

FUTURE DESIGN

3R、アップサイクルって何？

モノを大事にし、
循環させる未来へ

VOLUME

69



3R、アップサイクルって何？ モノを大事にし、 循環させる未来へ

モノを作るにも捨てるにも資源が必要で、
それは無限にあるわけではありません。
モノを大事にすることは地球を大事にすること。
循環型社会の促進のために、今私たちが取り組むべきことは…



3R、アップサイクルとは？

3Rは、環境問題への取り組みであるリデュース (Reduce)、リユース (Reuse)、リサイクル (Recycle) の総称。リデュースは、モノを大切に使いゴミをできるだけ出さないように、リユースは、使えるものは繰り返し使い、リサイクルは、ゴミを資源として再び使うことです。アップサイクルとは、ビニール傘やタイヤからバッグを作るなど、これまで捨てられていたようなモノを捨てずに活かし、違う価値を見出して生まれ変わらせることです。

人・モノ・街のこれからを考える
FUTURE DESIGN
2022 Vol.69

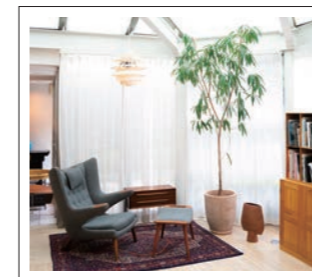
CONTENTS

03 [特集]
3R、アップサイクルって何？
**モノを大事にし、
循環させる未来へ**

14 嫁ぎ先を訪ねて
[導入事例]
アフターコロナを見据えた
感染症対策として
「非接触ボタン」を採用！
・新大阪第2NKビル

18 [連載]「わっしょいニッポン」
南信州米俵保存会(合同会社わらむ)

20 [プレゼント] Something Special
SEAL×森野帆布の
サコッシュバッグ



COVER PHOTO

モノを大事に使い
続けるってステキです

3Rの取り組みでは、モノを捨てないために「受け継ぐ」という選択も。北欧ヴィンテージ家具などは、大切に使い続けることで一層その価値を高めています。

SDGsにつながる取り組み

2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標 (SDGs) には、17のゴールが設定されています。『FUTURE DESIGN』69号では下記の6のゴールにつながる取り組みをご紹介します。



SEAL×森野帆布のサコッシュバッグ

『FUTURE DESIGN』69号に対する感想をお寄せください。今回は裏表紙で紹介したSEAL×森野帆布の「サコッシュバッグ」をご用意しました。アンケートにご回答いただいた方の中から、抽選で10名様に送ります。



●応募締切
2023年1月31日
サイズ(約): 幅215mm×高さ285mm
重量(約): 250g

●応募方法
QRコードまたは下記のURL
にアクセスし、アンケートに
ご回答ください。
[https://wss3.5star.jp/survey/
login/td418fkp](https://wss3.5star.jp/survey/login/td418fkp)



2022年10月発行
発行: 東芝エレベータ株式会社
広報室
〒212-8585
神奈川県川崎市幸区堀川町72番地34
TEL: (044) 331-7001
<https://www.toshiba-elevator.co.jp>
制作: 有限会社バース
印刷: 株式会社メディアグラフィックス



そもそも日本が真剣に環境問題に取り組み始めた大きな節目は、1997年に採択された京都議定書です。2001年、そのためのルールとなるマラケシュ合意が確定し、世界のお手本として産業構造を変えていく姿勢が根付きました。さらに、もう一つがプラ

2000年代以降、学校でボランティア教育やエコ教育を受け始めたのがゆとり世代で、今30代前後、さらに、3Rや地球温暖化への意識が当たり前のように根付き、デジタルネイティブとしてSNSを使いこなすZ世代と呼ばれる若者たちが、いよいよ企業活動に関わる年齢になり、今の大きな変化につながっていると考えられます。企業もCO₂排出量などを意識したモノづくりはもちろんのこと、環境経営に真剣に取り組まなければ、若い優秀な人材の獲得が難しいといった状況です。何年前までは、社是や経営理念に近いミッションステートメントを掲げるのがブームでしたが、今は、「自分たちには何ができるのか」と、自社の存在意義を問うパーパス経営の時代へと変化しています。

トレンドのマーケティングに詳しい牛窪さんに聞く
世代別の消費者意識から、これからの循環型社会を考える
環境問題を考える上で今や外せない3Rやアップサイクル。企業や個人の取り組みが加速しているようです。その背景や動向について、テレビでもおなじみの世代、トレンド評論家の牛窪恵さんにお話を伺いました。

3Rやアップサイクルが注目される背景を教えてください。

世代論で言うと、今、多くが管理職クラスになってきている40代半ばから後半の、団塊ジュニアと呼ばれる世代は、青春時代だった90年代半ば〜後半に巻き起こった欧米からのエコブームの影響もあり、環境に対する意識が高く、「本気でどうにかしないと危ない」と感じている方が多いんですね。でもその上の、開発ラッシュに沸いたバブル世代や、戦後復興から新しいものを作ることに価値を感じてきた団塊世代などは、どちらかというと環境問題は企業の社会的責任でやむなく、との立ち位置で取り組まざるを得ない時代を過ごしてきたはずですよ。



牛窪 恵さん
Megumi Ushikubo

立教大学大学院客員教授。修士(MBA/経営管理学)。インフィニティ代表取締役。財務省 財政制度等審議会専門委員。内閣府「経済財政諮問会議」政策コメンテーター。著書を通じ「おひとりさま(マーケット)」、「草食系(男子)」などの流行語を広めた。

スティック問題。特にこの2、3年、相手国の輸入規制により、リサイクル目的で廃プラスチックを海外に輸出しにくくなったこともあり、国内での循環を本気で考えるようになった。そんな動きと相まって、循環型のサービスやアプリも増えてきました。フリマアプリやサブスクリプション、クラウドファンディングなどのサービスが、インターネットやSNSを

フリマアプリ利用開始後の意識変化(20~69歳)

項目	「(やや)当てはまる」	「どちらでもない」	「(あまり)当てはまらない」
節約意識が高まった	59.8	30.0	10.2
身の回りの売れそうなモノを探すようになった	51.6	23.5	24.8
リサイクルを意識するようになった	51.0	31.3	17.7
モノを捨てる前に売ろうと意識するようになった	50.3	25.3	24.4
新品購入前に中古品購入を検討するようになった	44.5	29.2	26.3

■ (やや) 当てはまる ■ どちらでもない ■ (あまり) 当てはまらない
出典: 2020年メルカリ総合研究所「2020年度フリマアプリ利用者と非利用者の消費行動」

コロナ禍で変わった働き方と環境意識

介して消費者同士をつなげ、個人でも循環を生み出せる時代になったのです。さらにコロナ禍で高齢者のスマートフォン保有率が上がったことも大きい。データから見ても、60代では3人に1人の方がフリマアプリの利用経験があるという時代に入っています。

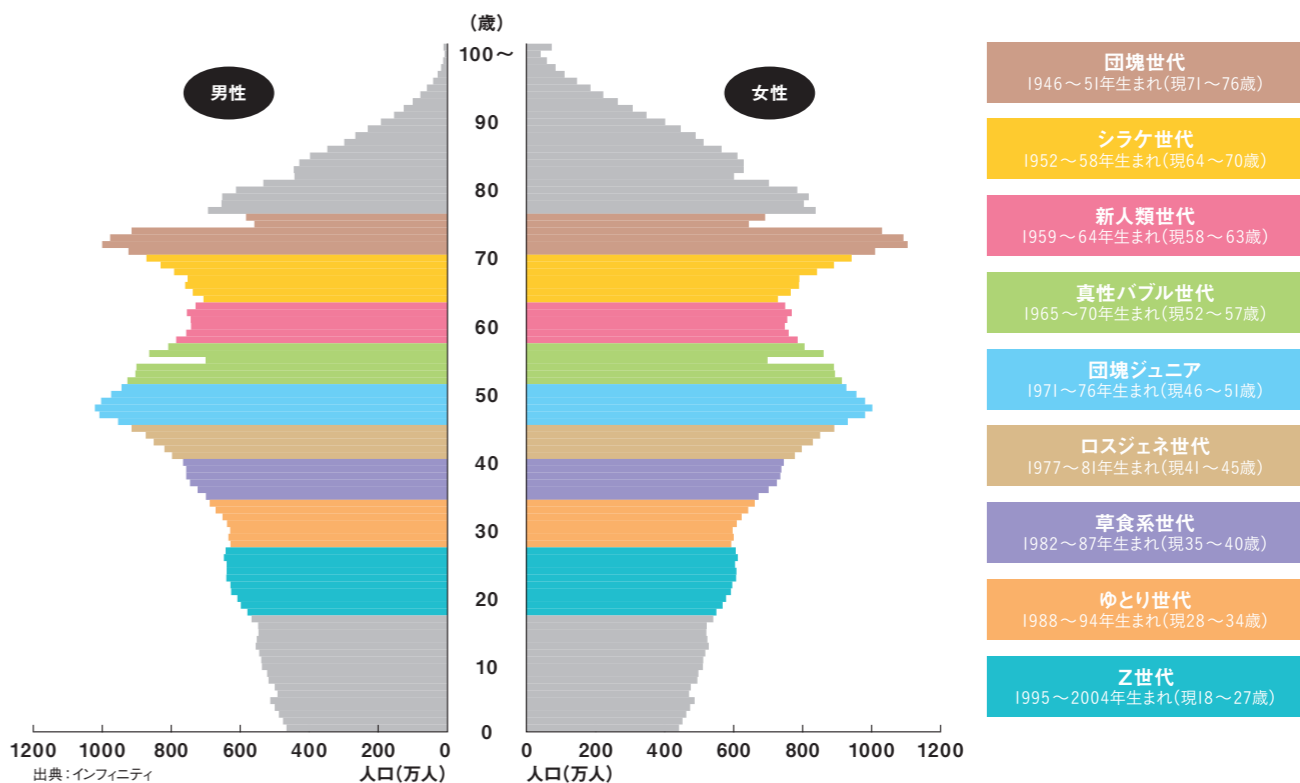
牛窪さんが気になる3Rの活動は?

一つはメルカリさんですね。不用品を売るだけでなく、人と人とのつながりや、お金の使い方を考えるきっかけになったり、最近では寄付につなげたりもされています。心理学者のマーティン・セリグマンの理論によると、消費に関して幸福を感じる軸が、「バブルの時代ぐらいまでは「達成」と「快楽」だったのに対し、令和のゆとり世代やZ世代では、「意味合い」や「関係性」などへと変わりました。商品を買うときには、使う瞬間だけでなく、その後のことまで意識して買う。ゴミになって捨てられるだけなのか、循環して世の役に立つのか、自分が買うことで誰かの助けになったりするかなどに意味を見出す世代なんです。だからこそ、企業側もSDGsを意識し、

個人でも循環できる何らかの仕組みづくりを考えるとといった時代なんです。

他には、循環型のモデルを展開するLoopさんの活動も注目しています。協賛企業が非常に多く、個人でも容器を買って中身を補充できるシステムなので、サステナビリティ志向から海外ではかなり定着しています。中小団体の取り組みで面白いのは、例えば今治タオルさん。タオルは年に一度買い替える方もいると思いますが、そんなタオルを長持ちさせるべくクリーニングサービスのコラボをはじめ、他との差別化を図っています。アップサイクルや3Rは、一見、企業にとっては新しい商品を買ってもらえないデメリットのようにも感じますが、ゴミとして廃棄することに罪悪感を覚える今の消費者には、高付加価値で長く使い続けられることが満足感につながります。また、フードロス問題から、不要な食品の循環活動を行っているコンビニエンスストアもあります。環境問題は、生活困窮者を助け、地域の役に立つ取り組みとも連動できるため、今の消費者には価格が多少高くても

日本の世代別人口ピラミッド



アップサイクル

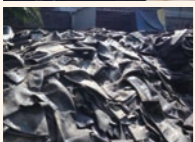
3つの取り組みを紹介!

アップサイクル商品に注目が集まっています

本来の役目を終えたり、商品としては見切られていたものを再利用。
個性豊かに生まれ変わり、利用者からも喜ばれています。

Project

SEAL



大型トラックに使われていたタイヤチューブを、年間およそ1万本分再利用しています。

Project

Upcycle by Oisix



ブロッコリーの茎などのチップス、バナナの皮のジャムなど18商品をラインアップ。

Project

瀬戸内造船家具



建造の際の足場として使っていた足場板は、1隻の建造で1万本も廃棄されていました。

タイヤのチューブが世界で一つのバッグに

世界では毎年10億本のタイヤが寿命を迎えます。その課題にアップサイクルで貢献するのが、アパレルブランドのSEAL。日本で初めてバッグや財布のメイン素材に、使用済タイヤチューブを再利用。縫製は全て熟練した国内の職人が、一つひとつ丁寧に手作業で行います。また、何年も摩擦などに耐えてきた丈夫な素材のため、衝撃に強く水を一切通しません。タイヤとして使用された環境や時期によってそれぞれ表情が異なるため、世界で一つだけのオリジナリティを楽しめます。人とはちょっと違うモノを持ちたい人にもオススメのアイテムです。

野菜の皮や茎などをおいしく商品化

世界中で廃棄される食糧は年間13億トン*。食品ロス削減に積極的に取り組んできた食品宅配会社のOisixでは、自社だけでなくサプライチェーン全体でも取り組もうと、2021年に「Upcycle by Oisix」というブランドを立ち上げ、取引先とも協力し、本来は捨てていた野菜の茎や皮などをアップサイクル。これにより年間46トンの食品ロス削減を達成。3年後には500トンの削減を目指しています。「罪悪感がなくていい」「食品ロスの削減に貢献できる」「子どもの食育にいい」「野菜そのものの甘みがある」と好評です。
※FAO (国際連合食糧農業機関) 報告書2013より

船の建造で出た廃材が素敵な家具に変身

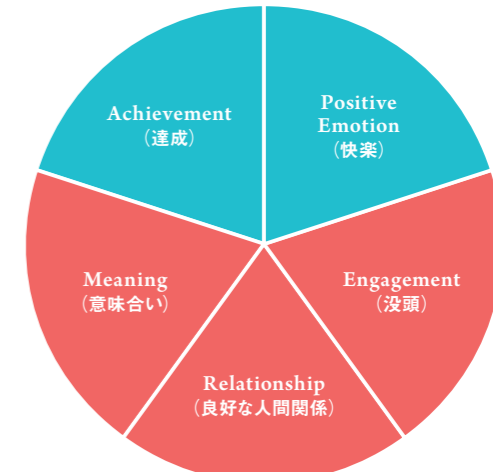
船を建造する際にも多くの廃材が出ています。日本を代表する造船の町、愛媛県今治でも、これまでに何万トンもの造船古材が廃棄・焼却処分されてきました。そこで、瀬戸内造船家具では、その足場板を地元の職人の手でダイニングテーブルやテレビボード、シェルフなどの家具として蘇らせて販売することにしました。船の建造過程で職人たちの命を守ってきた足場板には、国産の天然杉が使われているためとても頑丈です。杉の心地良い香りも楽しむことができます。地場産業である造船業を起点に、今後も循環型社会への貢献を目指しているそうです。

も選ばれる傾向にあります。
—— 必要なモノだけあればいいという消費者意識の変化は、労働者不足にもつながっているように感じます。
—— IT批評家の尾原和啓さんは言います。かつて欲しいものが多くあり、人よりいい家に住みたかった「乾いていた世代」は、とにかく働いて積極的に消費した。でも「飽食の時代」を迎えた団塊ジュニア以降は、コンビニやファミリーレストラン、ショッピングセンターが周りに溢れ、環境問題を意識するようになり、所有や労働の意味を考えるようになった。海外でも、Z世代は似た傾向です。新型コロナウイルス感染症が落ち着いても、単純労働の現場に労働者(移民含む)が戻って来ない。皆さんがコロナ禍を機に、働くことの意味を改めて考えたのではないかと報じられています。デジタル環境が整った循環型社会であれば、見栄を張って商品を買うことも都心に住む必要もなく、日々そこそこ食べていける。それなら、極端に言えば自給自足でも物々交換でもいい。
日本でもステイホーム期間に、

地産地消が見直されましたし、今の30代後半やその下の人たちはもともと地元志向が強く、お金より心の在り方を重視しているようにも感じます。団塊ジュニアくらいまでは核家族や個室文化を求めた世代でしたが、これだけ頻繁に災害が起き、虐待や独居高齢者の問題などが取り沙汰されるなか、地域での助け合いも見直され始めています。
また、人口減少も大きな問題で、今の20代の人口は団塊ジュニアの

「乾いている世代」から「乾けない世代」へ

「乾いている(何もなかった)世代」の幸福要素



「乾けない(既にある)世代」の幸福要素

出典:2017年 尾原和啓「モチベーション革命」(幻冬舎)

自分のことを減らす
自分自身を減らす

同時期より約4割減っています。では、外国人労働者を増やせばいいと言っても、今や他国と奪い合いの状況です。ですから思った以上のスピードで、労働の一部がAIに置き換わるはず。しかし、それでも難しいのが、団塊世代全員が75歳以上になる2025年問題なんです。厚生労働省も10年以上前から施設やベッド数不足の試算をしています。では介護は誰がするのかと考えると、外部には圧倒的にマンパワーが足りない。公助より共助や自助、つまり、地域や家族、個人で自分たちの身を守るしかないのでは?となり、国はコロナ前から「テレワーク」を推奨し始めました。仕事と親の介護の両立は簡単ではないため、介護離職を防ぐためにも、出社せず仕事できるテレワークが重要。この20年で親との近居が増えたのも、昭和のような循環型社会を取り戻し、子が親と支え合う暮らしを国が促進しているからでもあります。皮肉なことに、コロナ禍でテレワークが広がり、今後はこの働き方をいかに続けていくかが一つの命題となると思われます。
—— そうなると、循環型社会で



どんなことを意識していかねばならないのでしょうか?
循環型を意識して地方や郊外に移住した方々にとって、エネルギーとゴミ問題は切実です。都会のように住まいの近くにゴミ収集所があったり回収の頻度も多いとは限りませんし、地方だと比較的停電も起きやすい。子育てに良い環境や心の平穏を求めて移住しても、自然に近い暮らしではある程度の不便も覚悟しなくてはならないわけです。特に、自分のことは自分でする。そのためには、余分なゴミを出さない。だからこそ、買う前から買った後のことを考える。それを当たり前にすることが大切でしょう。



お笑い芸人×ゴミ清掃員

リサイクル

リデュース

マシンガンズ滝沢さんインタビュー

22年後にゴミ処理場が埋まる… ゴミの現実に見る、これからの4R!?

芸人の仕事がなかった10年前、たまたま始めたゴミ清掃の仕事。
そこから今や“ゴミ清掃員芸人”と言われ、環境問題で引っぱりだこの滝沢さん。
ゴミの現実から見える、これからの3R、いや4Rについてお話を聞きました。



——ゴミ回収を始められて10年。
どんなことを感じますか？

実はこれも僕も驚いたんですが、全国のゴミの最終処分場があと22年で一杯になるんです。ただ、皆さん本当に何とかしなくちゃとまではいつていない。だからゴミを減らすことが大事なわけですが、今特に多いゴミはやっぱり洋服

で、断捨離なのかコロナ禍以降、特に多い。それが面白いことに、高級住宅街は衣類ゴミが少ないんです。良いものを買って長く使っているのか、人に譲ったりするのかが分かりませんが、要は、洋服を大量に買って大量に捨てたりしない。そういうところからお金持ちのお金の使い方が垣間見られま

す。極端な話、自分の認めたもの以外びた一文払わないみたいな。確かに自分もお金がなかった10年前に6000円もするマイポトルを買ったんですが、今でも使っているのは、あの時、決死の覚悟で買ったからだと思います。捨てるためには、本気で買うってことですね。

一人ひとりが意識と行動を変えれば
ゴミは減らせるはず”



——リサイクルの現状はどうでしょう？

国民性でしょうか、すごく皆さん協力的。ただ環境に対する意識はそんなに高くなって、ただルールを守っている感じです。ペットボトルの回収率も高いんですが、使用量も多いので、年間でも少なくとも約250万本が海に流れていると言われてます。マイポトルの使用や、回収方法などをもっ

と工夫する必要があると思います。また、生ゴミは家庭でやるコンポストが有効ですし、お子さんにはお菓子の箱でFSCマークなど意識させると環境教育にもなりますよね。

——著書にもある「ゴミのない世界を作りたい」という思いについてお聞かせください。

僕はゴミ回収の仕事をするまで、ゴミ汚れた物だと思ってい

ました。それが、キレイで、しかも新品のゴミが多いんです。お中元時期にメロンが丸ごととか、秋に新米が出ると古米が大量に捨てられていたりする。それがゴミかどうかは本人が決めるわけですが、「お金を払ったらもう俺のものだから捨てようかどうしようか他人には関係ないだろう」と言われているようで心が痛みます。

3Rの取り組みはリサイクルから始まり、リユースは今や個人レベルで浸透してきました。これからは間違いないゴミを出さないリデュースだと僕は思っています。それにはレンタルやシェアも取り入れるといいと思います。僕なんか洋服は毎月上下3着レンタルし、1か月着終わったら送り返しています。洋服がたまらなくていいですよ。あと、見えないものに対する思いやりという意味で、4つ目のR「リスペクト」を提案したいんです。モノにリスペクトして大切にすることでゴミも減りますし、回収する人のことも思いやしてほしいという意味でリスペクト。一人ひとりの意識と行動が変われば、ゴミを減らしていけると思います。



COLUMN

滝沢さんに聞いた リサイクルのコツ

リサイクルをする中で、ちょっと面倒臭く感じるのが牛乳パック。これはハサミできれいに切る必要はなくて、手を使って解体する方法がオススメです。また段ボールについている金具。血だらけになりながら外そうとしている人がいますが、機械で取れるのでそのままでもいいみたいです。あまり進んでいないのが、チラシや雑誌、資料などの古紙のリサイクル。燃やしたらただの灰になってしまうので、ぜひ紙として蘇らせてあげてください。

10年前から
愛用している水筒



マシンガンズ
滝沢秀一さん Shuichi Takizawa

1976年東京出身。お笑いコンビ「マシンガンズ」のツッコミ担当。2012年から生計を立てるためゴミ収集会社に就職し、芸人との二足のわらじで「ごみ研究家」としても活動し、多数の著書を出版。環境省 サステナビリティ広報大使を任命。



(左) オンラインサロンも開催。(右) 近著「すごいゴミのはなし」。

リユース

リデュース

買って捨てるではもうおしまい モノを大事にするためのヒント

壊れたり、汚れたり、飽きたりしたら捨てて買い替えるでは一向にゴミ問題は解決しません。
悪循環を断ち切るにはどうすればいいのでしょうか。

HINT 1

【 REPAIR 】

修理やリフォームをする

古くなったものや壊れたものも新品同様に自分の好みに生まれ変わらせられるのがリペアの良さ。修理や手入れが必要な服や靴やバッグなどは、専門のリフォーム店や購入した店に相談してみるといいと思います。ブランドによっては、長く使ってもらうために、ボタン交換やお磨きなどのメンテナンスサービスを設けているところもあります。また、最近では、瀬戸物の修復技術「金継ぎ」も人気です。右ページの北欧ヴィンテージ家具は、分解して傷んだ木製部分やクッションなどを修復し、使い手の好みの生地に張り替えられます。それは決して高価だからということではなく、安価でも人からいただいたものでも、自分が所有することを決めたのならば、最後までしっかりとケアをすることが「責任」なのかもしれません。



日本でも数少ない修復技術を持った職人が丁寧に分解。

HINT 2

【 REDUCE 】

長く使えるモノを買う

安いからとつい衝動買いや大量買いをして、結局必要なくて捨ててしまった…なんてこと、ありませんか？ そこで、買う前にぜひ考えたいのが、「どのくらい使うか」、「いつどういう形で処分するか」。極端な話、ペットを飼うくらいの気持ちで、自分が最後まで責任を持って世話ができるかを考えてみると、本当に必要なもの、長く使えるものが見つかるはず。ちなみに、牛窪さんのお話にもあった今治タオル。店舗で風合いの良いバスタオルを見つけ、店員のタオルソムリエさんに聞いてみると、「毎日洗っても1年以上この風合いが保てますよ」とのこと。公式ホームページにも「タオルを長持ちさせる洗い方」が紹介されており、そこには、「たっぷりの水でヒラヒラ洗う」など、正しいお手入れのコツが紹介されていました。モノそれぞれの特長と扱い方を知り、丁寧に付き合えるといいですね。



良いものを長く使い続けるコツは、品質の良さと持ち主のひと手間。

リユース

リデュース

北欧ヴィンテージ家具コンシェルジュに聞く 家具から学ぶ「受け継ぐ」精神

真新しい家具もいいが、使い込まれた味わいある家具もいいもの。
なかでもコレクター垂涎の家具といえば北欧ヴィンテージでしょう。リユースにしてはあまりに高額なイメージもあるが、その魅力の本質について専門家に聞いてみました。

日本人にとっての家具がどちらかというと消耗品なのに対し、デンマークなど北欧では、家具は家族代々、調度品としても何十年も使い込み、オーナーがいなくなつた後もオークションや蚤の市などを通してまた次の世代に引き継がれます。友人や親戚を自宅に招いて食事をしたり時間を共有する文化があるため、家具や照明、カトラリーなどの嗜好品は、良質で一生使えるようなものを吟味し、長く大切に使う。今でいうサステナブルな暮らしが自然とできているのだと思います。

そういう北欧のヴィンテージ家具は、今や世界中で愛され、特に有名な作家物などは価格も高騰し続けています。その理由は何と言っても「つくりの良さ」。今から50〜60年ほど前のデンマークは家具作りの黄金期とも呼ばれ、デザイナーと職人が一致団結し、人間の感性に訴える素晴らしいものを丹精込めて作った時代です。ローズウッドなど今では入手できないような素材やチークなどが贅沢に使用され、欧州の王室をはじめ、ケネディ元大統領の討論会でも使われるなど人々の憧れとなりました。そうした木製の手作りの椅子が、約60年経った今でもしつ

かりと愉しめる。そしてこれからは大事に使いながら後世に受け継いでいける。それがヴィンテージの良さでもあります。国を越え時代を超えて受け継がれた家具を、しっかりとメンテナンスし、自分好みの生地に張り替えて愉しむ。言ってみれば文化遺産を一時お預かりしているようなものかもしれません。そしていつの日か、自分の子どもや次のオーナーに受け継ぐ。こうした循環を絶やさないよう、親から子へと家具を通してモノを大切にすることを教えていけるのも、ヴィンテージの良さの一つだと思います。



(株)KAMADA 代表取締役
家具コンシェルジュ

鎌田 剛さん
Tsuyoshi Kamada

北欧ヴィンテージ家具専門店「KAMADA」代表。海外オークションのコーディネートから家具のメンテナンス、さらに最近では査定サービスも行う。コレクターから絶大な信頼を得る北欧ヴィンテージ家具のスペシャリスト。



上：北欧ヴィンテージ家具を代表するデザイナーの一人、ハンス・ウェグナーの名作「ヘアチェア」。木製部分には当時のローズウッドやチークなどが使われている。左：1級品を扱うコペンハーゲンのオークションハウス。今はオンライン入札も可能だが、「実物をしっかり確認することが大事です」と鎌田さん。

GIVE

【譲る】

知り合いに譲ったり、自治体などに寄付という手も!

着なくなった服、いつか読むつもりだった本、飽きてしまった家具やおもちゃ。お歳暮やお中元にいただいた食品や日用品。売るのは面倒で、廃棄にはお金がかかる。であれば、もらってくれる人を見つけたらいいですね。そこで大事なのが情報収集。友人知人、隣近所の家族構成や趣味などを気にしてコミュニケーションをとっておくことで、お下がりももらってもらえたり、貰い物をお裾分けできたりもします。食品の寄付ができるフードドライブや、家具や電気製品など状態の良いものを引

き取ってくれる回収センターも企業や自治体によっては設けています。こまめにホームページや広報誌をチェックしておくのもオススメです。また、地元で不用品を譲り合う交流サイトもあり、すぐ近くに必要としている人がいるかもしれません。ただ、売ったり譲ったりはかなりの労力を伴います。「こんなに大変だと思わなかった。これからは安易に買ったりもしたりしないようにしよう」、そう思えたら、実は大成功! ぜひ、この機会に、売るか譲るか、トラ



つい足を止めてしまう「ご自由に」。玄関前などでひっそり見かけます。

リサイクル

リユース

おうちで発掘!

眠っているお宝はありませんか～

使わないのに捨てるのがもったいない!は、それこそもったいない。思い切って、必要とされる方の元へ送り出しましょう。

SELL

【売る】

アプリやフリーマーケット、専門業者などを活用!

不用品を実際に売る場合、いくつかの方法があります。コロナ禍前は、各地域で開催するフリーマーケットも多くありましたが、ここ2～3年はアプリを利用する方がかなり増えているようです。特に、年配の方にとって、相手とのやり取りが楽しいという声もあり、コミュニケーションの場としても一役買っているようです。一方、以前から人気のオークションサイト、いわゆる「ヤフオク」は、競り合う感覚が好きな人には面白いツールでしょう。思ってもいなかったような高価格で落札される

こともあり、商品の説明書きや効果的な終了時間の設定などを研究すると意外にもちよっとしたビジネスになるかもしれません。また、そういったことが面倒という人は、最近CMでもよく見かける買取りや委託販売の業者も多くありますから、聞いてみるのも一つです。どこに頼めばいいかわからない場合は、店舗型で持ち込めるところや、インターネットの口コミなどで調べるなどして、くれぐれも飛び込み訪問や二束三文での買いたたきなど悪質な業者には気を付けましょう。



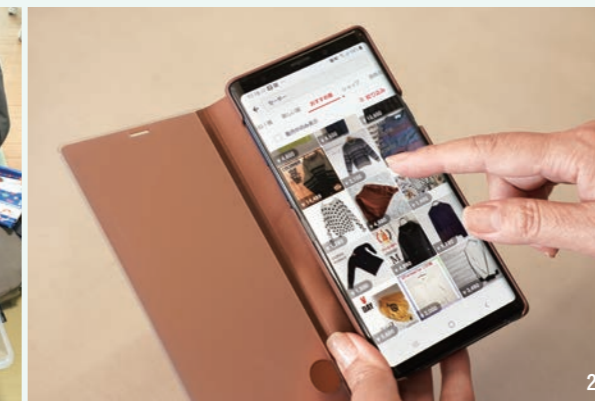
COLUMN

ダウンサイクルで最後に有効活用!

使われず捨てられていたものに新たな価値を見出すのがアップサイクル。それに対し、十分使われ捨てられるものに再度価値を与えるのがダウンサイクル。価値にアップもダウンもないのですが、そのダウンサイクルで思いつくのが、使い古した衣類の雑巾。愛用していたものにハサミを入れるのは心が痛みますが、ただ捨てるのは忍びない。だから、「ありがとう」と言いながらジョキジョキジョキ。そして、またこれからもよろしく!



10年間使い生地が薄くなった衣類。引退後も雑巾として活躍します。



1. 青空の下でのフリーマーケットで気分転換。コロナ明けにはぜひ!
2. 簡単操作のフリマアプリ。「出品のはずが、つい購入」には御用心!
3. 委託業者によるオークションの出品代行は自分でも確認できて安心。





建物に合わせたホテルライクな内装のご入室。

細かな要望に丁寧に応えてもらい、
非接触ボタンが完成しました

——新大阪駅周辺に10年ぶりに新設された大型オフィスビルだと伺いました。

新大阪駅は東海道新幹線と山陽新幹線が発着し、将来はリニアの開業も見込まれる関西の玄関口です。JR西日本グループとしても、今後を見据え、新大阪駅周辺の開発に積極的に取り組んでいこうと、「新大阪第2NKビル」と隣接する「新大阪第3NKビル」の

2棟を新設しました。アフターコロナ社会では、人々が集いコミュニケーションを深め、イノベーションを起こしていく場として、オフィスは重要性を増すと考えています。そこで、新大阪第2NKビルは「人々の交錯・交流を生むオフィス」をコンセプトに掲げ、新大阪の新たなランドマークとなるオフィスづくりに取り組みました。

さらに、利用者様の安全・安心に配慮した最高クラスのBCP対策、アフターコロナを見据えた感染症対策に取り組んでおり、大阪市建築物総合環境評価制度「CASBE大阪みらい」においてAランク、「CASBEスマートウェルネスオフィス」において最高位のSランクを取得しています。CASBEスマートウェルネスオフィスとは、建物利用者の健康性・快適性の維持・増進を支援する建物の仕様、性能、取り組みを評価するツールです。加えて、知的生産性の向上に資する要因や、安全・安心に関する性能についても評価されます。本物件では、6〜72人にご利用いただける貸会議室やテ



JR西日本不動産開発株式会社
都市開発本部 開発部 開発1課 係長 内藤達也さん

ナント様専用のラウンジが知的生産性向上に寄与している点や、BCP対策を実施している点が、高く評価されています。

——エレベーターの仕様においてどのような点に配慮されましたか？

2019年からエレベーターの仕様を検討し始めたのですが、2020年に入ると新型コロナウイルスの影響で、JR西日本グループとしてお客様の安全と安心を守るため、積極的に感染症対策へ取り組み方針となりました。エレベーターは多くの利用者様に対応できるよう、ビルの規模に対しては多めの8基を設置しています。東芝エレベーターからは、密になりやすいかご内は、換気装置の増強をはじめ、混雑したかごの通過機能や混雑お知らせブザーなど、既にある機能を感じていただき、様にしてご検討いただきました。さらに、先進的な非接触ボタンを採用したいと考え、東芝エレベーターに新たに開発いただくことになりました。

打ち合わせを重ねる中で細かな要望を聞き取って丁寧にご対応い



嫁ぎ先を訪ねて

導入事例



新大阪第2NKビル

所在地：大阪市淀川区宮原4-5-41
施設：地上13階、塔屋1階
総面積：25735.08m²
開業：2022年1月

アフターコロナを見据えた 感染症対策として 「非接触ボタン」を採用!

● 新大阪第2NKビル

2022年1月に開業した新大阪第2NKビルは、新大阪駅周辺に10年ぶりにできた大型オフィスビルです。「人々が交錯・交流するオフィス」をコンセプトに、安全・安心に配慮した感染症対策の一つとして、エレベーターに非接触ボタンを採用。その経緯やご感想をJR西日本不動産開発株式会社の内藤さんと根本さんに伺いました。



ボタンに触れずにエレベーターを操作!

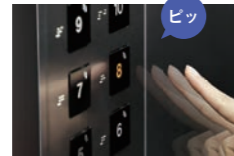
かご操作盤

行先階登録方法

登録したい階に指を近づけるとボタンが淡く点灯します（下記の予備検知機能）。続いて指を離すと明るく点灯し、「ピッ」と音が鳴り登録が完了します。



指を近づけると予備検知

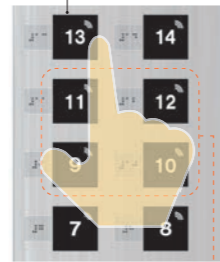


指を離すと登録

予備検知機能

ボタンに指を近づけると、ボタンが淡く点灯し、登録したい行先階の確認が行えます。

登録ボタン
一番高い位置の
ボタンが優先されます



過検知したボタン

過検知対策機能

操作する指以外の指や手で複数のボタンが呼び登録されないように過検知対策機能を装備しています。複数のボタンで検知した場合、一番高い位置のボタンが優先されます。



・操作盤のフェースプレートはステンレス製になります。
・「非常呼びボタン」「ドア開ボタン」には、非接触ボタンをご採用いただけません。
・非接触ボタンご採用についての詳細は、弊社までお問い合わせください。
・非接触ボタンは「かご操作盤」と「のりば操作盤」のセットでご採用いただく必要があります。

メーカーの立場から

さらなる「安全・安心」をエレベーターで感じていただける仕様となりました

仕様検討中に新型コロナウイルス感染症が発生し、お客様から「エレベーターも利用者様に安全・安心に使っていただける対策を施したい」とのご要望をいただきました。当時は商品化の時期が決まっていなかった非接触ボタンについて、特に強い要望を受けたことから本件向けに開発を間に合わせました。他にも、混雑したかごの通過機能は通常よりも低い乗車率で通過する仕様とし、混雑お知らせブザーも適用して密を避けやすくしています。この経験を糧に、お客様が望まれることを常に考え、全社一丸となってお応えできるよう取り組んでいきます。

【営業担当】
関西支社 営業第一部
営業第二グループ
松井優希



お客様にご納得いただける製品を目指し綿密な連携を心掛けました

お客様から非接触ボタンの仕様を受注後、営業技術担当としてこのプロジェクトに参画しました。納入を目指して、設計・製造・据付・調整という各プロセスが滞りなく進むよう建築会社の方との施工打ち合わせや、弊社製作工場との調整を繰り返しました。特に、ボタン検知機能や反応速度については、お客様に詳細が伝わるよう丁寧な説明を心掛けました。非接触ボタンは、今後も市場からご要望いただけるシステムです。全社一丸となって製品納入に至った今回の経験を生かし、さまざまなお客様のご期待に応えられるよう活動していきます。

【営業技術担当】
関西支社 営業技術部
営業技術第一グループ
永上 陣



JR西日本不動産開発株式会社
都市開発本部 開発部 開発1課 根本一樹さん

テナント様や利用者様からは、「非接触のため新型コロナウイルスの感染リスクが軽減でき、安心して利用できる」といった好意的なご意見を多くいただいています。一方で、まだまだ非接触ボタンが世の中に浸透していないこともあり、利用者様がいじりなせるようになるまで時間を要しているとの声も聞いています。ぜひ東芝エレベーターに頑張っていたいただき、非接触ボタンが今後普及していくといいですね。

かごの内装も高級感のあるデザインですね。

新大阪の新たなランドマークとなるような建物を造りたいとの想いで、ビル全体をグレード感のあるホテルライクなデザインにしています。外観は、「人々の交錯・交流を生むオフィス」というコンセプトを、網目で表現し、建物の中にもエントランスや共有部、エレベーター内などさまざまなところにいれ込んでいます。エレベーターのかごの壁面は質感のあるパネルを使い、上部には網目を意識したラインを入れました。建物に合わせた上品な内装にしていた

けたと感じています。東芝エレベーターの対応やメンテナンスサービスについて、期待することを聞かせてください。メンテナンスについては、管理会社から、不具合が起きた際も至急現地に対応していただき、これまでテナント様や利用者様からのクレームもなく稼働していると聞いています。また、メンテナンス以外でもビルの電力消費削減を検討していた際にシミュレーションにご協力いただくなど、ビルの管理運営の面でもサポートしてもらっています。これから先は環境負荷低減に寄与する運動が実現すると、他社との差別化になるのではないのでしょうか。

私たちは今後も安全を最優先に、アフターコロナを見据えた感染対策を強化し、利用者様が安全・安心に使える施設の開発に取り組んでいきます。東芝エレベーターにもエレベーターに関する世の中の新しい動きや、感染症対策に関して、知見を共有いただけることを期待しています。

かご室内も建物のグレードに合わせた上品な内装にさせていただきました

1.コンセプトの「人々の交錯・交流を生むオフィス」が網目で表現されています。2.ボタンに触れずにエレベーターを呼び出せます。3.感染症対策を意識したエレベーターのかご室。





南信州米俵保存会（合同会社わらむ） 日本の伝統と歴史がかかっている。 突然の使命感で藁職人に

飯島町の町おこしのため、米俵マラソン大会を企画したことから、人生が急展開した酒井裕司さん。藁細工に出会い、この技術を次世代へつなごうと決心する。「南信州米俵保存会」を立ち上げた酒井さんに会いに行った。
●写真 阿部了 ●文 阿部直美

酒井裕司さん（左）と職人の市村裕行さん（右）。酒井さんは、いづれ市村さんに大相撲の俵を任せたいと期待を寄せる。

「大相撲を支える土俵」。覚悟を持って編んでいる

クリップをぶら下げた木製の治具は、酒井裕司さんの手作りだ。これを使って俵を編む。乾燥させた稲藁を一束ずつ足しながら、表面を美しく隙間がでないよう編んでいく。一俵（60kg）サイズではあっても、作っているのは米用ではない。なんと、両国国技館で行われる大相撲九月場所の土俵の一部になる俵だ。「人生って、わからないもんです」。土俵用の俵を編む自分を、酒井さんは想像もしていなかった。下伊那郡のサラリーマン家庭で育ち、藁どころか稲作とも無縁だった。結婚後、中央アルプスと南アルプスの谷間・飯島町に越して来て、食肉会社で馬肉を捌く職人をしてきた。子どもが生まれると、町に子どもの数が少ないことに驚く。飯島町が消滅可能都市のリストに入っていることも知った。町おこしをしよう。それには、自分の好きなマラソンの大会がいい、と閃いた。

「町の農地の8割が米です。米俵を担ぐ大会をやったら面白いんじゃないかと思って」。開催2か月前に新聞で告知すると、50人の定員はすぐに埋まった。さて、米俵を集めなくちゃ、と地元で農家に声をかけると「今時作れる人なんてい



(左) 手製の治具。藁を継ぎ足しクリップの錘で締める。
(右) 飯島町の田園風景。山に囲まれ、強風には守られる地形だ。

ない」と言われ、青くなった。「ネットで米俵を調べると1俵9千円で売っていいんです。当時の大会参加費が2千円です。1人7千円の赤字で50人分。僕が負担するしかない。嫁さんにバレたら怒られるって焦って、自分で作るしかないと思ひ、米農家で藁細工をやっていた80歳の平澤さんに弟子入りさせてもらいました。もう必死です。休みなしで寝ないで作りました」。無事に50俵を作り上げ、マラソン大会は成功した。

「米俵が1つ形になった時、感動したんですよ。同時に、もつとうまくなりたいて探求心も刺激されました。藁について調べると、相撲や神社の神事に関わる大切なものなのに、作り手は高齢者ばかり。日本の文化と歴史が途絶えるかもしれない。それを知ってしまったら僕が継ぐしかない、って妙な使命感にとらわれちゃったんです」。翌年には会社を辞めて「南信州米俵保存会」を立ち上げた。勢いで起業したものの、仕事には結びつかない。家計のため、新聞配達や栗拾いなどいくつもアルバイトを掛け持ちしながら、藁細工職人から技術を教わった。「コツコツやれば、いずれ日の目を見る確信だけはあったんです」

5年目のある日、電話がきた。「俵をどれくらい作れるのか？」って突然聞かれました。日本相撲協会の関係者からだった。それまで埼玉県の男性が一手に納めていた俵だが、高齢のうえ病気で引退していた4か月後の九州場所からは土俵を作れない状況だという。米俵マラソンを毎年やっている飯島町ならば、と藁にもすがらる思いで電話をかけてきたのだらう。「まさか、と思って信じられなかったです。でも、藁細工はそれくらい作り手がいなくていいんです。物凄くプレッシャーでしたけど、マラソン大会のため

に米俵を累計2500俵も作ってきた経験はありましたから。しかも飯島町をはじめ上伊那郡では、丈がコシヒカリなどより40〜50cm長い。太くてしなやかで、俵を編むには最適なんです」

土俵用の俵作りを請け負って5年が経つ。相撲用語の「土がつく」が負けを意味することから、酒井さんは収穫時に倒れていない稲だけを手作業で刈り、本場所用の俵を編んできた。現在、保存会には土俵用の俵を作れる職人が10人程いて、巡業先や相撲部屋の土俵向けに俵を編んでいる。ただ、本場所と呼ばれる年6回の大相撲向けの俵は、酒井さんが1人で担う。覚悟を持って編んでいる。「今もテレビの相撲中継は初日の取り組みを少し見るくらいなんです。土俵を確認したらテレビを消します。落ち着いて見られないんですよ。土俵が破れたらどうしようって。力士が土俵で粘っていると、諦めてくれ」って思っちゃっ」

国技である大相撲を支える側となった今、日本の伝統技術を残さねば、という思いはますます強くなっている。若者が藁の仕事で食べていけるように、次世代へとバトンを手渡せるように、今が正念場と思ひ奔走する酒井さんだ。私も今後、力士の足元から目が離せない。

気になるモノを見つけました

Something Special

17


SEALの廃タイヤ × 最強帆布

使い勝手のいい2WAYサコッシュバッグ

破棄されたタイヤチューブからリユースプロダクトを生み出しているSEAL。そして、海上自衛隊でも採用されるほどの強度と加工技術の高さを誇る、大正3年創業の船舶用帆布の老舗、森野帆布。廃タイヤと最強帆布、二つの素材を職人が丁寧に縫製したこのサコッシュバッグは、シンプルながらも、さりげなく本物の船舶用シャック

ルを付属するなどこだわりのあるデザイン。スマートフォンや長財布がスッポリ収納できるのも魅力だ。

ショルダーベルトは長さ調整も取り外しも可能。口ひもを引くと巾着型にもなるが、あえて閉めずに使うのもいい。一個あたり約525gのCO₂削減につながると思うと、3Rにももっと取り組んでみたくなる。

 合計10名様にプレゼントします。詳しくはP2へ



2つの使い方が
できます!

