

ごみゼロ事業者・県民セミナー

—環境意識の高まりを経営にどう取り入れていくか—

日時：平成22年2月15日（月）

場所：じぼさん三重 6F ホール

プログラム

- 13:30 開会
講演「サステナブルな社会の創り方—21世紀の企業に求められる新しい役割—」
大和田 順子さん（一般社団法人LBA（ロハス・ビジネス・アライアンス）共同代表）
- 14:25 休憩
- 14:35 事例発表「株式会社環境思考」（四日市市）
代表取締役 大川 光司さん
- 15:05 事例発表「らでいっしゅぼーや株式会社」（東京都）
CSR 担当部長 松本 隆潮さん
- 15:35 意見交換会
- 16:00 閉会



三重県ごみゼロキャラクター「ゼロ吉」ファミリー

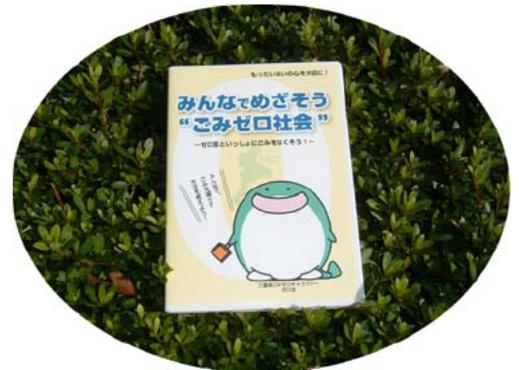
ゼロ吉着ぐるみ「エアゼロ吉」



ごみゼロソング



啓発DVD「みんなでめざそう “ごみゼロ社会”」



いずれも無料！

着ぐるみやソング、DVD の貸出・視聴は、三重県環境森林部ごみゼロ推進室（059-224-3126）までお問い合わせいただくか、「ごみゼロホームページ」をご覧ください♪

三重県ごみゼロ

検索

主催：三重県

講演

「サステナブルな社会の創り方ー21世紀の企業に求められる新しい役割ー」

大和田 順子さん（一般社団法人LBA（ロハス・ビジネス・アライアンス）共同代表）

<プロフィール>

NPO法人環境立国 理事/NPO法人農商工連携サポートセンター 理事
東急総合研究所、ザ・ボディショップ、イースクエアなどを経て、2006年4月に独立。
2002年日本に初めてLOHAS（ロハス）を紹介。人、地域、社会の健康を志向する新しい価値観LOHASを、ビジネス、地域活性化に活用し、持続可能な社会の実現に情熱を注いでいる。
消費生活アドバイザー/山村再生アドバイザー/環境省等各種委員を務める。
主な著作に『ロハスビジネス』（朝日新書）他
「eco japan cup 2007」において環境ビジネスウィメン賞受賞
立教大学セカンドステージ大学兼任講師
公式サイト【ロハス&サステナブルスタイル】 URL : <http://owadajunko.com/>



事例発表

「株式会社環境思考」（四日市市）

代表取締役 大川 光司さん

<プロフィール>

エコとトクを両立させる新しい生活スタイルをめざし、使用済み天ぷら油、古紙、アルミ缶など、リサイクルステーションで市民の皆さんから回収したものに、提携スーパー等で交換できる「エコポイント」を付与する取組など、排出削減されたCO₂の「見える化」プロジェクトをはじめ、企画提案型の事業を多く展開している。



事例発表

「らでいっしょぼーや株式会社」（東京都）

CSR 担当部長 松本 隆潮さん

<プロフィール>

有機・低農薬野菜、無添加食品等の会員制戸別宅配事業を営む。会員数10万世帯。
家庭の生ごみを堆肥化し、野菜を栽培する地域循環システム「エコキッチン倶楽部」や、小学校を対象にした食育活動等、食と環境をテーマにした活動を展開している。



ごみゼロ事業者・県民セミナー
～環境意識の高まりを経営にどう取り入れていくか～

日時 平成22年2月15日(月) 13:30～16:00

場所 じばさん三重(四日市市) 6Fホール

司会 本日のセミナーのスケジュールをご案内申し上げます。

まず最初に、大和田順子様のご講演です。続いて、休憩を挟みまして株式会社環境思考様と、らでいっしゅぼーや株式会社様の事例発表を行い、最後に、講師・発表者の皆様と会場の皆様との意見交換会を行います。

それでは、ただいまよりロハス・ビジネス・アライアンス共同代表の大和田順子様より「サステナブルな社会の創り方ー21世紀の企業に求められている新しい役割ー」と題しましてご講演いただきます。

大和田様は東急総合研究所、イースクエアなどを経て、2006年4月に独立されました。人と地球と社会の健康を目指すロハスという新しい価値観を日本で初めて紹介され、環境をはじめ、ビジネスや地域活性化、消費生活など、様々な分野でご活躍されています。

大和田様、よろしくお願い申し上げます

講演：サステナブルな社会の創り方ー21世紀の企業に求められている新しい役割ー
大和田順子 氏(一般社団法人LBA(ロハス・ビジネス・アライアンス)共同代表)

大和田 皆さんこんにちは。大和田でございます。東京に住んでいるんですが、たまたま昨日は倉敷に一日いまして、晩に移動してきて四日市で皆さんと場を持つことができました、ありがとうございます。そもそもこのロハスという言葉聞いたことがない方も多いと思います。今ご紹介いただきましたように、私は会社員時代は、東京の東急グループという鉄道会社や百貨店があるような、そういうグループに十数年おりました、次にイオングループに転職しまして、ボディショップという英国生まれの化粧品会社でコミュニケーション部という、広報や社会・環境問題を担当していました。化粧品店なんですが、店頭でお客様に「今こういう問題が起きています、ご存知でしたか」「それを解決するために私たちこういうことができるんです

よ」とお声掛けし、お客様とご一緒に行動するようなキャンペーンを行っていました。その後イースクエアという環境コンサルティング会社に勤め、数年前に独立したという経歴です。今は会社員ではないので、フリーな立場でお話したいと思います。

今日は県民の方もたくさんおみえのようですし、一方で事業者の方もいらっしゃると思いますので、そういう意味ではタイトルには「21世紀に求められている企業の新しい役割」ですが、私たち全員が消費者でもあるので、物を買う時にどういう企業の物を買おうか、どのような物をどんな基準で選んで買おうかということについてもぜひ一緒に考えたいと思います。

最初に、今どんな時代か、どのような社会問題に直面しているのか、特に私自身が心配でたまらないこと、それをぜひ皆さんに共有したいと思います。それからロハスという、アメリカで生まれた新しいライフスタイルの考え方について改めてお伝えしたい。それからグリーンという言葉が最近よく聞かれると思いますが、グリーンニューディールとか、グリーンイノベーションとか、グリーンなライフスタイルとはどのようなものか。さらに私は最近地方の農山村を回ることが増えているんですが、地方を回っていると、農山漁村がとても魅力的で、私にとっては行きたくてしょうがない場所に最近なってきたんですね。一体その地域の魅力とか、地域の力とはどのようなものなのかということをお話し、最後に持続可能な社会を作るにはどうしていったらいいのかということをお話したいと思います。

まずロハスですが、これは、環境と健康に配慮したライフスタイルという意味ですね。この言葉に私が出会ったのは2002年のことなんですが、アメリカで環境と健康を大事にするライフスタイルが注目を集めていて、しかもそれを社会企業家という人たちが事業にしているらしいと。ロハスをテーマにした会議があると聞きまして、参加したんです。会場には全米から400名くらいの方たちが、20代の方から70代くらいまでの男の方も女の方もいらっしゃいましたし、皆さん事業をされているんです。事業と言っても個人事業主とか、今始めたばかりですとか、準備していますという方も多かったんですが、共通しているのは、例えば植物由来のナチュラルな原料で歯磨きを作っているとか、あるいは大豆を加工した食品を作ってい

るとか、植物を原料とした化粧品を作っているとかですね、皆さん有機とか植物とかナチュラルとかですね。そういう分野でこれからビジネスを起業しようとしている、コミュニティビジネスやソーシャルビジネスは最近日本でもよく聞きますが、そういう人たちが集まっている会議だったんです。

私、大変感動しまして、こんな新しい動きはぜひ知らせたいと思ったんです。アメリカは大量消費、大量生産の国です。ごみもたくさん出すし、エネルギーもたくさん使って、そんな国に環境に配慮した新しいライフスタイルが生まれるのかしらと疑問に思いました。実際そこに行ってみると、真剣にそういうビジネスをしている人たちがいると。ということはそういうものを求めている消費者がいるし、実は話を聞いてみると、その人たち自身が、自分が消費者としてそういう歯磨きが欲しかったんだけど、売っていなかった。だから自分で作ることにした。こういう人たちだったんですね。会議から帰ってきてレポートを書いたところ、日経新聞に載せていただいたのですが、それが、日本で最初にロハスを紹介した記事と言われるようになりました。

その後何冊か本を書きまして、「日本をロハスに変える 30 の方法」とか、「ロハスの教科書」、これは学校の先生に授業の中でロハスの考え方を取り入れていただきたいなと思って書いたものです。それから一昨年、朝日新書という朝日新聞の新書があるんですが、「ロハスビジネス」という本を書きました。この「ロハスビジネス」を書いた時に、日本の企業でそういう考え方で事業をやっている会社があるんじゃないかと思って、それを調べてみよう。それからロハスという考え方が事業だけではなくて、どうも地域を元気にすることにヒントになりそうだと。その観点で地域活性化の事例を調べてみようということにしました。ですので「ロハスビジネス」というタイトルではあるんですが、半分は企業、半分は地域の活性化の事例を紹介しています。

また、一人で活動をしていてもなかなか広まらないので、同じような考え方の人たちで集まってもらって団体を作ろうということで作ったのが、このロハス・ビジネス・アライアンスです。企業だけではなくてNPOの方たちも参加されていて、一緒に勉強したり、イベントをしたりしています。

さて、最近すごく心配になっていることがありまして、これは皆さんの中にも、

心配とされている方が結構いらっしゃるのではないかと思います。まずは、経済危機というか、再び日本はどう成長していくかが問われていますが、何か今までとは違う豊かさというものを考えなくてはいけない時期になっているのではないかと。今まではどちらかと言うと、年収一千万円とか、年収で人を計るような風潮がありました。それってどうなんだろうと思います。二番目は天候がおかしいということで、チャレンジ 25 も今年始まりましたが、地球温暖化対策ですね。どうすれば私たちに食い止めることができるんだろうか。また、最近世界中で食料とか水とか石油不足とか、そういったことが起きているらしいと。日本は大丈夫かしらと。日本の食糧自給率というのは非常に低いらしい。どうしたら引き上げられるだろう、と。それからどうも私も地方を回ることが多いんですが、農林水産業ですね。元気がない。どうしたらいいのかしらと。それから企業においても、最近うつ病の方が増えているんですね。自殺者の数というのは年間3万人と言われていますが、予備軍とかうつ病の人たちもたくさんいるんですね。心が健康ではない人が日本に増えているらしいと。どうしたらいいか。こういう問題の解決は、国がやってくれるのか、自治体がやってくれるのか、もちろんそういう大きな枠組みは作ってくれるんだけど、やはり私たち市民が自分の生活とか自分の毎日やっていることの中から取り組めることがあるのではないかと。こういうふう考えたんですね。私はもちろん自分が一人の消費者であるし、それから周りにも色々な企業経営者の方がいるし、その企業の先にはお客様が何百万人というわけです。そういう人たちと一緒に考え方を共有して、一緒に行動したら少し世の中が変わるかもしれない、と考えています。

これは皆さんよくご存知の食糧自給率のグラフです。日本は右肩下がりで、一番下です。現在41%です。他の国を見ていて驚いたんですが、ドイツや英国は、右肩上がりです。だんだん上がっている。だから政策によって上げることができるんですね。それからこれも調べて驚いたのですが、国産の木材自給率、日本には7割も森林があるのに、使われていない。少し上がりましたが、いまだに75%、4分の3を海外から輸入しているというんですね。海外の人と話をすると、日本には木がないのかと言われるんですね。それで日本の7割は森林なんだけと言うと、信じられないって言うんですね。それもそのはずですね。これだけ輸入しているのですから。

一方でどんなことが起きているかという、皆さんご存知のように、山が荒れている。土砂崩れが起きたりしている。そんなことが起きてしまっているわけです。

それから次が温暖化ですよ。20年後にこうなる。これはスーパーコンピューターがシミュレーションしたのですが、このままいくと2度くらいは上がるだろうと言われていました。もちろん私たちがチャレンジ25で25%削減し、さらにもっとチャレンジして半減したとしても、2度位は上がってしまうんです。そうするとどうなるかということ、穀物の産地が変わってきたり、それから世界中で水不足が起きたり、気候が激しくなってくるんですね、台風が大型化したりとか、色々な病害虫もくるとか言われています。そういうことに備えないといけないし、もしかすると都会は下水道をもっと大きくしなくてはならないかもしれないとか、そういうことも検討され始めているわけです。

このように人もちょっと元気がない、地域も元気ではない、地球も大変なことになっている。それを解決するにはどうしたらいいか。それはやはり私たちの考え方や行動を変えることが大切じゃないか。もちろんここに今日お集まりの皆さんは、既にそれに気がついているからこうやって大事な時間を使っていると思うんです。ですから私は今日皆さんにお伝えしたいのは、ではどんなことをすればいいのか。色々な業界の色々な事例をお話しますので、ぜひそういう企業を応援したり、あるいは農山村をどうしたら元気にできるんだろうかということと一緒に考えていただければと思います。

ロハスとは、ライフスタイルズ オブ ヘルス アンド サステナビリティということで、健康と環境を考えたライフスタイル。これがロハスなんです。もともとこれをアメリカで始めたひとたちは、有機農業を広めたいと思っていた人たちです。なぜ有機農業が健康と環境に関係あるんですか、と聞いたところ、有機農産物を食べると、まず健康にいい。農薬を使わないから農家の人の健康にもいいわけです。さらに土の健康にもいいし、それからできるだけ地域の農家の農産物を食べる。地産地消と言われていますが、それが地域経済の健康にもいいわけです。遠くから運ばないからCO2も出ない。だから地域の有機農業を盛んにする。あるいは単に農産物で売るだけではなくて、それを加工して加工食品にしたり、化粧品にしたり、色々な分野がありますよね。そうやって広めていきたいんだといって実は始めたような

んです。人の健康だけではなくて、地域社会の健康とか、地球の健康とか、そういったものが密接に関わっているんだということを学びました。

それからもう一つ、このサステナビリティですが、持続可能性と言われますが、わかりにくい。それで、私はこう考えています。大和田流のサステナビリティは、3つの思いやりです。1つ目が次の世代に対する思いやり。自分の子どもや孫ですね。これをちょっと考えよう。2つ目が途上国。やはり私たちは食べたり着たりしているものが、途上国の誰かが作っているらしいけれど、その人はどんな労働環境だろうか。まさか子どもが働いたりしてはいないか。実際そういうことがあったわけですね。私たちは遠い国で誰が作っているか、わからないものを食べたり着たりしていますが、そういったことにも、もう少し思いをはせなければいけないんじゃないかと思うわけです。それから3番目が他の動植物。熱帯雨林を破壊したりしながら何か作られたものを私たちは使っているかもしれないとか。後でお話しますが、コウノトリを絶滅させたのは私たち人間なんですね。それを復活させたのも人間なんです。動植物と共存しているんだということも少しは考えなくてはいけないんじゃないかと思います。この3つがサステナビリティの意味だと考えたわけですね。ということで、ロハスはアメリカで生まれたんですが、コロラド州ボルダーという小さな町で生まれました。健康志向の強い人たちが住んでいるところなんです。この写真ですが、木陰で読書をしている女性の写真です。平日の4時頃に私が撮ったのですが、その脇に自転車が立てかけてあります。これがまさにロハスな人のライフスタイルなんです。自転車通勤とか、自転車通学。車に乗らないんです。アメリカ人ですが、自転車によく乗る。健康志向なんですね。そしてそれを学習したり、表現することがすごく好きな人たち、これがロハスな人たちです。さきほど申し上げたように、色々なビジネスが起きていて、飲料だったり化粧品だったり、健康、ドラッグストアみたいなものもあるんですが、これも西洋医療ではなくて、東洋医療とか、民間療法のもの扱われているドラッグストアがあったり、ヨガスタジオとか本当に様々です。ロハスな人たち、あるいはロハスなビジネスをやっている人たちは、デザイン性とか、少しおしゃれにすると広まるんじゃないか考えたわけですね。

そろそろ日本の話に移っていきたくてと思いますが、日本はどうなっているか。ロハスの考え方が2002年に日本に入ってきてまして、実は日本にたくさんいたんです。

ね、こういう考え方の人が。ただロハスという言葉が出現したことによって、その層が顕在化したわけです。これはある調査ですが、ロハス層という人たちは16%なんですけど、実際に環境に配慮した行動をしている人って結構多いんですね。私はそれをグリーンな消費者と呼んでいますけど、4割くらいはそういう人たちです。こういうアンケート調査は数字ですから、実際どういう人たちなのか顔が見てみたいと思ったわけです。2つその人たちに出会える場所がありまして、私も実際にお会いしてきました。その一つが去年横浜で7月に行った「グリーンエキスポ」というイベントです。これはLBAや実行委員会の皆さんと、グリーンなライフスタイルとはこういうものですよ、と実際に商品を通じて紹介する場所を作りたいと思って企画しました。2日間で2万人を超える人たちが来てくれました。イベントの朝はヨガから始まりました。ロハスな人たちはヨガが好きなんです。それから食品だけではなくて、ファッション、着るもの、家庭用品、家具、衣食住全部紹介しました。これはアニエスベーというファッションブランドですが、そういうところにも出店していただきました。ちょっとこれ、写真がそれぞれ小さいですが、ナチュラルコスメマーケットとか言って、女性が多かったですね。女性はきれいになりたい、できればナチュラルなものを使いたいと思っているのです。このナチュラルコスメマーケット、大変な人気でした。それからパルシステムさんとか、大地を守る会さんとか、無農薬とか有機の野菜を宅配する会社が今増えていますけど、そういう方たちも出店していただきました。あと地方のこだわりの食品メーカーさんとか、衣食住の様々な方たちに出店してもらいましたし、イベントも色々しました。これは来場者の属性です。30代後半の人が一番多かったですね。20代、30代、40代も多いんですけど、やはり35から44歳の人たちを中心に、女性が7割ですね。この人たちが来てくださいましたが、なぜ来場されたのか聞いてみました。そうしましたら、買い物ができる。その場ですぐ買えるというのが私もそうですが、女性は好きなんです。それから試食ができたり試飲ができたり、レストランがあってその場で食べられるとか。また、出店者とコミュニケーションがとれる。やはりこだわりの生産者と話がしたいんですね。どういう人が作っているのかしら。それから幅広いテーマの出店者が集まっている。食品だけではなくて、洋服とか色々なものがあるということだったんです。これは横浜なので、関東の話だろうと皆さんお思いかもしれないので、次に大阪で開かれているイベントをご紹介します。「ロハスフェス

タ」というんです。まさにロハスがイベントの名称についているんですが、地域のフリーペーパーの出版会社が主催しているイベントで、2006年から行われています。毎年3回、万博公園の芝生広場で開かれます。本当に気持ちがいいですよ、天気がいいと。この芝生の広場にテントが張られて、そこに色々なものが、手作りのものだったり、レストランを出していたりするんですが、300 くらいの出展者があるんです。天気がいいと2日で5万人が来場されます。主催者の人に話を聞いてみましたら、今までよりももっとおしゃれでかわいい、楽しいエコを実践したいと。また、マイバッグ、マイボトルの持参や、リユース食器の利用もよびかけているんですね。あるいは家で使い終わった油とか、お中元、お歳暮でもらったけれど、使わないうちに賞味期限が切れてしまった油など。それを会場に持ってくるんです。こういうことを呼びかけて、かなりの割合でイベントに来る人たちがマイ箸とかマイボトルを持ってくる。それからリユース食器を会場内で使っていますから、ごみも出ない。ほとんどごみの出ないイベントなんですね。イベントで2日間ではありますが、そういうことを消費者の方たちに呼びかけると、消費者の方たちはだんだん習慣化してくるんですね。

こうした家族連れが典型的な来場者ですが、小さいお子さんとその両親。ピクニックに来ているみたいですね。雑貨屋さん、野菜、手作りの石鹸など、自分で作って販売したりしているんですね。そういうようなイベントが大阪でもある。ということは、やはりこういう価値観を持った消費者というか、市民が増えているのです。これにやはり企業としては的確に対応していかなければいけないわけです。

こういう人たちの暮らしはどうなっているのか簡単にご紹介しておきましょう。まず食関係から入る人が多いですね、関心は。まず国産。そして地産地消。地域の物を食べようと。それからやはりできれば有機農産物がいい。あとは無添加とか、マクロビオテックがいいんじゃないか。食べる物から関心を持つ方が多いのですが、それがだんだん広がっていきます。着るものとか、家具や家ですね。それから旅。旅行も最近だんだん変わってきています。昔は何とかランドとか、何とかセンターに行って、ブランドものを買物したりしていましたが、最近は農山村に行って地域のおじいちゃん、おばあちゃんと一緒に田植えを手伝ったり、一緒に味噌づくりをしたり、そういうほうがよっぽど楽しいというんですね。グリーンツーリズムと

言うんですが、そういう旅に変わってきています。健康法も、ちょっと具合が悪くなったら薬を飲むというのではなくて、日頃からよく歩くようにするとか、それからこういうハーブとか、アロマセラピーとか漢方とか色々ありますが、民間療法で伝わってきたものをもっと暮らしに取り入れていきましょうと。

そして、町全体をどうしようか。四日市がどういう政策をとっているか、ちょっと後でお聞きしたいところではありますが、やはり公共交通機関、路面電車や自転車、最近若い人でも車乗らないんですね。自転車通勤とか、自転車結構好きですね。そんなふうになってきていると。

ここでちょっとまとめておきたいんですが、ロハスの視点は、まずは自分の生活を起点にして、社会の問題とか世界を見る視点です。それからトレーサビリティという言葉をお聞きになったことがあると思いますが、どこで誰がどのように作っているものが原料になっているのか。それからその加工されるプロセスというのは、どれくらいの廃棄物が出たりCO2が出たりしているんだろうか。使っている時、廃棄する時でどんなふうになるんだろうかということにこだわります。それから毎日の暮らしでやはりできることから始めて、できれば楽しんでやりたい。あまり説教がましくあれをやりなさい、これをやりなさいと言われるといやになってしまうんですね。でも、楽しい、楽しいとかできるところからとかのんきなことを言っていると、温暖化が進んでしまうので、そうも言っていられないんですが、とは言ってもやはり一人でも多くの方に広めていくにはそういうことが必要だと。それから私たちは今まで消費するのが大好きだったのですが、これからもう少し違うことに時間とかお金を使いませんかということですね。それから日本の文化とか伝統的な技とか、こういうものをもっと大事にしたいと。そして、自然の一部だということですね。そして最終的には持続可能な社会を作っていきましょうと。これがロハスの視点なんです。このようにお話しますと、別にロハスと言わなくても、日本人が昔から大切にしてきた考え方ではないかと。確かにそうなんです。たまたまロハスという言葉でアメリカから入ってきましたが、恐らく日本でも高度成長期以前に私たちが大切にしてきたものをもう一回取り戻しましょうと。そういう考え方なんです。

では、次にこうしたライフスタイルにビジネス、事業者の方たちはどのように対

応しているのか。少しだけご紹介をします。「生活の木」という、これは三重県にもあると聞きましたが、アロマテラピーのお店があるんです。ハーブとかアロマテラピー製品を扱っています。ハーブティーとか、ハーブの入浴剤とか皆さんもお使いになると思うのですが、現在の重永社長が、30年かけてこの会社を作り上げました。今は全国に提携店舗も含めると150店以上あります。世界35カ国から300種類のハーブを輸入していますが商社の仲介はありません。直接取引です。顔の見える信頼取引を重視しています。海外だけではなくて、日本の国産のハーブをどんどん活用していますし、各地にハーブ園がありますが、そのお土産物などもこの会社が作っています。また最近ではガーナのシアバターなど現地に社員を派遣して、このシアというバターから石鹸を作る技術を現地で指導し石鹸を作って日本の生活の木で販売する。これによってガーナのコミュニティは収入ができるわけです。今までほとんど仕事がなかったわけですから、これによって少し収入ができて、清潔な服を買えるようになるなどしています。

それから次に紹介するのはリフォーム会社です。これは関東の会社なのでおそらくこの地域にもこういう発想で事業をやっているリフォーム会社があると思いますが、化学的な建材をできるだけ使わない。塩ビクロスは使わないという会社です。2002年からこうした基準を採用しました。三重県には「日本環境経営大賞」という賞がありますね。環境経営に優れた企業を表彰しましょうというものです。これは全国的に有名な賞になっておりまして企業はこの日本環境経営大賞をぜひ獲得したいと思っています。オクタも数年前に応募されて、環境プロジェクト賞というのを受賞されたと聞いています。ここはさらに最近はまだ単に自然の建材を使うだけではなくて、あなたのところでリフォームするとどれだけCO₂が減るのかということについても調べてそれで実際にこの会社でリフォームをした方に、リフォームするビフォーアフターですね。する前とした後でどれだけ電気代を削減できたか、調べてもらいました。そうしましたら実際に2割から4割、月によってばらつきはありますが、30%程度CO₂が減っていることがわかりました。窓ガラスの一枚ガラスを二重とかあるいは真空ガラスとか、そういうものに窓ガラスを変えています。それからセルロースによって断熱性能を向上させています。コストはかかりますが、5年、10年で元が取れることで、しかもチャレンジ25が達成できるということで今お薦めされているようです。

それから最近私が注目している企業は、「マイファーム」という会社です。27歳の社長で、京都の会社です。耕作放棄地、遊休農地が、高齢化のために、あるいは過疎化のために全国で増えています。これは何も農山村に限ったことではなくて、都市部でも起きているんですね。それを何とか農地に再生させたいと社長の西辻さんは思ったわけです。一方でロハスフェスタに来ているような人たちは、自分で野菜を作りたいんですね。だけど自分の家に農地がないし、庭はないし、どうしようか。市民農園も倍率が高くてだめだという方たちが、月に15平米で5,000円出せると言うのです。だったら農地をどうにかしたいが、何ともできないという農家の方から土地をお預りして、消費者の方たちに小分けにして貸すという仕組みを作った会社です。今色々ところで注目されていて、各種賞もとりはじめています。ぜひ皆さんもご注目いただき、かつ回りにそういえば遊休農地があるんだけど何とかしてくれないかなという方は、マイファームにお問い合わせをされるといいと思います。

それからこちらにも三重県にありますよね。スーパーホテル。ビジネスホテルです。このスーパーホテルの山本会長が2年前におっしゃったんです。「私は日本一のロハスホテルを作りたい」と。ロハスホテルと言うと、ちょっとラグジュアリーな高級ホテルでというイメージだったんですが、そうではなくて、1泊朝食付きで5,000円くらいのホテルですから、出張の人たちが使います。それで一緒に考えて実践いただいているのですが、昨年3月に奈良にできたホテルでは、温泉が付いていて、お部屋の中も無駄がありません。今年は色々な環境の賞にエントリーしているようで、エコプロダクツ大賞の優秀賞を受賞されました。日本経営品質賞も受賞されました。最近ではカーボンオフセットという、1泊泊まると6.8キロのCO₂が出るそうなんです。これを今全店ではないんですが、一部のスーパーホテルに泊まると、ゼロになるというカーボンオフセット付き宿泊も導入されています。徹底的にごみを減らすとか、省資源などにも取り組んでいらっしゃる会社です。

このように色々な分野で環境に配慮したライフスタイルを支援する商品・サービスを提供している企業が増えているのです。ですからぜひそうした企業を応援していただきたいと思います。大企業は宣伝費を使ってテレビコマーシャルするなど大きな声で言いますよね。でも中小企業はなかなかテレビを使って大きな声では言えません。ですからそこで何が必要かという、私たちがしっかり見極める必要があ

るわけです。宣伝ではああいうふうに言っているけれど実際どうなんだろうとか、あるいは宣伝していないけれど、この会社すごくいい感じがする。それを見極める目を私たちは持ちたいと思うわけです。5つのルールというのを考えてみました。これは『ロハスビジネス』という本の中で書いたんですが、まずは経営者自身が本当にそういうことを考えているかどうか一つ目のルールです。なんちゃってロハスとか、なんちゃってグリーンはだめなんです。今流行っているからやっておけというのはだめなんです。これはよく経営者の方にもお話しています。それから2番目にミッション経営を行う。何年後に売上げを何億にしようと経営者の方は皆さんおっしゃるんです。でも何年後にCO2を半減させるぞ、というようなことはあまりおっしゃらない。あるいはごみゼロにするぞ、ということもあまりおっしゃらない。でも売上げと同時にそういった社会的な取り組みに対しても、ちゃんと目標を持っていただきたいし、それを公表していただきたい。3番目がオリジナリティを大切にす。人の真似はだめですね。オリジナリティを大事にする。しかも自分の基準を設けて、ちゃんと公開する。それから関係者、お客さんや従業員、取引先などと信頼関係を持っているかどうか。最後に収益性と社会性。売上、利益を上げることと社会的なことに取り組むのは両輪なんです。しかもそれをちゃんと公表する。うちは大企業じゃないから環境報告書は作れないよとおっしゃる方がいるんですね。別に報告書を作らなくてもいいから、取り組んだ結果をホームページで公表したらどうですかとお勧めしています。掲げた目標がどこまで達成できたか公表するということです。ぜひ企業関係者の方は、自分の会社はこのルールに照らし合わせてどうかということをお考えいただければと思います。

最後のトピックスになりますが、最近私がもっとも関心を寄せているのが、地域
の力を活かすということです。各地の農山村を訪問することが多いのですが、本当
に地域には宝がたくさんあると思います。そういう地域に対する関心が高まってい
ます。交流したいというニーズも高まっています。

例えば埼玉県小川町という人口3万人くらいの町の事例です。ここに有機農業に
約40年取り組んでいる農家があります。金子美登（よしのり）さんとおっしゃっ
て、NHKの「プロフェッショナルの仕事の流儀」という番組で今年1月5日に取
り上げられた方です。昨年1月に私も初めて金子さんの農場に行ったのですが、感

動しました。多品種少量の有機農業です。単一の作物をいっぱい作るのではなく、このように色々なものが混栽されています。平飼されているニワトリや牛もいました。何が驚いたかという、40年こういうことを続けてきたことにも大変驚きましたが、一方でエネルギーも自給するというんです。無駄が無い。ごみが、ほとんど出ないということです。生ごみや牛糞は、再生されてバイオガスと液体肥料になります。液体肥料は畑に使われます。車は廃食油を精製して使っています。太陽光発電とか、薪ボイラーなどほとんど無駄が出ない。こういう農場が日本にあるんだと。おそらくこちらの地域にもこういう農場があると思うんです。ですので、ぜひ生産者の顔だけではなくて、実際どういう畑で生産をしているかというのを、機会があったら見に行っていたいただきたいと思います。そして、金子さんのところだけではなくて、集落も有機農業を変えていくというんですね。慣行農法だった人たちが今転換をしています。それで当然転換をするには、売り先が必要です。米は酒屋に引き取ってもらって日本酒に。大豆は豆腐屋さん引き取ってもらってお豆腐に。隣町の「とうふ工房わたなべ」は、かつては町の小さなお豆腐屋さんだったんですが、国産、地元産の大豆にこだわった豆腐づくりに取り組み、年間で3億円を超える売上げのようなお豆腐屋さんになったんです。その社長さんに話を聞くと、国産に最初はこだわったと。外国産はやめて国産にした。さらに埼玉県産の大豆にこだわるようにしたと。特に金子さんの農場は小川町の下里という地域にあるんですが、下里の有機大豆は全量買い上げるという約束をしているのです。どんな豊作でも全部買うと。このお豆腐さんに近郊から車で沢山の方達が買いに来ています。こういうお店がおそらく三重県にもあると思うんですが、そういうお店や取組みを私たちは応援したいなと思います。

次の事例は、山梨県北杜市増富という山村の限界集落です。ここも耕作放棄地がたくさんあって、地域資源とみなして、これを再生させようと。こうした限界集落でCSR活動をする企業があります。「えがおつなげて」というNPOが、こういう耕作放棄地を再生させて大豆畑や野菜畑にしています。三菱地所は、2年前からこの地域で活動を始めました。耕作放棄地をもう一度開墾し、グリーンツーリズム活動をしています。自社のみならず、グループ会社や、丸の内働く人にも呼びかけて、一緒に活動しています。昨年は10年以上放棄されていた棚田を再生しました。一番喜んだのは、地域のお年寄りでした。地域のお年よりは何も自分が好んで放棄

しているわけではないのです。それをNPOが仲介してくれて、都会の企業の人たちが再生させてくれたと。本当に嬉しいと言っているんです。それによって企業の人たちは、農山村の人たちと交流をすることができます。この感動とか満足度というのは、なかなか日常の仕事では得られないものなんですね。こういうことにどうも都会の人が気付き始めています。

三つ目の事例はコウノトリです。兵庫県豊岡市ではコウノトリがよみがえりましたが、これも大変感動しました。コウノトリがいなくなったのは農薬が原因だったと市長からお聞きしました。そのコウノトリを再び取り戻すためには、農薬を減らすことが必要でした。しかも単にそれだけではなくて、コウノトリが育む農法を確立し、地場産業を活性化させることを結びつけました。コウノトリを育む農法でできたお米や大豆から、例えばがんこ寿司というチェーン店ではお豆腐を作ってチェーン店で販売したりとか、福光酒造という酒屋さんが、そのお米を使って日本酒を作りました。コウノトリを見に観光客を年間 30 万人来るようにもなりました。すっかり地域の宝ですよ。これで子どもたちも誇りに思うようになりました。三重県も私、前回尾鷲にうかがった時も、素晴らしい場所だなと思いました。伊賀の里もありますし、熊野古道も全国的にも有名ですし、農林漁業の1次産品の宝庫ですよ。そういったものを活かしながら、しかも持続可能な“アグリ・コミュニティビジネス”と私は呼んでいるんですが、都市と農村が今まで分断していたのが、今交流していますよね。これがだんだん共に新しい持続可能な社会を作っていくという方向性です。6次産業化と言いますが、今回法律も作られるようですが、1次産業、2次産業、農産物を加工したりツーリズムと組み合わせたりして販売すると。これからのビジネスとしても有望な分野になるし、私たち消費者はこういう志向を持った会社とか商品を応援していくことができると思います。

以上で私の最初のお話を終わりにしたいと思います、やはり一番重要なことは、2050年に向かって低炭素社会を創ることです。3つの取組みの柱があります。

1つが資源循環です。省資源だったりリユースだったりリサイクルだったり、いかに資源を有効に使うかということが一つですね。それから2つ目が生物多様性です。今年は生物多様性の年でもあるんですが、やはり生き物についてその意味とか、もっと考えるべきだろうということです。3番目が低炭素ですね。どうすればCO₂を減らせるのか。この3つの様々な角度から私たちは取り組んでいくことによっ

て、ビジョンのBかAかわかりませんが、低炭素な社会というのが、言い換えれば持続可能な社会というのが実現できると思います。

最初の私の講演は以上で終わらせていただきます。どうもご清聴ありがとうございました。

司会 大和田様、ありがとうございました。

続いて、株式会社環境思考様から、お取り組みをご紹介します。

株式会社環境思考様は、地元四日市市でリサイクルステーションを拠点として、住民の皆さんとエコの見える化に取り組むなど、様々な企画提案型の事業をされております。本日は代表取締役社長の大川光司様から発表させていただきます。

それでは大川社長様、よろしくお願いいたします。

事例発表：株式会社環境思考（四日市市）

代表取締役 大川光司 氏

大川 今日はお忙しい中、ありがとうございます。三重古紙センターという小さい会社を営んでおります。紙のリサイクル業者でございます。我々は今どの業界でも同じですが、過当競争というのがすごくなっています。その中で我々は力が弱いので、どちらかと言うと品質というものをとらえながら考えて、今絶えず悩みながら営業しています。その中で一つだけ不思議なことがわかるんですね。我々がこんなに過当競争しているんですが、一般の方がどう処理していいか悩んでおられるということ。これはちょっとギャップを感じるんですね。その中で何かいい方法はないのかなということで、我々は今4つのテーマで営業活動をしています。

何かをしようとしたら、知ることから入る。エコを知る。それを皆さんにどうやって発信していくか。コミュニケーションですね。次に広く皆さんにエコを体験していこうという、あとはエコに貢献していく。これはまだ実証試験やらなかなか難しい問題もございますが、将来はこういうものも描いている。

先程のところにもちょっと戻ります。皆さんが生活のライフスタイルに合わせてリサイクルということがなかなか難しい。朝忙しいけれど、忙しいのに時間で制限されていつ処理していいかわからない。そういうことを踏まえまして、24時間。ちょ

っと 24 時間って語弊があるんですが、24 時間開いていますので、いつでもどうぞという。一応消防とか色々なものは完備しています。テレビカメラとかで、変な人が来ないように監視しています。

こういうことで3～4年ほど前から取り組んでまいりましたが、果たしてこれで解決したんだろうか、というところが我々反省点としてあります。と言いますのは、古紙を集めて、これは無料で入りますので、ありがたいと思っています。ただ企業の姿勢として、皆様にお答えするということには、ちょっとまだまだかなという感じで、今ポイント機を開発もしています。これはただのサービスポイントではありませんので、これによって我々が温暖化に対してCO2というものをどういうふう
に理解するのか、空気
の存在。あとは計算で成り立っています。しかしご自分の廃棄の中からどれくらい削減できるかを我々事業者と皆さんと、共同でCO2を下げる運動をしましょうということですね。

今から、こちらにありますポイント機のちょっと説明だけさせていただきます。これはおさいふケータイとかで動くようになっています。今回持ってきたポイント機はデモ機です。普通はこれに計量器が付いています。荷物を量ったデータで処理をする。ただこちらの会場まで、量りまで持って来れませんので、一応架空の、量り終えたものとしてデモ機まで数字がランダムに入るようになっていますので、そこはご理解していただいてはじめます。

おさいふケータイをデモ機にあてます。

(デモ機のアナウンス音声。)

今こういうふうなアナウンスが流れました。これでここに重量が入ります。古紙で1.2キログラム。これに我々の単価、仕入れ値を掛けまして、ポイントになります。ここまでは普通のポイントです。

ここから大事なのが、今1.2キログラムという数値のどれくらいCO2を削減できるかという計算に入る前に、皆さんのデータが欲しいわけですね。で、次の画面にいきます。これはここに搬入パターンというのがありますから、搬入パターンを入れていただければいいわけです。

(デモ機のアナウンス音声。)

ここはわざわざ来られたのか、買い物の途中に来られたのか、通勤の途中ですか

とかを聞いています。リサイクルって「わざわざ」ではなくて、「ついで」でやっていただきましょうということで、「ついで」というボタンを押します。

(デモ機のアナウンス音声。)

今度この画面になります。軽自動車、小型車ってありますが、大きく分けて 1000cc 未満、中型車は 3000cc 未満と分けてあるんですね。ここをタッチしていただきます。

(デモ機のアナウンス音声。)

ここでは燃料は何を使いましたかと問います。一般的にはガソリンですので、ガソリンをタッチします。

(デモ機のアナウンス音声。)

次にこういう画面になります。これは距離を聞いています。ついででもわざわざでも、データとしてはこの中に皆さん個人の来た方法とかを入れたいと思います。

(デモ機のアナウンス音声。)

この結果、CO₂ の削減値が出てきます。これは単なるデモでやっていますので、定かではありません。これは係数を表すんです。要するに古紙の場合は、我々の過去3年間のデータと、今この仕組みをやっているデータを対比した数字をここに入れてあります。たとえば、買い物が主たる目的で、ついでにやりましょうということで、こういう数字になります。

じゃあ今度は、わざわざだったらどうなるかということですね。これは、皆さん最後に終わりの時に体験していただければ、と思います。わざわざというのを押すと、今度ここに数字が出ます。例えば大型車だったら1キロ走るのに大体 350 グラムの CO₂ が出ます。10 キロの人は 3.8 キロと出ます。これを差し引きして、ここに結果が出ます。というような内容でポイントが使われます。

このポイント機は、皆さんの廃棄物の量で物を進めていきます。我々は今ここにありますように、このポイント機を通じて環境に貢献するということと、地域社会に貢献できる仕組み、それから社会貢献に還元できる仕組みというのをこの中に入れております。例えば環境は CO₂ というのを知ることからスタートします。

次に社会貢献ということですが、我々はとにかく色々な意味で色々な方のつながりを持ちたいと思っているんですね。これは色々な分野の方もそうだと思うんです。社会貢献で言えば、寄付をするというポイントがあるとしますね。ここに寄付した

いと言ったらそこに流れる。アフリカとか難民とか、色々悩んでいらっしゃる方たくさんいますよね。そういうところに端数でも結構ですから充てる。そういうコミュニケーション。それが向こうからありがとうと返ってくるような、そういうものまで取り入れると、ちょっとほっとした気分になれるんじゃないか。これが当たり前のように相手を知って、当たり前のように色々なことができるということを考えています。

あとは地域に貢献できる仕組み、地域活性化ということがありますが、これを企業の皆様が地域の皆さんに訴えるということですよ。例えばあなたが削減したCO₂を私にくださいと。じゃあじゃがいも1個くれますと。そういうようなコミュニケーションですね。地域の飲食店ともそういうことで考えています。条件は1つですからね。環境にいいことを何かやりましょうよという条件です。そうするとみんなのつながりで、みんなが環境にいい店がたくさん増えていくということです。

そういうものを一緒に考えてやれたらいいねということを考えて、逆に皆さんの参考意見とかどんどん教えてください。一緒に考えていけるというものづくりでやりたいと思っています。これは一人、二人ではなくて、みんなでやるものだと思いますから。

最後にカーボンオフセットです。CDMに登録したりとか、森林を守るために森林の吸水率を我々がお預りして、逆にそういう面でも資金が流れるという仕組み、それをまた地域の皆さんにこれくらいですねという感じでみんながぐるっと回れるような仕組みがおもしろいと思います。こういうことで一人一人が考えてやれるような。

それから今皆さんがポイントをどうやって見るかということですが、エコについて発信するため4月にポータルサイトを立ち上げます。そこでエコシンドット何かと呼び出していただいて、ご自分のカードなり、おさいふケータイをパソコンにあてると、環境ポイントがわかる。そこで企業さんとやり取りをする。大企業の皆さんと中小企業の皆さんと、周りの企業さんとやり取りしていただければいいなと思います。本日はポイント読み取り機がないので、内容はもうちょっと待っていただいて、完成するまで楽しみにしていただければいいかと思います。

最後にエコで貢献する。大手の企業さんはCSR活動に割と予算を持っておられますよね。我々中小企業というのは、CSR活動というのはなかなか下手なんです

よね。しかしこういうことを参加しながらみんなでCSR活動というのをできたらいいねと、ポイント機を通じて皆さんがこの中に入っていて、色々な意見を求めたり、コミュニケーションをとることによって、一体的なCSR活動ができると思っています。

何分初めての経験で、緊張しています。言いたいこと、伝えたいことというのが半分になりました。皆さんもっと詳しく聞きたいと思ったらご連絡いただければまたお答えします。今日はどうもありがとうございました。

司会 大川様、ありがとうございました。

続きまして東京都からお越しいただきました、らでいっしゅぼーや株式会社様からお取り組みをご紹介いただきます。

らでいっしゅぼーや株式会社様は、有機農薬、無添加食品などの会員制個別宅配事業を営まれてますが、家庭の生ごみを堆肥化し、野菜を栽培する地域循環システム、エコキッチン倶楽部など、環境に対する取り組みもされています。本日はCSR担当部長の松本隆潮様から発表していただきます。

それでは松本様、よろしくお願ひします。

事例発表：らでいっしゅぼーや株式会社（東京都）

CSR 担当部長 松本隆潮 氏

松本 ただいまご紹介いただきました、らでいっしゅぼーやの松本です。今日はよろしくお願ひいたします。らでいっしゅぼーやという社名、ご存知の方はいらっしゃいますでしょうか。三重県はサービス地域であるんですが。実は一番最初にお話しただきました大和田さんも、昔会員様でした。弊社がどういうことをやっているかということで、事業活動と社会貢献、これを絡めて今日はお話させてください。

まず最初に会社概要ですが、1988年に創業しております。21年間事業活動を続けていますが、実は、さらにその前の10年ほどは環境NPOとして活動をしていました。ですので、約30年前に設立された日本リサイクル運動市民の会というNPO法人が生い立ちという会社です。そういう意味では、もともと環境貢献や環境活動のDNAがあったと願ひいただいていいと思います。

わかりやすく言いますと、日本で一番最初にフリーマーケットというものを始めた会社なんです。そして規模が大きくなり、ある時期有機農業というものに注目しはじめて、これを日本に広げようということで、環ネットワークという社名で 1988 年に創業しました。その時はまだ、らでいっしゅぼーやという一つの事業部だったんですね。それが今の社名になっているという生い立ちでございます。おそらくですが、環境NPOから立ち上がって上場した会社というのは日本で初めてではないかなと思います。

事業内容ですが、「環境NPOから生まれた有機低農薬野菜の宅配」と資料のタイトルにあるように、有機野菜や無添加食品などの宅配が事業の中心です。環境保全型農産物のほ場で言うと、おそらくうちがトップではないかなと思っています。そういう意味では、一義的に何が評価されるかということ、やはり地域環境を守るような環境保全型農業をずっと広めてきた。それがまず大きな弊社の環境貢献ではないかなと思っています。事業内容は先程言いましたが、有機低農薬野菜及び無添加食品の宅配事業。ただ、有機野菜を流通させている会社というのはもっと古い会社が他にもあります。東京のほうに行くと大地を守る会さんと言う会社がありますが、実際に有機野菜を個別宅配で始めたのは、らでいっしゅぼーやが初めてです。大地を守る会さんは、その頃はグループ購入でした。ですので、有機野菜の個別宅配ということでは、らでいっしゅぼーやが最初の会社です。ここに野菜セットボックス「ばれっと」という特徴的な商品が載っています。これは何かと言いますと、弊社の会員になると1週間に1回自動的にこの野菜のセットボックスが送られてくるんです。言い換えるとノルマなんです。そして、たまたまこの写真はこういう野菜が入っていますが、中の野菜を選ぶことはできません。現在、全国で約2,100件の生産者と契約させていただいています。その生産者のみなさんから野菜を送っていただいて、この「ばれっと」にアソートして会員様にお届けする。でも中身は選べませんよということなんです。どうして今のデジタルな時代にそんなアナログのことをやっているのかと言われるんですが、これが、らでいっしゅぼーやを支えてきた一つの基礎的な商品だと思ってください。それはどういうことかと言いますと、弊社は最初に契約生産者と作付け契約をします。大体これくらい作ってくださいねと。その時にちゃんとできたらこの金額で買いますからという買取契約まで結ぶんです。それは他の企業では、おそらくありません。それがなぜできるかということ、この野菜の

セットボックスを会員様にご購入いただいているからなんです。購入していただく約束をしているから、生産者からすればリスクな有機農業にも安心して取り組めるわけです。そういう循環が美しいということで、2006年にグッドデザイン賞をいただきました。皆さんは野菜の名前って何種類くらい言えますか。ご自宅の冷蔵庫に何種類くらいの野菜が入っていますか。おそらく20種類も言えたらいいのではないのでしょうか。それ以上なかなか野菜の名前って思い浮かばないです。ただこの野菜セットボックスの「ぱれっと」をとっていただきますと、年間約140種類の野菜が届きます。すごく珍しい野菜も届いたりしますので、会員様にびっくりされます。それくらいに多種多様な野菜を作ってお届けしているということですね。

次に、食の安全と環境を守る仕組みについてご説明させていただきます。この資料にも書いてありますが、らでいっしゅぼ一やの安全・安心の基本は、生産者の方と消費者の方が顔と顔が見える関係であるということです。今では、言い尽くされたような言葉に聞こえますが、私たちは20年前から言い続けているんですよ。スーパーに行くと、単に生産者の方のプロフィールが載っているとか、産地が載っているとかが多いですが、本当に顔と顔の見える関係というものがどういうことかと言いますと、まず生産者のみなさんには、らでいっしゅぼ一やの独自基準であるRADIXという基準に沿って生産していただきます。私たちは有機JAS認証にはあまりこだわっていません。生産者にお金の負担が大きい認証制度を、私たちが推奨することはあまりないです。むしろ弊社で持っている環境保全型基準のRADIX基準という非常に厳しい基準にのっって生産していただいています。そうやってできたお野菜を消費者の方にお届けするんですが、その際には生産者の情報や栽培履歴などの情報と一緒にお届けしていますので、会員様は安心して食べていただけるということです。じゃあこの情報にはどんなことが書いてあるかと言いますと、農薬をかけましたか、かけませんでしたかとか、あるいはもしかけたなら、何を何回かけましたかとか、そういう情報を載せています。絶対にかけるなとは言いません。全滅しそうな時にそのまま畑に捨てておいてくださいとは言えませんから、それはかけたらかけたでちゃんと情報を公開する。そしてお届けした野菜の生産者の住所まで表示していますので、消費者の方はその野菜を食べておいしかったら、手紙を書いてくれたりするんですよ。そうすると生産者の方というのは普通、消費者とはあまり接点がないですから、それがダイレクトに消費者の方からおいしかった

という声を聞くと、すごくモチベーションが上がりますよね。それがまさに顔と顔が見える関係ということです。しかも会員様は生産者の住所まで知っていますから、収穫などの手伝いにどんどん行かれたりしています。そういう方たちが都会から来て農業を手伝ってくると、やはり生産者のみなさんは喜ばれます。そういう関係を作っているのが、らでいっしゅぼーやと言う会社です。

ここに技術交流会と書いてありますが、これはどういうことをやっているかと言いますと、普通生産者というのはあまり自分たちの技術を他に教えたがらないものですが、それをあえてこの年に一番トマトがうまくできた方がいらっしゃったら、その方が先生になって、全国のトマト農家さんが集まって勉強会をしたりしています。お米を作るのがうまければその方が先生になって、皆さんに技術を教える。切磋琢磨してみんな上手になっていく。安心安全だけどおいしくない野菜って食べたくないじゃないですか。そうやって安心安全でおいしい野菜を作り続けてきたということなんです。そういう勉強会を年間大体 50 回くらいやらせていただいています。

次に伝統野菜です。実は先程もちよつと話しましたが、野菜って J A S 規格じゃなくて J I S 規格じゃないかと思っています。というのはスーパーの棚のサイズで野菜のサイズって決まっちゃうんですよ。トレーのサイズに入るようにきゅうりは作らなくてはいけないとか、日本人ってすごく規格好きですよね。工業製品を作るのは本当にうまい。でも同じような規格を野菜にも求める。しかしそれが同じようにまた作れるんですね、日本人って。まっすぐなきゅうりが。でもそうすると作りにくいとか、収量が少ないとかいう野菜はどんどん消えていくことになります。

資料にあるような野菜って、普段はあまり目にしないような野菜だと思いますが、雲仙こぶ高菜や札幌大球、白なすなどの伝統野菜を、らでいっしゅぼーやで復活させ流通に載せました。そういう野菜を種から探して毎年 100 種類選んでいます。伝統野菜だけではないですね。地場でしか採れない野菜とか、珍しい野菜、収量だとか、運びにくいからという理由で流通しなくなった野菜です。例えば三浦半島の三浦大根なんてご覧になったことがある方ご存知だと思いますが、とにかく大きいです。だからスーパーの棚に並ばないというだけで消えていくんですよ。でも食べたらすごくおいしい。そういうものを毎年見つけて 100 種類選んでいるのです。これもいい取り組みだということで、2008 年にグッドデザイン賞をいただきました。要

はそういう環境保全型農業を広めるということは、地域環境にすごく貢献することです。私たちの事業の拡大がそのまま環境貢献につながるということは、本業にすごく近いところでCSR活動をやっているということになります。本業と遠いところでやっている会社さんもありますよね。某石油会社さんとか、遠いところで植林しましたとかおっしゃるんですが、そんなところで木を植えるよりも、グリーンエネルギーを開発した方が、絶対ステークホルダーに理解されやすいと思います。だから僕らは食の会社ですから、食に近いところで環境保全や社会貢献をやっているということです。

次に、らでいっしゅぼーやは、野菜だけを売っている会社ではありません。前期が228億の売上げですが、約45%が野菜の売上げですから、大きな八百屋みたいなものではありませんが、実はそれ以外に7,000品目くらいの商品を取り扱っています。ですからスーパーに並んでいるくらいの商品は大概揃います。要はワンストップショッピングですね。らでいっしゅぼーやの会員になれば、生活に必要なものは大半が揃いますというサービスにしたい。三重県にもあるかどうかわかりませんが、ナチュラル系のお店とか、オーガニック系の店ってあると思いますが、本当に商品が少なくて、野菜がちょこちょこあって、調味料がちょこちょこあって、全然ワンストップじゃないんです。買いたいものが揃わないんです。それを私たちはできるだけ揃えられる品揃えにしたいということで、年間約7,000アイテムの商品を取り扱っています。

次に事業活動による環境への影響、3Rの取り組みと書いてありますが、先ほど大和田さんのほうからもありましたが、実は、らでいっしゅぼーやはCSR報告書は作っていません。でも色々な企業様が、立派なCSR報告書を作っていらっしゃいます。私も実は私の書棚には100冊くらい色々な企業さんのCSR報告書を集めていますし、読んでいます。どれもこれも総花的で何か差がない。しかもどれも立派な紙を使ってるものが多い。何でこんな立派な紙で作るのかよくわかりません。ただ、私たちも環境報告だけはきちんとやろうということで、ホームページではしっかり報告させていただいています。どういうことをやっているかと言いますと、バランスシートなんですけど、どれだけの資材を投入して、どれだけの売上つくって、どれだけのごみを排出して、その内どれだけをリサイクルしました、あるいはリユースしました、リデュースしましたというようなことをここに掲げています。弊社

は全国に5箇所に配送センターがありまして、年間100トン以上の生ごみを排出しています。それを単に捨てていけば焼却されてしまいますが、それを大型のリサイクラー5台で資源化しています。そして乾燥資源にしたものを回収して、私たちの取引生産者のところに持って行って有機堆肥にするのです。その有機堆肥でできた野菜をまた会員さんにお届けしているという循環が行われています。あとはカタログの回収。実は無店舗販売ですから、年間1,000トン以上のカタログを配布しています。これは私たちが持っていったごみですから、私たちが回収しようということで回収しています。あとダンボールや発泡スチロールなどの資材の回収。3Rの中で一番効果があるのはリユースだと思っています。リサイクルするには実は色々なエネルギーを使ってるんですね。だから使えるものは何回も使う。会員さんからたまにクレームがあります。本当に箱がボロボロですね、とおっしゃるんですが、あまりボロボロではまずいんですが、本当に平均で約12回はダンボールは使っています。発泡スチロールだと約25回は使っています。それくらい使うと本当に環境にいいんです。CO2では計れていませんが、そういうふうな取り組みをしています。

エコキッチン倶楽部、これもリサイクルの取り組みですが、先程言いました事業ごみではなくて、こちらは家庭ごみの取組みということで、全国でもとてもめずらしい取り組みです。食品リサイクル法というのは企業が対象ですから、個人には関係ありませんが、そこであえて私たちが取組んでいるのが、エコキッチン倶楽部と言います。これは2001年からやっていますが、会員様にリサイクラーという機械を買っていただきます。実はこれがすごく高いハードルなんです。とにかくリサイクラー自体が5万円から6万円もしますので。この仕組みを理解してリサイクラーを買っていただき、そしてこれで生ごみを資源化して、それを私たちの配送車が回収します。そしてその乾燥した生ごみを、らでいっしゅぼーやの生産者のところに持って行って有機堆肥にしています。その有機堆肥でできたお野菜をまた会員さんに買っていただく。これもきちんとリサイクルの輪が閉じているんです。何がネックかというと、最初に言いましたとおり、リサイクラーが高額なためにあまり広がらないんですね。でもこれも取り組みが非常にいいということで、2007年にグッドデザイン賞をいただきました。私たちが自治体に望みたいのは、自治体によって補助金がバラバラでその告知も実にわかりにくいんです。お問合せいただいてもすぐ

に調べることができないくらいにわかりにくいところにあります。ですからできればこのリサイクラーの購入に対しては、もう少し自治体で応援してもらいたいなど。そうするとらでいっしゅぼ一やの会員様だけではなくて、一般の消費者の方も十分に参加できる環境保全活動として広がると思います。それも事業ごみではなく、家庭ごみが減らせるということですから効果は大きいですよ。

これも同じリサイクルです。これはRe-食器と言いまして、岐阜県の高山市のグリーンライフ 21 という会社との取り組みですが、一昨年ぐらいに三重県の実業経営者大賞を受賞されたところです。らでいっしゅぼ一やもその支援企業ということで一緒に表彰されました。要は割れた食器を回収して、普通だったら廃棄か埋め立てされるものを、それを再生して商品化し、会員様に買っていただいているという取り組みです。

今度はちょっと形が変わりまして、食育活動。食の周辺のCSR活動ということで、5年前からこども赤かぶ塾という食育活動をしています。どんなことをやっているかと言いますと、普通、企業がやってる食育活動というのは1度だけのイベント的なことが多いように思います。らでいっしゅぼ一やでは、そういう1度きりのイベント的な食育はやりたくありません。このこども赤かぶ塾を、小学校などで出前授業として行っていますが、必ず同じ生徒さんたちに3回参加してもらっています。3回あれば、包丁だけは使えるようになるねとか、ダシだけはとれるようになるねとか、ゴールを決めて取り組みます。実は、弊社の横浜のスタジオの常時行っているこども赤かぶ塾は、3年間も食育を学ぶスロープログラムで、なんと卒業するまでに3年もかかってしまいます。一番小さいこどもは4歳児ですが、最初からちゃんと包丁を使います。そして、この子たちが豆腐を手のひらの上で切ったり、あるいはいわしを手さばきしたりできるようになるんです。ただのこども料理教室ではありません。食べ物が自分の体にどう役立つか、あるいは食べ物は何でできているのかなどを、ゆっくり学ぶ教室になっています。たとえばお米を炊く時には田んぼから稲を持ってきます。それを目の前で精米して、5分つき、7分つきにして、米ぬかをなめてみたりして、自分が食べている白米というのは、こうやってできてるんだということを学びます。そうするとこどもたちの頭の中でシナプスがつながっちゃうんですね。おだしをとる時も、5メートルくらいの昆布を持ってきて、それを横に並んでかじったりするんです。この昆布からこういうおだしが

とれるというのがつながっていく。食べ物の元から見せるって大事なことなんですね。このこども赤かぶ塾についても、2009年度のグッドデザイン賞をいただきました。もしリクエストがあれば三重県の小学校にも出前事業に来ますので、関係者の方がいらっしゃったらぜひ声をかけてください。

今後どう発展していくのかというところですが、過去5年間の売上げ推移はこのように右肩上がりです。でも今年はさすがにちょっと苦しいです。ただこれまでは順調に伸びてきました。あと環境保全型農産物出荷量もどんどん増えてきています。こちらはお米ですね。こういうふうにも右肩上がりが増えてきました。前にも言いましたが一義的には環境保全型農業を広めましたということが評価なのかもしれませんが、実は、現在会員様が10万人いらっしゃいます。実は、私たちの最大の評価は、この10万人のグリーンコンシューマーの方たちを僕らは育ててきたとだと自負しています。その方たちは、どういう方たちかという、やはり物を買う時にちゃんと選択できる方たちなんですね。食料自給率も一緒です。安い中国野菜を買う選択もあれば、やはりちょっと高くても国産の物を選ぶ。農水省が一生懸命自給率と言っていますから、割と国産の物を選ぶという風潮になってきていますが、それでも2、3年前に比べるとまた輸入野菜がどんどん増えてきています。悪いわけではないけれど、その選択肢をちゃんと持っている方たちが10万人できましたよ、ということが僕らにとってはたいへんな財産だと思っています。

特徴的な話になるんですが、弊社にバジャンという洗濯洗剤があります。普通のこれくらいのサイズです。私が知る限りですが、あのサイズの洗剤が一番安いのがイオンさんが販売されているプライベート商品の洗剤が一番安いと思うんです。うちの近辺にミニストップがあって、そこで売っているのによく知っているんですが、同じ量で198円です。びっくりしますよね。家でいっしょにやで売っているバジャンという洗剤は、いくらだと思いませんか。1,500円するんです。じゃあ1,500円の洗濯洗剤と、198円の洗剤どちらを買いますかと言ったら、何の情報もなければ普通198円の洗剤を買いますよね。ところがこのバジャンというのはうちでは野菜の次に売れている商品なんです。ものすごく売れています。この高い1,500円もする洗剤。じゃあなぜ売れているかと言いますと、非常に環境にいいわけなんです。洗濯水の中でメダカが泳げます。それは界面活性剤が入っていないからです。CO2の面からも、よく言われるLCAでは、生産段階から廃棄されるまでで発生するCO

2をすべてオフセットしています。そういう特徴的な商品なので値段も高いのですが、そのバジンを選択していただける会員様が10万人いるということですね。これからは、消費者の選択って非常に大事だと思っています。

もう一つ言うと、時々僕は、消費者は間違っていることもあると思うんです。例えばできるだけ食品を長持ちさせてくれと言われたら添加物をいっぱい入れなければいけないんですね。もっともっと安くしてくれよと言われたら中国からの野菜を入れなくてはならないんですね。あるいはもっと格好よくきれいな野菜にしてくれと言われるから、農薬をたくさん撒かなければいけないんです。でもそのおかげでここ数年間の食品事故ってすごかったですよね。だから私たちはやはり消費者の声は聞かなければいけないけれど、これはやっぱり譲れないなというのはきちんと守ってきた20年なんです。添加物が悪いというわけではなくて、らでいっしゅぼーやでも使っています。でも使わなくていいものはできるだけ使いたくないよねというスタンスです。そういうところで10万人のグリーンコンシューマーを育ててきました。

最後にらでいっしゅぼーやの環境保全とは、最初にも言いましたが、食を通じての環境貢献です。できるだけ事業に近いところで環境貢献を行うということが、ステークホルダーの皆さん方にも理解していただきやすいですし、あまり自分たちの得意ではないところで一生懸命頑張るといのは、なかなか難しいことなんです。だから得意なところで貢献していこうというスタンスでこれからも頑張っていけます。三重県でもサービスを行っていますので、ぜひ、らでいっしゅぼーやにご入会いただければと思います。どうぞよろしくお願いします。どうもご清聴ありがとうございました。

司会 松本様、ありがとうございました。

それではただいまから講師、発表者の皆さんと会場にいらっしゃいます皆さんとの意見交換の時間とさせていただきますと思います。

司会進行につきましては大和田様にお願い申し上げます。

【意見交換会】

大和田 では皆さん、引き続きまして、ここからは皆さんとの意見交換の場にしていき

と思います。今日2社のお話を私も改めて伺いまして、まず最初に環境思考さんですね。リサイクルをした時に、それはどれくらいCO₂を減らすことになるんだろうかというのはすごく知りたいところでありまして、しかもそれが車で行ったのか、歩いて行ったのか、ついでに行ったのか、ながらで行ったのか、それによっても数字を変えるというのかなり細かい工夫がされているなと思いましたし、もっと詳しくお聞きしたいなと思いました。しかもポイントがたまる。ポイントがたまって、それが社会貢献できる、すばらしい仕組みだと思うんですね。皆さんももっと聞きたいと思われたと思います。それから、らでいっしゅぼーやさんのほうは、印象的だったのはグッドデザイン賞という、環境とはちょっと違う賞ですよ。でもGマークは皆さんご存知ですよ。私もGマーク好きですし、それを毎年毎年とっていらっしゃることを知りました。せっかくの機会ですので、質問、あるいはご意見、ご要望など、お二方及び私の話の中でも途中で話足らずになってしまったところもありますので、お聞かせいただければと思います。ではどなたからでも結構ですので、ご意見ご質問を承りたいと思います。

質問者 大川先生にお聞きしたいんですが、今日は、わざわざ古紙を置きに行った場合のCO₂の排出量の例が出なかったんですが、わざわざ置きに行った場合、CO₂排出量は増えるのかどうか、何キロ置きにいくとCO₂が減るのかというあたりを聞きたいなと思います。

大川 先生と言われると恐縮しますので、普通の大川で結構です。お尋ねの件ですが、我々が自分たちの過去3年の実績と、これと比べた数値を出しています。1トン集めるのに、我々の試算でいくと、CO₂が16.45キログラム出しているんです。1トンに対してこの仕組みでいきますと、9.85キログラム削減しているんです。削減できないCO₂は、7点何某ということになります。皆様が1キロ単位、じゃあ10キロ持ってきたということになると、削減できたのは98.5グラムですか。1キロに対して9.85グラム削減できたよということです。一方それに対してわざわざお越しいただきましたと。わざわざというのも、どの車ということもありますが、中型でいきますと大体1キロ走るのにCO₂が280グラム排出されています。280グラム×距離でいきますと、2キロ、3キロということになりますね。一方古紙のリサイクルで削減した部分、我々の数値でデータを出した分では、90グラムと。引くと排出が多くなってしまいますね。排出が多くなるから皆さんについてのリサイクルを

しましょうよと。何でも生活スタイルに合わせて、いろんなことをついでで。あまりついででやっているとお奥さんに怒られたりすると思いますが、環境とかそういうことは、わざわざではなく、ついでにやっていくというのが僕たちの訴えたいことです。

大和田 ありがとうございます。

質問者 大川先生におたずねしたいんですが、当初のご案内によりますと、市民の皆さんから回収したものの中に、天ぷら油とか、アルミ缶などと明記されています。こういうふうな資源回収の品目は、他に何かやってみえるんでしょうか。また同じエコポイントを計算できるんでしょうか。

大川 我々の考えでいきますと、一応アルミ缶とペットボトルというのが一番かさが多くて集めにくいものです。逆にそういう集めにくいものをどんどん供給して、家庭から出るごみと言われる中の7割は資源になるだろうと。家庭の7割のものをどう活かしていけるかということを考えて、先ほどもちょっと楽屋裏でお話していただいた、らでいっしゅぼ一やの松本さんが、堆肥の生ごみもこの中にどう取り入れるんだという研究をしていきたいと思っています。アルミ缶というものは、つぶす機械もありますが、我々がポイントをやって、CO₂を消費する時には、皆さんご自分でつぶしてくださいというお願いをします。電気をつぶすほうが楽なんですけど、アルミ缶くらいはやはり、エコというのを体感するために、そこまで便利にするのではなくて、ご家庭でつぶしていただく。ペットボトルは現場でカレットにして運ぼうというようなことを今年中にはやりたいなと思っています。

質問者 その他に資源物でリサイクルできるものがあると思うんですが、他にも何かあるんでしょうか。

大川 これは技術というものがいると思うんですが、我々は集める仕組みを作ります。今日おみえになっていると思いますが、天ぷら油を燃料に変えるという努力をされている企業さんがみえますね。そういうところとタイアップして油はできます。古紙もできます。アルミもできます。ペットもできます。それからあとは飲料缶は別として、皆さんが本当にちょっと捨てたいなという金属類ですね。金属類もやる計画を持っています。生ごみは、本当に技術的に僕たちはできなくて、出来る方たちとコミュニケーションとりながら取り入れていく。あとは廃プラ。廃プラも僕らの分野外で、私はちょっと知識がありませんが、やがて色々な機械ができるだろうと。

その時に廃プラなんかも、燃料に変えるのか、原料に変えるのか、研究していきたいと思っています。

大和田 では、次の方、お願いします。

質問者 らでいっしゅぼ一やの松本さんにお聞きしたいんですが、宅配便でトラックで回って見えるんですよ。今、全国おとりよせとかそういうのが多いものですから、すごくそれこそCO₂、トラックの排出するCO₂の量が結構なものになるんじゃないかと思いますが、それが心配なのと、一応今ですと地産地消というのが考えられるんですが、実際にこの地域で採れたものを地域の方が消費できる仕組みになっているのか、それとも遠くからおいしいからと言って取り寄せることになっているのか、それもお聞きしたいと思ひまして。

松本 まずトラックなんですが、一番痛いところをつかれましたね。ぶっちゃけそうなんです。すごく環境にいいというイメージがありながら、300台のトラックを毎日回しているんです。ただ環境配慮車、ハイブリッド、今ディーゼルもすごく環境にいいですからね。天然ガス、LPガス、すべての車輜で環境に配慮をされたトラックを使用しています。でもそれでは絶対CO₂は0にならないんです。その分は実はカーボンオフセットしています。ただ普通に排出権を購入しましたという、お金で解決しましたということになるので、僕らあまりそれは好きではないんですね。ですから今日はここではご紹介しませんでした。クライメート&チルドレンサポーターズというスキームで取り組みをやっています。ホームページを見ていただくと載っていますが、ユニセフさんとうちと三井住友銀行さんとの取り組みですが、私たちはヨーロッパから排出権を買ってますが、その購入金額の20%をユニセフを通じて本当に地球温暖化で困っている子どもたちに寄付をしています。今は、モザンビークの水の事業に寄付させていただいています。それはどういうことかと言うと、地球温暖化の排出権のプロジェクト自体が、成長する国を悪く言うわけではないんですが、中国とブラジルとインドですよ。そこでお金が落ちている。中国では空から月餅が落ちてきたと言っているくらい、そのプロジェクトをやるとお金が入る。でも本当に苦しんでいるのはやはり赤道に近いところの国なので、そこにはお金がいかないわけですよ。ですから私たちは、せめて排出権を買った20%をアフリカにお届けしたいということで、カーボンオフセットの仕組みを作っています。

大和田 ちなみに年間で何トンくらいのCO₂が出ていて、それをオフセットするのにい

くら使っていて、その中に2割が含まれているのでしょうか、プラス上乗せで2割なののでしょうか。

松本　もちろんプラスですよ。年間大体 3,200 トンくらいのCO₂を排出しています。実は今年増える予定だったんですが、この経済環境下で増えませんでしたね。環境と経済って切り離せないというのを、今年はまともに見た感じがしています。単価に関しては今年は随分安いんですね。ただ僕らが持っている在庫が高いので、平均いくらといいにくいですが、今買えばすごく安いです。それは原油の価格と比例するので、これから原油が徐々に上がっていきますから、また排出量の一トンあたりの単価も上がっていくだろうと思っています。

あと地産地消ですね。地産地消というのがどのくらいのエリアなのか非常に難しいですが、東京の板橋区というところがあるんですが、そこに配送センターがあります。その周辺にも多少畑があるんですが、そこで採れたものを板橋の会員さんにお届けするかというと、そのレベルではないです。やはり関東圏で採れた野菜を関東圏で宅配している、くらいのイメージでしょうか。ただ関東だけでは絶対まかなえない野菜は、もうちょっと遠方から持ってきたりします。以前は加温栽培はやらなかったのですが、最近はどうしても必要なものだけ加温栽培をしている野菜が出てきました。ただ、加温はしていますが、これもオフセットしています。なるべくバランスと言いますか、会員さんのニーズには答えたいけれど、環境配慮した何かの工夫は必ずするというふうなスタンスでやらせていただいています。

質問者　そうすると会員さんに対してそういう環境のいいとか悪いとか、そういう勉強とかはされているんですか。

松本　意外とうちの会員さんっていうのはさっき大和田さんが言われるように、ロハス志向の方が多いんだと思うんです。勉強会というよりも、していませんが、一番には会員誌がありますので、そこにはかなり濃厚な情報をお届けしています。決して自分たちが見た方向だけのものではなくて、色々な方向から見た情報をお届けする。例えば添加物にしたってそうじゃないですか。色々な方がいらっしゃるので、野菜というのは絶対農薬かかっていないのがいいけれど、他の食品はどうでもいいんだとおっしゃる方もいらっしゃるし、だから割と野菜はらでいっしゅけど、他の食品は生協さんでとか、スーパーでとか色々いらっしゃいます。色々なライフスタイルの方がいていいと思うんですね。そういう意味では何が何でもうちでとい

うのではないですし、できる限りの情報の中から選択していただける代案ができるかどうかです。選べないと辛いじゃないですか。スーパーで買うしか選択肢がないと言うのは辛い話ですよ。野菜だけでも安全なものを食べたいという方は、どうぞ、らでいっしゅから買ってくださいという、そういうのを進めていこうかなと思ってます。

質問者 松本先生にお伺いします。ごみ処理機ですね。リサイクラーですが、5万円から6万円くらいするということでした。これは大体普通の家族3人ないし5人くらいでどのくらいの生ごみが収納できるものであるのかということと、それから月に何回とか年に何回とか、回収のサイクルですね。それはどういうふうにされているのかということと、一般的な会員の方で5万円、6万円って大変だと思うんです。私どもでは小さな規模ですが、1,500円くらいのボックスを買いまして、それを私どもの会員がてこ入れしまして、太陽光線とか水分が抜けるようにして、大体2、3ヶ月で第一乾燥ができるんですよ。そういうシステムがございまして、それは一般の家庭にも普及するという意味では非常にいいんじゃないかと。実際には1,500円くらいするところを500円だけいただいて、市とかから援助を受けましてお求めいただくというシステムもとっておりまして、これは一般の皆様にも広めるためには、ある程度経済的な面とか効率の面とか、もう少し考えるべきだと思うんですが、そのへんはいかがですか。

松本 まったく同感です。まったく同感で、一番多いところでは半額くらい補助されている自治体もありますが、本当に自治体で様々なんです。リサイクラーも色々ありますが、私たちが販売しているリサイクラーは乾燥型です。どうしても東京近辺、や都会の方が多くいものですから、マンションのベランダに置かれる方が多いわけですよ。そうなるとう臭い問題があり、乾燥型はあまり臭いがしません。あともう一つ、ごみ問題があつて、どこからごみで、どこから資源かという話になるんです。ごみって自治体を超えて持っていけないですから、ところが資源になると持っていけるんです。だから僕らは資源化するためにやはり乾燥、どれくらい乾燥しているか。大体7分の1くらいに乾燥してしまうんですが、その状態で資源として生産者のみなさんには買ってもらっています。ただあげているんじゃないんですね。そうやって物流させているんです。そういう工夫が成り立って今の循環が閉じていると。おっしゃるような形が、もっと地域で安くて根付くのであれば、それはそれ

でたいへんいいことだと思います。あとは有機堆肥にすることが非常に難しく、上手な人じゃないとなかなかいい堆肥にならないんですよ。

質問者 生ごみが完全に堆肥になるのは、少なくとも5ヶ月から6ヶ月かかると思うんですね。それが普通のパターンなんです。ですから私どもでは大体1家族で2、3ヶ月で私どもで持っていたいただいた乾燥機に入れて、それを乾燥したものを第一処理として持って行っていただく。それをさらに3ヶ月くらいかけて完全に堆肥にする。持ってみえた時に、できあがった堆肥と交換して行ってもらう。これは無償でございます。そういうシステムをやっておりまして、私どもで会員500人くらいです。それと月に1回ないし2回は講座を設けております。そういう中で色々なご指導を受けています。そういう意味で今後生ごみの堆肥の問題は非常に大きな問題になってくると思いますので、松本先生のお考えになってみえる中に、やはり市民がもっと溶け込みやすいというものを提供していただければいいのではないかと思います。

松本 おっしゃる通りです。ただリサイクラーって電気を使っていますからね。それはどうなんだと。色々なところが、見方によっては環境にいいのか悪いのかよくわからなくなっていることってあるじゃないですか。でもそれを言っていると先に進めないで、まずは生ごみをどうにかするというところに着目して今は動かしています。そのうち電気のいらぬものが出てくるかもしれません。ただ堆肥にするのはうちは、もうちょっと早いんですね。非常に大量に作っていますので、そういう意味ではいい生産者さんがたくさんいらっしゃるので、堆肥化は非常にうまいかなと自負しています。ただ本当に自治体にはもっとお金を出して欲しいと思っています。

大和田 他にいかがでしょうか。私から質問していいですか。ほ場の面積って多分日本一じゃないかっておっしゃっていましたが、どのくらい面積があるんですか。

松本 すいません、今日資料持って来ていないんですが、多分です。

大和田 他と比較しなくていいので、どのくらいですか。じゃあ後日お願いします。ぜひ皆さんも知りたいと思いますので。ホームページには出しているんですかね。

松本 いや、出してないんです。それが大変なんです。何が大変かって、言い訳なんです。うちの契約農家さんというのは、1人の方が100のほ場を持っていらっしゃる。大体平均で70くらいかな、その畑の一部をうち向けの商品として作ってもらっています。中には本当にその隣りで慣行栽培の野菜を作っている方もいますし、100%というのは色々なリスクがあります。あえて100%抱えてし

まうような契約にはしていないんです。必ずその畑のうちの一部、それだけをうちの生産基準に合うように作ってくださいと。だから畑の中を計らなければいけないので、それが難しいんです。全部ひっくるめた数は出てきますが、そのうちの何%がうちのほ場かはわからないんです。

大和田 最大でこれぐらいという形にはなるんでしょうね。なぜお聞きしたかという、豊岡市でコウノトリのところも環境共生型農業って言っているんですが、年々作付け面積が増えているんですね。もちろんそれに応じて収量も上がっていますし、価格も魚沼産コシヒカリと同等だと言っているんですね、そうするとさらに他の農家も私もそれをやりたいと言って、今県を挙げてその農法を広げていくんだと言っているんですね。そういう意味で数字があると結構納得しやすいんですよ。それでちょっとお聞きした次第でした。

松本 その代わりにちょっとここにグラフを作ったつもりだったんですが、これは出荷量ですが、こういう推移をしていますという。

質問者 すいません、ちょっとお門違いの質問かもしれないんですが、大和田先生と松本部長さん、原子力発電についてちょっとお聞きしたいんです。申し遅れましたが、私この近くで窓の断熱化工事を専門にしている業者なんです、大和田先生の話の中でオクタさんがやられているローカーボン化の点がありましたが、計算書の数字を元に計算すると、どれだけ窓の断熱化をしても、大体6%くらいまでしか削減できないんですね。うち専業ですから色々なものを作っても、それでもやはり10%くらいが限度なんです。おそらくこれは電気設備等をやっていると思うんですが、当然エコキュートとかあいつたぐいの、原子力発電で二酸化炭素が出ていないということを前提にした計算の手法になっていると思うんです。それをやるとこの計算になると足らなくなるので、どうなのかなという話と、1986年のチェルノブイリの事故があった時に、たまたま東欧を旅行してまして、あの事故が起きると周囲の人たちは死の灰をかぶった野菜を食べるしかなかったんですね。牧草が汚染されているのを食べた牛が出した牛乳を飲むしかなかったんですよ。低炭素にするということで原子力発電が増えるということはそういうリスクが増えてくるんですが、そのへんについてちょっとお二方コメントいただきたいと思うんですが。

大和田 私の個人的な意見ですが、私は原子力に関しては賛成している立場にはありません。むしろ小水力発電とか、山の中へ行けばいっぱいあるわけですよ。農業用水

や川ですが、これを集落ごとに小水力発電で分散型にするとか、まだまだ自然エネルギーは使えるはずなんですね。こっちのほうにもっと力を入れれば可能性があるんじゃないかというふうに思っているのが個人的な意見です。

松本 非常に難しい問題ですね。うちの会員さんからもしょっちゅう手紙が来ます。結構手紙を書きましたよ。申し訳ありませんが、会社としてはノーコメントです。ただ個人的には原子力発電は反対しています。六ヶ所村の募金にも私個人的には協力していますし、反対だと言っています。いろんな団体さんが面と向かって原発反対だとおっしゃっていますが、実際、ここだって原発の電気なんですよ。言っているだけではだめだと思うんです。原発反対なら反対で、何かアクションを起こしているのか。そこまでやって反対だというならわかるんですが、あまり言っているだけでやられていない。今僕らがやろうとしているのは、本当に小さいものかもしれないけれど、せめてグリーン電力を買おうよとか、最近はヨーロッパでは原発はグリーン電力だというような言い方をされているところもありますが、グリーン電力をちゃんと買おうと。そういうのを少しずつやっています。ただ会社ではノーコメントです。

質問者 正直なお答えありがとうございました。

大和田 あと5分くらいございますが、他にご意見、ご質問ございませんでしょうか。そうしたらせつかくですので、県のほうからもご意見、ご質問はございませんでしょうか。

事務局 色々お話ありがとうございました。ちょっと思いつきの話でございますが、環境思考さんがこういう株式会社さんというお名前を付けられたというような意図とか、そういうのをお聞かせ願えればと思います。

大川 私どもは十数年前から三重古紙センターとして営業しておりました。今度こういうようなスタンスと環境思考というものを設立した理由としまして、我々の同業者の方が三重古紙センターという名前では同業だけに腰が引かれるのではないかと。しかし環境思考という、これはある意味企画コンサル会社なわけです。研究とか。そういう立場であればライバル社でも、広くみんなで共有しあっていけるんじゃないかということで、そういう意味で付けさせていただきました。

大和田 ではせつかくですので、ここでそれぞれお一人ずつ一言ずつお話して会を締めたいと思いますので、松本さんからお願いします。

松本 今日本当にありがとうございました。私が考える環境貢献というのは、身の丈だと思っんですよね。本当にマイカップにマイ箸、最近マイ箸はよくなくすのであまりエコじゃないなと思って、国産間伐材の割り箸を常に 20 本くらい持ち歩いていました。車もまだ2年経っていませんでしたが売りました。最近自転車もなくなってしまったんですね。それぐらいに家族にうるさく言ってきた時期があったんですよ。ところがやはり続かないんですよね。家族にもそんなことばかり言っている、お父さんうるさいって言われる。それではだめだなと。みんなが楽しくやれるようなエコロジーじゃないと続かないなというのがわかって、最近身の丈で活動するのが一番じゃないかと思っています。

大川 今日はありがとうございました。何を伝えて何を感じていただいて、我々の何を吸収してというふうに、昨日の夕方からずっと考えていました。考えてもあまり頭に入らないんですね。色々な言いたいこと、伝えたいこと、初めての経験ですので、私にとっても。ずっと考えていて色々な先生の話をお聞かせいただきますよね。聞いていきますと、今度よけいわからなくなってしまうんですね。素晴らしい内容のお話をいただいて、今度自分が何を伝えたいのかさっぱりわからない。我々は今度こういう機会があれば伝えたいこと、理解していただきたいことを整理できるように勉強したいと思います。今日はいい成長をさせていただき、ありがとうございました。

大和田 私今日ここに来て、1階で色々なものを販売していますよね。ついやはりお土産を何か買って帰りたいなと思って、よく駅に行ってもあまり欲しいものがないんですね。そうしましたら5分間くらい見ただけで、いっぱい欲しいものがあって、何を買ったか。手延べ半生うどん三重育ち。三重県産小麦、食塩 100%使用。どこの塩かなと思ったら、おわせ塩学舎さん。たまたま、前回尾鷲に行った時、塩学舎さんに行ったんですね。学校の廃校を活用して塩を作っているらしい。その思い出なんかもあったものですから、まずこれだと。なんと言っても県産ですよね。それから幸せを運ぶ田舎風伊勢名物鶏飯のもと。これもなぜ買ったかという、無添加だということと、やはり幸せを運ぶという、伊勢神宮にあやかっているのかなと思って。ただ、ここで一つ気になったのは、原材料がどこだか書いてないんですね。それはちょっと不安だなと思うんですが、一応運を買ってみました。それからもう一つは日本のごまです。国産ごまってほとんどないんですね、確か。99%輸入だ

そうです。確かに国産じゃない輸入のごまだと 120 円くらいで売っていますが、これは 360 円。でもその希少性というのを私も聞いたことがあったものですから、地元のごまの老舗、いつもここのごま油を使っていたんですが、実際に今回はごまを買ってみました。5分いただけですが、これだけ欲しいものがあったということは、まだまだたくさんありそうなんです、それだけこちらの地域には都会の私のような消費者が来た時にも、欲しいものがたくさんあるということですので、ぜひ皆さんもこういったものを活かしながら、キーワードとしては2つあると思うんですが、農商工連携、農業と商業と工業が連携して一緒に新しい事業を作っていこうという。あるいは先程の環境思考さんもそうですが、産学官連携でやっていますよね。そういう新しいノウハウ、仕組みというのを作られている。こういうことが今後新しい事業を作っていくキーワードになると思いますし、そこにいかに消費者もはじめから参加できる、そういう仕組みがあると愛用される物になっていくと思うんですね。ということで、今日は長時間お付き合いいただきましたが、これにてシンポジウムを終了させていただきます。どうもご静聴ありがとうございました。

司会 ありがとうございました。

 以上を持ちまして本日のセミナーを閉会させていただきます。

2/15 ごみゼロ事業者・県民セミナーアンケート結果概要

※アンケート回答率 回収率69%（参加者数100名、回答者数69名）

ご記入いただいた主な意見をご紹介します。

◆講演「サステナブルな社会の創り方-21世紀の企業に求められる新しい役割-」について

＜講演に対する主なご意見＞

- ・ロハスの内容がよく分かりました。ファッション化せず、ロハスを続けることが大切ではないかと思います。
- ・ロハスという発想が、古来日本人が行ってきたことを形を変えて見直したということに気付かされました。
- ・ごみゼロとロハスがどうつながるのか、話をうかがい、納得しました。
- ・講演時間不足で内容が十分に伝わってこなかったです。
- ・ロハスについて聞いたことはありましたが、今日の話でも今ひとつよく分かりませんでした。でもめざしたいです。

◆事例発表(株式会社環境思考さん)について

＜事例発表に対する主なご意見＞

- ・古紙回収とポイント還元のアプローチ、また「ついで」という方針がすばらしかったです。
- ・地域の人にとってありがたい存在です。私どもの地区にも近くにこのようなところがあればいいなと思います。
- ・自分の社会貢献が、「見える化」によりわかりますので、より環境への意識も高まってくると思います。
- ・ポイントをどのように活用しているのか、もう少し詳細な説明がほしかったです。
- ・発想は大変良いですが、なかなか広がりには難しいのではないのでしょうか。

◆事例発表(らでいっしょぼーや株式会社さん)について

＜事例発表に対する主なご意見＞

- ・環境NPOからスタートしたことに驚きました。「食を通じて社会貢献する」という話に共感します。
- ・環境を守る為に安さだけを求めてはいけないことを理解できました。
- ・エコキッチン倶楽部に感心しました。このような倶楽部が全国に広がるといいと思います。
- ・発信企業の状況はある程度伝わってきましたが、ユーザーや生産者の意見がどうなのか、その辺が知りたかったです。
- ・生活が豊かな人が利用される話かな、と思いました。

◆今後のセミナーで希望するテーマ

- ・生産工程で発生する副産物（ごみ）の削減。
- ・家の回りのごみや、生活ごみすべての良い具体的な処理方法。
- ・企業での環境貢献活動の実践報告と行政の補助を組み合わせる方法。
- ・各自の様々な取組の体験談（現地見学も希望）。
- ・ユニークな取り組みの企業活動。

◆その他の意見

- ・もっと詳しく活動発表を聞きたいです。また良い活動のみでなく、問題点やその改善策等を聞きたいです。
- ・時間をもっと使って有意義なセミナーにしてもらいたいです。
- ・地産地消をやっていることを取り上げてほしいです（農商工連携）。
- ・テーマをもっとしぼるべきだと思います。
- ・農業（食）は大きなテーマです。