

東京の魅力再発見～持続可能な都市の未来

取材先(社名50音順) NPO法人 銀座ミツバチプロジェクト 副理事長

東京ニットファッション工業組合 理事長

株式会社乃村工藝社 フェアウッド・プロジェクト リーダー

COLUMN

武蔵野大学 工学部 環境システム学科 教授

田中淳夫氏

南木健利氏

加藤悟郎氏

白井信雄氏

コロナ禍によって人々の価値観やライフスタイルが大きく変わる中、東京の価値が改めて問い直されている。さまざまな人・モノ・コトが集まる流行発信地、一大消費地としての側面だけでなく、近年は第一次産業における取り組みをはじめ、江戸時代から続く地域の資源やものづくりの技術に目を向け、後世に継承しようとする動きが活発化している。地域資源の循環を促すこれらの動きは、持続可能な都市の在り方を示唆するだけでなく、アフターコロナ時代の東京の価値を世界に発信していく取り組みとしても注目されている。本号では、新たな東京の魅力を追求める企業や団体への取材を通して、持続可能なビジネスのヒントを探る。

東京最大の地域資源である人材やネットワークを生かす

可視化される 東京の価値

新型コロナウイルスの感染拡大は、グローバル化の弊害や、地域コミュニティの希薄化などさまざまな課題を浮き彫りにした。都市への人口集中が世界的に進む中、コロナ禍はこれからの都市の在り方を見つめ直す契機となり、東京においても地域を足元から見つめ、新しい価値を発信する取り組みが注目されている。

2006年から銀座での養蜂、ならびにビルの屋上緑化に取り組んできたNPO法人銀座ミツバチプロジェクトは、意外にも全国トップクラスの都市緑地面積を誇る東京のポテンシャルに気づかせてくれる取り組みだ。同プロジェクトの副理事長田中淳夫氏が、「ミツバチは環境汚染への耐性が弱いため、海外にはミツバチとの共生を図ることで、環境と向き合うライフスタイルがある。特にコロナ禍においては、自然や生き物に触れたり、生産や収穫といった営みに参加したりすることで充実感を覚えている人たちも少なくない」と語るように、東京随一の繁華街・銀座から、環境と共生するウェルビーイングな都市の在り方を発信する取り組み

は、地域内外に多様なつながりを生み、活動は全国に広がっている。

一方、東京の下町である墨田区を中心とした東部エリアでは、長らく日本のアパレル産業を支えてきたニット製造の技術を未来につなぐ産地ブランディング事業「TOKYO KNIT(トウキョウニット)」が展開中だ。イタリアの見本市「PITTI IMMAGINE UOMO」への出展をはじめ、産地の魅力を国内外に発信してきた東京ニットファッション工業組合の理事長 南木健利氏は、「東京は既成概念にとらわれないチャレンジを絶えず続けてきた都市だ、というイメージを持たれていることがわかった。こうした東京のポテンシャルを生かしながら技術を磨くことで、これまで以上に各社が輝くモノづくりをしていきたい」と語り、東京のクリエイターらとも協業しながら、世界に注目される産地になることを標榜している。

消費地に近いという 産地の強み

2018年に東京・多摩エリアの木材を活用した神田明神文化交流館「EDOCCO(えどっこ)」を手がけた株式会社乃村工藝社は、多摩や飯能など東京近郊の産地をはじめ、森林環境や地域社会に配慮した木

材「フェアウッド」の活用を推進している。同社の「フェアウッド・プロジェクト」をリードする加藤悟郎氏は、「多摩のような消費地に近い産地があるにもかかわらず、これまで建築内装業界には地域産材を積極的に使う慣習はなかった。しかし、戦後に植林された多くの木が切り時を迎える中、これらに付加価値をつけて活用することで森林の保護や持続可能な木材流通を促していくことは当社の社会的責任」と話し、SDGsの観点からも持続可能な森林経営の実現に向け、今後も都市と森の循環を促していく構えだ。

消費地に近い産地の強みを生かし、持続可能な産業モデルの構築を目指す姿勢は、「TOKYO KNIT」にも共通している。「ファッション産業が抱える最大の問題である大量生産・大量廃棄は、消費地から離れた海外で大量にモノをつくり、余剰はセールなどで販売する産業構造や商習慣に大きな原因がある。今後は当組合としてもOEM生産による消極的なモノづくりの姿勢を改め、産地から発信できるサステナブルな活動に率先して取り組んでいきたい」と南木氏は語り、業界のトレンドや消費者の動向に素早く反応できる東京の産地から、適量・適時生産が業界のスタンダードになる未来を描いている。

カギとなるのは 社会性と経済性の両立

地域資源の循環や地産地消を促す取り組みは、国や自治体が推進する持続可能な地域づくりと呼応するものであり、助成金などが得られるケースも少なくない。本号で紹介する取り組みの中にも国や自治体の支援のもとで推進されているものは多いが、乃村工藝社の加藤氏が、「環境や社会に対する意識の高いお客様が、環境負荷が少なく、ストーリー性もある材料の調達を希望されるケースもあるが、当然ながらビジネスにおいては費用対効果などがシビアに判断される。そうした中で、地域産材を使うことの具体的な効能を伝えていくために、さまざまな角度から探索を続けたい」と語るように、社会的意義と経済的価値を両立させるビジネスモデルを構築していくことが求められている。

銀座ミツバチプロジェクトは、地域の事業者による製品開発を通して地産地消を促すとともに、各地の生産者とのネットワークを生かした物産フェアを百貨店で開催するなどして、自立的な活動モデルを構築してきた。「人里離れた場所で養蜂をすればそれは農作業でしかないかもしれないが、銀座の周りには飲食業界をはじめ世界トップの技を持つ人たちがいる。繁華街である銀座とミツバチという一見遠いと思われる存在がつながることで、新しい価値が生まれるという考え方を示していく役割が自分たちにはある」と田中氏。

東京最大の地域資源である人材やネットワークを生かし、足元の魅力を最大化していくことで東京の新たな価値が可視化され、その先に持続可能な都市のモデルとして世界から注目される未来が訪れるだろう。



2006年に銀座の屋上で養蜂をスタートした銀座ミツバチプロジェクト。収穫した蜂蜜の商品化、ミツバチを介しての多様なネットワークなど、その活動が注目されている。



「TOKYO KNIT」は2月に「TOKYO KNIT総合展2022」を開催した。「語りはじめたファクトリー TOKYO KNIT STORY」と題し、参画企業の活動を公式YouTubeチャンネルでも配信。



林業・木材産業事業者と空間クリエイターをつなぐ「もりまちドア」プロジェクトでは、産地体験会を開催。乃村工藝社の新オフィスには100%フェアウッドが使われている。

特集記事はWEBからも
お読みいただけます



CASE 1



銀座のビルの屋上から 環境と共生する都市をデザインする

NPO法人 銀座ミツバチプロジェクト
副理事長 田中淳夫氏

環境と共生する都市の在り方を模索し、15年以上にわたって銀座のビルの屋上で養蜂活動に取り組んできたNPO法人 銀座ミツバチプロジェクト。いまや年間2トンもの蜂蜜を産出しているという。街の事業者と共に、地産地消の取り組みを推進し、子どもたちへの環境教育や都市と農村の交流にも力を入れるなど、世代や職業、地域を超えて活動の輪を広げてきた同プロジェクトの副理事長に取材した。

銀座の地産地消を促進する

もともと私は、銀座にある紙パルプ会館で貸し会議室の管理・運営に携わりながら、銀座の街や食などに関する「銀座の街研究会」も開催していたのですが、その中で養蜂家の藤原誠太さんと出会いました。藤原さんは養蜂ができるビルの屋上を探しており、私は場所だけをお貸しするつもりでしたが、一大消費地である銀座で天然の蜂蜜を生産することに魅力を感じ、気づけばプロジェクトの中核に入っていました。

当初は都心で養蜂をすることを心配されていた方もいらっしゃいましたが、銀座の企業や店舗のオーナーの中には面白いこと、意義あることに対して敏感に反応する方が多く、また、ミツバチは人がむやみに攻撃したりしない限りは刺さないとすることも理解いただき、徐々に街の皆様に支えていただける体制ができて

いきました。銀座にはパーテナーやシェフなど世界レベルの技術を持つ人たちも多く、百貨店や化粧品会社、飲食店などさまざまな事業者の方たちが銀座の蜂蜜を使った商品を次々とつくり出し、地産地消の動きが広がっていききました。

屋上緑化による都市の里山

街の事業者の方には、プロジェクトの意義をご理解いただき、ミツバチのための花や人が食べられる植物を育てる屋上緑化などへのご協力も促してきました。地元中央区も積極的に取り組みを続けた結果、この10年間で中央区の緑被率は8%から11%にまで高まり、都会の中の里山のような風景が少しずつ形成されてきました。

また、銀座の周辺には皇居や日比谷公園、浜離宮などがあり、実は緑が豊かであることや、ミツバチを取り巻く生態系や生命のつながりなど、これまで気づいていなかったものが見えてくるようにな

りました。これらを自然と触れ合う機会が少ない都心の子どもたちに伝えていく環境教育にも力を入れており、近隣の保育園や小学校での出張授業なども行ってきました。

国内外に広がるネットワーク

蜜源となる花の苗などを地方の生産者からご提供いただくようになったことを機に、さまざまな地域とのつながりが生

まれ、これまでに都市と農村の交流イベントや物産フェアなども行ってきました。また、現在は100を超える団体が全国各地でミツバチプロジェクトを展開しており、東日本大震災の際には全国の仲間たちが福島に支援物資を送るなど、顔の見えるつながりの中でお互いに支え合う関係性が築かれています。

今後も私たちは全国の人と人、地域と地域をつなぐグリーンインフラとして、自然と共生するライフスタイルや地域の在り方を発信していきたいと思っています。コロナ禍以前は外国からのツアーで見学・視察に訪れる方たちが絶えなかったように、銀座や東京は世界に向けて発信する力を持つ場所です。世界人口の半数以上を都市住民が占める今、私たちの活動を世界に発信していくことが、都市が抱えるさまざまな課題解決の一助になればと考えています。



1. 5月5日のこどもの日には、調布のアメリカンスクールで出張授業が行われた。2. おかやまミツバチプロジェクトで行われた巣箱から空へ蜂を放つ蜂放式。銀座を拠点にミツバチプロジェクトのネットワークが全国へ広がっている。



CASE 2



伝統の技術と地の利を生かし 世界から注目されるニット産地に

東京ニットファッション工業組合
理事長 南木健利氏

江戸時代から手編みの靴下や下着などのニット製品がつくられ、国内ニット産業発祥の地としての歴史を持つ東京東部エリア。長きにわたって日本のアパレル産業を支えてきたニット産地が時代とともに衰退する中、2017年よりスタートしたブランディング事業が「TOKYO KNIT (トウキョウニット)」だ。同事業を通じて、産地復興を目指し、国内外で精力的な活動を展開する東京ニットファッション工業組合の理事長に話を聞いた。

国内ニット産業発祥の地

東京ニットファッション工業組合は、墨田区を中心とした東京東部で、メリヤス生地、セーターやカットソーなどの製品、関連する資材などを製造する中小企業を中心とした工業組合です。この界限は江戸時代の下級武士たちによってニット製品がつくられていた歴史があり、明治時代にはニット産業発祥の地となりました。戦後、東京がファッション文化の中心地となったことで産地は活況を呈し、組合にも最盛期には数千の企業が加盟していました。しかし、時代とともにモノづくりの拠点が地方に移り、海外製品の台頭なども相まって産地は衰退し、現在の組合員は161社にまで減少しています。こうした中、20代から40代までの青年部が中心となって、生き残り戦略を探るための勉強会が開かれるようになり、ニット産地としての付加価値

を向上させるためのブランディング事業「TOKYO KNIT」が立ち上がりました。

活動を通して得られた成果

東京都からの支援を受けてスタートした「TOKYO KNIT」では、一定の品質基準を設けたブランド認証制度をつくとともに、各社が技術を磨くための支援を行ってきました。さらに、東京でマーケティングやブランディングの仕事に従事する方々へのヒアリングや海外視察など

を行い、2020年1月にはイタリアの見本市「PITTI IMMAGINE UOMO」にも出展しました。コロナ禍以降は、ECやSNS、YouTubeなどオンラインツールの活用にも積極的に取り組み、国内外問わず私たちのモノづくりの技術や情熱を伝えるための発信を続けてきました。

活動を通じて、参加者の意識も大きく向上し、さまざまな成果も生まれています。17社からスタートし、現在34社が参加している「TOKYO KNIT」ですが、今後はさらに仲間を増やすとともに、技

術力のみならず、切磋琢磨していくことで、産地としての多様な魅力をアピールし、いつの日か東京を世界中から人々が集うニット産地にしたいと考えています。

東京の産地としての強みを生かす

東京で活躍するファッションデザイナーとのコラボレーションも継続的に行ってきましたが、一様に技術力の高さ、コミュニケーションや納品の速さを評価してくださっています。また、さまざまな人や情報が集まる東京の産地には、トレンドを理解し、新しい感性を生かしたモノづくりができる強みもあります。

消費地に近い東京の産地には、市場の動向を見ながらさまざまな情報をモノづくりに反映できる機動力があり、適時・適量生産を実現できる環境があると考えています。すでに「TOKYO KNIT」としてサステナビリティを意識したアクション

を始めていますが、多くの繊維・アパレル企業が集まる東京には、こうした動きを広げていきやすい地の利があります。大量生産・大量廃棄という課題と向き合い、業界のネガティブなイメージを払拭していくモデルケースをつくれるのではないかと考えています。



1. 2020年1月に開催したイタリア「PITTI IMMAGINE UOMO」では、「職人技とテクノロジーを駆使した仕上げにとっても魅力を感じる」など大きな反響を呼んだ。2. 「TOKYO KNIT総合展2022」で設けられたサステナブルアクションブース。縫製工場で生じる裁断クズをリサイクルした大きなTシャツが展示された。