



グリーンコンシューマー東京ネットは、環境を考えて生活する消費者の組織として二〇〇一年に市民グループとして発足し、二〇〇三年にNPO法人として新たにスタートしました。『必要なものを選びましょう』『包装はできるだけ少ないものを選びましょう』『包装はできるだけ少ないものを選び、マイバックを持っていきましょう』などといった環境に優しい消費者マインドの拡大・浸透を図り、環境への負荷を減らすための『無理なく楽しくできる』取組を広げています」と語るのはグリーンコンシューマー東京ネットの理事を務める秋庭悦子さんです。

この秋庭さんが木材とのかかわりを強くしたのが、日本木材学会が二〇〇四年に開催した『日本の森を育てる木づかい円卓会議』でした。委員として参加した秋庭さんは、消費者目線に立つて木材利用に対する意見を述べましたが、このとき、木材について感じたことは「木材製品に関する情報がそもそも少なく、さらに消費者に対する情報発信が極めて下手なこと。そして、私たちの身のまわりから木材で出来た製品が本当に数多く姿を消していることでした」と当時を振り返ります。

「情報については、最近では、住宅を地元産の木材で建てようという取組が各地で始まり、原産地表示などトレサビリティに係る情報も整備されるようになってきました。ようやく私たち消費者が欲しい情報を入手できるようになってきたと感じられ、木材製品の『見える化』に向けた動きも消費者

緑のエッセー

グリーンコンシューマー東京ネット
理事 秋庭悦子

秋庭悦子

早稲田大学商学部卒業。1989年、消費生活アドバイザー資格取得。ハウスメーカー、NTT関東支社等の勤務を経て、総合資源エネルギー調査会委員、関東地域エネルギー・温暖化対策推進会議委員など、多くの委員に就任。現在は、森林における生物多様性保全の推進方策検討会委員など林野庁関連の委員も多く兼務。併せて(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任理事を務める。



としてはその導入に期待するところ大といえます」と、最近の動きを評価しつつも、「林業や木材業界は依然として情報の発信が消費者に向かっていません。木材の主要な需要先が住宅建設だから住宅業界に向けた情報発信が主体となる点は分かるのですが、木材業界はあまりにも住宅産業に対してばかり目を向けているように思えます」と不満はまだまだ解消されていないようです。

「私は石川県の生まれですが、子供の頃には木で出来たものが身近にいっぱいありました。椅子や風呂桶といったものから日用品や遊具に至るまで。そして、親から結婚祝いとしてもらったものも輪島塗りの漆器でした。これらを大事に使うことで、自然と木への愛着も増していたんだと思います。今、それらはみんなプラスチックやステンレスなどに替わってしまいました。これでは木に対する親しみや愛着など湧きようがありません。住宅も大切ですが、身の回りに木の製品があるということも、木づかい運動を進める上で重要なポイントだと思います。今、身近にある木の製品は、一般的なお土産品か、あるいは本当に高価な芸術品といった両極端のものしかなくなってしまうました。そうではなく、お手頃で、しかもセンスがあつて、日常でも使い勝手の良い木の製品を普及していくことを、木づかい運動の大きなテーマとして取り組んでみたらいかがでしょうか。木の国日本ですから、日本の玄関である成田空港に木のインテリアを配するような取組も是非進めて欲しいと思います」と、秋庭さんの木づかいについてのアイデアは尽きないようです。