



if

**ANNUAL REPORT
2018-2019**

**KANAI SHINDAI
SHIRATO AMIN
SHINAGAWA RIKUTO
NI MASAICHI**



Main Problem -問題

Vision: Team if. が目指すこと

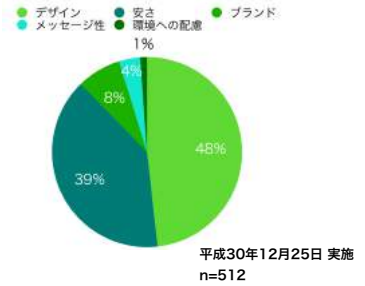
「長く良いものを使う社会に」

Mission: ring Projectで目指すこと

「国産材の魅力と考える消費を多くの人へ」

2018年夏、私たちはボルネオ島へ赴いた。そこで目にしたものは壊されていく自然、しかしそれにより支えられている人々の生活だった。ボルネオ島の熱帯雨林はわずか40年のうちに人の手によって9割弱が失われた。そして今でも多くの木材が日本に輸出されている。他方、日本の森林率は66.2%であり、それは世界平均の31.0%を大きく上回る。日本は世界第3位の森林保有率を有する国なのだ。しかし、日本の人工林の8割が使われることなく放置されている状況に陥っている。それは戦後に植えられた杉や檜などが、安くて質の高い海外産材に負け使われることがなくなったということも背景にある。その放置人工林は地盤を緩くし、土砂崩れ等の災害を引き起こしている。このままでは手入れの必要な日本の森は放置され、海外の森は壊され続けてしまう。

これらの問題の根本には私たちの「消費意識」がある。校内調査の結果によると95%の人が「環境に配慮された商品を買う必要がある」と答えている。しかし、実際の判断基準について聞くと、それはデザインと安さが多くを占め、環境への配慮を購入時に重要視している人は少ない。このことから多くの人々の中で



環境に配慮されているモノを買う必要があると認識がありながら、実行できていないという理想と現実の乖離が生じているということが分かる。学生の中で実際に商品の裏側を意識し、消費を行なっている人はごくわずかである。このことは消費者庁の消費者意識基本調査からも証明されている。

私たちは自らが愛す自然を、今後も残していくため、この今の低い消費意識を変え、多くの人に「考える消費」を広めなければならないという強い使命感を感じた。「考える消費」とは、商品を買う前にその商品の裏側に広がる世界を想像し、消費という責任のある行動を軽率に取らないということだ。豊かな自然を守るためには、自然から少し離れた普段の生活を変えていかなければならない。

私たちは大量消費社会に基づく今の人々の消費のスタイルに強く問題意識を持っている。

Solution -解決策

私たちは「考える消費」を多くの人に伝えることを目的とし、ring Projectを以下のように行うことで、日本と世界の森について考える機会を消費者に与える。

Phase1:国産材でできた定期入れの販売。国産材のよさを知ってもらう。

Phase2:児童向け無料のお箸づくりワークショップの運営・

「責任ある消費」について児童・親に啓発を行う

Phase 1 国産材で定期入れを作成・販売

共同制作 石川県金沢市 (株)ルーティフ Rootive

校内販売では 20分で40個売

「刻印サービス」 長く大切にしてみらえるための工夫

インターネット販売 BASE

SDGs 12 持続可能な消費

私たちがターゲットにしたのは学生だ。それは学生はこれから社会に出て、消費社会の中心を担うことになるからだ。定期入れなら学生が毎日手に触れる。私たちはこの定期入れを通して、使うことによって守られる自然があり、気にせずモノを買うことで壊される自然があることを伝えたい。そこで私たちは金沢市で持続可能な森林利用を呼びかける企業と共に定期入れを開発・製作し、販売した。校内販売のみならずインターネット上で購入できるシステムも導入している。

Megumi U.

大量消費社会という巨大な世の中の流れにアンチの姿勢を示している私たちに、今何ができるのか、考え抜いた結果がこのプロジェクトだ。Phase1では、伐採の現場、加工場の様子など、この定期入れの裏側に広がる世界を全て消費者に見せる。そしてPhase2ではその定期入れが1つ売れるたびに1人の児童がお箸づくりワークショップに無料で参加できるようにする。そしてワークショップでは保護者や兄弟宛にPhase1の広告や商品の背景についての情報を配布する。

ringはこの2つの段階を回していくことで、少しずつ社会的影響を強める、持続的、発展的なビジネスモデルなのだ。



斬新なデザイン

国産木材の特徴である「年輪」を感じさせるミニマルなデザインを基調に、購入者がカスタマイズできるレーザー刻印がアクセントになっている。

アンケート調査により明らかになった「デザイン」の重要性を前面に、購入者が木特有の香りや手触りを体感し、大切にしていける定期入れ。

Project by Team if

日本には四季がある。一年を通しての気温の変化によって日本で育つ木々には毎年、年輪が刻まれる。日本産の木材の特徴である年輪(growth ring)を活かして、生産者と消費者そして今起きている問題を繋げ、大きな一つのringにする。そして、このアクションを同心円状に広めていくという思いを込めて「ring」と名付けた。

Phase 2 収益を用い児童向けワークショップを開催

Parents Education 子から親への教育

共催 FSCジャパン FSC

協力 浜松市 浜松市

SDGs 4 質の高い教育

お箸は食卓で使われる。食卓はいつも家族の会話の中心だ。私たちはお箸をつくるワークショップの中で、木の感触やモノを大切にすること、子どもたちに伝え、さらに広い世代に考える消費を広めようとした。親は子供の言うことは聞く。大人の行動を変えるためには、その子ども達に伝えることが最も有効な手段である。私たちは考えている。このワークショップはFSCジャパンとの共催、浜松市からの協力により実現した。今後さらに多くの児童館でワークショップを展開していく。

Resources -資源

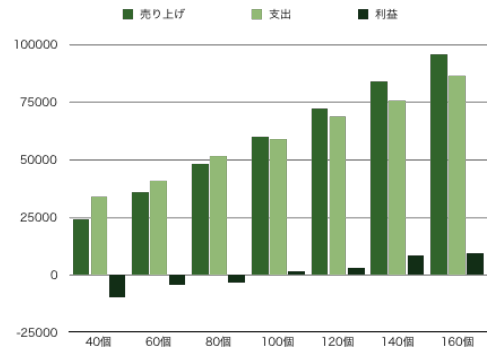
- ① 石川県金沢市の木材の伐採・加工会社 (株)ルーティヴと 国産材定期入れを共同開発
- ② 金沢市の森から木材を調達・加工
- ③ 定期入れを学校にて600円で販売
- ④ 利益は以下ようになった

	項目	1回目販売	2回目販売
売り上げ	1個600円×40個=	24,000	24,000
	定期入れ製作費用	13,348	13,348
支出	レーザー彫刻機購入代	14,800	0
	PHASE2 運営費	3,946	3,946
	雑費	1,770	270
	支出合計	33,864	17,564
当回利益		-9,864	6,436

次回は、5月の神楽坂・赤城神社にて開催される「あかぎマルシェ」で同規模程度で2回目の販売を予定しており、この回で黒字化する計画である。

- ⑤ Phase1の売り上げを用いてPhase2のお箸づくりワークショップを運営

累積収支



初期投資を含めた累積収支についてはレーザー彫刻機を購入したため、第一回:40個の販売では9864円のマイナスである。しかし、今後40個販売すると赤字は3428円まで減り、最終的に累計100個を販売することで投資回収も完了する見通しだ。投資回収が完了した後Phase1(定期入れ販売)で得た利益は全て自分たちの活動を拡大するためにSNSでの広告費やワークショップ内容の充実等に活用する。



レーザー刻印機による刻印の様子

Sustainable Practice -持続可能性

① ネットショップによる販売経路の確保

私たちは今回校内で販売を行なったが、現金のみならず多種多様な決済方法に対応しているインターネットショップを開設したことで、高校生だけでなく、あらゆる世代に私たちの商品を届けることができる。そのため、安定した売り場の確保を意味し、今後も持続的に販売できる体制が整っている。

② 資源確保の確実性

木は再生可能資源であり、使うことでまた新たに資源を得ることができる。今回、資源を調達・加工して頂いた(株)ルーティヴは今後森林認証制度であるFSCを取る予定であり、それは持続可能な森から持続可能な形で資源を調達することを証明する。また、その(株)ルーティヴに今後も資源を調達し加工していただける確約を得た。また今後のプロジェクトでは東京都の伐採業者からも協力を得られるということが決まっている。



開設したネットショップ



(株)ルーティヴでの森林利用の様子

③ ワークショップのモデル化

私たちは児童館でワークショップを開催した。それは、児童館の対象年齢が0~18歳とされていることから高校生でも企画を実現しやすいためだ。今回、マニュアルを作成し目黒区の児童館でモデルケースとして開催したため、他の児童館でも容易に開催することが可能となった。また、協力して頂いた浜松市からも資源や道具を提供してもらえ確約を得た。

④ 学校内での引き継ぎ

高校生は児童館の対象年齢に入るため、児童館でのワークショップをするためには高校生が行うことが望ましい。また、新たなメンバーを増やし続ける方がプロジェクトを回す勢いを維持し続けられる。だからこそ私たちはこのringを後輩に引き継ぐ。現在、校内では私たちの後輩が20人ほど活動に協力してくれており、今後は共に活動を推し進めていく。



今後、ifの活動を共に進めていく後輩たち

SDGs -持続可能な開発目標



“ring”は4つのSDGsゴールに直接的に関わり、間接的に影響してくるというものも含めれば、その数はさらに多くなる。私たちのプロジェクトは2030年までの世界の共通目標であるSDGsの達成に貢献している。



Phase2での児童館の著作りワークショップを通して学校で教わる学びではなく、社会に出てから必要になってくる学びを多くの児童に提供している。また、子から親への教育(ペアレンツエデュケーション)を通して親世代にも新たな視点での教育を届けている。



Phase1で私たち自身が生産者となり国産杉の定期入れを販売したことにより、生産者として責任を持って消費者の元へ商品を届け、「考える消費」の機会を提供した。消費の裏側を知ることで、消費者自身の行動に責任を持たせた。



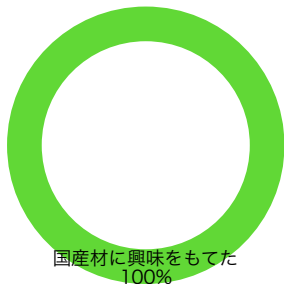
Phase1で「国産材の魅力を若い世代に伝える」ことを掲げ、国産杉の定期入れを販売した。それによって国産材の魅力を知ってもらい、国産材の使用を促進した。そうすることによって、国内の森が循環し、海外の森林伐採を抑制することができる。



(株)ルーティヴ・FSCジャパン・駒場児童館・浜松市・if、本来繋がることのないような企業や団体の協力によってこのringプロジェクトが実現した。このプロジェクトは紛れもなくパートナーシップによって達成された。

Social Influence -社会的影響力

今回の販売後、購入者に「国産材に興味を持たたか」というアンケートを行った。すると**回答者全員ががこの質問にYESと答えた。**このことから、私たちの活動はringプロジェクトの「国産材の魅力を伝える」という目標を果たし、社会に影響を与えたといえる。



平成31年3月5日 実施
n=17



私たちのプロジェクトをより多くの人に伝え、社会的な影響力を強めるため、オーガニックライフスタイルExpo、エシカル・コンシェルジュ講座、ボルネオスタディーツアー合同報告会、東京都生物教育研究会などの数多くの場で活動の発表が実現している。また公式ウェブサイトにて、意見投稿やメールニュース登録が集まっている。



- Instagram 計1,330 likes
- Facebook 計125 likes
- Website
- 新聞掲載
- 3/26、4/2の2日間にわたり毎日新聞東京版に掲載予定。想定発行部数: 約24万4000部



Web Page



Instagram



毎日新聞社からの取材

About Us -私たちについて



金居 新大



白土 亜明



品川 陸人



倪 政一



Team if

Think Globally, Act locally.

それぞれ異なるバックグラウンドを持つ私たちが、共にこの活動を行う理由は単純で明確だ。それは、自然が好きだから。現在、地球のあらゆるところで環境破壊が進んでいる。私たちはこの豊かな自然と共にこれからも生きていきたい。そして次の世代にも、この素晴らしい自然を引き継ぎたい。だからこそ、今、自分たちにできることを身近なところから実行している。

Our Supporters



Think the Earth