

広告関連資材卸のベルアドワイズは、再生プラスチックを主原料に使いリサイクル率を高めたディスプレイ用低発泡スチレンボード「エコノラックW」を開発、販売している。広告資材としては数少ない、エコマーク認定を受けた製

品として注目を集める。開発を主導したCEO付購買グループマネージャー兼CEO付販促グループマネージャーの古川智太氏に、製品化の狙いや今後の展開などを聞いた。

(聞き手・堤元太郎)

「製品を開発した背景は。」「グループ会社のベルグリーンワイズは以前から、環境保護に對

先駆者たち

企画開発の舞台裏



古川智太氏

「応じた包装資材を販売していた。広告資材も同様に、エコの観点から独自の製品を作りたいという社長の思いがあり、開発が始まった。」

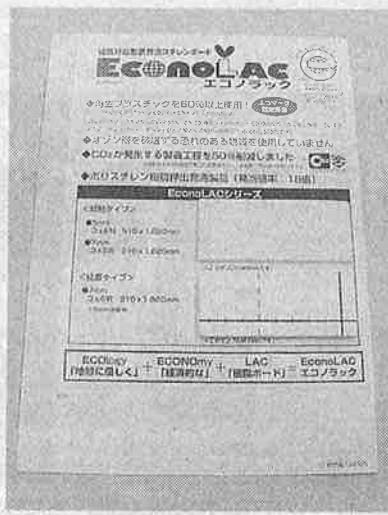
「当時、リサイクル率の高い広告資材を販売していたメーカーが少なかったことも背景にある」

「製品化に向けて苦闘」

「製品化に向けて苦闘」

低発泡スチレンボード「エコノラックW」

ベルアドワイズ



「エコマーク認定で付加価値を高めた「エコノラックW」」

「労した点は。」「主原料となる再生材を集めることに最も苦労した。安定供給を実現するまでに時間はかかったが、協力会社を採し、独自の回収方法を確立することで、問題を解決できた。材料供給と製造の面で心強い協力企業を得られたことが大きい」

協力会社探し原料回収法確立

（ひるかわ・ともひろ）

古川智太氏に聞く

エコマーク取得 広告で付加価値提供

「取得した。」「エコマーク認定を

「今後の展開は。」「エコノラックを使

「芯材に使う再生プラスチックの比率を60%にまで高めたことで、プラスチック類と比べて、排出量を何割削減して認定を受けることができた。ポスターを貼ったあとの完成品にもエコマークを表示することができると、ある広告主にとっては大きな付加価値になると思う」

「顧客の反応は。」「多くの広告主は、エコ商品という点に強い興味を示す。ただ、広告製作会社にとって、コスト面が大きなネックになり、採用に至らない場合がある。中心に、CSRに高い企業へアピールしていきたい」