

# Daily Dump

 インド (南アジア)

## 伝統陶芸と近代的な技術の融合によるコンポストの普及



インドの人口が増加し、所得も向上するにつれ、廃棄物の量も膨れ上がり、処理能力が追いつかなくなっている。これに対して、まだインドでは普及しておらず、市場さえ存在しなかったコンポストを、新たなアプローチで製造・販売することで普及させ、市場を作り出した。



### 背景にある社会課題

- インドでは都市部を中心として増え続ける廃棄物に処理能力が追いついておらず問題となっている。
- 廃棄物の半分は食料廃棄物（いわゆる生ごみ）が占めており、対策が急務。

### ビジネスモデルと製品の特徴

- 生ごみを堆肥化するコンポストの製造・販売を行なっている。
- インドではコンポストを利用する習慣がなく、市場もなかったため、単に機能的な製品を作るだけでは普及する見込みが立たなかったところ、伝統的な陶芸技術を活用し、デザイン性の高いコンポストを開発し、成功した。

### SDGビジネスへのアプローチ

- コンポストの利点をダイレクトにアピールするのではなく、その前提となる、持続可能なライフスタイルの啓発を地域コミュニティでのワークショップを通じて行い、関心を高めた上で、コンポストを提案していった。
- インドの伝統的な陶芸技術を活用して、デザイン性の高い製品を開発した。これは単に（生ごみの堆肥化という）機能を満たすだけでなく、ライフスタイルの転換を象徴し、生活を豊かにするものとしてユーザーに支持された。
- 伝統陶芸の技術を活かす取り組みは、陶芸家の生活を支えることにもなり、伝統陶芸コミュニティを活性化させた。

### SDGsへのインパクト

- コンポストは10万世帯以上に使われており、競合も現れるなど、市場を創出。
- 毎日6万キロの生ごみを処理し、4万5千キロの堆肥を土壌に還元し、4トン以上のCO2を削減。
- インド全土で20の陶芸家コミュニティと協業し、その活性化に寄与。

### 成功のポイント

- ① 「モノを売るのではなく、ライフスタイルを得る」というアプローチで、それまで利用されていなかった新しい製品を根付かせた。
- ② 工業製品と考えられがちなコンポストを、伝統陶芸と結びつけることで、新たな価値を創出した。

