

低価格トイレで 後進国の排泄環境を改善

2015年9月、国連加盟国は「持続可能な開発のための2030アジェンダ」を採択し、17の目標を掲げた「持続可能な開発目標(SDGs)」を設定しました。このSDGsの「目標6」として、すべての人びとに安全な水と衛生へのアクセスを確保することが掲げられています。なかでも、安全で衛生的なトイレの普及は解決しにくい課題です。その課題に取り組み、新しい発想で途上国に安全なトイレを広げている企業LIXILに話を伺いました。



水を汲む容器を持って屋外に排泄に向かう女性(インド)。

© UNICEF/INDA2013-00391/Romana

トイレ不足がもたらす損失

——まず衛生的なトイレのない生活とは、どんなものでしょうか。

女性にとって、安全で衛生的なトイレがないことはさまざまな深刻な問題につながっています。屋外での排泄は人間としての尊厳にかかわる問題だけでなく、自宅や学校から離れた人目につかない場所まで用を足しに行く途中で嫌がらせや暴行を受ける危険をはらんでいます。学校に清潔なトイレがないことは、思春期を迎えた女子児童たちが進学を諦めざるを得ない大きな要因となっています。

開発途上国では、安全で衛生的なトイレの不足によって、多くの人びとが劣悪な衛生環境での生活を余儀なくされ、子どもたちの尊い命が失われる原因となるなど、社会的にも経済的にも大きな損失をもたらしています。

世界では約23億人に上る人びとが、安全で衛生的なトイレを利用できない生活を送っています。また不衛生な水や排泄環境に起因する下痢性疾患で、毎日約800人の5歳未満の乳幼児が命を落としています。最新の調査によると、衛生的なトイレの不足が世界にもたらした経済損失は、2015年には約22兆円に拡大し、2010年から5年間で22%増加しています。地域別にみると、とくにインドをはじめとするアジア太平洋地域で、経済損失の額がもっとも大きく、深刻な衛生問題に直面していることが明らかとなっています。

——LIXILではどんな取り組みをしていますか。

世界中が危惧するこの問題の解決に向け、LIXILはまさに最前線で取り組んでいます。そのソリューション(解決策)の1つが、プラスチック製の簡易式トイレ「SATO((Safe Toilet、安全なトイレ))」です。2012年、LIXILグループのアメリカンスタンダードブランドが、ビル&メリンダ・ゲイツ財団の助成を受けて、SATOの初代モデルを開発しました。SATOは汲み取り式トイレとして使用でき、1回の洗浄に必要な水の量が500mL未満です。排水口に取り付けられた弁によって、排泄物からの臭気や病原菌を媒介するハエなどの虫の進入を防ぎ、病気の感染を低減させることができます。従来の汲み取り式トイレと比べ、安全性と快適性の両方を高めている点が特長です。子どもでも安全に使い、簡単に洗浄できる形状で、しかも極めて低価格で購入できます。地域によって異なるニーズや生活様式に適應するよう作られています。

SATO以外にも、安全で衛生的なトイレを使用できていない地域へ向けた商品開発を加速するために、2016年10月に専任事業組織Social Toilet部(現在、Social Sanitation Initiatives部に名称変更)を立ち上げました。都市部の水洗トイレの節水化を解決する「マイクロフラッシュトイレ」、水を使わず排泄物を安全に処理し、肥料化などして再資源化する循環型無水トイレである「グリーントイレシステム」など、その実証実験をケニアで実施しています。また排泄物を衛生的かつ効率的に回収できるシステムの「ポータブルトイレシステム」というソリューションも実証実験中です。

1億人の衛生環境の改善を目指す

— SATOはどのくらい普及していますか。

初めてSATOの初代製品が開発された2012年から、これまでに世界各地で累計120万台以上が使用され、約600万人の衛生環境の改善につながっています(2017年3月末時点)。現在、SATOブランドの製品はバングラデシュ、ウガンダ、ケニア、インドの4カ国で販売されています。さらにLIXILはGrand Challenges Canadaからの資金助成を活用することにより、新たにナイジェリア、タンザニア、エチオピア、ルワンダ、南アフリカ、ベトナム、インドネシア、ハイチ、ガーナ、マラウイ、フィリピンの計11カ国に生産・販売体制を構築し、SATO製品の提供拡大を通じて約1,500万人の衛生環境の改善を目指しています。

SATOの新規利用者の声(ウガンダ)をご紹介します。「これからの生活が良くなるということがわかって、今日はとても嬉しい。食べ物にハエがたかることもなくなるでしょうし、私の子どもたちも私も、今より健康でいられるでしょう。」

— 後進国での普及で、コスト面をどうクリアしましたか。

より多くの人の衛生環境を継続的に改善するために、SATOは「現地に根差した事業」というアプローチをとっています。現地で生産することで低価格に抑えることができ、より多くの人にSATOを提供することが可能になります。また、現地のパートナーが販売を行うことにより、雇用を創出し、事業を継続的に定着させることができます。作る(make)、売る(sell)、そして使う(use)というサイクルを現地でうまく回し続けることで、各地域が自立のかつ継続的に、衛生環境を改善することが可能になるのです。

— 住民への啓発活動は？

衛生環境の持続的な改善には、トイレ利用を定着させるための啓発活動が重要です。そのために、LIXILではふだんから

啓発活動を行っている国連機関や国際NGOと協力して、事業を進めています。

— 世界の衛生環境を改善について、LIXILの目標を教えてください。

世界では約23億人が安全で衛生的なトイレがない生活を送っています。世界における衛生環境の向上は、とくに緊急度が高い課題であることに加え、当社事業との関連性が強く、世界各地で培ってきた革新的な技術や知見を生かして貢献できる分野です。LIXILは、コーポレート・レスポンスイリティ戦略において「グローバルな衛生課題の解決」を柱の1つとして位置付けており、2020年までに1億人の衛生環境を改善することを目標としています。



プラスチック製簡易トイレSATO (上・下)

写真提供: LIXIL

