

ハートツリー 国産材割り箸に広告

海外産と同等の価格に

環境ビジネス支援のハートツリー（東京・港、服部進代表取締役）は十月中旬から国産間伐材で作った割り箸（ばし）に広告を付けて、海外産と同レベルの価格で販売する。広告収入によって海外産より割高な国産間伐材の不利を補う。世界的な資源囲い込み競争もあって国内の森林資源の有効活用が求められている。広告付きモデルで国産の価格競争力を補い、国内の森林経営を支援する。



ハートツリーが販売する広告付き割り箸の製造現場（奈良県吉野地区）

キンレイが運営するフアミリーレストラン「かごの屋」の関東の十店舗が、十月中旬から箸袋の表側に広告を印刷した国産材割り箸を導入する。

年間百万膳の利用を見込む。国内流通大手も年内の導入を検討中で、初年度だけで一千万膳の販売を目指す。国産割り箸は海外産に

比べて、製造コストが二―三倍もする。重機を使った大規模経営がふつうの中国などの林業に比べ、国内林業は規模が小さく、人件費がかさむた

めだ。当初は食品企業の広告を付ける予定だ。広告収入を得ることで、割高なコストを抑え、店舗が外国産割り箸とほぼ同

「マイ箸」として、企業のノベルティグッズなど向けにも販売する。植樹をして作った人工林の維持には、細い木を切り倒して、森の中に日

等の価格で採用できるようにする。

間伐材には、奈良県吉野地区で間伐したスギを使う。割り箸だけでなく、間伐材の硬い部分は何度

も繰り返し利用できる。伐の手が入らぬ森も少なくなない。これが森林が荒廃する一因になり、保水や土砂崩れ防止など森林が本来もつ機能が失われる危険がある。