エシカルなインテリアを!!

〝目に見えないけれど何か気持ちいい〟行動

もともと英国から始まったとされるethical（エシカル）という行動志向。日本では、消費者庁が2015年から2年をかけ『倫理的消費』調査研究会」を開催したことから「エシカル消費」という概念が普及し始める。

日常手に入る商品の背景には、素材・加工・製造などの過程で海外との繋がりが認められるものが少なくないが、場合によっては、貧困や人権、環境破壊等に結びつく問題を抱える国や地域と密接に関係し、流通していることも現実である。エシカルは、「安い」ことを理由に安易に選択・消費するのではなく、その商品の背景を意識し、世界の緊急課題に微量でも役立つ消費・行動をしようという考え方だ。そのエシカルをインテリアの分野にも広げたいと活動しているIDM「エシカルなインテリア研究会」の代表・江口惠津子氏に語っていただいた。

エシカルを直訳すると「倫理的な」とか「道徳的な」といった意味になります。製品がどこで・だれによって・何から・どうやって作られたかを知り、その上で製品を選び、買う（使う）という考え方です。それをインテリアの分野にも採り入れ、広めていこうと活動しているのが「エシカルなインテリア研究会」です。

エシカルに共感

この研究会は、2018年にインテリアに関わる25団体が横断的に繋がり設立したインテリアデザインミーティング（IDM）の研究活動部門として発足したグループで、住宅・インテリアに関わっているコーディネーターやプランナー、建築家などエシカルの考え方に共感した9名で現在、活動を行っています。

私に関して言えば、きっかけは一枚の写真でした。汚染された綿花（コットン）の畑で少女が泣いている情景、それを見た時、インテリアの素材として欠かせないファブリックの大元で起きている問題に衝撃を受けたのです。普段、素材として扱いながら、その見えない部分まで意識したことがなかったことに気付かされました。そして、インテリアに関わる者として、仕事で扱う製品の裏側、その製品が出来上がる背景を知った上でどれを選択するのか考えることが大切なんだと思いました。

江口惠津子氏

個人にとっては些細なことかも知れませんが、そのようなエシカルの意識を個々が持つことで少しずつでも世界や社会が良くなって行くのだと思います。特に日本には、昔から「もったいない」とか「お互い様」、「三方よし」など美徳とされてきた、エシカルに通じるような物の考え方がありますので、消費者として、価格だけではない基準で物を選ぶ世の中に変わっていけるはずですし、そうなって行くきっかけを作りたいと思っています。

消費者と企業の差

エシカルという言葉自体、まだそれほど馴染みがあるものではないようです。研究会では、昨年末、エシカルが住分野においてどの程度浸透しているか等について、消費者と企業を対象にアンケートを実施しました。その結果、消費者における「エシカル」という言葉の認知度は27・5％と低いものでした。企業に至ってはアンケートの回答率が20％という残念な結果でした。

企業では、これまでデザイン性・装飾性・機能性を重視した製品づくりをされてきたと思います。しかし、アンケートの結果から、消費者はデザイン性を第一としてはいないこともわかりました。アンケートでは、環境配慮の製品を買いたいという人は6割を超えています。これからはエシカルを取り入れ、それを土台とした製品づくりを行っていただきたいですね。そのために、企業にもエシカルの考え方を浸透させていきたいと思っています。

より良い社会へ

一方で、国連が提唱し各国が取組んでいるSDGsは、言葉としてかなり認知されて来ていると思います。エシカルをSDGsにあてはめると12番目（つくる責任　つかう責任）の目標にあたります。実は、エシカルはそれに限らず、SDGsの全部を内包する概念だとも言えるのでしょう。今までは、「省エネ」とか「地産地消」「環境にやさしい」などの言葉で表わされていた〝目的〟をさらに広げた「目に見えないけれど何か気持ちいいこと、それが何かに役立つこと」、そのことを一人ひとりが意識し行動することで、より良い社会に変えて行けたら嬉しいです。

ei
ethical interior

イシカルなインテリア研究会」のロゴマーク。「エシカル」と「インテリア」の言葉は、商標申請し、今秋登録された。

新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン

令和２年８月25日改訂版

◎感染防止のための基本的な考え方

職場における新型コロナウイルス感染症の大規模な感染拡大防止のためには、①労働衛生管理体制の再確認、②喚気の徹底等の作業環境管理、③職場の実態に応じた作業管理、④手洗いの励行など感染予防に関する基本的知識も含めた労働衛生教育、⑤日々の体調管理等も含めた健康管理に留意して取組みを実施する。

特に「3つの密」が生じやすいと考えられる建築工事の現場やオフィスにおいては、感染防止対策の徹底に注意が必要。

◎講じるべき具体的対策

①感染予防対策の体制

・経営トップが率先し、新型コロナ感染防止のための対策の策定等を検討する体制を整える。

・感染症の予防および感染症の患者にに関する法律等を遵守するとともに、労働安全衛生関係法令を踏まえ、衛生委員会や産業医等の産業保健スタッフの活用を図る。

・国、地方自治体、建設業者団体等を通じ、新型コロナ感染症に関する正確な情報を常時収集。

②健康確保

・従業員や作業員に対し、出勤前に体温や新型コロナへの感染を疑われる症状の有無を確認させる。体調の思わしくない者には休暇の取得を奨励する。また、勤務中に体調が悪くなった場合は必要に応じ、直ちに帰宅させ自宅待機とする。

・発熱等の症状により自宅で療養することとなった従業員・作業員は毎日、健康状態を確認。症状がなくなり、出勤判断の際は、学会の指針等を参考にする。改善が見られない場合は、医師や保健所への相談を指示。

◎建設現場

①建設現場での対応

・入場時の体温測定等、個々の現場で適切な健康管理を実施する。

・現場状況を勘案しつつ、消毒液の設置や不特定の者が触れる箇所の定期的な消毒を実施する。

・現場でのマスクやフェイスシールド等の着用や手洗いを励行する。

・朝礼、点呼や現場事務所等における各種の打合わせ、更衣室等における着替えや詰所等での食事、休憩など現場で多人数が集まる場面や密室、密閉空間における作業等においては他の作業員とできる限り2メートルを目安に一定の距離を保つことや、作業場所の換気の励行など3つの密の回避や影響を緩和するための対策に万全を期す。

・内装工事や仮設昇降機などで閉鎖もしくは狭い空間に多人数が集まる場面では、マスク着用は元より、工事エリアごとに区画を設定し、人数制限を設けるほか、扉・窓の開放による自然換気、換気装置の設置などにより、感染を予防する。

〈内装工事等など室内の現場における取組み等〉

▽内装仕上げや設備工事等の室内の作業では、工事エリアごとに区画を設定して作業

▽狭い場所や居室での作業は、広さ等に応じて入室人数を制限して実施

▽大部屋での作業等においても、あらかじめ工程調整等を行ってフロア別に人数を制限

▽室内には換気装置を設定し、換気を実施

▽工程管理や内装仕上げの確認・是正にWebカメラや通信端末等を利用し、遠隔で実施

▽作業用エレベーターは3密回避のための使用のルール化

②建設現場への移動等

・現場の状況に応じ、作業員を複数班に分け、入場時間や退場時間を一定時間ずらす。

・建設現場に車両で移動する際は、車両を増やす、近隣に借地し駐車スペースを確保する等により、同乗・相乗りを可能な限り避けるようにする。

（抜粋・一部要約）

ゼネコン3社連携合意

ロボット施工等技術相互利用

清水建設と鹿島建設、竹中工務店が協業でスタートさせていた取組みに新たに清水建設が参加。新規技術の共同研究開発、既に開発しているロボットの機能向上・改良、実用レベルにある既存ロボット技術の相互利用に取り組むという。

技能労働者のワークライフバランス向上や処遇改善、若年層の入職促進にも寄与するとしている。

労働保険適用促進強化月間

厚労省

厚生労働省では11月を「労働保険適用促進強化月間」として適用促進活動を展開する。

事業主や労働者に対し、①労働保険は国の強制保険であること、②短時間労働者であっても保険対象になること、③自分の職場が労働保険に加入しているか、等について理解を深めてもらうための広報活動を展開する。

平均経常利益3700万円

「建設業構造実態調査」結果

国土交通省が実施した「令和元年度建設業構造実態調査」の調査結果がこのほど公表された。

この調査は、建設業の基本的な産業構造およびその中長期的変化を的確に把握、建設業の構造改善に向けた施策の企画・立案への基礎資料を得ることを目的に5年に1度実施しているもの。

調査対象企業は、建設業の許可を受けている全国の（約47万社）から抽出した1万2286社の個人・法人で、有効回収数は6785社であった。

調査項目は次の8分野。①基本的事項、②営業活動、③取引関係、④経営管理、⑤従業者、⑥建設機械・設備、⑦組織化・事業の共同化、⑧経営革新・事業の再構築。

▽調査結果の主なポイント

〈営業活動〉1社あたりの平均完工高（海外完工高、兼業完工高を含まない）は、5億3930万円。／1社あたりの平均経常利益額は3730万円で、全体に増加している。また、経常赤字の企業数が前回調査から4・6ポイント減少した。／総資本経常利益率（経常利益額÷総資本額）は全体で7・0％と前回調査に比べ6・5ポイント増加している。／売上高経常利益率（経常利益額÷売上高（国内・海外完工高＋兼業売上高））は全体で6・4％で、前回調査に比べ3・2ポイント増加している。

〈取引関係〉工事代金については、工事施工後の現金受け取りが65・3％と最も高い比率となっており、次いで工事施工中の現金受け取りが17・9％、工事施工後の手形受け取りが7・2％。／手形期間については91日～120日が49・2％、90日以下が40・9％となっている。／下請工事を受注した際の元請企業との契約締結方法については、基本契約書があり注文書と請書を交換するが25・7％と最も高く、次いで工事ごとの契約書が23・0％、注文書と請書のみの交換が22・7％となっている。

〈従業者〉1社あたりの平均従業者数は13・8人で前回調査から0・3人増加している。／常雇等の雇用者が1～10人の企業が全体の69・1％、11～30人が23・9％となっており、両者を合わせると全体の93・0％が30人以下の企業。／雇用者のうち女性の占める比率は、1社平均16・9％であり前回調査より0・3ポイント増加。従業者区分では、現場労働者は横ばい、そのほかの区分すべてで女性比率が増加している。／保険の加入状況については、医療保険加入あり（1・9ポイント増）、年金保険加入あり（2・8ポイント増）、雇用保険加入あり（0・3ポイント増）で、いずれも増加した。