

企業と社会と学生が交差するマガジン

c r o s s



p o i n t

vol.

1



Sustainableな社会をつくろう

戦争、貧困、地球環境の破壊、食糧危機、資源枯渇。
世界には今ある世界を損なうかもしれない問題がたくさんあります。
世界がこれからどうなるのか。それは誰にもわかりません。
さて。私たちの生活には、多くの企業が関わっています。
食べ物や服をつくったり、列車を動かしたり、お金を管理したり。
生活に深く関わる企業は、この世界に欠かせない存在です。
Sustainableは、持続可能な、という意味の英単語。
ともに世界を持続していく存在として、また将来そこで働くかもしれない場所として、
企業にもっと注目してみましょう。



Contents

- 4 企業インタビュー
中高生を主人公に“Bean to Bar”の魅力を世界中に伝える映像
- 8 Column 1
コンビニコーヒーが美味しくなった理由
- 10 大学生の企業レポート
最先端プラスチックの世界
- 14 Column 2
Sustainable Society = 持続可能な社会は誰のもの？
- 15 協力組織



桐朋女子高等学校×株式会社明治

中学生・高校生たちが、企業のインターンとなって課題解決に取り組む授業プログラム「企業インターンワーク」は、さまざまな企業の協力のもと、事業活動や企業理念、社会とのつながりを学びます。
※「企業インターンワーク」は、株式会社トゥーフェイス・リサーチ・インスティテュートが中学校・高等学校に対して提供する授業プログラムの一つです。

中高生を主人公に

“Bean to Bar”の魅力を世界中に伝える映像

明治からの課題

明治こだわりの“Bean to Bar”の魅力を世界中に伝える中高生を主人公にしたPR映像をつくること

- ・明治の企業理念や創立100年の歴史、商品づくりへの取り組み姿勢について調べて参考にしてください。
- ・チョコレートづくりの背景や工程もリサーチして、どうすれば世界中の人たちに魅力が伝わるのか考えてください。
- ・このPR映像をどんな方法で伝えるかも考えて、具体的に示してください。
- ・つくった映像を周りの人に見せて意見や感想を集め、併せて報告してください。

桐朋女子高等学校では、企業インターンワーク【体験版】を実施しました。企業インターンワークでは、企業から生徒たちへ「指令1」と「指令2」の2つのMissionが与えられますが、【体験版】ではそのうち「指令2」にあたるMissionのみを体験します。なお、明治の「指令1」は「好きなチョコレート製品ベスト3とその理由を聞いてレポートすること!」でした。

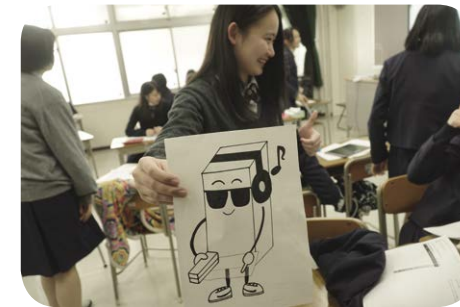


株式会社 明治

日本を代表する食品企業。牛乳、飲料、デザート、チーズ、アイスクリーム、菓子、栄養食品など、美味しさと栄養にこだわった幅広い商品・サービスを、赤ちゃんからお年寄りまであらゆる世代のお客様へ届けている。

創業は1916年。2016年に創業100周年を迎えた。

詳しくはWebサイトへ
<http://www.meiji.co.jp/>



いつも食べているチョコレート

日本人のほとんどが一度は食べているであろう、明治のチョコレート。企業インターンワークを行う生徒たちにとっても、身近なお菓子です。しかし、商品パッケージはよく見知っている、それをつくっている企業のことは？ チョコレートがどこでどうやってつくられているのか知っていますか？ インターンとなって考えてみると、実はよく知らないことばかり。

「明治って100年も前からあるんだ」

「そもそも“Bean to Bar”って何？」

生徒たちは、まず企業や製品について調べるところから活動を開始。情報が集まったらチームのメンバーでプレスト。Missionにとらめっこをしながら、どんな映像をつくったら達成できるのか考えました。

Memo

“Bean to Bar”とは？

カカオ豆 (Bean) を選び、工場へ運んで加工してチョコレート (Bar) にするまでの全工程を、一貫して手がけるスタイルのこと。アメリカ・ヨーロッパでも注目されている、チョコレート界の新たなムーブメントです。

※ チョコレートにはいろいろな形がありますが、板チョコのような棒状にするのが一般的なので、Barという単語でお客様が実際に手に取る最終的なチョコレートをあらわします。

明治のこだわりを中高生に伝えるために必要なもの

チョコレートとともに歩んできた明治の100年、1枚のチョコレートに込められた明治のこだわりを学んだ生徒たちは、次にそれらを自分たちと同じ中高生へ伝えるための、映像づくりに着手しました。「中高生向けなのだから、価格もアビールするべき」

「どんな時に食べるといいのかも、さりげなく盛り込みたい」
次々に出てくるアイデアを、一つひとつ映像の中で形にしています。今回の桐朋女子高等学校での企業インターンワークは、6クラス合同で実施。普段は違うクラスで接点の少ないメンバーでしたが、授業が進むにつれて会話が弾み、それぞれの得意な分野も見えてきます。授業の様子について聞いた明治の担当者からは、「それぞれの能力を活かして役割分担をし、プロジェクトを進めていくのは、まさに『明治 ザ・チョコレート』の開発過程と同じですね」とコメントがありました。





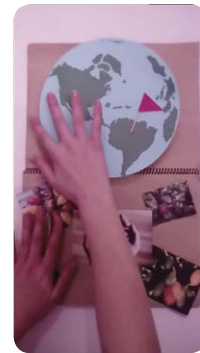
明治へ企業訪問

企業インターワーク終了後、桐朋女子高等学校を代表して3名の生徒が明治を訪問。
“Bean to Bar”から生まれた話題の商品「明治 ザ・チョコレート」開発担当者に、直接、インターワークの成果をプレゼンしました。

桐朋女子高等学校 チーム「Nissy」が作成したPR映像（抜粋）



1 スケッチブックを利用した、手づくり感あふれる演出。手書きであられる「meiji」の文字で、明治のチョコレートが身近なものであること、人の想い（こだわり）が詰まったものであることを表現します。



2 世界地図やカカオ豆などの画像をスケッチブックの上に並べながら、明治のこだわりを紹介。自分たちの手を映像に入れることで、「中学生が主役」であることを視聴者に伝えます。



3 高価なチョコレートだった“Bean to Bar”を、中学生でも購入できる価格帯にしたのが「明治 ザ・チョコレート」。中学生にとって重要な価格のことも、映像の中にしっかり取り入れます。



4 「勉強に疲れた時に」と、中学生の生活にあわせた「明治 ザ・チョコレート」の食べ時をアピール。6種類の味と香りから好みに合わせて選べることを、お洒落で可愛い映像にまとめました。



生徒たちのプレゼンを見た 「明治 ザ・チョコレート」開発担当者たちの感想

本来の“Bean to Bar”は高価、という点を盛り込んでくれたのは嬉しい驚きでした。明治は食品メーカーとして、中学生でも手の届く価格帯で商品提供することも重要な使命の一つと考えています。それは「明治 ザ・チョコレート」のWebサイトにわかりやすく書いてある情報ではありませんが、きちんと情報収集をして背景事情を理解しキャッチアップしてくださっていたのは、素晴らしいことだと思いました。

また、撮影から編集までスマートフォンで行ったということなど、若い学生ならではの方法で当社からの課題にあられた点も、非常に興味深かったです。

菓子マーケティング部 スペシャルティチョコレート担当 専任課長 佐藤 政宏さん

菓子商品開発部 スペシャルティチョコレート担当 カカオクリエイター 宇都宮 洋之さん

菓子商品開発部 スペシャルティチョコレート担当 専任課長 山下 舞子さん



明治を訪問した生徒たちの感想

これからはチョコレートを食べる時に、明治が創業から歩んできた100年の歴史を食べているんだなという気分になりそうです。プレゼンテーションの映像をつくるまでに、明治のことをたくさん調べたつもりでしたが、直接おうちがいをしてお話を聞くと、知らなかった情報がたくさん出てきました。

“Bean to Bar”や「明治 ザ・チョコレート」の魅力や開発した時のエピソードなどは中学生にとっても面白いものなので、改めてもっとたくさんの人に広めていきたいと思いました。

中島 葵さん 堀越 芽吹さん 藤巻 椎菜さん

社会を良くする明治の取り組み

明治は、社会に必要とされる存在であり続けることこそ、社会的責任を果たすことであると考え、本業を通じてさまざまな社会課題の解決に貢献しています。

メイジ・カカオ・サポート

世界全体のチョコレート消費量が増える一方で、近い将来、主原料であるカカオ豆の生産が追いつかなくなるかもしれないといわれています。カカオの木が高齢化している、栽培に必要な苗木や肥料などが手に入りにくい、栽培技術に関する知識が周知されていないなど、カカオ農家を取り巻く環境には難しい問題があるのです。

そこで、明治は「メイジ・カカオ・サポート (MCS)」というカカオ農家支援活動を始めました。

収穫量を増やすための栽培方法や、病虫害の管理方法などについて学ぶ勉強会を開催したり、苗木の供給センターをつくったり、カカオの生産国へ赴き農家の人々と交流しながら問題解決に努めています。

[サポートの対象国]

● ガーナ共和国

カカオ農家が安心して農業を続けていくには、カカオ豆で十分な収入を得られなければなりません。明治は、カカオ豆の地域指定購入を行い、一定額を上乗せして購入することで、地域の支援を行う仕組みをNPOと協同でつくりあげました。

● パルー共和国ほか

ファーマー・トレーニング・スクールを開催。剪定、接木、農業取り扱いなどについて学びます。

● ベネズエラ・ボリバル共和国ほか

寄贈した専用の発行箱を使った明治独自の発酵法で、高価格で取引できる高品質なカカオ豆の生産を可能にしました。

● ブラジル連邦共和国

明治独自の発酵法で高品質なカカオ豆の生産を可能にしたほか、アグロフォレストリー[※]で農業経営と環境保全を両立させています。

※アグロフォレストリー：「森をつくる農業」と呼ばれ、森林伐採後の荒廃した土地に自然の生態系に倣った多種の農林産物を共生させながら栽培する農法



明治の食育プログラム

「カカオ・チョコレート教室」の出前授業

明治では、半世紀以上前から食育に取り組んできました。「食育セミナー」「料理教室」「工場見学」には毎年20万人以上が参加しています。

1955年に大阪工場で行った工場見学は、現在では全国7箇所で開催中。牛乳、ヨーグルト、チーズ、チョコレート、スナック菓子の製造工程を見学できます。

1974年からは出前料理教室がスタート。明治の製品を使った料理やお菓子づくりを学んでいただくとともに、健康に役立つ栄養の話も伝えています。

そして、子どもたちを対象とした食育として始まったのが食育セミナー。「カカオ・チョコレート教室」を小学校・中学校へ出前授業として提供しています。依頼のあった地域で働く明治の社員が講師となり、五感を刺激する「お話し」と「体験」を組み合わせた楽しくわかりやすいカリキュラムで、食への感謝や大切さを学べます。



コンビニコーヒーが美味しくなった理由

最近、コンビニエンスストアで飲むコーヒーが美味しくなったといわれています。コーヒーの国内消費量で見ても、スターバックスが登場した1996年以降急増した消費は2000年代に入り停滞していたのですが、2010年代に入るとコンビニコーヒーの普及をきっかけに、ハイペースで上昇。2016年には2012年比で12%も増加しており、安く、手軽で、美味しいからという理由で飲む人が増えていることがわかります。では、なぜコンビニコーヒーは美味しくなったのでしょうか？ もちろん、コーヒー豆は大切ですが、豆そのものの輸入価格は上昇しているのに、安く提供できる理由がわかりません。実は、その答えは「コーヒーマシン」にあるのです。コンビニエンスストアは全国に3万店以上もあるので、すべてのお店で、同じレベルで、よい品質のコーヒーを提供するには、よいコーヒーマシンが必要になります。まして24時間営業ですから、壊れにくいこと、壊れ

たとしてもすぐに直してくれるメンテナンス体制も必要です。もともと、業務用のコーヒーマシンはほとんどが海外製でした。エスプレッソタイプならイタリア、ドリッパならアメリカが世界的なシェアを持っています。とはいえ、輸入するにしても、電圧が違ったり、言語の問題などで、日本でそのまま使うことはできません。そこで、世界中からコーヒーマシンを輸入し、日本用にカスタマイズして提供する仕事をしているのが、横浜にあるブルーマチックジャパンという会社です。コンビニエンスストアはもちろん、誰もが知っているカフェチェーンや、ハンバーガーショップ、ドーナツショップから新幹線、ホテルまで、さまざまなコーヒーマシンを提供しています。



んや、ハンバーガーショップ、ドーナツショップから新幹線、ホテルまで、さまざまなコーヒーマシンを提供しています。

一杯のコーヒーの裏側にある大きな問題

コーヒーといえば、途上国の農園で働く人の賃金や労働環境が問題視されていることはご存知でしょうか？ 2000年以降、不当に安い賃金だったり、子

どもを働かせたりしてコストを抑える生産が大きな課題として顕在化したのです。その後、ネスレなど世界の大手コーヒー企業がリーダーシップをとり、コーヒー豆をつくる人たちに配慮することを会社としての最低限の責任として、さまざまな取り組みをはじめました。レインフォレストアライアンスやフェアトレードコーヒーなどが代表的で、マークや言葉

を見たり、聞いたりしたことがあるかもしれません。これからは、自分たちが直接の雇い主ではなくても、その原料を使用する以上、つくる人の環境も守らなければ、世界のお客様に買っていただけなくなってしまいます。それは、コーヒーマシンも同じです。ブルーマチックジャパン社が製造を委託している工場も、よい環境で幸せに働けることが必要なのです。

心優しいコーヒーマシン工場から

今回、その中の工場の一つを訪れました。イタリア、ミラノにあるカリマリ社。ローソンの「街カフェ」のマシンをつくっているメーカーです。なんと、あのコーヒーマシンはイタリアからやってきているのです。美味しい理由もわかりますね。もちろん、美味しいだけではありません。つくる人々への配慮が十分にいきとどいた工場で作られているのです。ゆったりとしたスペースに効率的に製造ラインが配置され、清潔感があふれた素晴らしい工場。従業員の明るい表情が印象的です。日本のコンビニで見慣れた白いシンプルなマシンが整然と流れていきます。壁には「kaizen」という見慣れた標語も。これは日

本のトヨタ自動車世界に誇る生産理念の一つ「改善」のこと。少し、誇らしい気持ちになります。そして、社内にはなんと保育所まであるのです。ここには従業員だけでなく、近隣の住民も子どもを預けているそうです。保育所不足に悩む日本人にとって、うらやましい限り。社長のマイヤーさんに聞いてみました。「カリマリ社はイタリアの企業として、SA3000という環境や従業員のための配慮をしているという世界的な認証を取得しています。これは、企業の社会的責任をきちんと実践している会社に与えられる認証です。つまり社内の従業員に対しても、社外に対しても責任をもって行動している、ということです。日本の企業にも従業員はみんな家族だ、という考え方があると思いますが、カリマリ社でもそのように考えて

いて、そのためにも従業員を正當なやり方で処遇していくことが大切だと思います。例えば経済的に苦しい人、また女性への配慮、特に女性は子どもが小さい頃は家にいないと都合なこともあります。それでも働かなければ家庭の収入が減ってしまう。それを助けるためにカリマリ社では、2010年に保育所を設置しました。企業として少しでも女性を助け、働きやすくする、それによって家族の暮らしが豊かになっていく。従業員の状況を向上させ、同時に対外的な関係に責任をもって行動をする、ということを目指しています。」
街に根づき、街とともに生きている。心優しいコーヒーマシン工場から始まる美味しい香りが、今日も、日本の街を幸福に満たしてくれています。



ブルーマチックジャパン株式会社
1920年代からアメリカ屈指のコーヒーマシンとして世界各国で事業を展開していたブルーマチック社の日本での販売会社として1984年に創業。現在ではイタリア、スイスなど世界各国のすぐれたコーヒーマシンの輸入および製造販売を手がけている。

カリマリ
1919年創業のイタリアのコーヒーマシンメーカー。伝統的なエスプレッソマシンから最新技術を駆使した高品質な全自動コーヒーマシンが世界各国で高く評価されている。

大学生×住友ベークライト株式会社

身近にあるモノを、一歩踏み込んで見てみよう。そこには、さまざまな企業の名前が見えてくるはず。企業が私たちの生活とどうかかわっているのか、企業の人に直接聞いてみました。

最先端プラスチックの世界

プラスチックとは？

プラスチックとは、形を変えられる高分子物質の総称。主に石油や天然ガスからつくる合成樹脂のことを指します。プラスチックが本格的に生産されたのは、1907年にベルギー系アメリカ人のパークランド博士が「フェノール樹脂」を開発してから。このフェノール樹脂の商品名が「ベークライト」でした。

減る生産量、増えるリサイクル

日本でもっともプラスチック生産量が多かったのは、1997年。年間1,500万トンを超えていました。その後、リサイクルや省エネの意識が高まり生産量は減少。2015年の生産量は1,083万トンでした。代わりに増えているのが、廃プラスチックの有効利用。2000年には46%だった有効利用率は2015年までに83%までアップ、763万トンがリサイクルされているのです。
※ 出展：日本プラスチック工業連盟/一般社団法人 プラスチック資源利用協会



日々進化するプラスチック

現代の生活に欠かせないプラスチック。どこにいても、周囲を見渡してプラスチック製品が視界に入らないということは、まずありません。軽くて丈夫、色や形を自由に換えられるため、何にでも使える便利な素材。しかし同時に、ゴミ問題や化石燃料問題などからマイナスのイメージを持たれることもあります。

そこで今回は、プラスチックのイメージを変える最新機能をご紹介します。実は私たちの目に見えない部分でも日々進化を続けているプラスチック、その一例として「野菜の美味しさに関係している」というお話を、大学生の新渡さんが調査しました。

お話を聞いた企業

プラスチックのバイオニア 住友ベークライト(株)

1911年(明治44年)に日本で初めてプラスチックを製造した会社の事業を継承。アメリカのパークランド博士が開発した当時最新のプラスチック「ベークライト」を、高峰譲吉博士が日本での専用実施権を得て三共合資(当時)の品川工場で作ったのが、前身の日本ベークライト。社名の由来もここにある。



亜細亜大学
経済学部 3年
新渡 宏貴さん

野菜の鮮度を長持ちさせる特別なプラスチックがあると聞きました。どんなものなんですか？



住友ベークライト株式会社
P-プラス開発部
石川 武さん

はい、住友ベークライトが開発するP-プラスというプラスチック包装です。最近に必要な量だけ買えるカット野菜も人気ですね。そんな時に活躍するのが、野菜の鮮度を保つ機能を持つこのプラスチック包装用のフィルムです。

呼吸を調整した野菜は、イキイキ元気

畑で収穫された野菜は、市場に運ばれお店に並んでいる間もずっと呼吸しています。収穫後に色が変わっていくバナナと同じで、どんどん状態が変化しているのです。しかし、バナナのように熟して美味しくなるものばかりではありません。多くの野菜は時間が経ち新鮮さが失われるにつれて味も落ちていきます。これは、野菜が呼吸を続ける際に養分や水分を使ってしまうため。つまり、野菜の呼吸をできるだけ抑えることが、鮮度・栄養・美味しさを保つために重要なのです。そこで登場するのがプラスチック包装用のフィルム！



カット野菜が入っているP-プラス®



家庭用鮮度保持袋

目には見えない小さな穴で、 酸素の流れをコントロール

野菜の呼吸は、温度と袋中の酸素・二酸化炭素の量に左右されます。オープンな状態では通常の呼吸が続いて養分を消耗し、逆に密封してしまうと二酸化炭素ばかりで呼吸ができず、どちらの状態でも野菜の鮮度は落ちていきます。住友ベークライトが開発・販売する包装用の薄いプラスチックフィルム、P-プラス®には、顕微鏡でなければ見えないほど小さな穴が空いています。この穴による透過性と野菜の呼吸のバランスにより、袋の中を「低酸素・高二酸化炭素」にして平衡状態を保ち、野菜の呼吸を低く抑えることで、野菜が「冬眠」をしているような状態をつくるから、野菜は長期間栄養たっぷり美味しくいられます。





プラスチック包装で、野菜の鮮度を保つことができるのは驚きです。
なるほど、それなら遠く離れた場所で採れた野菜も
手軽に美味しく食べることができますね！

今まで食べられなかった野菜が 近所のスーパーに並ぶ

野菜の鮮度を保てるということは、今までより遠くまで運べるということです。以前は産地まで行かなければ食べられなかった野菜が、日本全国のスーパーや百貨店などで売られるようになったのは、野菜の鮮度を保ったままということ、今までより遠くまで運べるということです。P-プラス®の技術が、以前は産地まで行かなければ食べられなかった野菜を、日本全国のスーパーや百貨店などで売られるのに役立っています。さらに遠く、野菜を海外まで輸出する時にもP-プラス®は活躍します。アジアでは日本産の高級な果物が人気。静岡のメロンをタイまで輸出した際は、暑いタイの気候でも鮮度を保持できたと好評でした。日本全国に、さらには海を越えて世界中に美味しい野菜や果物を届けるために、P-プラス®が役立っているのです。

全国各地に、美味しい野菜はたくさんあります。
その通りです。
鮮度を長く保つことができれば、
もっとたくさんの美味しいものを
遠くのお店や食卓に届けることができます。



住友ベークライト株式会社
P-プラス開発部
峰島 海さん

新渡さん：P-プラス®は野菜専用のプラスチック包装なのですか？

石川さん：野菜や果物以外にも使えますよ。
タイのバンコクの場合、P-プラス®を使ってヨーロッパへ輸出しています。
よりよいコンディションでお店に並べられるんですね。

新渡さん：タイからヨーロッパまで！海外でもP-プラス®は活躍しているんですね。

峰島さん：そうです。
タイは世界最大の蘭の輸出国ですが、ヨーロッパは品質基準が厳しいので、
さらにマーケットを拡大するために新鮮で綺麗な状態で運ぶのに役立つ
新しい製品や技術を、どんどん取り入れているんですよ。



全国各地に拡大するP-プラス®

エダマメ

関東から東北を中心に全国各地でつくられているエダマメは、鶴岡のただちや豆、丹波の黒豆などそれぞれ味や食感に特徴があります。食味にこだわって東京や大阪へ出荷するには、鮮度を保つ低温管理とP-プラス®が欠かせません。

レモン

広島は国産レモンの一大産地。爽やかな味わいから夏の需要が多いのですが、収穫期は5月で終わってしまうため、一番売れる時期に売ることができないという悩みがありました。そこで収穫後にP-プラス®で個包装し低温で貯蔵することで貯蔵期間を延ばし、夏でも出荷できるようにしたのです。



進化するプラスチックの世界

P-プラス®以外にも、住友ベークライトではさまざまな機能を持った最新プラスチック製品が開発されています。

包装ゴミを減らす

食品包装の最も重要な役割は、食品を安全にお客様へ届けること。そのうえで使い終わった後にゴミとして残るものをできるだけ減らすため、薄くても強いプラスチックフィルムを開発しました。ECOceeL®は従来の包装に比べて20%もゴミを減らすことができます。



ECOceeL®で真空包装実演

植物由来のプラスチック

フェノール樹脂は、開発から100年以上経った今も自動車の部品など私たちの暮らしの中で使われている重要なプラスチック。原料はずっと石油などでしたが、住友ベークライトは研究機関との協働により、植物を原料にフェノール樹脂を製造する技術を生み出しました。

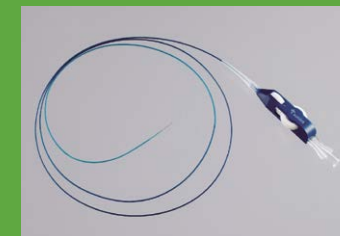


公益財団法人地球環境産業技術研究機構 (RITE)



身の回りのプラスチックが、実はすごい機能を持っていることがわかりました。
コンビニエンスストアのカット野菜が美味しいのにも、
プラスチックの力が関わっているんですね。
石油ではなく植物からプラスチックがつくれる新しい技術にも、
とても興味がわきました。
生まれた時からプラスチックは「あって当たり前」のものでしたが、
今も進化を続けていてさまざまな場面で活用されていることがわかりました。

医療現場で活躍



ステアリングマイクロカテーテル

薬のパッケージや検査機器に手術器具など、医療現場にはプラスチックがたくさんあります。「手術を受ける患者の負担を減らしたい」「難しい治療をもっと簡単にできるようにしたい」そんなニーズに応えるために、住友ベークライトでは血管の中に入れるステアリングマイクロカテーテルなど、医療の進歩をサポートする製品を開発しています。

もっと知ろう！

住友ベークライト

日本でプラスチック生産が始まってから、およそ1世紀。この間、住友ベークライトはさまざまな種類の製品を新たに開発し、半導体関連材料、電子部品材料、自動車用の金属代替プラスチック、医療機器などに製品を提供、さらに医療・バイオ関連商品などの最先端分野にも積極的に取り組んできました。今、事業の舞台は日本にとどまらず海外へも拡大しています。グローバル企業として、各国の法令や多様な文化を理解しながら、化学企業として安全を重視するとともに、環境の保全に取り組んでいます。

詳しくはWebサイトへ
<https://www.sumibe.co.jp>



Sustainable Society = 持続可能な社会は誰のもの？

むかしむかし、堤に囲まれた池がありました。池の中ではカニとウナギが仲良く暮らしていましたが、時間が経ち、それぞれの家族が増えるにつれて、住む場所が狭くなったウナギはカニが掘った穴を勝手に使い、お腹を空かせたカニはウナギの食べ物を盗むようになり、そうしてだんだんと仲が悪くなっていったある日、偶然、ウナギの尻尾がカニのハサミに挟まりました。あまりの痛さにウナギは尻尾を思い切り振り、カニは遠くまで吹っ飛びました。この出来事がきっかけとなり、カニとウナギは一族を挙げての大喧嘩を始めました。

長い争いの末、ウナギは全滅しました。池を独占したカニは、ウナギの住処だった場所にも穴を掘って悠々と暮らしていましたが、その頃から池の水が減り始め、ついには干上がってしまいました。カニも水がなければ生きられません。後には、誰もいない穴だらけの窪地だけが残っていたそうです。

これは、福島県相馬に伝わる「酒田のから堤」という昔話。水がなくなったのは増えすぎた穴から水が漏れたから、というオチがつけます。

今、現実の人間社会でも同じような現象が起きています。地球の大きさ・資源には限りがあるのに、人口は増える一方(日本は人口減少に転じていますが、世界人口は増加中)。このままでは近い将来、人間が住める場所や食料が足りなくなります。そこで各国行政や企業は、資源を守りながら社会を発展させていくためのさまざまな工夫を始めました。リサイクルや自然エネルギーの活用、ほかにも害虫に強い作物の開発や森の中の水源保護など、各地の状況や企業の事業内容に合わせた活動が進行中。地球の資源が豊かな今のうちに、皆で仲良く協力しながら『持続可能な社会』をつくれれば、生き物も資源もなくなった地球だけがぼつんと残る、なんて結末は防げるはず。



協力組織

株式会社 明治
住友パークライト株式会社
ブルーマチックジャパン株式会社
桐朋女子高等学校

cross point

2017年7月

発行
株式会社サステナビリティ・コミュニケーション・ハブ
東京都新宿区天神町14 神楽坂藤井ビル6階
Tel. 03-3513-0850
Fax.03-5227-6746

株式会社トウワイス・リサーチ・インスティテュート
東京都中央区日本橋箱崎町1-11-804
Tel. 03-6861-3553
Fax.03-6861-3554

■本誌内情報は別途記載がない限り、2017年4月現在のものとなります。
■本誌掲載の記事・写真・イラストの無断転載を禁じます。