

建築資材トレーサビリティ ー 畳を例にー

□□研究室

□□ □□

指導教授
承認印

1. 研究の背景と目的

人々が安心して暮らすために、製品を選び購入する際に指標とするものは、製品の表示である。しかし近年、消費者の信用を失わせる BSE 騒動や雪印事件等が続け様に起こったことにより、生産・流通システムの情報管理がきちんとなされていなかった事実、また、利益追求のために危険性を隠蔽する企業体質の問題が露呈した。このような事態を受け、安全性を確認するために、生産者から消費者の手元に届くまでの情報を把握できる【トレーサビリティ】の仕組みが注目されてきている。

これらの背景は『食』の分野で注目されてきたものだが、『住』の分野ではどうだろうか。住空間に有害な化学物質が紛れていれば、ユーザーが常に有害物質を体内に蓄積する危険性に晒されていることになる。しかし、一つひとつの建材についての安全性を保証するための法律やガイドラインが不備で、その結果深刻なシックハウス問題を招いた。有害性の大きい建材の使用が規制されたり、製品表示をする動きが出てきても、規格が曖昧なため、生産者独自の判断による表示であったり、確かな製品であっても流通経路の途中で汚染される危険もある。また、建材についても企業が事実を隠蔽して消費者を騙すようなことが起こるかもしれない。どこでどのように生産され、どのような流通経路で消費者の元に来たのかを知ることができるトレーサビリティの発想を、『住』の分野にも取り入れることが必要ではないだろうか。

本研究では、建築資材の一つである‘畳’を取り上げ、畳の需要と流通の変遷や、実際に各流通段階に携わる者の製品表示への取り組みや意識を把握することで、現段階における問題点を抽出するとともに、今後のトレーサビリティの展望を論ずる。

2. 研究方法

2.1 文献資料調査

食品トレーサビリティの現状について把握し、そこから『住』のトレーサビリティを研究する重要性和、例として建築資材‘畳’を取り上げるに至る経緯を明らかにした。また本研究の概要を展望するため、畳の需要と流通の変遷、畳店の現状を把握した。

2.2 インタビュー調査

畳の現状と背景を踏まえた上で、生産・流通・消費の各段階で、製品とその情報の追跡が可能か否かを知ることを目的としてインタビュー調査を行った。調査対象は、川上から川下方向へと辿る「トレースフォワード」調査として、畳にこだわりを持って取り組んでいる生産者と、その製品と何らかの繋がりが各流通段階に位置する業者を主とした。畳の複雑な流通体系のなかで、製品・流通過程での情報管理などの取り組みや、彼らの意識などについてインタビューした。

3. 調査結果

大量生産品や中国産輸入製品は製品表示などの情報管理がされていないが、価格競争の結果市場を席捲している。一方、国内の一部の生産者が製品表示、情報管理に取り組み始めている理由は、消費者側からの情報開示要求が強くなくても、むしろ消費者の畳の安全性を巡る関心を高め、本物の畳の良さを知ってもらうためである。しかし、せっかく良い畳表が情報とともに出荷されても、流通過程の各段階で関わる業者にその取り組みの理解がなければ、その情報が消費者に届くことはない。生産者側には、最も消費者に近い畳店がもっと畳に関する知識を身につけ、畳の良さを伝えて欲しいという声が強かった。これに関連して、消費者に正しい情報を伝え畳の良さを知ってもらうことで、畳の伝統を守る活動を行っている畳店の会があり、小さいながらも川上と川下をつなげるような動きが出始めている。

しかし現状ではその連携に関して困難な問題がある。畳の流通体系は非常に複雑で、国産畳の良さを伝えたいという思いは同じでも、それぞれの立場での考えや取り組み方に違いがあり、それぞれにこだわりがある。例えば、従来の市場・問屋等の流通機能を持つ流通体系に位置している業者は、中間抜きの流通を良くは思っていない。大量の材料をストックでき需要に合わせて提供できるという機能が成り立たなくなること、価格の乱れが生じるなどの理由からである。また、新しい流通体系の構築を試みている業者は、従来の流通機能を評価しつつも、互いの顔が見えより良い品物を仕入れることが出来る相対取引数を増やしたいと考えている。このように、各々の流通段階で畳の情報を伝える動きがありながらも、流通過程の中で多様な取引方法が混在することが、連携を困難にしている。実態調査から、立場の違う者同士が集まり、話し合い、互いを知ることがまずは重要であるということ強く認識した。

4. 結論・展望

これまでライバルとして互いに関わりのなかった人々が意見を交換し合い、製品表示など統一性をもったブランド化を図る動きが出てきている。この動きがさらに進めば、製品表示だけではない安全・安心感を与える情報開示が可能な生産履歴システムをベースにして、現状では決して高いとはいえない消費者の関心が急に高まっても、いつでも対応できる体制を構築できる。これは、情報管理のされていない輸入製品による大量生産・大量流通方式では対応できない。また、情報について最も重要なことは、いかに詳細で正確であるかもさることながら、いかに相手に信頼されるかではないか、と考える。そのためには、今すぐに高いコストをかけて詳細なシステム作りに取り組む必要はなく、統一化に向けての意識を高めながら、自分の範囲でできることから取り組んでいけばよいのではないだろうか。例えば、生産農家は栽培日誌を付ける。流通業者は製品が混在しないよう管理の徹底をする。畳店は消費者に対して確かな知識で親切な対応・製品の提案をする。そして、相互の取引者が情報の受け渡しを確実に行うよう心がけることだ。消費者が安全・健康志向で関心を寄せ、関連する情報提供を求めた時に支持されるのは、このような製品に想いやこだわりを持って地道に情報管理・提供に取り組んできた生産・流通・販売者であろう。現時点では、製品表示の情報が確実に消費者の元に辿り着くよう、畳を納める際、住宅の引渡し時等に、必ず消費者に直接手渡しできる体制をつくる必要がある。

主要参考文献

- [1] 「チルチンぴと別冊7 脱、シックハウス。「住宅の成分表示」宣言」, 風土社, 2004年
- [2] 船瀬 俊介, 「よみがえれ! イグサ」, 築地書館, 2002年
- [3] 「安心を届ける食品のトレーサビリティ - 「食」と「農」再生の切り札 - 」, #イニスフォーラム, 2003年