

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。

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―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。