

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ローソン、“アートトイレ”で利用客のマナーが向上 実施期間の延長発表」
- 2) 「仏、ファストフード店で使い捨て容器など使用禁止に」
- 3) 「空き家問題にアップサイクル家具で新たな価値を、東京初のPOPUPを開催」

---

1) 「ローソン、“アートトイレ”で利用客のマナーが向上 実施期間の延長発表」

ローソンは2022年11月18日から東京・神奈川の計3店舗に設置している「アートトイレ」について、設置施設からの好評と要望を受けて、実施期限を当初の2023年2月27日から10月30日に延長した。

ローソンによると、「アートトイレ」を設置した3店舗では、利用客のマナーが向上。きれいに使用してくれるようになり、清掃やメンテナンスの回数が減少するなどの効果が確認できたとしている。

実施店舗はローソン中央晴海三丁目（東京都）、ローソン馬車道店、ローソンドイワロイネットホテル横浜公園店（ともに神奈川県横浜市）。11月10日の「トイレの日」と11月19日の「世界トイレデー」にあわせて、トイレの大切さを考えるきっかけづくりのため、2022年11月18日から全面にアートシールを施した「アートトイレ」を展開していた。

<アートトイレ実施の効果と反響>

1. 清掃やメンテナンスの頻度の減少

企画前は特に夜間のトイレ掃除やメンテナンスが頻繁に必要だったが、アートトイレにしてからはお客さんがきれいに使用してくれるようになり、清掃回数が減った。（晴海三丁目店）馬車道店・ドイワロイネットホテル横浜公園店でもお客様のご利用マナー向上が見られた。

2. お客さんからもお褒めの言葉

お客さんからはアートトイレの感想を直接いただいたり、わざわざトイレを見に来てくれた人も大勢いた。（晴海三丁目店）

「トイレ借ります」と声をかけてくれる人が増えたように感じられる。（晴海三丁目店）

3. 従業員のモチベーションアップ

1、2の効果があることで、店舗の従業員さんも、トイレをきれいに保ち開放することについてモチベーションアップにつながっている。

（2023/1/29 ねとらぼ）

今回デザインを手掛けたのは福祉施設・PICFAのアーティストのみなさんだそう。こうしたコラボが福祉活動にもつながり、店舗の諸々を好循環させるとあればとても良い取り組みだと思う。デザインのチカラで人の意識を変えることは可能だと思うので、キレイだけではない、お客さんの心に何か訴えかけるようなデザインを考えていければと思う。数店舗かつ期間限定の取り組みだが、実施終了後どうなるのか見守りたい。

## 2) 「仏、ファストフード店で使い捨て容器など使用禁止に」

フランスでは2023年1月1日に、ごみ削減やリサイクル促進を目指した20年成立の法律が施行され、ファストフード店で使い捨て容器や皿、コップなどの使用が禁止された。各店舗では数か月前から準備を進めていた。

ファストフード業界では、持ち帰り店内飲食の両面で、使い捨て容器や食器類を使うビジネスモデルが一転することになる。フランスにはファストフード店が約3万軒あり、年間60億食を提供し、推定18万トンのごみを出してきた。

ごみ削減を推進するNGOの関係者は、適切に実行されれば具体的な変化をもたらすものだと歓迎。「確実に正しい方向に進むことになる」と評価した。

一方、包装紙の業界団体は、大半の使い捨て容器は再生資源から生産されている上、欧州連合（EU）全域でのリサイクル率は82%に上っているとして、新法導入を批判。再利用可能な食器類の生産や利用は、エネルギーや水の消費を増やすことになると反論している。

さらに、現場の飲食店からは、客が再利用可能なコップを持ち帰ったり、プレートや食器類を返却せずに捨てたりすることを懸念する声が出ている。

別の業界関係者によると、厨房の改装に加え、持ち帰り店内飲食向けの注文を分けたり、新たな保管場所を設けたりするなどの対応が必要になったという。

パリ郊外のマクドナルドで、16歳の利用者は今回の措置について「知らなかったが、義務化は良いことだ」とした一方で、「紙や段ボールよりもコストがかかるため、小規模なファストフード店にとっては負担になり、値上げせざるを得なくなるかもしれない」と話した。

(2023/01/01 AFP BBNews)

日本でも使い捨て容器の見直しは近年じわじわと浸透してきているが、エシカル思考の根強いヨーロッパではさらに進んだ施策が行われている。ゴミの削減に貢献できることは言うまでもないが、ネット上でフランス国民の意見を見ると肯定的な意見が多くこれも浸透が早いひとつの理由かもしれない。店舗への負担などこれから問題も出てくると思うが、フランスで成功例が上がると日本でも同じような取り組みが近々始まるのではないだろうか。

---

## 3) 「空き家問題にアップサイクル家具で新たな価値を、東京初のPOP UPを開催」

古いモノに価値を与えるアップサイクルカンパニー株式会社家's（イエス/本社：富山県高岡市、代表取締役：伊藤昌徳）は、2023年1月28日～2月12日NICK WHITEにて、『P/OP (tansu×acrylic)』のPOPUPを行う。日本国内においては初めてのPOPUPとなる。

日本では多くの伝統的な家財品が使われなくなっている。そこで伝統的な家財品に新しいエッセンスを加えることで、再生する活動をしている。

今回は、古き良き筆筥と新素材であるアクリルを組み合わせることで、新しい家具をデザインした。もともと日本の筆筥は桐で作られていた。そして桐の特徴（軽い、加工しやすい）を一部、受け継いだ現代の素材であるアクリルと組み合わせることで筆筥に新しい表

情を加えている。約50年～100年ほど経過した素材と最新素材のコントラストをお楽しみいただきたいという。

近年空き家問題が全国的に社会問題化しており、総務省が行った住宅・土地統計調査によれば、空き家の総数は、この20年で1.8倍（448万戸から820万戸）に及ぶといわれている。株式会社家'sではまず本社のある富山県内にある空き家へ赴き、まだ使える筆筒や木彫りの熊などをレスキューしアップサイクル家具として加工販売を行う。

アップサイクルの取り組みによって目を伏せがちな空き家に光をあて、モノを捨てるのではなく新たな価値と現代の暮らしにあった新しいモノとしての命を吹き込みたいと考えている。現代の素材の中から未来感を感じられる蛍光アクリルを古筆筒と組み合わせることで新旧を引き立て合うことを意図した。

蛍光アクリルの台が、光を纏うことで透明感を持ち、筆筒を軽やかに感じさせる。かつて蔵や納戸の暗い空間にあった古筆筒ではなく、光のある空間で生きてくる商品だ。

また蛍光アクリル板を交互に組み合わせ安定度を増すように伝統的な組木を参照し、接着剤や釘などを一切使わず、もし使わなくなった場合にもリユースしやすい、廃棄しやすい（分別しやすい）構法とした。板はシンプルな形とすることで、色や素材を変えたり、好みに合わせて多様なニーズへの対応を可能としている。

（2023/01/28 PR TIMES）

古風な筆筒にビビットなアクリル板を組み合わせ海外の方にもウケそうなアップサイクルだ。家庭から出る家具の廃棄はもちろんのこと、閉店後の店舗から出る廃棄物もかなりの物量になる。衛生的な観点と耐久性から店舗木什器のリサイクルは少々ハードルが高いかもしれないが、なるべく廃棄・分別しやすい構法にするなど使用後にも目を向けたデザインを探求していきたい。