

グリーン購入実践講座 参加者の感想



◆2007年2月23日（金）に実務者を対象としたグリーン購入実践講座を開催しました。

文 / 協同組合近畿環境改善推進センター 野瀬 浩

私たちの知らない所で、地球温暖化の影響が起り始めています。

スイス・ブライトンホルンでは氷河が1985年から2000年の間に約22%も消滅しています。モルジブでは、1998年以降の異常高水温以降、サンゴが白化して海中の環境破壊が進んでおり、ツバルでは海水の上昇により、国が消滅する危機にあります。日本沿岸でも海面水位は1980年代半ば以降上昇を続けています。また、1990年頃から世界中で大規模洪水が頻発。米国をおそったカトリーナのように台風が大型化し世界各地で大きな被害をもたらしています。さらに、雨が集中豪雨化して、しとしと降らなくなっており、水がめのないところは、かえって水不足になる可能性があります。

人体への影響も心配です。熱中症などの被害が増え、マラリア、デング熱などの感染症の範囲も北上してきています。このように、温暖化の影響により、異常気象の多発、海面上昇、食料生産の減少、水不足、健康への影響、生態系の破壊、経済への打撃が現実化してきています。

こうした温暖化の原因は人間活動にあります。私たちは、次の世代の子供たちへ今の地球環境を残し伝える義務があります。私達にできることは、何かあるのでしょうか？ 3R（リデュース＝発生抑制、リユース＝再使用、リサイクル＝再資源化）の優先順位を頭に入れて、大量リサイクルではなくて（リサイクルはエネルギーを使うため）より資源消費量の少ない循環

型社会を目指す必要があります。

環境を大切にしている商品、ライフスタイルを選ぶ人を「グリーンコンシューマー」といいます。例えば熱帯雨林を破壊する油やし畑から生産されるパーム油の入っている加工食品を買い控える、フロンガスを使用した冷蔵庫は買わない、エアコンは省エネラベルをみて選ぶ、買い物袋を持ちレジ袋を使わない、できるだけ公共交通機関を利用するなど、考えればいろいろなことができると思います。それによって、企業は消費者の環境に配慮した商品開発販売をするようになります。また社内でも使用する事務用品、例えばコピー紙を再生紙にしたり、紙をシュレッダーせずにリサイクルに回す、OA化し紙を使わないようにする（プリントしない）、カートリッジの入替え式ボールペンにする、印刷のインクを大豆油インクにするといった方法があります。

今回の講習を受け、まず個人で、家庭で、今の生活を見つめなおし、無駄を省き、グリーンコンシューマーになる。勤務先でグリーン購入の実施、啓発をする。私たち一人ひとりの取り組みが、地球環境を守り、また温暖化をすこしでも遅らすことができることを理解し、確実に実践していけるよう、まず行動したいと思います。



京都グリーン購入ネットワーク 会員数 (2007年5月末現在)

■会員数 : 128 (内訳: 企業 91 / 自治体 7 / 団体 21 / 個人 9)

■新入会員 : 7 (内訳: 企業 6 / 団体 0 / 行政 0 / 個人 1) [退会] 4 [休会] 0

企業 / クリーンスペース株式会社、(株) インテリアホソイ、鐘通株式会社、株式会社関広、有限会社村田堂、山代印刷株式会社 個人 / 高面 ひとみ

会員募集中!



お問合せ / 入会申込み

京都グリーン購入ネットワーク事務局 <http://www.k-gpn.org>

[TEL] 075-241-4664 (FAX同じ) [E-mail] kgpn@dolphin.ocn.ne.jp

〒604-0932 京都市中京区寺町通り二条下る呉波ビル3階 特定非営利活動法人 環境市民内

環境にいいモノ つくる人・売る人・買う人、集まれ!



京都GPN-news vol.10

京都グリーン購入ネットワークニュース

2006年 京都 GPN の活動紹介

2006

TOPICS

会員参加度
高まる!

活動が
広がる・深まる



2006年度も、グリーン購入を拡げるために様々な活動を行いました。今年度の特徴としては、各部に部会長を設置し、多くの事業を会員企業、団体が中心となって企画、運営するなど、会員が主体的に活動に参加する場を多くつくることのできたことがあげられます。この動きは今後も継続させ、より効果的にグリーン購入を拡げていきたいと思っています。会員の皆さんも、ぜひ積極的に京都グリーン購入ネットワークを活用して、グリーン購入の取り組みを拡げていきましょう。



座学とワークショップが好評! グリーン購入実践講座の実施

1

2005年度に作成したグリーン購入仕様書作成支援ソフト（ウェブ上で公開中）を活用し、企業の環境、グリーン購入担当者を対象にグリーン購入実践講座を実施しました。当日は20人が参加し、温暖化とグリーン購入のつながりや、紙や印刷のグリーン購入について学ぶ座学と実際に環境配慮型のコピー用紙を選んだり、グリーン購入に取り組むヒントを見つけるワークショップをしました。

● 概要 ●
対 象 : グリーン購入の実務担当者
日 程 : 2月23日（金）午後1:00から7:00
参加人数 : 20人
場 所 : 京都商工会議所

(4頁に参加者の感想があります)



京都グリーン購入ネットワーク初! 企業見学会を開催

2

グリーン購入への関心を高め、取り組みを拡げるため、先進的な活動をしている会員企業の工場・社屋等を訪ねる見学会を開催しました。訪問先は、グリーン購入をはじめ環境問題に先進的に取り組んでこられた株式会社村田製作所と株式会社コクヨ工業滋賀。

村田製作所では、グリーン調達や環境配慮型の社屋について、コクヨ工業滋賀では、省エネ、廃棄物の削減、省資源の3つを柱に取り組み、ノートなどをつくっている様子を見学しました。環境について具体的に学べる上、人脈づくりにもなり、参加者からの評判もよかったため、2007年度も開催する予定です。ぜひ我が社へ、もしくは「あの会社に行きたい!」という要望がある方は事務局まで。

● 概要 ●
日 時 : 11月10日（金）午前8:30から午後5:30
参加者数 : 26人



株式会社 村田製作所の前にて

会員（出展企業）が企画！ 京都環境フェスティバル 2006 にグリーン購入ゾーンを出展

3

一般消費者のグリーン購入に対する認知度を高め、具体的にどういった商品サービスがあるのかを知ってもらうため、グリーン購入や環境配慮型の商品サービスの展示を行いました。



たくさんの家族連れが参加したクイズラリー

今回は、オフィス、屋外といった暮らしのシーンや、ワークショップゾーン、即売コーナーというテーマをもって展示内容を企画しました。それぞれのテーマに該当する商品、サービスを展示し、来場者に、生活の中でどういったものが具体的にグリーン商品、サービスなのかを分かりやすく紹介しました。ゾーン内でクイズラリーを実施。来場者にできるかぎりブースを見ていただき、グリーン購入やグリーン商品について学んでいただきました。

● 概要 ●

日時：12月9日（土）、10日（日）
午前 10:00 から午後 4:00
場所：京都府総合見本市会館（パルスプラザ）
グリーン購入ゾーン来場者数：約 900 人
（抽選所に来られた方の数）
出展企業、団体数：22

【出展企業 / 団体一覧】

ココヨ近畿販売株式会社	建都住宅販売株式会社
(株) HondaCars 京都	環境技研株式会社協同組合
(有) 礼書房	近畿環境改善推進センター
(株) 松田洋紙店	平安リネン工業 (株)
ガラス再資源化協議会京都支部	株式会社マサミガーデン
株式会社村田製作所	NPO 法人 NPO 環境フォーラム
ショウワドウ・イープレス株式会社	京都グリーン購入ネットワーク
(株) エコロ21	光工業 (株)
日本紙工 (株)	(有) 太田商店
京都府生活協同組合連合会	株式会社マサミガーデン
京都リユース協議会準備会	NPO 法人環境市民

3つの分野のガイドライン案を策定

4

製品・サービスの環境側面の関する正確な情報を提供する「京都独自の環境ラベル制度」の導入に向け、3つの分野（印刷・情報用紙、トイレトーパー、旅館・ホテル）について認定基準（ガイドライン）案を策定しました。

これらは2005年度のアンケートで、利用頻度が高かったもの、および、京都の主産業として必要という判断で選ばれました。2007年度はこの3つのガイドラインを仮運用してみる予定です。

事業提案もいただきました

5

2006年度、京都 GPN に対し下記のような事業提案をいただき実施しました。今後も、活動実績を活かし、会員企業の環境への取り組みを応援していきたいと考えています。

《佐川急便株式会社 環境標語選定》

社員から集められた環境標語の選定を、京都 GPN の広報コミュニケーション部会メンバーと事務局で行った。

《コープ・イン・京都 第3者意見の作成》

コープ・イン・京都の環境報告書2006の作成にあたって、見学、ヒアリングを実施した上で第3者意見を作成した。

お誘いやすい！ 入会パンフレットを改訂

6

設立以来使用してきたパンフレットを、A4版の3つ折りタイプに改訂しました。入会申込書を予めパンフレットにつけ、京都 GPN の紹介も今までの活動実績を踏まえ内容を更新しました。会員呼びかけの際にはぜひ活用ください。



会員拡大は会員全員で！

7

2005年度に比べて17団体の増加となりました。今年度は、1月から3月の会費無料期間に、幹事を中心として会員のよびかけを強化したため年度末の入会が増えました。また、びわこメッセや京都環境フェスティバルなどでも積極的に会員勧誘活動を行い、DMを送るなどの働きかけをしています。2007年度も会員拡大キャンペーンは実施しますが、今後さらに会員拡大をするため、各会員にも協力していただき会員を増やしていきたいと思ひます。

会員紹介



vol.7

建都住宅販売株式会社

— お客様の喜びが環境への意識に自然とつながっていく —



代表取締役 井上 誠二さん

町家の保存・改修、地産地消による住まいづくりといった「京都」ならではの事業を展開している建都住宅販売株式会社。中小企業家同友会（※1）環境部会での勉強会で、京都 GPN の存在を知り、入会も即決されたという。環境への熱い思いと実行力を持ち合わせた代表取締役井上誠二さんに、環境への取り組みや地域性を生かした住まいづくりについてお話をうかがった。

■率直な気持ちが自然と環境への取り組みにつながっていった

建都住宅さんでは、「環境」を意識する前から、屋上緑化の住宅を販売してきた。そのはじまりは「緑があると気持ちがいい」という率直な気持ち。結果として、屋上緑化が温暖化防止につながっていった。このように、環境への取り組みの原点となっているのは、お客様の立場になって考えた率直な気持ちである。

その後、勉強会などへの参加を通して、環境への関心が高まり、外断熱にもいち早く取り組んだ。そして、もちろん社内における環境への取り組みも忘れていない。もともと紙やペットボトル、缶の分別などを行っていたが、最近は営業車のエコドライブも始めた。不動産業は車を使うことが多く、アイドリングストップや安全運転に心がけることで、ガ



社内で行っている紙の分別

ソリンの消費量が2、3倍も違うとのこと。個人ごとの走行距離やガソリン消費量がデータとなって、社内でも周知されているそうだ。

■壊すのではなく、次世代へ引き継いでいく

京都には古くから残る町家がたくさんある。その町家の改修を、材料も職人も地産地消で行っている。つまり、京都で生まれ育った材料と京都で技を磨いてきた職人が力を合わせて、町家をよみがえらせるといふことである。長い歴史や伝統を重ねてきた町家を見ると、「これをつぶしてしまおう」という思いが湧いてくる。そして、「その町家を『よみがえれ！』という気持ちで改修すると、歴史を感じられるとても美しい住宅になる。これを『よみがえり住宅』と呼んでいる。グリーン購入とは、環境負荷の少ないものを購入するだけではない。修繕して次世代に引き継いでいく、つまり長期間に渡って使用・保存していくこともグリーン購入の原点である。

■「こだわり」と「夢と理念」

この「よみがえり住宅」に「『こだわり』をもった住宅を提案していきたい」と語る井上さんの思いが表れているように感じられた。「京都だからこそできる暮らし方、生き方がある。だから、コストアップだったとしても、住むだけで地域貢献になる生き方があるので、すよと提案していきたい。そして住んでいる

人にも文化の担い手となってほしい」と井上さん。仕事に関してもこだわりを持っている。お客様の喜び顔に自分も喜びを感じられるような、そんな仕事をしたい。そうすれば、自然と環境や地域社会に目が向く。その言葉から、利益だけに走るのではなく、夢や理念を持って筋の通った仕事をしたいという確固たるビジョンが感じ取れる。

■「夢」のある住まいづくり

最後に井上さんに、今後の「夢」をうかがった。それは、環境に配慮した団地、つまり、地産地消による集合住宅をつくることだそう。京都には、職人さんが数多くいるので、ふすまや障子、畳といった住宅の中も地産地消が可能である。井上さんは、職人さんが歩んできた人生のストーリーも紹介しながら、共に住まいをつくっていきたくて語る。作り手の顔や人生が見えることで、そこに住む人々が自然とものを大事にするようになるから。スクラップアンドビルドではなく、いるいる人々の思いが詰まった住宅が長年に渡って息づくことで、まちの再生にもつながるのではないだろうか。

「最初の取り組みはささやかだが、次第に広がっていく」と語られた井上さん。京都のまちを真剣に考えて事業を行っている建都住宅さんの思いが、これからだんだんと広がっていくことを強く実感した。

（まとめ）京都 GPN 学生レポーター 久保友美

役員紹介



京都府商工会連合会
経営支援部経営支援課長 大西 敏彦 氏

京都 GPN の設立から参加をさせていただき、目的の一つにある環境に優しい商品、サービスを京都府内に普及し、グリーン市場を拡大することを基本に中小企業等に PR を行ってきました。今年度は「環境配慮型企業」の育成に向け講習会を開催し、一社でも多くグリーン購入に取り組んでもらうことを計画しています。皆さんと一緒にグリーン市場の拡大を目指しましょう！

※1……
①会員の経験と知識を交流して企業の自主的近代化と強じんな経営体質をつくること
②中小企業家が自主的な努力によって、相互に資質を高め、知識を吸収し、これからの経営者に要求される総合的な能力を身につけること
③他の中小企業団体とも提携して、中小企業をとりまく、社会・経済・政治的環境を改善し、中小企業の経営を守り安定させ、日本経済の自主的・平和的な繁栄をめざすこと以上の3つを目的とする経済団体。