

埼玉 GPN NEWS

Saitama Green Purchasing Network
埼玉グリーン購入ネットワークニュース
第1号 2008年3月

—環境への負荷が少ない商品・サービスの優先購入を進める首都圏初の地域ネットワーク—

埼玉 GPN NEWS 2008.3



埼玉グリーン購入ネットワーク会長 江田元之
(財)さいたま市産業創造財団理事長

トイレには経営者の、従業員やお客様に対する経営姿勢が現われている。トイレは人と地球の接点であり、水の循環を考慮した環境面での取り組みも課題と語る。中小企業診断士

CONTENTS

- 埼玉 GPN が目指すもの—かつていいモノの買い方で埼玉を変えよう 埼玉 GPN 会長 江田元之・・・1
- 県民ムーブメントで温暖化対策を一埼玉県環境部長 池田達雄・・・2
- GPN と地球温暖化①地球温暖化とグリーン購入の役割 ②100円ショップとグリーン購入③化学物質と環境汚染・・・3
- 会員の取り組み①毎日興業(株)②マルキュー(株)・・・4
- 埼玉 GPN 会員の注目エコ商品・・・4
- みんなでグリーン購入を、会員一覧・・・4

江田会長に聞く

埼玉 GPN が目指すもの

かつていいモノの買い方で
埼玉を変えよう。

自然と都市が近接した埼玉は、
持続可能な社会に近い、
だからこそ・・・いま。

Q. 首都圏初の地域ネット—設立目的は？

埼玉グリーン購入ネットワーク(埼玉 GPN と略)は県内の購入のグリーン化促進と循環型社会の構築を目指して、2006年8月から設立に賛同する関係者が集まって準備を進めてきました。おかげさまで2007年7月に、首都圏初のグリーン購入の地域ネットとして設立され、現在では行政、団体、企業などの100団体がネットワークを組んでいます。

Q. 日々の購入で地球温暖化防止に？

いま、地球温暖化が急速に進み、私たちの未来社会に赤信号がともっています。皆さんもしばしば気候のことを話題にいませんか。グリーン購入では、モノの買い方を変えることによって、温暖化や資源の枯渇などの地球環境問題を解決していこうというものです。現在、

多くの企業や団体が地球環境に配慮した活動をし、モノやサービスを提供しています。このような企業の商品を利用することによって企業活動を支援し、さらによりよい商品を提供していくサイクルをつくるのが、環境問題を解決していくことにつながるのではないのでしょうか。

日々の購入が地球環境の改善につながって行くと考えただけで、なんだかワクワクしますね。

Q. かつていいモノの買い方って？

まず、モノを買わないことです。衝動買いはやめるべきでしょう。しかし、生活していく上でモノは必要ですね。そこで購入する前に、本当に必要かどうか、今あるもので間に合わないか、レンタルできないかなどを検討してはいかがでしょうか。そして購入が必要なときは量を必要な分のみにししましょう。

購入を決めたら、そのモノの資源採取や省エネ・省資源、再使用やリサイクルの可能性、そして廃棄が適正にできるか(ライフサイクルという)などを確認しましょう。使い捨てになるようなものは買わないように心がけたいですね。

また、商品を提供している企業などが環境への負荷低減する取り組みを行っているかどうかを確認することも大事なポイントです。

Q. 地域の特徴を生かしたグリーン購入は？

埼玉県は首都圏に隣接していることもあり、なかなか地域特性が見えないようなところがありますが、700万人の県民が住み、様々な業種のメーカーが立地し、また豊かな水と農林業が盛んな地域です。埼玉のグリーン

購入を促進することによって、地域の環境に配慮した製品にスポットライトを当てていきたいと思っています。

特に豊富な地場農産物を地域で消費していくことによって、日本の食の課題になっているフードマイレージ*の低減に結びつき温暖化防止効果にもなります。グリーン購入で地球を冷やすということにもつながります。さらに地域経済の活性化、子供たちへの環境教育などへの波及効果があり、自然と都市が近接した埼玉県は、持続可能な社会にもっとも近い地域といえるのではないのでしょうか。

Q. 環境経営の向上はどのように？

最近、消費者が商品を購入する場合、単に価格だけでなく安心・安全という環境に配慮しているかという視点で選ぶ要素が大きくなってきています。

当然ながら、企業も環境を配慮する活動へ向かざるを得なくなっています。環境マネジメントシステムの導入など、積極的に導入している企業も多くなりました。

さらにグリーン購入のシステムを導入することによって、企業の環境経営の意識向上にも繋がり、また行動にもつながっていきます。グリーン購入を切り口とした、企業の環境経営の向上を全国組織のGPNとともに県内企業団体を一緒にサポートして行きたいと思えます。

Q. 今後、目指すところは？

これからは、より地域・個人の行動が大切な時代になってきます。環境のキーワードで「シンクグローバリー、アクトローカリー」という言葉があります。世界規模で考え地域から行動をしようという意味ですが、世界の中の日本、そして埼玉県としての視点、地域・個人としても行動していくことを促したいと思っています。

埼玉県ならではの活発な活動を情報発信し、「環境立県埼玉」と全国から注目されるようなネットワークにしていきたいと思っております。■

* フードマイレージ (food mileage)

「食料の (food) 輸送距離 (mileage)」という意味。重量×距離 (たとえばトン・キロメートル) であらわす。食品の生産地と消費地が近ければフードマイレージは小さくなり、遠くから食料を運んでくると大きくなる。埼玉県は消費地と農業地域が近接しているので、フードマイレージが非常に小さくなる可能性がある。

■ 埼玉 GPN に期待する

県民ムーブメントで温暖化対策を



埼玉県環境部長 池田達雄

昨年7月に埼玉グリーン購入ネットワークが設立され、このたび、ニュースレターが創刊される運びとなられたことを、心からお喜び申し上げます。

さて、昨年は、地球温暖化への関心が世界的に高まった年でした。今年の7月に開催される北海道洞爺湖サミットでは、地球温暖化対策が主要な議題に取り上げられます。このような世界的な課題である温暖化対策も、私たち一人ひとりの日々の取り組みが大変重要です。

足下からの取組として、県では、エコライフDAYやライフスタイルキャンペーンなどの県民ムーブメントを更に拡大していきたいと考えています。このムーブメントの拡大にあたって、排出されるCO2の「見える化」が今後のキーポイントになると私は考えています。

排出されるCO2の「見える化」を

例えば、現在、多くの商品には原材料や原産地などの表示が義務づけられており、消費者はそれを参考に商品を購入しています。これと同じように、

商品が店頭で並ぶまでに、「どの程度のCO2が排出されたのか」が分かれば、消費者は排出量がより少ない商品を選択できるようになります。

グリーン購入は、商品がどの程度環境に配慮しているかを明らかにすることで、企業が環境負荷の少ない製品を自発的に開発するよう促していく大変優れた仕組みです。日常の消費行動を通じて、環境に良いことを行うアプローチという点では、CO2の「見える化」の先駆的な取り組みであると言えます。

環境にやさしい消費行動が、本県にあまねく広がっていき、温暖化対策について目に見える成果が得られるよう私も精一杯努めてまいります。県民ムーブメントの拡大にあたって、今後とも、皆様のご理解・ご協力を賜りますようお願いいたします。■



■ GPN と地球環境問題

地球温暖化と グリーン購入の役割

今年6月、わが国で北海道洞爺湖サミットが開催され、地球温暖化への取組が最も重要なテーマになる予定です。さて、私たちが取り組んでいるグリーン購入は、温暖化防止の切り札になるのでしょうか？ 答えは「Yes!」です。省エネ型の家電製品や照明、オフィス機器、低燃費の自動車などを選ぶことで大幅な二酸化炭素(CO₂)の削減になります。こうした製品は最新の環境技術を駆使しているので価格は多少高いかもしれませんが、使用時の電気代やガソリン代まで含めたライフサイクル・コスト(LCC)で考えれば、トータルで「お得」になるケースが大半です。地球環境にやさしく、家庭や企業のお財布にもやさしい、まさに一石二鳥の取組なのです。省エネ製品を選ぶ際には、GPNが運営する環境情報サイト『エコ商品ねっと』(<http://www.gpn-eco.net/>)をぜひご利用下さい。

日々の買い物でも地球温暖化防止に貢献することができます。GPNでは去る10月に「500万人グリーン購入一斉行動キャンペーン」を実施しました。期間中に213万人もの方々がマイバックの持参などでレジ袋を断る行動を実践され、レジ袋1,683万枚、CO₂に換算して783トン削減することができました。

一人ひとりの行動はささやかでも、「みんなで行動する」ことで大きな成果につながります。グリーン購入は、誰でもできる地球温暖化防止の大切な第一歩なのです。

(GPN 専務理事・事務局長 佐藤博之)



100円ショップとグリーン購入

100円ショップ、食品、文房具、雑貨、これらが100円玉1個と5円玉1個で買え、しかも商品の豊富さ、これが多くの人から支持されるのでしょう。安価だから事前に買いだめしておく必要がありません。必要な時に必要なだけ買えばよいのです。しかし、安価故に目的を持たないで店に入ると余計な物まで買ってしまいます。

商品が環境に優しいかどうか。残念ながらECOマークのついた商品を見つけるのは難しいです。使い捨てを前提に商品開発が行われているからでしょうか。

100円ショップは私たちにとって非常に便利なお店です。しかし、買う時、買う物は選んでいく必要があります。必要な時に必要な物を買う。長く使えるものを買う。このような心掛けが買う方として必要だと思います。

買い手が変われば売り手も変わります。環境に優しい100円ショップもいずれ現れると思います。

(埼玉 GPN 男沢望)



化学物質と環境汚染

年初早々、1月10日の新聞報道に「さいたま市中央区の鴻沼川で魚が大量死」とあった。プールの洗浄水をそのまま排水し残留塩素が流出した為で、農業用水には入らず人体に影響ないというコメント。見過ごしてしまうほどの小さな記事である。本当に人体に影響がないのだろうか？

集団離島した三宅島の自然が急速に回復していて、これまで生活排水などで死にかけていたテーブル珊瑚が元気に蘇っているという。

日本人は「水に流す」ことで、全てきれいになると思いがちだが、生活排水は、川から海へと流れて珊瑚を枯らしたり、魚が死んだり、死ななくとも、また人間の食卓に戻って来ていることを考えるとゾッとします。きれい好きな日本人は洗剤やシャンプー、リンスを多用しているが、その成分を承知して使っている人がどれ程いるのだろうか。有害化学物質が堂々と表示され使われている。現代日本の死因のトップが癌であることと、本当に無縁なのだろうか。

商品購入の時に、成分チェックをする用心深さが、環境汚染防止だけでなく、自分の健康、命を守るということ、ひとりひとりが改めて認識したいものだ。成分表を点検して購入する、それもグリーン購入の具体的な行動ではないだろうか。

(埼玉 GPN 村重嘉文)



■埼玉 GPN 会員の取り組み

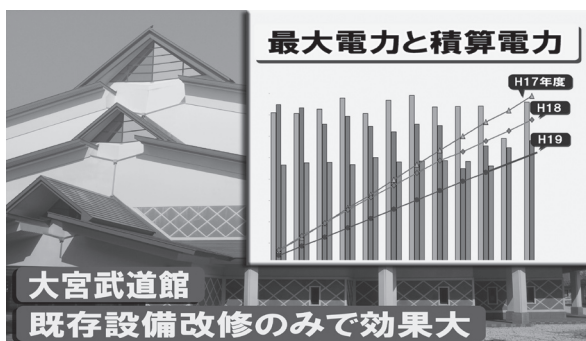
照明器具を工夫し大幅省エネ - 大宮武道館

毎日興業(株)

さいたま市大宮武道館は、平成 18 年度より民間の指定管理者、毎日興業(株)と NPO 法人さいたまスポーツクラブとの共同事業体により運営されています。以来「ストップ温暖化」の号令のもと、民間ノウハウでエネルギー消費の継続的改善に努めております。

グリーン購入の名の下に、高価な市販品や、省エネをうたう既成品を安易に購入していたのでは劇的な効果は期待できません。今日の新製品は、明後日には陳腐化します。

大宮武道館では、既存の旧式照明器具に手を加え、高効率化により最大 65%もの電気エネルギーの削減を圧倒的な低コストにて達成しました。真のグリーン購入とは、新製品を導入するばかりでなく、既存の旧式施設を再生させる「技術サービス」でもありと考えています。



「楽しさと自然環境の共生を目指す」

マルキュー(株)

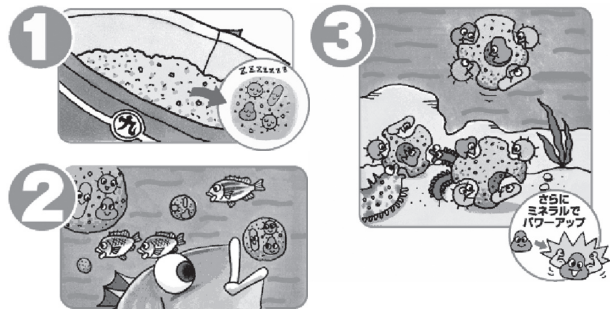
レジャーフィッシングにおける、釣り人と自然環境とのかかわりは直接的です。マルキューの取り組みは、環境への負荷を小さくする活動を広げること推進しています。

ゲームフィッシングでは、生分解性プラスチックを使用し実用化につなげています。餌釣りにおいては、分解菌やミネラルを応用して分解促進等、魚の棲んでいる環境に対してやさしい釣り餌の開発を進めています。

魚の棲む自然環境はデリケートですので、当社釣り餌愛好会と一体になって、釣り場クリーン作戦を推進しています。生産工場としての活動では、5 年で 10%の二酸化炭素排出量削減を埼玉県に対して宣言しています。

環境にやさしいマルキューのエサづくり「分解菌・ミネラル」の働き

- ① 配合エサに分解菌を入れると、さらに分解が早くなる。
- ② 魚は分解菌も喜んで食べる。
- ③ 魚が食べ残した配合エサを分解菌が食べる。ミネラルは分解菌の活動を活発にする。



■埼玉 GPN 会員のエコ商品

県産 LED 照明は温暖化防止の切り札か

長寿命で省エネ—白熱球や蛍光灯に続く照明として期待されているのが、LED (発光ダイオード) 照明。地球温暖化防止の目標値を定めた「京都議定書」では、2012 年までに、「高効率照明器具」(LED) の普及により、家庭・業務用途をあわせて約 340 万トンの温室効果ガス削減を求めている。



これまで LED 照明は、明るさや価格かつ特殊なソケットなどがネックになっていたが、埼玉 GPN 会員の(株)大和ライト工業と(株)エプセルが、さらに進化した LED 照明機器を開発販売している。

LED 照明は、消費電力が少ない、熱を持たない、虫を寄せ付けにくい、寿命が長くメンテナンス費用が軽減などのメリットが。(写真はイメージ)

■詳しくは HP を。

→(株)大和ライト工業 <http://daiwalight.open365.jp/>

→(株)エプセル <http://www.epsel.co.jp/>

■埼玉 GPN 会員一覧

100 団体 (2008/02/20 現在) 行政 9、団体 11、企業 80

■行政 埼玉県、さいたま市、川越市、川口市、所沢市、春日部市、入間市、日高市、久喜市

■団体 埼玉県商工会連合会、埼玉県中小企業団体中央会、(財)埼玉県中小企業振興公社、(財)埼玉県公園緑地協会、埼玉中小企業家同友会、(財)さいたま市産業創造財団、さいたま商工会議所、(社)埼玉福祉会、生活協同組合さいたまコープ、生活協同組合ドゥコープ、埼玉エコステージ研究会

■企業 (株)アートドットコム、(有)アオキ企画、(株)アクセル、アピカ(株)、(株)イーシティ埼玉、(株)氏家製作所、浦和レッドダイヤモンズ(株)エー・シー・エス、(株)FM NACK 5、(株)エプセル、大宮アルディージャ、柏木建設(株)、かねと衣料(株)、(株)関東パイプ技研、(医)誠昇会 北本共済病院、(株)国太楼、計測サービス(株)、ケミテック シー・エス・エス(株)、国際チャート(株)、コクヨ東京販売(株)埼玉支店、(株)小山本家酒造、(株)サイサン、(株)埼玉交通、(株)埼玉新聞社、(株)埼玉ディエスジャパン、埼玉トヨペット(株)、埼玉日産自動車(株)、(株)埼玉りそな銀行、サンケイ鋼器(株)、(株)シール堂印刷埼玉事業所、シゲル工業(株)、(株)ジャパンアート、新日本監査法人さいたま事務所、大正製薬(株)、大成ロテック(株)、(株)大和ライト工業、(有)タカザウ企画、(株)タカヤマ、武正(株)、(株)椿本チエイン、(株)デサン、テレビ埼玉、東京ガス(株)埼玉支店、(株)東京化成製作所、(株)中川製作所、(株)ハイクレー、(株)ハイデイ日高、(有)パル、飯能ケーブルテレビ(株)、(株)ビージーサービス、(株)ビージーシステム、(株)ビックルスコアポレーション、(株)ビルテクノマイニチ、フォーレスト(株)、(株)ぶぎん地域経済研究所、富士商工エマシナリー(株)、富士ゼロックス(株)岩槻事業所、富士ゼロックス埼玉(株)、フジノン(株)、武州ガス(株)、武州産業(株)、(株)ベルエール、北海製罐(株)、ポラス(株)、毎日興業(株)、(株)松永建設、(株)マツハ、マルキュー(株)、三国コカ・コーラボトリング(株)、ミドリ安全(株)、(株)メガ・ネットワーク、望月印刷(株)、(株)ヤオコー、(株)与野フードセンター、リコーテクノシステムズ(株)首都圏セクター埼玉事業部、リコー販売(株)埼玉事業本部、リコーユニテック(株)、リコーリース(株)関東支社、りそな総合研究所(株)、税理士法人レッドサポート

●埼玉 GPN アドバイザーの皆様

小波弘明、須藤隆一、外岡豊、中口毅博、藤田壮、松村隆、

■入会案内

団体会員、サポーター(個人会員)があります。申込書は、HP からでもダウンロードできます。ぜひ一緒にグリーン購入を。

■発行：埼玉グリーン購入ネットワーク

337-0053 さいたま市見沼区大和田町 2-1322-2 大和田 NPO プラザ内

TEL.048-649-8087 / FAX.048-649-8088

E-mail saitamagpn@yahoo.co.jp

Home Page <http://www.saitamagpn.jp/>