

第13回 グリーン購入大賞 応募用紙

記入日: 2011 年 6 月 27 日

部 門		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td>大手企業</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>中小企業</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>行政</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>民間団体・学校</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>協働プロジェクト</td> </tr> </table> <p>※部門「該当するものひとつに○」を付けてください。</p>	1	大手企業	2	中小企業	3	行政	4	民間団体・学校	5	協働プロジェクト
1	大手企業											
2	中小企業											
3	行政											
4	民間団体・学校											
5	協働プロジェクト											
応募テーマ		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td>グリーン購入のユニークな取り組み</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>グリーン購入を促進させる環境配慮型製品・サービスの開発とその普及拡大の仕組み</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>グリーンコンシューマーの育成・増加への取り組み</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">特別テーマ</td> <td>地方公共団体におけるグリーン購入の取り組み</td> </tr> </table> <p>※応募テーマ「該当するものに○」を付けてください(複数でも可)。</p>	1	グリーン購入のユニークな取り組み	2	グリーン購入を促進させる環境配慮型製品・サービスの開発とその普及拡大の仕組み	3	グリーンコンシューマーの育成・増加への取り組み	特別テーマ	地方公共団体におけるグリーン購入の取り組み		
1	グリーン購入のユニークな取り組み											
2	グリーン購入を促進させる環境配慮型製品・サービスの開発とその普及拡大の仕組み											
3	グリーンコンシューマーの育成・増加への取り組み											
特別テーマ	地方公共団体におけるグリーン購入の取り組み											
応募者のプロフィール	団体名	(フリガナ) 太陽油脂株式会社 太陽油脂株式会社 ※プロジェクトでの応募の場合は、こちらにプロジェクトに参加している主な団体名をご記入下さい。										
	応募担当者 連絡先	所在地〒 部署名: 役職名: 氏名(フリガナ): 電話番号: FAX番号: メールアドレス:										
	ホームページ	http://www.taiyo-yushi.co.jp										
	資本金(企業のみ)	1億2千万円										
	従業員・職員数	180人										
	事業内容(※行政の場合は、記入は不要です)	1. 植物油脂(パーム油、ヤシ油、ナタネ油等)を主原料にした業務用マーガリン、ショートニングの製造・販売 2. 植物油脂を主原料にした家庭用の洗濯用石けん、食器洗い用石けん、身体用固形石けん、ハンドソープ、シャンプー、リンス及びその石けんで乳化してつくったハンドクリームなどの化粧品類の製造・販売										
グリーン購入の 取り組み状況		<p>※ 応募団体及びプロジェクトとしてのグリーン購入の取り組み状況を簡単にお書き下さい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 3年前に取得した『エコアクション21』の取り組みの一環として、全社的に事務用品や作業着などグリーン購入の基準を満たした製品を購入することに努めている。 ○ 主原料のパーム油調達のためにRSP0(持続可能なパーム油のための円卓会議)に2011年3月に参画し、活動を開始している。 ○ 製品の包材は、ISO14001、エコアクション21又は『横浜型地域貢献企業』の環境管理システムを取得している企業より購入するように努めている。 ○ 有害化学物質を使用しない洗浄剤(石けん)を製造販売し、グリーン購入となる商品(エコマーク商品を含む)を消費者に提供している 										

1. 応募する活動の名称・タイトル

環境配慮設計商品(石けん類)の開発・発売と環境講習会によって
グリーンコンシューマーを育成・増加させる。

2. 活動の概要

○ 環境配慮設計商品(石けん類)の開発・発売

『環境配慮設計』の基準を定め、製品を製造する際だけではなく、消費者が使用する段階でも、人と環境に配慮した製品を開発・発売をしております。

『環境配慮設計の基準』

- ・原料…PRTR(化学物質排出・移動量届出制度:特定化学物質の環境への排出量の把握及び管理の促進に関する法律)指定物質、医薬部外品の表示指定成分など有害性の指摘のある合成化学物質は使用せず、石けんなどの生分解性の良い原料を使用する。
- ・製法…常圧以下で約100℃以下の温度で製造する。
- ・包材…紙、段ボールなどリサイクルできる素材を採用し、塩素を含むプラスチック素材は使用しない。
- ・製品…詰替可能な液体石けんや化粧水等では「詰替用商品」を積極的に作る。

日常生活で使われている洗濯洗剤、食器洗い洗剤、シャンプー、ボディーソープ、ハミガキ、化粧品に至るまで有害化学物質を使わず、昔から使われ安全性が確かめられた石けんを主原料に、基準に則り開発し、消費者にすすめ、グリーンコンシューマーを育成・増加させています。(詰替用はエコマーク認定品になっています。)

2010年度は、自然の白土と石けんでできた「ソフトクリーナー」、液体石けんでできていて、使いすぎを防ぐ泡で出てくるハンドソープ及び詰替用、合成着色料・合成化学物質を使用していないリップクリーム、植物油から作られた固形石けんなど5種類の新製品を開発(表1)し、現在販売アイテムは120種類になっています。

表1. 2010年度太陽油脂新製品

パックス ソフトクリーナー 	パックス お肌しあわせ リップクリーム 	ハローキティ お肌しあわせ ハンドソープ 	詰替用 お肌しあわせ ハンドソープ 	パックスナチュロン クリームソープ レモン・ミント 
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

○ グリーンコンシューマー育成・増加活動

学校、生協、環境団体、婦人団体、行政、消費者等に対し、石けんの使用方法、石けんの環境に対するよさについて環境講習会を通して広く伝えております。

<具体例>2010年度参加団体

- 学 校：子安小学校、神奈川小学校、大妻中学校、堺木中学校、横浜緑園総合高等学校など
- 生 協：コープ神奈川、パルシステム生協、アイコープ宮城、生活クラブ生協、グリーンコープ生協など
- 環境団体：横浜グリーン購入ネットワーク、大地を守る会、藤沢エコパートナー、日本野鳥の会、アースガーデンなど
- 婦人団体・行政：母親大会、横浜市、海老名市、横須賀市、甲州市など
- 消費者：夏休み工場見学会、千葉県消団連、ときわ会、ナチュラルスタイル、春日水神市場など

2010年度は環境講習会は115回(約4500人)実施し、有害化学物質を使用しないシンプルライフの提案を行いました。

講習会の内容

- ・ 植物油(オリーブ油、パーム油、廃食用油など)を使用した家庭でもできるペットボトルによる手作り石けん(図1)
- ・ 合成界面活性剤などの化学物質を使わないシンプルライフ、石けん生活の提案
- ・ 自家発電のコージェネレーションシステム(熱電併給)(図2)、太陽光発電(図3)を使用している自社石けん工場案内。子供向けには石けんチップを使用したマイ石けん作り。



図1. ペットボトルによる手作り石けん



図2. コージェネレーションシステム



図3. 太陽光発電

3. 活動による成果・効果(できるだけ具体的・定量的な内容をご記入下さい。)

○ 環境配慮設計商品(石けん類)の開発・発売

- (1) 環境講習会に参加した人の口コミや活動により、石けん商品は着実に増加し、2010年度の売上は5年前の125%になっています(表2)。

表2. 石けん類売上

2005年	16億9300万円
2010年	21億1100万円

現在、生協のみならず、東急ハンズ、ロフト、自然食品店や、大手スーパーでも環境コーナーで販売されるようになってきております。特に、ネットでは「楽天」「Amazon」をはじめ大小合わせ100店以上の店舗で販売されるようになりました。

- (2) 箱根温泉の「天山湯治郷」では、箱根の自然を守ろうとパックスナチュロンシャンプーを使用し、入湯者に喜ばれています。コシヒカリの有機栽培に取り組む新潟県五頭温泉郷や世界遺産の白川郷、山形の天童温泉など全国60箇所以上の温泉地でも使用されています。日本で最初に15倍の泡になって出てくるシャンプー・ボディソープを開発したものを使用しているので、使いすぎを防ぎつつ、髪や肌、自然にやさしいと評価されています。



図4. 毎日新聞掲載記事

- (3) こうした取組みは、マスコミでも評判になり、毎日新聞(2010年9月30日)朝日新聞(2010年8月29日)神奈川新聞(2010年6月11日)などから取材があり、紙面に掲載されました。

雑誌では、「天然生活」(2010年4月地球丸)「オーガニックタウン」(クレヨンハウス2011年6月号)にも取り上げられ、「なっとくのシャンプー選び」(山中登思子著、彩流社)「シンプルスキンケア」(前田京子著、飛鳥新社)の本でも太陽油脂の取り組みが紹介されています。

- (4) この低温での石けん作りの経験を活用して、国際NGO「シャプラニール=市民による海外協力の会」とともに、2010年8月、ネパール・バングラディッシュでの石けん作りに技術協力し、フェアトレード用の石鹸開発に成功し、日本で伊勢丹、高島屋で販売が始まりました。(図5。)



図5. シャプラニールHPより、バングラディッシュフェアトレードソープ

○ グリーンコンシューマー育成・増加活動

- (1) 学校、生協、環境団体、婦人団体、行政、消費者等に対し、環境講習会を最近の5年間で482回、18,972人(年平均36回、3800人)に実施し化学物質を使用しないシンプルライフの提案を行いました。(表3)

表3. 過去5年間の講習会状況

	実施回数	参加人数
2006年度	91	3276
2007年度	92	3496
2008年度	93	3591
2009年度	91	4080
2010年度	115	4529

(2)2011年1月には、地域の小学校の総合学習の一環として「石けん教室」を開催しました。

身近な石けんを自分の手で実際につくすることで、児童の皆さんも楽しみながら、環境についての学習ができたと思います。学校からは、子どもたちが一人一人学んだことを模造紙にかいて会社に届けてくれましたので、工場の廊下に掲示してあります。

- ・「石けんはヤシ油やオリーブ油などの油をしようしているとゆうことはじめて知りました。」
- ・「一番心に残ったのはカルシウム石けんです。食べる石けんなんてはじめて聞きました。」
- ・「石けん作りがとても楽しかったです。家でも使っています。」
などの感想がいっぱい書いてあります



図 6. 石けん教室での実験



図 7. 石けん教室の感想

(3)2011年5月の生協の環境講習会後のアンケート結果には、

- ・「身近な現象から原発まで、生活の中の化学物質を興味深くきかせていただきました。実験を交えての話が納得力がよりよかったです。やはり最終的には消費者の行動にかかってくると思いました。」
- ・「ユーモアたっぷりにまじめなお話を伺い、ますます石けんが大好きになりました。私もバスタオルは使っておりません。てぬぐい派大賛成です！！」
- ・「今までより友人に石けんのよさを伝えていきたいと思いました。石けんを使うことから環境を考えたいと思いました。」

など記され、表4のような好評価が得られ、参加者皆が原発問題も含め、環境問題を自らの生き方としてとらえ、自らグリーンコンシューマーになるだけでなく、他にも広げていく決意が感じられました。

表 4. 2011年5月アンケート結果

大変良かった	52人(85%)
良かった	8人(13%)
ふつう	1人(2%)
合計	61人(100%)

(4)このようなグリーンコンシューマーを育成する環境講習会の取組み内容については、「ナチュロン通信」という冊子にまとめ、年3回、3万部発行し、希望者、環境講習会参加者に配布しています。また、2010年12月、ビッグサイトで開催された「エコプロダクツ」にも出展し、広く一般消費者、参加者向けに展示しました。

4. 活動に関して、①先進性・独自性、②継続性・発展性についてご記入下さい。(各200字程度)

①先進性・独自性

石けんを製造する際に、小さなエネルギーでできることを理解してもらうため、使用済のペットボトルに油とアルカリを入れ、40℃くらいで5分間振れば簡単に作れるよう工夫した石けんづくりの実験を交え、小学生から幅広い年代層の方に、楽しみながら学習をしてもらえます。

また、汚れを落とす実験やお酢実験による使用方法の説明、使用後排水されるとCa石けん(食用石けん)になる実験を踏まえ、石けんのよさが良く理解できるようになっています。環境省の出している「PRTR 市民ガイドブック」を使って説明するので、有害化学物質の環境汚染を理解し、減らす努力をしなければならないことがわかるようになります。

②継続性・発展性

石けんの製造は、創立当時(64年前)から行っており、化学物質がもてはやされた時も一切使用・製造せず今日まで継続しております。製品も、洗濯用、台所用石けんから始まり、現在ではシャンプー、ボディーソープ、ハミガキ、化粧品まで増加してきています。今後、石油原料を使わず、太陽エネルギーで育った植物から採った油脂が主原料であり、100℃以下の低温で製造でき、家庭でもできるので、より社会的にも認められ飛躍していくものと考えられます。

家庭の廃食油からもでき、家庭でも地域でも作業所等でもつくれるので、廃油(ゴミ)の減量、CO2削減にも貢献できるでしょう。