

循環・3Rリレーセミナー  
～官民連携で加速するプラスチック等の資源循環～

# 「持続可能な社会の実現に向けた資源循環ビジネス」

2021年2月8日  
中部大学経営情報学部  
細田衛士

# 講演内容

- 1.はじめに：大流行になったSDGs
- 2.新しい循環ビジネスの動き
- 3.マクロ経済的な発想の必要性
- 4.おわりに：循環ビジネスの夜明け

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



出典：  
外務省HP

# 1. はじめに

# なぜSDGsは流行になったか

- 今や**SDGsは流行**と言えるほどになった。
- 多くのビジネスマンが**SDGsバッジ**をつけている。
- **MDGs**はほとんど日本では見向きもされなかったのに、**なぜ今SDGsなのか**。
- 日経新聞が仕掛けたことも大きいが、**何か人の心をヒットしたものである**に違いない。

# 本当に実践につながっているのか？

- **SDGs**の流行が本当に**持続可能な経済社会の構築につながるか**どうか疑う向きもある。
- 確かに、**流行はいつかは廃れる**。
- **掛け声倒れに終わる**、ということもあり得る。
- しかし、「**形から入る**」ということも同様にあり得る。

# 17の目標はどれも当たり前だが…

- **SDGsの17の目標**はどれも当たり前だが、それでは**全部達成できるか**と問われると、簡単にはイエスと言えない。
- 日本では「**ジェンダーの平等**」（**SDGsの5番目**）などかなり達成が難しい目標。
- 「**人や国の不平等をなくそう**」（**SDGsの10番目**）も難しいのではないか。

# コロンブスの卵

- つまり、**SDGsはコロンブスの卵**のようなもの。
- 言われる前はあまり気づきもしないが、**言われてみると気がつく**。
- そして、何に気がついたかというと、**当たり前のことが達成できていない**ということ。
- これが、人々の「**何かしなければ**」という思いにつながった。



# その波に乗れ！

- だったら、**その波に乗れば良い。**
- **スジがしっかりしてさえいれば**、流れに乗ることも悪くはない。
- しかし、しっかり**自分の立ち位置を見据えながら**、実際の**行動と成果に繋げなければ意味がない。**
- **プロは結果で判断**されるのだ。（アマチュアは努力だけでも評価されるけれど。）

## 2. 新しい循環ビジネスの動き

# 環境で競う時代

- かつてカルロス・ゴーンは「**消費者は環境には金を払わない**」と言っていた。
- しかし、“**Ghoshn is gone!**”、それは間違いだった。
- 今や**消費者は環境に支払い意思**を示し、**環境にお金を使う**ようになった。
- だから、次のようなことがニュースになる。

# スポーツ各社のエコビジネス

- 2021年1月5日付『日経産業新聞』の伝えるところによれば、**スポーツ用品各社は競って環境配慮製品を販売**するようになったという。
- **コロナ禍による外出自粛**で自宅を整理整頓することをやむなくされ、それが契機で**消費者のサステナビリティ意識**が高まっているという。
- だから**高くても消費者がエコ製品を買う**。

# 例えば…

- **ゴールドウイン**：人工のクモの糸のスパイバーで作ったセーターは1着8万円！
- 同社は2019年にも、**土に還る素材で作ったアウトドア製品**が1着15万円だったが、限定50着販売に5万人が殺到したという。

## その他にも…

- **アディダスジャパン**：海洋プラスチックごみをスポーツシューズに再生・販売。
- 海洋ごみが集まりやすい**モリディブ**沖で収集した**廃プラスチック**を台湾の工場で再生・生産。
- 現在ではなんと、**1100万足生産**しているという。
- **アシックス**：古着をリサイクルしてテニスウエアに再生。
- **ナイキジャパン**：工場で廃棄された不良品を使いスポーツシューズを生産。

# もう一つのドライビングフォース

- **環境志向**は消費者に限られたことではない。
- **機関投資家の投資判断**にも「**環境**」が入るようになってきた。
- **ESGが投資基準**になりつつあり、**消費者の環境志向**と相まって、**企業の判断基準**も**環境に舵**を切りつつあるのだ。
- 今後は「**ごみ由来**」の**ウェア**を身につけることが**ブランドになる可能性**さえある。

# ビジネスパートナーシップの重要性

- 2020年12月28日付『日本経済新聞』によると、**麒麟ホールディングスと三菱ケミカル**は、**使用済みペットボトルを再生してペットボトルにする新技術**を**共同**で開発するという。
- **2社の技術と知恵を合わせて**、従来より低コストで**ペットtoペットのボトルリサイクル**を目指す。
- **ビッグな組み合わせ** **(パートナーシップ)** と言える。



# ビジネスパートナーシップの重要性

- 2020年12月16日付『日本経済新聞』によると、**伊藤忠商事と東洋インキ**は、**洗剤の詰め替え容器などに使われるプラスチックのリサイクル技術**を**共同で開発**するという。
- 再生可能な容器の**製造、回収、再生までの連鎖**（チェーン）を作る**ノウハウを確立・事業化**する。
- **多層ラミネートのプラスチックも分離・再生**できるという。

# ビジネスパートナーシップの重要性

- **LooPという仕掛け**(企業とテラサイクルの連携協力)は化粧品や洗剤などの容器類の**オシャレなりターナブル化**を目指している。
- 資源の高度な循環利用のためには**関係各主体の連携協力（パートナーシップ）**が必要。



### 3. マクロ経済的発想の必要性

# ここまでの要点をまとめると

- ここまでの要点をまとめると、今、**ビジネスが環境要素を取り入れてそれをウリ（つまりメリット）**とするようになった。
- 消費者は消費者でそれに**支払い意思を示す**ようになった。
- **ESG投資**がそれを後押ししている。
- **パートナーシップ**が重要な要素となっている。

# 潮目の変化を見ているか

- これまで日本の企業は、**カルロス・ゴーン**の言葉に代表されるように、**環境対応特に資源の循環利用対応が遅れ**ていた。
- 先ほどのスポーツ用品メーカーの例はどれも**海外ブランド製品**の企業。
- なぜか**日本の企業は潮目の変化をつかむのが得意ではない**。

# 足元を見るのは得意だが…

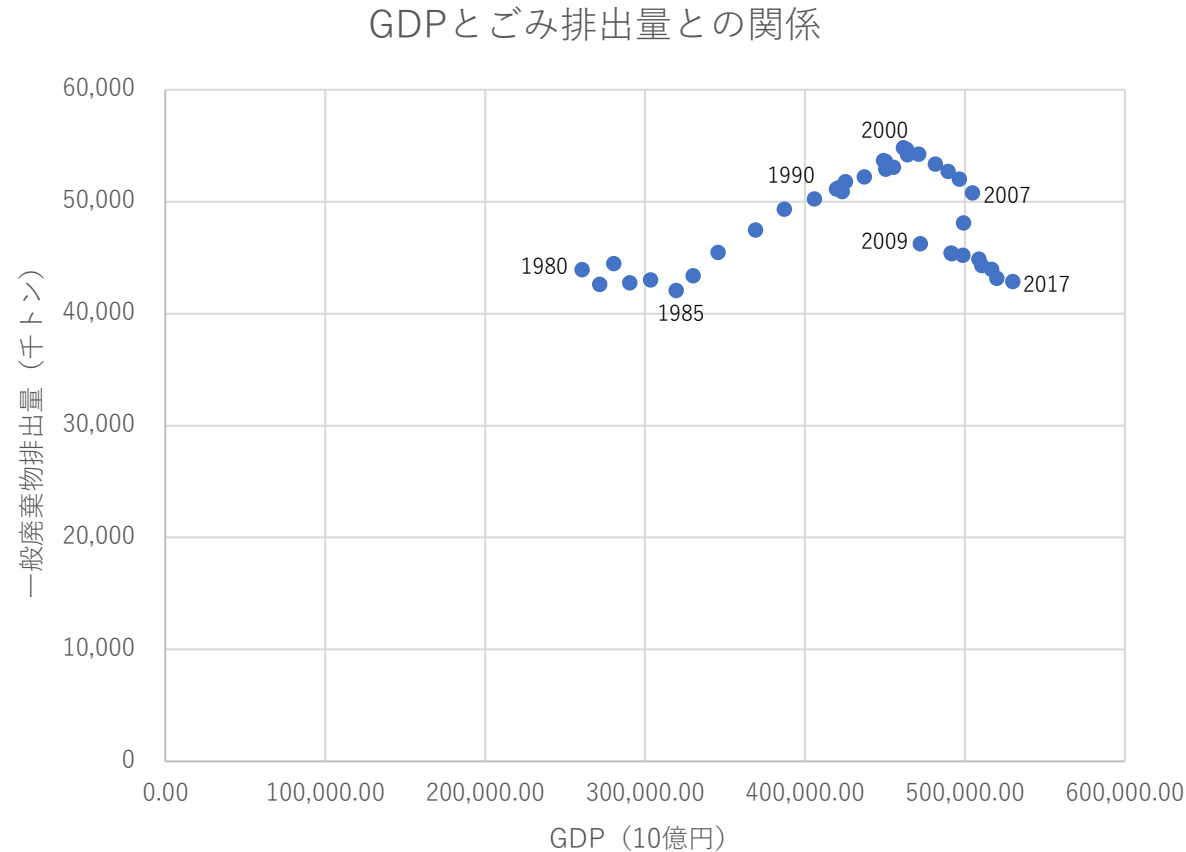
- ミクロ（足元）を見て行動するのは得意だが、**マクロ（遠い先）を見て行動するのが苦手**なのが日本企業。
- 横を見て、皆が行動すればそれに従って自分も行動するが、**決して自分から行動しようとはしない**。
- **ミクロな行動**を足し合わせても**マクロにはならない**。
- これだと今後**循環経済ビジネス**で世界に遅れを取ってしまう。

# 状況は徐々に変わりつつある

- しかし状況はようやく**少しずつ変わりつつある**。
- だからこそ、**パートナーシップ**ができ始めた。
- **経済と環境・資源のウィンウィン**をビジネスで実現するという発想が出てきたのだ。
- パートナーシップでこの動きが**経済全体に広がる**と、**循環経済が本格化**する。

# 実際経済構造は激変しつつある

～GDPと一般廃棄物排出量との関係～



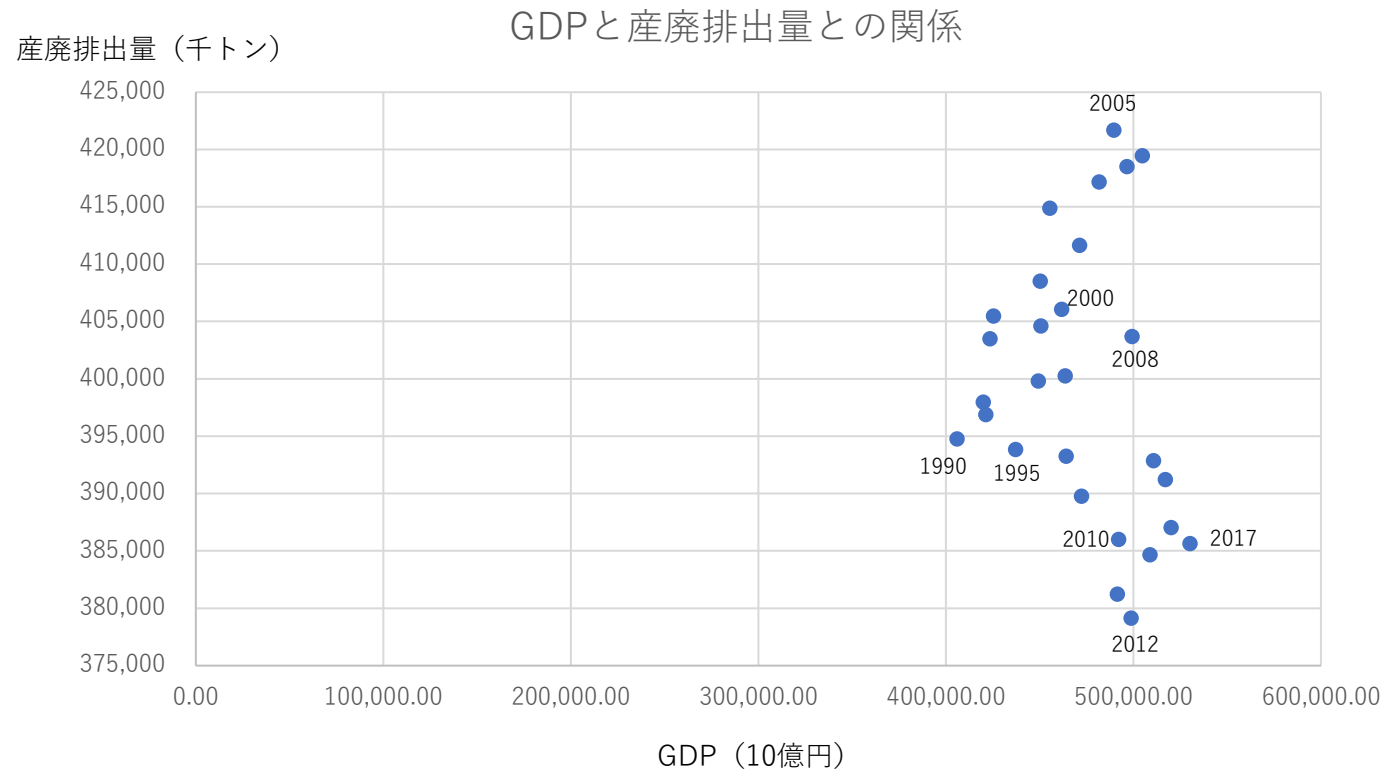
2000年以降、GDPが増加しても一般廃棄物排出量は減る傾向を示している。

資料出典：環境省各種資料などから筆者作成



# 実際経済構造は激変しつつある

～GDPと産業廃棄物排出量との関係～



産業廃棄物についても、  
排出量は激減している。

資料出典：環境省各種資料などから筆者作成

# 付加価値をどこで生み出すのか

- つまり**付加価値の付け所も激変しつつある**ということ。
- **それに気がつかないで従来通りのビジネス**を行なっていると、**世界の競争に勝ち残れなくなる**恐れあり。
- 実はそれに**うっすら気づいている**からこそ、どの企業も**SDGsの波に乗ろう**としている。
- 繰り返しになるが、問題はどうやって**実質的な成果を生み出すのか**ということだ。

# SDGsを利用する

- **SDGsを利用**して従来型の**ビジネススタイルを変える**ことが求められている。
- まず**SDGsのどの目標がビジネスにつながるか**（紐づけられるか）明示する。
- **生産物連鎖上**でパートナーシップを形作る。
- こうして**マクロな循環**を作り上げる。

# 伊藤ハムの例

持続可能な開発目標（SDGs）に向けて

伊藤ハムネスグループは事業活動を通じて、SDGsの達成に貢献しています。

持続可能な開発目標（SDGs）とは

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えよう！17の目標

SDGs (Sustainable Development Goals) は、2015年9月の国連サミットで採択されたもので、193の国連加盟国が2016〜2030年の15年間で達成するために掲げた17の目標と169のターゲットからなります。

SDGsは「誰一人取り残さない」という考えのもと、教育、経済、社会の健康性を世界的に向上させています。

伊藤ハムグループ  
『CSR報告書2019』

特 集

# バリューチェーンにおける 持続可能な社会の実現に向けた 取り組み

伊藤ハム米久グループのバリューチェーン

考 練 選 加 工 産 使

伊藤ハム米久グループは、徹底した品質管理のもと、ハム・ソーセージをはじめとする安全、安心でおいしい商品を国内外のお客様にご提供しています。

お客様ニーズなどの市場調査をもとにした商品開発、安全・安心な原材料の徹底的な調達、製造・食肉加工における品質・衛生管理マネジメントシステムの確立、環境に配慮した物流。そしてアレルギー対応・栄養成分・トレーサビリティなどの商品情報の公開・表示など、商品の企画からお客様にお召し上がりいただくまでのバリューチェーン全体を通して、社会からの期待を踏まえながら、持続可能な社会の実現に向けて取り組んでいます。

伊藤ハム米久グループ全体の取り組み

- コンプライアンスの遵守
- コーポレート・ガバナンス体制
- ステークホルダーとのコミュニケーション
- ワーク・ライフ・バランスの推進
- 人材育成

比較の観点

- お客様課題の解決
- 安全・安心な商品設計
- 環境に配慮した商品設計

考える

お客様の心をつかむ商品開発を目指して

市場調査、トレンド分析  
ユニバーサルデザイン  
社内内外のニーズを踏まえた商品企画・開発  
廃棄物の削減とリサイクルの推進

お客様の声から生まれた商品

お客様調査で多数要望があった「国産豚くもも」の豚まを食べられる。おいしいでまだお肉の脂が余りない「ママのたけのこハンバーグ」、野菜が食べられるので、2011年東日本大震災より2016年熊本地震までは、緊急食糧物資として提供しました。

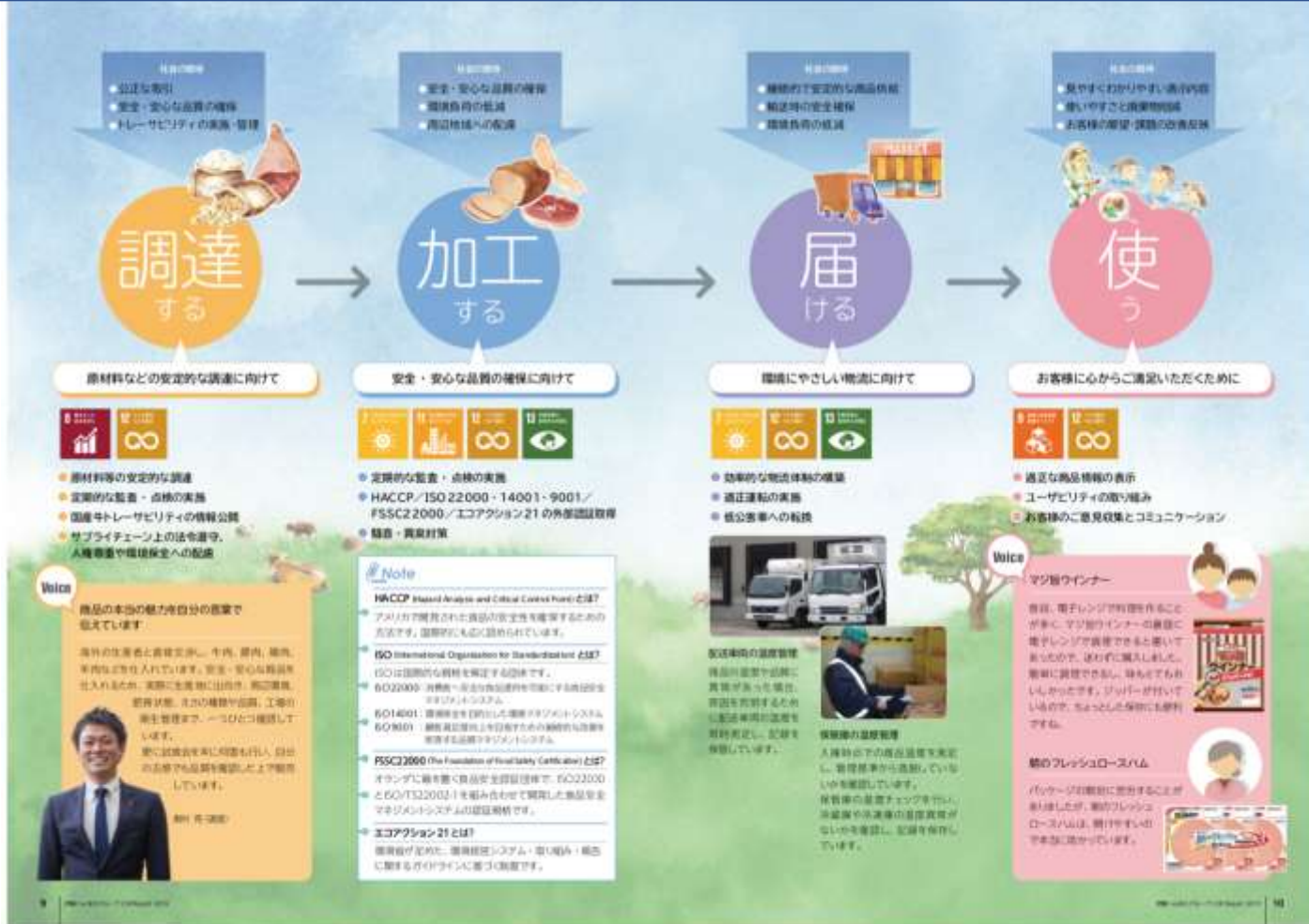
石川 和子(主婦)

Voice

国産豚くもも  
たけのこハンバーグ  
野菜が食べられる

# バリューチェーンとSDGs

伊藤ハムグループ  
『CSR報告書2019』



# SDGsウォッシュと言われないために

- 単に**格好だけのSDGs標榜**だと、**SDGsウォッシュ**（見せかけのSDGs）と批判される恐れあり。
- **PDCAサイクルをきっちり回す**など、**日頃のチェックアップ体制**が重要となる。
- 何も**SDGsなどと言わなくても良い**かもしれない。
- 「**不言実行**」もあり得るし、「**有言実行**」もあり得る。

# 基本は何か

- **サステナブルなビジネスの基本**は何か。
- それは「**啓発された自己利益**」（Enlightened Self-Interests）に他ならない。
- **CSV（Creating Shared Value）**とも「**三方良し**」とも言い換えられる。
- **私益と公益を調和・両立させたビジネス**のことである。

## 4. おわりに：循環経済の夜明け



# 循環ビジネスは必然

- 天然資源も最終処分場もピークアウトしている現状では、**循環経済への移行は必然**。
- だとしたら、**循環ビジネスも必然**。
- しかし循環ビジネスといっても**稼げなければ意味がない**。
- つまり、循環ビジネスによっていかに**私益と公益を調和・両立することができるかが問われている**。

# ビジネスの潮目は変わってきている

- 消費者はエコにお金を払うようになってきた。
- 消費者のハートをどう掴むかが問題。そこにビジネスの知恵がある。
- 投資筋も投資の判断基準がエコにシフトしている。
- ESG投資は今や当たり前、これからますます盛んになる。

# パートナーシップで！

- **循環ビジネスの成功**のためには**つながること**が重要。
- すなわち、**SDGsの17番目の目標、パートナーシップ**が大事になる。
- 海洋プラスチックごみからスポーツシューズを作るにしても、**廃プラスチックを集める人と連携協力する**必要がある。
- これからの資本主義は、**パートナーシップの資本主義**でもあるのだ。