

면방적 - 환경을 배려하는 에코 전략

◎ 닛신보(Nisshinbo) - 환경 헌장 제정하고 에코사업 추진

닛신보는 1993년에 환경헌장을 제정하였는데, 이 헌장에는 ① 환경부하를 줄일 수 있는 기술혁신 추진 ② 환경 매니지먼트 시스템에 그룹 전체 참가 시켜 환경 퍼포먼스 계속적 개선 ③ 생에너지(省 energy), 생자원(省資源), 폐기물 감량화, 지구온난화물질, 오존층 파괴물질, 유해물질 등의 배출삭감, 폐기물 등의 리사이클(recycle)추진 등 원칙이 있다.

중요사항의 하나로 되어 있는 환경 매니지먼트 시스템 운영에서는 1998년 5월에 섬유업계 중에서 앞서서 ISO 14001을 미아이(美合)공장이 인증 받았다. 현재는 14개 사업소에서 인증(認證)을 받았을 뿐만 아니라, 미아이 후지에다(藤枝), 시마다(島田), 공장들과 오사카 지사, 본사 등 섬유사업에 관계가 있는 거의 대부분이 인증을 받았다.

이외에도 ‘에콜로지아(Ecologia)’ ‘에코시스(Ecosys) 28°C/20°C’, 바나나 섬유 등 환경 배려형 소재를 개발할 뿐만 아니라 회수 리사이클 시스템을 구축하는데 주력해 왔다.

2007년도는 ① 환경 배려형 상품의 판매확대 ② 생에너지 추진 ③ 수송량 삭감 ④ CO₂ 배출량 삭감 ⑤ PRTR(Pollutant Release and Transfer Register : 유해한 화학물질 배출량 등의 자주관리 system)로 지정된 특정 화학물질 배출량 삭감 ⑥ 법규제(法規制) 준수 ⑦ 제 1회 환경보고서 작성 준비 추진 등을 기본방침으로 하고 추진 중이다.

◎ 구라보(Kurabo) - CSR 위원회 만들고, 태양광, 풍력 이용으로 환경문제에 대응

구라보는 2006년 3월에 CSR(Corporate Social Responsibility 기업의 사회적 지위) 위원회를 설립하고, 그 밑에 환경 위원회를 만들었다. 환경위원회에서는 ① CO₂ 삭감 ② 폐기물 삭감 ③ 재이용률 향상 ④ 그린 구입률(green 購入率 : 환경 배려형 상품의 선택·구입 비율) 향상 ⑤ 카피용지 삭감 등의 항목에서 전사(全社) 목표수치를 정하여, 각 사업소로 통지하여 환경문제를 지키고 있다.

2006년도에는 CO₂를 판매고 비율로 1% 삭감하고, 폐기물을 5% 삭감하는 등의 목표를 정하고 추진하였다. 이와 같이 추진하면서 군마(群馬) 공장에서는 연료를 도시가스로 바꾸었으며, 도쿠시마(徳島) 공장에서는 풍력발전과 태양광 발전을 도입하였다. 2007년에는 호조(北條) 공장에서도 태양광 발전을 도입하였고 10월에는 도쿠시마 공장에 제 6호 태양광 발전기를 도입할 예정이다.

2007년도에는 절대치로 CO₂ 1% 삭감, 폐기물 3% 삭감 등을 계획하고 있다. 2006년도까지는 구라보 단체(單體)로 추진해 왔는데, 2007년도부터 구라보 그룹이 참가하여 추진하고 있다. 또한 공장에서는 제로 에미션(zero emission : 어떤 사업의 폐기물을 다른 산업의 원료로 사용케 하여 폐기물을 zero로 하려는 계획)이 되도록 본격적으로 추진하여 2007년 중에 3개 공장에서 달성되도록 추진하고 있다.

◎ 다이쇼 방적 - 표준사양 따라 환경배려, 트레이서빌리티로 고부가가치화

다이쇼 방적은 모든 소재를 환경과 사람에게 온순한 소재로 바꾸어, 세계

각지의 농장과 콜라베이션(collaboration)한 독자적 개발 소재로 사업을 하고 있다. 희소성이 아주 뛰어나고, 트레이서빌리티(traceability 追跡可能性)를 전면에 내세워, 소재의 스토리성(story性)으로 부가가치를 높이고 있는 것이 강점이다.

동사는 일본시장에서 최고의 공급량을 자랑하는 오거닉 코튼을 비롯하여 ‘5개 대륙에서 특선(特選)한 코튼’, ‘바나나 섬유’나 칩, 사탕수수과 같은 식물 원료소재, 캐시미어 등의 수모혼방, 화합섬유와의 복합(複合) 등으로 다채롭게 제안하고 있다.

이들의 모든 것에 대하여, 원료로부터 제품까지 누가, 언제, 어떻게 생산하여 판매하고 있는지의 트레이서빌리티를 분명히 밝히고 있다. 농장에서 일하는 사람들 모습이나 그들의 소원, 현지 풍토나 문화 등에 관한 소재의 배경 스토리를 고객인 제직공장이나 어패럴 소매상에 이르기까지 전해줘, 최종적으로는 소비자에게까지 전해줄 정도로 철저하다.

지금도 이상적인 섬유원료를 찾느라 국내외를 돌아다니고 있다. 2006년 가을에는, 일본사람으로서는 최초로 ‘기자(Giza) 87’을 구입하는데 성공하여, 이것으로 만든 새로운 차별화 원면 ‘로제타미야’를 개발하였다. 암석염색(岩石染色)에서는 전통적 고색염색(傳統的 古色染色)인 ‘벵갈라(Bengala)’의 빨간색 안료를 새로 추가하였다. 환경과 사람에게 온순한 ‘물건 만들기’에 끝은 없다.♣