

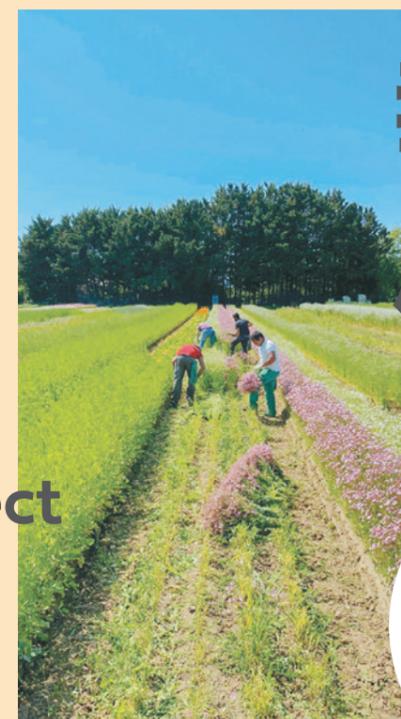
TAKE FREE

花が選ばれるものであり続けるために、考えたい「環境」のこと

ウェル ブルーミング

well-blooming マガジン

2025 環境月間特別号



産地・花店・仲卸
いまのトレンドとヒントを探る
ヨーロッパからのレポート
エコな花情報局

気を付けるべきことは？
知っておきたい
環境のキホン
well-blooming project

reprint from

フローリスト

本冊子の記事は雑誌「フローリスト」
2024年4月号～2025年4月号から抜粋・
加筆修正・再編集したことになります。



well-bloomingマガジン 2025 環境月間特別号 一般社団法人 花の国日本協議会

公式 note

「#ビタミンF」の価値を伝えるメディア



ウェルビーイングと花や植物の関係について発信。花や植物の持つ驚きの効果＝「ビタミンF」の魅力を、科学的な視点や実践者の観点で紐解いていきます。



花を楽しむことがウェルビーイングの向上につながるのなぜ？
— LiLiCoさん・幸福学研究の前野隆司さん対談【前編】



https://note.com/wellblooming_pj

NEW

「花業界の環境アクション」をシェアするメディア

各社・各団体・各エリアで取り組むさまざまな活動事例やその取材の様子を皆さまとシェアするための新しい「公式note」を立ち上げます！

2025年6月スタート予定
ご期待ください！



https://note.com/wellblooming_eco

まだまだお仲間募集中！



よりよい花業界の未来のために。
ぜひプロジェクトのお仲間になってください！

もっと「well-blooming project」
について知りたい！方はコチラ



花業界を取り巻く環境課題
について学べる web 冊子
や花エコ資材カタログもご
覧いただけます！

「well-blooming project」に
参加したい！という方はコチラ



全国キャンペーンなどのご
案内や、活動をサポートす
る店頭用ダウンロードツ
ールの提供も。

花店、市場、産地、資材メーカーなど、花業界の方なら随時どなたでも大歓迎！

Information

花初心者さん必見！
『はじめて花屋』

特設サイト「はじめて花屋」は、はじめて花と暮らす人の不安や疑問を解消するサイトです。花初心者さんにぜひご紹介ください。



#花のABCや
#ビタミンFも！



<https://hajimetehanaya.jp/>

花のある暮らしにスイッチ！
させるワークショップ



<https://homeuse-hana.jp/abc/>

WEEKEND FLOWER

フラワーレシピ&
書籍『花と器の素敵な合わせ方』



WEEKEND
FLOWER

季節の花90種類・約250パターンの12ヶ月の「フラワーレシピ」を無料でダウンロードしていただけます。花のホームユース提案・旬の花々の販促にお役立てください！



おかげさまで
多くのお客様
に届いていま
す。



<https://weekendflower.jp/>

発行・制作：一般社団法人 花の国日本協議会 協力：フローリスト編集部(株式会社誠文堂新光社)
表紙・表4デザイン:oto 発行日:2025年6月5日
【お問い合わせ先】一般社団法人 花の国日本協議会 事務局 info@hananokuni.jp



花の生産体制の見直し、フローリストへの啓蒙、消費者への呼びかけ……

エコな花情報局

近年ヨーロッパでは、「エコフレンドリー」「地産地消」をコンセプトに掲げた花の生産農家や花店が話題となっている。なかでもフランスは、メイド・イン・フランスの花を推進するための取り組みを積極的に行い、現在では消費者の間にも生産地への関心が芽生えつつある。そのほかエコ先進国として知られるドイツ、じつはリサイクル率がEU内でもっとも高いといわれるベルギー、そしてガーデニング大国イギリスなどから、現地で活躍する若森由梨さんが事例をレポート。そこから、ヨーロッパのフロリストリー（花業界）を垣間見る。



メイド・イン・フランスの花を増やし流通させるべく、注力している組合「ル・コレクティブ・ドゥ・ラ・フルール・フランセーズ」を創立したエレン・タケ。

アメリカのスローフラワームーブメントから始まった、地産地消を推進するヨーロッパの花き業界

スローフラワームーブメントってなんだろう？

スローフラワームーブメントとは、アメリカで始まった花の地産地消を推奨する運動。切り花の地産地消を消費者に推奨することで、地域経済の活性化と、消費者の購買動機、生産地への意識改革を狙った取り組みである。この運動の先駆けとなったのは2007年に刊行された一冊の本、エイミー・スチュワート著『The Good, the Bad and the Beautiful』だ。この本では、花の遺伝子操作や品種改良、労働者の搾取、公害、花業界における安価な花の輸入状況などが明かされている。

現在市場で売られている花の80%を輸入に依存するアメリカだが、1991年のデータでは、64%のアメリカ産の花が国内生産・国内消費されていた。その変化の背景にあるのがアンデス貿易促進・麻薬撲滅法（アンデス4カ国：ポリビア、コロンビア、エクアドル、ペルー

からの幅広い輸入品に免税を認める貿易優遇制度）の制定。1991年12月にこの法律が制定されたことにより、南米から輸入した花がアメリカで安価に売られるようになったため、消費者は南米産の花

に流れ、北米の50%の花生産農家は廃業に追い込まれたという背景がある。しかし南米で作られた花はコロンビアとエクアドルを除き、化学物質の使用や最低賃金の設定など規制がないため生産の現



状を把握することは難しく、人権問題や環境問題の観点からも懸念材料が多い。スローフラワームーブメントはその現状に対して、花店、花農家、生産者がエンシカルに栽培された花の購入を通じて、持続可能なサイクルを実現し、地産地消、化学物質の使用の削減をめざす運動である。

ヨーロッパで広まる地産地消の流れ

アメリカのスローフラワームーブメントに影響を受けた欧州各国。小誌2023年8月号の特集「パリの個性豊かなお花屋さん」で取材したほとんどのフロリストたちが、「地産地消・季節の花」を扱う店であることを強く主張していた。

その背景にあるのは、80%を輸入花に頼るいまのフランス花き業界の現実と、国内での地球環境に対する意識の高まりである。ちなみに、エコに対する意識が根強いドイツでは、スローフラワームーブメントに先駆けて、フロリスト自らが花の生産から販売まですべてを行っている場合もよく見受けられ、独自の形でエコを意識した花仕事のあり方が成立している。これまでオランダの市場が中心となっていたヨーロッパの花き業界が、地産地消を推進する各国の努力のもと、大きな転換期にある。

フロリストが担う、花生産農家のアンバサダーという役割

安価で手に入る大量生産の輸入花に引き換え、コストがかかるうに少量しか収穫できない有機農法の花。決して安いとはいえない花を最終消費者に手に取ってもらうには、どうしたらよいのだろうか。解決の鍵になるのはフロリストが担う、花生産農家のアンバサダーとしての役割だ。あくまで花の販売の裏側にいる、生産者や市場などの流通システム。フロリストは生産者に代わって花を販売する役割を担っている。自分のお店で扱う花の生産について理解を深め、最終消費者に値段には代えられない価値を説明し理解して購入してもらうことで、ローカルで作られた花に付加価値が付き、スローフラワーという考え方は広まっていくだろう。

フランスの花き事情

すぐには変えられない輸入依存

現在、市場で売られている花の80%を輸入に依存しているフランス花き業界。フランスのおもな花の輸入先は、ケニア、エクアドル、コロンビア、オランダ、イタリア。ついでスペイン、中国、日本、タイと続く。数年前から地産地消を支持する花農家や花店が増えているとはいえ、すぐに状況を変えるのは難しく、大量に花を使うファッションウィークなどのイベントが多いフランスが急に取引をやめたならば、これらの生産国に経済的ダメージを与えるのはいうまでもない。サステナブルや地球環境に対して企業の社会的責任が問われる今日、フランス花き業界はどのように対応しているのだろうか？

「隠すことは何もない」情報の透明化

Union National Des Fleuristes（全国フロリスト組合）では、#rien à cacher（「隠すことは何もない」という意味）というキャッチフレーズのもと、輸入国の現状などをわかりやすく説明したチラシを市場で配布し、フロリストたちに対し輸入花の透明性を高めることで安心してお店で販売してもらおうという取り組みを始めた。チラシでは生産環境、労働環境、運搬状況、エネルギー資源など細かく説明しており、情報開示をすることで、輸入花に対する理解を促そうというもくろみだ。



パリ郊外の街、ソンションで育つスカビオサ。



Photo & Text 若森由梨

パリとベルリンを拠点に活動するフロリストライター。2019年からCœur d'…の名のもと、フリーランスのフロリストとしてイベントやレストランの装花のほか、ジャンルを超えてさまざまなアーティストとのコラボレーションを通じ、花を使った表現の可能性を探究している。
@coeurd_、@wkm_yuri

※「フロリスト」2024年6月号より転載

新しい品種を含む多様な小花が魅力
1980年から3代続く花農家



France フランス

Les fleurs du Moulin

レ・フルール・ドゥ・ムーラン

イル・ド・フランス地域、セヌ＝エ＝マルヌ県

パリ市内から電車で1時間半、野菜畑や果樹園が点在するセヌ＝エ＝マルヌという地域に花の生産農家、レ・フルール・ドゥ・ムーランはある。パリ郊外に位置する花き市場・ランジス市場内にスタンドを構え、生産者自らパリのフローリストたちに花を届けている。

「レ・フルール・ドゥ・ムーランの強みは、たくさんの品種をすることです。200～300種類の小花やグラミネ（イネ科の植物の総称）を育て、その繊細さから輸入することのできない野の花を、パリのフローリストたちに届けています」。そう語るのは3年前から家業を継ぐことになった3代目のLudovic Mauregard（ルドヴィック・モレガード）さん。

レ・フルール・ドゥ・ムーランは、家族3代にわたり引き継がれてきたファミリービジネスだ。「私の祖父母が畑を始めた1960年代は、リンゴや梨、野菜やハーブを栽培していましたが、畑の移転をきっかけに、木をいちから育てるよりもより早く成果物を手にできる、花を育てることにしたそうです。そのときから変わらず、たくさんの種類の花々を種から栽培することにこだわりつけ、その種類の豊富さがレ・フルール・ドゥ・ムーランのDNAとなっています」

30年前から花の生産者が減りつつきているフランスで、生き残ってきた彼らの秘訣はつねに新しい挑戦を続けることだという。「インスタグラムなどのSNS

をリサーチし、フランス産の花では見たことのないおもしろい品種を見つけたり、ヨーロッパ諸国からはもちろん、アメリカやオーストラリア、アフリカなどから種をとり寄せて栽培できるかを研究し、商品として販売できるのか試してみます。たとえばオーストラリアの植物は気候の違いから継続的な生産を続けることは難しいと判断しましたが、失敗を恐れることなく、つねにリサーチを重ね、可能性の追求をしています。それと同時にフローリストたちとの意見交換も大事にしていますね。いまパリで話題のフローリストであるCastor（キャストール）やDésirée（デジレ）、Jardin de l'Ilony（ジャルダン・ドゥ・アイロニー）とは顧客と

Ethical Activities in Europe

いう以上にパートナーのような関係で、一緒に花作りをしているような感覚があります。つねに時代に追いつくように流行の花をリサーチする探究心と、それを実行しようとする挑戦心がここまで花農家を続けてくることができた理由です」

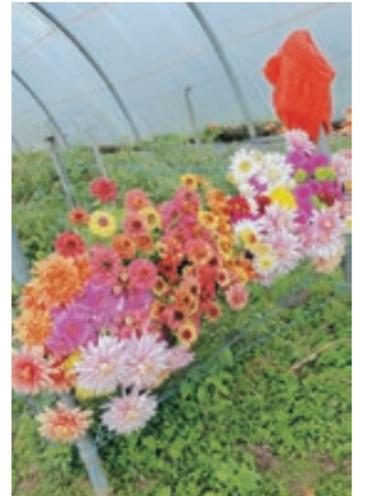
生産農家が直接販売できる ランジス市場のシステム

パリ中のフローリストが花を求めて集まるランジス市場。ここでは卸販売者だけではなく生産農家も自らスタンドを構え、収穫した花を販売している。レ・フルール・ドゥ・ムーランもそのひとつ。「前日収穫した花を翌日、ランジス市場で販売しています。ランジス市場ではスタンドを構えていれば、自由に花を販売できます。市場で決められた規格などの決まりもないので、切り花であればどんな花でも販売できます。地産地消をうた

うフローリストのなかには、短い花や少し虫食いがある花を好む人も多いので、生産農家にとってもむだになる花がないのがよいところだと思います」

一方、卸業者を通しての花の流通システムは異なるという。「フランスの卸業者が扱っている花はまず、オランダもしくは南仏にある卸し業者向けの市場に出荷されてセリにかけられます。セリにかけられる花は、茎の長さや花の大きさの規格に沿って生産されており、まっすぐに整った花のみです。業者はそこで競り落としした花を市場内の自分のお店で販売し、その後フローリストの手に渡るといふサイクルになっています。この流通システムが現在問題視されている理由は、花のむだな運搬です。卸業者で扱われている花は、たとえフランス産の花で生産地が市場から近いとしてもオランダか南仏を介して、また生産地近くの市場へ

戻ってくることになります。環境にはよくありません。そのためエコの観点から現在の流通の形態が問題視されているのです」



夏から秋にかけてダリアとマム、ジニアが多く栽培されている。

ランジス市場内のレ・フルール・ドゥ・ムーランのスタンド。



レ・フルール・ドゥ・ムーランの花でいっぱいの荷台。ヨーロッパの市場ではこのような荷台に、買う花を乗せてさまざまな卸店を回る。



出荷準備のできた花たち。最近になってオンラインで注文を受け、ランジスでピックアップしてもらうというシステムを導入した。



Les fleurs du Moulin

レ・フルール・ドゥ・ムーラン

SNSを通しての発信に力を入れている花農家。1980年から変わらず新しい花の栽培にチャレンジする彼らは、これからもフランス産の花農家を牽引していこう。

@lesfleursdumoulin

※「フローリスト」2024年6月号より転載



自然の花のはかなさ、
不完全さを理解することが
エコだけでなく美しさも生み出す

United Kingdom イギリス

Swallows & damsons

スワローズ&ダムソズ

生命のサイクルを表現した フラワーアーチ

美しいステンドグラスの前には、キリストが十字架にかかる様子を刻んだ彫刻。チャペルを連想させる展示会場には、巨大な花のアーチが設置された。「私たちは生まれ、人生を謳歌して、死に、朽ちてゆく。あらゆる生命がたどるその過程を表現し、その歩みのなかにある生と死、光と闇の両方の面を賛美した作品を作りました」。さらに、制作者であるスワローズ&ダムソズのオーナー、アンナ・ポッターはこう語る。

「私は、土や死、腐敗に興味をもっている子どもでした。死んだ鳥を土の中に埋葬したり、野生動物の骨を集めたり、臭い堆肥の山の中に秘密基地を作ったり、毒キノコや腐った花びら、死んだ昆虫を収集したり。子ども時代の私は、こうした自然の中に存在する死の匂いを感じる側面を素直にそれとして受け入れ、美しさを感じていました。しかし、ときを経て大人になる過程で、いつの間にか子どものころの感覚は消えてなくなり、代わりに命の儚さと脆さ、そして無常さに対して恐れを抱くようになっていました。そこで気がついたことは、死というものの中に美しさと恐怖は同時に存在し得るということです。生きとしいけるものはいつでも美しさと無常な不完全さの間にいます。生と死、美しさと恐怖。私たちの人生の不思議なパラドクスの中は、その正反対のように見える要素は調和しながら共存しているのです。だからこそ、作品を見る人には、“花は新鮮であるべきだ”という固定概念を超えて、生き物として見てほしいと思います」

環境について考えることは フローリストのつとめ

「お金と引き換えに流行の花を使うので

左上／チキンワイヤーやアルミニウムのワイヤーで作られた土台と剣山を使って、極力エコに作られたアレンジメント。 左下／スワローズ&ダムソズの作るアレンジメントは、花1輪1輪の微妙な動きの違いが描写されることが多い。「自然な方法で作られた花それぞれの持つ個性と不完全さの中にある美しさが、私たちのスタイルを作り出しているのです」 右上／鋼鉄のフレームは、スワローズ&ダムソズの店舗があり、工業都市としても有名なシェフィールドで特別に鍛造されたもの。[Flower & Green] シャクヤク、シャク、キンボウゲ、ハモノ、ナガサルオガセ、バレリアン、スイートピー、バラ、アリウム、アジサイ、アケレア 右下／ステンドグラスを通して入ってくる光が、ドライのルナリアに当たりキラキラと輝き、まさに光が作品を祝福しているかのよう。



はなく、誰でも身近に感じられるような親しみのある花を使いたいと思い、ふだんは雑草だと認識されているナガセルオガセやバレリアンなどの野花、そして6月のイングリッシュガーデンには欠かせない香り高いスイートピーやマーガレットメリルという品種のバラを加えました。スイートピーとバラはReal Flower Company(リアルフラワーカンパニー)という生産者のものです」。とくにイギリス産の花、地元で育てられた季節の花を積極的に取り入れているという、スワローズ&デイモンズ。「花き業界はさらにエコに変化していかなければいけないと

思うのです。なぜなら、私たちの仕事は、花、ひいては自然を相手に商売をしていて、地球から恩恵を受けているのです。フローリストたちがその自然や環境を保護しないとしたら、それは大きな矛盾でしょう。私たちスワローズ&ダムソズは、ローカルで作られた花々をできる限り利用することでCO₂の削減をめざし、フローラルフォームの使用をやめ、ワイヤーや木の枝、葡萄の蔦をアレンジメント制作の現場で使用し、資材はリサイクルできるもの、再利用できるものに限定しています」



Anna Potter
アンナ・ポッター

スワローズ&ダムソズの共同経営者。自由でワイルドなスタイルは、多くの有名メゾンにも支持されており、彼女のフラワースタイルを紹介した著書に『The Flower Fix』『Flower Philosophy』がある。
@ @ swallowsanddamsons
<https://www.swallowsanddamsons.com/>

※「フローリスト」2024年10月号より転載



Belgium ベルギー

Versus

ヴェルスス

158 rue haute, Brussels

演劇から花の世界へ
元俳優の店主による、
ローカルフラワーが主役の花店

創作の自由を求めて フローリストの道へ

アンティークショップやカフェが立ち並ぶブリュッセルのマロル地域にあるVersus(ヴェルスス)は、アールヌーヴォー建築の建物が目印。以前は帽子屋だったという店内はアンティーク調のインテリアで統一され、ベルギー産の生花と、ドライフラワーがヴェルスス色に空間を染める。

フランス出身のオーナー、Daphiné Marceau(ダフィネ・マルソー)は、舞台俳優として活動していたという異色

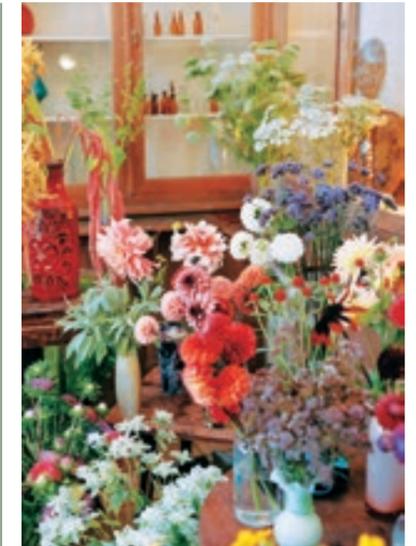
の経歴の持ち主。イギリスやフランスで俳優活動をしていたとき、偶然に出会ったのがフローリストという職業だという。「役者という職業は、脚本や演出家の意向に合わせて仕事をするのですが、いつでも誰かの指示を受けないと作品を作れないことにもどかしさを感じていました。そのときに出会ったのがフローリストという職業です。フローリストは、自分で花を選びブーケを制作するので、クリエイションすべてがひとりでの作業。そこに自由を感じ、俳優の仕事からフローリストに転身することに決めました。花束の中では、私が演出家となり花にそれぞれ

の役を演じさせているんです」

エコマークのおかげで 仕事の幅が広がる

フローリストの職業資格を得るために学校へ通ったのち、パリにあるさまざまな花店で経験を積んだ彼女。働くなかでフロリストリー(花卉業界)の現行のシステムに対して違和感をもったという。「花はどこにでも咲いているのにも関わらず、扱う花は地球の裏から配達されたものばかり。花店で働く前は、フローリストは自然を扱う仕事だから、環境に対

左上/ベルギーのアールヌーヴォーらしい建築が印象的な、ヴェルススのウィンドウ。 左下/どの季節でもドライフラワーとアンティーク小物であふれる店内は、細部まで詩的な要素でいっぱい。 右上/ブリュッセル近郊で生産された花々は、ヴェルススがオープンしたのと同時期に花栽培を始めた若手生産者のもの。「生産農家とフローリスト、二人三脚で活動することで、ブリュッセルのフロリストリーも活気づいてきていると感じています」 右下/ダフィネお気に入りのドライフラワースペース。店内で作られているドライフラワーは種類も豊富。



してもやさしい職業だというイメージがあったのですが、現実とは真逆でした。冬に店内が花であふれているのは、お客さんを喜ばせるかもしれないけれど、自然がもたらす四季を無視しています。私は環境を尊重して自然に対してやさしくいたいという思いから、ヴェルススをオープンしました」。オープン当初、冬の時期はドライフラワーとブリュッセル近郊で採れた花を販売し、その土地の四季のあり方を尊重するという思想を徹底して貫いてきた。しかし、お葬式用のアレンジメントやお見舞いのブーケではドライフラワーを使うことは文化的に無礼になって

しまう。そこで知ったのは、MPS-ABCという環境に配慮して栽培された花のみ与えられるマーク。花生産が持続可能なものであり続けるためにと、25年前にオランダの花生産農家たちが立ち上げた環境認証だという。「MPS-ABCがあるおかげで、花一つひとつの生産地や栽培方法を聞くことなしに、花を選ぶことができます。私が冬に生花を入れるときはイタリアとフランスをメインに仕入れています。最近オランダの花でもエコな方法で栽培する生産者たちが増えているようで、少しずつですがフロリストリーも変化しているように感じています」



Daphiné Marceau

ダフィネ・マルソー

ブリュッセルでもっともアーティスティックなマロル地域にある花店Versusのオーナー。現行のフローリストのシステムと対抗するため、Versus(英語読み:ヴァーサス)という名をつけ、ローカルフラワー、エコにこだわった店作りをしている。

@versus_bxl

※「フローリスト」2024年12月号より転載



世界の花き市場の国で 地産地消を試みる

オランダのヴァーヘニンゲンに位置するKwekerij Bloemrijk（クウェケライ・ブルームレイク）は、2007年から有機栽培による切り花生産をしている花農家。オランダといえば、温室を利用した大規模な生産や輸出向けの大量栽培が主流だが、クウェケライ・ブルームレイクはそれとは対照的に、小規模で環境負荷の少ない方法で花を栽培している。100種類以上の花々を有機栽培し、6月から9月までの間、一般の人々に畑を公開し

花摘み体験を提供するB to Cの取り組みと、ローカルのフローリストと提携しB to Bの活動を行っている。

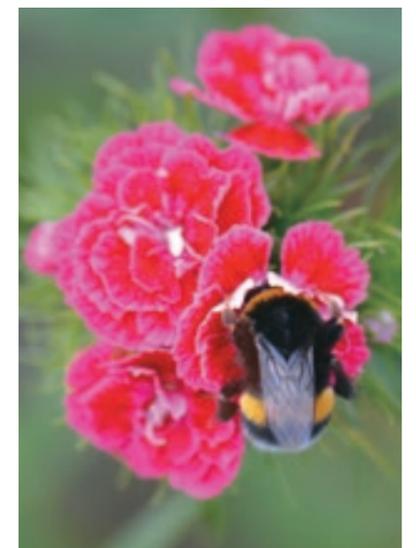
「オランダの市場、アールスメールにもローカルフラワーを扱う卸売がありますが、私たちは地元での活動に限定しています。輸送にかかるCO₂も制限できるし、直接フローリストに提供できるので、中間コストがかからず価格を抑えることができます」。そう話すのはクウェケライ・ブルームレイクのMartin Heutink（マルティン・ホイティンク）さん。オランダのヴァーヘニンゲン大学で農業や園芸について学び、その経験を活かして持続

可能な農業と地域コミュニティのつながりを深める取り組みを積極的に行っている。

地域コミュニティと花をつなぐ 花摘み体験

彼らの名前となっている“Bloemrijk”とは「花が豊かに咲く場所」という意味。地域の人々との交流を深めるために始めた花摘み体験は、花がどう育てられているのか、どのような環境で生産されているのかを直接知ることができ、花生産の裏側を覗くことができる。「この花摘み体験は単発で参加するほか、花のシーズ

左上/ダリアの生産を得意とするクウェケライ・ブルームレイク。種類の多さと花持ちが人気の秘訣。左下/多様な花が植えられた摘み取り農園へは、エーデ・ヴァーヘニンゲン駅から自転車や徒歩で簡単にアクセスできる。右上/シーズンになると咲き誇るダリアの花。クウェケライ・ブルームレイクはEUオーガニック認証やSkal認証（p.81参照）を受けており、SNSやウェブサイトを通して、オランダの花生産の現状を訴えている。右下/ミツバチや蝶など花粉媒介昆虫が活発に活動できる環境を整えるのが有機栽培の要。農園全体の生態系を維持するうえで欠かせない存在となっている。

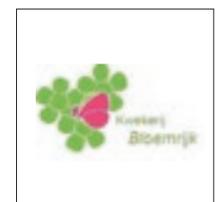


ン中3回参加できる花摘みカードを発行しています。ワンシーズンを通して花に関わることで、本当の四季の花を知ることができるのが特徴です。自ら好きな花を選び、収穫し、思い思い好きなブーケを作ることができるので、小さな子どもから大人まで多くの方が参加しています」

エコ志向へと向かう オランダ花き

オランダはスキポール空港を拠点に世界中へ花を輸出している世界一の花大国として有名だが、その一方で温室栽培に

よる膨大なエネルギー消費や、輸送時に排出されるCO₂の問題、近年では大量の農薬散布が指摘されている。「オランダの花き業界全体でこの問題は大きく扱われており、変革を起こさなければならぬときだということも多くの方が理解しています。無農薬での花栽培を支持する人たちも多くいます。農薬を使わない花栽培を不可能だと考える人たちもいるかもしれませんが、農薬のない時代は無農薬で花栽培をしていました。無農薬の栽培は不可能ではないのです」



Kwekerij Bloemrijk クウェケライ・ブルームレイク

オランダ・ヴァーヘニンゲンにある有機栽培の花農家。2007年から活動を開始し、花摘み体験や地産地消を取り組みに注力。持続可能な花き業をめざし、オランダにエコの風を吹かせている。
@pluktuinbloemrijk
<https://pluktuinbloemrijk.nl/pluktuinbloemrijk/>

※「フローリスト」2025年4月号より転載

なぜヨーロッパのフローリストはエコへと向かうのか？

85%輸入花に依存する、オランダ以外のヨーロッパ諸国の花き事情を背景に、ローカルフラワーを扱うフローリストが増え、有機栽培で花を育てる生産者も増加している。現在トレンドと化しているエコフラワービジネスの背後にある花き業界（フローリスト）が抱える問題に迫った。

フローリストへの農薬被害によりCO₂対策から残留農薬の規制へ

これまでヨーロッパの花き業界は環境への取り組みとしてカーボンニュートラル対策に目を向けてきたが、環境保全と健康被害の点で新たな問題が浮上している。それが残留農薬の問題だ。注目されるきっかけとなったのは、フランスの大手新聞社「ル・モンド」と国営ラジオ「フランス・アンフォ」が2024年10月9日付けの電子版で報じたニュース。胎児期に農薬を吸収したことが原因で白血病を発病し、11歳で亡くなった少女、エミーの件で、母親であるロール・マリヴァンが農薬被害者補償基金が提示した賠償金額に不服を訴え、裁判を起こしたという報道だ。ロールはフローリストとして長年勤務したのち、妊娠中は花き市場で働いており、そのとき花や植物に付着した残留農薬を吸ったことで胎児に農薬の影響が出たという。

現在、フランスで流通している花の85%は輸入花。おもにオランダや東アフリカ、南米から輸入された花で、それぞれの国で使用を許可されている農薬が異なるため、フランスでは使用禁止の薬品が使われている場合もある。しかし、輸入時にフランスを含むほとんどの国で、残留農薬の上限は定められておらず、検査も行われていない。

これまででも農薬の危険性は知られていたが、生産者ではなくフローリストの農薬曝露が公になったのは初めてだった。このことを受けてフランス政府はフローリストの農薬曝露についての調査を、専門



パリ20区にある都市型花農家「Plein air (プランエール)」は、空いている土地をエコに有効利用しようとするパリ市の取り組みによって生まれた。

の捜査機関であるフランス食品環境労働衛生安全庁（ANSES）に依頼。2025年1月20日の中間評価では、フローリストたちが危険有害化学物質の曝露に日々さらされていること、農業従事者よりもフローリストのほうが農薬被害のリスクが高いことを発表し、今後残留農薬に対する制限が設けられるとみられている。

農薬の危険性と危機意識の芽生え

ANSESが行った調査では、ひとつのブーケとそれを作ったフローリストの手には100種類を超える農薬が付着しており、そのうち70種類はヨーロッパでは使用禁止とされている農薬だったことが明らかになった。オランダ人医師でパー

キンソン病研究の第一人者であるバス・ボレムは、2024年5月16日のフランス・アンフォの放送でパーキンソン病と農薬の関連性は明らかであり、パーキンソン病のほかにも筋萎縮性側索硬化症やがんとの関係についても強調している。「1種類の農薬を使用した場合、ある一定以上の量を使用しなければ問題が起きませんが、2種類以上の農薬を使用した場合、たとえそれが少量だとしても毒性が強くなります。ここ10年間でパーキンソン病の発生率が30%増加、そのなかでもチューリップ畑の周辺の発症率が高いです。農薬の影響だと考えています」

じつは数年前からヨーロッパでは農薬に対する議論をしているが、なかなか進んでいない現状がある。2030年までにヨーロッパ全土で農薬の使用を50%減

らす法案がヨーロッパ議会に提出されたものの、2023年11月22日に否決されていた。今回エミーの裁判を通じて、フランスを含めヨーロッパ全体がようやく重い腰を上げて農薬問題に取り組み出そうとしている。

世界最大の花き大国オランダの取り組み

世界の花き業界を牽引するオランダでは年間100億点のフラワー商品を扱っており、その30%以上が輸入花。これらの輸入花はすべてオランダに届けられたのち、ヨーロッパ諸国に送られている。現在、輸入する花に付着する残留農薬が問題となっているが、じつはその輸入花に使用されている農薬を生産しているのも、フランスとベルギーを除くヨーロッパ諸国。オランダが筆頭となり、自国で使用することを禁止されている農薬を生産して輸出し、その農薬を使用して栽培された花が輸入されてきているという現状がある。

「エチオピアやケニアなどアフリカの国々には、ヨーロッパには存在しない害虫がいるので、それを国外にもち出さな

いたためには農薬の使用が必要なのです。しかしエチオピアの花き生産農家で行われた農薬被害に関する調査では、呼吸系や神経系への影響が確認されています。花束のためにここまでリスクを背負う必要はあるのでしょうか?」。こう語るのはオランダのユトレヒト大学で労働衛生学を研究しているハンス・クロンハウト教授。現在、サステナブル意識の高まる社会背景と農薬被害を受けて、オランダではMPS-ABCやFSI、Skal、EU Organic Certificationといったエコ認証（下記参照）を設立して生産状況の明示化を図り、2027年からは市場で取り扱うすべての花にサステナビリティ認証を義務づけると発表。今後段階的に農薬制限を設け、環境に配慮したクリーンな花市場をオランダもめざすとみられている。

サステナブルな日本花きを実現するためにできること

これまで農薬に依存し、水やエネルギーの大量消費など、環境への配慮を欠いてきた花き業界。食品ではない切り花に対しては、日本を含めたほとんどの国で残留農薬の制限が設けられておらず、生産

過程について語られることは少ない。ヨーロッパで農薬問題を報じる際、アフリカの輸入花について取り上げられることが多いが、じつは日本でもヨーロッパでは使用を禁止されている16種類の農薬が使われているという。現在、日本の花き業界でも環境対応の必要性が高まっており、MPSジャパンやMPS-ABC認証のような取り組みは存在するが、その実践者は限られており、業界全体に広がるには時間がかかりそうだ。

花は自然が生み出す産物であり、フローリストや生産農家はその環境に依存しているからこそ、気候変動が花き業界に与える影響は大きく、認知もされやすい。しかし、花を育てるのは人であり、足元の土壌である。農薬が人体や土壌に及ぼす影響にも目を向けて、持続可能な生産方法を模索する必要がある。そうした考えのもと栽培された花を商品として消費者に提供し、消費者にも情報を共有することが未来を変えるための第一歩になるだろう。これまでは美しい花を提供することに心血が注がれてきたが、フローリストという職業が残る続けるためには、「どのような花を選ぶべきなのか」ということを意識することが求められている。

オランダ、アールスメール花市場におけるさまざまな環境認証

エコ改革を進めようとするオランダだが、花の輸入を禁止することや有機栽培の花だけを扱うように変えることは難しい。サステナブルなこれからの花きを考えるとき、まずは現状を把握し、それをわかりやすい形で消費者に伝えることが重要である。そこで生まれたさまざまな環境認証を紹介する。

【MPS-ABC】環境負荷を評価する認定制度。A+からCまでの4段階で評価されるサステナビリティ評価システム。有機栽培のものは対象外。【FSI】花き業界の大手企業（Royal FloraHollandなど）が主導する認定制度。MPS-ABCなど既存の基準を組み合わせ、さらに労働環境なども評価基準に含んでいる。有機栽培のものは対象外。【Skal】オランダで有機栽培を実践する農家に対する認証。厳格な有機農業の基準を設けており、オランダ国内で販売を許されている。【EUオーガニック認証（EU Organic Certification）】EU加盟国全体で認められている有機製品に対して義務づけられている認証。



左/5月になるとアイリスでいっぱいになるプランエールの畑。右/パリでローカルフラワーを扱う花店「Desirée (デジレー)」。フランスでエコなフローリストビジネスを広め、現在はパリ市内に3店舗を展開している。

※「フローリスト」2025年4月号より転載

日本の花業界が垣根を越えて
ついに始動！
環境問題と向き合い、
人々の幸福に花や植物が
貢献することを伝える取り組み

well-blooming project

ウェルブローミングプロジェクト



自然も、人も、健やかに。

well-blooming projectは、
いまも未来も、自然も人も
ウェルビーイングでサステナブルに
咲きつづけることをめざして、
花業界の皆で取り組むプロジェクト名。

自然の恵みを享受している花業界だからこそ、環境問題にも
まっすぐ向き合いながら持続可能、かつ人々の幸せに貢献する存在であり続けたい。
そんな願いを込めて命名された「well-blooming project」。
世界中で時代のキーワードとされる「well-being」
(ウェルビーイング=心身が健康で社会的にも満たされた幸福な状態)と
「blooming」(ブルームING=花が咲く、咲き誇る)を掛け合わせました、
と話してくれたのは本プロジェクトを主導する小川典子さん。
推進する国産花き需要拡大推進協議会の新事業では、「well-blooming project」の
主旨や具体的な活動を提案する冊子を刊行する。
小誌ではその一部を紹介することで、花業界の一員としてこのプロジェクトを広め、
これからも“花を楽しむ文化”を育てていきたい。

illustration : flowerery

当面取り組む2大テーマ

1

使い捨てをできるだけせずに、
素材の見直しや資源の循環をめざす
「環境のこと」

2

花や植物がウェルビーイングに
どのように寄与するかを探り・伝える
「#ビタミンF」

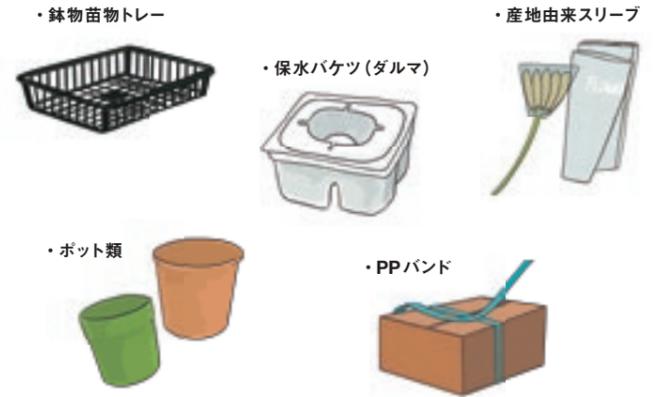
well-blooming project

現場で見聞きした、 花業界でゴミになるプラスチック製品

国産花き需要拡大推進協議会では、2023年に花市場、花店、
資材メーカーなど20社を訪問してヒアリングを行った。環境問
題に対して関心が高く、努力を重ねている様子を伺えたが、解決
できない課題も多く、悩ましい現状が浮き彫りに。個々の企業だ
けではなく、花業界全体で環境問題に取り組む必要性を、多くの
人が感じている。

2023年11月、2024年2月には「花エコラッピング研究会共創ワー
クショップ」を開催。環境カウンセラーの関根久仁子さんがファ
シリテーターになり、資材メーカーと花店の有志約30名が参加した。
それらの活動を通して、業界内および一般消費者の手元でゴミに
なるプラスチック製品の多さを実感。ここではその一部を挙げて
みる。

市場・花店では？



お客様の手元では？



「PE」「PP」「PET」とは？

ひと口に「プラスチック」といっ
ても種類が複数あり、リサイク
ルには同じ材質(単一素材)の
収集が必要なので、これらを分
別することが肝心。

ポリエチレン (PE)

特性: 柔らかい、しなやか
おもな用途: レジ袋、容器・タンク、
フィルム・ラップ、ストロー

ポリプロピレン (PP)

特性: 高強度、高耐熱、柔らかい
おもな用途: 卵パック、ペットボトル、
コップ、発砲スチロール

PET、ポリスチレン (PS)

特性: 硬い、透明
おもな用途: 卵パック、ペットボトル、
コップ、発砲スチロール

※「フローリスト」2024年4月号より転載

「well-being」(心身が健康で社会的にも満たされた幸福な状態)と「blooming」(花が咲く)を掛け合わせて命名された「well-blooming project」(ウェルブルーミングプロジェクト)。自然の恵みを受けている花業界だからこそ真剣に環境問題に向き合い、人々の幸せに貢献する存在であり続けたい。そんな願いを共有できる仲間を募りながら、業界の垣根を越えて集まり、2024年春から始動したばかりの取り組みです。本コーナーでは数回に分けて同プロジェクトの動きを追います。



次世代に誇れる花業界をめざして、できることから始めよう

Vol.1

well-blooming project

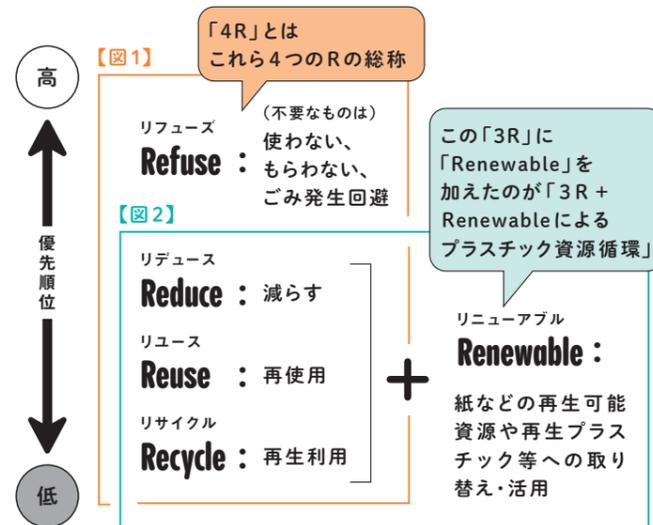
ウェルブルーミングプロジェクト

今回のテーマは……

使い捨てのプラスチックを減らすには!?
「Renewableな紙でRefuseへ」

まず知っておきたい基礎知識

まず「4R」【図1】とは、ごみの減量に向けた考え方で、4つの単語の頭文字をとったもの。既存の「大量生産・大量消費・大量廃棄」をもとにした線型経済ではなく、製品と資源の価値を限りなく保全・維持し、廃棄物の発生を最小化した持続可能な循環型経済「サーキュラーエコノミー」をめざす社会において、個人や企業が実践すべきこととされる。さらに事業者として一歩踏み込んで知っておきたいのが「3R + Renewableによるプラスチック資源循環」【図2】。3Rを考慮したうえで、プラスチックを再生素材や再生可能資源(紙・バイオマスプラスチック等)へと適切に切り替えるというのが「Renewable」の考えだ。RenewableすることがRefuseにつながり、結果的に家庭でのごみの発生を抑制することにもつながっていく。

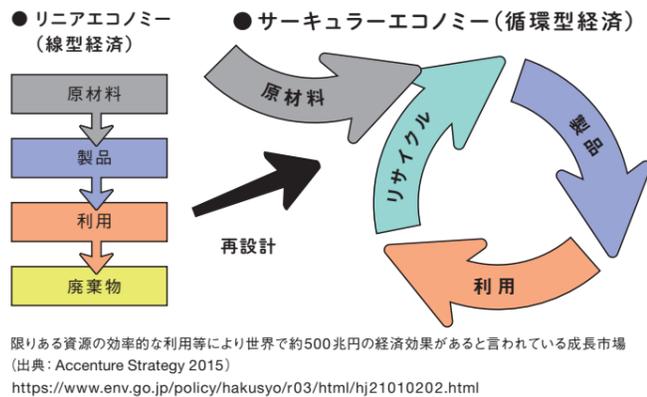


「紙化」が「Refuse」につながるワケ

持続可能な循環型経済「サーキュラーエコノミー」をめざすにあたり、確実に減らさないといけないのが「使い捨て」のものだ。そのなかでももっとも減らすべきとされているのがプラスチック(なぜプラスチック削減の優先順位が高いかは、右ページの「そもそもプラスチックとは」の項を参照)。

きちんと素材別に分別してリサイクルできればまだいいが、たとえば花店で使うセロハン(OPP)や不織布(こちらもプラスチック)は容器包装リサイクル施設では再資源化処理が難しく、リサイクルされづらい。さらにロールタイプには素材名が印字されておらず、一旦お客様の手に渡ると素材が正確にわからず正しく分別できなくなってしまうのもネック。リサイクルは単一素材(同じ素材だけ)で行う必要があり、素材不明のものが混じってしまうと大きな妨げになる。

このセロハン(OPP)や不織布を紙に置き換える、すなわち「紙化」して「Renewable」することで使い捨てプラスチックを「Refuse」することにつながる。これは一例で、ほかにも使い捨てになってしまうプラスチックがあれば紙化を考えてみて。



環境のプロに聞く!

なぜプラスチックを減らす必要が? なぜ「紙化」(紙にすること)がいいの?

【環境カウンセラー/森林インストラクター】関根 久仁子さん

スターバックスで約12年間環境担当。コーヒー豆かすリサイクルグループ等3R、環境配慮店舗、倫理的な調達、環境教育等を推進。企業や自治体などのSDGs・環境の活動支援に加え、FSC認証木材普及や自然再興活動等にも取り組む。サーキュラーエコノミー実践に向けて2023年2月カムフル株式会社を創業。同年4月より一橋大学非常勤講師。



そもそもプラスチックとは

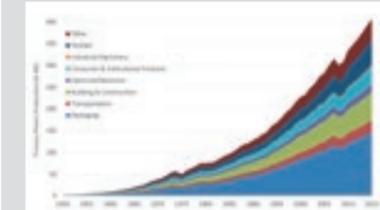
まず、プラスチックは石油という数千万年前の植物などの死骸からできた資源でできているもので、すぐに再生できるものではありません。対して紙は木が原材料。木は石油よりずっと短いスパンで再生可能で、切って使って植えてというサイクルを回せば持続可能でサステナブルな原料になります。

プラスチックは決して悪いものではないのですが、プラスチックを紙に置き換えることで再生が難しい枯渇資源(石油)の投入が減らせるだけでなく、地球温暖化や海洋プラスチック問題への対策となるほか、森を守ることに繋がる可能性も秘めています。

プラスチックを取り巻く“いま”

どんどん増え続けるプラスチックの生産量

大量生産・高速成形→安価なプラスチック製品はまだ生まれてから100年程度と歴史は浅い。それにもかかわらずすごい勢いで生産され続けていて、2015年に4億トンだったものが1年間に5%ずつ増え、2050年に16億トンにもなると予想されていて危機感が持たれている。



出典:Geyer, Jambeck, Law, Sci. Adv.,2017, 3, e1700782のfig.S1

消費量増により海洋汚染が深刻化

現在プラスチックの世界でのリサイクル率はわずかに9%。このペースだと2050年までに120億トン以上のプラスチックが埋立・自然投棄され「海洋プラスチックごみの量が海にいる魚の量を上回る」とされているなど、状況は予断を許さない。

紙の原料となる森林のこと

紙のおもな原料は「木、広葉樹」です。「紙は木から作られる」こと、「世界的に森林が減少している」という報道を目にすることが多いことから、このふたつの事象を結びつけて、「木を切るのはよくないこと」と誤解されていることがよくあります。じつは、いま一番の問題は、計画的に切つて使われることがなくなり、管理が行き届いていないスギなどの荒れた人工林の増加です。豊かな森、ひいては自然環境を取り戻すために、人工林を計画的に利用したり、部分的に伐採して広葉樹などの自然林に復元することが必要です。「持続可能な森林経営を行っている森林から得られる木材の使用」「枯渇するリスクのある地下資源よりも再生可能な森林資源を活用」の観点で、プラスチックを紙や再生プラスチックなどの再生可能な資源へシフトしていくことが、持続可能な社会の実現へつながります。

使い捨てプラを紙にする意義

いま、国の方策で最たる削減対象なのが“使い捨てのプラスチック”。使いまわす・長く使うものであればプラスチック製でもいいかもしれませんが、きれいな花のラッピングも持ち帰ったあと一瞬でごみになってしまうことを考えると、プラスチック製はおすすめできません。

使うものがどこから来て、どう使われて、どこに行くのかまで気にしていただけたいと思います。再生可能ではない原料の投入を極力減らし、再生可能な原料を努めて使う。再生可能原料できたものも捨てて燃やしてしまうと何もなくなってしまいます。そういうのはもうやめて、出口をなくし循環させることが大切です。ラッピングペーパーたった1枚、されど1枚。プラスチックを紙にすることで、使い捨てプラの削減になります。

紙はリサイクルの優等生

紙の長所に、すでにリサイクルルートが確立されている点があります。新聞紙等の古紙のように、油や汚れが付着しておらず単一素材であれば再生して紙に戻すという仕組みが構築されているので、そこに花のラッピングペーパーも一緒に出してもらえたらいいですね。花のラッピングペーパーは油汚れなどもなくリサイクルに最適です。雑紙や再生可能紙など呼称は自治体により異なりますが、紙資源は各自治体で必ず回収の仕組みがあります。ただ、リサイクルは単一素材であることが肝心なので、紙に見えて紙ではないものには注意です。不織布は紙に見えますがプラスチック製ですし、素材がわかりにくいものはリサイクルに向かないうえお客様の手で分別しづらく結局ごみになってしまいます。

できることから、少しずつ

紙化に取り組む際、「なぜ紙?セロハンがいい」など、お客様から声があがるかもしれません。「紙はリサイクルできるもので、皆様と一緒に地球を守りたいと思って始めました」など、お仲間になっていただけるとうれしい、という気持ちで取り組みの理由をさりげなくお伝えしてはいかがでしょうか。スターバックスでも「カップは手持ちでいいですか?」とお客様に声をかけることから始めました。そうすることで共感してくださるお客様も増えてくると思います。

環境に対する取り組みはいま過渡期にあり、つねに情報がアップデートされるので、現在の方策がずっと万全であるとは限りません。ですが、何もしないよりは、環境について考え、一歩踏み出すことはとても意味があると思います。今後の環境に関する動きもチェックしながら、できることから少しずつでも取り組んでいけたらいいですね。

事例1 | 花店の取り組み

「青山フラワーマーケット」の場合

株式会社パーク・コーポレーション

【マーチャンダイジング室マネージャー】
三浦素直さん
【コミュニケーション室広報担当】
山下花さん



【新素材“サンド”の特徴】

- ① 原材料に使用しているパルプはすべてリサイクル素材
- ② 色形は青山フラワーマーケットのオリジナル
- ③ 内側は天然ゴムでコーティングし防水処理
- ④ 国際的な認証を受けている工場で作成
- ⑤ 製造工程で化学物質や色素を一切使わない
- ⑥ 製造中に出る端材もすべてリサイクル
- ⑦ 製造場所であるスリランカの村での雇用創出にも貢献
- ⑧ 正当な賃金を支払うフェアトレード商品

新たな紙製アレンジメント器を制作・使用スタート

青山フラワーマーケットから、今年の6月に環境月間の取り組みとして新たな紙化アイテムがデビューした。「サンド」という新しい紙素材で作られたアレンジメント用の器は紙製ながら防水性に優れ、見た目も質感もまるで陶器のような重厚感。手にしてみてもざらりとした感触で紙っぽさは感じられない。

同社マーチャンダイジング室マネージャーの三浦素直さんが、世界的なインテリアとデザインの展示会「メゾン・エ・オブジェ」でこの素材の器を見かけて心惹かれたのが約5年前。当時は値段が折り合わず諦めたが、1年半ほど前にそのとき問い合わせた商社からその器を作っているスリランカの工場とつながれたと連絡があり、価格帯も検討可能な範囲だったことから具体的な企画が始まった。

商品化に至った「サンド」製の器は、試作品の5代目だ。あえて台風の日に配送実

験を行うなどできる限りの調整を重ねた。内側に天然ゴムをコーティングしているとはいえベースが紙なので、永久的に防水できるものではないが、鑑賞期間が10日間前後のアレンジメントであれば十分に機能すると考えアレンジメント用の器としてデビューさせることになった。紙は防水・強度の面ではやや弱いかもしれないが、紙だからこそそのメリットも多い。まず使い捨てのプラスチックではないこと。また、軽く、落としても割れることがないので、持ち運びがラクで、ペットや小さなお子さんがいる住まいでもリスクが少ない。花が終わったあとお客様がどのように活用して楽しむかも興味深い。

6月から全国の青山フラワーマーケットで取り扱いを始めた。「お客様の反応がどうかはまだわかりませんが、何もやらないよりやった方がいいですね」と三浦さん。顧客の反応を見つつ、今後はさらに色や質感のバリエーションを増やしていけたらと展望を語る。

通常ラッピングはほぼ紙のみ、青山フラワーマーケットの紙アイテムいろいろ

1. ペーパーホイル、和紙タイ



ペーパーホイルは簡易ラッピングにも活用

2. ミルフィーユペーパー、マルシェペーパー



4. クレープブーケ



3. ペーパーリボン

1 / 保水時に使うアルミホイルの代わりにパーガー袋をヒントに開発された紙製の資材。 2 / オリジナルのラッピングペーパーは現在2種、各カラー・サイズ展開あり。ミルフィーユペーパーにはブランドロゴがエンボスされていて高級感が。 3 / ブランドロゴ入り、3色展開。 4 / デザインオフィスnendoと共同開発、花瓶に変身するユニークなパッケージ。写真は南青山本店のカラー。

事例2 | 資材メーカーの取り組み

「東京リボン」の場合

東京リボン株式会社

【代表取締役社長】川原陽一郎さん (中央)
【クリエイティブ本部 本部長】齋藤英毅さん (左)
【クリエイティブ本部 商品開発課】河田牧子さん (右)



森を守る FSC® 認証を取得したペーパー

東京リボンが自社商品のラッピングペーパー「ビスクレープ」においてFSC®認証を取得したのが2023年5月。社内では認証取得のための組織を作るという一大プロジェクトとなり、具体的に動き始めてから半年ほどかかったそうだ。きちんと腰を据えて取り組む必要があり、簡単ではないFSCへのチャレンジに踏み出したのは、社として社会貢献をしたいという思いが根底にあった。まずは2010年にピンクリボン活動をスタート、さらに環境問題に取り組もうとしたものの、当時はまだできることが少なく、「よりサステナブルな取り組みをたくて、社会のニーズや市場性を模索していました」と同社の川原陽一郎社長は語る。コロナ禍を経て、異業種業界から環境に配慮したアイテムへの要望が大きくなるなどSDGsが一段とフィーチャーされるようになり、FSC®認証取得を志すに至った。

FSC®は登録商標なので、ビスクレープを購入した花店が自由にPOPなどで認証名を使うことはできないが、お客様に環境に配慮したものを使っていると伝えたり、環境によいものを使っていると自分自身が自信を持って商いをするためにも、こうしたアイテムで紙化に取り組むのも有効な第一歩だ。



人気アイテムがFSC®認証商品に進化!
東京リボンビスクレープ
品番: 68570 (全24色)
幅74cm×20m
パルプ (片面撥水加工)

知ってた? じつはエコなアセテートのリボン

アセテートは木材パルプなど植物由来の原料に、酢酸を結合して作られる半合成繊維。植物由来の繊維であるため、自然界に放置されても生分解されること。ふだん使っているリボンなどの素材を意識してみるだけでも環境対策につながっていく。



東京リボンが2024年5月に発表したエコ資材カタログでさらに深掘りしても。

more info

もっと「well-blooming project」について知りたい! 方はコチラ

花業界を取り巻く環境課題について学べるweb冊子や花エコ資材カタログもご覧いただけます!



半期ごとの活動レポート共有やプロジェクトに関するツールの提供も。



花店、市場、産地、資材メーカーなど、花業界の方々なら随時どなたでも大歓迎!

協力: 国産花き需要拡大推進協議会
(事務局: 一般社団法人花の国日本協議会)
<https://homeuse-hana.jp/wellblooming/>
撮影: 三浦希衣子 (P108-ボートレード、アイテム各種)
写真提供: 青山フラワーマーケット (P108-左上)、東京リボン (P109)

「well-being」(心身が健康で社会的にも満たされた幸福な状態)と「blooming」(花が咲く)を掛け合わせて命名された「well-blooming project」(ウェルブローミングプロジェクト)。自然の恵みを受けている花業界だからこそ真剣に環境問題に向き合い、人々の幸せに貢献する存在であり続けたい。そんな願いを共有できる仲間を募りながら、業界の垣根を越えて集まり、2024年春から始動したばかりの取り組みです。本コーナーでは数回に分けて同プロジェクトの動きを追います。

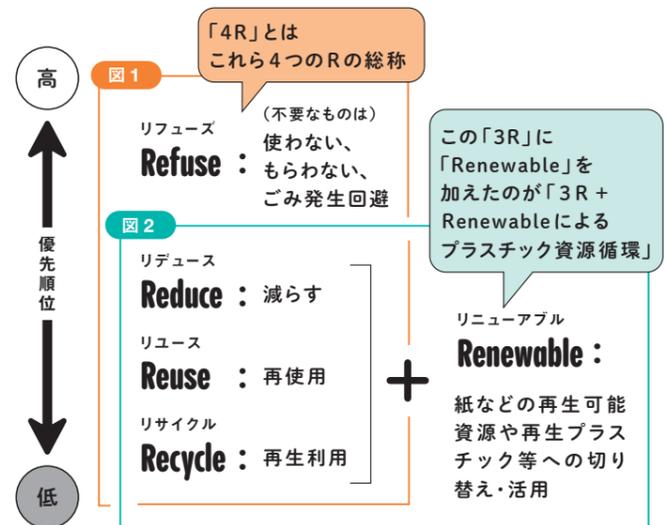
今回のテーマは……
バイオマスプラスチックを活用して減プラしよう!



Vol.2
well-blooming project
 ウェルブローミングプロジェクト

前号のおさらいと、取り組みの優先順位

本連載前号では、ごみの削減や資源の保全を目的とした基本的な考え「4R」(図1)と、事業者として心得ておきたい「3R+Renewable」によるプラスチック資源循環(図2)について紹介した。図の通り「4R」には優先順位があり、優先順位が高い順に①「Refuse: ごみ発生回避」→②「Reduce: 減らす」→③「Reuse: 再使用」→④「Recycle: 再生利用」とされている。事業者にはさらに、「Renewable」も求められる。これは令和元年(2019年)に策定された「プラスチック資源循環戦略」(令和元年5月31日消費者庁・外務省・財務省・文部科学省・厚生労働省・農林水産省・経済産業省・国土交通省・環境省)によるもので、「3R+Renewable」の基本原則もこのときに示された。



なぜプラスチックを減らす? 「Renewable」の意義

ごみを減らし、循環型の社会をめざすために喫緊とされているのが“使い捨て”のものを減らすこと。なかでもプラスチックは有限かつ再生困難な化石燃料(石油)を原料とし、海洋プラスチック汚染や地球温暖化の問題など環境への負荷も大きいことから、削減の優先順位が高い。では、いまあるプラスチックをリサイクルして、新しいものを作らなくてもよいのでは……とも思ってしまう。ただ、プラスチックのリサイクルには課題も多いのが現状だ(下記)。

〈プラスチックリサイクルの課題〉

- ・リサイクル過程での不純物の混合などにより製品が劣化する(ずっと同じ品質のものができるわけではない)
- ・リサイクルには同一素材であることが肝心でその分別作業に手間がかかる
- ・そもそも複合素材で分離が不可能だったり、素材名が明記されていないなどリサイクルできる設計になっていない製品も多く、プラスチックをすべてリサイクルする、というのは難しい、etc.

けれどもプラスチックはいまや生活に不可欠であり、存在自体が悪者というわけではないのも理解しておきたい。たとえば医療用の手袋や日常使うマスクもプラスチック。あらゆる場面で暮らしを支えている。そこでプラスチックをより環境に配慮したものに「Renewable」(紙などの再生可能資源や再生プラスチック等への切り替え・活用)することが推奨され始めた。「Renewable」を進めるにあたり、前号ではその候補として「紙」について解説。今号では「バイオマスプラスチック」、いわゆる“植物などの生物資源から作られたプラスチック”について紹介したい(詳細は右ページより)。

バイオマスプラスチック

まず「バイオマス」とは生物資源(bio:バイオ)の量(mass:マス)を表す概念で、「化石燃料を除いた、動植物由来の有機物の資源」を指す。つまり「バイオマスプラスチック」とは、そうした有機物の資源を原料とするプラスチックのこと。いま、暮らしまわりでよく見かける種類としては、サトウキビやトウモロコシなどの植物を原料とするものなどがある。

身の回りのバイオマスプラスチックの一例



左/スーパーやコンビニ、ベーカリーなどの袋。バイオマスプラスチック100%ではなく、既存のプラスチックに混ぜて使われているものがほとんど。右/都内のホテルで設置されていた、バイオマス原料素材を25%用いた傘袋。使用感は既存のプラスチック製品と変わらない。

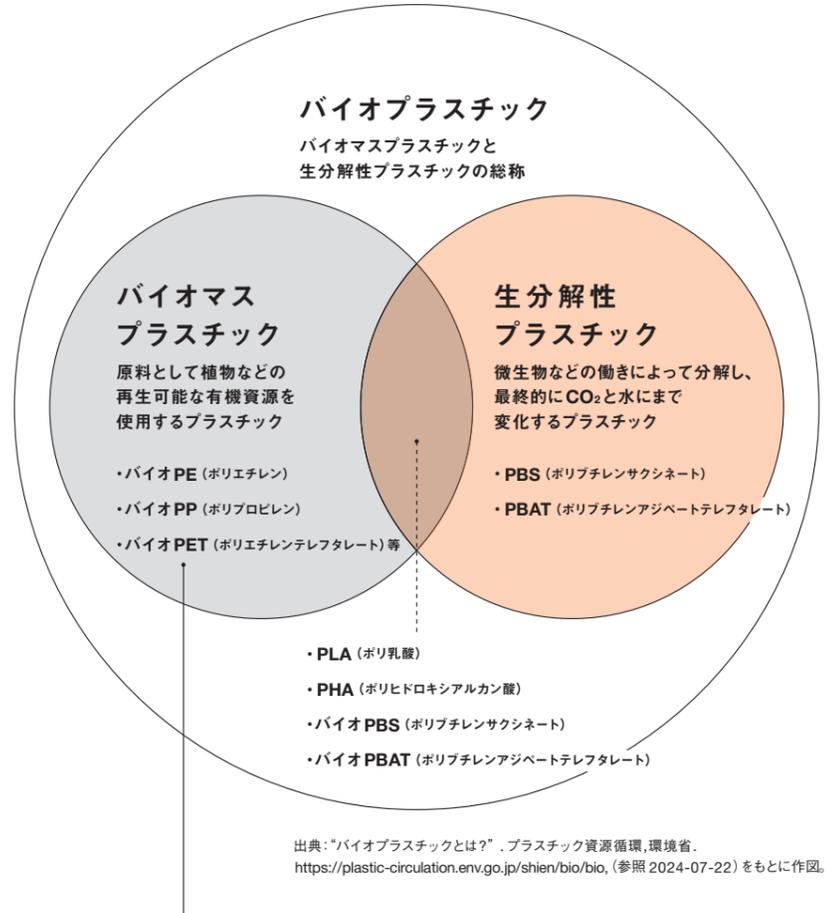
「バイオプラスチック」という言葉もあり混同しそうになるが、「バイオプラスチック」は「バイオマスプラスチック」と「生分解性プラスチック」の総称であり、「バイオプラスチック」という大枠の中に「バイオマスプラスチック」と「生分解性プラスチック」の2つの種類があるという構造だ。(図3)

「バイオマスプラスチック」と「生分解性プラスチック」は別物だが、「PLA(ポリ乳酸)」などのように両方に属するものもある。

バイオマスプラスチックのメリット

「バイオマスプラスチック」は、1.化石燃料と異なり短いサイクルで再生可能な資源を使っている、2.カーボンニュートラルで温暖化抑制に効果が期待できる、3.既存のプラスチック製品と一緒にリサイクルができることなどのメリットがあり、従来のプラスチック製品をバイオマスプラスチック製品に「Renewable」する、すなわち切り替えることで、環境負荷を少しでも減らすことが期待できる。一方、課題としては強度不足やコスト高などがあり、解決が待たれている。

図3 バイオプラスチック、バイオマスプラスチック、生分解性プラスチックについて



おもなバイオマスプラスチック

- ・バイオPE(ポリエチレン)
 原料例: サトウキビ、廃食用油など
 生分解性×
 石油をバイオマス由来のエタノールやナフサにしたものをもとに製造される。
- ・PLA(ポリ乳酸)
 原料例: トウモロコシ、サトウキビ
 生分解性○
 トウモロコシやサトウキビの糖分を利用し、乳酸に変換し重合(化学反応の一種)させて製造される。

上/ポリ乳酸(PLA)フィルムを主原料としたバイオマスパッケージを販売する企業も。花用袋に特化した福岡の企業「株式会社ファーストバック」の商品。下/ここ最近ではPLA(ポリ乳酸)を用いたストローも飲食店などでよく見かける。

バイオプラスチックの第一人者に聞く！

バイオマスプラスチックを使う意味は？ どうしていくのが花業界にとってベター？

——バイオマスプラスチックを 使った方がいいのでしょうか？

たとえば、バイオマスプラスチックの一種「バイオポリエチレン」というものは、サトウキビというバイオから作ったというだけで、やはりポリエチレンはポリエチレンなんです。ですから既存の（バイオマス製でない）ポリエチレンと混ぜてもリサイクルできますし、すごくいいですね。たまたま原材料が石油であったか、サトウキビであったかというだけの違いで、できあがったものは同じ。

バイオマスである植物は成長過程でCO₂を吸収するのでカーボンニュートラルなわけで、そうであれば、少しでも石油を使わないバイオマスプラスチックを使いましょうというのがいまの主流なのです。

——いまあるプラスチックを リサイクルし続けるというのは難しい？

クローズドループリサイクル（材料の性質を保持したまま同じ製品の素材として無限にリサイクルする手法）を考えたときも、どうしても少し傷んだり、端材が出たりで、やっぱり100を100に戻すというのは現実的ではありません。結局、何かを足さざるを得ないんです。そこで石油ではなくバイオマス由来のプラスチックをうまく使えたらいいですね。

——今後、バイオマス100%のものは できるのでしょうか

じつはもうあるのですが、コストが高いんです。それに量も足りていないので、取り合いになっている感じです。ですから石油由来のものとの混ぜ

【大阪大学 工学研究科 応用化学専攻】

宇山 浩教授

バイオプラスチックの第一人者。大阪大学大学院工学研究科では「未来におけるプラスチックと人間の共生を考えるため」に「エコプラスチック研究会」を立ち上げるなど、子どもや一般に向けた情報発信や啓蒙活動も行う。

この方に関心しました！



たりしている状況です。

——現状と、はじめの一歩

バイオポリエチレンでいうと、サトウキビを原料とし、それからエチレンガスを作り、それをもとに製造されるものがあります。おもな原料生産国はブラジルです。ガスはハンドリングが難しく、気体を輸送する手間も大変ですので、バイオポリエチレンなどはどうしても現地で作ってしまわざるを得ません。いまポリ乳酸（PLA）でいうと中国製のものもありますが、場合によってはそうしたものでいいと思うんです。

まずは、プラスチックだけでも原料がバイオに変わっていくもの＝バイオマスプラスチックを積極的に使っていこうという考え方が、業界としてよいのではないかと思います。

事例 | 資材メーカーの取り組み

すぐに捨てずにまた使いたくなる リユースを前提にした商品設計へ

メーカー名：

HEADS ヘッズ

商品名：

サトウキビレジバッグ/ バイオマス30% - LL

スペック：

- ・品番：30SAT-LL
- ・幅340×マチ150×高さ590mm
- ・7サイズ展開で販売



サトウキビ由来のバイオマス原料を使用していることがわかりやすくデザインされているレジ袋。

担当者の一言：

【株式会社ヘッズ スイーツ&フラワー事業部フラワー課マネージャー】
森 一剛さん



私たちの商品企画ではデザインを大切にしています。デザインがよければリユースしてもらい、廃棄物を減らしていくことにつながると考えています。素材の開発はもちろんリユースしてもらえる商品企画にも力を入れていきます。



植物由来のバイオマス原料を配合した 切花持ち帰り袋やスリーブが登場

メーカー名：

インパック

商品名：

バイオマスサービススリーブ

スペック：

- ・品番：309050
- ・700×350×100mm
- ・PE(バイオマス30%配合)

植物由来のバイオマス原料を30%使用した切花持ち帰り袋



商品名：

バイオマススリーブ

スペック：

- ・特注仕様対応
- ・PE(バイオマス10%配合)

植物由来のバイオマス原料を10%配合

担当者の一言：

【インパック株式会社
フラワーパッケージング事業部 常務取締役】
尾藤 徳仁さん



切花の梱包に使用されるOPPフィルムは100%石油資源です。私たちはCO₂の削減やごみになるものを減らすため、また石油資源の削減に原材料に植物性由来の原料や紙素材などを使用した環境に配慮した商品を提供していきます。



深刻化する海洋プラスチック問題に光！ 高校生と共同開発、魚が嫌うレジ袋

メーカー名：

シモジマ

商品名：

ハンドハイパー エネルフイッシュLL バイオ25%

スペック：

- ・品番：006999651
- ・0.017×295/440×530mm
- ・HDPE デナトニウム配合
バイオマス25% 乳白原反
100枚/束

※レジ袋有料化対象外

減ブラ+海洋ごみで
魚が嫌う素材



担当者の一言：

【株式会社シモジマ
ビジネスディベロップメント部長】
佐藤 元一さん



私たちは、ポリ袋などゴミになりうる商品を作っている側だからこそ、環境への配慮は徹底的に取り組まないといけない。そのために、海洋生分解性プラスチックやエネルフイッシュへの理解促進と広報活動を、推し進めていきたいです！



memo 1 知っておきたい！ 環境マーク

国内で見かけるのがおもにこのふたつのマーク。対象製品ごとにつけられていて、消費者にも認識しやすい。企業によってどちらかひとつだけ、または両方取得しているところもある。

・バイオマスマーク

マークの中の数字は「バイオマス度」、10%以上～5%刻みに表示



生物由来の資源（バイオマス）、たとえば植物は光合成により待機中のCO₂を吸収して成長するため、バイオマスから作られる商品は燃やしてもCO₂の増減に影響を与えません（カーボンニュートラル）。バイオマスマーク認定商品は安全で循環型社会の形成に貢献し、地域の温暖化防止に役立つ。（ISOの定める第三者認証とは異なる）

出典：「花エコ資材カタログ vol.1」well-blooming project花エコラッピング研究会、国産花き需要拡大推進協議会。2024, p.4

・バイオマスプラマーク*1

製品中のバイオマスプラスチックが重量比で25%以上の基準あり



バイオマスプラスチックとは、植物等のバイオマス（生物資源）を原料として、化学的または生物学的に合成したプラスチック。審査基準に合格した製品に「バイオプラ」マークの使用が認められ、一般消費者がバイオマスプラスチック製品を容易に識別できる。

memo 2 カーボン ニュートラルとは？

地球温暖化を防ぐための施策で、温暖化に影響するとされる温室効果ガス（二酸化炭素（CO₂）やメタン（CH₄）、一酸化二窒素（N₂O）、フロンガスなど）の排出量と吸収量を均衡させることを指す。「二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの「排出量」* から、植林、森林管理などによる「吸収量」* を差し引いて、合計を実質的にゼロにすることを意味（※ここでの温室効果ガスの「排出量」「吸収量」とは、いずれも人為的なものを指します）1）するとされており、たとえばバイオマスプラスチックでいうと、植物が原料であれば、植物は二酸化炭素を吸収して育つため、その後の過程で排出される温室効果ガスが吸収量とプラスマイナスゼロであればカーボンニュートラルであるという考え方だ。

ちなみに、「脱炭素」という言葉もある。カーボンニュートラルとほぼ同じ意味で使われることもあるが、脱炭素はCO₂の排出ゼロをめざし、カーボンニュートラルは吸収量との相殺で実質ゼロをめざしてCO₂以外の温室効果ガスも対象に含む、という違いがある。

1) “カーボンニュートラルとは” 脱炭素ポータル, 環境省
https://ondankataisaku.env.go.jp/carbon_neutral/about/ (参照 2024-07-25).

more info

もっと「well-blooming project」について
知りたい! 方はコチラ

花業界を取り巻く環境課題について
学べるweb冊子や花エコ資材カタログ
もご覧くださいませ!



「well-blooming project」に参加したい!
という方はコチラ

半期ごとの活動レポート共有やプロ
ジェクトに関するツールの提供も。



花店、市場、産地、資材メーカーなど、
花業界の方々なら随時どなたでも大歓迎!

協力：国産花き需要拡大推進協議会（事務局：一般社団法人花の国日本協議会）<https://homeuse-hana.jp/wellblooming/>
関根 久仁子（環境カウンセラー/森林インストラクター）、
カムフル株式会社 写真提供：HEADS (P.109-左)、インパック
(P.109-中央)、シモジマ (P.109-右)

※「フローリスト」2024年10月号より転載

「well-being」(心身が健康で社会的にも満たされた幸福な状態)と「blooming」(花が咲く)を掛け合わせて命名された「well-blooming project」(ウェルブローミングプロジェクト)。自然の恵みを受けている花業界だからこそ真剣に環境問題に向き合い、人々の幸せに貢献する存在であり続けたい。そんな願いを共有できる仲間を募りながら、業界の垣根を越えて集まり、2024年春から始動したばかりの取り組みです。本コーナーでは数回に分けて同プロジェクトの動きを追います。

今回のテーマは……
知っておきたい「環境配慮設計」についてと well-blooming project 参加店からのレポート



Vol.3
well-blooming project
 ウェルブローミングプロジェクト

次世代に誇れる
 花業界をめざして
 できることから
 始めよう

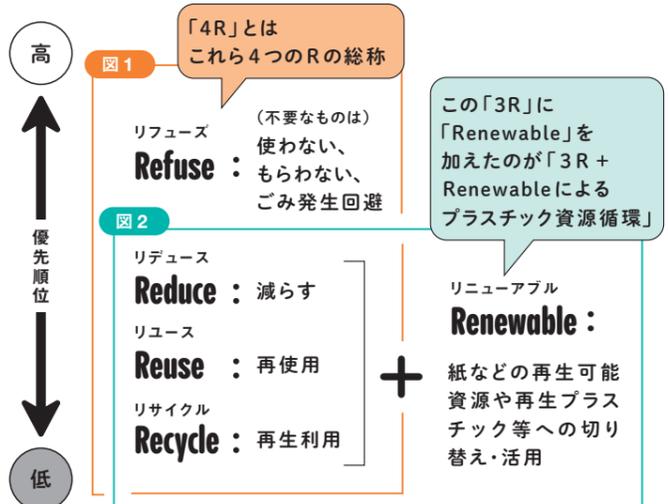
前号ではプラスチック削減のため、より環境に配慮したものに「Renewable」(紙などの再生可能資源や再生プラスチック等への切り替え・活用)する意義と、その選択肢として「バイオマスプラスチック」、いわゆる「化石燃料を除いた、動植物由来の有機物による資源」でできたプラスチックの紹介をした。今号では同じく環境のためへの施策となる「環境配慮設計」についての紹介と、「well-blooming project」に参加中の花店からの声をレポートしたい。

Topics 1
 これからのために、
 知っておきたい「環境配慮設計」

の促進等に関する法律)」で“製造事業者等が努めるべき環境配慮設計に関する指針”が策定されたほか、2024年3月には経済産業省によって「繊維製品の環境配慮設計ガイドライン」が定められるなど整備が進行中だ。

具体的にはどんな考え方？

では、「環境配慮設計」とは具体的にどういった考えなのか。たとえば「3R+Renewableによるプラスチック資源循環」【図2】にあるように、ごみを減らし、再使用、再生利用できる設計にする、省エネルギー、資源への配慮やリサイクルしやすい設計にするなどを追求し、“環境に負荷をかけないものづくり”をめざすというもの。



「環境配慮設計」とは？

本製品ライフサイクル全般において、環境に配慮した設計のこと。つまり、ひとつの製品の一生——その誕生、資源の選択や開発、生産、流通、導入（販売）、再資源化などを経て退場していくまでのあらゆる段階・過程において、環境に配慮した設計であることが求められるというものだ。DfE (Design for Environment) と呼ばれることもある。

気候変動・生物多様性喪失・汚染などあらゆる環境問題が加速するなか、製造・設計の段階からそれらに配慮した製品設計はもはや避けられないものとなっている。すでに欧米などでは取り組みが始められていて、国内でも2022年4月に環境省によって施行された「プラスチック資源循環法（プラスチックに係る資源循環

環境配慮設計、
 考え方の一例

前述の「プラスチック資源循環法(プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律)」を一例に見てみたい。使用する原料をきちんと選ぶ、製造にかかる材料の削減、使用量を減らす、リサイクルしやすいようにする、長く・繰り返し使えるデザインにする、収集や運搬を容易にするなど、考えることは多岐にわたる。

プラスチック使用製品設計指針

プラスチック使用製品の設計にあたって、
 プラスチック使用製品製造事業者等が取り組むべき事項および配慮すべき事項

① 構造

- 1 減量化
- 2 包装の簡素化
- 3 長期使用化・長寿命化
- 4 再使用が容易な部品の使用又は部品の再使用
- 5 単一素材化等
- 6 分解・分別の容易化
- 7 収集・運搬の容易化
- 8 破碎・焼却の容易化

② 材料

- 1 プラスチック以外の素材への代替
- 2 再生利用が容易な材料の使用
- 3 再生プラスチックの利用
- 4 バイオプラスチックの利用

直接開発を行わない花店や市場・産地などとしては取り組めることではないと感じるかもしれないが、こうした製品を選ぶ、また、こうした製品がほしいとメーカーなどに要望を出す・相談してみる、お客様に要望を聞いてみるなど、できることは少なくない。ぜひ業界全体で考え、取り組んでいきたい。

出典:「プラスチック使用製品設計指針と認定制度」。
 プラスチック資源循環,環境省。
<https://plastic-circulation.env.go.jp/about/pro/seido>, (参照2024-10-2)



memo

プラスチック使用製品設計指針と認定制度

「プラスチック使用製品設計指針」において、プラスチック製品の製造メーカー等が取り組むべき事項および配慮すべき事項を定めるとともに、特に優れた設計を主務大臣が認定する制度が創設された。環境に配慮したプラスチック製品Aの設計を国が認定し、公表、グリーン購入法上の配慮をすることやリサイクル設備を支援すること等により、環境に配慮したプラスチック製品の利用を促す。また、生活者にもそうした製品の選択を推奨するものとなる。

参考) プラスチック資源循環,環境省。
<https://plastic-circulation.env.go.jp/about/shohisha/seido> <https://plastic-circulation.env.go.jp/about/pro/seido>

Topics 2

「well-blooming project」
参加店の取り組みヒアリングレポート

【株式会社日比谷花壇】

www.hibiya.co.jp

「日比谷花壇」の場合

リテール第2事業部 部長
大瀧 久美子さん

広報室
青木 渉さん



2年をかけたラッピング紙化、
そしてこれから

1872年（明治5年）創業、全国に約190もの店舗・拠点を擁する「日比谷花壇」。少しずつ環境に配慮した取り組みを行っていたが、2020年ごろからその動きが加速。まずは社会的にもフォーカスされてきていた“プラスチック削減”に力を入れ、店頭でラッピング資材をセロハンから紙に変更した。リサイクルしづらいセロハンと異なり、紙はリサイクルの優等生。およそ2年の時間をかけて取り組み、いまではラッピング資材は基本的に紙となった。

とはいえセロハンが常識となっていた状況のなか、当初はスタッフの戸惑いも大きかった。会議などで紙化の意図をしっかりと伝え、ラッピングのマニュアルも顧客の声を拾い上げながらよりやりやすく美しいものになるよう試行錯誤を重ねて2～3度は作り直した。使用するペーパーも資材の取引先などと相談しながら少しずつ変化さ

せている。

一方、顧客からの戸惑いの声などは意外と少なかったという。紙化への告知は大々的には行わず、ふだんの営業のなかでシームレスに移行した。いまでもとくに要望のある場合や必要な状況であればセロハンを使用することもあるが、基本的にラッピングは紙だ。昨夏には看板商品である置き型花束「Chouchou Fleur」もリニューアル。これまで使用していた保水用のプラスチックカップを無漂白の紙製カップへと変更した。

全店舗においてラッピングの紙化を完了しているが、店舗の立地によっては湿度などの関係でペーパーがよれてしまうなどの問題も出てきており、これからはこうしたケース別の問題を解決していきたいという。また、ラッピングだけでなく、たとえばPOPのパウチをなくして厚紙に変更するなどまずは店舗の見えるところから変えていき、その後見えない店内のことへも進めていきたい考えだ。

「花や緑を扱う企業として、できることからでも変えていこう」という思いから環境に対する取り組みを進めてきたと大瀧さん、青木さん。2024年9月11日～25日には東京・渋谷にて同社がめざすサステナブルな花店を形にしたポップアップショップ「サステナチャレンジショップ」を展開し、好評を博した。これからの同社の動きにますます注目したい。



期間限定「サステナチャレンジショップ」の様子。プラスチック不使用はラッピングだけでなく仕器も。MPS認証の花とともに一般消費者にアピールした。



1/カラーペーパーはベリック以外にシーズンカラーも用意。写真は秋用のペーパーを内側に配する2枚重ねが基本。



3/保水をプラスチックカップから無漂白の紙製カップへ変更。さまざまに試して辿り着いたのは既存のスープカップをカスタマイズして使うこと。4/お手入れについての説明カードもばっちり準備。頼もしい。

人気の置き型花束「Chouchou Fleur」。デザイナー石井千花さんが描くボタニカル柄のペーパーは季節ごとに変化があり楽しい。

花束のラッピング。ハリのある白紙を外側に、花束や季節の色味に合わせたカラーペーパーを内側に配する2枚重ねが基本。

速報! 2024年6月の環境月間にあわせてスタートした「well-blooming project」を推進する環境アクション。今回はプラスチック削減に取り組んだ花店から、実践の声をお届け。

「平田花園」の場合

【平田花園】

(三重県桑名市)
hirata-kaen.jp



リボンを従来のものから
紙素材に変更

「母の日から取り入れた紙素材のリボンはスタッフからもかわいいと好評で一部の商品から始めようと思っていたのですが、最終的に結構な割合で使いました。お客様からもリボンが細い、従来に比べ質素に感じる、などのご意見もいままのところなく、やはり自然のもの(花)には自然素材のものがしっくりくるんだな、と実感しています」
専務取締役: 平田知亜さん



インスタグラムでも顧客に向けてわかりやすくポスト。ちなみに、発売30年になる『スタンディングブーケ』には、再生プラ製のブーケホルダー(フランス製)を使用。目に見えない部分も環境に配慮している。

「well-blooming project」で使い捨てラッピングやプラスチックの削減を呼びかけるPOPとともに、紙リボンの展示も。意図を伝えながらもかわいらしいディスプレイが素敵。



「花やの六さん」の場合

【花やの六さん】

(三重県津市)
www.hanaya-63.co.jp



ラッピングのセロハン削減&
顧客理解への注力

「取り組みのひとつとして春より「セロハンの削減」から始めました。セロハンなしに抵抗感がありました。お客様に説明をさせていただいた以上にご理解いただけていると実感しております。スタッフ間で環境への取り組みを中心に行うチームを立ち上げ、ポップやカードの作成など取り組みを提案し、社員全体で共有する体制を整えました。「花屋として私たちができること」「私たちが広げること」「受け入れること」を軸とし、取り組みの姿勢が明確にわかるようにできる限り数字化することにいたしました。これからも環境への一助となりますよう、肩の力を入れるのではなく、楽しみながら取り組んでまいります」
常務: 奥田高代さん



お客様に向けた案内ペーパーを作成し花束などに添付。なぜこの取り組みをするのかなどを丁寧に語りかける内容に好感ももてる。3年前から実行しているコチョウランの回収サービスも継続中だ。

「SEINO FLOWER」の場合

【SEINO FLOWER】

(岐阜県大垣市)
seinoflower.net



ラッピングのセロハンを
できるだけ削減

「花束は雨のときや大きくて形が保たれにくいもの以外はほぼセロハンなしで販売できています。アレンジメントに関してはまだまだつけてほしいとおっしゃる方もいらっしゃいますが、配達にはほぼセロハンなしです。お客様よりも私たち花屋のほうにセロハンへの固執があるだけだなぁと思いました」
店長: 阿部真己さん



上/配達のアレンジメントもほぼセロハンなしを実現。左下/店の入り口に「well-blooming project」参加店であることを示すステッカーが。右下/[20歳の新人社員が入ったことをきっかけにセロハンの使用率がグッと下がりました。最初で作ってくれた花束がセロハンなしで、それが当たり前といった感じでしたので、そのままセロハンなしで私も作り始めたという流れです」とも教えてくれた。

more info

もっと「well-blooming project」について
知りたい! 方はコチラ

花業界を取り巻く環境課題について
学べるweb冊子や花エコ資材カタログ
もご覧いただけます!



「well-blooming project」に参加したい!
という方はコチラ

半期ごとの活動レポート共有やプロ
ジェクトに関するツールの提供も。



花店、市場、産地、資材メーカーなど、
花業界の方々なら随時どなたでも大歓迎!

協力: 国産花き需要拡大推進協議会(事務局: 一般社団法人花の国日本協議会) <https://homeuse-hana.jp/wellblooming/>
関根 久仁子(環境カウンセラー/森林インストラクター)、カムフル株式会社 撮影: 三浦希衣子(P.100人物、商品) 写真提供: 平田花園(P.101)、花やの六さん(P.101)、SEINO FLOWER(P.101)

※「フローリスト」2024年12月号より転載

「well-being」(心身が健康で社会的にも満たされた幸福な状態)と「blooming」(花が咲く)を掛け合わせて命名された「well-blooming project」(ウェルブローミングプロジェクト)。自然の恵みを受けている花業界だからこそ真剣に環境問題に向き合い、人々の幸せに貢献する存在であり続けたい。そんな願いを共有できる仲間を募りながら、業界の垣根を越えて集まり、2024年春から始動したばかりの取り組みです。本コーナーでは数回に分けて同プロジェクトの動きを追います。



次世代に誇れる
花業界をめざして
できることから
始めよう

Vol.4

well-blooming project

ウェルブローミングプロジェクト

今回のテーマは……

気をつけたいグリーンウォッシュと、
well-blooming project
10月キャンペーン報告

Topics 1

気をつけたい「グリーンウォッシュ」
上辺だけの取り組みにならないために

せっかく環境のためにと取り組んでも、知識や理解が不十分で知らず知らずのうちに本来の目的から逸脱してしまうばかりか法律に触れてしまうことも……。それは避けたい! ということで、気になる注意事項などについて環境カウンセラーの関根 久仁子さんにアドバイスを伺った。

グリーンウォッシュとは

グリーンウォッシュとは、エコをイメージさせる「green」(グリーン)と「whitewash」(ごまかす、うわべを繕う)を組み合わせた造語。企業が環境に配慮しているかのように装う、グリーンウォッシュを規制する流れがEUを中心に世界に広がっています。

今日、消費者にとって、製品(物品とサービスの両方)や企業の環境報告などに関する多くの説明を理解するのは容易ではありません。企業は偽りの環境目標を発表したり、環境への影響や利点について、消費者に誤った印象を与える可能性があります。

環境省も2022年7月に発行した「グリーンボンドガイドライン」で、「実際は環境改善効果がないにもかかわらず、環境面で改善効果があると称すること」として、グリーンウォッシュ排除のために、国内で初めてグリーン性の指標の例を示しました。

グリーンウォッシュの世界的な状況

ここ数年、ヨーロッパやアメリカを中心に、この問題に対する規制や監視が厳しくなり、企業の環境への姿勢が厳密に検証されるようになりました。ヨーロッパやアメリカを中心とした各国で、罰則付きのガイドラインや法律が導入されました。こうした動きを先導、統合する形で、EUは2024年2月、根拠のない曖昧な環境表現を禁止する指令案を正式に採択し、グリーンウォッシュに対処し、消費者と環境を保護するための措置を講じており、日本企業もEU域内ではこれを遵守する必要があります。

規制強化の波はアジアにも訪れており、日本企業も影響を受けることになります。グリーンウォッシュを排除するための判断基準やKPI(重要業績評価指標)などは継続的に見直される予定ですので注視していきたいですね。

企業がまずできることのひとつとして、EUのグリーンクレーム指令規制や、監視の進む国々の法律や基準を参考に理解することをおすすめします。

「環境にやさしい」という表現はNG

企業は、環境にやさしいと主張する際、具体的な証拠を示すことが求められ、曖昧な表現は許されなくなっています。例えば、「環境にやさしい」などの主張が、実際には環境に悪影響を与えている場合や、根拠が不十分な「低炭素」などの表現も問題視されます。また、広告で自然を連想させるイメージを使うことで消費者を誤導する行為もグリーンウォッシュとされ、注意が必要です。

グリーンウォッシュをめぐる議論は年を追うごとに複雑になっています。2021年に欧州連合(EU)が行った調査では、企業による環境主張の53.3%が誇張または虚偽であった(明確な根拠に欠ける)とされています。

景品表示法違反になることも……

日本では景品表示法や環境表示ガイドラインによりグリーンウォッシュが制限されていますが、厳罰を課す法規制はまだ整備されていません。しかし、2022年12月に消費者庁が根拠のない環境配慮表示を行った日本企業10社に対し措置命令を出したことに端を発し、グリーンウォッシュへの厳格化の流れは訪れていると考えます。

考え方のアドバイス

グリーンウォッシュへの規制強化の背景として、地球が直面する三大危機(気候の危機、自然の危機、汚染の危機)への意識の高まるなかで、見せかけの取り組みでは許されないという面があります。カーボンニュートラルやサーキュラーエコノミー、生物多様性への配慮などサステナビリティを軸とした経営に取り組む企業が増えてきており、環境の取り組みが企業の事業のコアに関わる部分になってきました。環境問題に対する企業の取り組み姿勢や実績が消費者や投資家に問われるようになってきたという意味で、大きな進歩と考えます。

今後、企業は製品やサービスの環境配慮について具体的に裏付けのある行動をとると同時に、信頼できる情報提供がますます求められるようになるでしょう。このことは、真摯な取り組みを積み重ねている企業にとっては、その取り組みが正当に、高く評価される社会になってきたわけで歓迎すべきことと思われまます。

企業は環境対応を進めることで、競争力を高めることができます。消費者との好循環を作り、正しいリスク管理と迅速な対応を行うことで脱炭素やサーキュラーエコノミー(循環経済)を基盤とした企業競争力が高まり、長期的な収益性や成長を支える新たなビジネスチャンスにつながるからです。成果で評価が決まることから、今後は環境に対する取り組みがますます加速することを期待します。

こちらに聞きました!

[環境カウンセラー/森林インストラクター]
関根 久仁子さん



スターバックスで約12年間環境担当。コーヒー豆かすリサイクルグループ等3R、環境配慮店舗、倫理的な調達、環境教育等を推進。企業や自治体などのSDGs・環境の活動支援に加え、FSC認証木材普及や自然再興活動等にも取り組む。サーキュラーエコノミー実践に向けて、2023年2月カムフル株式会社、2024年6月株式会社これよこのを創業。環境カウンセラー/環境経営士/森林インストラクター。第4回環境カウンセラー環境保全活動表彰で循環型社会貢献賞(事業者部門)を受賞。

Column

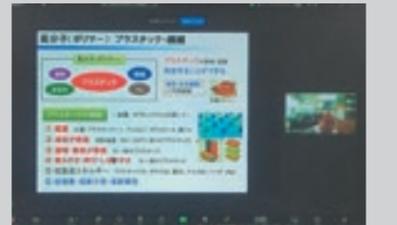
環境に対する取り組みを進めるためには まず知ること、そして共に考えること

今回取り上げた「グリーンウォッシュ」のような事態を避けるには、やはり知ることが肝心だ。「well-blooming project」ではこれまで、資材メーカーや花店などの有志で共に学び・考える「花エコラッピング研究会共創ワークショップ」を開催してきた。その第3回が先の11月6日にリアル会場(東京・渋谷)とオンラインのハイブリッド形式で行われ、約23社・店の担当が参加。専門家の講義や仲間とのディスカッション、情報共有など実りの多い時間となった。本ワークショップは今後も開催予定。



前半は専門家による講義。今回話を伺った環境カウンセラーの関根久仁子さんからは「環境の最新動向」について。目まぐるしく変化する環境まわりの動向、その今現在最新情報を共有。

バイオプラスチックの第一人者である大阪大学の宇山 浩教授はオンラインで参加。PP、PE、PSなど多種多様なプラスチックの性質や基本などをわかりやすく講義した。



後半は「花店で環境アクションを顧客に素早く伝えるための接客トーク」についてディスカッション。さらに、各社の新しい資材の紹介と質疑応答で大いに盛り上がった。

※「フローリスト」2025年2月号より転載

Topics 2

「減らそう使い捨てラッピング」 キャンペーン開催レポート

「well-blooming project」の一環として10月1日から10日間、
全国約380の花店にて環境アクションを推進した。その結果を抜粋してお届け。

2024年春から始まった「well-blooming project」では、花
業界みんなで取り組む環境アクションを推進。現在、全国約380花
店含む100企業・団体が参画中だ。

活動の一環として同年10月1日から10日間、全国の花店でwell-
blooming 10days challenge「減らそう使い捨てラッピング」と
題したキャンペーンを実施。一般消費者の手元でごみになってしま
う使い捨てプラスチックの削減等呼びかけた。その際に行った一
般消費者アンケートの結果を要約・抜粋してシェアしたい。



左／キャンペーン用の
POP（一部店舗では自
社でオリジナルを製作）。
右／実際の店頭の様
子。レミルフォイユド
リベルテ丸の内店にて。

消費者アンケート 実施概要

期間: 2024/10/1(火)～10(木)

場所: 全国約380店 の花店店頭

方法: 店頭POP(写真)の二次元コードより回答

総回答数: 493名

回答者属性

10代、20代、30代の若年層が約3割

40代、50代、60代以上が約7割

首都圏4割 < 地方6割

花店への来店頻度

月1回以上来店の
ヘビーユーザーが全体の7割

回答者の当日来店目的

ホームユース利用が多く、
ギフト利用は少数派。

今後、花を購入する際に 環境への取り組みがある花店を利用したいか？

「すごくそうしたい」
「どちらかといえばそうしたい」が、
全体の9割を占めた

「すごくそうしたい」「どちらかといえばそうしたい」のフリーアンサーを要約したもの

※「すごくそうしたい」「どちらかといえばそうしたい」と回答の446名中300名がその理由を記載、すごい回答率！

「すごくそうしたい」

- ・環境問題に対する関心が高まっており、身近な取り組みから始めたい人が多い。SDGsやエコな行動を意識し、環境への配慮は社会貢献であるとの意識が強く、エコフレンドリーな企業を支持する傾向がある。特に花は自然の一部であるため、環境に優しい取り組みが求められている。
- ・環境に配慮した店を利用することでエコ意識を持って気持ち良く買い物ができ、店に対して信頼感を抱く。過剰な包装やプラスチックを避け、ごみ削減に貢献することが重要だと感じている。花を扱う店には自然を大切にす姿勢が求められている。

「どちらかといえばそうしたい」

- ・特に自宅用の花を購入する際は、過剰な包装を避け、環境への配慮を重視する人が多い。プレゼント用にはある程度の包装が求められるが、環境に優しい素材を使用した包装が好まれる。多くの人が、自宅用の花には簡素な包装を望み、贈り物は見栄えを重視しつつ、環境配慮も考慮している。
- ・花店を選ぶ際、花の品質やセンスが最優先されるが、環境への取り組みも選択の一因となる。店舗がエコな取り組みを行っている、購買意欲が高まる傾向がある。多くの人が、自宅用の花には簡素な包装を望み、贈り物は見栄えを重視しつつ、環境配慮も考慮している。

花も自然の一部＝環境あっての花。環境アクションにぜひ取り組んでほしい、という応援の声多数。
自然環境に配慮した花店・企業への共感、信頼感 → 選ばれる花店へ！

事例 「減らそう使い捨てラッピング」 花店の取り組み

「株式会社リベルテ」の場合

株式会社リベルテ
les mille feuilles de liberté

サステナビリティ推進部 シニアマネージャー
荒木香理さん



http://www.liberte-f.co.jp/

パリで受け継いだ紙のラッピング

東京都内を中心に20店舗を展開する花店「les mille feuilles de liberté」(レミルフォイユドゥリベルテ)。その運営会社リベルテの設立は1979年。設立からしばらくの後、パリのマレ地区に本店を構える生花店「レミルフォイユ」と出会い感銘を受け、1999年に現在の「レミルフォイユ東京店」が誕生した。

受け継いだものはそのビジュアルだけでなく、「土に還るもの、“紙”のラッピングにこだわる」信念にも及び、以来、紙とラフィアを組み合わせたセロハンを使わないラッピングを守り続けてきた。



絵画のように美しく、と考えられた白い画用紙にカラーペーパーを合わせるラッピングスタイル。店のトレードマークにもなっている。店のペーパーホルダーには色とりどりの薄紙が並ぶ。束ねるのは基本的にラフィア。

このように早くから環境意識も高かった会社だが、2024年さらなる取り組みを始めた。10月1日から10日間実施した「well-blooming 10days challenge」に合わせて「Going GREEN」と題し、環境に配慮した花束の新品を開発・提案した。

more info



もっと「well-blooming project」について
知りたい! 方はコチラ



「well-blooming project」に
参加したい! という方はコチラ

協力: 国産花き需要拡大推進協議会(事務局: 一般社団法人花の国日本協議会) <https://homeuse-hana.jp/wellblooming/>
関根 久仁子(環境カウンセラー/森林インストラクター)、カムフル株式会社 撮影: 三浦希衣子(P.106-107)



新商品「Bouquet Debout」
—ブーケドゥブー そのまま飾れるブーケ。紙製のボックスと保水カップ(下)を使用したもので、名前の通りそのまま飾ることができる。紙製ボックスは組み立てやすくオペレーションもスムーズ。

この新商品「Bouquet Debout」の開発を考えるきっかけとなったのが、クライアントであるヨーロッパのハイブランドからの要望だった。それは取引のあるサプライチェーンとして「CDP」に参加してほしいというもの。「CDP」とは正式名称を「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト」という国際的NGOで、気候変動など環境関連の課題解決に取り組んでいる。

そのため、同社ではまず現状把握をすべくCO₂排出量の算出等を行うことに。全従業員の通勤距離・手段からCO₂を割り出したり、全店舗の電力使用量やごみの排出量を調べたり——並々ならぬ作業だったがその大変さを乗り越えて、いまできる限りの調査を敢行。結果、件のハイブランドがCDPの最高スコアAを獲得することにも寄与し、温室効果ガスの削減にかなう具体的な目標の設定も叶ったという。

フローラルフォーム削減を目指して

その目標がフローラルフォームの使用量30%削減だ。それと同時にハイブランドが顧客に贈っていたバースデーフラワー

をブーケスタイルに変更。脱プラスチックが進むヨーロッパでは、プラスチックの一種であるフローラルフォームは避けられる傾向にあり、その現状に沿うように移行した。さらにリベルテの各店舗でもフローラルフォームを削減すべくブーケスタイルを推奨していこうと考え、開発されたのがこの「Bouquet Debout」だった。

さまざまな試行錯誤の末に生み出された「Bouquet Debout」は各店舗で販売され、発売後15日目にして全体で約300個を売り上げるなど好評を呼んでいる。

ホームユースの花束も脱プラスチック

じつは今回、新商品以外に、ホームユースの花を包んでいたセロハンを紙に換えることでも脱プラスチックを図った。



ロゴ入りのオリジナルペーパーを作成し、セロハンの代わりに使用。スタッフに社内アンケートで意見を聞きながらブラッシュアップしていきたいという。

「初めてこうした環境の取り組みに参加させていただいてスタッフの意識が変わったと感じました。従業員が200名ほどいて、もっと戸惑いがあると思っていましたが、『改めてセロハンをたくさん使っていたと実感した』、『こんなに減らせるんだ』、という声が上がってきました。ひとつのよいきっかけになったと思います」と今回の「well-blooming 10days challenge」への参加について荒木さんは語る。

花店、市場、産地、
資材メーカーなど、
花業界の方なら
随時どなたでも大歓迎!

「well-being」(心身が健康で社会的にも満たされた幸福な状態)と「blooming」(花が咲く)を掛け合わせて命名された「well-blooming project」(ウェルブローミングプロジェクト)。自然の恵みを受けている花業界だからこそ真剣に環境問題に向き合い、人々の幸せに貢献する存在であり続けたい。そんな願いを共有できる仲間を募りながら、業界の垣根を越えて集まり、2024年春から始動したばかりの取り組みです。本コーナーでは数回に分けて同プロジェクトの動きを追います。



次世代に誇れる
花業界をめざして
できることから
始めよう

Vol.5
well-blooming project
ウェルブローミングプロジェクト

今回のテーマは……
これからも「花」が選ばれ続けるために
課題と期待、
現在進行形の取り組みについて

2030年まで、ここから先の5年間は
貴重な猶予期間！
のんびりしていると日本の花業界は
社会から取り残されて、
花が世の中から選ばれなくなる時代がくる危険性も……。

昨年8月に開催されたフラワーサミット2024にて、環境省
容器包装・プラスチック資源循環室の井上雄祐室長が登壇の際に
語られたことがとても印象的だった。
2030年にいったい何があるのか？ 世界は、日本はどのように
動いているのか？ 井上室長のお話を交えながら紐解いていきたい。

大きなゴールは2050年

サステナビリティ、いわゆる持続可能性というものを考えていくと、一つの大きなゴールになっているのが2050年のタイミングです。カーボンニュートラル、CO₂を実質ゼロにしていきましょうという流れです。→TABLE 1
あわせてプラスチックの問題ですね。生物の問題、生物多様性やネイチャーポジティブ →TABLE 2 といわれていますが、こちらについてはもう2050年に先立って、世界全体でプラスチック汚染をゼロにしようとしています。G20 (G7に参加する8カ国、EUおよび新興国12カ国の計20の国々と地域から成る国際会議)ではそれをさらに前倒して2040年を目標に掲げました。

それにはまず「2030年」、これからの5年間で重要

前述のように2050年に先立って海の問題を解決していこうと

【環境省 容器包装・プラスチック資源循環室 室長】
井上 雄祐さん
2003年環境省入省。これまで自然環境保全、環境税制、気候変動政策、資源循環等の業務に従事。英国エネルギー気候変動省、北九州市環境監視部長、環境省脱炭素ライフスタイル推進室長(デコ活応援隊長)などを経て2024年4月より現職。



いう話が動いていますが、脱炭素でいくと、2050年にゼロするとなると(日本)政府としては2030年にその半分ぐらいの状態までいきたい。というので2030年には温室効果ガスみたいなものを半分にしていきたいと思います。これに連動する形で企業の皆さんも2030年に向けて、自社の企業活動で出てくる温室効果ガス、その中でも特に電気やエネルギーなどを使うようなものはもう半分にしようとして取り組まれています。2030年というのは通過地点ではあるのですが、その通過地点に向けてかなり大幅なことをやっていかなければいけないし、通過をした先、2030年の先というのは、さらに本格的に2050年を目指して持続可能な状態に持っていくために活動しなければなりません。

2030年に向け、サプライチェーン全体で
環境対策が求められるように

先ほど2030年に向けて企業は自社の活動で(温室効果ガスなどの発生を)半分にしようとしている、という話を申し上げましたけれども、その2030年から先は、大企業では自社だけでなく、お取引をしているサプライチェーンの皆さん全体で取り組みをするという話が本格的に動いていきます。

TABLE
1 パリ協定

世界の平均気温上昇を、産業革命(1850~1900年)前の平均気温より1.5℃に抑えることを努力目標とする、気候変動問題に関する国際的な枠組み。2015年のフランス・パリで開催された国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)にて採択され、翌年2016年より発効。日本が掲げた目標の一つが“2050年までに温室効果ガスの排出ゼロ、カーボンニュートラル、脱炭素社会を目指す”こと。パリ協定には気候変動枠組条約(UNFCCC)に加盟する196カ国すべてが参加。各々の温室効果ガス削減目標達成に向けて動いている*。

※アメリカのパリ協定再離脱が来年1月になると国連より発表された(2025年1月28日)。トランプ政権(1期目)の2020年に一度離脱し、その後バイデン前政権下で復帰していた。今後の動静に注目したい。

地球の気温は0.5℃上がるだけでも大きな影響があるといわれている。気候変動に関する政府間パネル(IPCC)によると、世界の気温上昇を産業革命前と比較して1.5℃に抑えられれば、異常気象等地球に起きてしまう不可逆的な変化をまだ取り返せるかもしれないとされている。

まとめ
今後のビジネスの持続可能性のためには
それを見据えていながら準備を。
次世代によりよい地球を手渡すためにも、
取り組むべき課題

2030 2050
2030年までに温室効果ガスを2013年度に比べて46%削減するという途中目標を設定
日本は2050年までに温室効果ガスの排出ゼロ「カーボンニュートラル」な脱炭素社会へ

・大企業等はすでに2030年に向けて取り組みを始めている。
・2030年から先は、大企業では自社だけでなく、取引をしているサプライチェーン全体で取り組みをするという話が本格的に動きだす見通し。
・「うちは大企業ではないから関係ない」ではなく、取引先が環境対応を求めてくるケースには対応していかななくてはならなくなる。

花業界も例外ではない

そうすると、例えばその企業さんにお花を卸しているその先の業界の皆さんも、「うちは大企業ではないから関係ない」ではなくて、その取引先が環境対応を求めてくることにしっかり対応していかななくてはならなくなります。2030年まであと5年。2030年は通過地点とはいうものの、いまからの5年間はそこからさらに2050年に向けて本格的に動き出すとても重要な準備期間です。

TABLE
2 ネイチャーポジティブ

ネイチャーポジティブとは「自然再興」を意味する単語。いまや世界共通のキーワードとなっている。「自然を回復軌道に乗せるため、生物多様性の損失を止め、反転させる」ことを指します。今の地球は過去1,000万年間の平均と比べて10倍~100倍もの速度で生物が絶滅していくなど、いわゆるマイナスの状態にあります。*といわれているように、マイナスな状態にある自然をいかに復興していくか、そのための施策が模索されている。

*出典:ネイチャーポジティブ. 環境省 ecojin(エコジン). 2024-02-14, <https://www.env.go.jp/guide/info/ecojin/eye/20240214.html>, (参照2025-01-15).

では、何から取り組んだらよいか?

例えば、使っている資材の素材がプラスチックだったとして、この素材を使っていくと最後はどうなるのだろうかというところを考えていく。例えば、店や市場から出された物がその後どうなっていくのかまで考える。そうしたことが大切だと思います。プラスチックを別の素材に変えていこうというのもあるでしょうし、そもそもこれは本当に必要なのだろうか?と考えるなど、そうしたことは結果的にコストの話にもつながっていくかもしれません。一社で取り組むと大変なことも集散的に皆と協力すると、ロジスティックの物流コストであったり、ロットが大きければコストメリットも出てきたりして、協力できる要素もあるかと思えます。これは競争領域ではなく、皆で協力していく領域です。(それぞれの物が)自分たちの手が離れた後にどうなっていくのだろうかということを考える。こうした身の回りのところから始めてみるのがよいのではないのでしょうか。

消費者や社員に見るところから考えてみる

そのほかに、いままで使っていたエネルギーを再生可能エネルギーにしますよ、みたいな話もすぐく大事ではあるのですが、消

現在進行形

花市場も well-blooming! /

費者の方や社員の方の見えるところでもっと何かできないか、ということから始めていくのも一つだと思います。

例えばレジ袋。これは国の制度で有料化を行いました。もう国民の7～8割の方がこれまでレジ袋を使っていたのをやめて、使用削減になっています。大きな反発や混乱もありませんでした。

レジ袋はいままで無料で提供してそのコストが上がってしまっていました。有料化によって、そのコストが削減され、資源も無駄にならず、それが川や海に流れていってしまうといった問題の軽減などにもつながる。そうした話があれば消費者の方も、社員の方も「確かにそうだよね」と共感してくださる。

何ができるかを考え、何かの形にして、皆さんにお伝えしていくというのをこの「well-blooming project」でできるとよいのではと思います。見える化して、ここから始めてみませんかと呼びかけていくと、すごく進んだということが見えてきたり、なにかしら好例みたいなのも生まれてくるかもしれません。

自然と向き合う花業界だからこそ

花業界は自然相手に、植物と向き合ってお仕事をされている。サステナビリティ（持続可能性）を考えるなかで「気候変動」と「生物多様性」というのが大きな二つのテーマになっていますが、自然を扱われている花業界の皆さんだからこそ、まさに自然と共に、気候も含めて地球と共にというところを体現できるのではと思います。そう考えるとポテンシャルしかありませんよね。環境省もバックアップいたしますので、皆さんの声を聞きながら一緒に進んでいけたらと期待しています。

More details

ほかにもある、2030年はこんな年

世界

・「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals : SDGs)」の目標達成年



・2030年までに生物多様性の損失を止めて反転させると表明された「G7 2030年自然協約」(Nature Compact)の目標年

日本

・温室効果ガス46%削減(2013年度比)を目指す区切りの年(パリ協定で定めたゴール“2050年に温室効果ガス排出量実質ゼロ”の中期目標年)

・「生物多様性国家戦略2023-2030」*のミッション目標年

* 新たな国際目標である「昆明・モントリオール生物多様性枠組」(2022年12月採択)のビジョンを実現するための戦略。生物多様性損失と気候危機の「2つの危機」に向けて取り組み、ネイチャーポジティブを目指す。

協力: 国産花き需要拡大推進協議会(事務局:一般社団法人花の国日本協議会) <https://homeuse-hana.jp/wellblooming/> 関根 久仁子(環境カウンセラー/森林インストラクター)、カムフル株式会社
写真: 三浦希衣子(P.101-花)

これまで本コーナーでは花店や資材メーカーなどの環境に対する取り組みを取り上げてきたが、花市場も少しずつ歩みを進めている。おもにプラスチック課題に関する取り組みだ。今号ではその進捗について、一部をピックアップしてお届けしたい。

なぜ「プラスチック」が優先順位の高い環境課題なのか？

プラスチックは……

- プラスチックの原料である石油(化石燃料)は数百万年、数千万年かけて自然の中で培われた有限資源。いつかは枯渇する
- 石油は炭素を含む化石燃料で、地中で炭素を固定化しており、燃やすと地球温暖化の原因となる大量のCO₂が放出される
- リサイクルが世界的に見ても進んでいない
※ 必要なインフラの未整備、リサイクル方法の課題などが原因。処理工程で大量にCO₂が出るサーマルリサイクルは世界的にはリサイクルとして認められず
- 製造過程でも石油の採掘・運搬、ナフサの精製などエネルギーが必要となるためCO₂が発生する
- 適正処理されず海に流出すると簡単に分解せずマイクロプラスチックとなり海中を浮遊、生態系を含む環境汚染を引き起こす(2050年には海洋プラスチックごみの量が魚を上回ると予測されているほど)

社会の動きとして……

- ・プラスチック原料のコストアップ ・廃棄費用の高騰
- プラスチック原材料調達費や廃棄処理費の高騰
- ・環境配慮行動への要望の高まり
- プラスチック代替素材への転換や再生プラスチックの利用を進めていく
- ・世界、国内の規制など
- リサイクルに適さない汚れたプラスチック等についての輸出規制強化が加速
- 日本でも使い捨てプラスチックへの規制が強まる

ヨーロッパでは“使い捨てプラスチック”の市場流通を禁止する規制が施行され、お隣の台湾でも2050年には使い捨てプラスチックの食器などを全面的になくすとしているなど、世界は動いている。便利で生活に欠かせないプラスチックだからこそ、より環境のことを考え持続可能な方向性を探るとともに、生産者や花店などのユーザーに、変更による不便などを感じさせないような方法を探していきたい。悩ましいプラスチック問題だが、逆にここにきちんと取り組むことで、それがコスト削減や選ばれる理由になるなど、ビジネスチャンスにも!

取り組み

1 有効策を導くにはまず現状把握から! 保水容器ほかプラスチックごみ計量実験

例えばダイエットをするにしても現在の体重がわからないと目標も定まらない。プラスチックごみの計量は、いわばプラスチックごみを減らすスタート地点といえる。すでに商業施設やオフィスビルでは、テナントが自らごみを計量するシステムを活用し、ごみの減量(発生抑制)やコスト削減に取り組んでいる。花業界で使い捨てられているプラスチックの代表アイテムが、花の出荷時に利用される「保水容器」だ。この使い捨ての「保水容器」問題を解決していくためには、まず「いつごろ(季節)」「どんな種類」が「どれだけ出ているか(排出量)」を把握する必要がある。それらを知ることで、いまある資源を有効活用する、水平リサイクルの道筋を考えることができる。

プラスチック類ごみ計量実験

- ・実証実験期間: 2024年7月19日～2025年2月(予定)
- ・実施場所: 東京フラワーポート
- ・協力: 東京フラワーポート、株式会社グリーンシンク、カムフル株式会社

ごみを計量することで……

同じプラスチックといってもさまざまな種類があり、リサイクル可否や用途が異なる。ごみの種類・量を知ることで具体策が見えてくる。

- 例えば
- ・ほかの素材に替える、薄くするなどしてプラスチックの使用量を減らせられないか?
 - ・バージン素材(新品素材)ではなく再生素材にできないか?
 - ・バラついている素材を統一することでリサイクルしやすくできないか?
 - ・リサイクルするのなら何か花業界で使えるものにできないか?
 - ・素材によっては再生素材の資源として販売できるかも?



左/市場内に設置されたごみ計量システム。種類ごとに計量、データの集積が可能。 右/11月19日、東京フラワーポートで中間報告会が開催された。参加は東京フラワーポート、東日本板橋花き、世田谷花きの都内3市場およびごみ計量システム・グリーンシンク社代表の山田氏、環境カウンセラーの関根氏など。

取り組み

2 鉢トレーのこれからを考える 鉢トレー3.0 未来プロジェクト

多種多様すぎる鉢トレーが大量にサプライチェーン全体に流通している現在、その種類は東西あわせて100種以上ともいわれている。「well-blooming project」では2023年春より、全国の鉢物市場や鉢トレーメーカー等への調査を進め、現状把握に努めてきた。

その結果、ホームセンターなど小売を除く全国の鉢物市場だけで、年間約100万枚の鉢トレーが廃棄されると推計された。さらに、①さまざまな鉢サイズ・形状に合わせた鉢トレーや、特殊形状のトレーが多数存在するため、回収時にスタッキングできず、リユースするにも作業効率が非常に悪い。②リユースしづらいものは一度限りの利用で廃棄になっている。③種別分けスペースのない市場では、結果的に大量のプラスチックが焼却処分、もしくは産廃業者からどこに流れているかわからない状況になっている。④メーカー名や材質が不明なトレーが多く、プラスチックの組成もわからないため、水平リサイクルの難易度が上がる。という現状が見えてきた。

この課題に積極的に取り組んでいる豊明花きや鉢トレーメーカー、リサイクル業者をはじめ多くの関係者の方々との産官学連携で、水平リサイクルおよび規格統一の実現に向けて取り組んでいく予定。



1/植物の生産、運送に欠かせない鉢トレー。形状・素材さまざまに入り乱れ、その種類は東西あわせて100種以上とも。FAJでは廃棄にまわすトレーの種類を壁に掲示中。 2/豊明花きでは鉢トレーのリユース用仕分けを実施。リユース可能なものは生産者に再販し廃棄を防いでいる。 3/種類さまざまでスタッキング不可能な鉢トレー。スタッキングできないと輸送時にコスト・手間・燃料など共に増となる。 4/ただ使い、業者に処分を委託して終わりではなく、その行く末まで責任を持つことも必要だ。



花店、市場、産地、資材メーカーなど、花業界の方なら随時どなたでも大歓迎!

よりよい花業界の未来のために
ぜひwell-blooming projectの
お仲間になってください!



もっと「well-blooming project」
について知りたい! 方はコチラ

※「フローリスト」2025年4月号より転載