

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。世界的な資源困り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一年間百万膳の利用を見込
アミリーレストラン「かむ。国内流通大手も年内
この屋」の関東の十店舗の導入を検討中で、初年
が、十月中旬から箸袋の度だけで一千万膳の販売
表側に広告を印刷した国を指す。
産材割り箸を導入する。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

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
「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

光が入り込むようにする
伐の手が入らない森も少
間伐の作業が必要にな
なくない。これが森林が
荒廃する一因になり、保
なことや、間伐した国産
木材の用途が広がらない
林が本来もつ機能が失わ
れる危険がある。

割りばしを 国産に変更

ナチュラルローソン

ローソンは首都圏で展開する「ナチュラルローソン」八十二店舗で、顧客に無料配布する割りば

し(はし)を十一月二十五日から国産品に変更する。はし袋の表側に広告を印刷して広告費用を得ることで、中国産に比べて二―三倍する製造コストを補う。森林の管理作業から出る端材を原料に
使い、国内森林資源の維持につなげる。奈良県吉野地区で得られるヒノキの間伐材を加工する。

日本経済新聞 2008年10月4日(土)掲載

割りばし、国産に変更

ローソンは首都圏で展開す

る「ナチュラルローソン」八十二店舗で、顧客に無料配布する割りばし（はし）を十一月二十五日から国産品に変更する。はし袋の表側に広告を印刷して広告費用を得ること

82店舗、広告でコスト補う

奈良県吉野地区で得られるヒノキの間伐材を割りばしに加工する。一カ月に六十万膳程度の利用を見込む。

広告収入で割高な国産割りばしのコストを補てんする仕組みはハートツリー（東京・港、服部進代表取締役）が企画。来年度中にはさらに三十四社の採用を目指す。

国内で消費される割りばしは九割以上が海外産。木材の伐採や加工時の人件費などで国産は大幅なコスト増になるため利用量は増えていない。

ナチュラルローソン

割りばしに国産の間伐材

キンレイ
環境に配慮

キンレイ(大阪市)は一面での配慮から繰り返し奈良県・吉野産ヒノキの間伐材を使った割りばしを和食レストラン「かごの屋」の一部店舗で今月中旬から導入する。環境

組みを訴える。環境
組みを訴える。環境
組みを訴える。環境

イトツリー(東京・港)から購入する。価格は中国産などの外国産とほぼ同等という。まず関東地区の十店舗で採用し、二〇〇九年五月以降には関西の五十二店舗を含めた全店舗での導入を図る。全店で使用

した場合、年間で約七百万膳の使用量となる見込みだ。間伐材は人工林を育てるために伐採した木材。これまで伐採後も使用されずに山中に放置されていることが多かった。間伐材の活用も環境対策

の有効な手段になる。キンレイはイトツリーを通じて今春から植樹活動をしてきたが、店舗でも顧客に対して環境への取り組みをアピールする。