

「トイレットペーパー」購入ガイドライン 案

GPN - GL3A「トイレットペーパー」購入ガイドライン

1. 対象の範囲

このガイドラインは、トイレットペーパー（ロール状の製品）を購入する際に環境面で考慮すべき重要な観点をリストアップしたものです。

2. ガイドライン

トイレットペーパーの購入にあたっては、以下の事項を考慮し、環境への負荷ができるだけ小さい製品を購入します。なお「原料が古紙 100%であること」は、最も優先すべき要件です。

- 1) 原料が古紙 100%であること
- 2) ロール幅が狭いこと（購入の目安は幅 105mm）
- 3) シングル巻きであること
- 4) 芯なしタイプであること
- 5) 白色度が過度に高くないこと

※「GPN データベース」は、「原料が古紙 100%であること」を満たす商品のみを掲載しています。

※このガイドラインは、社会状況の変化や新たな知見によって必要に応じて改定されます。

1997年 11月 27日制定

2003年 8月 27日改定

2014年 月 日改定

グリーン購入ネットワーク

<ガイドラインの背景説明>

日本のトイレットペーパー市場は年々拡大しており、購入ガイドラインが制定された 1997 年の 89.3 万トンから 2004~~13~~年現在では約 94.5~~101.7~~万トンとなり、~~416~~年間で約 5.8~~13.9~~%の伸びとなっています。(出典：[紙・板紙統計年報「日本製紙連合会」](#) [経済産業省 生産動態統計年報 紙・印刷・プラスチック製品・ゴム製品統計編](#)) 2004~~13~~年の生産・消費量は、国民一人当たり換算すると約 7.5~~8.0~~kg に相当し、1 日約 9~~10.7~~m を使用すると推計されます。

1) 原料が古紙 100%であること

- トイレットペーパーは使用すると二度と再生できないものですから、他の製品以上に古紙利用を最優先すべきだと言えます。日本で生産・消費されるトイレットペーパーは、もともと古紙 100%で作られた製品が大半を占めており、1988 年頃までシェアは 80%を超えていました。ところが、木材から直接得られたパルプ(以下、単に「パルプ」という)100%で作られた製品のシェアが徐々に拡大し、古紙製品のシェアが 94 年以降は 70%を切るようになっていき、現在は 65%程度になっています。(なお、パルプと古紙を混合して作られた製品はごく少量しか出回っていません。)
- 古紙を再利用することは、ごみを減量化し、焼却や埋立てなどの廃棄物処理による環境負荷を低減することができ、資源の有効利用につながります。また、パルプの需要は今後世界的に高まることが予想されていますが、植林などを進めてもパルプの供給には限りがあります。森林資源への過度な需要圧力を緩和するためにも、資源としての古紙の役割はますます重要になっています。
- ~~○一般的に製品を古紙から製造した場合、木材をパルプ化して製造する場合に比べて総エネルギー消費量や総 CO2 排出量は減少します。このうち重油など化石燃料由来のエネルギー消費量や CO2 排出量だけを見ると、古紙の場合の方が逆に多くなります。これはパルプの場合、木材をパルプ化する工程で発生するリグニン成分などをバイオマス燃料として利用でき、製造に必要なエネルギーの多くを賄えるためです。~~
- 肌触りや柔らかさなどの品質面から見ても、日本の古紙製品は世界的に極めて質が高いと言われており、トイレットペーパーとして使う限り十分な品質をもっています。更に、古紙製品の方がパルプ製品よりも一般的に安価であり、経済的なメリットもあります。
- これらを総合的に考慮した場合、これまで以上に古紙の回収を促進するとともに、古紙 100%の製品の使用を推進することが望ましいと考えられます。

<参考>

古紙は、紙の加工工場や印刷工場から出る古紙（産業古紙）と、家庭やオフィスで消費財として最終用途を果たした後に発生する古紙（市中回収古紙）に分けられます。産業古紙は品質が安定しているため従来から利用が進んでいますが、市中回収古紙は一般的に様々な種類の紙が混ざって質が低いために利用が滞ることがあります。よってオフィスや家庭など古紙の発生源での適切な分別と回収を更に進めるとともに、市中回収古紙を使った紙の利用を進めることも有効と考えられます。

2) ロール幅が狭いこと（購入の目安は幅 105mm）

- 欧州などでは 100mm 幅のロールが一般的に使用されており、日本でも最近は業務用や生協などで、幅 100～110mm の商品が取り扱われるようになっていきます。尚、一般に販売されている商品の多くは JIS 規格で定められたトイレットロール幅の 114mm となっています。
- 幅 100～110mm（購入の目安は幅 105mm）でロールホルダーが対応していれば、省資源の観点から使用上支障がない範囲でロール幅が狭い商品を使用することが望ましいと考えられます。
- ロール幅については、環境負荷低減の観点から業界として標準化、規格化を検討していくことが望まれます。

す。

3) シングル巻であること

- トイレットロールには、「1枚だけを巻いたシングル巻」と「2枚重ねにして巻いたダブル巻」があります。業務用ではシングル巻の利用が広がり、地区によってばらつきはありますが、そのシェアは3割程度まで増加しています。
- 使用時に引き出すペーパー長さは、一般にシングル巻、ダブル巻に関わらず個人の習慣でほぼ決まっているため、1回あたりの紙の使用量はシングル巻の方が2～3割程度少なく¹資源の節約になるとともに下水負荷も小さくなります。結果的に環境への負荷を減らすことができるシングル巻を使用することが望ましいと考えられます。また経済的にもメリットがあります。

(基本原則 2-2 に対応)

- 消費者は、「ダブル＝ソフト」、「シングル＝ハード」という従来のイメージを持ち続けている傾向がありますが、現在は「ソフトシングル」が主流であり肌触りなどの品質は、大きく改善されています。

4) 芯なしタイプであること

- トイレットペーパーの形状は、芯があるタイプと芯がないタイプの2つに大別されます。また、一般的に芯なしタイプといわれる製品には、コア部分の形状によって「ペンシル型」「波型」「フラット型」の3種類があり、~~現在 40～50 社のメーカーが製造しています。~~芯なしタイプ製品のシェアは16～17%程度となっており、~~最近では~~業務用として利用が増加しています。家庭用は生協などでの取り扱いが進んでいますが、一般小売店での取扱いはまだ少ない状況です。
- トイレットペーパーの芯に使われる紙管は1本あたりおよそ5gで、全国で年間約3万トンが消費されていますが、そのほとんどはリサイクルされずに捨てられているのが現状です。芯の部分の資源節約とごみの削減を進めるためには、芯なしタイプの利用を推進することが有効と考えられます。
- また、芯ありタイプは通常ひと巻60mですが、芯なしタイプは固く巻くために見た目の大きさは同じであっても、一巻130m前後の製品が多く(製品によって100m～180m)、同量で比較するとコンパクトに納まります。例えば、芯ありタイプで12ロールのところを芯なしタイプでは同量が6ロールに納まることになるので、販売にかかる包装が削減でき、製品の輸送にかかる環境負荷を減らすことにもなります。一巻あたりが長いと、使用者にとってはロールを取り替える手間やコストを減らすことができるというメリットもあります。

(基本原則 2-2 に対応)

5) 白色度が過度に高くないこと

- 古紙製品の白色度は、原料古紙の質によって60～80%程度までばらつきがあります。(一般的な古紙100%製品の白色度は70～80%、パルプ製品の白色度は80～86%程度と言われています。)白色度の低い中低級古紙を多く配合した場合、出来上がる製品の白色度も当然低くなります。古紙の利用を拡大していくためには白色度の低い中低級古紙なども利用していく必要があります。
- 欧州などでは白色度が50～60%台の商品が一般に見られますが、日本では消費者が白い商品を好む傾向があるため、白色度が75%前後の製品が製造・販売されています。製品に過度な白色度を求めると、牛乳パックなどの白色度が高く印刷が少ない古紙に原料が限られてしまいます。また、より多くの漂白剤を使用しなければなりません。

¹ 全国家庭用薄紙工業組合連合会の調査による(調査方法、調査時期は不明)

○本来、用途の性格上トイレットペーパーには、過度な白色度は不必要であり、消費者が過度な白色度を求めなくなれば、脱墨剤や漂白剤の使用削減、中低級古紙の利用促進、エネルギーの削減、歩留まりの向上などに貢献し、ひいては生産コストの削減にもつながります。

(基本原則 2-1、2-2 に対応)

<参考>無漂白について

衛生用紙においては無漂白についての一般的な定義が存在しないため、製造業者によって「漂白工程では薬品を使用せずに殺菌工程で漂白効果のある薬品を使用している製品」などを「無漂白」と表示しているケースなどもあり、製品表示が消費者を混乱させている面があります。

古紙製品の製造工程においてバクテリアを殺菌する薬品の使用は避けられません。通常、漂白剤には殺菌効果もあるため、漂白剤を使用した場合には別途殺菌剤を使用する必要がありません。一方、漂白剤を使用しない場合、殺菌工程で薬品を使用せざるを得ません。中には、通常は漂白剤として使用する薬品を殺菌工程で殺菌剤として使用する場合もあり、薬品を製造工程のどの段階で投入するか（主たる投入目的）によって、製造業者の「漂白剤」か、「殺菌剤」かの判断が異なります。よって「無漂白」という表記だけでは環境への負荷が低減されているとは判断できないと言えます。

<その他の考慮事項>

○蛍光増白剤の残留について

蛍光増白剤は食品衛生法によって食品や直接食品に触れるものへの添加が規制されています。現在、トイレットペーパーの製造過程で蛍光増白剤は使用されていませんが、古紙に含まれる蛍光増白剤をリサイクルの過程で完全に除去できないため、古紙製品には蛍光増白剤が残留しています。しかし、残留量は極めて少ないので古紙製品の利用を推進すべきです。

○着色・着香・印刷について

着色・着香・印刷の製品は、製造工程における環境負荷が、それを行わないものと比較して大きいとされているため、可能な限り使用しないことが望まれます。着色・着香・印刷が古紙製品の使用量を拡大する手段として行われる場合であっても最低限に留めることが望まれます。

<ガイドラインの新旧対応表>

	新ガイドライン（2014年）	旧ガイドライン（2003年）	改定内容
ガイドライン項目	1) 原料が古紙 100%であること	1) 原料が古紙 100%であること	変更なし
	2) ロール幅が狭いこと	2) ロール幅が狭いこと	変更なし
	3) シングル巻きであること	3) シングル巻きであること	変更なし
	4) 芯なしタイプであること	4) 芯なしタイプであること	変更なし
	5) 白色度が過度に高くないこと	5) 白色度が過度に高くないこと	変更なし

エコ商品ねっと登録フォーマット

トイレットペーパー

- ★ 商品は、①家庭用として一般小売店で購入可能な商品、②家庭用として一般小売店で購入できない商品（主に業務用）の2つに分類して掲載されています。
- ★ 分類の中では、①ロール幅が狭い、②シングル巻き、③芯なしタイプ、④白色度が低い、④事業者の50音順に掲載されています。

1. 掲載条件

以下の掲載条件を満たした製品のみ掲載しています。

○原料が古紙100%であること

2. 登録フォーマット

(1)基礎情報

銘柄名	商品の名称 ※掲載している全ての情報が同じであれば、複数銘柄が記載されています。
事業者名	商品を製造・販売している（ブランド名を持つ）企業の名称 ※他社が製造した商品を自社ブランドで販売する場合、自社名が記載されます。

(2)環境情報

グリーン購入法の判断基準適合	グリーン購入法の特定調達物品等の判断基準への適合状況 [○]: グリーン購入法の判断基準に適合している []: 適合していない（空欄） ※判断基準の詳細については（注1）を参照
ロール幅（mm）	ロールの横幅
巻き方	[S]: シングル巻き [W]: ダブル巻き
ロール芯の有無	[細]: 芯なし・細穴タイプ [太]: 芯なし・太穴タイプ [有]: 芯ありタイプ
白色度（%）	白さの度合い（数値が大きいほど白い） ※色紙の場合は[-]が記載されています。 ※白色度にばらつきがある場合は、その平均値が記載されています。

(3)機能情報

1ロールの長さ（m）	ロールあたりの長さ ※巻き方が「ダブル巻き」の場合は、2枚分の合計が記載されています。
------------	--

(4)その他の情報

他の環境配慮特記事項（環境ラベルの取得状況等）	情報提供者から上記以外の環境情報で、特にアピールしたいことがある場合に記載されています。 ※エコマーク等環境ラベルを取得している場合、取得状況について記載されています。
-------------------------	---

(5)情報提供者問い合わせ先

環境面問合せ先	部署名、TEL、FAX、E-MAIL ※最大3箇所まで
購入時間問合せ先	部署名、TEL ※最大5箇所まで
環境報告書	環境報告書の有無等
ホームページアドレス	製品情報を掲載しているホームページアドレスを記載 (30字)
他の環境情報源	一般に入手できる環境関連冊子やパンフレット類などの情報源について、タイトル等を「」で記載 (80字)