



マイボトル洗浄機を活用したマイボトル普及に向けた実証実験
Building 2 Bottle
-赤坂インターシティAIR 1棟まるごとマイボトル化PJ-

目次

事業の背景

目的・実施体制

取組内容・実績

課題や今後の展開

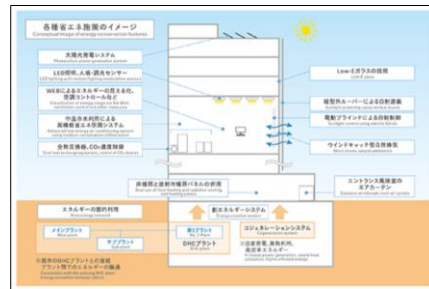


事業の背景

日鉄興和不動産株式会社は、オフィスビルの賃貸事業や住宅分譲事業等を行う総合不動産会社です。
「人と向き合い、街をつくる」という企業理念のもと社会課題の解決にも取り組んでいます。

日鉄興和不動産のSDGsに関する取り組みの事例

赤坂インターシティAIR



地域冷暖房システム（DHC）とコージェネレーションシステムによる「エネルギーの面的利用」、太陽光発電システム及びLED照明等の各種施策による「省エネ効果」、電気使用量が一目でわかる「エネルギーの見える化」
緑化率50%以上を確保し、敷地の南東側に約5,000㎡超の広大な緑地を設置
総延長850mの「赤坂・虎ノ門緑道構想」の西側の玄関口に立地、緑道に美しく調和するように約200mの「グリーンアベニュー」を整備

八幡東田総合開発



2003年に北九州市が策定した「八幡東田グリーンビレッジ構想」のもと、日本製鉄グループ及び北九州市と連携し企業誘致や都市基盤整備を進めていた「八幡東田地区」を舞台に、高度な都市基盤と環境共生を両立させた次世代型の環境共生型都市を創造してきました。現在までに、自立分散・地産地消のエネルギーシステムの構築、グリーンITの整備、環境共生住宅の建設が実現するなど、産官学民連携によるエコシティの創造を推進

地域、建物、設備など大規模な取り組みは多いものの、居住者や利用者目線の取り組みが少ないことから、そこに住む・働く人が当事者として自ら参加できる取り組みが必要

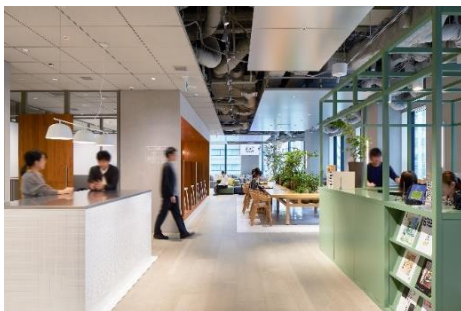
事業の背景

2022年の取り組み（調査、企画）：住む人、働く人の実際の声を確認するフェーズ



シングルライフの調査研究を行う、+ONE LIFE LAB（2019年～）の取り組みとして、FRAU SDGsとのタイアップ企画を実施。単身女性を中心に、SDGsへの関心領域、取り組み課題などをWSから紐解きを実施。SDGsに強い関心を持ち、行動している層でも費用負担が大きいものや、認識や課題の共有を行いにくい取り組みは、継続性が低くなるということから、WSでの「節約」「食関係」「可視化」というキーワードを基に、暮らしを豊かにしながら叶える、サステナビリティプロダクトを企画し、発表（<https://gendai.media/articles/-/98663>）

2023年の取り組み（実証実験）：集めた実際の声をカタチにするフェーズ



象印マホービンの協力を得て、企画の実現化に向けた協議を開始。2023年12月から、象印マホービンの開発する「マイボトル洗浄機」を活用した実証実験を、当社が運営するシェアオフィス「WAW日本橋」にて実施。定常的な利用状況やアンケートから、マイボトル利用者にとって効果の高い設備であることを確認。一方で、洗浄機の導入だけでは新たなマイボトル利用者の増やすことが難しいことが課題。

実証実験における課題を解決し、**実装に向けた取り組みを行う**ためのPJ

2024年の取り組み



Building 2 Bottle

-赤坂インターシティAIR 1棟まるごとマイボトル化PJ-

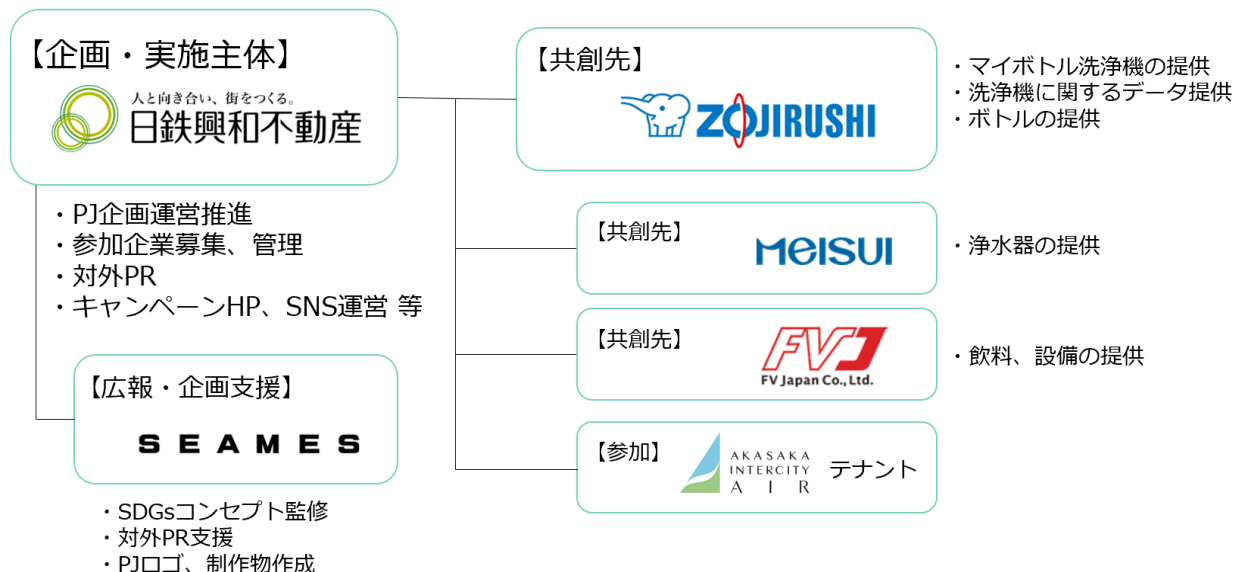
目的・実施体制

このプロジェクトの目的は、オフィスワーカーの「**実現可能な環境アクション**」を設計し、実証実験を行うことでマイボトルを普及させるための仕組みを構築することです。

水の500mlペットボトル（100円）を1日1本、月に20日間購入する場合、1年間で24,000円を支払うことになりますが、24,000円払ってでもマイボトルを使いたくない状況にあるのがオフィスの現状です。

企業や個人が気軽にマイボトルの利用を継続できる仕組みを提供し、マイボトルの普及を通じて、利用者の環境意識を向上させるとともに、ペットボトルやプラカップなどの廃棄物の量を削減し、脱炭素社会の実現に貢献します。

プロジェクトの実施体制



取組内容・実績

プロジェクト名称 : Building 2 Bottle
実施期間 : 2024年8月27日～ 2024年12月31日
実施内容 : 赤坂インターシティAIR（以下、「AIR」）にて下記の取り組みを実施

（１）AIRの入居テナント向けの取り組み

AIRの入居テナントのうち参加を希望した4社の専有部・共用部に象印マホービンのマイボトル洗浄機、ディスペンサー等を設置すると共に、マイボトルを配布し、マイボトルが自然と手間なく使える環境を構築。

（２）AIRの入居テナントの従業員向けの取り組み

AIRのテナントの従業員に特設サイト上でマイボトルの使用を宣言してもらい、その宣言した人数に応じて、コーヒーを無料にするなど、リワードを提供

（３）AIRの来訪者も含めた全体に向けた取り組み

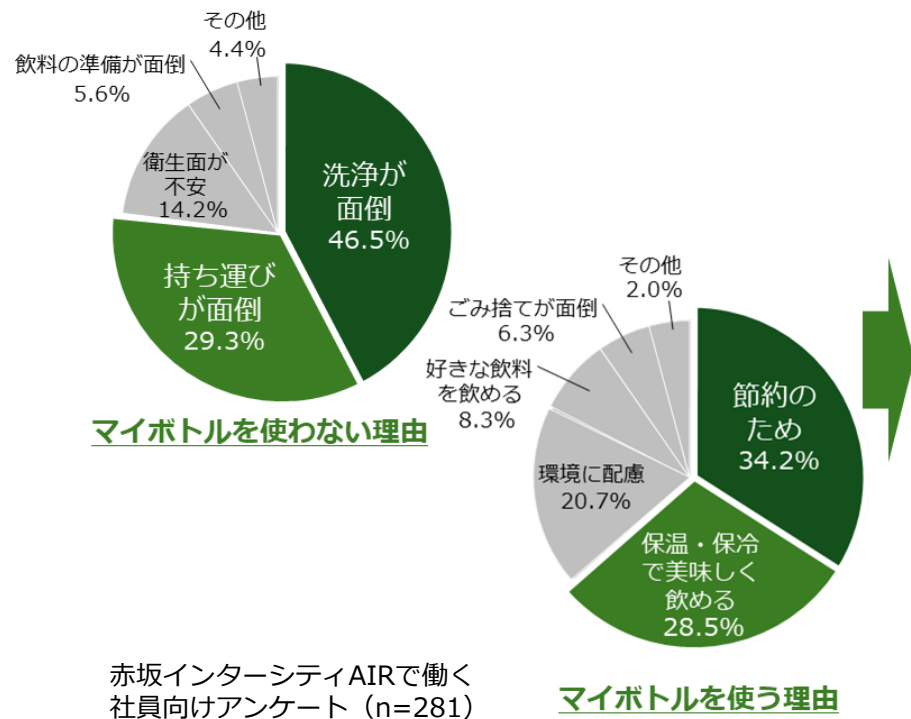
- ①AIRの地下1階の共用部にて、象印マホービンのマイボトル洗浄機の実演や浄水器による飲料提供を行い、マイボトルの利用を呼び掛けると共に、マイボトルを持っていないオフィスの従業員にマイボトルを提供。
- ②取り組みによって削減されたペットボトル量を数値化し、アーティストが海洋プラスチックやペットボトルなどを使用したアート作品としてAIRのロビーラウンジにて「見える化」を実施

取組内容・実績（１）AIRの入居テナント向けの取り組み

実施期間 : 2024年9月2日～ 2024年10月31日

実施内容 :

- ①赤坂インターシティAIRのテナントから4社参加企業を募り、参加企業の専有部、共用部に象印マホービンが開発中の**マイボトル洗浄機**、**給茶機**を設置。 **マイボトルが自然と手間なく使える環境**を構築
- ②参加者には、要望を確認した上で一定数の**マイボトルを無償提供**



マイボトルを手間なく使える環境構築



マイボトル洗浄機

象印マイボトル洗浄機は1ボトルあたり約20秒で洗浄が終了し、簡単なボタン操作で利用可能

+



給茶機

コーヒーや紅茶などの飲料を無料で提供

+



マイボトル

マイボトルをお持ちでない方のために、1テナントあたり100本程度のマイボトルを提供

マイボトルを使わない理由を無くし、マイボトルを使う理由を最大化する環境構築を行うことで自然とマイボトルを使いたくなるオフィス空間を設計

取組内容・実績（１）AIRの入居テナント向けの取り組み

実施結果①設置環境による利用状況の変化

		設置テナント			
		A	B	C	D
設置環境	①洗浄機と給茶機の設置位置	併設	併設	併設	独立※1
	②洗浄機の設置場所以外の無料の飲料提供の有無※2	無	無	有	有
	③給茶機の紙コップの設置の有無	無	有	有※3	有
社員数/フロア数		300名以上 1フロア	1,000名以上 複数フロア	500名以上 複数フロア	1,000名以上 複数フロア
マイボトル洗浄機の利用回数		平均54回/日	平均51回/日	平均27回/日	平均13回/日
給茶機の利用回数（140ml/杯）		平均180杯/日	—※4	平均70杯/日	—※4
プロジェクトとしての提供内容		マイボトル洗浄機:1台 給茶機:1台 マイボトル:100本	マイボトル洗浄機:1台 マイボトル:100本	マイボトル洗浄機:1台 給茶機:1台 マイボトル:100本	マイボトル洗浄機:1台 マイボトル:100本

※1 洗浄機の横に給茶機が設置されておらず、別の場所に設置されている状態

※2 ウォーターサーバーによる水の提供を除く、洗浄機の設置場所以外での給茶機等での無料の飲料の提供

※3 本プロジェクトで設置した給茶機には紙コップは設置されていないが、それ以外の給茶機には紙コップの設置有

※4 テナントBおよびテナントDについては、専有部内に自社で給茶機を設置済みであり、今回のPJでは正確な数値を把握出来なかったため「—」として記載



▲マイボトル洗浄機と給茶機の設置状況

設置環境の異なる4テナントで、設置環境による利用状況の変化を確認した

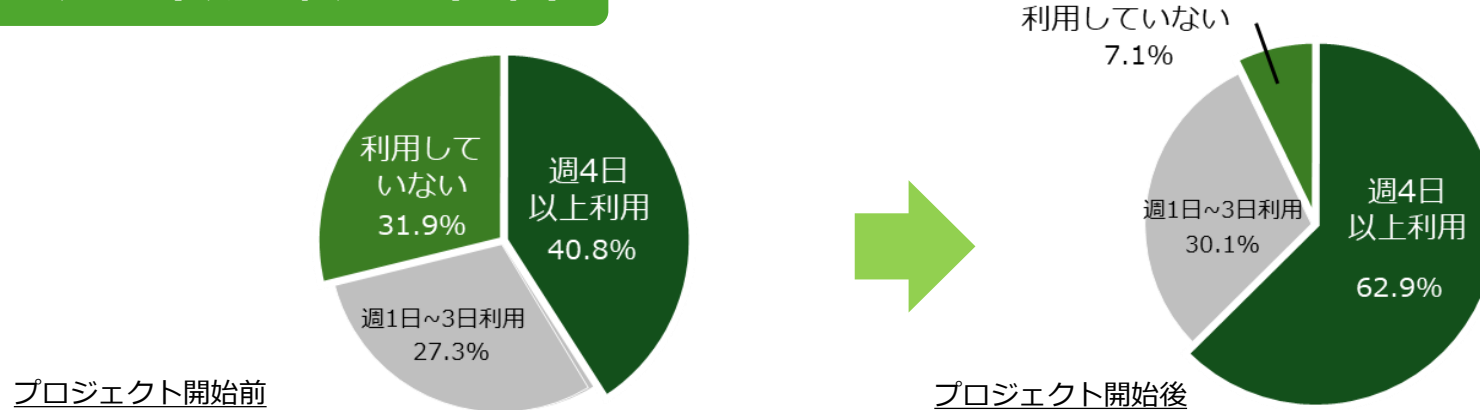
- ・マイボトル洗浄機の利用回数に最も影響があったのは、①で洗浄機と給茶機が併設されている方が利用回数は多い
- ・マイボトル洗浄機の設置場所以外でも無料の飲料が提供されている場合は、そうではない場合と比較すると洗浄機の利用回数は少ない
- ・紙コップの設置の有無自体はマイボトル洗浄機の利用回数には大きな影響はない
（但し、社員数が大きく異なることには留意が必要）

⇒テナントAの環境が最もマイボトル洗浄機の利用回数が増える環境といえる

取組内容・実績（１）AIRの入居テナント向けの取り組み

実施結果②アンケート調査による利用状況の変化の確認

マイボトルの利用率（全体）



プロジェクト開始前はマイボトルを週に4日以上使う方**40.8%**いる一方で、**31.9%の方がマイボトルを使用していなかった**が、プロジェクト開始後は**62.9%**がマイボトルを週に4日以上使っており、**マイボトルを使っていない方は7.1%となっている。**

マイボトルの利用率（テナントA）



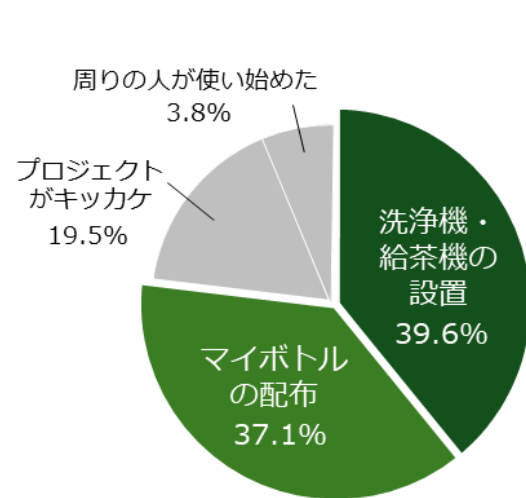
プロジェクト開始前はマイボトルを週に4日以上使う方が**44.3%**いる一方で、**38.9%の方がマイボトルを使用しておらず、全体よりも多かったが、プロジェクト開始後は80.9%**がマイボトルを週に4日以上使っており、**マイボトルを使っていない方は約5%となっている**

マイボトルの利用環境の整備が、マイボトルの利用状況に与える影響は大きい

取組内容・実績（１）AIRの入居テナント向けの取り組み

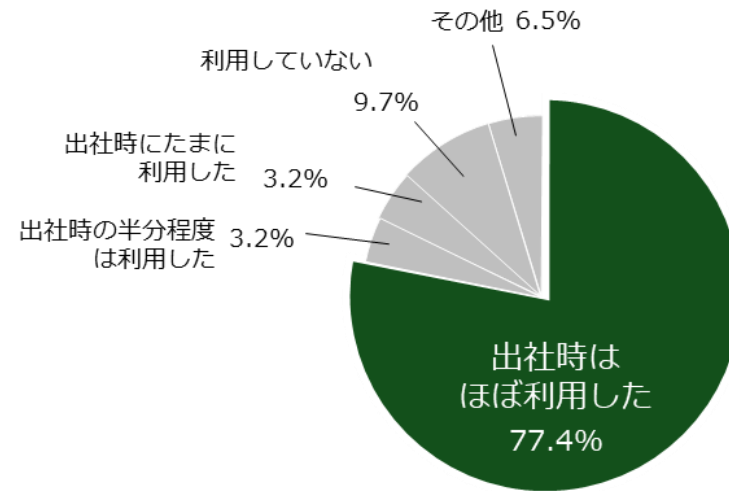
実施結果②アンケート調査による利用状況の変化の確認

マイボトル利用の継続性



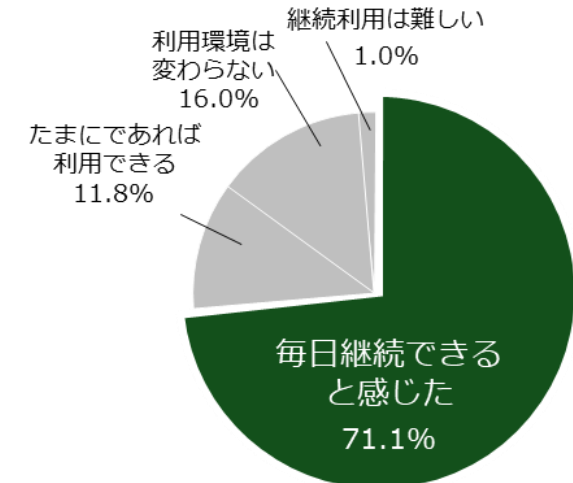
マイボトルを利用したキッカケ

行動変容※のあった人の行動変容の理由については、マイボトル洗浄機の設置とマイボトルの配布が同程度の割合になっており、環境の整備と一緒に、マイボトルを利用するキッカケ作りも必要になる。



マイボトル洗浄機の利用頻度

行動変容※のあった人のうち77.4%が出社時にほぼ洗浄機を利用したと回答しており、日常的にマイボトルを洗浄しやすい環境をつくること、継続的なマイボトルの利用に寄与すると考えられる



マイボトルの継続意思

マイボトル洗浄機を利用した人はその約7割がマイボトルの継続的に利用できると感じている。

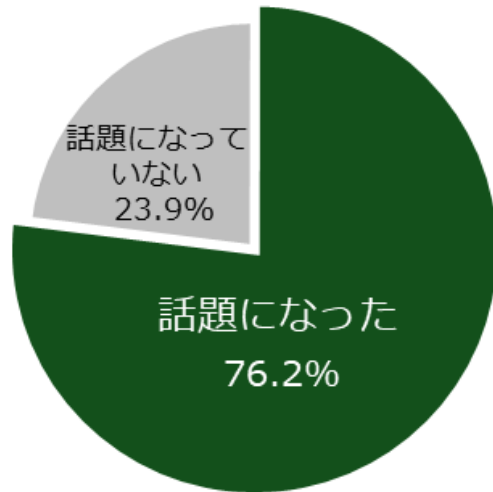
※本プロジェクトによってマイボトル利用が習慣化した人のこと。プロジェクト開始前「利用していなかった」と回答し、プロジェクト開始後には「ほぼ毎日利用している」～「週に1回は使用している」と回答した人を指す。

マイボトル利用のキッカケ作りとしては、マイボトルの配布も有効な手段となるが、継続的な利用を企図するのであれば、利用環境の整備が大きく寄与すると考えられる。

取組内容・実績（１）AIRの入居テナント向けの取り組み

実施結果②アンケート調査による利用状況の変化の確認

その他



マイボトル通じたコミュニケーションの有無

本プロジェクト開始後、配布したマイボトルのアレンジや、好きな飲料、洗浄機の使い方についてなど、会話のきっかけとなっているという回答が多くあった。中にはマイボトルをきっかけに、同じ会社内で初めて会話をした社員がいたという意見もあり、コミュニケーションの増加にもつながっている。



配布したマイボトル

取組内容・実績（２）AIRの入居テナントの従業員向けの取り組み

プロジェクトの特設サイトやポスター、POPなどを用いて、プロジェクトの周知を行うとともに、赤坂インターシティAIRで働く従業員に対して、「マイボトル利用宣言」の実施を呼びかけた。

「マイボトル利用宣言」については、「マイボトル利用宣言」を行った方限定のコーヒーの無料クーポンを発行し、利用宣言を行った人数が300人、500人、1,000人と増えるごとに追加のクーポンを発行する形でリワードの設定を行った。また、プロジェクトへの参加を表明したテナントの従業員に向けては、一定数のマイボトルの配布を行った。



▲プロジェクトホームページ

<https://www.nskre.co.jp/lifedesignlab/b2b/>



▲パネル

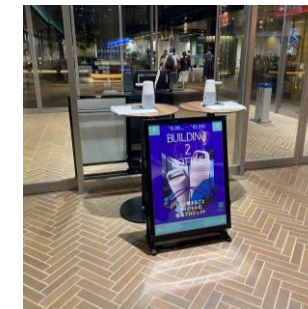


▲クーポン

結果として**1,416名**の「マイボトル利用宣言」が集まり、オフィス全体でのマイボトル利用促進に向けた活動となった。一方で、コーヒー無料クーポンの利用は305件に留まり、クーポンの発行方法やリワードの内容自体については、課題が残る形となった。



▲ポスター



▲ポスター



▲POP

取組内容・実績（3）AIRの来訪者も含めた全体に向けた取り組み

実施期間	: 2024年9月17日（火）～ 2024年9月20日（金） 9:00～17:00
来場者数	: 約300名（約80名/日）
実施内容	: ①象印マイボトル洗浄機の体験②マイボトルの配布（従業員向け）③浄水器による飲料の提供



2024年9月17日（火）～ 2024年9月20日（金）の4日間、赤坂インターシティB1Fのサンクンガーデンにてマイボトル洗浄機の体験イベントを行った。マイボトル洗浄機が設置されていないテナントの従業員を中心に約300名がマイボトル洗浄機を利用した。

取組内容・実績（3）AIRの来訪者も含めた全体に向けた取り組み

実施期間 : 2024年10月28日（月）～ 2024年11月8日（金）
実施内容 : 今回のPJにて算出されたペットボトルの削減相当量をアートで見える化
アーティスト : 藤元 明 氏



テナントAが1年間このPJを継続した場合の
想定ペットボトル削減量を算定

テナントA（1フロア）のペットボトル削減量

給茶機の利用回数180杯/日×140ml : 25,200ml
=500mlペットボトル 50.4本分/日
1か月（20日） : 1,008本
1年間（240日） : 12,096本

空のペットボトル1本25gとして、**約302kg/年**

赤坂インターシティAIRの1フロア当たりのペットボトル排出量 : 約840kg/年



1フロアあたりのペットボトル排出量の1/3相当を削減



約300kgという重量にあわせて、海洋プラスチックを用いた
インスタレーション作品を2Fロビーフロアに展示

・ Building 2 BottleからCity 2 Bottleへ

赤坂エリア・品川エリアでの取り組みにつなげ、
エリアマネジメントとしての意識啓発の取り組みとして拡大

・ Building2Bottleをオフィスの常識に

今回の取り組みを企業のSDGsを推進するオフィスサービスとして商品化し、
マイボトルを使うということを**オフィスワーカーの文化**として定着させ、
使われない給湯室を社員のコミュニケーションのキッカケの場に