



田口理穂 * ドイツのエコあれこれ

No. 7

4年で売り上げを倍増した 「環境にやさしい印刷屋」

ハノーファー郊外にある『環境印刷ハウス』は「いいことをし、そのことについて話し、それで稼ごう」をモットーにしている。同社はパンフレットやプラカード、封筒、車や路面電車の外装など大小さまざまなものを印刷している。

代表のトマス・ラツケさんは1994年に印刷会社を起業し、いわゆる普通の印刷会社を営んでいたが、2007年に心機一転、環境に配慮することを決めた。

「最初はマーケティング戦略の一環だった」と笑う。環境・気候保護に取り組んでいる会社としてアピールするのは利点があると思ったからだ。しかし実際に始めると、環境配慮は未来にとって必要で、かつわくわくすることだと気づいた。

5年前に社名を現在の形に変更し、環境保護をいっそう前面に打ち出すようになった。CO₂排出の少ない印刷工程を導入し、環境に負荷をかける溶剤は使わず、リサイクル紙の使用を基本としている。



社長のラツケさん。会社のイメージはリスと森

PVC（ポリ塩化ビニール）を使わないプラカード制作も受け付けており、依頼者は選択できる。

照明はLEDランプで人が来ると自動的に電気がつき、いないと消えるセンサーを設置した。社用車は5台あり、電気自動車かハイブリッド車である。

しかし、いくら良いことをしても企業として生き残れなければ、事業を通して社会貢献や自己実現をすることは

できない。持続可能というのはあらゆる意味で鍵となる。

ラツケさんは「社会と環境に寄与しつつ、事業を成り立たせることは十分可能」としつつ、長年の経験から「印刷はいってみれば誰がしても同じ。だから他社より5%以上高いと消費者は手を出さない」と知っている。価格差数%にどのような付加価値をつけるかが勝負である。

ラツケさんは「コミュニケーションが重要で、自分が心から納得していれば社員に伝わり、社員がさらにお客に伝えてくれる」と話す。

地元のサッカークラブを支援したり、省エネについて住民向けセミナーを開くなど地域とのつながりも大事にしている。これらの取り組みにより社の売り上げは4年前に比べて倍になり、社員30人を抱えるまでに成長した。実際に同社を見て気候保護に乗り出した取引先もあるといい、わくわくの輪が広がっている。

ごみかんドイツ特派員 田口 理穂

AKIRA の 成長記録



ニーダーザクセン州の学校では毎年4月「将来の日」があります。もともと子どもが親の職場を知るために始まったもので、今ではさまざまな仕事を知る機会として職場見学をします。

小5から中1が対象で、訪問先は自分で探します。警察や動物園、市庁舎は大人気。一般公募はせず、社員の子どものみ受け入れる会社も多々あります。明は、私

が働いている大学図書館に出かけました。

まず図書館についての説明を受け、館内を見学。それから製本です。本といつてもノートのようなもので、厚紙に名前を刻印して表紙とし、無地の紙を束ねて糸で留めれば完成です。その後は図書館内でクイズと宝探し。おみやげにお菓子やシールをもらって「来年もまた行きたい」と大満足で帰ってきました。定員20人のところ、男の子は4人で残りは女の子でした。

こうして社会のしくみに触れる機会があるのはいいですね。図書館で宝探しをして図書の仕事がわかるのか疑問ですが、仕事の厳しさより楽しさを重視していてドイツらしいと思いました。