

SPECIAL

## SDGsを考えよう

様々なところで取り組みが始まった「SDGs」。北摂地域の企業は一体どんな取り組みをしているのでしょうか?実際に取材してきました。

SDGs(エス・ディー・ジーズ)とは、Sustainable Development Goals(サステイナブル・ディベロップメント・ゴールズ)の略であり「持続可能な開発目標」のこと。2015年の国連サミットで採択された、2030年までに持続可能でより良い世界を目指す国際目標。地球上で「誰一人取り残さない」社会を実現するため、17の目標と169のターゲットを設定している。

17の目標は大きく分けて5つに分類でき、頭文字が共通していることから「5つのP」とも言われる。人権を尊重し貧困や飢餓を終わらせる「人間(people)」、責任ある消費と生産などで環境破壊から守る「地球(planet)」、自然と調和する経済・社会・技

術の進展を確保し全ての人を受け取ることのできる「繁栄(prosperity)」、公正で恐怖と暴力のない「平和(peace)」、政府や市民社会、国際機関などグローバルに参画する「パートナーシップ(partnership)」がある。

SDGsの前身であるMDGs(ミレニアム開発目標)が、主に開発途上国向けだったのに対し、SDGsは先進国も含め、全ての国が取り組むべき普遍的な目標となっている。政府だけでなく、企業や地方自治体、教育機関や市民社会、個人まで、全ての人の行動が求められている点がSDGsの大きな特徴。普段の生活で意識できることも多く、一般市民も身近な課題としてとらえることが重要だ。



## 17の目標と「5つのP」

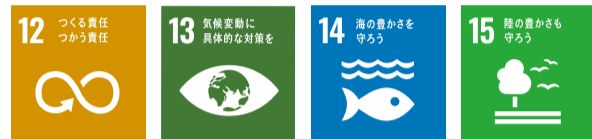
### 目標 1~6 People(人間)



### 目標 7~11 Prosperity(繁栄)



### 目標 12~15 Planet(地球)



### 目標 16 Peace(平和)



### 目標 17 Partnership(パートナーシップ)



(パートナーシップ)



## 木の実由来のコットンを使用 持続可能なアパレルブランド 「カポックノット」

インドネシアの「カポック」という木の実から採れる綿を用い、ダウンコートやチェスターコートなどを展開するファッションブランド「KAPOK KNOT(カポックノット)」。代表の深井喜翔さんは、子どもの頃に参加していたNPOで、世界平和について学ぶなど活動を通じ、SDGsが世間に認知される前から「サステイナブル ディベロップメント(持続可能な開発)」に関心を抱いていた。

### — サステイナブルブランドの誕生

実家がアパレルメーカーの深井さん。ファストファッションの台頭によって引き起こされた「大量生産・大量廃棄」に疑問を抱いていた。人件費を抑えようと各メーカーは海外生産を行っていたが、人件費は世界的に年々上昇。「このままモノづくりを続けるのは難しい。循環型の「サステイナブルブランド」で世界を変えたい」と立ち上がった。



商品はオンラインショップで購入可。深井さんの友人からは「想いのこもった商品を身にまとうだけで、精神的に豊かになれる。それが社会的に良いものなら、もっといいよね」という言葉も聞かれたのだとか。

### — カポックノットの取り組み

カポックノットでは「生産者」「環境資源」「消費者」の3つで課題を設定する。「SDGsで生産者や環境資源についてはよく取り上げられますが、消費者は置いてけぼりになりがちです。『環境に優しいから、値段が高いのは仕方ない』『機能的に良いと言えなくても仕方ない』では何も変わりません」と深井さん。そこでカポックの木の実から採れる「カポックコットン」に注目した。従来のコットンより軽く、冬は保温・夏は通気性の良い高機能素材だ。木の実由来のため木の伐採もなく、動物の毛皮や羽毛を使わないため、環境保全にもつながる。クラウドファンディングを実施すると多くのメディアでも取り上げられ、国内企業と共同開発によってカポックをシート状の繊維にすることに成功し、製品化にこぎつけた。家業からブランドを開始したが、「小さくやっても世界は変わらない」と会社を設立。現地農園の収穫から加工、製品化まで独自のサプライチェーンを構築し、売上の一部を植樹活動にも充てる。ブランドコンセプトを体現しながら、ほかのアパレルブランドへの素材提供も視野に入れている。



### PROFILE

#### 深井 喜翔 さん

吹田市の老舗アパレル企業「双葉商事」4代目。業界の「大量生産・大量廃棄」に疑問を抱いたことをきっかけに、「カポックノット」を設立。2018年末に活動をスタートし、自ら現地農園に行くなどしてサプライチェーンを構築。2019年にブランドデビュー。昨年実施したクラウドファンディングがメディアでも話題に。



「つくる責任 つかう責任」  
毎年、実をつける植物由来の「カポック」を使用することで環境への負荷を低減。



「気候変動に具体的な対策を」  
高機能かつ付加価値のある商品を提供することで大量生産・大量廃棄に歯止めをかけ、廃棄の際に発生する二酸化炭素を抑える。



現地農園視察の様子。ブランドとして「Farm to Fashion」を掲げており、原料調達から商品が消費者に届くまでのプロセスを大切にしているという。

### — 商品を通じて 「参加コスト」を下げたい

深井さんは、消費者に商品の良さを知ってもらった上で「サステイナブルへの“参加コスト”を下げたい」と考える。店舗出店を機に、「『ダウンのために羽毛を取られる鳥がかわいそう』と思っていたけれど、どうしていいか分からなかった」というお客さんにも出会うなど、手ごたえを感じている。3月中旬には海外でのクラウドファンディングを開始し、世界展開を見据えて動き出

す。その一方で「家業が地元でお世話になっているので、いつかイベントをしたい」とも語る深井さん。今後は吹田での試着会開催などもあるかもしれない。



実際のカポックの実と綿。カポックの需要が増えるほど、東南アジアでの雇用創出や緑化、さらには森林保全の好循環が生まれる。

## コラム COLUMN

### フカボリ調査

## フィンランド発祥のスポーツ「モルック」 地域コミュニティの活性化を図る

[取材] 編集部 みづ

SNSで取材ネタを探していたところ、フィンランド発祥のスポーツ「モルック」の動画を投稿している「たかつきモルック倶楽部」というアカウントを発見。気になったので早速取材に行ってきました。

同チームの代表はこうのきよしさん。「芸人時代の後輩で、さらば青春の光の森田くんの動画を見て、自分もたくさんの人にそ

の魅力が発信したいと思ったのが、チームを立ち上げたきっかけですね。立ち上げたのは昨年12月。日本各地でモルックの普及活動をしている団体やサークルはありますが、高槻には無かったのも一つの理由。活動は月に4、5回ほど不定期に安満遺跡公園などで開催し、モルックを通じて地域コミュニティの場を設けているようです。誰

でも参加自由、老若男女問わず、これまで延べ100人以上が参加したとのこと。

実際にやってみると、意外と力加減が難しかったのですが、コツをつかめば誰でも楽しめることがわかりました。「適度に体を動かすと、得点の計算も同時にするので、お子さんの頭の体操や、運動不足の大人におすすです」と話すように、じわじ

たかつきモルック倶楽部の立ち上げメンバー



実際に使用するモルックとスコット

わとブームになりつつあるようです。青空の下、仲間と一緒にモルックを楽しむ人が増えることを願いつつ、たかつきモルック倶楽部は活動を続けていきます。