探訪 新ライフスタイル

ライフスタイル

SC・スーパーのSDGs活動

身近な場で個人の意識変革

昨今はSDGs（持続可能な開発目標）についての情報が日々飛び交い、「誰一人取り残さない」社会の実現に向かっているようだ。開発目標の1つに「つくる責任つかう責任」とある。日常の買い物が、これまでの不平等かつ不公正な世界の原因になってきたことを踏まえたもので、こうした認識も浸透している。

1970年代後半以降、地に足がついたサステナブル社会の実現を目指したのが米国オレゴン州ポートランド市だ。暮らしに「エコフレンドリー」「フェアトレード」「ローカルファースト」「ジェンダーフリー」などの価値観が浸透した。

筆者はポートランド近郊に本社を構えるスポーツ用品大手ナイキの依頼で、97年にゴルフのタイガー・ウッズ選手の初来日イベントのプロデュースを担当した。この縁で2007年からサステナブルなライフスタイルを体験する同市へのツアーを開催し、のべ750人超を引率した。

ツアーで必ず訪れてきたのが、市内及び周辺で約20店舗を展開する「ニューシーズンズマーケット」だ。持続可能な食品スーパーを目指し00年に誕生した。店内に「Home Grown Products」を掲げ、地産地消を追求する。

生産者が安心安全な作物を継続的に生産すると、常に良質な商品が店頭に並び、家庭や飲食店に至る地域経済の循環が可能になるとの考えがベースだ。売り上げの一部を地域環境保護や学校教育支援、ホームレスへ支援、ボランティア活動まで直接ビジネスと関わりがない社会活動に充てる。毎年発行するサステナビリティーリポートでは地域貢献活動が「見える化」され、消費の現場から地域を巻き込んだサステナブルの輪を広げる。

ニューシーズンズマーケットの取り組みを取り入れようとしているのが、横浜市で大型ショッピングセンター（SC）「トレッサ横浜」を運営するトヨタオートモールクリエイト（名古屋市）の織田伸之部長だ。

横浜市に相談して、市内の衣料品リサイクル会社を紹介してもらい、今年7月から「衣料品回収プロジェクト」をスタートした。

館内の回収BOXに持ち込み込まれた衣料品をリサイクル会社に渡すと、利用可能なものは古着として流通され、利用不能な衣料は軍手の材料となる。8月の1カ月間で1・3トンが回収され、約10トン分の二酸化炭素の排出が抑制できたという。「生活者の予想以上の環境意識の高さに驚いた」（織田氏）という。

SDGsを大上段に構えるより、個々人が、自分にできることは何かを考えて当事者意識を持って行動するとゴールが近づく。マイバックの使用や食材フードロスの削減といった日々の生活でもできることは多い。SDGs達成の期限である30年まで10年を切ったが、多くの人が訪れる生活と密着したSCやスーパーを実践の場とすれば共感の輪も広がりやすい。個人の意識と行動が変われば、一気に波に乗るはずだ。

（商い創造研究所代表　松本大地）

トレッサ横浜では使用済み衣料品の回収を通じて来訪客の環境意識を高める