

サステラとは？



地球環境や社会問題など世界が直面している課題を一人でも多くの日本人に知ってもらうため、2020年に誕生したWEBメディア。

2022年にはサステナビリティに関心を持つ人たちが集まって交流をするコミュニティを開設。

ブログ：<https://susterra.net/>

Instagram(フォロワー4.9万人)：https://www.instagram.com/susterra_net

コミュニティ(参加者300人)：<https://susterra.net/community/>

RYUとは？



サステラを運営する株式会社ギャザウェイの代表、本名は鈴木龍太郎。
2016年に独立してWEBメディア事業をスタート。2018年に法人化。
ファッションや美容などの広告を扱うSNSやブログを運営。
2020年にはWEBメディア「サステラ」を開設し、2021年にはサステラ以外の運営メディアはすべて売却。以降、サステナブル関連事業に専念。

会社: <https://gatherway.jp/>

パーム油問題について



世界の森林破壊の4分の3は農業が原因であると考えられており、特に

- 1位牛肉(41%)
- 2位パーム油(18%)
- 3位大豆(12%)

これら3品目だけで世界の森林破壊の71%を生み出している

ちなみに大豆は、生産量のうち70%近くは家畜の飼料になっているため、牛肉の生産量を減らすことができれば、同時に大豆による環境破壊も抑えることができる。

そして畜産による環境破壊は近年世界中から注目されており、大豆ミートや培養肉など代替肉に関する技術革新が次々と起こっているため、必ずしも悲観する必要はない。



一方でパーム油による森林伐採は現状有効な解決策が見出されていない。

そして解決策が見出されていない大きな原因はパーム油自体の知名度の低さにあると私は考えている。

パーム油は世界で最も消費量の多い植物油であるにも関わらず、例えばオリーブオイルなどに比べて身近な存在とは言い難い。

なぜなら、パーム油は一般家庭で使用される植物油ではなく、商品に加工して使用される植物油であり、商品のパッケージには”パーム油”ではなく

- 植物油脂
- マーガリン
- ショートニング
- グリセリン

といった言葉で記載されることになるからだ。

ちなみにパーム油を他の植物油で代替することは解決策にはならない。

パーム油は単位面積当たりの生産効率が最も高い植物油であり、大豆油、ひまわり油、菜種油などで代替しようとするれば、さらに広大な土地が必要となる。

つまり他の植物油で代替すればさらなる環境破壊に繋がるというわけだ。

それではパーム油の森林破壊に問題意識を持った生活者には、どんなアクションができるのか。

完全に森林破壊を止めることはできないものの、過剰な破壊を抑制する選択肢がある。



それはRSPO認証ラベルのある商品を買うことだ。

RSPOは「パーム油生産のために使用している土地」「伐採してはいけない森林」などの基準を設け、無計画な森林伐採を抑制するための仕組みだ。

「どこでだれがつくったか」が不明瞭であることが過剰な森林破壊を生み出すので、RSPOによってトレーサビリティを確保できれば、過剰な破壊は抑制できる。

RSPOを普及させることで過剰な森林破壊を抑制しつつ、代替油のような新しいイノベーションに期待をしたいところだ。

ただ、知名度の低いもの、需要のないものには、人材も、研究・開発の資金も集まらないため、イノベーションを起こすためにも、まずはパーム油問題の知名度を高める必要がある。

私たちサステラが実施している「パーム油ツアー」は、まさにパーム油の知名度を高める狙いがある。

活動実績

2022年6月



パーム油を使用している花王やLIONなどの企業と対話セッションを実施。

2023年5月



サラヤ株式会社の協力のもとボルネオ島を視察

2023年9月

for Good! ソーシャルグッドなクラウドファンディング

はじめる さがす ForGoodとは? NEWS&BLOG ログイン 三

パーム油と地球の危機を日本中に伝えたい

サステラ

パーム油と地球の危機を日本中に伝えたい

SUSTERRA for ボルネオの生態系

支援総額 ¥4,219,000
目標金額 ¥4,000,000
105.48%

支援者数 689人 残り 0日

9月1日からの30日間で689人から4,219,000円の資金調達。

2023年10月



名古屋市 矢田小学校のSDGsイベントにて講演

パーム油ツアーの狙い



サステラが発信をしているSNSでは現状、若者にしか情報が届けられていない。(サステラのフォロワーの90%近くは40代未満)

日本の人口の半分以上が50代以上なので、SNSで同じ情報発信を続けていてもパーム油問題の認知拡大には繋がらない。

年齢層が上がるにつれて情報を得る媒体は多様化する。(SNS、Yahoo!ニュース、雑誌、新聞、テレビ、ラジオ...)

幅広い世代に届けるには、オンラインだけでなく、オフラインでも情報発信をする必要がある→全国でパーム油問題を伝える「全国パーム油ツアー」を企画。

50代以上に情報を届けるうえではテレビが最も効果的。

一方で、食品メーカーなどスポンサー企業への配慮からか、パーム油問題はなかなかテレビで取り上げられない。

全国で講演をする中で地方新聞、ラジオ、ローカルテレビなどメディアから取材を受け、最終的にテレビ(キー局)でパーム油問題を放送してもらうのが全国パーム油ツアーの戦略的ゴール。

パーム油ツアーのスケジュール

2023年12月...関東近郊

2024年1月...札幌、仙台、名古屋

2024年2月...大阪、新潟

2024年3月...福岡、沖縄