

# 環境にやさしい、 人にやさしい国づくり

株式会社クリエイティブ・ワイズ 代表取締役 三宅曜子



今、特にヨーロッパを中心に、「環境にやさしい、人にやさしい国づくり」をテーマに、ものづくり、ライフスタイル、ごみ問題を含めたリスクマネジメントが注目されている。

今回はスイスのライフスタイルを例に挙げ、日本が今後さらに意識しなければならない「環境にやさしい、人にやさしい国づくり」を考えていきたい。



毎日の散歩道から見えるスイスの風景

## ■チューリッヒ郊外での生活で体験したライフスタイル

4月から5月の連休を挟み、20年ぶりにObfeldenという、チューリッヒ空港から30分程度車で走ったチューリッヒ郊外の街に住む友人の家に2週間近く滞在した。

20年前までは毎年のようにこの季節に一か月ほど行っていたが、その後は他地域の海外事業の仕事が多くなり、暮らすように滞在するという事はなかった。

この夫婦は二人とも陶芸、絵画のアーティストで、ご主人が日本人、奥様がスイス人という家庭。一昨年奥様のお母様が亡くなり、それまで滋賀県の高島に住み、クリスマスの前後スイスに戻る生活をされているが、これを期に昨年からはスイスと日本を半年ずつ行き来する生活をするようになっていた。私もここ数年はホテルに泊まり会うことはあっても、彼らの自宅に居候生活をするというのは長い間行っていなかった。

スイスはずいぶん変わっていた。昔から金融の街、鉄道の街としても有名で近隣他国より物価の変動



友人宅のアトリエ

は少なく、価格は高い国であるが、それ以上に驚いたのが、徹底的に環境を意識した要素がいたるところで見られ、人へのやさしさが充実している事だった。

無農薬、有機栽培はもとより、加工品などもフランス以上に「Bio※」が多く、ごみ問題も非常にわかりやすい分別システムをつくっている。いたるところに季節の花が咲き乱れ、街の美化、空港や駅のバリアフリーをはじめ、掲示のわかりやすさなど、日本も手本にしたいことが多く、観光で行ってもわからないことを暮らしてみてもよくわかった。

※Bio:「バイオ」、オーガニック/有機無農薬栽培

## ■食材の「Bio」は当たり前

近所の COOP（生協）や MIGROS（大手スーパー）は食材調達のために何回も通った。

ヨーロッパの他の国同様、日曜日は休みであるが、日曜日には他のスーパーで開いているところがあるし、農家が公園などで午前中、直接販売するサンデーマーケットがあるのでそこに行く。

これらのスーパーで驚くのが、ほとんどの商品に「Bio」マークがついていることだ。これは有機無農薬、化学調味料や保存剤なども使っていない体にやさしい食品だ。野菜、果物だけでなく、加工品も同様で、クッキーやヨーグルトなどにも付いている。

その分賞味期限は短い、パッケージもシンプルで無駄がない。自分で必要量を入れて量り、出てきたシールを貼ってレジに持っていく量り売りも多い。

畜産も盛んな国であるが、乳牛、食肉牛も皆放し飼いでストレスフリー。

卵やチーズなどは、直接農家が販売しているものも多く、鶏も放し飼いが多くみられる。

日本はバイヤーが賞味期限の長さを重視し、添加物を入れなければ売れないような状況であるが、商品の仕入れサイクルを短くすれば解決することがここで見える。

日本やアメリカはアトピー、アレルギーの人口が多いが、スイスではあまり聞かれない。ナチュラルで安心な食材が当たり前の国なのだ。



「Bio」マークのついた商品の数々



花の種や球根も「Bio」

## ■ごみ処理の方法

友人が、湯沸かし電気ポットが壊れたので COOP に持っていくことになった。気になり一緒についていくと、電化製品などはすべてそこで処理をすること。自宅にごみの回収に来るのではなく、持っていくようだ。

ペットボトルや燃えないゴミ、その他リサイクルごみも各地域に収集箇所があり、そこに分別して持っていくのだ。これはドイツでも見られることで、毎日回収でき、しかもその分別の仕方が非常にわかりやすい掲示になっている。

日本も地域により分別方法が違うが、全国統一にしてこのようにしていけば、買い物の途中などに立ち寄り、少量ずつ出すことができるので苦にならない。

駅のホームのごみ箱も、日本と比べ、デザイン性が高く、しかもわかりやすく、美しい。参考にしたいものだ。



各エリアにあるゴミ収集場所の分別



(上写真)チューリッヒ駅構内のごみ箱



ごみの種類をわかりやすく掲示

(左写真)ペットボトルのつぶし方イラスト

## ■ペットの散歩のとき

チューリッヒ近郊の Obfelden は、豊かな自然もある街で、ちょうど行った時にはいたるところでリンゴとなしの花が満開の時期だった。

毎日1時間程度散歩をしていると、牛や馬の放牧風景が目に見える。遠くには雪をかぶる山々が見え、菜の花が一面黄色のじゅうたんのようだ。



犬の散歩道の近くに牛の放牧が。



毎日の散歩の途中で犬を散歩に連れてくる人をよく見かけた。

同時に、犬のフンを集めるボックスを何か所も見つけた。

このボックスには黒色の、匂いを吸収する働きのある袋が何枚も置いてあり、皆これを持って散歩させ、回収したものを最後にこのボックスに入れている。

日本は自身で責任をもって回収するようにしているが、このスタイルだとさらに気軽に散歩させられると、やけに感心した。

フランスなど下を見ながら歩かなければならない国にも普及させたいものだ。



散歩道にある「引綱必須」と記載の看板



街中にある犬のフンを集めるボックス(左)  
散歩道にも同様のものが設置されている(右)

## ■ブロッケンハウスの活用

スイスには「ブロッケンハウス」という店舗がほとんどの街にある。

ここは日本でいうリサイクルショップに近いものではあるが、大きな違いは、自分が使わなくなったものや不要な物を無料でここに提供し、ブロッケンハウスで修理、クリーニングなどを行い、手ごろな価格で販売するということだ。

営利目的ではなく、時代を経て必要だと思う人に使ってほしいというシステムだ。スイスは戦争がなかったため、昔の素晴らしい食器や家具、手工芸品などが残っており、それらを新しく必要とする人に安く提供する仕組みである。

スイスで新生活を送る人などにとっては、普段手に入らないようなバウハウススタイルの家具や高級な食器が使えることになる。

これもスイス独自の3代、4代とリニューアルをしながら住まいや調度品、食器などを大切に使い、それがステータスになるという、素晴らしいライフスタイルの一環だと思う。



100年以上前の型で作ったビスケット

何年もスイスである期間を暮らすように過ごすことをしていなかったが、今回久しぶりに観光や仕事としてではなく「生活する」というスタンスで行ったが、日本のこれからのライフスタイル提案に非常に役立った旅であった。



昔ながらのスイスの風景

マーケティングコンサルタントとして、中小企業支援及び指導、商業活性化事業、まちづくり事業等、顧客のニーズを的確に捉えた市場開発とアプローチ手法等、幅広い分野におけるマーケティング全般のアドバイスを全国各地で手掛ける。また、平成 19 年度より地域資源活用事業の政策審議委員、国会での参考人をはじめ、全国で地域資源を活用した事業推進、農商工連携事業、JAPAN ブランドプロデューサーなど幅広く活躍中。

- 経済産業省地域中小企業サポーター
- 同、伝統的産業工芸品産地プロデューサー
- 中小企業基盤整備機構経営支援アドバイザー
- 同、地域ブランドアドバイザー
- 内閣官房 地域活性化伝道師
- 同、クールジャパン地域プロデューサー
- 広島県総合計画審議会委員 他