

発行：日本紙共販株式会社洋紙営業本部
 編集：「よーし!」編集部
 発行日：2002年9月5日

読者のみなさまのご意見、
 投稿をお待ちしております。

宛先：〒100-0006
 東京都千代田区有楽町1-12-1
 日本紙共販(株)洋紙営業本部内
 「よーし!」編集部

TEL：03-3218-8700

FAX：03-3216-1390

E-mail：yoshi@nipponpapersales.co.jp

URL：http://www.nipponpapersales.co.jp/dept_yoshi/index.html



vol. 30

紙パルプ業界初の 総合的「環境ラベル」制度を開始

日本紙共販は、環境特性をわかりやすく伝える「環境ラベル」を制定した。
 2002年度より、おもな製品に「環境ラベル」のマーク表示を行う。
 元マーケティング部主席調査役の加納健が「環境ラベル」の解説をするとともに、
 環境対応を意識したマーケティングについて語る。

製品やサービスの環境側面を 伝える「環境ラベル」

「環境ラベル」とは、製品やサービスの環境側面を購入者に知らせるもので、ISO(国際標準化機構)が3タイプに分けて規格を制定しています。タイプは第三者実施機関が審査し、マークの使用を認可するもので、日本ではエコマークがこれにあたります。タイプは、事業者の自己宣言による環境主張を表すもの。タイプは、製品の環境負荷の定量的データを技術報告書として表示

るものです。当社が制定したのはタイプ「環境ラベル」で、原料調達から製法、エネルギー利用、廃棄物までをふまえた7つのマークをつくりました。それぞれのマークには、根拠となる数値の基準を設け、その算出方法も近日中にHPで公開する予定です。これらのマークは、今年度より製品の見本帳やカタログに添付していきます。



©赤星たみこ

環境ラベル

ISOにおける名称および該当規格	内容
タイプ (ISO14024) 第三者認証	第三者実施機関により運営 製品分類と判定基準を実施機関が決める 申請に応じて審査し、マーク使用を認可する
タイプ (ISO14021) 自己宣言	事業者の自己宣言による環境主張 製品における環境改善を市場に対し主張する 宣伝広告にも適用される
タイプ (ISO14025) 環境情報表示	製品の環境負荷の定量的データを表示 合格・不合格の判断はしない 日本では今年6月から受付開始

製品の環境特性を シンプルに表現したマーク

国内外で地球温暖化問題などが活発に論議される中、1990年代に入り、消費者は環境に配慮しているかどうかを商品購入の選択基準にするようになりました。政府の調達基準「グリーン購入法」が導入されると、企業もまた、原材料、部品、事務用品などの購入の際、環境負荷の度合いをその選択基準のひ

とつにするようになりました。

近年、「再生紙を使用しています」というコメント付きの紙製品が増加しているのも、企業が環境問題を意識し、自社の取り組みを積極的にアピールすることが必要だと認知しはじめた証でしょう。

紙は身近な素材として親しまれ、また、原料に木材を使うので、環境面でも強い関心が持たれています。私たちは、環境対策について自主的にさまざまな取り組みを進め、その全体像については、毎年、環境報告書による情報

開示を行っています。今回、個々の製品の環境特性についても、わかりやすく、シンプルな「ラベル」で表示することとしました。これは、紙パルプ業界ではじめての総合的な「環境ラベル」です。








環境対応の姿勢を マーケティングに活かす

消費者の中には、「森林が消失するのは、紙をつくるから。木材の利用は悪で、古紙利

用が正義」という片寄った見方をしている方たちが意外に多いのです。実際には、再生可能な植林木を有効に利用した製品が、古紙を再利用する際に化石燃料を使った再生紙より環境に優しい場合もあります。裏を返せば、こういう誤解が広がるほど紙について消費者の環境への関心は高いものだとも言えます。こうした現代の消費者ニーズに応えるのが「環境ラベル」なのです。

やがて、環境負荷に対する認識はもっと成熟したものになり、古紙配合だけでなく、製造プロセスのいろいろな面が評価される時代になるでしょう。「環境ラベル」は、そういった時代を一步先取りしたものです。グローバル化が進む紙パルプ市場では、価格、品質、そして環境対応製品であることが製品の競争力となります。当社製品の環境特性を記した「環境ラベル」をぜひご活用ください。

当社における環境ラベルの添付基準

	古紙配合率	配合率を数値表記 最低添付基準は原料の30%
	植林+森林認証取得木材配合率	植林木、または適正な管理を行っている第三者が認証する森林の木材を原料の30%以上配合している
	無塩素漂白利用率	ECF漂白法(元素状塩素不使用により排水中に含まれる有機塩素化合物を減らせる)を、KP使用量の50%以上配合したものの
	バイオエネルギー利用率	KPをつくる際、原料である木材の半分程度が燃料となり木材から紙をつくる工程で消費するエネルギーの約半分を賄える。これは、化石燃料と違い、地球表面上で循環可能なバイオエネルギーである。これを35%以上利用したものの
	廃棄物エネルギー利用率	工場内の廃棄物、または廃タイヤなどで発電を行う。工場で使用する全エネルギーの10%以上を賄う場合に添付
	環境ISO取得工場	環境マネジメントの国際規格ISO14001の認証を取得した工場で作る製品に添付
	ゴミゼロ工場	廃棄物最終処分量が生産高の0.1%以下の工場で作られた製品に添付

加納 健 (かのう たけし)
現・日本板紙(株)企画部
元営業統括本部マーケティング部主席調査役。
昨年8月より「環境ラベル」制定のチームを組織し、添付基準や計算方法などを検討してきた。
「環境ラベル」は原料調達から廃棄物にいたるまで7つ。多岐にわたる取り組みに目を留めていただければと考えます」



リンちゃんの環境ラベル講座

植林・森林認証取得木材配合率が30%以上の製品にマークを添付

リンちゃん「植林・認証森林」のキャラクター。赤ちゃんだけど、とても頭がよく、いつも冷静に状況判断をする。将来性が期待できる。

©赤星たみこ

紙の原料となる木材には、植林と天然林の2種があります。

植林とは木を継続して利用するために、人間が植えて育てる森林(いわば木の畑)のことです。当社が植林をする場所は、使われなくなった牧場など未利用地です。一方、天然林のほうは原生林という印象を持つ方もいるかも知れませんが、実際には将来にわたり利用できるように計画的な伐採が行われている森林です。当社が利用している天然林も二次林(伐採後、自然に更新された林)が中心です。

当社では、きちんと管理された森林から木材を調達していることがわかるように、「植林・認証森林」の環境ラベルをつくりました。

森林認証とは、繰り返し続けて利用できる形でその山林が経営されているかどうかを第三者が認証する制度です。生物の多様性、土壌や水資源の保全、二酸化炭素が十分に吸収できるかなどの基準のもとに審査されます。

現在、森林認証にはNGOが中心となり設立した「FSC」、国際標準化機構「ISO」、そのほか地域別の認証制度があります。当社が「植

林・認証森林」のマークを添付する基準は、これらのうち、いずれかの認証を受けた森林または植林からの木材を原料全体の30%以上に使用しているものです。

リサイクルといえば、古紙の利用を思い浮かべる方が多いと思いますが、十分な配慮を持って管理する森林もまた循環型(リサイクル)の原料です。

古紙とともに「植林・認証森林」のマークにもぜひご注目ください。

紙の達人

表装指導

清水達也さん

【しみず たつや】

書画を屏風や掛軸に仕立てる表具師。東京都伝統工芸士の清水さんは、17年前から伝統的な表装技術の教室を開いている。それは、化学糊やアイロンを使った再生困難な表装を行う表具師が増え、伝統的な表装の文化が街から消えてしまうことを危惧したためだ。

「古い文献で勉強する時に便利なので、寸法は尺で教えています。そして、生徒さんの作品はインターネットで展示。こちらは最新技術ですね(笑)」

「伝統的な表装では、裏打ちを3～4回行い、その度に自然乾燥させるので、仕上げまでに数か月かかります。来月に展覧会があるからと頼まれても間に合わない。そのため、場合によっては、お客さんに了解していただいたうえで、化学糊やアイロン、プレス機を使って表装を行うこととなります。また、たとえ期日に余裕があったとしても、昔ながらの手間をかければ、それなりの金額がかかります。お客さんは100年もたなくてもいいから安く仕上げたいとよく言われますからね。いまでは美術品として価値のある書画だけに、伝統的な表装を行うようになってきました。

伝統文化は、需要がなくなると消えていくもの。そこで、仕事ではなく、趣味としてでも表装の文化を受け継いでもらおうと表装の教室を開くようになったのです」

自分のペースで 本格的な表装を

「習いに来る人の目的は、自作の書を表装したい、孫の手形を額装したい、家にある掛軸を仕立て直したいなどさまざまです。何百年も続いてきた技術というのは、実に理に適ったもので、それぞれの工程に必然性があり、ひとつ省くだけでうまく仕上がりにません。

和紙と正鉄糊しょうてつろうりを使う表装は、何度でもやり直しがききます。せっかちな人は糊づけした紙を

真っ直ぐに置けずやり直し、慎重な人は、ゆっくりし過ぎて糊が乾いてしまいやり直す。ペースは人さまざまですが、いずれにせよ、必ずできあがります。生徒は、それが精神鍛練になるといいますね。

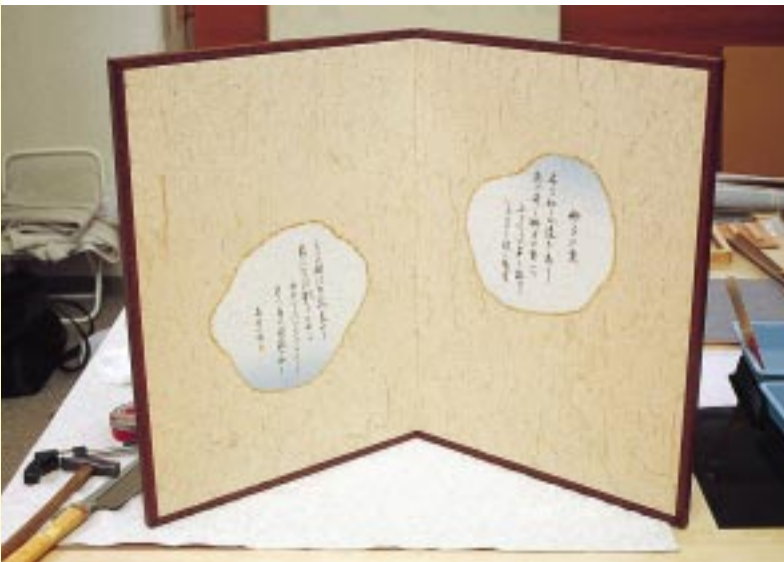
表装には、いろいろな種類の和紙を使います。美濃紙、宇陀紙、美濃紙、細川紙などで、それぞれ紙の特徴を生かした使い方をします。こうした紙も需要がなくなれば、やがて消えてしまうもの。貴重な日本の文化を守るには、使う人を育てることが大切だと実感しています。

生徒の中には、10数年通い大きな屏風までつくる人もいます。彼らが、日本の文化である表装を次世代に伝えていってくれたらうれしいです」

用途により4～5種類の刷毛(タヌキ、ブタ、ウマ)を使う



生徒さんがつくった屏風。料紙(りょうし)に記した短歌もすべて自筆。枠の部分は釘を隠す伝統的な日本の建具技法。



◀江戸時代から、変わった道具は、霧吹きと容器だけ。目的別に濃度の違う正鉄糊を用意。正鉄糊とは、小麦粉からタンパク質を取り除き、デンプンのみを煮溶かしたもの。

P 1938年生まれ。江戸表具の東京都伝統工芸師、職業訓練指導員。85年後進会を設立し一般の人に表装技術を指導。現在約30カ所の教室で教える。著書に『楽しい表装入門』ほか。
R
O
F
I
L
E 連絡先 おるく工房
東京都渋谷区神宮前6-17-14
TEL&FAX : 03-5466-4646
http://www.olku.co.jp/



日本の伝統文化表装を 次世代に伝える

支社近くの美味しい酒

博多っ子が愛する地酒 吟醸「如水」はきりっと冷やで



石蔵酒造(株)「吟醸 如水」

今回から、各支社の営業マンが地元の美味しい酒を紹介する。最初に登場するのは、九州支社洋紙グループの古賀裕二だ。古賀がおすすめるのは、博多唯一の日本酒の蔵元である石蔵酒造の「吟醸 如水」だ。

古賀は、昨年10月に同支社へ赴任。早々に焼酎の洗礼を受けた。

「以前は、ビールとパーボンが好きでした。ところが、こちらでは酒といえば焼酎(芋)いまでは、僕もすっかり焼酎党です」



「すっきりとした喉越しで、水の如く飲めてしまいます」と古賀。

そんな古賀が「吟醸 如水」に出会ったのは散歩の途中だという。「うちの支社は、江戸時代に呉服屋が軒を連ねた上呉服町にあります。支社裏の路地を10分ほど歩

くと、御供所町という寺の集まる町。このあたりはいい散歩道です。近くに御笠川が流れ、対岸には煙突のある石造りの大きな蔵が見えます。ある日、思いつきで川を渡り、その蔵を訪ねるとそこは日本酒の醸造元でした」

そこで試飲したのがきりっと冷えた「吟醸 如水」。米は県内産の山田錦、水は「千代の松原水」という軟水の地下水を使用している。「博多山笠の際、ハッピー姿の町衆がこの酒を飲んでいたのを思い出し、地元で愛されている酒だと実感しました。すっきりとした辛口の酒です。博多っ子をまねて、『ごま鯖』や『赤くらげの酢の物』を着て飲むとうまいです。仲間とワイワイ飲む時は焼酎、友人と2人で静かに飲む時にはこの酒と決めています」

吟醸 如水 1800ml 2,621円
ほかに720ml 1,553円、
300ml 437円がある。

石蔵酒造株式会社
福岡市博多区堅粕1-30-1
TEL:092-633-5100
FAX:092-632-0864

<http://www.ishikura-shuzou.co.jp>



九州支社
福岡市博多区上呉服町10-1 博多三井ビル

比較的若手・独身のメンバーが多い九州支社では、いまゴルフ熱が高まっている。レベルの低さを克服すべく休みはもっぱら練習場へ。ゴルフ場は、博多から車で1時間以内の距離に何カ所がある。しかも料金は首都圏のほぼ半額という好条件。古賀も



ゴルフを博多で覚え、健康的な日々を過ごすとしている。

上
支社が入っているビル。都会的な風景も裏に隠れば、古い商店街。

下
支社から徒歩10分ほどの寺の町御供所町に出る。

手帳を拝見!

岡部 昭夫(出版営業部)の1週間日記

日曜朝の自分の時間をつくるため
前日は子どもたちとたっぷり遊ぶ



岡部 昭夫

(おかべ あきお)

出版営業部 部長代理

「胸ポケットが膨らまない薄い手帳が好きなので、毎年予定だけが書き込める200円のレフィルを差し替えて使っています。ただし、住所録は書き写す暇がなくて2冊挟んでいきます」



月 起床は6時半。朝必ず飲むのがコーヒーと1杯の牛乳。午前は社内打ち合わせ。午後は代理店と商談。自宅で夕食。可能な限り月曜日の夜はアポイントを入れない。週明けから遅くなると、その週のパワーが半減するからだ。

火 出版社訪問の後、昼食は帝国劇場地下の「元祖札幌や」で味噌ラーメン。午後は代理店との打ち合わせ。夜は出版社資料担当者の送別会に出席。

水 午前はデスクワーク。昼食は久しぶりに学生時代の山岳仲間と。本格的な山登りは無理でも、トレッキングぐらいはまたはじめたいと話す。午後は代理店と出版の最新動向や出版用途の新製品について情報を交換。夜は出版社と会食。

木 社内打ち合わせ後、昼食(弁当)を挟んで代理店と商談会。午後は出版社を訪問。夜はユーザーさんと麻雀。

金 午前と午後に、代理店2社と商談会。夜は出版社と会食。店を決めるときは、リラックスでき、率直に話し合える店を選ぶ。酒なら燗酒。この日は八丁堀の「さくら家」へ。子どもの頃八丁堀近辺で育ったため、ここは祖父も通った古いつき合いの焼き鳥屋だ。

土 朝から3人の子どもたちを連れ、近所のプールへ。体を使ってたっぷり遊ばせると、翌朝静かに過ごせる。「平日は企業人、休日は家庭人」というよりは生活の知恵。

日 作戦成功。子どもたちが起き出す前に読書。採用紙のサンプルで届く書籍や雑誌を読む。採用が増えると、読書量も

増える。最近ジャンルが広がうれしい。合間に週末発行の新聞「8ページの推理小説」をむさぼり読み、一獲千金を夢見ることも忘れない。

かつての趣味は登山だった。末の子がもう少し大きくなったら、山の楽しさを教えたい。

編集後記

Editors Voice

年間でもっとも電力消費が多いのは真夏の1日。冷房による電力消費量の急増が原因だと知って、自宅で冷房の設定温度に気を配るようになりました。今号は当グループの新しい取り組み、環境ラベルについてご説明しましたが、環境問題は地道な活動の積み重ねが重要と再確認。今後とも、随時適切な対策をとってまいります。(編)