列島NOW

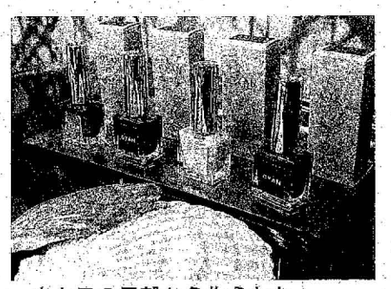
アップサイクル エコな変身

リサイクルじゃない！ 廃棄物などに付加価値、製品に再生

SDGs後押し 企業、続々導入

食品の残りかすや食べない部位などこれまで廃棄されていたものに手を加え、製品として生まれ変わらせる。SDGsの考えが普及する中、そんな「アップサイクル」を採り入れた商品が各地で登場している。（高室杏子）

ホタテの貝殻→ネイルポリッシュ



ホタテの貝殻から作られたネイルポリッシュ「CYAN」

青森県の名産として知られるホタテは、食べる部分の貝柱に対して、貝殻がその2倍以上で、10万トンを超える。加工業者にとって、その貝殻の処分はずっと課題だった。県全体で、年間約8万トンの水揚げに対し、産業廃棄物として処理してきた貝殻は年間約5万トンにも上る。

「山神（やまがみ）」（青森市）は陸奥湾でホタテを養殖し、水揚げしたものをおつまみや冷凍食品に加工して販売する食品加工会社だ。数カ所の社有地にも、集められた貝殻がうずたかく積もっている。

SDGsの認知度が高まった2020年、山神も貝殻の廃棄量を減らすためのアイデアを模索し始めた。

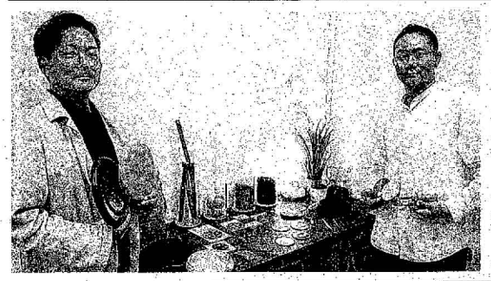
そんななかで、思いついたのが貝殻を原料に爪を彩る「ネイルポリッシュ」（マニキュアの一種）だ。きっかけは、食品に直接触れる社員が衛生上の問題で、洗ってもすぐに落ちないネイルアートなどのおしゃれがしにくいと話していたことだったという。

有志の社員6人ほどのプロジェクトチームが発足、急ピッチで商品化を進めた。貝殻を細かく砕いてくれる企業、それをネイルポリッシュに加工する知識のある企業らとパートナーとなり、山神が売る――。そんな関係をつくりあげて商品化が実現。5月から東京都内のショッピングモール1カ所と同社が運営するホームページで販売している。

原料は細かく砕いた貝殻のほか、色の元となる鉄やカーボン、つやを出して乾きやすくするための皮膜をつくる成分など。商品企画開発の相沢理恵さんは「貝殻の粒子を使うことで塗ったときの色みの濃さが映えるようになるし、石油由来の成分の使用を抑えることができた」と話す。従来の製品と比べて色を落としやすく、爪への負担が少ないという。

工場から車で10分ほどの社有地数カ所にある貝殻の保管場所。提携企業に渡す前に重機で貝殻を4センチ角ほどの大きさに砕く＝青森市

コーヒーかす→コースター ボールペン



朝に喫茶店などでコーヒーとパンを味わう「モーニング文化」が根付いた東海地方で、コーヒーをドリップした後に残るコーヒーかすを新たに姿を変えて商品にする企業がある。

ノベルティーや企業の販促品などを製造する「タイヨー」（名古屋市東区）。食品工場やカフェから提供を受けたコーヒーかすを提携する会社に持ち込み、ポリプロピレンなどのプラスチックを混ぜて4ミリほどの粒状の合成樹脂「ペレット」に。ペレットを加熱して液状にしたものをコースターやボールペンなどの金型に流し込み、製品を作る。

かすの分だけ石油由来のプラスチックを減らすことができ、プラスチックだけのものと比べて強度も問題ない。できあがったものに回収元の企業や店舗の名前やイラストなどを印刷し、買い取ってもらい、企業の宣伝に使ってもらっている。同社の平林康徳社長は「資源を無駄にせずに『アップサイクル』したものを企業に使ってもらうことで『環境に配慮する企業』のイメージアップにつながる」と話す。

9月末に大阪で開かれた企業の合同展示会で、取り組みを紹介したところ、数百社から関心を集めた。京野菜の切れ端、梅干しの種、小麦ふすまなど「行き場がない」と他社が悩んでいる「資源」がたくさんあることがわかった。平林社長は「それぞれの得意分野を発揮して、それぞれの困りごとを解決に向けて補い合う。そんな関係性が持続可能な社会をつくっていくんじゃないでしょうか」と笑顔を見せた。

コーヒーかすや使用後の茶葉など食品の残りかすを用いたアップサイクルを手がけるタイヨーの平林社長（右）と同社のエシカル事業の伊藤敦課長＝名古屋市東区