

身近な“水”をきっかけに 世界を変える

―日本初の無料給水アプリ「mymizu」の可能性

インタビュー

マクティアマリコ

「一般社団法人Social Innovation Japan代表理事・共同創設者」

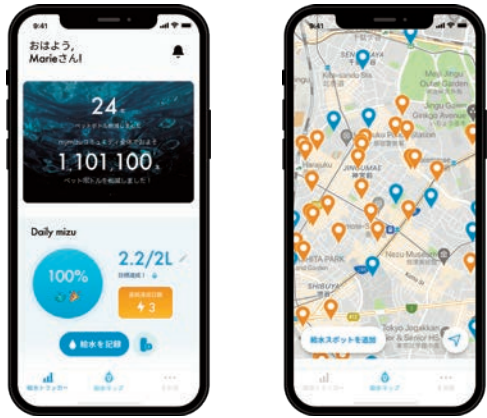


臨坂敦史／取材・執筆
古里麻衣／撮影

明確に示すプロジェクトだ。

mymizu誕生のきっかけは、もうひとりの創設者であるルイス ロビン敬氏と共に訪れた沖縄・宮古島での経験だという。大量のプラスチックごみに汚染された海岸の光景に衝撃を受けた。なかでもひとときを目立つのがペットボトル。日本では1日6900万本、年間252億本のペットボトルが消費されていると知った（*1）。そんな状況を変えるために始めた新しい取り組みだった。

その仕組みと狙いはわかりやすくシンプルだ。一人ひとりがマイボトル（水筒）をもつことで、ペットボトルの消費量を減らすことができる。そこで、外出先でもマイボトルに水を入れてもらえる「給水スポット」を地図上に示すアプリ



世界20万カ所超、日本国内で1万1000カ所超の給水スポットが登録されており、アプリで簡単に探し出せる。左／給水により削減できたペットボトルの本数、CO₂の削減量、節約できた金額などのデータを可視化。右／近くの無料給水スポットがマップ上に表示される。

を開発し、プロジェクトに賛同してくれる飲食店や企業を募った。

「私が住んでいたイギリスをはじめ、同じような仕組みやアプリは海外にもありました。インフラとしての給水スポットを増やそうという動きも、世界各地に広がっています。でも便利に使える水が飲めるという機能だけでは、十分ではないと考えました。日本の文化に合わせ、新しいムーブメントとして、また文化的なプラットフォームとしても魅力あるものにしようと工夫したのです。ほかの人がやっているのを見て、自分もやってみたいと思うような感覚を大切にしました」

アプリを通して感じる「仲間感」

このアプリを実際に使って強く感じるのは、それが便利であるという以上に、ひとつの文化的な提案になっていること。地図上の給水スポットとして目立つのは、街のなかでも意識の高い、おしゃれなカフェやバーといった飲食店。イギリスなら、店で「マイボトルに水を入れてほしい」と頼む人も珍しくない、とマクティア氏は言う。しかし日本ではまだ、その行動自体が「新しい文化」であり、ハードルは少し高い。だからこそ、なんだか楽しくもある。新しい店を発見したり、スマホで給水スポットの写真を撮って新たに投稿したりすることもできる。楽しいゲームのようなものに参加している感覚に

マイボトルに給水する、そんなシンプルな行動を通してサステナブルな社会づくりに貢献できると若い世代の支持を集めているのが、一般社団法人Social Innovation Japanが運営するアプリ「mymizu」だ。ペットボトルの削減をミッションに、無料で給水できるスポットを簡単に探し出せるプラットフォームを展開。2019年9月のリリース以降、自治体や大手企業と協業するなど、多くの人を巻き込みながら事業を拡大している。

Social Innovation Japanの代表理事で、mymizuの共同創設者のひとり、マクティアマリコ氏に、プロジェクトの立ち上げや、活動に込めた思いなど、幅広くお話を伺った。

「どうやって持続可能な社会を実現するか？」といった大きな問いを設定しなくとも、消費者として私たちは日々その問題と向き合っている。2019年に内閣府が行った世論調査によれば、プラスチックごみの問題に関心をもつ人の割合は89%にのぼるという。過剰なプラスチックの消費を意識しながら、具体的な削減にはつなげられていないと感じる人も多いのだ。今の状況を変えたいと思うが、一人ひとりの行動はあまりに小さく無力と感じられてしまう。それでも小さな行動の変化を積み重ねることによってのみ、社会は大きく変わる可能性もっている。mymizuは、人間にとって最も基本的な「水」をめぐる行動変容を通し、そのことを

なれるのだ。

ゲーム感覚で楽しめる理由はもうひとつある。マイボトルに給水することでどれだけプラスチック削減効果があったのか？ ほかに仲間がどれだけいて、自分はどれだけ貢献しているのか？ mymizuのアプリは、その点がよくわかるよう工夫されているのだ。

「アプリを開いたとき、今どのくらいの人がプロジェクトに参加していて、みんなですでに削減できたんだろうといったことを共有できる『仲間感』が大事だと思いました。これまで、ビーチクリーンなどのイベントを企画してきましたが、印象に残っているのは、一人で参加してくれる人が多いことです。環境問題が気になって何かをやりたいけど、まわりに話せる人



mymizu共同創設者のルイス ロビン敬氏（左）とマクティア マリコ氏（右）。海岸に流れ着いた大量の海洋プラスチックごみを目の当たりにしたことが、mymizuを立ち上げるきっかけとなった。写真提供／一般社団法人Social Innovation Japan（以降、SIJ）

がいなかった。やっと仲間を見つけて嬉しい、
と言ってくれる。そういう人たちに小さなコ
ミュニティを提供しているという意識はありま
すね」

コンビニや自動販売機がこれほど便利な日本
で、わざわざマイボトルをもつ人がいるだろう
か。当初、周囲が抱いていた懸念は、すでに払
拭されつつある。それは水を飲むという行為も
また、「便利で楽なら何でもよい」にとどまら
ない、まさに「文化」であることの証明だろう。

もうひとつ、プロジェクト初期から多くの人
が心配したのは、給水スポットとして無料で水
を提供してくれる飲食店があるのかという点だ。
実際、彼らの意識はどうなのだろうか？ 売り
上げ増に直接結びつかなくても、何かメリット
を感じているのだろうか？

「何かをしなればと感じていたお店も、すご
く多いのではないかと思います。たとえば、よ
くないとは思いつつテイクアウト用にプラス
チック容器を使っている、というお店もありま
した。そこに罪悪感があったけれど、やめるこ
とはできない。でも、この方法ならプラスチッ
ク削減に協力できる、と参加してくれたお店も
あります。それに、普段の商売とは別のところ
で給水という新しい関係が地域に生まれ、それ
がすごく楽しいという声もよく聞きます」

問題意識をもちながらも分断されていた消費
者や店を、マイボトルへの給水という行動が結
びつける。こう書くとシンプルに思えるが、実

が多いように感じていました」

2017年に日本で立ち上げたSocial
Innovation Japanは当初、仲間と共に先進的
な問題に取り組んでいる人や企業に声をかけて
話を聞き、学びつながらのための場をつくろうと
する気軽なイベントとして始まったそう。イ
ベントで敢えて英語を使うことが多かったのは、
国境を越えさまざまな課題とリソースをつなげ
ることが、現状の打開につながると考えたから。
実際にイベントをきっかけに、優れた日本の起
業家がフランス大使館の目にとまった事例もあ
る。そうした活動のなかから、マクティア氏の
なかにmymizuへとつながる思考がゆっくりと
育っていったようだ。

「当時から、循環型経済（サーキュラーエコノ
ミー）に関心をもつ企業は多かったのですが、
過去にプラスチック包装をやめたけれど消費者



2020年には環境省が主催する「グッドライフアワード」
で環境大臣賞を受賞した。写真提供／SIJ



カフェ、レストラン、ホ
テル、コワーキングス
ペース、そして公園や
図書館まで、給水ス
ポットは多岐にわたる。
マイボトルに給水して
もらうというアクション
から、新しい関係が生
まれる。
上／取材協力：ヴィーガ
ンカフェ「Slow ecolab」
東京都豊島区
中・下／写真提供／SIJ

際プロジェクトには企業や自治体の協力を取
り込むことが不可欠だった。そしてそこには、
「持続可能な社会をどうつくるか？」を考える
うえで重要なヒントもあるように思える。
mymizuはどうやって、より多くのプレイヤー
を巻き込み、社会にインパクトを与える文化に
育とうとしているのだろうか？

日本とイギリスのビジネスをつなげる

ロンドンで生まれ育ったマクティア氏は同地
で日本の新聞社に就職し、その後は駐日英国大
使館やスタートアップ企業での仕事を経て独立、

に受け入れられなかった苦い経験についても、
よく聞きました。ヨーロッパやアメリカの成功
事例を知りたいというニーズも多かったので、
私もたくさん紹介しましたが、どうしても『日
本ではできない、たぶん消費者に受け入れても
られない』と言われてしまうことも多かった。
やっぱり日本における事例が必要だなあ、と感
じるようになりました」

消費者から見れば、何かをしたいけれど選択
肢がなく、嫌々ではあるがプラスチックを使わ
ざるをえない状況。企業の側から見れば、消費
者が積極的ではないと映る。互いに自分から動
くことができず、相手の出方を見合っているよ
うな現状を、変えることはできないだろうか？
mymizuは、そんな消費者と企業の意識と行
動をつなげるためのツールでもあったのだ。

企業のブランド戦略にも結びつく 価値をつくる

mymizu 立ち上げで、一番大変だったことは
何か？ そんな疑問に対してマクティア氏は少
し考えながら慎重に、企業や自治体と協業する
ときに立ちはだかる「前例主義」のようなもの
の根強さを指摘した。実績のないスタートアッ
プが、何か新しい事業をゼロから起こそうとす
るときに、しばしば指摘される日本社会ならで
はの「悪しき伝統」といえるだろう。

「神戸市との協業では、スタートアップ向けの
プログラムがあったので、それを利用してス

ムーズに話を進めることができましたが、多く
の場合は過去に前例がないと言われて断られま
した。たとえば、プロトタイプの際に前の段
階においても資金が提供できる、概念実証（プ
ルーフ・オブ・コンセプト＝Proof of Concept）の
ような仕組みが日本にも必要だと思っています」

一部の先進的な自治体との協業に加え、
mymizuの理念に賛同したいくつかの企業がさ
らに大きな役割を果たした。実際に、アプリ開
発で全面的に協力したのはドイツの自動車メー
カー、Audiだった。同社は早くから温室効果
ガス排出の削減に取り組み、2025年まで
に二酸化炭素排出量30%削減を目標に掲げる。
mymizuとパートナーシップを結んで協力し合
うなかで、単に資金を提供してマーケティング
を行う以上の役割を果たそうとしてくれている
というのだ。

「たとえばAudiの車に乗る人ならマイボトル
をもっている、といった文化をつくりたい。長
期的な事業計画やブランド戦略とも結びつくよ
うな『共通する価値（Creating Shared Value＝
CSV）』をつくるようなイメージで関わって
くれていると感じます」

同じような積極性は、従業員のサステナブル
な意識を高める活動にmymizuをいち早く活
用したLIXILや、自社製品と結びついたウォー
キングやランニングとmymizuの給水文化を
つなげる活動を展開しているNIKEにも共通
して見られる。これらの企業が置かれた事業環

境を考えると、脱プラスチックは企業の存続にとって不可欠のレベルにある課題だ。だから mymizu のような高い理想を掲げる旗を見つけたとき、その下で自分たちができるかぎりのことをやろうとするのだろう。

「私たちのほうから、こういうことをやってほしいと企業さんに持ちかけたことはないんです。私たちのホームページを見て、これは絶対に必要なことだから一緒にやりましょう、私たちの会社はこういうことを考えているんだけど、一緒にできませんか？と言ってください。オープンな形で、一緒に考えてくださる企業との出会いに恵まれたのだと思います」

mymizuを新しいミッションに つなげていく

現在まで mymizu アプリのダウンロード数は、20万弱（うちアクティブユーザー数は給水需要が高い夏期で月に約4万5000人）。給水パートナー（加盟店）数は2000店だが、公共施設を含めた国内の登録給水スポット数は1万1000カ所を超えている。東京をはじめとする大都市中心とはいえ全国47都道府県にも広がっている。ちなみに mymizu アプリは世界40カ国以上で利用できるが、あくまでも日本が中心。「わざわざ壁をつくることもないと思った」と言いながらも、アプリが一般公開された2019年9月20日が日本でラグビーワールドカップが開催された日であったとも教えてくれた。世界中

から人が集まるような大規模スポーツイベントで、水分補給がプラスチック消費なしに行われることを期待していたのだ。しかし2年後の東京オリンピック・パラリンピックを含め、その訴えは実現されることがなかった。大企業スポンサーへの配慮が原因と分析しながら、マク

ティア氏は悔しさを滲ませる。敢えて壁をつくらず、訪日外国人らの力も借りながら新しい文化を日本に広めようという思惑も、コロナ禍により実現しなかった。だが飲食業界にとっても困難な時代の状況を振り返って考えれば、先に紹介した数字は驚くべき成功と言えるのかもしれない。

「脱プラスチックの機運が盛り上がりつつある今年の夏こそ、mymizuを一気に広めるチャンスだと思っています。それから、既存のアプリ版に加えてオープンソースの仕組みを取り入れたウェブ版もつくる予定です。すでにユーザーからは検索機能の追加など多くの要望が上がってきています。オープンソースなら、より多くのアイデアや能力をもった人たちの力を生かす共創が実現できるはず」

多くの人を巻き込み、ようやくひとつの形が見えはじめた「日本発」の事例。サーキュラーエコノミーに興味をもつ企業などから、コンサルティングや協業を持ちかけられることも多くなっている。今後、自分自身はどういう役割を担うべきだと考えているのだろうか？

「この取り組みを盛り上げることはもちろん大

BBCの海洋ドキュメンタリー『ブルー・プラネットⅡ』をきっかけに気候危機や脱プラスチックの問題と関わりはじめた人が少なくないという。有名なナチュラリストであるデビッド・アッテンボローがもつ影響力もあるだろう。それにしても同じ番組が、日本ではどちらかというと単に「美しい自然を紹介する番組」として放映されたとき、驚いたという。

「リーダーたちには、まずは何が起きているのかを知ってほしい。それがあって初めて、自分の責任において何ができるかを真剣に考えることができる」と強調する。マクティア氏らのつくったSocial Innovation Japanが日本で大きな存在意義をもつとしたら、そんな力をもつ若いリーダーを生む可能性を秘めているからこそだろう。

「日本企業の多くが、将来の成長につながる大きな変化を避けているように見えます。だからこそ、行政が思い切った制度をつくり、長期的なロードマップを示す必要がある。イギリスやEUの場合、プラスチックの利用に関して国が厳しい規制をつくり、企業に強く変化を促している。日本のように目先の利益や損得にばかり配慮していると、逆に企業の成長を阻害してしまうことになると思う」

相手の立場に配慮し、空気を読み、立ちすぐんでしまう。先ほどの消費者と企業の関係にもどこか似ている。「持続可能性」が切実な響きをもたない理由も、このあたりにありそうだ。



サステナビリティや循環経済への理解を深めるセミナーやワークショップを定期的で開催。次世代リーダーの育成にも力を入れる。写真提供／SIJ

切ですが、気候危機問題の深刻さを考えると、ペットボトルを減らすだけでは十分じゃない。そこは危機感をもって一歩下がり、より大きなムーブメントをつくるためにはどうしたらいいか、新しいミッションを真剣に考える時期だと思っています」

日本のリソースは 十分に生かされていない

ペットボトルや給水の文化はあくまでも最初の一歩で、日本の現状をもう一度考えなおす必要があると感じた。ヨーロッパにくらべると日本では、どうしても「持続可能性」という言葉が切実に響かない。あるいは、そこに世代間のギャップもあるのだろうか。mymizuのような

「いくつもの要因が重なり、日本にある豊かなリソースが気候危機のような重要課題のため十分に活用されていません。それは日本だけでなく世界にとっても、もったいないこと。その状況をなんとかしたいですね。でも、私がなぜこんな仕事をやっているかと言えば、やはり大きなビジョンを共有している面白い人たちと出会い、自分の得意なことを生かして力を合わせるのが、すごく楽しいからです。仕事は大変だけど、いつもそこからエネルギーをもらっていると感じています」

人となりが、まずは目の前の課題に取り組む。mymizuのユーザー一人ひとりが踏み出した小さな一歩は、さまざまな可能性に向かって開かれている。それは思っていた以上に、大きく広い射程をもつのもかもしれない。



マクティアマリコ（まくてい・まりこ）

一般社団法人Social Innovation Japan 代表理事・共同創設者、mymizu共同創設者。ロンドン大学卒業後、中日新聞社ロンドン支局に勤め、2014年に駐日英国大使館の国際通商部に勤務。日本と英国間のイノベーションを促進するとともに、17年よりフリーランスとして社会的企業でプロボノやコンサルティングの仕事を受け始める。日本において世の中の深刻な課題に取り組む人やビジネスを増やすため、同年、一般社団法人Social Innovation Japan を立ち上げ、現在その運営やサステナビリティ関連プロジェクトを総括する。その一環として、ペットボトルの削減やサーキュラーエコノミーの実現をミッションにした、日本初の無料給水アプリ「mymizu」を立ち上げ、数多くの有名ブランドや自治体とのコラボレーションも実施。『Forbes JAPAN』20年10月号に、「セルフメイドウーマン」として取り上げられ、20年より世界経済フォーラム「Global Future Council on Japan」のカウンシルメンバーに就任。



mymizuのスタッフたち。多様な文化的背景をもつ、若い世代を中心にチームは構成されている。写真提供／SIJ