

全労済協会 慶應義塾大学経済学部寄附講座

「公共私による新しい福祉価値の創造

～新しい福祉価値をどのように生み出すか～

第7回 2021年11月16日

「花王のサーキュラーエコノミーの取り組み =プラスチック包装容器を対象に=」

花王株式会社 ESG 活動推進部 柴田学氏

■ESG を経営の根幹に据える

花王 ESG 活動推進部の柴田です。私は大学を卒業後の18年間、花王の栃木研究所に勤務し、現在は本社で環境や人権に関する仕事をしています。花王の原点はおよそ130年前に誕生した高級化粧石けんで、当時、国産の石けんは粗悪といわれていたのですが、国産の良い石けんを提供したところから事業が始まっています。以来、暮らしを変える製品を生み出し続け、2009年に環境問題に取り組む「環境宣言」を出しました。さらに10年経って、2019年には環境（Environment）だけでなく、社会（Social）やガバナンス（Governance）にもしっかりと取り組んでいこうという「Kirei Lifestyle Plan」を発表し、ESG 戦略に舵を切ったのです。

多くの企業が持っている憲法のようなものを、花王では「花王ウェイ」として共有しています。会社が何のためにあるのかというと「豊かな共生世界の実現」のためであり、ビジョンは「人をよく理解し期待の先いく企業に」、価値観は「正道を歩む よきモノづくり 絶えざる革新」です。ビジョンや価値観を実現するための行動原則として「共生視点 現場起点 個の尊重と力の集結 果敢に挑む」があり、社員はこれに沿って行動します。

この「花王ウェイ」のもと、中期経営計画が作られています。2020年の中期経営計画 K20 では企業としてどうあるべきかが示され、その土台として「非財務的な戦略・取り組みの強化」、「進化系『脱デフレ型成長モデル』の構築」をしよう、その鍵となるのが ESG だと、当時の社長が社内外に対して宣言をしました。

なぜ ESG を経営の根幹に据えるのか。自然環境、社会環境の大きな変化と、それに伴う人の変化があり、こうした中で企業が自ら変わらなければ取り残されるという危機感があります。企業価値を売上や利益だけで計るのではなく、ESG といった非財務を組み込んだ上での価値を向上させていこうということです。モノづくりのあり方も ESG を大切にしながら大きく変える必要がありますし、目線も花王がどうなりたいのかではなく、生活者が主役の ESG 企業経営に切り替えようとしています。今年の1月には社長が変わり、2030年を見据えた2025年までの中期経営計画 K25 が発表されました。基本的な考え方は以前の計画と同じですが、サステナビリティを考慮しない事業活動はしないと宣言しています。

■洗剤のコンパクト化による環境活動の推進

花王の環境活動について、紹介したいと思います。花王では、1975年に小型濃縮洗剤を、1987年には計量スプーンを添付したコンパクト洗剤を発売しております。以前の洗剤は両手で抱えなければならぬほど大きく、また消費者には洗剤を計量して使う習慣が定着していなかったため、ド

サドサと洗剤を使い、排水による河川や湖沼の富栄養化の問題も起きていました。洗剤をコンパクト化し、さらに計量用のスプーンを付けたことで消費者の生活を変え、環境の改善につながっています。2009年には超コンパクト液体洗剤を発売、すすぎが1回になり、使用する水や電力を減らすことに成功しました。2019年発売の製品では、従来有効活用できていなかった原材料を活用した、サステナブルな新洗浄基剤「バイオ IOS」を採用し、汚れや匂い、そして洗剤残りゼロで衣類の寿命が延びることにも貢献しています。

こうした活動をする中で、2009年の「花王環境宣言」は一つのエポックとなっています。以前は、環境活動について河川や湖沼の問題にはある程度対応できていたので、あとは自社の工場をちゃんとすれば良いという考えだったように思います。しかし、地球温暖化に対応するという視点で見直した時に、我々の事業におけるCO₂の排出量は原材料調達から廃棄まで製品のライフサイクル全体の10%に過ぎず、原材料の調達先、販売後の製品の使用先、廃棄における排出量の方が大きいことを理解しました。これからは、お客さま、ビジネスパートナー、社会と“いっしょに eco”というスタンスで環境活動に取り組もうという考えに至りました。

■プラスチック包装容器をリデュース、リサイクルする取り組み

花王が1年間に発売している製品の数は約20億個で、ご家庭では年間約40個の製品を使用しています。これらはすべてプラスチックの容器、包装を使用しています。こうしたプラスチック包装容器は生活者のKirei Lifestyleには必要なものでありますが、脱炭素社会においてこうしたプラスチック包装容器を作るための原料はどうするのかという資源の問題と、使用後のプラスチック包装容器をどうするのかというごみの問題が出てきます。

2018年、花王は「私たちのプラスチック包装容器宣言」を発表しました。使用するプラスチックの量を「地球が受容できる範囲」ととどめ、使ったプラスチックは「自然界に排出されるべきではない」とし、「再利用、またはリサイクル」されるべきと考えます。すでに自然界に出たプラスチックについても「回収され、再生」すべきです。製品を発売して終わりではなく、廃棄まで責任を持つべきで、リデュースイノベーション（削減、再使用、化石由来プラスチックを他に置き換える）とリサイクルイノベーション（使用済みプラスチック包装容器をリサイクル）という取り組みが必要になってきます。具体的には、在来品からコンパクト化した濃縮製品や詰め替え製品への置き換えにより、プラスチック量を減らします。また、ボトルからフィルムに替えること、通販・ケース販売でラベルレスボトルを提供すること、店頭での詰め替えにもチャレンジしています。

使用済み詰め替えパックはプラスチックの削減には良いのですが、リサイクルは難しいとされています。しかし、使ったら捨てるという当たり前を変える取り組みを進めています。詰め替えパックを回収、裁断・洗浄し、ペレット化して、最終的に組み立て・再利用が容易なブロックに再生して新しい価値を創造することができるのではないかと、自治体と協力して社会実装の実験をしているところです。

環境活動は、一社では難しいので、ライオンさまと協働し、イトーヨーカ堂の協力を得てリサイクル実証実験を開始しました。集まったものをどうリサイクルするか、花王の最大の工場がある和歌山事業場内に実験プラントを設置し、詰め替え用パックをフィルム容器に再生するための課題解決、技術開発を行っています。以上が、花王の活動のご紹介となります。

<文責：全勞濟協會調查研究部>