

ZERO CHRONICLE

ISSUE #2
SUMMER 2020

コロナで国境越えられず？
今後は渾身の国内企業特集！

PICK UP 1

AMITA
MATERIAL WORLD
KUMAMOTO YMCA
DENKOSHA
FROM JAPAN ... and more

PICK UP 2

KAKEHI CONSTRUCTION
NAOKO MINAMI
SEISHUN PUBLISHING
APOLLO GROUP ... and more

日本の脱プラとゼロウェイストに貢献したい
Encouraging Zero Waste & Less Plastic

HELLO FROM
CO-EDITORS IN CHIEF

編集長からのごあいさつ

地球の環境をよくするのは 私たち個人のひとつの行動

2020年に地球を襲った新型コロナウイルスの影響で、皮肉なことに地球環境が良くなったというニュースが流れました。国際的なエネルギー機関によると2020年の世界の産業由来による温暖化ガス排出量の下げ幅は前年比8%になるそうです。しかしそれでも世界の平均気温を産業革命前より1.5度以内の上昇に抑えるには更に90%超の削減を行わなければなりません。大きな排出先も、その商品を買ったり、そのサービスを利用しているのは私たち個人。私たち個人の力が実は一番大きいということを忘れてはならないと考えます。

Takeshi Osumi



TAKESHI OSUMI

OSUMI CEO | CHIEF EDITOR FOR ZERO CHRONICLE



RYUSUKE MURAO

BIZ BOOK AUTHOR | CHIEF EDITOR FOR ZERO-CHRO

服にお金をかける日本人 もっとサステイナブルな服を

衣類は人類への脅威？これまでの服づくりは環境に対し悪影響でしたが、近年は各メーカーがサステイナブルな服づくりに大シフト中。新ブランドも続々。客観的に見ても常に綺麗な恰好をしている日本人は新しい服を買う機会も多いはず。「サステイナブルな服選び」は、日本人が世界をリードできる環境保全活動のひとつです。

Ryusuke Muraio

DIGITAL GIVE AWAY FOR YOU

もれなくもらえる読者ギフト FOR EVERYONE



イラストレータのデータをダウンロードすれば、
あなたの会社やお店の名前に変えて使えます。

エコ意識が高い人には責任が？ 「周囲への啓もう」という責任！

本誌『ゼロクロニクル』では、毎号このページで“デザイン”を紹介しています。毎号異なるデザインと ECO スローガンでお届けしていますが、これらは単なる紹介として載せているのではなく、「ぜひダウンロードして、自由に活用してください」ということで掲載しています。デジタル版をダウンロードしたら、これを職場に掲示するポスターにもできるし、ステッカー屋さんにオーダーして安価なノベルティとして活用もできます。大事なことは「広げること」です。もっと大事なことは「エコに関心がない方にも、デザインから関心を持ってもらう」です。活用といえば、オンライン会議で使う、バーチャル背景にするのも手。著作権と使い道フリーです。



#2



左のQRコードから、ダウンロードページへアクセスしてください。
どなたでもデータをダウンロードすることができます。
これまでのアーカイブもぜひご利用ください。

注) Adobe社のグラフィックソフト「Illustrator」がないと編集ができません。

ステッカーを
つくるなら！
アドプリント
<https://www.adprint.jp>
(参考) 1,000枚製作で
8,000円くらい

ジャヌー2
<http://www.jannu-2.com>
(参考) 10枚製作で
10,000円くらい

缶バッジを
つくるなら！
SECONDPRESS
<https://www.secondpress.us>
(参考) 100個で
4,000～5,000円くらい



衣類や会社のユニフォームにつけるのもGOOD



常に持ち歩くスマホの裏にステッカーを！



缶バッジにしてバッグにつけたり、ノベルティにも！

PICK UP 1

ミッションは「持続可能社会の実現」 環境戦略で日本の未来を切り拓く FROM JAPAN

#012 AMITA

「この世に無駄なものなどない」 スタッフの強い使命感の理由

アミタのHPでまず飛び込んでくるのは「産業すべてを環境化する」というフレーズ。企業や自治体の環境戦略をサポートするのが仕事。転換期は1979年のオイルショック。不況で受けた原材料調達の相談にグループ代表の熊野さんが思いついたのがリサイクル事業。「ゴミなど使えない」という当時の価値観。「心理的な壁を不況を追い風に崩し、廃棄物由来のリサイクル原料をスタンダードに変えてきました」社長の末次さんは語る。アイデアで既存の価値観を打ち破る「アミタらしさ」をよくあらわすエピソードだ。熊野さんが環境ビジネスに取り組んだきっかけは水俣病の写真集をみて「自分の命をどう使うか」を真剣に考えたこと。「この世に無駄なものなどない、無駄だと思う気持ちが無駄をつくるのだ」この信念は今もアミタの根底に流れている。スタッフがもつ強い使命感の背景にはこんなストーリーがある。



アミタ株式会社 代表取締役 末次貴英さん



東日本大震災が気づかせてくれたこと 生命が経費扱われる社会を変える

考えたことがあるだろうか。人間も自然も原材料や人件費として経費＝コスト欄に記載されることを...。「3.11を経て生命が経費扱われる社会を変えたい、人と自然の豊かさが価値となる社会を本気で目指そうと決めたんです」と末次さん。宮城県南三陸町のバイオガス発電施設＜南三陸BIO＞を中心とした持続可能な地域づくりの事例をご紹介します。震災後の町で思ったのは「ここで貢献できなければアミタの存在意義はない」。町民は生ごみの分別・回収に協力。回収した生ごみはBIOでエネルギーと肥料に生まれ変わる。作業をきっかけに地域のコミュニケーションが生まれ、互助・共助の関係性が育まれる。農家は町民の生ごみが肥料になっている安心感。町民はこの肥料、あの農家で育てられたという安心感。資源循環の流れが見えることが地域の安心安全につながる。この小規模施設の強みだ。ごみ出しという日常行為を切り口とした住民主体の地域づくりは2019年奈良県生駒市でもスタート。「誰かの役に立ちたい・人とながりたい、という社会的な動機で人が動く社会を実現したいんです」アミタが目指す環境戦略はきわめてあたたかだ。



アミタ株式会社 (AMITA CORPORATION)

〒101-0045 東京都千代田区神田鍛冶町三丁目6番地7
ウンビン神田ビル5階

Tel : +81-3-5296-9372

https://www.amita-net.co.jp/



※アミタ株式会社は東証 JASDAQ 市場上場企業であるアミタホールディングス株式会社の100%子会社です。

PICK UP 2

個性豊かなアップサイクル建材 日本の建築業界にワクワクを！ FROM JAPAN

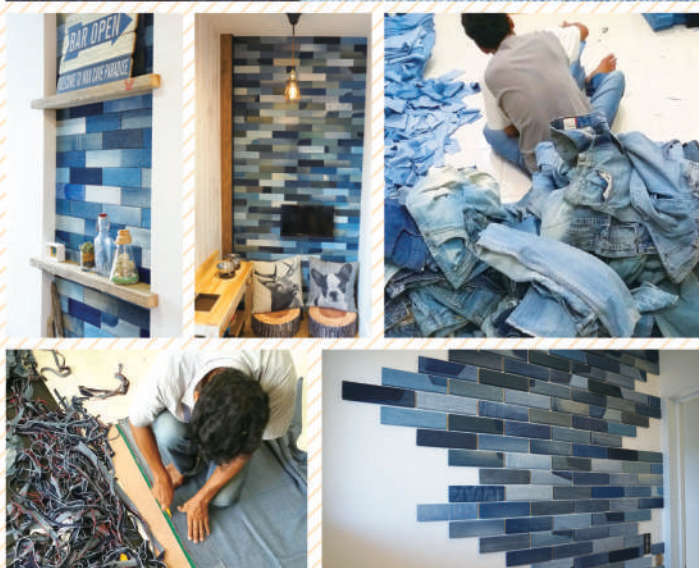
#013 MATERIAL WORLD

画一的な建材であふれる日本 日本の建築にもっとワクワクを！

日本の建築にはなんで個性がないんだろう…。海外を旅して、街並みを見て思うことはないだろうか。それは、便利さばかりを追い求めて人工的な建材ばかりになってしまったことも理由のひとつだろう。そんな日本の建築業界に一石を投じたいとオリジナルの新建材を開発している＜マテリアルワールド＞代表の堀部朝広さん。「海外にはもっとさまざまなリサイクル・アップサイクル素材、製品が沢山あふれているんですよ」海外経験豊富な堀部さんはこう語る。そして個性豊かな素材を使いながら、定期的に手を入れていくので建築本体の寿命も長いそう。日本では使いやすさを求めて、個性が薄く、画一的な商品が多く生み出される。愛着がわかず、スクラップ&ビルドを繰り返すことが悪しき習慣にもなっている…。堀部さんが思う個性的でワクワクする新建材とは？



マテリアルワールド（株式会社TIME&GARDEN）代表 堀部朝広さん



INDIGO UNITED

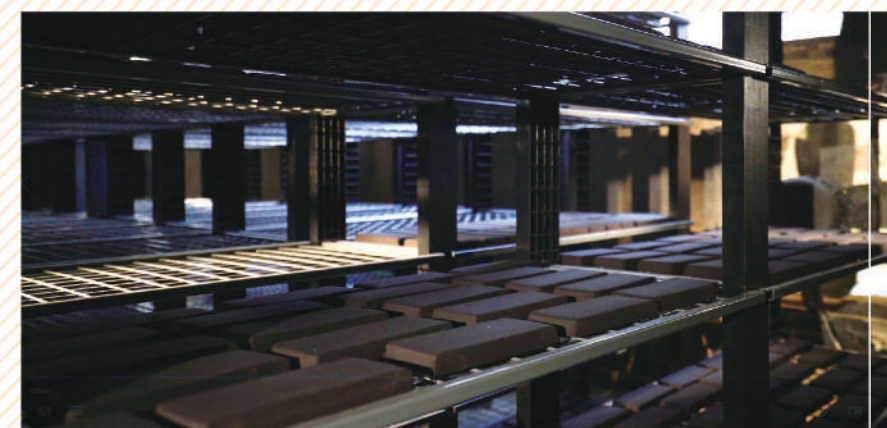
楽しみながらつくるから広がる “身近な意外なもの”からの誕生秘話

まず紹介したいのは＜インディゴナイツ1969＞というデニムタイル。「ファッションでは誰もが1着は持っているジーンズ。古着も流通しているし、ピンと来たんです」スライスレンガの一般的なサイズにしたのは、他のアイテムと一緒に個性豊かに使えるようにしたかったから。もうひとつは、＜ジャマイカンクラシック＞というコーヒーのカスでできたブリック。「私はコーヒーを毎日飲むのですが、世界中で毎日すごい量のコーヒーが飲まれているんだろうな—と思ったのがきっかけ」。「何かできるよね？」—とってから約3年の試行錯誤…ある日コーヒーのカスを使って植木鉢やブリックを製造し始めたという韓国のベンチャー企業と運命的に会い生まれた商品だそう。ちなみに原料のカスはスターバックスコリアから調達している。「物事を見る角度を変え、日本の建築をもっと豊かに楽しく、魅力あるものにしたい！」—私たちが商品を見てワクワクする理由はきっとつくり手自身が一番楽しんでいるからなのだろう。

MATERIAL WORLD

107-0052 東京都港区赤坂8-5-40 ペガサス青山615
株式会社 TIME&GARDEN
Tel : +81-3-5772-3030
Fax : +81-3-5772-3044

info@materialworld.jp
https://www.materialworld.jp/



JAMAICAN Classic

PICK UP 3

Tシャツで熊本と東京をつなぐ 遠方からできる震災復興支援 FROM JAPAN

#014 KUMAMOTO YMCA

熊本 YMCA と民間企業の協働 災害ボランティアに衣類を寄付

2016年4月14日に起きた熊本地震。震度7を観測し、熊本、大分に甚大な被害をもたらした。崩れ落ちた熊本城の映像が記憶にある人も多いだろう。その復興に尽力した団体のひとつが「熊本YMCA」。地震直後から避難所の管理、被災地でのがれき撤去など、数多くの支援活動を行ってきた。もともと社会貢献活動を行う団体ではあるが、この復興支援活動において果たした役割は非常に大きい。このなかで実は東京の民間企業と共同でおこなったエコ活動については、まだあまり知られていない。がれきの撤去など体力を使う作業には、汚れても構わない衣類が数多く必要になる。実は災害ボランティアの作業Tシャツの一部に東京の民間企業が自社イベントでつくったTシャツを使用している。この活動の特徴的なところは、制作段階からイベントで使い終わったら熊本YMCAで使われることが決まっており、デザインにも「熊本で復興支援に使われる」ことがはっきりと明記されていることだ。



イベント1回のためのTシャツにNO！ 企業の無駄とゴミを減らす新しいモデル

Tシャツを提供したのは東京港区の「電巧社」。社員や関連会社を招いて盛大に行われるBBQが会社の文化のひとつ。盛り上げのためオリジナルTシャツをつくるのも恒例。でもTシャツをつくるだけでいいのだろうか、なにか役立てられる場所がないだろうかと考えていたとき、復興支援活動に活用できるという情報を得て、この連携が生まれた。2018年初夏に行われたBBQでスタッフが着用後、役目を終えてクリーニングにかけられ、まとめて熊本に送られた。そして実際にがれきの撤去作業ではボランティアがこのTシャツを着用。企業でイベントをやるとなると「みんなでおそろいのTシャツでも...」という声があがるのはよくあること。でも、イベント後は外で着る人はまずいないし、寝間着にしてくれていたらまだいい方。一度使われてそれっきりのケースがいかに多いことか。そこに新たな風を吹かせたのがこの熊本YMCAが引継ぎ、役立てるアイデア。同じようなチャレンジがきっと別の企業、別の団体でも実現可能だろう。この事例を参考に、ぜひ同じような二次利用の取り組みが行われることを祈りたい。



熊本 YMCA

☎ 860-8739 熊本市中央区新町1-3-8 熊本YMCA CI部
Tel : +81-96-353-6397
Fax : +81-96-324-7877

✉ webhonbu@kumamoto-ymca.or.jp
🌐 <http://www.kumamoto-ymca.or.jp>



PICK UP 4

日本の中小企業としては初！？ 地域の“食べられる庭”を企業がつくる FROM JAPAN

#015 DENKOSHA

インクレディブル・エディブル 食を通した新コミュニティを日本に

イギリスで2012年に始まった食を通したコミュニティ「インクレディブル・エディブル(Incredible Edible)」。「訳すと「信じられない+食べられる」都市の公共空間の花壇などに、野菜やハーブ、果樹などを植え「食べられる庭」に変える取り組み。街の人は自由につまんでOK。イギリス全体で100以上、世界で1000以上もの団体が参加している。前ページにも登場した東京港区の＜電巧社＞は新社屋の建設中。港区芝の新社屋には今の時代に合った、未来を見据えた仕掛けをたくさんほどこしている。その一つの取り組みとして取り入れたのが、新社屋の外壁まわりの植樹を食べられる果樹でいっぱいにすること。おそらく日本の中小企業としては全国初の取り組み(！?)「インクレディブル・エディブル」を絶賛作成中なのである。社長の中嶋武也さんは「ちゃんと果樹が育つか分からないからまだおっぴらには言えないよー」と笑って話してくれた。



都内の一等地で育てるミニ果樹園 地域に根ざし愛される会社のあり方

都内の一等地で、植物にとっても決して最高の環境、というわけではないので、ちゃんと食べられる果実が育つかどうかは今後を見守りたいところ！すべて食べられる植物で囲まれた会社。自分の会社がそんな仕掛けをしていたら考えるだけでワクワクだ。そんな電巧社ミニ果樹園に植わっている植物は...ブルーベリー、アセロラ、カシス、甘夏、グアバ、ビワ、温州みかん、デコボン、キンカン、オリーブ、レモン...と、すでにミニとは言えない規模(笑)。地域の人からも愛される果樹園となるように、と願いも込めてかわいらしいレモンの看板も設置予定だ。食べられる果樹が育つかどうか、スタッフにも地域の方にも楽しみにしてもらえそうな存在になったら素敵だ。そして無事育って地域の方が笑顔で果実をほおばる姿が実現したあかつきには、中嶋さんにも思う存分、自社のインクレディブル・エディブルを自慢していただきたい！



株式会社 電巧社

〒105-0014 東京都港区芝 2-10-4
(2020/7/7 新社屋へ移転予定)
Tel : +81-3-3453-2221

<https://de-denkosha.co.jp>



PICK UP 5

水中カメラマンだから見えるもの プラスチック問題に正面から挑む FROM JAPAN

#016 UMINOMORI YAMANOMORI

子どもたちが描く未来の世界 大人が次世代にみせるべきこと

代表の豊田さんは水中カメラマンとして世界中の海や川に関わり、プラスチック問題に立ち向かえないかと活動をはじめた。今の活動は主に2つ。小学校での出張授業と海に潜って海洋プラスチックを引き上げる活動だ。「子どもたちの発想力と行動力には脱帽ですよ」豊田さんは笑顔で語ってくれた。昨年授業でペットボトルからエコバッグを作成しました。ここまではよくある話。その後子どもたちは自分たちで話し合い、近くのスーパーに交渉してそのエコバッグをお店に置いてお客さまに貸出しをすることに成功したそう。大人は知識を伝え、後押しをするだけで、若い世代はいたって自然に環境のための行動を始めるのだという。

私たちがつくってしまった負の遺産 日本から世界に発信できる取り組みを

豊田さんは神奈川の海に潜りプラスチックの行方を捜す活動も行っている。中層を漂ったり海底に堆積するプラスチックの量は驚くほど多いそう。大型台風の後海中のプラゴミがなくなっていたが、実は埋まっていた。土砂を掘ると中からどんどん出てくる。発見されることなく見えなくなってしまうのはむしろ恐ろしいことだと気付いた。「プラスチック問題は私たちがつくった負の遺産。これまでの経験を次世代に伝えていく義務がある」と豊田さん。日本は世界と比べこの問題に消極的。次世代のことを思えば、ワンウェイや必要のないプラスチックは減らしていくことが必要不可欠だ。海をよく知っているからこそできること。豊田さんの挑戦は続いていく。



NPO 法人海の森・山の森 事務局

222-0011 横浜市港北区菊名 2-24-24
Tel: +81-45-4238021

<https://www.uminomoriyamanomori.com/>



NPO 法人海の森・山の森事務局 理事長
冒険写真家
豊田直之さん

PICK UP 6

目指すは世界の問題解決！ 研究者的視線でゴミ問題に挑む FROM JAPAN

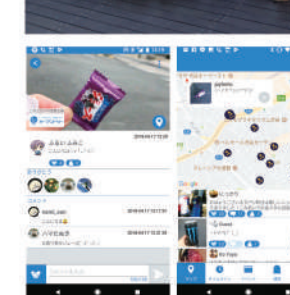
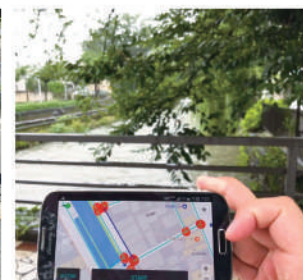
#017 PIRIKA

ゴミ拾いアプリ<ピリカ> まだない解決策を探して起業

累計80万人以上が参加するゴミ拾いSNSアプリ<ピリカ>。これまで世界103ヶ国から1.4億個以上のごみを回収。代表の小嶋さんは大学院時代に仲間と起業した。環境分野の研究からゴミを選んだのは、興味深く・問題が深刻で・誰も手をつけていない分野と感じたことだという。有志のゴミ拾いはあるが問題解決には至っていないし良いアイデアや資金が投げられていないと感じられたのだそう。2010年頃のSNSの台頭で、SNSを活用してゴミ拾いを広げられるのではないかと「だめかもしれないけどやってみよう」と思ったのがこの活動をはじめたきっかけだった。

合言葉は「まずはやってみる」 研究者気質の会社の挑戦

アプリ利用者数も拾われるゴミの数も増えて続けている。最終的にはポイ捨てのない社会が理想。でも当面は増やすことを目指す。脱プラの広まりによるペットボトル減の傾向はまだ表れていないそう。数年前から始めたマイクロプラスチック調査、実はまだ事業としては売上に貢献していない。「研究者気質の会社なのでまず解決したい“何か”が先、後から資金はどう集めるか考えることが多いんです」小嶋さんはそう語る。事業として捉えるよりもまずはやってみる。やっているうちに、企業からの声でカスタマイズし、収益に繋がる部分が多いそうだ。環境問題は全世界の課題。研究者気質の会社の挑戦、これからも目が離せない。



株式会社ピリカ

150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-7-2 エビスオークビル2 41号室

<https://corp.pirika.org>



株式会社 / 一般社団法人ピリカ 代表
小嶋 不二夫さん

2030年までの世界の宿題 SDGsを広げる2人が語る日本の課題

SDGsは持続可能な世界のために、2015年9月の国連サミットで採択、国連加盟193か国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標です。岩手でSDGs啓蒙の会社を立ち上げた村井淳さんと今年5月にSDGsに関する本を出版した編集長・村尾隆介による対談をお楽しみください。

DISCUSSION with ZERO HERO
ゼロ・ウェイスト対談
第2回

Special Guest

ムライロ COMPANY 代表

村井 淳 JUN MURAI

盛岡市役所に35年勤務。2016希望郷いわて国体・希望郷いわて大会に盛岡市責任者として尽力。2019年に会ったSDGsカードゲームに感銘を受け、SDGs啓蒙のためムライロCOMPANYを立ち上げる。2030SDGs公認ファシリテーター/SDGs de 地方創生公認ファシリテーター/SDGsアウトサイドインカードゲーム公認ファシリテーター

Chief Editor

ビジネス書のベストセラー作家

村尾隆介 RYUSUKE MURAO

中小企業のブランディングを日本で当たり前のものにした、その世界の第一人者。国内外で約20冊の書籍をリリース。近著に『今日からできる! 小さな会社のSDGs(青春出版社)』。ワールドワイドにクライアントを抱え年間300日を超える出張生活をこなす。社会問題に熱心に取り組みオオスミ社と共に『ゼロクロニクル』を立ち上げる。

SDGsを広げるカギは?

村尾隆介 : 村井さんはカードゲームを通じてSDGsを岩手県内に広げる活動をしているのですが、そのための会社まで立ち上げています。その情熱は、どこから?

村井 淳 : 昨年5月にSDGsカードゲームを体験し、SDGsの重要性に気づかされました。岩手県内の市町村職員に伝えていくべきだと強く感じたのがきっかけです。他の誰かにお願いして広めるより、自分で学んで伝える方が確実だと考えたこと。そして公務員を定年退職する時に村尾さんから起業を勧められたことも大きなきっかけです。今、地方創生の第2期の計画を策定で、SDGsがよく分からず困っているとも聞いていますので、貢献できればいいなと思っています。

RYU : 僕は高校で先生をしているので、授業で常にSDGsを取り上げることで浸透。また本業である経営コンサルの仕事を通じて全国の中小企業に広がっています。村井さんの岩手におけるSDGsの広がりのスピード感は、どうですか?

MURAI : スピード感は感じられませんね。地方自治体の一部、あとは村尾さんと関わりのある岩手の中小企業などは取り組み始めていますが、一般的な岩手の中小企業は、まだまだ他人事ですね。

RYU : 2030年が期限のSDGsで、それは問題ですね。「2030年までに理解しよう...ではなく、それまでに世界で目標達成しよう」ですからね。僕は新しく出した書籍で、まったく違うアプローチを示しました。それは「あなたは、もうSDGsに取り組んでいますよ」というもの。実際に多少なりとも社会貢献活動をしている会社は多いですからね。

どこから着手、SDGs?

RYU : SDGsの理解ができれば、まずはどんなことから村井さんは行動をしてみたいと企業や行政に対して考えていますか?

MURAI : 村尾さんのいうとおり、すでに社会貢献に取り組んでいる企業は多いので、SDGsとの紐付けすることで変わってきそうですね。カードゲームは、SDGsを理解して自分も起点、全ては繋がっているといったSDGsの基本を体感的に学ぶために効果的ですが、そこで終わっては意味がありません。理解したら実践へ。そのためには、17のゴールを知るだけではなく、その下にある169のターゲット、232のインジケターを読み込み、企業・自治体としてどの目標にどう取り組んで行くのか、しっかりと検討することが必要です。

RYU : 僕はSDGsを知るきっかけが企業や行政といった自分の職場の研修的なものを通じてのことだったとしても、SDGsに向けた行動は個人として行う方が早くアクションにつながると思うことがあります。個人として社会貢献活動や寄付、もしくは個人としてどこかの団体に入ってアクションという感じです。組織としての理解、組織としての行動を待っていたら、すぐに2030年は来ちゃうかも(笑)。SDGsを知ってビビッとしたら、1日も無駄にすることなく待たずに個人で先にアクション。これをおすすめしたいです。

MURAI : はい、最後に世界を変えるのは、一人ひとりの行動です。まずは「自分が起点」ということを大事にもらえたらと思っています。

Thanks to ZERO HERO!
We stand together to make'em ZERO!



WASTE(ゴミや無駄)をゼロに近づける企業のアイデアをシェア。全国の会社が「うちも負けない」と、いい意味で競うことを願って。

WE'RE ZERO-WASTE COMPANY

ゼロ・ウェイスト企業

懸樋工務店(鳥取)



よくある灰色のスチールロッカー ▶ マット黒のカッコいいロッカーへ

懸樋工務店は「ブルックリン・プロジェクト」を鳥取で展開中。なるべく建物を壊さず、無骨な鉄、赤レンガでブルックリン風にリノベーション。また新しい建物も、はじめからブルックリン風ヴィンテージスタイルにすれば、古びてもかえっていいエイジングで建物の価値アップにつながる。そんなブルックリン・プロジェクトで企画したのが「ロッカーフェス」というイベント。どこのオフィスにもある、ザ・昭和なスチールロッカー。この存在がオフィスを古臭く、カッコ悪く見せてしまう。「うちのロッカー

どうにかして!」と申し込んだ限定5社のロッカーを回収してプロの塗装でマットな黒にし、カッコいいコピーを載せてお返しする。その塗装やデコレーションをエンタメ化し、人を集めて開催。イベントには、地銀・不動産会社・ホテルなどさまざまな会社が集まった。鳥取の未来を、あえて古いスタイルで輝かせる懸樋工務店の取り組みは、カッコよくクール。かつきわめて社会貢献的。地元メディアに常に取り上げられる注目の存在だ。

株式会社 懸樋工務店

☎ 680-1417
鳥取県鳥取市桂見573番地
☎ 0857-28-4788
🌐 <http://www.kakehi-const.co.jp>



WASTE(ゴミや無駄)をゼロに近づける企業のアイデアをシェア。全国の会社が「うちも負けない」と、いい意味で競うことを願って。

WE'RE ZERO-WASTE COMPANY

ゼロ・ウェイスト企業

みなみ なおこさん / nalu(神奈川)



プラスチックの大量消費 ▶ Less Plastic Challenge

みなみなおこさんは、神奈川でブランディングコンサルを営むかわら、個人としてLess Plastic Challenge(家のプラスチックを減らすチャレンジ)をしている。きっかけは、2018年夏に地元鎌倉で打ち上げられたクジラ。死因は大量のプラスチック。そこで知った真実に衝撃を受けた。日本人一人当たりのプラゴミの排出量は世界で第2位。その67%がプラ容器・包装。たしかに自分のプラゴミもほとんどは包装・容器。そこでレジ袋はエコバッグに。ラップはシリコンラップに。調味料は量り売りで...。当たり前

のようにお世話になっていたプラをやめてみたら、自分でもびっくりするほど心地よかった。全てのプラを排除するわけではなく、「使い捨て」を「循環」という習慣に変えていけたらという想いで取り組んでいる。今は一人の挑戦。でもいずれは自分のチャレンジの失敗や成功をノウハウに、この活動を全国へ広げて行きたいと語ってくれた。世界を変えるのは一人の挑戦。このチャレンジもきっと世界を変えていくはず。



みなみ なおこ
nalu株式会社
代表取締役 / サステナブルキュレーター

大手住宅設備機器メーカーで10年間、独立してブランドコンサルティング業を10年間、2020年にサステナブル事業の立ち上げ予定。「パッケージフリーで日常を最高のシーンに」をコンセプトに100万人と目指すパッケージフリーの未来をつくる事業を準備中。

☎ 248-0013
神奈川県鎌倉市材木座6-9-21
🌐 <https://www.na-lu.co>



WE'RE ZERO-WASTE COMPANY

ゼロ・ウェイスト企業

青春出版社（東京）



SDGsの本を出版 ▶ 紙やインクにも環境への配慮を！

青春出版社から5月22日に本誌の編集長でもある村尾隆介『今日からできる！ 小さな会社のSDGs』が出版された。SDGs関連の本の多くがSDGsの解説にとどまるなか、この本は多くの事例を紹介するアイデアブックの形式を取っている。「こういう活動もSDGs」「御社も今すぐにできますよ」「むしろ御社もすでにやっていますか？」そう呼びかけSDGsをもっと身近にすることが目標だ。出版に向けて話し合われたのが、紙質やインクに環境に配慮した素材を使い、この本自体をSDGs

実践のサンプルにしたいということ。編集者の手島智子さんが社内外メンバーや印刷所と交渉。無事にFSC®認証マーク※1をカバーに入れることができた。＜VEGETABLE OIL INK＞※2もあわせて表示されている。「著者の想いをかなえられて嬉しい。他のSDGs本との違いも表現できたと思う」と手島さん。ビジネス書のあり方を変えたいという著者の願いの実現のため奔走した青春出版社。ある意味この認証マークが、著者と出版社の信頼関係の証でもある。

株式会社 青春出版社

☎ 162-0056
東京都新宿区若松町12-1
☎ 03-3203-5121(代)
☎ 03-3207-0982
🌐 <http://www.seishun.co.jp>



※1 適正に管理された森林から産出した木材からできた紙であることを示す
※2 基準を満たす植物油インキまたは該当インクで印刷した印刷物につけられる環境マーク

WE'RE ZERO-WASTE COMPANY

ゼロ・ウェイスト企業

アポログループ（福島）



クリアファイル回収ステッカー配布 ▶ 小学校に回収箱を設置

福島でエネルギー事業を手掛けるアポログループ。プラスチックゴミ削減の活動として、本誌と連動してクリアファイルの再利用を促すステッカーの配布を他の企業に先駆けて取り組んできた。ただ、それだけで終わらないのがこの会社。この活動をもっと大きく広げていくためにこのプロジェクトに新しい風を吹かせている。それが、学校にクリアファイルの回収BOXを設置して、不要になったクリアファイルを集める活動。福島市内の小学校に設置する予定で、回収したクリアファイルはアポログループが1枚

5円で買い取り、その費用を学校の備品購入や教育支援に役立てもらう。本格的な実施は秋頃を予定。ちなみに写真の回収BOXは試作品で、アポログループの自作。設計図を描きスタッフが手づくりで完成させた。「ふくしまで笑おう」というビジョンを掲げ、グループ全体で再生可能エネルギー、エコやSDGsに真剣に、かつ笑いを忘れずに取り組んでいる。そんな姿に福島の明るい未来を見出す人がきっとたくさんいるだろう。

アポログループ

☎ 960-0201
福島市飯坂町字八景6-17
☎ 024-542-1122
🌐 <http://www.apollogas.co.jp>



MOMENT FOR DOCUMENT ECO FILM REVIEWS

環境ドキュメント映画がいちばんの学び

オオスミ社では社員がセミナーがわりに環境に関するドキュメント映画を観ます。オンデマンドでいつでも観れるいい時代。ぜひ次回の出張時のお供に。



『グリーン・ライ 〜エコの嘘〜』
2018 / オーストリア / 97min

Reviewer
大角 武志
TAKESHI OSUMI

環境配慮の“ウソ”を追う 問われる消費者の見極める目

監督がグリーン・ウォッシュの専門家と共に環境配慮の“ウソ”取材するドキュメンタリー映画。スーパーマーケットでみかけた持続可能な取り組みをして作られたという認証マーク入りの商品。本当に取り組みをしているのか？疑問を提起する。環境保護認証は世界中に沢山あり、関連商品の売上高は日本円に換算すると約4兆3千億円にもなる。しかしこれらが必ずしも持続可能な製造をされているわけではない。企業が認証を取ることは、悪いことではないが、その内容が虚偽や製品を売るためのプロパガンダであってはならない。大事なことは、企業や政治に責任を負わせるだけではなく、我々消費者自らが知識を得、単に企業の宣伝を鵜呑みにしないこと。どうやら今日から買い物に時間を長くなってしまいそうだ。



『Beneath the Sea』
2018 / 60min

Reviewer
梅沢 要樹
YUJI UMEZAWA



海の美しさを感じてほしい

ドキュメンタリー映画といってもナレーションも解説もありません。BGMが流れる中、美しい海の中の多種多様な生物を描いた作品です。小魚の群れと赤エビの奇妙な動き、海に雨が降るシーンに感動しました。普段日常の中では感じる事の出来ない別世界がここにあります。地球は本当に美しく素晴らしい星だと感じさせてくれます。私達はこういった美しい自然を守るために、日々環境に取り組んで行きます。



『フード・インク』
2008 / アメリカ / 94min

Reviewer
横井 優香子
YUKAKO YOKOI



世界は変えられる、一口ずつ

アメリカの食品業界の裏側を暴くドキュメンタリー映画。食糧の大量生産、低コストを実現した為に起きた弊害は、日本でも同様に発生していると気づかされる。公開から既に10年以上経っているが、状況は変わっただろうか。消費者である私たちが「地産地消を心がける」「労働者や環境を大事にしている企業から買う」といった行動をとって、変えていかなければならない。



『ジェーンのきぼう』
2020 / 88min

Reviewer
高橋 正一
MASAKAZU TAKAHASHI



人間の「知性」に希望を見出す

英国出身の豊長類学者ジェーン・グドールは、元々人から注目されるのは好きではなかった。そんな彼女が86歳になった今も、自然の大切さを伝えるために世界各地を飛び回りRoots & Shootsという環境プログラムを運営するのは未来の子供達のためであり、それが結果的に地球を守ることに繋がるのだ。彼女は人間の知性(頭脳と心の調和)に訴えかけることで、希望を見出すことが可能だと言う。そして今、彼女の意思を受け継ぐ若者が何百人も育っている。



『ブルー・ゴールド』
2015 / アメリカ / 92min

Reviewer
望木 修一
SHUICHI MOGI



水道の蛇口から出る「水」に幸せを感じる

今でこそ自動販売機に「水」が売られている事に何の違和感もありません。ですが、およそ30年前に「自動販売機で水を買う」という事は考えもしませんでした。蛇口を捻れば水が出て、外出先で喉が渇いたら何時でも手に入るこの環境が世界から見れば当たり前ではない事に気づくことが出来ました。「水」という限りある「資源」を得るための争い。もしも、その争いに敗れたとき「水」の無い生活は可能なのか。世界で起こっている現実の一部を知る事で「水」を含む「資源」に対して深く考える機会になりました。

Use it
As a team



#001 オオスミオリジナルネクタイ | 1本 ¥8,000 w/tax

環境調査のオオスミ 社員専用のネクタイを販売

本誌『ゼロクロニクル』を発行する環境調査会社「オオスミ」が社員専用ネクタイを導入。ゼロクロニクルの皆さまにも、ぜひ使っていただきたく、ここに販売開始！ シロクマをモチーフにしたネクタイはいくらでもあると思いますが、気候変動の象徴である「氷に乗って流される、呆然としたシロクマ」のものは世界初！



ぜひ、
企業単位で購入して
職場で使ってください。

本誌を複数購読していただき
各部署で読んでいただくのも
オススメです。



BACK NUMBER ラックの活用
もオススメです。
(専用ラックも販売予定)

>> ORDER オーダー方法は
裏表紙をご覧ください

Use it
As a team



#002 バイオストロー | 1箱 ¥500 (50本入り) w/tax

紙ストローもオシャレに！
来客用には、これを準備！

キナリっぽい紙ストローが多い中、海外では既にオシャレ系が出てきています。この〈BioStraw〉は1箱50本入り。編集部がニュージーランドから持ち帰りました。この夏あなたの会社にいらっしゃる来客のために、ぜひ揃えておくといい一品。こういった商品は箱自体も勉強になります。その参考にも、どうぞ。



>> ORDER オーダー方法は
裏表紙をご覧ください



#003 エコパック | 1パック ¥500 (15枚入り・1枚=36リットル・手提げ付) w/tax

オシャレ系エコ的ゴミ袋
脱プラスチック新選択肢

脱プラスチックの選択肢は紙頼み？ NO！ 海外では、こういったプラスチックのようだけど、そうじゃない...、しかも袋自体にもデザインが入っているオシャレ系がいっぱい。スタッフがニュージーランドから持ち帰ったゴミ袋。『ゼロクロニクル誌』のために3つ提供。職場のゴミ箱に使うのがナイス。いい肌触り！？



>> ORDER オーダー方法は
裏表紙をご覧ください



#004 PUMA×CENTRAL SAINT MARTINS | ※参考商品(販売はしていません。紹介のみ)

服のサステナビリティ元年 プーマと大学の新しい試み

この夏「PUMA」が投入したエコラインは、ロンドンの名門芸術大学「セントラル・セント・マーチンズ」とのコラボから誕生。染色&プリント技術を駆使し、製造上の化学物質や廃棄物の量を大幅に削減。水は最大で17%の削減に成功。シューズもウェアも、未来を感じるデザインです。お求めは下記の「プーマ」のサイトで。



<https://jp.puma.com/jp/ja/select/central-saint-martins>



#005 紫キャベツ・ツイルタイ | ※参考商品(本誌では販売はしていません。参考までに10,780円)

捨てられるはずだった 野菜で染めるアパレル

「フードテキスタイル」は天然染料9割の生地で作るアパレルを企画。アパレル会社と食品会社の橋渡しをしています。ここではネクタイを紹介していますが、あの「コンバース」もフードテキスタイル版があります。特筆すべきは、その染料は捨てられるはずだった野菜や食材からできていること。このタイは紫キャベツ！



<https://foodtextile.shop/>

>> ORDER オーダー方法は裏表紙をご覧ください



#006 All birds | ※参考商品(販売はしていません。紹介のみ)

普段の通勤、休日の運動で カーボンフットプリント削減へ

我々の生活に欠かすことができないファッションアイテムの一つであるシューズ。毎日履いている相棒から環境を気にしてみるのはいかがでしょうか？ All birds のシューズはすべて廃ペットボトルを再利用した紐が使われています。その他の材料も環境に配慮した素材が多く使われています。デザインもシンプルで様々なファッションに合わせることもでき、ウォーキングはもちろん、ハードなランニングにも問題なく使うことができます。



梱包
について

*梱包について
商品はすべて環境配慮のため
REUSEパッケージで
発送します。



*宅配業者について
「ゴミをいちはん出さない」
を基準にパートナー企業も選んでいます。
(常に社内で話し合っています)



>> ORDER オーダー方法は
裏表紙をご覧ください



#007 ソネングラス | ※参考商品(販売はしていません。紹介のみ)

太陽のめぐみを照明で満喫 ハンドメイドのあたたかな灯り

太陽から得た灯りを持ち運ぶことのできるソーラーランタン。少しごっつりとしたガラス瓶に、一見蓋にしか見えないソーラーパネル、金具を動かしマグネットを蓋につけることでやわらかな灯りが最大24時間にわたり灯る。ハンドメイドで作られている南アフリカ産のこのランタンは、70%がリサイクル素材でつくられているという究極のエコグッズ。太陽をおもいっきりあびさせた後には、部屋の照明を消し、ランタンだけの明かりで地球に優しい夜を楽しみましょう。



<https://sonnenglas.jp/>



車イス直し やっています

※この車イスはイメージです。



AKAO AUTO LIFE



メールでも予約受付中！

✉ info@akaoautolife.com

〒群馬県太田市東本町38-1

☎ 0276-25-8359

SEE YOU NEXT ISSUE
WINTER 2020



各商品のご注文はメールで
お問い合わせください。

zgoods@o-smi.co.jp

FSC®森林認証紙、ノンVOCインキ（石油系溶剤0%）など印刷
資材と製造工程が環境に配慮されたグリーンプリンティング認定
工場にて、印刷事業において発生するCO₂全てをカーボンオフ
セット（相殺）した「CO₂ゼロ印刷」で印刷しています。



ミックス
紙
FSC® C009309

リサイクル適性(A)
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。



GREEN PRINTING JPPF
P-B10164



ZERO®
CO₂
PRINT
BY OKADA PRINTING

Zero Carbon Printed in Yokohama【協力 / 株式会社大川印刷】