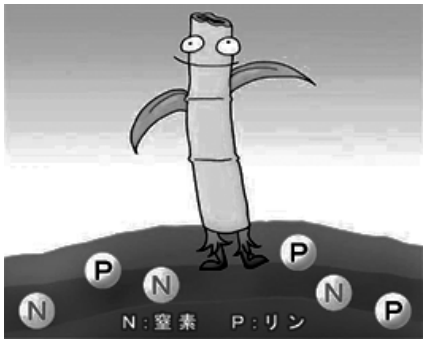
葦から“Zoo”

名古屋市立名古屋商業高等学校

1.「葦」ってどんな植物？

私たちが着目したのは、干潟や川辺に生える「葦（標準和名は「ヨシ」ですが、研究テーマに合わせて「アシ」と呼びます）」です。もちろん、今までにも何度か目にしたことはありますが、精々『あぁ、雑草が生えてるな』程度に捉えていました。ところが、この植物についてよく調べてみると、そこには意外にも、環境保全に貢献している姿を見出すことができたのです。

葦とは、河川や干潟の陸側に広大な茂みを作るイネ科ヨシ属の多年草で、水流の緩やかな場所に多数の茎を並べながら育ち、その根元には泥が溜まりやすいという特徴があります。これが葦に「水質浄化」の役割を与えているのです。すなわち、窒素やリンといった栄養塩類が水中や土中に過剰に存在すると、藻やアオコなどのプランクトンが大量に発生し、水中の酸素濃度を低下させてしまいます。葦はこの栄養塩類を吸い上げ、水質を安定させる効果があるのです。



栄養塩類の吸収

葦の生育状況を調査

葦群落での水質を調査

他方、「生物多様性の維持」という側面からの効果も忘れてはなりません。生物多様性とは、地球上の多くの生物が、互いに影響を与え合いながら共存するという意味であり、葦はこれを維持する役割も担っています。つまり、「オオヨシキリ」や「カヤネズミ」などの鳥獣類、絶滅が危惧される「トビハゼ」や「クシテガニ」などの水生生物を初め、様々な生き物の住みかや隠れ場となっているのです。

2. 目指せ！ エコロジカル・マーケティング！！

しかし、河川の護岸工事などにより、わが国の原風景のひとつであった葦原が消えようとしています。それに加えて、葦を利用した製品の需要も衰え、生き残った葦原でも葦は枯れたまま放置されています。そこで、これを製品の原材料として有効に活用し、ビジネスとして成立させつつ、環境の保全に繋がる方策こそ「エコロジカル・マーケティング」に他なりません。

すなわち、適正な利潤をもたらすビジネスモデルが構築できれば、新規の企業参入や雇用の拡大が見込まれ、結果的に環境保全に意識を向ける人々が増えるのではないか。また、保全活動が産業として確立できれば、資金・設備・技術面などの活動基盤が強化され、そこから利潤が産み落とされる限り、活動の継続性も維持されると考えたのです。

3. 葦布製品の誕生

葦を原材料として、どのような製品を生み出すか？私たちは、以下のプロセスに従って、最終的には布製品を誕生させる製品化計画を立案しました。

この計画に従い、葦が布製品に変わるまでの各産業、すなわち「製紙」→「紡績」→「撚糸」→「織物」→「縫製」に携わる企業や団体の協力を仰ぎながら、次の3種の商品を誕生させました。

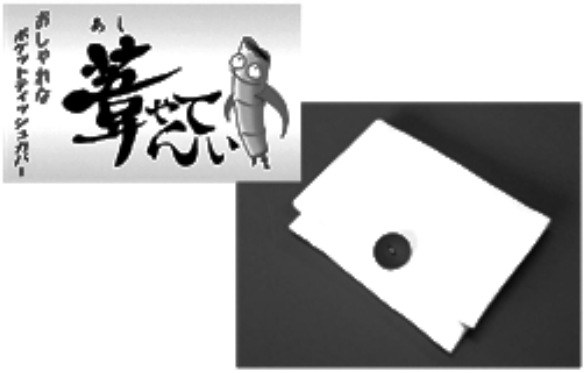
第1の商品は、着脱が簡単な三角巾「葦から“Zoo”」です。面ファスナーで止めますので、着脱が簡単で、どのようなサイズにもフィットすることを付加価値として盛り込みました。

開発商品　第1弾　「葦から“Zoo”」

第2の商品は、軽～いサコッシュ「葦がぁる」です。サコッシュとは、自転車のロードレースにおいて、食料や水筒などを受け取るための肩掛け小袋のことです。これを普段使いのポーチに仕立てました。

開発商品　第2弾　「葦がぁる」

第3は、おしゃれなポケットティッシュカバー「葦ゃんてぃ」です。ただポケットティッシュが収納できるだけではなく、内側に小さなポケットを付けて、他の商品との差別化を図りました。



開発商品　第3弾　「葦ゃんてぃ」

4. 商品にメッセージを込めて

この後、名古屋市内、愛知県内、そして他県において、私たちの活動を紹介する機会を頂戴することができました。完成した商品を携え、各会場にてこの商品が誕生するまでの経緯を紹介したところ、特に葦を身近に感じていらっしゃる滋賀県や大阪府の方々から、『葦にこのような活用法があるとは知らなかった』との驚きの感想が寄せられました。私たちの暮らす地域だけでなく、他県の皆様にも、環境保全とビジネスとの関わりを紹介できたことに、とても大きな満足を感じました。

第1回全国ユース環境活動発表大会にて

また、繊維産業に携わる方々から、この3つの葦布製品が、『アパレル素材の新たな可能性を感じる』とのお褒めの言葉を頂戴し、繊維見本市への出品を薦めてくださいました。こうして、その道のプロである繊維業界の皆様にも、商品をお披露目する機会を得たのです。

繊維見本市での展示

布地の収縮テスト

観光案内所での展示

さらには、『これらの商品を実際のビジネスベースに乗せることができれば、地域の特産品になるのではないか』との期待とともに、活動の意義に共感してくださった皆様からの便宜を受け、現在、地域の観光地や名産品を紹介する観光案内所において、私たちの開発した商品と活動内容が紹介されています。

5. 立ちはだかる2つの壁

商品が完成したとはいえ、流通の対象となる商品としては、まだまだ不充分な点が多々あることは承知しています。そのため、今後の活動計画のひとつとして、流通に耐えうる商品作りを目指しています。ところが、実際に市場に送り出そうとすればするほど、2つの高くて分厚い壁が立ちはだかるのです。

そのひとつが「品質管理」です。消費者に安心してお買い求めいただくためには、JIS規格や家庭用品品質表示法などの基準をクリアしなければなりません。そのために、コンプライアンスの重要性を念頭に置きつつ、専門機関のご指導を受けながら、基準に合格できる品質の向上を目指します。

2つ目の壁が「製造コスト」です。葦布へのニーズが少なく、大量生産に至らないため、製造コストがたいへん割高となってしまう点も解決しなければなりません。これは、より一層、葦に対する興味・関心を高めることで、葦製品に対する需要を喚起し、生産規模が拡大して行けば、コストの低下に繋がるのではないかと考えています。

6. エコツーリズムへの取り組み

一昨年、名古屋市環境局を訪問し、原材料としての葦の安定的な確保について相談にうかがった際、新たな方向性を発見することができました。それが「エコツーリズム」です。

エコツーリズムとは、自然環境を対象とし、自然環境の保全に責任を持つ観光のことをいいます。『名古屋市内にも環境問題を気にかけていらっしゃる方は大勢いるはず。その方々に向けて、楽しみながら環境保全に参加できる、そんな魅力的な取り組みを企画してはどうかしら?』このようなアドバイスを頂戴したのです。こうして私たちは、この活動についても企画・立案を進めました。その結果、人々の興味を引き付けるためのイベントとして思い付いたのが、「工作教室」と「アニメ制作」です。

「工作教室」としては、「くるみボタン製作」と「葦紙のランプシェード作り」の2つのメニューを考案しました。「くるみボタン製作」とは、葦から作られた布に思い思いの絵を描いてもらい、それをくるみボタンに仕立てるというものです。「葦紙のランプシェード作り」とは、空き牛乳パックを原料とし、そこへ葦の繊維を混入した手漉き紙を用いて、ランプシェードを作るというもの

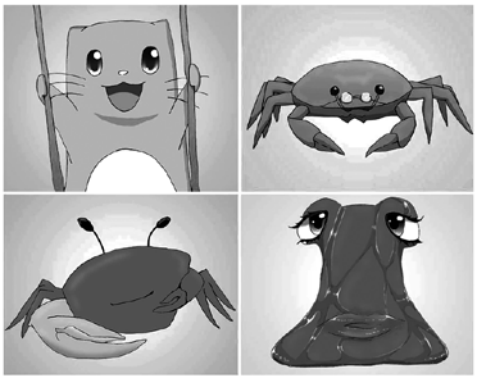
くるみボタン製作のワークショップ

葦の紙漉き

です。どちらもワークショップとして、いくつかのイベントにおいて実施しました。体験者は小さなお子さんがほとんどでしたが、同伴の保護者の皆様に、葦という植物の紹介と、その有効性を訴えかけることができたと自負しています。

「アニメ制作」では、葦が「水質浄化」と「生物多様性」に貢献している様子を、親しみやすいキャラクターたちが訴えかけるアニメーションを制作しました。ワークショップ開催の冒頭で上映し、興味・関心を抱いていただく動機付けとして活用しています。

これらの「エコツーリズム」の活動が、『私には関係無い』『面倒くさい』などの理由から、環境保全活動に背を向けていた人々に、『楽しいので参加してみませんか?』と、気軽に声を掛けられる催しとして受け入れられることを願っています。



アニメに登場するキャラクターたち

7. さらなる発展を目指して

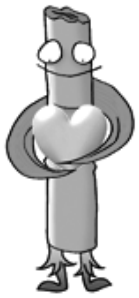
エコロジカルな活動を展開しようとしても、ただ人々の熱意に訴えかけるだけでは、その活動を維持・継続することには困難が伴います。そこで、崇高な理念の隣にビジネス活動を並走させることができれば、より確かで親しみやすいシステムを構築できると考えたこの取り組みでした。しかしながら、未だ顕著な成果を上げるに至っていません。

この活動を通して、私たちは己の力不足を痛感させられました。まず、仮説を科学的に論証する能力に欠けていたことです。活動を進める中で、何度か判断を迫られる場面もありましたが、思いつきや感覚で対処することも多かったと反省しています。また、そもそも環境保全に関する基礎的な知識を持っていなかったことも思い知らされました。

今後は、環境保全に関連したNPOや諸団体が主催する講演会・見学会などに積極的に参加し、専門の研究者の方や実際に活動に取り組んでいらっしゃる方からお話をうかがいなから、さらに学習を深めていこうと決意しています。

商業高校生として日頃から学習している知識や技能を思い起こしながら、ビジネスの一端に触れて参りました。もちろん、それだけではありません。ここに至るまでには、多くの方々よりご支援を賜りました。そのご厚意に感謝しつつ、今後はより高い市場性を備えた商品の開発と、エコツーリズムを通しての環境保全の啓発に尽力して行く覚悟です。あたかも、日毎に、着実に上へ上へと伸びていく「葦」のように。

晴れて私たちの商品が小売店の店頭に並ぶまでには、もう少々かかりそうですが、あしからず・・・。



名古屋市立名古屋商業高等学校