



事例③ サラヤ株式会社

「きれいごと」を実践する サラヤのSDGs ～社会問題を解決する持続可能なビジネス～

[会社概要]

サラヤは「世界の衛生・環境・健康の向上に貢献する」をミッションに、1952年の創業より人と環境にやさしい天然素材を使った製品やサービスを提供しています。エビデンス（根拠・裏付け）に基づいた製品と情報提供を通じて、感染症対策をはじめ、皆さんの健康で豊かな生活を支えています。

サラヤ創業者の更家草太（さらやじょうた）は、世界遺産の熊野古道がある三重県熊野に生まれ幼少より自然の中で育ったため、「天然素材を使う」「環境にやさしい製品づくり」は、更家にとって特別なことはなくごく自然な発想でした。熊野川の清流で育った自然観がサラヤのDNAになっている、と言えるでしょう。

本稿のタイトルに示していますように「SDGsを実践する」というと見かけや口先だけの「きれいごと」に思われるかもしれません、サラヤは洗剤や消毒などの衛生（＝きれいごと）を通じて社会貢献を行い、熊野川の清流のように、「無理なく無駄なく汚れのない」製品やサービスを提供する企業を目指しています。

サラヤは、国の第1回ジャパンSDGsアワード、SDGs副本部長（外務大臣）賞を受賞しています。



サラヤは、絶滅危惧種に指定されている象などが生息する、ボルネオ島の生物多様性の保全について、環境に配慮した原料調達や商品による普及啓発を通じて貢献しています。

問い合わせ 基本

【水に関する社会問題について理解する】

日本は国土に水が豊富で水道設備も整っており、飲むのはもちろんのこと、清潔な水で手を洗ったりうがいをしたりするのもごく普通のことだが、海外では国や地域によってはそれは当たり前のことではない。

SDGsでも清潔な水の確保は社会課題として取り上げられているが、世界にはどのような課題があるのだろうか。知っていることを確認したり調べてみたりして、他の生徒と話し合ってみよう。

1. サラヤの創業～手洗い石鹼液で感染対策～

更家が大阪で起業した当初は、三重県熊野に古くから伝わる健康薬を販売していました。しかしうまくいかず方々へ営業活動を行ううち、紡績工場から「それよりも、簡単に手洗いができる消毒できるような、便利な石けんがあれば購入したい」と相談がありました。サラヤ創業時の1952年は戦後間もない頃で、不衛生な状況が続き赤痢などの感染症が蔓延しており、集団感染の対策はその工場にとっても非常に重要な課題だったのです。

創業者は学生のときに応用化学を学んでいたため、石けんを作ることは難しくありませんでした。そこに殺菌消毒用の薬剤を加え、液体の状態で安定するように工夫をし、専用容器に入れて使うことを考えました。手を洗うだけで殺菌・消毒できる薬用石鹼液の開発です。それが、今でも学校などで使われている「シャボネット石鹼液」という緑色の石鹼液と専用容器です。

それまでの公共施設にある固形石鹼は汚れたりすぐに盗まれることがありました。壁に取り付けた容器に液体を入れることで盗ま



シャボネット石鹼液

れることはなくなり、さらに、使用のたびに一人分の石鹼液が出てくるため、たくさんの人が衛生的に使用できる画期的な商品でした。このような手を洗うだけで殺菌・消毒できる石鹼液は、手軽に感染症を予防することができたという意味で、戦後日本の衛生環境改善に貢献したとも言えるでしょう。

2. 「ヤシノミ洗剤」誕生と全国への普及

① 「ヤシノミ洗剤」の誕生

高度成長期の後期である1970年代は、洗剤といえば安価で大量生産できる石油を原料としたもの（石油系食器用洗剤）が主流でした。しかし、それらの洗剤の排水は非常に分解されにくく、川が泡だらけになってしまふこともあるなど全国の河川や湖沼で汚染を引き起こし、大きな社会問題となっていました。

そこでサラヤでは、シャボネット石鹼液で使用していたアブラヤシからとれる「ヤシ油」に着目し、環境への負担が少ない食器用洗剤を開発しました。これは石油から作られた原料を一切使用せず植物性の洗浄成分のみで作られている（植物系食器用洗剤）ので、排水後は微生物によって水と二酸化炭素にすばやく分解されて地球に還り、汚染の原因物質を残しません。加えて、洗浄に必要な香料や色素などを一切添加せず、できる限り環境への配慮を行いました。

	長所	短所
石油系洗剤		
植物系洗剤		

問い合わせ 基本

【それぞれの長所短所を客観的にみる】

石油系食器用洗剤と植物系食器用洗剤は、単純にどちらが「良い悪い」と言えるものではなく、それぞれに長所と短所がある。

本文で書かれている情報と、本やインターネットで調べた情報をもとに、客観的に見て、簡単な表にしてみよう。

この商品は業務用製品として官公庁や学校給食の現場、事業所などを中心に全国で幅広く採用されましたが、その中でも食器を洗う機会の多い給食センターの職員から、「この洗剤を使うと手が荒れない」、「家でも使いたいから家庭用として売ってほしい」という声をいただくようになりました。このできごとがきっかけで、サラヤの看板商品である「ヤシノミ洗剤」が誕生しました。

ヤシ油は環境にやさしい以外にも、石油から作られたものと比べて人の肌にもやさしい油だったのです。また洗剤の洗浄成分の濃度が高いと手の油も洗い流してしまい、手荒れが起きてしまいますが、ヤシノミ洗剤は、今も昔も洗浄力と手肌へのやさしさを考えた絶妙なバランスをとっています。

②全国展開までの試行錯誤

商品の良さには自信があったヤシノミ洗剤ですが、当初はなかなか商品の使用が広がらいませんでした。ヤシノミ洗剤は、洗浄力は落とさず、手肌と環境に負荷となる化学的に合成された香料や着色料などを使わないので、高度に精製された高品質で高価な原料を使用する必要があり、商品の価格が高くなってしまったのです。当時の大手メーカーの洗剤と比較して、ヤシノミ洗剤は1ボトルあたり50円も高くなってしまっていました。

当時の日本には環境に対する意識は高くなく、「環境に配慮した洗剤」は思うように売れませんでした。その理由のひとつに、商品を問屋を通して小売店に納品する必要があり、通常の洗剤よりも高い無名の洗剤を新たに取り扱ってくれる問屋を探すこと、まず大きな苦労をしたことがあります。

この状況が変わったきっかけは、新潟県での創業者と社員の営業活動でした。1日中問屋の方々と商談をしても取引が決まらず諦めかけていた時、創業者は街中である大手メーカーの車を見ました。そしてそれを追って一軒の小売店にたどりつき、頼み込んでその小売店の役員の方にお会いすることになりました。そしてその役員の方にヤシノミ洗剤の良さを夢中で伝えたところ、その思いが伝わり、ある有名な問屋に紹介してもらえることになりました。たまたまその問屋さんでは高級な化粧品なども取り扱っていたことから、他社製品と比べて高額であるということが逆に功を奏し、運よく商談が成功して取引が始まりました。これがこの後、新潟県内の多くの小売店でヤシノミ洗剤が並ぶことになるきっかけでした。粘り強さと熱意で手にしたチャンスでした。

サラヤではさらにこのチャンスを最大限に生かすため、新潟県のテレビ局でCMを流し、県内全域での一斉販売をスタートさせました。CMは一般のお客様に広く伝わるきっかけとなり、売り上げも大きく増加しました。そしてこの新潟県での成功から全国展開へと広がっていきました。1980年から81年のことでした。



アブラヤシの果実

③当時は珍しかった、日本初の詰め替えパックとエコの目線でつくられた本体ボトル

さらに1982年には、プラスチックゴミの少量化と石油資源の浪費と使い捨ての脱却を目指して、台所用洗剤では日本ではじめて詰め替えパック（左の写真）を発売しました。

しかし詰め替えパックを使ってもらうということは、一度購入して使ってもらっている容器ボトルを使い続けてもらうということでもあります。そのため、後にボトルのデザインも変更しました。発売当初のヤシノミ洗剤のボトルは、一般的な洗剤と同様、商品名が大きく表記されたデザインでしたが（下の左端の写真：1978年ヤシノミ初代ボトル）、詰め替えて使われるボトルのデザインには商業色よりもインテリア性がより大事だと考え、商品名を小さくしたステンドグラス柄のデザインに変更しました。デザイナーさんに「オシャレで使い続けたくなるボトル」のデザインを依頼してできたのが、新しい容器ボトルです（下の真ん中の写真：1993年ステンドグラス初代）。美術品やインテリアが好きだった創業者のアイデアでした。その精神を引き継ぎ、今でもヤシノミ洗剤では容器などにデザインを重視しています。



1982年最初の詰め替えパック



1978年ヤシノミ初代ボトル

1993年初代のステンドグラス柄ボトル
長く使えるおしゃれなデザインに変更2016年現在のボトル
さらにデザイン性を高めた現在のボトル

問い合わせ発展

【課題解決の他の要素も考える】

ある課題解決（例：容器ボトルを一回でゴミにしない）について、求める結果（例：容器ボトルを使い続ける）を出すためには、さらに深く考える（例：使い続けたくなるボトルにする）ことも必要な場合がある。

例えば「体力をつける」という課題がある場合、ただ「毎日走ろう」と考えてもなかなか実現できず、例えば「毎日走る気になる」状況を作ることが必要だが、具体的にはどのような工夫が考えられるだろうか。自分なりに考えたり、他の生徒と話したりしてみよう。

問い合わせ 基本

【「諦めなかった経験」を振り返る】

サラヤの創業者のこののような粘り強い行動が、結果として成果に繋がったわけだが、皆さんにも「粘り強く簡単に諦めなかつた」ことで、「難しかったけれどできた」という経験があるのでないだろうか。その経験を振り返って、他の生徒と話し合ってみよう。

ボルネオ（※1）で拡大して熱帯雨林が伐採され、そこに住む野生動物たちが絶滅の危機にあるというお話をしました。

私たちは、ヤシノミ洗剤は環境にやさしい洗剤だと自信をもっていたため、このことは青天の霹靂でした。

詳しく調べていくと、植物油である「パーム油」は主に食品用として世界中で使われていることがわかりました。子どもたちが大好きなポテトチップスなどのスナック菓子やチョコレート、インスタント麺、レトルト食品など、パッケージの裏面に「植物油脂」と示されているものは、ほとんどこのアブラヤシからとれるパーム油だったのです。パーム油の約8割は食用として使われ、それ以外が、工業用油や、石けん、洗剤、キャンドル、化粧品などに使用されていました。

石鹼・洗剤メーカーの中でも規模の小さいサラヤが使用する量は、全体から見ればごくわずかでしたが、パーム油を使用する企業としてテレビの取材にこたえると、あたかも環境を破壊する側の代表のように見えてしまい、大きく企業イメージを損なう危険があることから、テレビ局から同様の依頼を受けた他の企業はすべて断っていました。社内では「テレビでるべきではない」という意見もある一方、「パーム油を使っている企業でありながらコメントを拒否することは企業への不信感につながり、プラスのイメージにはならない。むしろ出演して企業のトップが責任ある態度を示した方がよい」という意見もありました。社長は後者の意見に賛同し、社長自ら取材を受けることになりました。会社としてこの取材を受けることは、企業の社会的責任でもあると考えました。

問い合わせ 基本

【当事者の立場に立って考える】

この時あなたがサラヤの社長だったらどう考えただろうか？取材を受けた方が良い理由、受けない方が良い理由、本文中に書いてあること以外にも考えて、あなたの結論を出してみよう。他の生徒とも話し合つてみよう。
※右ページ上部の表を使って考えをまとめてみよう。



熱帯雨林に広がるプランテーション（大規模農園）

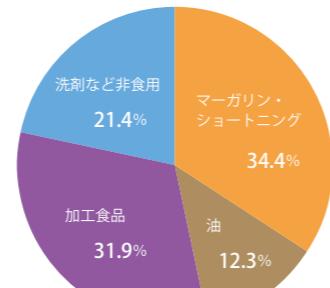


農園の中に入り畠にかかる子ゾウ



アブラヤシ農園

〈図1〉 パーム油使用量のグラフ



出典：農林水産省『我が国の油脂事情』
<https://rnavi.ndl.go.jp/mokujih.html/000000065092-2015.html>

〈図1〉



	起こりそうな良いこと	起こりそうな良くないこと	あなたの結論
取材を受ける 	<ul style="list-style-type: none"> ・会社の責任ある態度を示せる ・ 	<ul style="list-style-type: none"> ・悪者の代表のように見えてしまう ・ 	
取材を受けない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ・ 	<ul style="list-style-type: none"> ・コメント拒否が消費者の会社に対する不信感を生む ・ 	

取材を引き受け、環境問題に関わっていることを知らなかったことを正直に話した結果、一時的な批判はありましたがあ、現地に赴き情報を集め、現地で起こる環境問題に真正面から取り組むことで、人々の理解が得られ、サラヤは現在では環境保全を推進する企業として高く評価されるようになりました。

現地の環境保全のため、産業と環境を両立させるべく最初に取り組んだのは、「環境と人権に配慮したパーム油」を原料に使うことでした。2005年にサラヤは、パーム油に関わるさまざまなステークホルダー（利害関係者）が適切なルールを作るために話し合う国際会議「持続可能なパーム油のための円卓会議：Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)」に、日本に籍を置く企業としてはじめて加盟しました。さらに2010年には日本初となる「RSPO認証パーム油」を原料として使用した商品を発売しました。環境に配慮して作られたパーム油の認証制度をいち早く取り入れ、また、ヤシノミ洗剤など商品のパッケージの裏にはRSPO認証商品を表すマークを入れ、認証制度の普及活動にも努めています。



RSPO 認証商品を表すマーク



日本ではじめての RSPO 認証油商品
(現在は「ハッピーエlefant洗たくパウダー」としてリニューアル)



問い合わせ 基本

【負の影響の認識と経営の転換の例】

自社が意図せず社会に与えた「負の影響」を自覚し、経営を転換して社会課題を解決するようになった企業の例は他にもある。そのような例をインターネットなどで調べてみよう。

問い合わせ 基本

【課題解決の取り組みの意味を考える】

野生生物の保護にとってこのような土地の確保が、なぜ必要なのだろうか?

- ①自分なりに想像してみよう
- ②他の生徒と話し合ってみよう
- ③下で示すいくつかのウェブサイトなどで様々な説明がなされているので、調べてみよう。(サラヤ: 緑の回廊プロジェクト)

[\(ボルネオ保全トラスト・ジャパン: 緑の回廊プロジェクト\)](https://www.saraya.com/conservation/activity/01.html)

<https://www.bctj.jp/projects/green-corridor/>

(林野庁: 緑の回廊)
https://www.rinya.maff.go.jp/j/kokuyu_rinya/sizen_kankyo/corridor.html

同じころ、ボルネオ島にあるサバ州（マレーシア）の野生生物局の職員や研究者などの協力を得て、2006年9月に「ボルネオ保全トラスト」を設立しました。同年10月にはNGOとして州政府から認定を受けています。このボルネオ保全トラストを通して、さまざまな支援活動がはじまりました。

また、ボルネオ島の熱帯雨林とそこに住む野生動物たちを守る活動としては、「緑の回廊計画（図2）」を実行しています。これは、野生動物にとって生存の鍵となる川辺の土地を買い戻し、分断されていた保護地をつなぐことで野生動物保護のための長い「廊下」のような土地をつくり、動物たちが自由に行き来できる豊かな熱帯雨林を回復するための計画です。2021年には9箇所の「サラヤの森」ができ、ほかにも様々な企業が賛同して、保護のための土地は増え続けています。

他にも、森の減少により人間との間でトラブルが増えたボルネオゾウが、畑を荒らされることを嫌う農民に銃で撃たれたり、捕獲用の罠を仕掛けられて子ゾウがけがをするなどの問題がありました。そこで現地の野生生物局とともに、傷ついた子ゾウの救出や、水の苦手なオランウータンが川を渡るための吊り橋を日本の使用済み消防ホースで作るなど、動物の救出活動も行ってきました。2013年には、「野生生物レスキューセンター」が設立され、けがをしたボルネオゾウの治療や一時的な保護を行っています。

活動にはたくさんの資金が必要です。そこでサラヤは、ヤシノミ洗剤やその関連商品の売上げの「1%」をボルネオの環境保全活動に充てることにしています。原料調達と製造過程においてできる限り環境に負荷をかけず、消費者と生産者、自然環境に配慮し、さらにその製品を



レスキューセンターのボルネオゾウ

問い合わせ
サラヤ: 緑の回廊プロジェクト



問い合わせ
ボルネオ保全トラスト・ジャパン:
緑の回廊プロジェクト



問い合わせ
林野庁: 緑の回廊



図3) 命のサイクル



4. 今後の課題 ボルネオと日本の距離を近くするために

日本人のパーム油の年間消費量は5キロ（※2）とも言われていますが、パーム油に関する問題についてよく知らない人も多くいます。私たちはボルネオに恩返しをしなければいけないと考えていますが、緑の回廊が完成するにはまだ多くの支援が必要です。もっとたくさんの人々にボルネオ島の熱帯雨林の現状を知っていただき、行動に移してもらうにはどうすればよいか、

さまざまな方法で取り組んでいます。テレビCMは行っていますが、その代わりにWEBやSNSなどを通じて、ボルネオに関する様々な情報や活動の取り組みを紹介したり、商品パッケージに環境保全活動の説明をするなど、多くの人の目に留まるよう工夫をしています。

2021年にヤシノミ洗剤は発売50周年を迎え、さらに環境に配慮した商品づくりを目指し、100%再生プラスチックを使用したボトルの開発などにも挑戦しています。

「エシカル消費（※3）」という言葉が広がり、「買い物は投票である（※4）」という考え方方が今では多くの消費者に広まる中で、もっとボルネオの環境問題を身近に考えられるように、商品やプロモーションを通じて新しい情報を伝えながら、サラヤではこれからもお客様とともに活動を続けていきたいと考えています。

※2 : (出典) ボルネオ保全トラストジャパン 「パーム油と私たちの暮らし」 <https://www.bctj.jp/palm-oil-and-our-life/>
※3 : エシカルとは「倫理的な」という意味の英語。「倫理的消費」とも言われ、ある商品の製造・販売の過程で、例えば環境破壊や労働者の人権の問題を起こしていないかなど、人・環境・社会に対して正しく公平な行動がとられているかを判断して消費者が商品を買おうとする行動のこと。

※4 : ある商品を買うということは、「それがいい」と考え選んでいる事であるため、そのことがあたかも選挙で立候補者を選んで「投票」するのと似ているという考え方で、近年、商品を買うことも社会課題の解決に関係があるという意味で使われている。

※2



問い合わせ 基本

【企業の商品販売を通じた社会課題解決について深く考える】

このような取り組みにおいては、消費者が買った商品の金額の一部が環境保全活動に充てられることによって、消費者も間接的にその取り組みに協力していることになる。他方、「企業が商品を売るために消費者の善意を利用している」という意見もある。

①あなたはこのような企業の取り組みについてどう思うか?できれば、良いと思う点と問題だと思う点の両方について考えたことを挙げてみよう。他の生徒とも話し合ってみよう。

問い合わせ 発展

【前の問い合わせの続き】
②問題だと思う点について、あなたはどうすれば良いと思うか。自分なりに考えてみよう。他の生徒とも話し合ってみよう。

問い合わせ 基本

【社会課題を知つてもらうために必要なことを考える】

パーム油に関する問題や熱帯雨林の現状について、より多くの人が理解し行動に移すようになるためには、サラヤが行っていること以外にどのようなことが必要だろうか。自分なりに考えたり、他の生徒と話し合ったりしてみよう。