

要 旨

竹製品の LCA を使用した評価と広告方法の提案

刈谷 貴泉

私は、この1年間でたくさんの竹に関するイベントや講演、プロジェクトに参加してきた。常に竹と共に過ごしていたことで、私は竹の魅力に取り付かれてしまった。同時に、生活・建築様式の変化やグローバル化などによる竹文化の衰退や放置された竹林が拡大することによる問題など、深刻な竹の現状問題を知ることにもなった。『この竹の現状をどうにかしたい。みんなに竹に興味を持ってもらいたい。』私はそう思うようになった。そこで、まずは身近な日常生活で使用する竹製品の良さを感じてもらうことで、竹に目を向けてもらおうと考えた。

本研究では、ターゲットを環境に興味のある若者とし、自分自身がその対象となる若者の一人として考え、まず自分が欲しいと思うような日常生活で利用できる竹製品を8種類考えた。次に、その8種類の竹製品を『大量消費緩和型』と『意識啓発型』の二つに分類した。そして、大量消費緩和型の竹製品の定量的評価を行うために、竹製品と既製品のLCAを使用したCO₂排出量と価格の比較を行った。最後に、以上のことを踏まえて竹製品の良さを感じてもらうための広告方法を提案した。

キーワード 竹 竹製品 LCA 広告 ロマン竹プロジェクト

Abstract

LCA of Bamboo Ware and Proposal on its Advertising

KARIYA, Takamitsu

I participated in many events, lectures, and projects about bamboo in this year. Since I have been living together with bamboo, I have been fascinated with charm of the bamboo. However, at the same time, through a change of life style and the architecture, I became to know the decline of the bamboo culture by the globalization, problems by spreading bamboo grove left unattended and the issue of present serious conditions of bamboo. Then I started feeling that I want to do something to improve the present conditions of the bamboo. I want everybody to be interested in bamboo.” (I reached a point where I thought so.) First, I want other people to feel the good points of the bamboo product to be used in everyday life.

A target is a youth who is interested in environment I selected eight usable bamboo products in everyday life. Next, I classified the eight products into “mass consumption mitigation type” and “environmental awareness arise type”. Then the author conducted LCA of Bamboo ware and finally proposed advertisement of bamboo products.

Key words bamboo, bamboo ware, Life Cycle Assessment, advertising, “Romantic” project