

サステナブルライフスタイル (2025 年 10 月)

2025 年,家庭と社会のすがた

“家事の省エネと宅配業の集約化”

あらすじ：

在宅勤務者が増えて、通勤のエネルギー消費が減っている。夏休みは 2 週間が標準になり、前後に有給休暇を足して 3 週間から 4 週間の休暇を楽しむ人が多い。家庭にはディスプレイポーターが普及し、粉碎された生ごみは下水処理場で微生物処理されている。冷蔵庫のドアには液晶ディスプレイがついていて、保存食品が賞味期限の順に表示されている。このため 2010 年頃に比べて、無駄に捨てられる食品廃棄物が半分以上になっている。小所帯が増えてペットを飼う人が多く、ペット関連産業が発展している。

美子さんはファイナンスマネジャー

10 月に入ってさわやかな気候になった。学校では運動会が行われ、校庭から応援のバンドの音とともに、子供たちの歓声が聞こえてくる。スポーツが盛んになり、護さんが参加しているテニスクラブでは、恒例のトーナメント試合が始まった。このところ護さんはレシーブミスが多い。体重が増えて動きが鈍くなってしまったのだ。ダイエットに心掛けているのだが、美味しいものほど高カロリーだから実行が難しい。

いつものように護さんと豊さんを送り出した美子さんは、居間のソファに移ると護さんが新聞を読んでいたタブレットパソコンを手に取った。A4 版だが開くと画面を 2 倍の A3 版にできるので見やすい。画面に映ったタイトル画面から社会欄の記事をクリックして、いくつかの記事を読み終わると、続いて家庭欄に移った。次に株式欄に移って株式市況を眺めてみたが、相変わらず石油とガスの需要が根強く株価が高い。一方、紙関係は需要が低下しており株価も低調である。オフィス用紙のリサイクルが進んだのに加え、全業種でペーパーレス化が進行しているからである。新聞を読み終えた美子さんは、今度はインターネットで広告を見る。音楽と演劇が好きな美子さんは、市内で開催されるイベントプログラムを確認し、最後に近場のスーパーマーケットの広告を見た。普段は見るだけだが、買いたい物があればそのページを自分のスマートホンに送る。

居間のタブレットパソコンは、主に新聞購読とインターネット検索など、閲覧が目的だから家族共用である。一方、メールは各自が自室に置いたパソコンかスマートホンで見る。美子さんのパソコン利用には三つの分野があり、一つはメールとインターネットによるコミュニケーションである。メールは私信だけでなく定期的なマガジンや広告も入るから、毎日 20 通ぐらいの着信がある。インターネットはショッピングと料理のレシピの入手、それに訪問場所と電車時刻の確認によく使う。護さんが出張する時のホテルも美子さんが予

約するのだが、予約と同時に連絡先を確認しておけるから都合がよい。二つ目の分野は趣味としての利用で、デジカメで撮った庭の花の写真を編集してアルバムを作っている。インターネットからダウンロードした音楽を聴くことも多い。三つ目の分野は、山川家のファイナスマネジメントツールとしての利用である。日々の支払いだけでなく、預貯金と投資信託の管理、それに株や債権の売買にも使っている。

毎月の定期的な支払いは、家族共通の経費が光熱費、上下水料金、通信費、新聞代、テレビ視聴料金である。護さんのテニスクラブ会費と、定期購読しているビジネス誌の代金も美子さんが管理しており、年に1回の支払いがある。住宅ローンの支払いも美子さんが担当しているが、残金の減り方が遅いと感じている。定期的な支払いのうち、光熱費と上下水料金は、地域ネットワークサービス会社に自動振込みで一括支払いする。インターネット購読にしている新聞代やIP電話代は、プロバイダーへの支払いに加算されている。テレビはCMが入る無料放送と有料放送があり、有料放送は視聴するジャンルのチャンネルごとに料金が決まっている。ジャンルには総合のほかに映画、ドラマ、スポーツ、ニュース、ドキュメンタリー、音楽、趣味があり、ジャンルの中はさらに細かく分類されている。スポーツならサッカー、野球、バスケットがあり、映画は邦画のほかに洋画と中国映画、それにアジア数カ国の映画がある。総合は日本語、英語、中国語など7ヶ国語がある。チャンネルの総数は200を超えているが、外国語放送の追加で年々増加している。2010年頃まであった有料の公共放送局は、2025年には存在せず、長かった歴史の役割を終えて民営化されている。テレビがあるだけで、放送を見なくても視聴料金が課せられる制度は、受益者負担の原則から逸脱していた。それにハードとソフトは一体ではないから、公平負担の原則からも乖離していた。このため民営化が支持され、必要な法改正が行われたのである。

省エネ掃除機と省資源洗濯機

パソコンで朝のコミュニケーションと会計処理を終えた美子さんは、腰を上げると居間の掃除に取りかかった。掃除機は小型だがパワフルで、それだけに排気量が多い。以前はこの排気が、フィルターを通りぬけたほこりを部屋中にまき散らしていた。だが2025年の掃除機は排気の大部分をノズルの先端に戻し、吸引用の空気として循環するようになっている。だから掃除機の後から大量の排気が出ることはないし、小さなほこりも何度もフィルターを通る間にほとんど捕捉されてしまう。ごみを吸い込んだ吸気は、サイクロン式の集塵ボックスで大部分のごみを取ってからフィルターに導かれる。だからフィルターの目詰まりが少なく、長期間使っても集塵効率が低下しない。サイクロンは空気に渦状の流れを作り、遠心力でごみを分離するのでエネルギー効率が低い。居間と寝室の掃除が済んだ美子さんは、続いて洗濯を始めた。いつものようにバスタブから昨日の残り湯を汲み上げると、洗濯物を入れてスイッチを入れた。洗濯機は衣類の種類と汚れ具合に応じて数通りの運転モードを選択でき、「着たから洗う」衣類の洗剤使用量は、「汚れたから洗う」衣類の数分の一にすぎない。

美子さんは洗濯機のモーター音を聞きながら、今度はバスルームの掃除を始めた。バスタブに残っている湯を使って周辺を軽く洗うのだが、昨日の残り湯でもまだ暖かいから、洗濯に使わない日は追い炊きしてそのまま風呂に使うことが多い。湯が冷めにくいのは、数年前に交換したバスタブとフタが 2 重構造になっていて、中間に断熱性の高い保温材が入っているからである。古いバスタブを使っていたときは冷えるのが早かったから、遅く風呂に入る豊さんと清子さんは、必ず追い炊きをしなければならなかった。でもこの浴槽だと 4 時間で 1℃ぐらいしか冷めないから、追い炊きがほとんど不要でガス代が安くなった。

コンビニ拠点の宅配で省エネ

掃除と洗濯が終わった美子さんは、庭に出ると洗濯物を干し始めた。洗濯は 1 日おきで、大人 4 人分だから決して少なくはない。でも朝のすがすがしい外気に触れながら、さわやかな香りの残る衣類を干すのは気持ちがよい。洗濯機には乾燥機もついているが、電力消費量が大きいのと、天日乾燥の方が着たときの気持ちがよいので普段は使っていない。洗濯物を干し終えた美子さんは、植木と芝生に水を撒き、プランターで花を咲かせ始めたコスモスにも水を撒いた。庭の仕事を終えて家に入ろうとしたら、宅配便の車がきた。クリーニングに出しておいた護さんの夏のスーツと、豊さんが購読しているインテリアの月刊誌、それに 2 通の封書を届けてきたのである。宅配便は近くのコンビニが戸別配達拠点になっており、手紙を含む封書も小包も新聞も同時に届けてくれる。

宅配便は 1976 年に Y 運輸が始めた小包配送事業で、それ以前は郵便局と鉄道駅が拠点の片手間なサービスしかなく、5 日ぐらいかかるので生ものは送れなかった。そこで Y 運輸は全国に集配センターを整備し、翌日配達を実現して大成功を収めた。新規に参入する運送会社も続出し、2005 年には約 25 社が宅配事業を展開するようになった。当初の取り扱い品目は小包だけだったが、後にダイレクトメールや雑誌の配達も始めた。その結果、2010 年度の宅配個数は、郵便の 1 割を超えるまで成長した。宅配便の増加につれて、各社のシンボルマークをつけた集配専用車が頻繁に走り回るようになり、便利にはなったが輸送にともなうエネルギー消費量が増大した。一方、宅配品目には小包や封書のほかに新聞もあるし、通信販売やクリーニング品もある。これらの品目別や宅配会社別の配達は、1 回の量が少ないので効率が悪い。そこで 2015 年頃からコンビニが末端の集配をまとめて請け負うようになり、多種類の荷物を同時に配達するようになった。コンビニのバックヤードには宅配品を一時保管する棚が置かれ、各宅配会社は指定された宛先区分に宅配品を置くようになっている。

各宅配会社は、配達区域を担当するコンビニに荷物を届けるだけでよいので、配達専用車両をそれまでの約 3 割に減らせることができた。新聞や郵便もこの方式に便乗して、配達専用車とバイクを従来の 3 割に減らした。クリーニングも通信販売も便乗している。一方、コンビニには新たに小型の配達車両やバイクが必要になったので、宅配車両の総数は従来の 5 割減ぐらいに止まっている。それでも宅配車両数が大幅に減り、排気ガスと交通事故が少なくなり、ジーゼルエンジンとバイクの発進音が減って住宅地が静かになってい

る。コンビニ拠点の戸別配達、それまでの品目別や宅配会社別の配達を、地域別に再編成したのである。末端の配送距離が短いだけでなく、多種類の荷物を同時に配達するので、運送効率が大幅に向上し費用も安くなった。ただし多種類の配達をまとめるので、配達回数は1日に1回から2回である。このため速達や緊急便は、従来の直送方式で配達されている。しかし、コンビニ経由の多種類同時配達より運送効率が低いので、送料は3倍以上である。でもメールも普及しているので、速達や緊急便はそれほど多くない。

メールボックスはセキュリティータイプ

宅配の集約化で家々のメールボックスも変貌している。サイズは幅が約30センチ、高さと同行きが約40センチの箱型で、内部が上下二段になっている。雑誌も新聞も小型の小包も入れられる大きさだから、もう従来の郵便受けのイメージではない。上段に入れた宅配品は、投入すると下段に落下するようになっていて、反対側の鍵のある扉から取り出す。配達品には受領確認が必要なものと不要なものがあり、発送側がその指定をするのだが、受領確認が必要だと送料が高い。手間がかかるし留守だと持ち帰って再度配達しなければならないからである。雑誌や封書はほとんどが受領確認不要だが、書類と小包には受領確認が必要なものもある。コンビニは配達と同時に収集拠点にもなっており、封書も小包も書類の発送も、持ち込めばそれぞれの宅配会社が回収していく。もちろん郵便ポストもあるが、郵便ポストの葉書や封書も近くのコンビニが配達のついでに収集している。コンビニは平均すると関東地区で1.5キロメートル、全国平均でも4キロメートルの範囲にあるし、近場の道路状況に詳しいから巡回時間は短時間で済む。郵便も戸別宅配の一部にすぎないから、2025年には郵便専用の事業者は存在しない。



(イラスト：海老原ケイ)