実や野  
菜等の「食はず」に廃棄するところ)をアップサイ  
クルしてアップレル製品を開発している企業に素  
材の開発を依頼したところ、さくらんぼの剪定  
枝を原材料に品質の良い素材を開発することか  
できました。それを県内のニット製造業や家具  
製造業などに持ち込んだところ興味を示してく  
ださり試作品を開発。ポロシャツやルームウェア、  
家具などの製品化が実現しつつあります。

さらに、地域の生活を支える企業がプロジェ  
クトに共感・共鳴し、活動が多彩に広がっていま  
す。JR東日本は社員の皆さんが剪定枝の剪  
定・回収作業を体験。アップサイクルした素材を  
活用した記念乗車券や名刺を作成したり、ミサ

ンガやハッジをつくるワークショップも実施しま  
した。山形新聞社は、山形新聞創刊150周年  
プレ事業として実施した「未来につながる山形  
愛」プロジェクトと連携し、さくらんぼの剪定枝  
でできたノートを県内の子どもたちに贈り、郷土  
愛を育んでいく施策を実施。共鳴いただいた山  
形出身のタレント「ウド鈴木」さんにアンバサダー  
になっていただき、子どもたちとウド鈴木さんが  
剪定枝の回収をお手伝いしたり。剪定枝の繊維  
による紙漉きワークショップを開催したり…。そ  
して今年小学校に入学する新一年生約7千人  
に、アップサイクルしたノートをプレゼントするこ  
とができました。

**「共創」の接着剤は、ふるさとへの愛。  
これからもさらに愛を拡散させて。**

さくらんぼの剪定枝をアップサイクルしたもの  
づくり。このプロジェクトに関わっていたいた  
方々は立場も業界もさまざまです。しかし共通  
しているのは「純粋にふるさとを愛する想いで  
あると実感しています。

環境保全を積極的にやらなくては！とか、社  
会的な課題を解決しなくては！とか、そんな堅  
苦しい発想ではなくて、地元を愛する人や企業  
が自然に集って、果樹農家や子ども達に喜んで  
もらえることをやろう！次の世代まで笑顔があ  
ふれる地域を作ろう！そんなワクワクした想い  
で知恵を振り絞り良い汗を流しています。

これからも「アップサイクル」をテーマに、様々  
な廃棄物を原材料にしたものづくりを広めた  
り、剪定体験などエシカルなツアーをつくって交  
流人口・関係人口の拡大に結びつけたりしてい  
きたいと考えています。「愛」という果実も、山形  
県の特産にしたいですね。



子ども達のワークショップの様子



ウド鈴木さん



生産者のさくらんぼ剪定作業

PROFILE

一般社団法人HAKUTAI  
代表理事

大城誠司さん



山形県上山市生まれ。山形大学教育学部を卒業後、山形銀行に入行。米沢支店、県庁支店、酒田支店での勤務を経て退職。山形市内のCM・テレビ番組制作会社へ。その後、独立して広告代理店のエーディーバンクを設立。2024年、山形・東北の課題解決と持続可能性を高める事業をワクワクしながら広げていくことを目指し、仲間とともに一般社団法人HAKUTAIを立ち上げる。

ETHICAL PEOPLE'S VOICE

一般社団法人HAKUTAIの名称は、奥の細道の序文「月日は百代の過客にして…」の「百代(ハクタイ=永遠)」より命名しました。芭蕉がみちのくを歩き美しい風景を言葉で綴って後世まで伝えたように、地域に眠る未利用資源を発掘・発見し活用することで永遠の好循環モデルを構築することを目指すプロジェクトです。

ETHICAL ACTION TOPICS

山形新聞「未来につなごう山形愛」  
プロジェクトアンバサダー

ウド鈴木さんコメント

これまでふるさとに対して何もしてこなかったんです。だからこのお話をいただいて、とてもありがたいと感じました。歳を重ねていくと、なぜか旅先でふるさとを思い出すんです。山を見ても、川を見ても、田んぼを見てもね。母と同じ世代の人を見れば、母を思い出しますし。やまがたは、日本のふるさとだと思います。のどかで穏やかで優しくて、人間本来の豊かさが息づいているしあわせなところ。

僕の記憶に鮮明に残っている小学校の校長先生の言葉があります。「あなた方の住んでいる山形は、とても素晴らしいところです。四季がはっきりしている。海があって、山があって、川があって、田んぼが広がる平野がある。おいしいものがたくさんある。米をはじめ、野菜、果物、おいしい水がある。こういったところで生きていけることが、人間としてどれだけしあわせなことか。今一度あらためて考えてみてください。我々が生きている山形を誇りに思ってください。」

この意味を、ときどき実感するんです。さくらんぼのような落葉樹は葉を落として、落ちた葉は地面に積み重なって水分を含んで腐葉土になっていく。そしてその土地を豊かにしていく。微生物や昆虫、小動物が恩恵を受ける。

冬の時期に剪定をするからこそ、豊かでおいしい実をつける。ただ、冬が来て過ぎ去るのを待っているだけではいけないんです。大変な時代が通り過ぎるのをじっと待つのではなく、できることをやらなくちゃ。僕もこのプロジェクトを通して、あの校長先生のようにふるさとの魅力を伝え、子ども達の心のなかに郷土愛を育てていきたいですね。



## Ethical Action 03

# 選択基準

Selection Criteria

「エコ」「エゴ?」「エセ?」  
「間違いだらけの商品選び」を  
無くすために。

「エコ」を売り物にした商品にあふれている社会。  
でも、よく観察すると「グリーンウォッシュ」と呼ばれる上辺だけの「エセ商品」もちりりほりり…。  
そこで、環境に配慮した「ホンモノの商品」だけを厳選して  
軽トラックで行商している、菅原さんに聞きました。  
情報に踊らされずに、ほんとうに良い商品を選ぶには、どうしたら良いの?

**自然も人間も動物も、  
誰も傷つけない共存できる世の中へ。**

私の会社名はCOEXIST(コイグジスト)。「共存」という意味です。自然も人間も動物も、誰も傷つけない社会をつくりたくて、日本を一周しながら環境課題を解決する製品を行商しています。

なぜ「行商」かと言うと、できるだけ多くの地域の人々とひとりひとり対面で接することで社会課題を知ってもらいたいし、行動変容を起してもらいたからです。取り扱うものはすべて日本製。製造現場まで足を運びその会社の代表者やつくり手とじっくり話をし、製造現場を見て、本当に納得したものしか扱いません。

全国津々浦々で行商して感じるのは、都会と地方との生活や行動の違い。東京のような都会は「環境意識」は高いんです。でも地方の方が、実際の生活様式や行動に自然な形で落とし込んでると思います。地方に行くとき当たり前のように一家庭一個のコンポストがあり、できた肥料を畑にまいて野菜を育て循環しているんです。地方には昔から脈々と育まれてきた里山の暮らし方がまだ息づいていて、その延長線上に今があるのかもしれません。

**商品を選ぶときは、  
影響をしっかりと考える。  
信頼できる売り手と  
つながることも大切。**

「環境に良い生活をしましょう!」などと、トップダウン型で行動変容を求めても、ときに本質とズレた認識をってしまうことがあります。レジ袋が有料化されたときも、新しいマイバッグを買うぞと、ほとんどプラスチックを原料にしたマイ

バッグが製造されたくさん流通しました。ひとりひとりが問題に対して「どういう行動を取ればいいのか?」「その商品を購入することでどんな影響があるのか?」を考えてほしいと思います。環境配慮をしているように装ったり、上辺だけの欺瞞的な環境訴求をしている商品のことを「グリーンウォッシュ」と言いますが、そんな商品にこまかされないためにも、本物を見分ける力を養うことも必要ではないでしょうか。

現在、取り扱っている商品は15〜16アイテム。すべて社会課題を解決できる商品ですが異なるジャンルのものを揃えています。「海洋ゴミの課題解決につながるもの」「洋服のゴミの課題解決になるもの」「伝統を守るもの」「地域のコミュニティを育むもの」等等。それらの特徴やストーリーを、私の店に来てくれた人に、ひとつずつ説明する。そうすると個々の商品による課題の解決が、実は相互連動してぐるぐる「好循環」になることを理解していただける。それを伝えていくのが私の使命だと思っています。

**自然と触れ合う体験が、  
理解を促し行動変容につながる。**

環境への配慮が必要なことをわかってはいても「原体験」がないと行動に結びつきにくいと感じています。自然の中で遊んだ体験がある人や、土をいじって作物を育てた経験のある人は「自然を守る」という意思が強く具体的な行動をし続ける。家族で森や海に出かけて1日中遊ぶだけで、親も子どもも学びがあり、行動変容に結びつくのではないのでしょうか。

将来的に養鶏や田畑をやりたいと思っています。カフェレストランやゲストハウスを併設させて、たくさんの方に自然と触れ合う体験をしていただけるような施設にしていきたいと考えています。



turalist



TONITO



buoy



## PROFILE

COEXIST(コイグジスト)  
代表

菅原 勁太 さん



大学卒業後、大手電機メーカーに就職。大学時代に海外で経験した不平等な世界への疑問から、2年で退社。その後、再生可能エネルギーで発電する電力ベンチャーへ転職。しかし、自分で直接日本中、世界中の人々へ想いを伝えたい、と退職。現在は「自然も動物も人間も誰も傷つけない共存できる世の中へ」をスローガンに“ホンモノ”のエシカル製品を届けるべく、日本一周行商の旅を進行中。

## ETHICAL PEOPLE'S VOICE

私の商品選びのルールは、日常に溶け込んで、使い心地が良く、確実に課題を解決する効果があるものを選ぶこと。無理をして環境に良いことをするというのは続かない。ずっと続けてもらうためには、ちゃんとしたクオリティで、尚且つセンスの良いデザインが必要なんです。2025年度は、東北の日本海側から北海道へ渡り、1ヶ月間ほど養鶏を学び、今度は東北の太平洋側をぐるりと回る予定です。私のInstagramに出店場所の予定を告知していきますので、ぜひ、ご来店ください。

[https://www.instagram.com/coexist\\_environment/](https://www.instagram.com/coexist_environment/)

## SUGAWARA'S RECOMMENDED ITEMS

### 01 自然に還る天然素材の歯ブラシ「turalist(チュラリスト)」

椅子工場から出たブナの端材と食肉用などに育てられた豚や馬の天然毛で製造。ブラシの毛を植える職人が事業を辞める決心をしたときに隣の工場の社長が「この技術を途絶えさせてはならない」と作り始めたもの。広く流通しているプラスチックのブラシは歯のエナメルを削るが、動物の毛は毛のほうが減っていく。使えなくなったら土に埋めれば土に還る。歯にも良く、プラスチックフリーで、伝統も守る商品。

### 02 洋服を回収リサイクルする東谷商店が手掛けるブランド「TONITO(トニト)」

ブランケットやポーチ、バッグ。オシャレなデザインだが廃棄された衣服からアップサイクルしたもの。ファストファッションが流行ってから廃棄量が増え続ける衣料品。それらの衣料品タグを一枚ずつ確認して、ウールやコットン等、素材ごとに分類し同じ色ごとに集めて粉碎、さらに糸からフェルト状にして製品化している。

### 03 海のごみのアップサイクルブランド「buoy(ブイ)」

海洋プラスチックごみを材料に100%海のごみだけでアクセサリーや雑貨類を製造。商品にはQRコードが貼ってあり、どのエリアの海岸で拾われたものか、どこのボランティアが拾ったものかわかるようになっている。ゴミを拾ってボランティアにお金を払ってゴミを買い取りそのゴミを資源として製品を作るという「好循環」をつくるブランドでもある。

# Ethical Action 04

# 創造力

*Creative Ability*

着眼点×アイデア×職人技！  
アーティストの創造力を活かした、  
ユニークなアップサイクル製品！



<https://shimadenim.com/products/183323552/>

のんさんプロデュースのアップサイクルブランド



<https://ouiou.jp/>

時代の流れ、社会の変化に敏感で、強いメッセージ力を持つタレントの中には、現代社会の抱える様々な課題に向き合い、そのクリエイティビティと影響力を活かして課題解決型の商品をプロデュースしている方も存在しています。

タレントさんのファンならずとも手に取りたくなる、  
ユニークでクール&キュートなアップサイクルブランドを紹介します。

言獣駆除された動物の獣皮などを、  
アップサイクルした「momiji」。

俳優の松山ケンイチさんと小雪さんによる、  
活かしきれない貴重な「資源」をアップサイクル  
し、さまざまなアイテムを展開するライフスタイル  
ブランドmomiji(モミジ)。ブランド名  
のモミジは、鹿の別称のことです。

都会と田舎の二拠点で生活するお二人は、畑  
の作物に被害を与えるからという理由で駆除さ  
れる「猪・鹿・熊」などの獣皮が、ほとんど活用さ  
れてない現状を知りました。捨てるだけでなく獣皮  
を環境にやさしい「なめし」を行うタンナーを通  
して革にして販売するなど、これまで活かされて  
いなかった貴重な資源を活用した商品を企画  
開発しています。自然と対峙する暮らしの延長  
上の取り組みとして始めたアップサイクル。そし  
て人と人とのつながりも自然の一部とし、「モミ  
ジ」という名を掲げて「共生」の大切さを共有し  
続けているブランドです。

そんな松山さんが目をつけたのが、沖縄のサ  
トウキビの搾り滓バガスを原材料にパレル製  
品を製造しているシマデニムワークス(本誌創刊  
0号で紹介)。シマデニムのサステナブルな生地  
を用いて、デザインに「momiji」のこだわ  
りが詰まったストレートタイプのジーンズを国内  
の縫製工場で製造しました。

理念を同じくするエシカルなブランドの「コラボ  
レート」から生まれた製品は、SDGsの17番目  
の目標である「パートナーシップで目標を達成し  
よう」を具現化したものと言えるでしょう。

有名アーティストのステージ衣装を、  
一点物の小物や雑貨に♪

俳優として、また映画製作、音楽アーティストなど幅  
広いジャンルで活躍している「のん」さん。東日本大  
震災の被災地を頻りに訪れて応援したり、アップ  
サイクルブランドをプロデュースするなど、幅広く  
エシカルな活動を続けています。2018年に環  
境省が推薦する、地球温暖化対策に対する賢い  
選択を促す運動「COOL CHOICE」の  
「Non温暖化！省エネ家電推進大使」に任命。  
2020年7月にはジャパンSDGsアクション  
推進協議会により「SDGs People  
第1号」に選ばれており、SDGsの認知拡大の  
ためのキャラクターを制作。そして2022年12  
月には「好きなアーティストと、いつも一緒をコン  
セプトに、のんさん自身がプロデュースするアップ  
サイクルブランド「OUI OUI(ウィーユー)」を  
展開しました。

のんさん自身も大ファンだという元RCサクセ  
ションの仲井戸「chabo」麗市さんと、故忌  
野清志郎さんのステージ衣装を小物や雑貨にアッ  
プサイクルし大きな話題となりました。また  
2024年6月、ロックミュージシャン、Char  
さんの69歳のバースデーから「コラボレーショ  
ン」アート作品のオンライン販売を実施しています。  
これからも、のんさん自身のステージ衣装や  
アーティストとの「コラボレーション」も予定してい  
るか。こうした廃棄物を出さないワクワクするも  
のづくりが、エシカルなライフスタイルのハードル  
を下げることも、より多くの人々が行動変容  
するきっかけになるに違いありません。

Ethical Action, Continued...

## 防災アナウンサー「奥村奈津美」さんオススメ、子育てパパ&ママのための防災の新常識。

東日本大震災の災害報道に被災しながら携わったのをきっかけに、全国各地で起きる災害の取材、復旧支援活動、そして防災啓発活動を続けている奥村さんに、集合住宅に暮らす子育てファミリーに向けて防災アドバイスをいただきました。

### PROFILE

防災アナウンサー・環境省アンバサダー

### 奥村 奈津美

東日本大震災を仙台の放送局のアナウンサーとして経験。以来14年以上、全国の被災地を訪れ、取材や支援ボランティアに力を入れる。防災士、福祉防災認定コーチ、防災教育推進協会講師、防災住宅研究所理事などとして防災啓発活動に携わるとともに、環境省 森里川海プロジェクトアンバサダーとして「防災×気候変動」をテーマに取材、発信中。一児の母。今年の6月10日には著書『大切な家族を守る「おうち防災」』が発行される。



まず行わなければならないのが、建物と地域のリスクの確認。

はじめに「家の耐震性」と「地域のリスク」を確認把握することが大切。どれだけ防災グッズを揃えても家が壊れてしまつては意味がありませんので、まずは住まいの耐震性を確認しましょう。鉄筋コンクリート造の集合住宅の場合には1981年6月以降に建てられたものは新耐震基準を満たしています。注意すべきはそれ以前に建てられたものをキレイにリノベーションして販売しているもの。きちんと補強されているかどうかを販売社や管理会社に確認してください。

2つ目が地域のリスク確認。ハザードマップを見て、自分の住んでいるエリアが、津波や洪水などどのぐらい浸水リスクがあるのか？土砂災害のリスクはあるのか？を確認しておきましょう。

簡単に地域の災害リスクと対策がわかる「パーソナル防災サービス」#pasobo。

私が監修している無料のリスク診断サービス「#pasobo」は、13の質問に回答しただけで、想定される災害や対策、ビッタリの防災セットまで提案してくれるサービス。

1分もあれば診断できるので、ぜひ活用してください。その結果を踏まえ災害時に家に留まるか？避難を前提とした対策をしていくかを判断しておきましょう。自宅に留まる場合、1週間分の備蓄が必要です。

また地震の揺れは上層階になるほど激しくなるので、全ての家具家電を固定しておきましょう。

震度7レベルの大地震になると、たとえ家中でも子どもとどこかに走って行き、安全な場所に移動させる余裕がなくなります。本棚や食器棚、冷蔵庫やレンジ、タンスなどをしっかり固定してください。

非常食よりも普段の食事を。

トイレ、水、ガスの3点セットを忘れずに。

災害時はライフラインが寸断されてしまうので、水、電気、ガスを自分で調達しなくてはなりません。

配管が壊れてしまっている恐れもあるので、災害用のトイレの備蓄も必要。備蓄というと非常食をたくさん用意しておく必要があると思われるかもしれませんが、お子さんは食べ慣れているもの以外は食べないこともあります。普段食べているもの、離乳食期なら瓶詰めやパウチの離乳食を。大好きなお菓子なども2週間分備蓄しておくといいでしょう。「非常用トイレ」「水」「カセットコンロ&ボンベ」の3点セットはマストですね。

### INFORMATION

1分でわかる  
パーソナル  
防災サービス  
「#pasobo」

<https://pasobo.jp/>

【完全攻略】  
地震対策これ1本で  
最短で完璧！  
【永久保存版】

<https://www.youtube.com/watch?v=JEZyFdSb6iA>



もっと知りたい  
自治体のSDGs

# 大阪湾へのごみ流入防止をフックに、ごみのないきれいな大阪実現へ 府民の自発的な参加を促し SDGsをオール大阪で！

2019年6月28日・29日に開催されたG20大阪・サミットでは、「G20大阪首脳宣言」の中で、海洋プラスチックごみに対する世界共通ビジョン「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」が共有された。これを受け、大阪府では2021年3月に「おおさか海ごみゼロプラン」を策定、ごみの流入のない大阪湾を目指しているが、その先には、大きな目標があった。

## 河川から流入する流域の 生活ごみを徹底調査

4月に開幕した2025大阪・関西万博。実は大阪府では、2017年3月に「おおさか海ごみゼロプラン（大阪府海岸漂着物対策推進地域計画）」を策定し、さらに万博の開催を控えた2019年1月に「おおさかプラスチックごみゼロ宣言」を行うとともに、その後から、海洋プラスチックごみ対策につながる取り組みを積極的に進めてきた。現在取り組んでいる「おおさか海ごみゼロプラン」は、これら一連の取り組みを包括する考え方であり、施策を取りまとめる環境農林水産部では、下記4つの基本方針に沿って、2030年を目標に、さまざまな取り組みを展開している。

### おおさか海ごみゼロプランの基本方針

- ① 海岸漂着物等全体の削減を目指す
- ② 既存の知見に基づき、できるだけ早い段階での発生抑制・回収に取り組みつつ、実態把握を踏まえた施策を段階的に展開する（→新たな施策も随時始める）
- ③ SDGs達成を念頭に、他の環境問題や他分野の社会課題との相互のつながりを意識して施策を展開する
- ④ 広域的視点を持って近隣府県や市町村、各インフラ管理者等との連携体制を構築する

## 大阪湾へのごみ流入防止を、 自分ごとにしてできる取り組み

複数年に及ぶ調査を経て、現在多岐にわたる取り組みを進めている大阪府だが、これらは「大阪湾へのごみの流入、およびそれらを減らすこと」を、府民の皆さんが自分ごととして捉え、取り組んでいただけること（担当者談）を前提に、企画しているという。

たとえば大東市（2022年）、柏原市（2023年）、東大阪市（2024年）で開催したイベント『清走中』では、LINEを活用しながら、送られてきたミッションをクリアし、ハンターを捕まえるといったもの。ゲーム要素を取り入れ、楽しくごみ拾いをする内容が、子供から大人まで好評だった。

ほかにも、スポーツメーカーのミズノと連携して、ごみ拾いが日常的な運動になるメニュー「ながら運動deごみ拾い」を考案したほか、子供向け啓発動画「ハッピー・オオサカ・ベイブス」の公開、ごみをアートに変えるワークショップの開催など、年代に関係なく、府民への啓発、行動を促す取り組みを次々と進めている。

また、大阪府の調査によると、大阪湾に漂流するごみのうち、9割がプラスチック類であったことから、プラスチックごみ削減に目的を絞った



# 大阪府 PICK UP MUNICIPALITY



大阪湾に流入するプラスチックごみの量およびその内容については、環境省や関西広域連合、大阪府が定期的に調査を行ってきた。大阪府では、大阪大学と連携してAによる川を流れるごみ判別やカウントの取り組みから開発し、調査を実施している。2021年度の調査によると、大阪府域から大阪湾へ流入するプラスチックごみ量は年間約1032立方メートルであり、これは小学校にある25メートルプールのおよそ3杯分相当にあたるという。



マイ容器・マイボトルサービススポットマップ

# Osakaほかさんマップ

## 取組イメージ

### サービス提供店舗



● 飲み物のテイクアウト時にリユース容器で提供

リユース容器の流れ

### 共同事業

#### 大阪府

- 事業の周知啓発等
- 利用体験者等への呼びかけ

#### 象印マホービン株式会社

- サービスの広報、周知等
- 飲食店等の実施店舗、BOX設置協力者の発掘
- リユース容器の調達・洗浄・運搬・管理等

### 利用体験者



- オフィス街・官庁街などにおいて体験

### 回収BOX設置協力者

- 回収ボックスの設置協力

取組みも進行中だ。そのひとつ「Osakaほかさんマップ」は、プラスチックなどの使い捨て容器を『ほかさん（捨てない）』ために、マイ容器やマイボトルの利用を促すもの。取組みに賛同し、マイ容器やマイボトルが利用可能な店舗をウェブサイトで紹介している。これは府民が日常生活の中でごみの削減に取り組めることを目的に2021年からスタート。ウェブサイトでは賛同店舗の告知もしており、それらへの集客方法のひとつにもなっている。賛同店舗へ利用状況のアンケートを行ったところ、マイ容器やマイボトルを持参する人が増えたという声があがった。

2024年からは、象印マホービン株式会社との共同で、オフィス街を中心にリユースカップの利用を促し、使い捨て容器を削減する「リユースカップシェアリングサービス」の実証事業もスタートしている。

「実証事業は3年間ですが、その間にトライアンドエラーを繰り返しながら、広がっていきたく」と担当者が語るこの取組みは、広く府民に体験してもらおうことで、社会全体の行動変容を促していく、この目的がある。

## オール大阪で

## 「きれいな大阪」を目指す

このように多方向に取り組みが進んでいるのは、大阪・関西万博のためだけではない。2026年には、大阪で「全国豊かな海づくり大会」魚庭（なにな）の海おおさか大会も開催される。ここへ向け、大阪府内全域で、府民だけでなく企業や団体、市町村が連携し、ごみの削減やごみのないきれいな大阪を実現しようという機運をつくっていきたくと大阪府では考えている。

これらを含む方向性として、大阪府で2024年に「OSAKAごみゼロプロジェクト」を立ち上げ、2026年まで実施中だ。取組項目は以下の5つ。

### OSAKAごみゼロプロジェクトの取組項目

- 1 使い捨てプラスチックなどの使用を抑制
- 2 ごみの街・川・海への流出・飛散を防止
- 3 街・川・海でのごみ拾いの連携・促進
- 4 川・海でのごみ回収事業の推進
- 5 ごみゼロに向けた啓発・教育を推進



先述した「Osakaほかさんマップ」もこの一環で、ほかにも清掃活動をアプリで見える化し、大阪府全体で清掃活動を推進する「ごみゼロアクション」や「おおさか3Rキャンペーン」といった、事業者との連携による取組みも次々に始まっている。

「大阪府におけるSDGsの認知度は90%を超えており、認知度は安定期に入っていると言えます。とはいえ、認知の実態は『知っている』が半分であり、行動に移すところまで行っているかと聞かれると、達していないと言わざるを得ません。だからこそ、身近に感じてもらうこと、自分のこととして取組みに参加してもらえることが重要です」(担当者)

大阪府の施策のひとつに「私のSDGs宣言プロジェクト」がある。これは自分が取組めるSDGs達成に向けた行動を宣言するもので、

企業や団体、プロジェクトなどのほか、個人でも宣言でき、大阪府に寄せられるこれら宣言は、専用ホームページなどでも紹介される。大阪・関西万博の会場内でも、宣言できる場を設けることも検討中だ。

今回紹介したさまざまな取組みはいずれも、府民への直接的なアプローチにより促進されている。大阪湾へのごみ流入防止をフックに、目指すのは大阪府全体が「ごみのないきれいな街になること。それは「オール大阪」で取組むからこそ、実現が可能になる。SDGs先進都市・大阪としての矜持が、歩みを止めない取組みから感じられた。

### INFORMATION

## おおさか海ごみゼロプラン

詳しくはコチラから！



<https://www.pref.osaka.lg.jp/0120070/kankyohozen/osaka-wan/umigomi-zero-plan.html>

## OSAKAごみゼロプロジェクト

詳しくはコチラから！



<https://www.pref.osaka.lg.jp/0120070/osakagomizeroproject.html>





# RinRinママのひらめき!クッキング

美味しく楽しく知る「エシカル」



## 大人も一緒に!エシカルお子さまランチ

エシカルメニューというとなかなか難しい感じがします。オーガニック?フェアトレード?ヴィーガン?色々ありますが、まずは試してみませんか。すべては無理でも、取り入れる気持ちが大切。家族と一緒に作れば、楽しく知ることができそうです。



### MENU LIST

- プレーンオムレツ
- エシカルハンバーグ
- エシカルソーセージ
- 野菜ブイヨンスープ
- オーガニック野菜
- オーガニックパスタ
- 全粒粉のパン
- チョコバナナ

### プレーンオムレツの作り方

- ①ボウルに卵を割り入れ、泡立て器でしっかりと溶きほぐす。塩、こしょう、牛乳を加え、よく混ぜる  
※ここで卵をザルで濾すと仕上がりがきれいにできる
- ②フライパンを温め、バターを入れる
- ③①を入れ、焦がさないよう焼く
- ④火を消すか弱火で仕上げる

### 【材料(1人分)】

卵	2~3個
バター	10g
牛乳	大さじ2
塩・コショウ	適宜

PICK UP

### アニマルウェルフェア 「平飼卵」

たとえば身動きの取れない狭いケージではなく、自由の利く平飼いで生産された卵など。家畜にやさしい環境で飼育されたもの。



### エシカルフード

たとえばお肉の代わりに大豆やナッツなどを使ったり、廃棄されるはずの規格外の食品を使ったり。環境や動物、人にもやさしい食品。

湯せんで温めるだけのエシカルソーセージとハンバーグ。ソーセージは仕上げに炒めても



### フェアトレード

環境にやさしい方法で作られ、公正な価格で取引された食品。特に発展途上国との取引で。



### オーガニック野菜・穀物

農薬や化学肥料を使わずに有機質堆肥で耕された土で育てられたもの。環境にも人にもやさしい食品。



WEBサイト **ENTLINK+PLUS** (エントリンクプラス)

WEB版のENTLINK+には冊子に掲載できなかったプラスアルファの情報をアップ。暮らしの中で実践できるSDGsなニュースをお届けしています。

<https://entlink.jp/>



### 編集後記

Editor's Note

今号のテーマは「エシカル」。社会に山積する課題を少しでも解決に近づけるために「エシカルなものさし」を持って行動する時代であることを取材を通して実感しました。しかし世界を見回せば、気候変動対策や人権運動に対して否定的なリーダーも…。だからこそ私たち一人ひとりの行動が大切!これからも小誌は持続可能で快適な暮らしの提案を微力ながら続けてまいります。

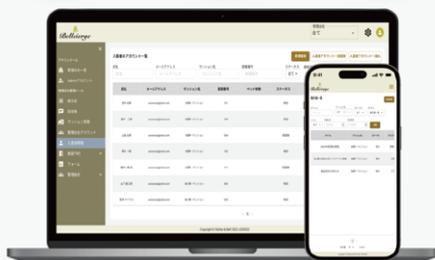
「居住者ファースト」のマンション管理システム



# Bellcierge®

ベルシエルジュ

マンションライフを向上させる  
居住者目線のマンション管理システム  
「Bellcierge (ベルシエルジュ)」



ベルシエルジュは各マンション単独で活用できるクラウド型管理システムです。マンション居住者と管理会社のコミュニケーションをIT化・DX化。マンションコミュニティの円滑化と各種利便性の向上を推進します。すべてスマホ・タブレットで操作が可能。掲示板情報の閲覧、施設利用の予約・決済もWEB上で完結します。理事会運営管理や設備工事工程管理などに加え、「GAZY (マンション内リユース共有コンテンツ)」や目安箱等、居住者から発信できるツールをご準備。また、「フォーム」機能でやりたいことが多様化。空駐輪場の抽選や、各種出欠確認などの機能も充実しています。

多様な機能をご用意しています▼



### 導入/ご利用料金

基本料金 導入初期費用  
19,800 円/1棟  
利用料金  
8,800 円/月々



ご利用料金無料サービス

マンション情報誌「ENTLINK®」を  
マンション内各住戸に配布いただくことで  
左記料金が**無料**に！(年4回発行)

# マンション防災

～日頃の備えと地域での連携が必要です～



東京都では、約900万人の都民がマンション等の共同住宅に住んでいます。耐震基準を満たしたマンション等は、被害が軽微であれば在宅避難が可能となります。在宅避難を継続するためには、各家庭とマンション全体での備えが必要です。

また、マンション等居住者以外の住民との相互連携による「共助」も欠かせません。マンション等居住者も地域コミュニティの一員として防災活動に参加しましょう。



## 在宅避難で気をつけたいポイント



### トイレは流さない

上の階の居住者が排水管の損傷に気付かずにトイレを使用すると、下の階で汚水があふれ出るおそれがあります。排水管の復旧が確認できるまでトイレは流さず、携帯トイレ・簡易トイレを使用します。



### エレベーターは使用しない

故障・停電などで緊急停止し、閉じ込め被害にあう可能性があるため、点検が終わるまでは非常階段を利用します。万が一、閉じ込められたらインターホンで連絡をとり、救助を待ちます。

詳しくは

東京都 マンション防災

検索



「100年先も安心」を目指して

**TOKYO 強韌化** PROJECT

東京都では、100年先も安心できる、強靱で持続可能な東京の実現に向け「TOKYO強韌化プロジェクト」を立ち上げています。プロジェクトの詳細はWEBサイトをご覧ください。



雑誌購読希望、オリジナルマガジン発刊はお問い合わせください。

2025年4月25日発行 発行所：一般社団法人エントリンク  
〒2160031 神奈川県川崎市宮前区神木本町4丁目12番22号

詳しくはこちらから！



「ENTLINK®」は株式会社セーフティ&ベルの登録商標であり、株式会社セーフティ&ベルから使用許諾を受けて使用しています。