

TIRI NEWS Eye Vol.67



株式会社ワンプラネット・カフェ

バナナ繊維を利用した「バナナペーパー」を通じて、SDGsの全ての目標に取り組む

株式会社ワンプラネット・カフェは、バナナの繊維を利用した「バナナペーパー」をはじめ、サステナビリティをテーマにした事業を進めています。SDGsにも積極的に取り組み、バナナペーパー事業ではSDGsの17目標すべてを指標としています。



株式会社ワンプラネット・カフェ
代表取締役社長 エクベリ聡子氏 / 取締役 ペオ・エクベリ 氏

2012年に株式会社ワンプラネット・カフェを設立。それぞれ環境コンサルタント、ジャーナリストとして活動していた経験を活かし、環境問題やサステナビリティを主軸にした事業を展開する。

廃棄されるバナナ繊維を活用した ザンビアと日本を結ぶ新しい「紙」

株式会社ワンプラネット・カフェは、「バナナペーパー」の生産販売を手がけている企業です。バナナの木はわずか1年で実を収穫できるほど成長するため、バナナ畑では毎年古い茎が大量に廃棄されています。この茎の繊維を取り出し、古紙や環境認証パルプを加えて加工したものがバナナペーパーです。紙の原料となる樹木が成長まで約10年かかるのに対し、バナナ繊維は短時間で収穫できるため、環境負荷の低減につながっています。「ザンビアのバナナ農家から茎を買い取り、現地の工場では繊維を抽出したあと、福井県の和紙工場などでバナナペーパー

を生産しています。植物の繊維から和紙を作る伝統技術と、ザンビアの資源が結びついた、「ローカルでグローバル」な製品です」(聡子氏)

バナナペーパーは「ワンプラネット・ペーパー®」の名前で商品化され、名刺、包装紙、紙袋などの紙製品のほか、紙ハンガーなど、プラスチックの代替品としても活用されています。SDGs教育の一環として、学校の卒業証書にも使われています。

「2016年には、紙として日本初のフェアトレード認証を受けました。言わば“生産者の顔が見える紙”。印刷会社や紙製品メーカーもサステナブルな紙製品づくりに関心が高まっており、選択肢の一つとしてバナナペーパーを選んでいただいています」(ペオ氏)



収穫を迎えたバナナの様子。木のように見える部分は仮茎と呼ばれ、葉が重なり合ってきている。バナナが実を付けるのは1本の仮茎につき1度だけであり、収穫時は次の茎に栄養を渡らせるため仮茎を切り倒す。



バナナペーパーは厚みを自由に調整でき、名刺や紙袋など幅広く使われている。2021年7月にはクライメート・ポジティブ(生産・運搬工程におけるCO2排出量より、多くのCO2を吸収・固定化する)の紙を実現。

世界が抱える課題を包括的に捉え、「どうすればできるか」を考える

貧困問題が深刻なザンビアでは、貧しさから密猟や森林伐採に手を染める人が少なくありません。バナナペーパー事業が生まれた背景には、現地に雇用を生み出し、野生動物や自然環境を守りたいという思いがありました。さらに、教育支援や安全な水の無料提供、再生可能エネルギーの活用などを進め、現在ではSDGsが掲げる17の目標の全てに取り組んでいます。例えば「14.海の豊かさを守ろう」は、水汚染につながる化学物質の使用を削減することで実現。ザンビアも日本もチームメンバーの半数が女性であり、「5.ジェンダー平等を実現しよう」も満たしています。

「私が生まれたスウェーデンでは、SDGsが採択される以前からサステナビリティの取り組みを進めてきました。そこで学んだのは、包括的に考えること。SDGsは2030年までに解決すべき世界の課題であり、『いくつ満たせばよいか』ではなく、『全て解決するにはどうすればよいか』を考えるべきなのです」(ペオ氏)

中小企業がSDGsに取り組む意義について、聡子氏は「これから経済においてもゲームのルールが大きく変わるなか、競争力を保つために必要なこと」だと話します。

「例えば、脱炭素社会を目指す動きがあります。大手企業では、製造や運搬の工程で発生する全てのCO2排出量を気にかけるようになるでしょう。となれば、CO2削減に取り組みない企業は、取引に影響が出るかもしれません。もちろん、すぐに実現できないこともあると思いますが、そこで『どうすれば実現できるだろう』という発想に切り替えることで、新たなイノベーションが生まれることを期待しています」(聡子氏)



コラム SDGs視察ツアー

ペオ氏はワンプラネット・カフェの設立以前から、「サステナビリティ視察ツアー」を開催してきました。ツアーの行き先はスウェーデンとザンビアの2つに分かれており、SDGs17目標のすべてを体験できるものです(現在はオンライン視察ツアーを実施中)。特にスウェーデンはSDGsの達成度ランキングで常に上位にしながら、経済成長も続けている環境先進国。大手企業や中小企業の経営者の参加者も多いといえます。

「ツアーでは学ぶだけでなく、行動することもお願いしています。スウェーデンの事例でも、SDGsに包括的に取り組むことで競争力が生まれ、会社や事業が非常に強くなっていますから。ツアー終了後、実際に電気自動車やクリーン電力に切り替えたり、社内にSDGs教育を行ったり、実際に事業として取り組まれる事例も出ていますね」(ペオ氏)

SDGsの17目標に取り組むうえで、ペオ氏は「英語と日本語では表現が違います」と話します。例えば「1.貧困をなくそう」は、英語では「No poverty」(貧困ゼロ)。英語では目標が達成された時の姿が表現されているそうです。

「日本は『できることから始めよう』と言いがちです。これは自分ができることをSDGsに当てはめる インサイドアウト(自分

→地球)の考え方。でもオリジナルは、世界に対して自分にできることを探るアウトサイドイン(地球→自分)で考えます。むしろ『できないことから始めよう』なんです」(ペオ氏)

「できないことこそ、イノベーションの種となるもの。そのヒントとして、聡子氏は2つの循環を挙げました。「人間社会の中では、リサイクルやリユースといった、技術を使った循環(テクニカルサイクル)があります。その一回り大きなところにあるのが、食物連鎖をはじめ



スウェーデン視察ツアーの様子

※本記事内の掲載写真は、すべて株式会社ワンプラネット・カフェ様よりご提供いただいたものです。