

企業と社会と学生が交差するマガジン

cross



point

vol.

3



Sustainableな社会をつくろう

戦争、貧困、地球環境の破壊、食糧危機、資源枯渇。
世界には今ある世界を損なうかもしれない問題がたくさんあります。
世界がこれからどうなるのか。それは誰にもわかりません。
さて。私たちの生活には、多くの企業が関わっています。
食べ物や服をつくったり、列車を動かしたり、お金を管理したり。
生活に深く関わる企業は、この世界に欠かせない存在です。
Sustainableは、持続可能な、という意味の英単語。
ともに世界を持続していく存在として、また将来そこで働くかもしれない場所として、
企業にもっと注目してみましょう。



Contents

- 4 企業インターンワーク
TWICE PLAN SUMMER SCHOOL 2019
- 10 キーコーヒー株式会社
100年目のサステナブルジャーニー。
コーヒーに関するすべての人の幸せのために。
- 14 Column
一人では守れない海のSustainability



楽しく学んだら、 そこにもう“探究”がある!!

2019年のテーマは、「楽しく学んだら、そこにもう“探究”がある!!」。
企業インターワークは、チームをつくり、インターン先企業を選び、その一員として企業のリアルな課題解決に取り組み、最後にはプレゼンで成果を発表するワークです。実際に社会で働く未来を見据えて、課題発見や解決のためのヒントをつかんだり、自分で考えた企画をわかりやすく説明したりする能力を磨く、貴重な機会となります。
大切なのは、課題解決を目指して“探究”すること。明確な答えが用意されていないからこそ、楽しく学びながらどんどん“探究”していく姿勢が求められます。



夏休みに行われる特別な講座

2019年8月7日、夏真っ盛りな青空のもと。夏休みらしく普段よりも静かな吉祥女子中学・高等学校に、たくさんの中高生が集まりました。
気温35度を超える酷暑にも負けないハツラツさの彼らが参加するのは、『TWICE PLAN サマー・スクール2019』。学習プログラム「TWICE PLAN」の「企業インターワーク」に取り組んでいる中学生・高校生に向けた特別講座です。
インターン先企業として協力している7社の担当者も講師となり、企業インターワークに活かせるヒントや、普段の授業や実社会でも使える考え方・技術を学びます。

※「企業インターワーク」は株式会社トゥワイス・リサーチ・インスティテュートが中学校・高校・大学に提供している学習プログラムです。



企業を知る・感じる“企業インターン”講座

2019年度、インターン先企業として課題(指令)を提供している7社の担当者に、直接、自社の理念や事業活動、指令のポイントなどを説明していただきました。社名は聞いたことがあっても、実際にどのような事業を行っているのか詳しくは知らなかったり、商品やサービスを見ているだけではわからない理念があったり。インターンとして指令に取り組むにあたって知っておくべき情報は、たくさんあります。

株式会社朝日新聞社

指令 社会課題に挑む若者のパートナーになる朝日新聞社の“新メディア”を企画提案すること!

現代人は新聞以外にも、テレビ、ラジオ、パソコン、タブレットやスマートフォンなど、多様なメディアに囲まれています。そこで朝日新聞社では「朝日新聞デジタル」を中心とするWebメディアに力を入れ、調査報道だけでなく、データやSNSを活用した先進的な特集記事を日々生み出しています。

江崎グリコ株式会社

指令 「Glico コアバリュー」に共鳴し、“おいさと健康”を世界に届ける新入社員を迎え入れるための“1Day インターンシッププログラム”を企画すること!

社会に貢献し続けるためには、企業として存続し続けなければなりません。厳しい競争環境の中で勝ち残っていくために、社員に求められる行動指針がGlico スピリットであり、それを体現するために必要な価値観が「Glico コアバリュー」です。

大塚製薬株式会社

指令 “人生100年時代”に生きる日本人の健康寿命を延ばすための革新的な製品を企画提案すること!

大塚製薬では、人々が抱える未解決の健康課題を探求し、その中から新製品のアイデアを見出しています。健康課題は、年代別、性別、何人暮らしなのかによっても異なります。それらの点にも目を向けながら、さまざまな角度から健康課題を探し、革新的な製品を考えてください。

株式会社明治

指令 明治こだわりの“Bean to Bar”の魅力を世界中に伝える中高生を主人公にしたPR映像をつくること!

明治の“Bean to Bar”の歴史は、チョコレートづくりの歴史そのもの。カカオからチョコレートが出来上がるまでの全行程を自社で管理し、製造・販売する姿は90年前から変わりません。お客さまに「これぞ!」と思っていただけの世界一の品質にたどり着くため、カカオと真摯に向き合っています。

森永乳業株式会社

指令 日本中の家族が毎日ビフィズス菌を摂りたくする“腸活ドラマ”のCMシリーズを企画提案すること!

腸内には、たくさんの菌が棲みついています。その中には消化吸収を助けたり病気への抵抗力をつけたりする善玉菌と、炎症を起こしたり発ガン促進性物質をつくらしたりする悪玉菌があります。大腸の善玉菌の99.9%を占めるのが、ビフィズス菌です。

株式会社ローソン

指令 ローソンが“全てのお客さまレコメンド No.1”になるために、自分の住むマチと店舗がコラボしたPRイベントを企画提案すること!

ローソンは日本全国に約15,000店舗あり、毎日約1,100万人のお客様が来店しています。各店舗では、環境に配慮して電力消費量を少なくしたり、次世代の子どもたちのための募金活動を行ったり、移動販売・宅配で地域買い物コミュニティをつつたりと、たくさんの社会に貢献する取り組みを行っています。

KDDI 株式会社

指令 来るべき“5G”の力を使って、デジタルネイティブだからこそ思いつく「地球上の課題を解決するIoTの新サービス」を企画提案すること!

5Gによるイノベーションは、製造業、運輸業、医療、エンターテインメント、さらに地方創生など、社会のさまざまな部分で生まれると考えています。KDDIの企業理念、事業内容、「KDDIのマテリアリティ(重要課題)」を土台に企画し、地球上の課題はSDGsを参考としてください。



株式会社明治
CSR推進部 CSR推進グループ
水落 由理子さん

「まずは明治のWebサイトを見てください。『The Chocolate』のブランドサイトには指令に役立つたくさんのヒントが詰まっています」



株式会社朝日新聞社
総合プロデュース室 メディアラボ
根岸 佳代さん

「社会課題として世界が注目しているのが、SDGs(持続可能な開発目標)です。この目標を達成するため、私たちが新聞紙面やWebでの啓発活動、学校の授業協力などさまざまな形の取り組みを進めています」



江崎グリコ株式会社
グループ人事部
田中 弓雄さん

「今の「ご縁」を大切に、自分の「殻」をぶち破って、思う存分「個性の発揮」を楽しみながら、指令に応える企画を考えてください」



大塚製薬株式会社
広報部
車谷 千江美さん

「“人生100年時代”についてリサーチし、これからの社会がどんなふうに変化していくかを想像し、どのような健康課題や社会課題があるのかも調査してください」



森永乳業株式会社
コミュニケーション本部 CSR推進部
社会貢献推進グループ
長井 聡子さん

「ビフィダスのブランドサイトや、ビフィズ菌研究所サイト『まいにち乳Life』をよく読んでください。ビフィズ菌と乳酸菌の違いを理解するところがスタートです」



株式会社ローソン
事業サポート本部 環境社会共生・地域連携推進部
鈴木 暁子さん

「ローソンの店舗は、企業や市役所の中、駅、空港、高速道路、病院や大学の中などにもあります。薬局と併設されていたり、他店とのコラボ店舗もあるので、参考してみてください」



KDDI株式会社
サステナビリティ推進室
八木 美冴さん

「まずはスマートフォンのあるなしで毎日がどう違うか、いろいろな世代の人の声を収集してみてください。チーム独自の観点を加えた情報収集にも期待しています」

いますぐ活用できる“実践スキル”講座

企業インターワークを進めるうえで役に立ち、さらに実社会でも活用できるスキルを講義と実践で学びます。伝えたいことをどう伝えるのか？ 仲間とどのようにして答えを見つけ出すのか？ 自分の力をどう活かすのか？ よりよいスキルは“課題発見・解決”を支えてくれます。

Performing Presentation “聞き手を魅了する”プレゼンテーション

講師：富ヶ原 啓太郎さん

「優れたプレゼンテーションの共通点を見つけ、そこから魅力的なプレゼンテーションをつくるテクニックを紹介しました。テクニックは特別なことではありません。実は、まっすぐに立つ、はっきりとした口調で話す、目線やボディランゲージを上手く取り入れるなど、すぐにできることばかりなのです」

Leadership & Team Building “チームの力を引き出す”リーダーシップ講座

講師：佐藤 春華さん

「課題に対してよりよい成果を出すために、チームの力を最大限に引き出すリーダーシップの考え方を話しました。リーダーにとってまず大切なのは、自分自身をよく知ること、チームメイトをよく知ることです。知るために必要なのが“対話”です。それぞれの強みを活かし、弱みを補ってあげれば、最強のチームが誕生します」

Effective Slide Design “効果的に伝える”スライドデザイン講座

講師：水村 陽治さん

「発表内容をわかりやすく、効果的に伝えるスライド作成にはコツがあります。1枚のスライドには1つのメッセージを入れる、曖昧な表現は避け短く明確に書くなどの情報整理から、フォントはクセがなく多くの人が読みやすいものを選ぶ、文字やグラフの色は3色以内にまとめるなどの具体的な手法までお伝えしました」



富ヶ原 啓太郎さん



水村 陽治さん



佐藤 春華さん

参加した生徒たちの声

先 生方、今日はありがとうございました。想像以上に“社会”や“会社”そして“働くこと”を身近に感じることができ、また深く考えることができました。この体験を情報の授業の企業インターンで活かすのはもちろんのこと、大学生、社会人になってからも活かしていこうと思いました。
(江戸川女子高校 / 2年)

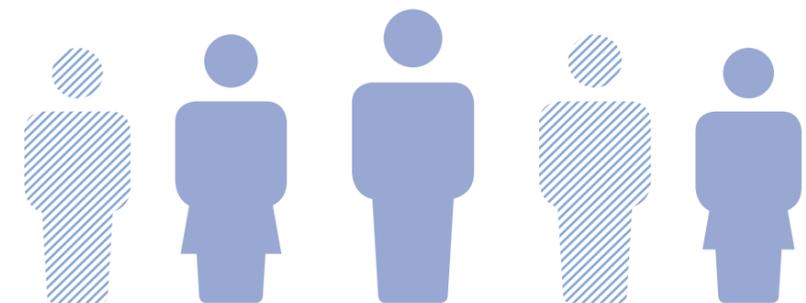
新 しい時代に向けて柔軟に変わっていくという企業の姿勢がとても印象的でした。本日はお忙しい中、講義をしてくださりありがとうございました。
(豊島岡女子学園中学校 / 2年)

自 分が今まで知らなかった企業の方々の努力を学ぶことができ、今回のサマースクールに参加してよかったと思いました。今回学んだことを、将来や学校の授業に役立てていきたいです。
(十文字中学校 / 1年)

社 会に役立つことだからもっと難しい話題になるのかと思いましたが、決してそんなことはなく、いつも気にかけていない基礎こそが大事だと気づかされました。
(桐光学園高校 / 1年)

— ズに合わせた商品開発や伝えることの難しさ、工夫を学ぶことができました。貴重な機会をいただき、ありがとうございました。
(東洋高校 / 1年)

と ても楽しく学べたので、自分でも探究できたかなと思います！
(桐光学園高校 / 1年)



100年目のサステナブルジャーニー。 コーヒーに関わるすべての人の幸せのために。

2050年、コーヒーが飲めなくなるかもしれない？

世界のコーヒー消費量は右肩上がり

2013年の89億Kgから、
2017年には93億Kgに上昇
4年間で400億杯分（1杯10g換算）が増加

※今後中国などで消費増が予想されており、
ブームはまだ続きそうだ。
（国際コーヒー機関統計2017年10月）



コーヒー農園に起こる問題



従来と異なる気候による品質の低下



病害や虫害による生産量の低下

経済的苦境等による生産者の減少

2050年

アラビカ種の栽培地 **50%減**

コーヒーの栽培地は北緯 25 度～南緯 25 度
(コーヒーベルト)に限られている。
地球温暖化により、
2050 年にはアラビカ種の
栽培地が現在の 50% になると、
WCR(World Coffee Research)は
警鐘を鳴らしている。



朝食のテーブルに、スイーツのお供に、コンビニで手軽に。街中に良い香りをただよわせ、私たちの暮らしを彩ってくれるコーヒーが、2050年頃には飲めなくなるかもしれない、「コーヒーの2050年問題」が今世界中で大きな話題になっているのを知っていますか？
原因は、地球温暖化です。単に気温が上昇するだけでなく、湿度の上昇や降雨量の変化、自然災害が増えたり、島国が沈むかもしれないなど、さまざまな危険を及ぼすことがわかっており、農産物であるコーヒーは

環境の変化を受けやすいのです。
今後さらに地球温暖化による気候変動が進めば、コーヒー栽培に適した土地が大幅に減ることが予想されています。スペシャルティコーヒーや缶コーヒーなど、多くのおいしいコーヒーに使われている、代表的な品種であるアラビカ種を例にとると、2050年までに栽培に適した土地は現在の50%にまで縮小すると報告されています。これが「コーヒーの2050年問題」です。



キーコーヒーの取り組み

2050年まであと30年、キーコーヒーはインドネシア・トラジャ地方を起点に、コーヒーとコーヒー農家の未来を守る活動に取り組んでいます。トラジャの直営農園で農園長を務めた経験を持つ、キーコーヒー株式会社 取締役副社長 執行役員 川股一雄氏にお話を伺いました。

「幻のコーヒー」復活から始まったキーコーヒーの取り組み

私たちのインドネシアにおける農園事業は、約50年前、トラジャ地方に伝わる「幻のコーヒー」を現地の人々とともに復活させたことから始まっています。530haという広大な自社農園を開墾し、ノウハウを地元の農家にも提供し、各農家が栽培した豆を適正な価格で買い取る仕組みをつくることで、コーヒー農家の生活水準向上にも貢献してきました。

それ以来、再び幻となることのないよう、気候変動への対応も含めて、環境・農家・企業の共存共生を第一に事業を行ってきており、2050年問題への取り組みも、これまでの延長線上にあります。現在、①気候変動に耐性のある品種開発、②モデル農園での試験栽培、③収穫後の豆を追熟させる加工技術、の3つを柱に、活動を進めています。

① 気候変動に耐性のある品種開発:IMLVT(国際品種栽培試験)

2016年、より幅広い団体と連携しコーヒー業界の課題解決に取り組んでいくことを目指し、持続可能なコーヒー栽培を目指す国際的な研究機関 World Coffee Researchとの協業をスタートし、国際品種栽培試験(IMLVT)に参加しています。IMLVTとは気候変動や病害虫への耐性がありながら豊かな味わいも備えた新品種を開発する取り組みです。これまでコーヒーの栽培試験は、それぞれ育成された地域内で行われることがほとんどでしたが、ブラジルの従来品種をインドネシアで栽培するなど、世界を横断した栽培試験を行い、そこから得られたデータを元に新品種開発を進めています。トラジャの自社農園の一角、約2haを実験圃場とし、通常はインドネシア外で栽培されている品種を含むコーヒーの苗木42種の栽培試験を実施しています。



② モデル農園での試験栽培

キーコーヒーのIMLVTの実験圃場では、42の品種を栽培していますが、あと数年経つと、これまでトラジャ地方では栽培されていなかったけれど、実はこの地域と相性の良い品種がわかってくると思います。こうした可能性のある品種は、トラジャ地方の各地に設置しているモデル農園での試験栽培にシフトしていきます。

また、モデル農園では、インドネシアで深刻化する土壌流出への研究も進めています。



③ 収穫後の豆を追熟させる加工技術:KEY Post-Harvest Processing

3つめのアプローチは、収穫後の豆に対するユニークな加工、世界初の精選技術「KEY Post-Harvest Processing」です。脱肉工程(外果皮と果肉を取り除く工程)前に0℃以下でも凍らない特別な環境下で貯蔵し「水温熟成®」を行うことで、コーヒーチェリーの追熟を促します。この技術は、2050年問題への対策としても有効です。

気候変動により昼夜の寒暖差がなくなるとコーヒーチェリーが十分に熟さず、品質が落ちてしまいます。このような場合でも、この精選技術で追熟を行えば品質が向上。市場価値が維持され、農家の人々の生活を守ることができるのです。



2030年までにサステナブルなコーヒー栽培方法を確立

先に挙げた①②③については、あと5年程度で一定の成果が見えてくるでしょう。2030年までには、新技術や仕組みを確立し、トラジャ地方に定着させることを目指しています。さらに次のステップとしては、トラジャで育んだノウハウを他の国にも広

げていきたいですね。例えば東ティモールやパプアニューギニアは緯度が近いので、私たちのノウハウが役立てるのではないのでしょうか。いつまでも、おいしいコーヒーを、みなさんに提供し続けるために、世界の仲間と協力して取り組みを進めたいと思っています。

もっと知ろう！ キーコーヒー株式会社

1920年(大正9年)に創業し、2020年に100周年を迎える日本のコーヒー業界のリーディングカンパニーです。「キーコーヒー=喫茶店の看板」のイメージかもしれませんが、海外でのコーヒー農園事業から、製造・販売等コーヒーに関わるすべての仕事を行っています。キーコーヒーは、常に最高の品質と時代の求めるおいしさを追求し、一杯のコーヒーを深めることで人と人の絆をつくり、あらゆるシーンを喜びで満たしていく、情熱的なコーヒーの探求者でありたいと願っています。



詳しくはWebサイトへ
<https://www.keycoffee.co.jp/company>

一人では守れない海のSustainability

昔むかし、浜辺の村にサザエ採り名人の若者が住んでいました。若者は「中の島」で毎日たくさんのサザエを採っていましたが、そのうち「沖の島」まで舟を出すようになりました。これを知った村長は若者を叱りました。なぜなら、「中の島」と「沖の島」は、毎年交替でサザエを採る決まりとなっており、この年は「中の島」の番だったからです。しかし若者は聞く耳を持ちません。一人でまた「沖の島」へ行くと、サザエを採って採って採りまくり、山ほどのサザエを舟に積み込みました。さすがに疲れた若者は、腹ごしらえをするために焚き火を熾してサザエを焼き始めます。ところが、サザエを食べようとするとなぜか中身がありません。これはおかしいと考えた若者は「舟をつなぐ縄を通す鉄の輪をのぞくと、化け物の正体がわかる」という言い伝えを思い出し、急いで舟へ戻りました。鉄の輪からのぞいて見えたのは、サザエを貪り食べる白髪の老人の姿。海に住み人を食べる「海じい」と呼ばれる化け物でした。若者が逃げようすると、海じいはいは「もっと食べせろ!」と迫ってきます。若者は積んでいたサザエをすべて海に捨て、大急ぎで村へと逃げ帰りました。

これは大分県に伝わる民話です。注目してほしいのは、禁漁区を設けている理由。2つの島で交互にサザエを採るのは、採り尽くしてしまわないための予防策でしょう。村人たちは資源管理を行っていたのです。同じことを、今、世界各国の政府や研究機関、NGO、企業などがしています。水産資源が枯渇してしまわないよう漁獲可能量を定めるほか、新たな養殖技術を開発したり、謎とされてきた魚の生態調査をするなど、さまざまな方法で海の持続可能性(Sustainability)を守ろうと取り組んでいます。

民話の若者は欲張った挙句にサザエを乱獲し、海じいいに襲われました。私たちはそうならないよう、協力しあって豊かな海を守っていききたいものです。



cross point

2019年12月

発行
株式会社サステナビリティ・コミュニケーション・ハブ
東京都新宿区天神町14 神楽坂藤井ビル6階
Tel. 03-3513-0850
Fax.03-5227-6746

株式会社トゥワイス・リサーチ・インスティテュート
東京都中央区日本橋箱崎町1-11-804
Tel. 03-6861-3553
Fax.03-6861-3554

■本誌内情報は別途記載がない限り、2019年12月現在のものとなります。
■本誌掲載の記事・写真・イラストの無断転載を禁じます。