



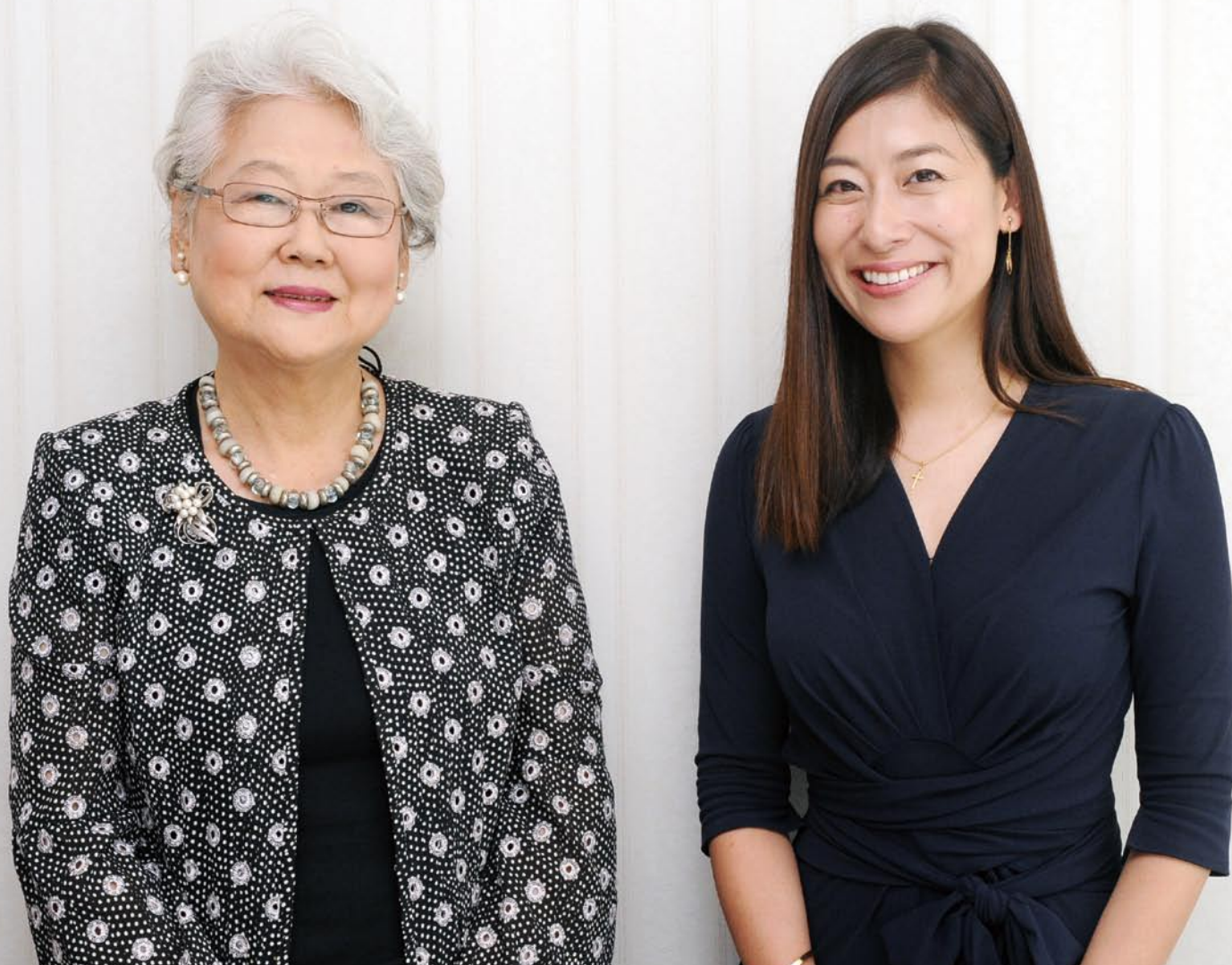
2016(平成28)年
10月1日発行

Vol.68

ELCO RADAR

Ecological Life and Culture Organization

公益社団法人 環境生活文化機構 季刊エルコレダー



CONTENTS

TOP

一般社団法人エシカル協会 代表理事 末吉 里花氏インタビュー
つくる人、売る人、買う人、エシカルが皆を幸せにする …… 1

《特別連載》海と地球環境③ 人間活動が海を変えていく
東京大学大気海洋研究所 教授 蒲生 俊敬氏 …… 8

《連載》環境を見つめる人々51
立教大学大学院 21世紀社会デザイン研究科 教授 萩原 なつ子氏 …… 11

《連載》エコ&ユニフォーム最前線19 ダイセン株式会社 記者 富永 周也氏 …… 12

《寄稿》服を交換し合い、心がつながる xChange 代表 丹羽 順子氏 …… 13

つくる人、売る人、買う人、 エシカルが皆を幸せにする

一般財団法人エシカル協会 代表理事 末吉 里花 氏

バンラデシの縫製工場が崩壊して多くの犠牲者を出した事故は今もなまなましく思い出される。先進国が豊かな消費社会を享受している陰で横行する人権無視、環境破壊、搾取。グローバルな経済活動の歪みが生んだ悲しい現実には私たちはどう向き合えばいいのだろうか。そんな難題に真摯に取り組む中で広がりつつあるエシカル (ethical) という言葉について、エシカル協会代表理事の末吉里花さんに話を聞いた。(聞き手: 公益社団法人環境生活文化機構・広中和歌子会長)

広中 ご無沙汰しています。末吉さんとは、エシカル関連の会合でお会いして以来ですね。

末吉 そうですね。広中先生のことは、山本良一先生 (東京大学名誉教授) からお話をうかがって楽しみにしていました。本日はよろしくお祈りします。

広中 こちらこそよろしくお祈りします。山本先生は、環境問題に工学の視点からアプローチなさってこられ、日本エシカル推進協議会の代表をお務めになり広くご活躍ですね。私も以前に研究会に呼んでいただき地球憲章について話をさせていただいたことがあります。山本先生は、消費者庁の「倫理的消費」調査研究会の座長をなさっていますが、末吉さんもそのメンバーとなっていていらっしゃいますね。「倫理的消費」は、「エシカル消費」とも呼ばれます。

本日は、この「エシカル」という、まだ国民に十分に認知されていない言葉をテーマに、エシカルのもつ意味や意義、そして末吉さんのご活動についてお聞かせください。

エシカルとは

末吉 「エシカル (ethical)」をそのまま訳すと「倫理的な」となります。法律で定められてはいないけれども、多くの人たちが正しいと考えている普遍的な社会規範を指します。私が代表理事を務めています一般社団法人エシカル協会は、私たちの消費活動やライフスタイル、あるいは経済活動が、人・社会・地球環境それぞれに配慮したエシカルな行動であるかどうかを考え、消費者も生産者も、とも

に倫理にかなった行動、つまりエシカルな行動がとれるような社会となるように貢献することを目的としています。そこで、まずはエシカルの普及活動を中心に行っています。

広中 具体的には現在どのような活動をなさっているのですか？

末吉 例えば、エシカルに関するイベントやファッションショー、セミナー、講座などを企画・運営しています。仲間と楽しくエシカルを語り合えるコミュニティ・ナイトも定期的に開催しています。さらに今後は、エシカル普及のためのカリキュラム・教材作りに力を入れていく予定です。また、同じような取り組みをしている個人や団体と提携したり、エシカルな活動を目指す企業とともに、エシカルの普及に必要と思われるさまざまな事業を進めようとしています。

広中 対象としているのは消費者だけではないのですね。

末吉 モノをつくる人、それを売る人、そして買う人、そのすべてが対象になります。三者がそろってエシカルな思考に基づいて行動できたら素晴らしい世界になるだろうなと思っています。

広中 そもそも末吉さんが、このようなエシカルに興味を持って、それに関わる活動をなさるようになった経緯をうかがいたいですね。確か海外での生活が長いとうかがいましたが、お生まれは日本になるのですか？

末吉 生まれはアメリカですがすぐに日本に戻りました。その後、小学生の時に一時タイのバンコクに

住み、中学1年から高校3年まではニューヨークで暮らしました。父が銀行員として主に海外に赴任していた関係で、大学に入るまでは海外での生活の方が長かったですね。

広中 お父様は金融アナリストとして有名な末吉竹二郎さんですね。

末吉 はい。父は今、金融の持つ力が、環境問題や社会がかかえている様々な課題の解決に繋がることの大切さを伝えています。

広中 末吉さんご自身は、何を契機にエシカルという考えを人生の課題となさったのですか？

末吉 大学を卒業して社会に出て、フリーアナウンサーとしてテレビでの仕事もさせていただくようになりましたが、エシカルという考えを意識することは全くありませんでした。自分がよければそれでいいという、自分に矢印が向いた生活をずっとしてきたのですが、いろいろな国を見てきたことが自分を変えました。なかでも、自分の人生でもっとも大きな影響を受けた経験は、「世界ふしぎ発見！」というテレビ番組のミステリーハンターとなったことです。タイトルどおり世界の不思議を発見してレポートする番組で、私は10年ほど各国をレポートさせていただきました。番組ではもっぱら普通の人が旅行では行けないところ、いわゆる秘境といわれるようなところを訪ねました。

広中 秘境というと南極などでしょうか？

末吉 南極はありませんでしたが、北極近くまでは行きましたね。シベリアや中国の奥地にも行きました。その中でももっともターニングポイントになったのは、2004年にタンザニアのキリマンジャロに登頂した時です。標高6,000m近くあるアフリカ最高峰の山に、それまで高尾山ぐらいにしか登ったことのない私が最後まで登ったのです。頂上は氷河が横たわっていたのですが、その氷河が地球の温暖化で解けていっているという科学者の発表を受けて、どれくらい解けているのか実際に確かめに行ってみようという旅でした。

山に登る前にふもとで暮らすタンザニアの小学校を訪ねたら、子どもたちが小さな体で一本一本、植林活動をしていました。氷河の雪解け水は彼らの生活用水であり、それが解けてなくなるということは死活問題なのです。

子どもたちから自分たちはキリマンジャロに登れないので、自分たちかわりに氷河の様子を私に見てきてほしいと背中を押されまして、なんとか登り切ることができました。そうして目の当たりにした光景がたいへんショッキングでした。もともとあ

ったといわれている氷河の一割程度しかすでに残っていませんでした。

温暖化についてはすでに広く知られていましたし、私自身も理解していたつもりですが、実際にその影響を目の当たりにしてみると、これは単なる地球全体のデータ上の話ではなく、こうした自然の豊かな場所やミニマムな暮らしの中に影響が現れているのだと実感しました。そこで実際に肌で感じた温暖化の問題を日本の人たちに伝えるような活動をこれからもしていこうと決心しました。

エシカルはイギリスから始まる

広中 その温暖化や環境問題全般を考えていく中でエシカルという考えが重要なキーワードになってきたのです。このエシカルという言葉は、いつごろから言われ出したのでしょうか？最初はイギリスから始まったような気がしますが。

末吉 1989年にイギリスで『エシカル・コンシューマー』という消費者向けの雑誌が発行されています。当初は、社会や環境に対して配慮していない会社の商品を購入するのはやめましょうというボイコットが目的だったようです。この頃からイギリスの消費者意識がだんだんと高くなっていったようです。

エシカルには、この概念を支えるいくつかの柱があり、その重要な一つがフェアトレードという考えです。1950年代、60年代に入ってヨーロッパ中心に、今でいうところのフェアトレードショップが広がっ



一般社団法人エシカル協会代表理事 末吉 里花 氏

ていきましたが、当初はフェアトレードではなく、ワールドショップというような言葉が使われていたようです。そういった中で、80年代に入り、ようやくフェアトレードという言葉が出てきて定着していったようです。

広中 国際貿易の分野でトレードがフェアであるべきだということからスタートしているわけですね。まだその意識はコンシューマ（消費者）まではいっていなかったのですか？

末吉 まだです。ただイギリスでは、小さい頃から自分のお金の使い方についての教育を学校でしているようで、イギリス人は消費者として自分の大切なお金を何にどのように使うかということをよく考えて買い物をする傾向がありますね。そういうこともあって『エシカル・コンシューマー』という雑誌も発行されたのだと思います。

その後、1990年代のブレア政権の時に、ブレア首相がアフリカの飢餓対策のための政策として「我々はエシカルな外交を進めていく」と言っています。以来、途上国の経済自立を支援するものとして、政府がフェアトレードを後押ししています。

広中 そうして政治用語としてもエシカルという言葉が使われるようになっていったのですか？

末吉 はい。その発言がきっかけで、イギリスの企業でもエシカルという言葉が一般的になっていきます。

広中 実は日本の国会でもエシカルという言葉

聞いていました。それが一般的な消費者運動につながるものだったかは分かりませんが、当時はただ消費者にとって安かろう悪かろうではなく、安全なものという意味合いだったように覚えています。あくまでも自分たちにとって安全な食べ物とか、安全な衣服ということで、途上国から搾取して先進国が安い物を大量に手に入れているという感覚はなかったように思います。それにしてもエシカルという言葉が入ってきていたことは間違いのないですね。

末吉 それはいつ頃ですか？

広中 環境問題が盛んに言われ出したのが80年代の後半です。東西冷戦が終わりに近づいて、両陣営の共通の敵とは言わないまでも、共通の課題として挙がってきたわけです。そこで様々な角度から環境問題に取り組む中で、エシカルという言葉がイギリスあたりから言われ出して、日本の政治の世界にも聞こえてきました。ただ、それが一般に広がって政治課題となるほどではなかったですね。末吉さんの場合は、どのようなきっかけでエシカルという言葉に出会ったのですか？

ピープル・ツリーとの出会い

末吉 2006年のことですね。フェアトレードとしては日本最大の「ピープルツリー（People Tree）」というファッション・ブランドがあります。その創業者がイギリス人のサフィア・ミニーさんという女性で、彼女と出会ったことが契機になりました。

それまでのフェアトレードはどちらかというと地味で、センスは二の次になっていました。今年で25周年を迎えたピープルツリーというブランドは、環境保護と途上国支援を目的にしながらも、先端的なデザイナーとのコラボレーションを展開したり、セレブリティと共にフェアトレードの大切さを伝えながら、ファッションブルな若い女性の支持を得てきたのです。ピープルツリーは自然保護と人権保護の両方が活動の柱で、すでに環境問題に取り組んで活動していた私にとっても、彼女との出会いは大きな刺激となりました。

広中 イギリスの方が、日本のブランドを立ち上げたのですか？

末吉 そうです。サフィアさんは、ご主人の仕事でたまたま日本に転勤してきたのですが、イギリスでは環境や人に配慮した商品が当時から割と売られていたのに、日本では聞いたことがないのに気づきました。それが1990年代の話ですけど、そんな彼女が最初に覚えた日本語が「もう、包まなくていいです」だったそうです。



広中 なるほど、日本の過剰包装に驚いたのですね。残念ながらこの傾向はいまだにありますね。日本でも昔はきれいな紙をとって小箱に張ったりとモノを無駄にしない気風がありましたし、アメリカの場合はギフトの時はお金を出して特別に包んでもらいます。さもないとそのまま、自分で袋に入れて持ち帰りますね。

末吉 サフィアさんはそういう経緯もあって、フェアトレードによるファッションで世界を変えようというスローガンを掲げて日本で自分の店を立ち上げました。私はファッションが大好きだったので、自分の好きな分野で世界を変えることができたら、そんな素晴らしいことはないかと心打たれまして、彼女と一緒に活動を始めました。今から10年以上前の話ですが、そこから私の現在の活動も実質的にスタートしたわけです。

ただ、エシカルという言葉と出会ったのは、その後の東日本大震災後になります。日本でエシカルという言葉がよく聞かれるようになったのもその時期でして、私もそこでエシカル・ファッションということに注目するようになりました。

広中 お話を聞いていると、ノーベル平和賞をとったケニアのワンガリ・マータイさんを思い出しますね。

末吉 あの「もったいない」という言葉を世界に広めた方ですね。

広中 そうです。私はワンガリ・マータイさんとは地球憲章起草の際にご一緒したご縁がありまして、日本にいらした時に私も彼女の講演を聞きに行きました。その講演で彼女は「もったいない」という言葉を私たち日本人に思い出させてくれたのです。その後、私がケニアを訪れた時に再会し、そこでの「もったいない」運動も拝見しました。その運動は日本のスタンダードから見ると、少し変化しているようでしたが、ともかく「もったいない」を世界語にしたのは彼女ですね。

末吉 確かに「もったいない」という言葉はエシカルという言葉に含まれるという共通するところがあります。やはり私たち日本人がエシカルということをもう少し分かりやすく考えるには、昔ながらの日本人が大切にしてきた精神として「もったいない」に加えて、「足るを知る」や「お互いさま」「おかげさま」「思いやり」「助け合い」といった言葉も日本人にとっては、すごく響くし、そういったことを大切にしていくこともエシカルなんだよ、というふうに伝えていけばよいのかもしれないね。

広中 そうですね。そうすると海外から輸入され

たファッション・ワードではなく、自分たちが積み上げてきた大切な価値観だということがわかりますね。それは本来どこの国でもあったのですよね。日本でも古い着物をほどこいてお手玉を作ったりしていましたが、アメリカの図書館にもジャムを作ってお裾分けするとか、できた農作物を瓶詰めにして次の年まで食べつないでいく話などが書かれた女性たちの日記が残っています。

倫理的とは

末吉 エシカル消費とも呼ばれる人や社会・環境に配慮した消費行動「倫理的消費」について研究する消費者庁の「倫理的消費」調査研究会は、始まって1年以上が経ちました。どのように国民に分かりやすく「倫理的消費」を伝えるか、現在熟議を重ねているところです。

広中 エシカルや倫理的にかわる日本語はないのですか？

末吉 ちょうど8月末まで消費者庁が日本語表記を公募していました。倫理的よりもっと分かりやすく、やさしい日本語表記はないものだろうか。倫理という固いイメージですし、エシカルという外来語では分かりにくい、という意見もあります。

研究会の中では、「思いやり消費」や「おかげさま消費」とかいろいろあがっています。消費者庁としては一人でも多くの国民に、分かりやすく実践できるような形で伝えていきたいと考えています。将



来的には企業に何かしらの制約を課すための基準づくりなどが行われるかもしれませんが。それから、もう一つ大きな柱としては「地方創生」というキーワードでエシカル消費を進めているので、鳥取県や徳島県でエシカル消費に関する大きなシンポジウムを開催しました。東京だけでなく日本各地でエシカル消費、エシカルな価値観をもって再び地域が元気になるような取り組みをしたいという思いでいろいろな取り組みをしています。

広中 なるほど。GDP、お金を尺度として測れない豊かさがにじみ出てくるような、そういうものに社会全体がシフトしていくと満足度が高いのでしょうかね。

末吉 それは一番重要な部分だと思います。お金とか目に見えるものが重要ではないこと。もちろん環境に配慮したモノづくり、それからやはり誰もが犠牲にならないような社会。エシカル消費の対象は障害をもつ方たちのつくる製品もありますし、社会的弱者といわれている方たちも生き生きと働けるような社会づくりを応援していきたいと考えています。また、地方創生という意味ではいろいろな地域で職人さんたちがいますよね。その方たちが次の世代に技術を引き継いでいってもらいつつ、伝統工芸品などにも新しい価値を見出していく。それぞれがそれぞれの立場や役割で幸せに生きられるような社会。もちろん経済の安定なくして社会は安定しませんが、大きな目で見るとそういうものを目指しています。

広中 そうすると社会の尺度そのものが変わることですね。

末吉 そもそもエシカルというような価値観をもって、こういう活動を進められるということは、従来の概念を一度壊して、今までであった人間中心的な、経済市場主義的な価値観から抜け出して、新しい価値観で社会を再構築することではないでしょうか。

広中 戦後、日本政府が経済社会を引っ張ってきた中で、このような倫理的消費を推すようになったということは大きな意味がありますね。

末吉 本当にマイルストーンのように感じます。

ラナプラザの悲劇

広中 私たちの「もったいない」には、お百姓さんが汗水流して作った食べ物を粗末にするのは「もったいない」とか、職人さんが丹念にこしらえたモノを粗末に扱うのは「もったいない」というように、作った人の顔を思い浮かべて食べたり、使ってきたわけです。大量生産・大量消費の社会では、そ

うした生産者の顔が見えなくなってしまったのも問題ですね。

末吉 生産者の顔が見えて、そこに価値を見出して買うことこそエシカルだと思います。最近若いデザイナーが、伝統工芸に非常に興味をもって新しいデザインで、また伝統工芸を若い人たちに伝えたいと活動しています。昔ながらのデザインだとなかなか若い人たちは買わないけれども、とてもオシャレな伝統工芸品がたくさん出てきました。

広中 その価値を見出してそれにフェアな値段を払うのなら素晴らしいのですが、残念ながら彼らの美的感覚とか労働力などがフェアに評価されていないケースもあります。特に発展途上国の生産者に対してはひどいものがあります。2013年にバングラデシュで起きた縫製工場の崩壊事故は、その最たるものですね。いわゆるラナプラザの悲劇です。これは本当にひどい労働条件の中で働かされて、製品が世界各国に輸出され、それが安くて素晴らしいからみんな買うわけですが、その素晴らしさに対して、フェアな値段が払われていないわけです。これこそエシカルな視点から糾弾されないといいませんね。

末吉 あれは本当にひどい話ですね。1,100人以上の方たちが亡くなりました。工場長はビルに亀裂が入っているのが分かっているながら、強制的に働かせたのです。私たちが安いものを求めてファストファッションを購入する裏では、環境汚染や搾取、人権侵害といった暗い要素が隠れているかもしれないのです。私たちの活動の中でも、そういう商品を選択しないように心掛けてもらうよう多くの人に強く訴えているところです。

広中 それはどのような形で行っているのですか？ 商う方もビジネスマンですから、いいものをできるだけ安くという需要があれば、それに応えるだけです。その生産現場の様子は分からないのでしょうか？

末吉 それは非常に難しい問題ですけど、例えば若者に絶大な人気を得ているファストファッションのブランドに働きかけるためには、NGOやNPOといった民間団体の力が大きいです。実際に彼らは工場に替入、実態を調査して、レポートを書き、それを企業側に提出して、犠牲が伴っている部分は改善してもらうように働きかけています。

現状としては、そういった有名ブランドでは事実であることは認めた上で「改善していきます」と言ってもらえるところも出てきたようです。イギリスではもっと過激にそのようなお店の前でボイコットや抗議運動をしたりしていますね。

広中 消費者も知らないから、安ければいいと買ってしまう。私自身もそうしたブランドを買ってしまうことがあります。実際に「安かろう悪かろう」ではなく「安かろう良かろう」なんです。品質も丈夫でしっかりしている。そうすると、まるで食事でもしたかのように、洋服も着捨てることになってしまう。

末吉 私もこの活動をしている中で、すべてのものをエシカルなものとするのは無理だと思います。それでは続きません。そこで10枚の洋服を買ううちの1枚とか2枚だけでもそういうものに変えてみませんか、という働きかけをしています。全部エシカルなものにしないとダメということでは、現実的ではありませんしね。

コットンと地球環境

広中 ビジネスとしては企業も勝たなければならぬわけで、それはたいへんな思いをしているとは思いますが、先進国の企業は、より新しい分野に挑戦していく中にエシカルという筋を一本通してくれたりいいですね。その結果として、世界全体としては搾取が少なくなり、より平等化に向かうとよろしいのですが。

末吉 ただ、そうした洋服を作っている企業も、今後、それこそ自分たちが洋服づくりに必要な原材料とか資源とかは、もうこの地球では賄うことができなくなっていくという危機感を抱き始めているところが結構出てきました。

例えば洋服の素材であるコットンは、環境面だけでいうと、気候変動でコットンを育てられるような土地をこれ以上維持していくことはできなくなっています。またコットンの生産には大量の農薬が使われています。この農薬で健康被害が生まれ、毎年約2万人が亡くなり、300万人の人が慢性の病で苦しんでいます。生産者のほとんどが発展途上国の人で、生産者価格も安く叩かれ、貧困から抜け出せずにいます。そのためにも適正な価格で購入することで、立場の弱い途上国の生産者を支援できます。人権を守り、貧困を克服して、環境汚染などの諸問題を解決していくにはフェアトレードはひとつの有効な解決策だと思います。

広中 今は化学繊維のものが多くはないですか？

末吉 確かにそうですね。ただ原料となる石油もいずれは枯渇してなくなります。いろいろな意味において企業も今から真剣に考えておかなければいけない時期にきています。ですから、企業も少しづ

つエシカルな方向にシフトしてきているとは感じています。

バナナペーパーの可能性

広中 例えばどのような企業が変わり始めているのでしょうか？

末吉 まず紙を使う業界ですね。製紙会社や印刷会社では、FSC認証をもった紙にどんどん切り換え始めていますね。FSC（森林管理協議会）は、木材を生産する世界の森林と、その森林から切り出された木材の流通や加工のプロセスを認証する国際機関で、森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなない、経済的にも継続可能な形で生産された木材に対して、FSC認証が与えられます。いくつかの企業にこうした良い動きが見られます。

広中 さきほどいただいた末吉さんの名刺もそのような紙ですか？

末吉 実は私の名刺は、オーガニックのバナナの茎を原料とした紙なんです。通常、紙の原料となる木は、30年ほどかかって大木になります。ところがバナナは、一度しか実をつけない植物で、その茎は収穫後には捨てられてしまいます。アフリカのザンビアでは、広大なバナナプランテーションがあり、そこでは毎年、大量のバナナの茎が廃棄されています。このバナナの茎を原料として、これに日本の和紙の技術とコラボレーションしてできたのが、このmade with Japanのバナナペーパーです。現在、ザンビア以外のアフリカの国々からも共同で開発したいと声がかかっているそうです。エシカルな紙というだけでなく、質もとても高い紙なので、今後、日本のマーケットに普及していきだろうと考えています。

広中 お値段はいかがですか？

末吉 残念ながらまだ高いので、それをいかにクリアするかが課題になっています。しかし、この紙が普及すれば新しく木を切らずに済みます。

広中 ザンビアでの製紙工場が成功すると、その土地の人たちに新しい雇用をもたらしますね。

末吉 そうです。雇用が生まれ収入が得られたら、持続可能な生活ができるようになります。ザンビアの例で言えば、最貧困層の人たちが住む地域でくっってもらっています。この地域では象の密猟も多いのですが、その象の密猟をしているのは誰かという、普通の一家のお父さんなのです。結局、貧しいために密猟でもなんでもしなければいけないのです。彼らが密猟を止めてバナナペーパーの工場で働けば、間接的ではありますが、生物多様

性を守ることもつながります。

若い世代への希望

広中 ところでエシカルという言葉は、若い世代ですたらすなりと採り入れていけるのだと思いますけれど、私が生まれ育った時代では、エシカルなんて考えている余裕はなくて、とにかく食べられたら何でもよい、手に入るものなら何でも、という時代でした。選択肢なんかなかったものですから、やはり今とは随分違うなという気はします。

末吉 エシカルという言葉を考えるためにも、ぜひそういう異なる世代の方々のお話もうかがいたいものですね。

広中 いえいえ。私の世代のことを話し出すと切りがないので、止めにしておきます(笑) 逆に若い世代ではいかがですか？

末吉 私にとっても今の20代、さらに10代の考え方には、やはり大きなギャップを感じます。悪い意味ではありません。彼らの方がエシカルという考えが心にすっと入っていくようです。すぐに自分の生活と結びつけて実行してしまう力がありますね。それを最近はとてもよく感じます。

伝統工芸の世界では職人が減っています。その一方で、新しい担い手として20代、30代の若い女性が増えてきています。エシカルを成功させるには、こうした人たちのデザイン力と文化力が必要です。いま伝統的な職人と新たなアーティストとの結びつきが若い人たちの力で進められています。

広中 逆に私の世代ではエシカルといってもみなさん知りません。言われてみると、それが大切なのだとは分かりますが、やはり、感覚が違うでしょうね。

末吉 若い世代は大量生産・大量消費の時代に生まれ育っていますが、同時に環境問題の深刻さも学んできています。モノに対する価値観も違ってきて、例えば10代の人に聞いても、多くの人は将来、車はいらないと言います。

広中 そうなのですか。若者ならまず車という時代がありましたけどね。

末吉 ええ。車はいらないし、マイホームを持つ必要もないと言います。東日本大震災後、何か社会に貢献したいという気持ちを持っている若い人も増えてきています。6割以上の若者がそうした考えを持っているという統計もあります。実際にそういう活動をしている若者たちも多くて、これはエシカルの分野だけではなくて、社会的な課題に取り組むために自分の頭で考えて何かをはじめた人が多いです。エシカルとかフェアトレードに特化して

言えば、ほとんどの大学でフェアトレードのサークルがあります。

彼らは一つの大学の中で活動しているだけではなく、互いのサークル同士がネットワークを組んでつながっていてNPO法人化しています。実際に活動をして月に一回くらいミーティングをして、エシカルファッションショーを開いたり、学園祭でフェアトレードの物を売ったり、発表したりと日々活動しています。彼らに言わせると卒業後に就職する企業も、何かしら社会的なことに貢献している企業に入りたいと言っています。それが当たり前という考え方になっているのですね。

先ほどのバナナペーパーの話がある高校で話したら、彼らは先生たちに自分たちの卒業証書をこの紙にしてくださいと学校を説得したんです。そこで、生徒たちの話を聞いてバナナペーパーに切り換えた高校が関東でいくつか出てきています。

広中 それはあきらかにボトムアップでの啓蒙ですね。

末吉 この背景には20代から30代の女性を中心として消費者の意識変革が挙げられます。これからもエシカルをキーワードにした店が台頭するでしょう。日本でも若い層にエシカル消費への志向が高まっています。企業にとってもエシカル思考は不可欠になるでしょう。

広中 いくらエシカルと言っても人間自体が変わらないと理念が浮いてしまいますからね。でも末吉さんのお話をうかがいまして、若い人たちの中にエシカルなものの考え方に関心を持つ人が増え、親とは違う価値観で職業選択なり、日常生活の暮らし方の選択をしているということを知ることができ、希望が持てる気がしてきました。今日は貴重なお話をありがとうございました。

末吉 里花 (すえよしりか)

一般社団法人エシカル協会代表理事

慶應義塾大学総合政策学部卒業。TBS系『世界ふしぎ発見!』のミステリーハンターほか、司会やレポーター、モデレーターもこなす。フェアトレードやエシカルを中心に活動を展開し、日本全国の企業や高校・大学などで講演、各地のイベントでトークショーを行う。

著書に『祈る子どもたち』(太田出版)。消費者庁「倫理的消費」調査研究会委員、東京都消費生活対策審議会委員、ラジオFMヨコハマ『SHONAN by the Sea』レギュラーパーソナリティ。

人間活動が海を変えていく

東京大学大気海洋研究所 教授 蒲生 俊敬氏

1. はじめに

約38億年前に海で生まれた生命は、少しずつ進化し、700万年前頃に直立歩行する知的生物・人類が登場した。10数万年前になると、我々の直接の祖先である現生人類がアフリカ大陸で産声を上げ、少しずつ人口を増やし世界中に広がっていった。

当時の人類にとって、海は大いなる障壁だったろう。まともな船はなく、航海技術も未熟だった。中近東から陸路を東へと移動し、インドシナ半島に達した彼らの一群は、氷期の海水準低下による陸橋や浅海をうまく経由して南下し、約4万年前にオーストラリア大陸までは到達できたが、その先にあるニュージーランドには行けなかった。オーストラリアとニュージーランドを隔てるタスマン海を、原始的な筏や葦船で渡るのとは不可能だった。ニュージーランドに現生人類が入植したのは、今からわずか800年ほど前にすぎない。サモアやタヒチで栄えた海洋民族ポリネシア人が、優れた航海術を駆使して、ニュージーランドの東側からたどり着いた。

一方で海は、穏やかな気候と食料を人類に提供し、彼らの繁栄を大いに助けた。4万年前には100万人程度だった世界の人口は、2000年前（西暦元年頃）にはほぼ2億人に達したと推定されている。これは現人口の3%足らずで、この程度の数の人類が原始的な生活を行っている限り、彼らが海や地球の環境に与える影響はほとんどなかった。しかし、人口はじわじわ増加し、18～19世紀からは激増の時代に入る。産業革命が起こる。より快適な生活環境を求めて、人類が消費するエネルギーや物質の量も爆発的に増えていった。

このため大量の化学物質が大気や海洋に放出されるようになった。それらの一部は、大気や海洋に残り、濃度を高めていく。人類が何らかの危険を察知して放出をストップすると蓄積が止む。その具体例を、金属元素「鉛」と、人工物質「フロンガス」について少し詳しく見てみよう。

2. 海水中の鉛

鉛(Pb)は、古代からよく知られた金属である。

柔らかく加工しやすいこともあって、鉛管・ハンダ(スズとの合金)・医薬品・蓄電池などの日用品に広く用いられてきた。毒性も知られていた。産業革命とともに、高温で気化した鉛が人為的に大量に放出されるようになる。鉛は大気中を漂うエアロゾル(粒子物質)に吸着し、大気の動きとともに遠方に運ばれ、陸や海に降下していった。

人為的に発生した鉛は二通りある。一つは、ガソリンのアンチノック剤として使用された四エチル鉛($(\text{CH}_3\text{CH}_2)_4\text{Pb}$)、もう一つは、様々な高温化学工業(鉱山業、金属精錬、石炭による火力発電など)の副産物として放出される鉛である。

四エチル鉛は、1921年に米国GM社が開発した。第二次世界大戦の終結とともに自動車は急速に普及し、四エチル鉛の消費量も急増した。モータリゼーションの突出した米国で特に著しく、1970年には年間の四エチル鉛消費量が25万トンとピークに達した(図1参照)。しかし排気ガスによる恐ろしい鉛中毒への懸念が広がり、米国では環境保護庁主導で四エチル鉛の使用が禁止される。1980年代半ばになると、四エチル鉛の生産量は1970年頃の1/10へと激減した(図1)。西欧諸国や我が国でも同様の経緯で四エチル鉛は放逐されていった。

しかし一時的にせよ、人間活動によって大量の鉛が地球大気中に放出されたことは間違いない。

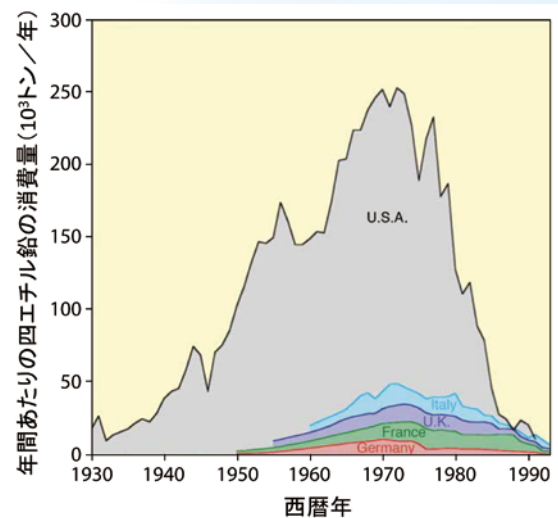


図1：米国および西欧4国(独、仏、英、伊)における四エチル鉛消費量の経年変化(Boyle et al. (2014)に基づく)

また火力発電や鉛精錬など他の産業からも、高温鉛は確実に発生する。これらの鉛は、大気を経由して薄められながら、極域も含めた地球環境全体へと拡がっていった。最初にその事に注目し、外洋域の大気エアロゾルや北極の氷床中に含まれるごく微量の鉛を正確に測定したのは、米国カリフォルニア工科大学（Caltech）のクレア・パターソン教授のグループである。最初の論文が1969年に公表されたが、その論文の筆頭著者は、我が国からCaltechに留学中の室住正世博士（のち室蘭工業大学教授）であった。

その後、海洋の鉛研究者は急増し、海水中の鉛濃度データが蓄積されていく（欧米諸国から近い大西洋のデータが圧倒的に多いが）。図2は、北大西洋の典型的な外洋域バミューダ島近海（北緯32度、西経65度付近）での鉛の濃度分布を、1979年から2011年にかけて重ねたものである。この期間を通じて、海水中の鉛濃度は減少の一途にあることがわかる。海水中の鉛は沈降粒子に吸着して速やかに海底へと除かれるので、大気からの供給が減少すれば海水中の濃度も下がっていく。

1979年以前については海水の実測データはないが、サンゴの化石を分析することによって、そのサンゴが生息していたときの表面海水中の鉛濃度を復元できる。この方法により、バミューダ島付近の19世紀の表面海水に含まれていた鉛の濃度は、約20 pmol（約 4×10^9 g）/ kg のほぼ一定値に保たれていたことがわかった。それが20世紀に入る頃から次第に増加し、有鉛ガソリンに規制のかかる1970年頃には200～250 pmol / kg と、19世紀の10倍以上になる。そこから先は減少に転じ、図2の

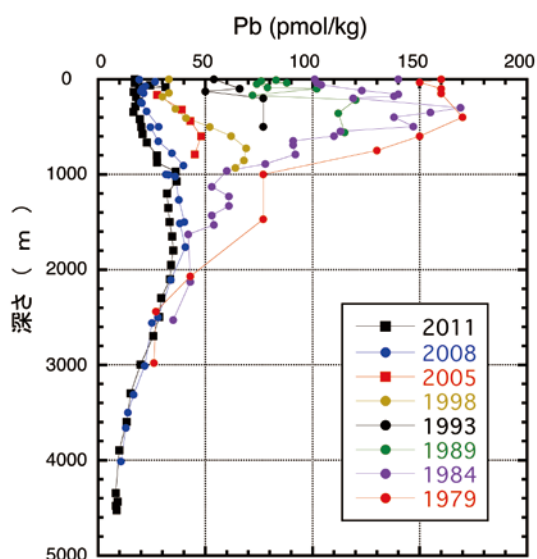


図2：北大西洋バミューダ島近海における海水中の鉛濃度分布の変遷（Boyle et al. (2014) に基づく）

実測データにつながっていく。2011年の北大西洋表面水の鉛濃度は19世紀の濃度レベル（約20 pmol / kg）に戻っている。図1と見比べてみれば、四エチル鉛の使用停止の効果できめんと見えよう。

ちなみに2011年の鉛直分布（図2）をよく見ると、深さ1,500～2,000 m付近に緩やかな膨らみが認められる。これは前回説明した大西洋の熱塩循環、すなわち北部北大西洋で沈み込んだ北大西洋深層水の影響と考えられる。この海域を南下する北大西洋深層水がかつて極域で沈み込んだのは数十年前と推定されるが、そのときの表面水の性質、すなわち現在よりかなり高かった鉛濃度の痕跡をとどめているのである。

図2は、欧米諸国による四エチル鉛からの迅速な脱却が功を奏し、大西洋表面海水中の鉛濃度を低下させた好例である（正確には、鉛を海から消滅させたわけではなく、海底堆積物中に隔離したと言うべきではあるが）。しかし、大西洋以外の海域については話が別である。アジアやアフリカの発展途上国では有鉛ガソリンからの脱却を図ってはいるものの、欧米諸国や我が国に比べると対策が10～20年遅れている。また、発展途上国の多くは火力発電、特に石炭に依存する傾向を強めており、そこからの鉛の放出量が年々増加している。

GEOTRACES計画（前号参照）の一環として、我々はインド洋の大規模な学術調査を2009年から2010年にかけて実施した。インド洋をその北部から南極海まで南北縦断して海水試料を採取し、米国マサチューセッツ工科大学のエド・ボイル教授と共同で、鉛の濃度や同位体比を初めて測定した。その結果、インド洋北部のベンガル湾やアラビア海の表面海水は、現在の大西洋と比べて遥かに高い70～80 pmol / kg もの鉛を含むことが判明した。今後の変化を見守る必要があるだろう。

3. 海水中のフロンガス

フロンとはハロゲン元素（フッ素、塩素、臭素）を含む人工有機化合物の一般的な呼称であるが、メタン（CH₄）やエタン（C₂H₆）の水素原子をすべてフッ素や塩素で置き換えたCCl₃F、CCl₂F₂、CCl₃CF₃のような物質（クロロフルオロカーボン類）をさすことが多い。1930年代に初めて合成された。化学的に安定で、冷媒・洗浄剤・噴霧剤などとして非常に優れた性質をもち、人体にも無害であることから「夢の物質」ともはやされ、1960年頃から急速に普及した。1970年代中頃には世界の年間生

産量が100万トンに達した。

しかし、安定で分解しにくい物質であるところに、思わぬ落とし穴があった。大気中に拡がったフロンガスは成層圏まで上昇し、オゾン層を破壊してしまうことがわかったのだ。最初に気づいたのは、カリフォルニア大学のF・シャーウッド・ローランド教授で1974年のことである。成層圏オゾンは、太陽光のうち陸上生物にとって有害な紫外線を除去してくれる大切な存在である。オゾン層を保護するため、1987年のモントリオール議定書によってフロン製造にストップがかけられた。大気中のフロンガス濃度は、現在ではほぼ横ばいか減少に転じているが、とにかく化学的に安定なため、なかなか変わらない。

フロンガスの一部は、大気から海洋へ溶け込み、海洋の熱塩循環とともに深層へと拡がりつつある。図3は、1988年から1989年にかけて、大西洋のほぼ中央を南北に縦断する観測で得られた海水中の CCl_3F 濃度断面図である。緑色は濃度が極めて低いことを、一方赤色は濃度が高いことを示す。低緯度帯では深さ300mくらいまで、高緯度帯では深さ1,000mかそれ以上に CCl_3F が浸透していることが分かる。

1930年までは地球に存在しなかった物質であるから、もし同じ観測を当時行ったら、図3は緑色で塗りつぶされていたはずである。わずか数十年という短い年数で、人間由来の化学物質はこれほど海の内部まで入り込んでしまうのだ。フロンガスには、鉛と違って海水から除かれるメカニズムがないので、今後長期間、海洋内での循環を続けることになるだろう。

ちなみに、極域で CCl_3F の浸透が特に深いのは、前述した鉛の場合と同じく、北極域で沈み込む北大西洋深層水や、南極域由来の南極中層水や南極

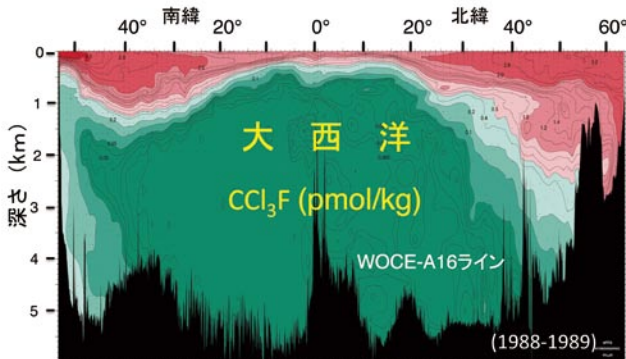


図3：1988-89年の大西洋全域にわたる海水中のフロンガス CCl_3F の濃度断面図
(http://www-pord.ucsd.edu/whp_atlas/atlantic/a16/sections/printatlas/A16_CFC-11.pdf)

底層水の動きによって CCl_3F が海洋深部へと運ばれつつあることを示している。

4. 海を汚すも浄化するも人類しだい

鉛とフロンガスを例にとり、人間活動がいかに容易く海水の化学的状況に反映されているかを示した。図2、3から読み取るべき重要なメッセージは、今や70億を超えた人類が、広大な海をさえ、みるみる変質させてしまう恐ろしい存在に至ったことをしっかり認識しなければいけないということである。

「水のいのち」(高野喜久雄作詞、高田三郎作曲)という、全5曲からなる合唱組曲(1964年初演)がある。「水」をあたかも生命あるもののごとく、その振る舞いや輪廻を敬虔な視線で捉え力強く歌い上げる曲想は、たちまちのうちに全国の合唱愛好家の共感を呼び、競って歌われるようになった。1970年代の始め、大学のアマチュア合唱団に所属していた私もその一人だった。この曲は現在もお高い人気を維持している。

その終曲「海よ」は、44行からなる感動的な内容であるが、その冒頭の6行(下記)に、最近ふと違和感を抱くようになった。

ありとある 芥
よごれ 疲れはてた水
受け容れて
すべて 受け容れて
つねに あたらしくよみがえる
海の 不可思議

(カワイ楽譜「水のいのち」より引用)

海は巨大で無限の能力を持っている。すべてを受け容れ、浄化し、再生してくれる。20世紀の中頃までは、皆そう思い込んでいた。しかし、その後の50年間に起こった現実、例えば図2や図3で見たとおりである。悲しいことであるが、現在の海の姿は、上の6行に描かれた海のイメージからは乖離している。

レイチェル・カーソン女史が、「沈黙の春」で環境汚染問題全般に強い警鐘を鳴らしたのが1962年(日本語訳の発売は1964年)。海が汚れを浄化してくれた(あるいはそのように見えた)時代は、残念ながら過去のものとなった。放っておけば海は蘇ることはない。ほかならぬ人間が努力をしなければならない。

今後の海や地球環境はどう変わっていくだろうか。次回にまとめてみたい。

立教大学大学院 21世紀社会デザイン研究科 教授 萩原 なつ子氏

日頃、周りから「お祭り女」と言われている私だが、実際、お祭りを観るのも参加するのも大好き。「お祭りくらぶ。」の代表（正会員一人）として、毎年、全国どこかの祭りに出かけている。今年、山形県新庄市で行われている「新庄まつり」を鑑賞してきた。戸沢藩藩主が豊作を祈願するために始まり、今年261回目を数える国の重要無形民俗文化財指定の祭りである。京都祇園祭の流れをくむ日本一の山車行列とお囃子が大変有名で、今年も20台の「飾り山車」が中心商店街を練り歩いた。歌舞伎、歴史物語の名場面を表現した山車は色鮮やかで迫力満点。一緒に行った京都の友人も堪能していた。



宵山の山車引き

驚いたことに、各町内の住民によって製作される山車は、祭りが終わると、最優秀賞に選ばれた山車2台以外は速やかに解体される。なかには、人形などリサイクルされるものや、他の地域の祭りに転用される飾り物もあるようだが、翌年は新たな構想のもと、住民の手によって山車が創られる。一見もったいないように思うが、「持続可能な地域づくり」という観点からみると、実にうまい仕組みなのではないかと感じた。毎年の山車製作と祭りに向けられる地域住民の情熱は地域の一体感を育むことになり、それが、次世代へと受け継がれていくからだ。来年はどんな飾り山車が登場するのだろうか。そんなわくわくする気持ちは、翌日訪れた同県戸沢村の「幻想の森」でさらに高まることになった。

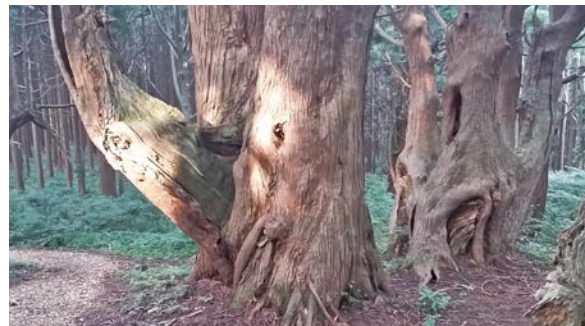
「幻想の森」はJ R東日本「大人の休日倶楽部」の吉永小百合さんのCMで一躍注目のスポットになった森である。地元の人でも、なかなか行った

ことがないという。私たちは最上峡芭蕉ライン観光株式会社の芳賀久利さんのガイドで現地に向かった。芳賀さんは仲間と共に「幻想の森」の保護活動もされている方だ。細い一本道を山奥深いところまで進む。「このポイントからまず見てください」と芳賀さん。目の前に広がる巨木の森。「幻想の森」の名に相応しく、神秘的な雰囲気漂う。樹齢1000年を超える天然杉の巨木があちにもこちにもある。北山杉のような、まっすぐな杉のイメージからは程遠い光景が広がっている。何度も通った屋久島の屋久杉の群生とも異なる。芳賀さんによると「幻想の森」にある天然杉はたこ足状に幹が分かれているものが多く、幹回りが太いのが特徴だという。大きなこぶのあるねじれた幹があちこちに伸びている。天然杉と桜の木がドッキングした木もあって、一本一本が個性豊かな表情で語りかけてくる。

「はい、こちらが撮影ポイントです。」と芳賀さんの声に振り向くと、そこにはあの杉が！そうです。さっそく、撮影会が開始された。吉永小百合さん、なりきりポーズを決めてみました。

静かに、そして穏やかに私たちを迎え入れてくれる天然杉の森が、風雪に耐え、この先1000年、2000年とこの地に根を張り続けることを願いながら「幻想の森」を後にした。

生活文化環境としての伝統文化である祭りを継承する人々と樹齢1000年を超える天然杉を護る人々に共通するもの、それは地域への愛着と未来世代からの借り物を、大事に大事にする気持ちなのではないだろうか。そんな思いを強くする山形の旅であった。



威風堂々 老木なんて言わせない

「クールチョイス」が来る

ダイセン株式会社 記者 富永 周也氏

日本の温暖化対策が再起動します。民主党政権が掲げた「2020年の温室効果ガス排出量を1990年比25%削減する」という目標は東日本大震災後に事実上撤回され、さらに政権交代で迷走が続きました。政府は今年5月、「地球温暖化対策計画」(*)を閣議決定、この中で「温室効果ガスを2030年度までに26%削減(13年度比)、2050年までに80%削減(同)」という中長期目標を打ち出しました。8月に2017年度予算の概算要求が行われ、各省庁の施策が公表されました。計画の閣議決定を受け、17年度は具体化に向けたスタートの年となります。

環境省の予算案は「循環共生型社会の構築」を重要方針とし、「地球温暖化対策」「生物多様性の確保」「資源循環の実現」の3本柱で施策を組み立てています。地球温暖化対策では2030年度までに日本が排出する温室効果ガスを2013年度比で26%削減する目標達成に向けた取り組みを実施します。

具体的には地球温暖化対策のための国民運動「クールチョイス(賢い選択)」を強化。省エネ家電などへの買い替えを推進する事業に98億円を計上するほか、新規事業として、炭素に価格を設定することで企業等のCO₂排出を削減する「カーボンプライシング」の導入可能性調査事業(2億円)も盛り込みました。クールビズやカーボンオフセットに続く新しい取り組みが実現するのでしょうか。

ユニフォーム業界もこうした動きに注目しています。高島屋は7月、都内で開催された「オフィスサービスEXPO」でユニフォームのリユース&リサイクル運用システムを紹介しました。同社法人事業部はビジネスユニフォームで多数の実績があるばかりでなく、3R(リデュース・リユース・リサイクル)事業も積極的に行っています。

「以前はマテリアルリサイクルが多かったが、CSR(企業の社会的責任)活動の一環で温室効果ガスを削減できるケミカルリサイクルへの関心が

高まっている」ことを受け、企業の総務・人事向けの総合展でのアピールに踏み切りました。ユニフォームを「クールチョイス」するための呼び水となるかもしれません。

クールといえ

ば、同じ時期に「猛暑対策展」(主催・日本エネルギー協会)という展示会も開催されました。記録破りの暑さを受けて昨年からはまった展示会で、会場には熱中症対策の製品やサービスが一堂にそろい、帝国繊維の「冷却下着ベスト型」、送風ファン付作業服「空調服」、ユニチカトレーディングのユニフォーム向け快適素材などが注目を集めていました。人体や作業場を効率的に冷やせれば、温室効果ガス削減につながります。環境問題に触れながらユニフォームの効果を訴求するには絶好の機会です。

懸念もあります。経済産業省、国土交通省など関連省庁が連携し、「多重行政」とならないこと。巨額の予算や法律・条例の改正が伴うため国の主導は不可欠ですが、「官製エコ」には限りがあります。クールチョイスが産業界や消費者を巻き込んだ持続的な活動に発展していけば、ユニフォーム業界にも福音となるでしょう。

※ COP21 で採択されたパリ協定および2015年7月に国連に提出した「日本の約束草案」を踏まえ、日本の地球温暖化対策を総合的かつ計画的に推進するための総合計画。温室効果ガスの排出抑制、吸収の量の目標、事業者、国民等が講ずべき措置に関する基本的事項、目標達成のために国、地方公共団体が講ずべき施策等を記載している。



「オフィスサービスEXPO」に初出展した高島屋

服を交換し合い、心がつながる

xChange 代表 丹羽 順子

2007年から行なわれているおしゃれな服の物々交流会、xChange（エクステンジ）。来年10年を迎える取り組みはじわじわと広がり、今では全国各地でさまざまなxChangeが行なわれるまでに育っています。xChangeとは？どんな目的で開催されているの？未来の展望は？これを読んで、あなたもぜひ開催してみたいかがでしょうか？

子育てエコママの思いつきから始まった

「母になっても、いくつになっても、女性だったら（男性だって）おしゃれは楽しみたい。でも買ってばかりいたらお金も続かないし、環境に負荷をかけているだけ。それだったら古着を持ち寄って、交換しよう！」。xChangeは、当時、子育て真っ最中だった私のひよんな思いつきから始まりました。

イギリスの大学院で、環境社会学の勉強をしていた私は、洋服がいかに環境に負荷をかけて生産されているかを知り、驚愕していました。服がもたらす環境への影響は、原材料の調達から廃棄も含め、想像以上に深刻です。さらに衣類のリユース・リサイクル率は、日本ではまだ20%以下に留まり、リサイクル率50%を越える古紙やビン・カン、ペットボトルなどに比べても、改善の余地はたくさんあります。

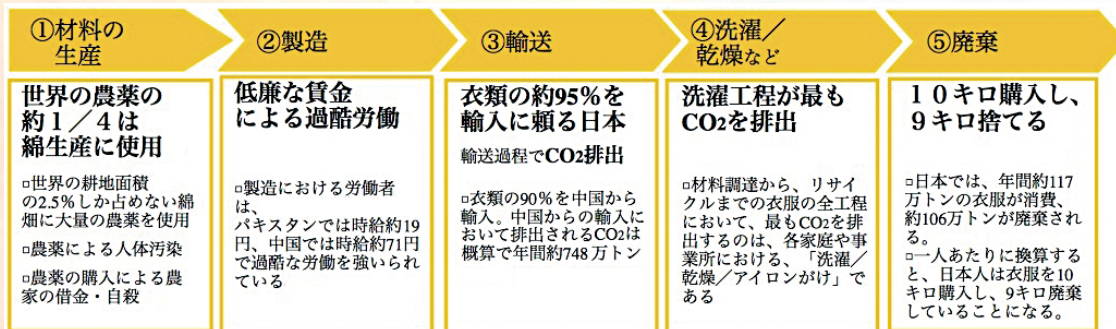
「誰かの古着も、私にとっては新着」。服のリユース、お金をかけずに生きる工夫、人とのつながり合い—そんなことを思いながら企画したxChange第一回目のイベントが開催されたのが、2007年9月。「古着」というイメージを払拭させるため、なるべくおしゃれで丁寧なディスプレイを心がけま

xChangeとは

おしゃれな古着の交流会。まだ着られるものは捨ててしまうのではなく、思い出などを書き添えた「エピソードタグ」をつけ、xChange会場に持ち寄り出品する。その代わりに気に入った服があれば、無料でもらえるという、循環型社会を作っていくための試み。「捨てたり古着屋に売ったりでは得られない、あたたかみがある」などと人気を呼び、仲間たちで集まって自主開催する人が全国各地で増えている。開催サポートも実施中。

www.letsxchange.jp

した。参加した人は100人ほどで、イベントは大成功。「服を捨てる時、胸が痛むけど、次の誰かへのプレゼントにするとすると、胸がはずみます」「選んだ物をまた家でちゃんと使うかよく考えました。クローゼットの中のを大切にしているか？モノ、消費生活を見直しました」などの声が寄せられました。お得感はあるし、おしゃべりをしながら服を物色するのも楽しくて、形を変えずに続けているうちに、今では全国各地に活動が波及していています。私自身、着ている服は、今ではほぼ100% xChangeで入手したもの。クローゼットもすっきり片付いているし、仲間もたくさん増えたし、お金をかけなくても、こんなに豊かでおしゃ



衣服の環境負荷

れな暮らしができるんだ!と一石十鳥?! xChangeの面白さを実感しています。

「エピソードタグ」という一工夫

初回のイベントから、みなさんに一着一着つけていただいているのが、「エピソードタグ」です。もともと衣類についているタグは、生産国までは教えてくれますが、作り手の気持ちまでは分かりません。それだったら、一つ前の持ち主のエピソードだけでも分かったら、その服を見る目や思いも変わり、もっと丁寧に扱うようになるのではないかと、一つ一つの物語こそ大切にしたい、というわけで、エピソードタグのアイデアを思いつきました。

タグには、服の思い出や、次のもらい手へのメッセージなどを自由に書き込んでもらいます。中には面倒だと懸念される方もいらっしゃいますが、エピソードタグを書くことで、モノとちゃんとお別れすることができる。大切なお別れの儀式だと思ってやって下さい、とお伝えしています。

xChangeは、「円ではなく、縁に頼る」というのも一つの大きなメッセージです。お金をかけなくても、物とあたたかなシェアの心を持ちよれば、いろいろなものがぐるぐる循環する豊かな社会ができることを皆さんと体感したいと思っています。だから「プライスタグ(値札)」ではなく、「エピソードタグ」。値段はついていないけれど、ストーリーがついているよ、というちょっとしたシャレなんです。

私たちは経済中心の社会で暮らしていて、何よりも先にまず「お金」のことを考える癖がついてしまっています。でもお金以外の価値だってあるし、目に見えない思い出や人とのふれ合いといった心の価値のほうが、殺伐とした世の中ではますます大切です。

xChangeでは服を交換し合いながら生まれる会話や人とのつながり、またエピソードタグから伝わるあたたかな気持ちを何よりも大切にしています。最近では地域活性化イベントとしてxChange

を開催される方がたくさんいます。住人同士が利害関係のないところで仲良くなれる、地域内でつながれると好評です。

ポジティブな活動こそ社会を変える

xChangeは、この9年間で全国各地に広がってきました。規模は大小さまざま、またスタイルも田舎のおばあちゃん達が集って公民館などのスペースを活用して行なうローカルなxChangeがあれば、東京のデザイナーやスタイリストさん達が集結して開催するファッショナブルで最先端なものも。企業がイベントやプロモーションと組み合わせるものもあり、場所やオーガナイザーによりさまざまにカラフルです。

広がり背景には、いくつかの要因があります。まず第一は、服のありあまり現象。統計によると、私たちは20%のお気に入りの服を着ているのだそうです。逆に言うと、80%の服は、ほぼ出番がないまま、タンスの肥やしになっている。着ないけれど、処分したり、リサイクルショップに下取りに出すのも気がひける。そういった方々に対して、xChangeはリユースの場として、とてもよく機能しています。

ほかにも「ポジティブなメッセージと行動の場」を提供しているということが、広がり要因に挙げられます。xChangeは、大量生産・消費・廃棄に疑問を呈して始めた活動ですが、「服を買わないようにしよう!」と、否定的なメッセージを発信したことはありません。批判しているだけでは苦しくなってしまうし、意識は高められても、行動に結び付きにくいからです。「じゃあ、どうしたらいいの?楽しみながら、ほかのやり方を試してみよう!」と、ポジティブなメッセージを発して、「説教型のイベントではなくて、誰でも楽しめるイベント」を心がけています。環境問題に関心が低い人でも、xChangeに参加することで「あれ?これって、エコだよな」と気づいていく。実は「世



直し活動」の大きな一歩なのですが、肩肘はらずに、新しい仕組みづくりに参加している。

そういった気軽さ、楽しさを活動の中に組み込むことは、どんな環境活動をする方、メッセージを伝え広めたいと思っている方でも、気に留めておく必要のあるポイントだと思います。

未来の展望

自然環境を度外視した身勝手な経済が世界的に行き詰まり、オルタナティブなしくみの構築が求められています。xChangeは古くて新しい「物々交換」という原始的なやり取りに立ち返り、すでに所有している物を活用し合うためのシンプルな試みを提案しています。全てを市場（マーケット）に任せてお金を介してやり取りするのではなく、自分たちで作り上げ、お金をかけないで交換する循環型のオープン・スペースが、xChangeなのです。

そこには工夫や相手を思いやる気持ち生まれ、モノを大切に選び、使い続けようという意識も芽生えます。「社会のしくみ」といったハード面だけでなく、「人間的な成長」といったソフト面も高めていけるのがxChangeの良さでもあると思っています。



全くお金をかけないやり方以外にも、自分で言い値をつけて家庭不用品を販売する場所を地域毎に設けたり、フリーマーケットの常設版のような機能が社会の中にもっと組み込まれたりすると、不用品が活用されて、浪費を抑えた生活が根付いて来るのだろうと思います。そこに心の交流が芽生えると、さらに良いでしょう。繰り返しますが、xChangeは本当に誰でも簡単に始められる企画ですし、社会に大きなニーズがあるから必ずヒットしますので、どんどんみなさんにコピーしてやって頂いて、10年後と言わず、2、3年後には社会の常識になると良いな、と本気で思っています。

xChangeの特徴

1. エピソードタグをつける



xChangeでは交換するアイテム一つ一つに「エピソードタグ」と呼ばれるタグをつけていただきます。これはxChangeの大切なルールの一つ。エピソードタグには服の思い出、取り扱い注意方法、次に着てくれる人へのメッセージなど、なんでもご自由に書いていただけます。値段を見るように、エピソードタグを読みながら服を物色するのもxChangeの楽しみです。前の持ち主と新しい持ち主、キモチとキモチをつなげるおもしろいシカケでもあるのです。

2. フリースタイルの交換会



xChangeは、好きな時間に来て楽しめるフリースタイルの交換会です。ハンガーラックなどお店のようにレイアウトされた会場に持参したアイテムをご自分で素敵にディスプレイします。そして、既にディスプレイしてある他の方が出品されたアイテムから自由に選ぶことができます。これが参加しやすさのポイントです。

3. あるもので工夫して、おしゃれに

xChangeは、すでにあるものを工夫して使い、そこに新たな価値を吹き込むことを大切にしています。ハンガー、什器、装飾などもなるべく買わずにあるものを持ち寄り手作りで制作しています。オーガニックな会場も楽しみに遊びにいらして下さい。また自主開催をする方は、どうぞその点にも留意し、仲間のみならず工夫やコミュニケーションを楽しんでみて下さい。

4. 誰も損をしない、誰ももうけない

xChangeでの物々交換にはお金はかかりません。お金をかけなくても物とあたたかなシェアの心を持ちよれば、いろいろなものがぐるぐる循環する豊かな社会ができることを皆さんと体感したいからです。ただ経費など最低限必要なものは、ドネーション（寄付）箱を置いたり、会場によっては参加費を集めたりしています。お金だけでなくスタッフとしての参加など、いろいろなシェアの形もあります。フェアな精神で、自分のコミュニティを育てるつもりでお楽しみ下さい。



5. 誰でも開催できる

xChangeのコンセプトを理解し賛同した人なら、誰でも自主的に開催することができます。小さくてアットホームなものから、大きくてダイナミックなものまで、自分の家にある着なくなった服や小物を集めて、あなたの好きな場所で、あなたのスタイルで、おしゃれなxChangeを開催してみてください。

季刊 エルコレクター vol.68

発行者：公益社団法人 環境生活文化機構 発行日：2016年10月1日 〒105-0003 東京都港区西新橋1丁目20番10号 サンライズ山西ビル6F
TEL：03-5511-7331 FAX：03-5511-7336 <http://www.elco.or.jp> E-mail:elco.inc@trust.ocn.ne.jp