

P&G ジャパン サステナビリティ活動

森川太一郎 講師 (P&G ジャパン株式会社 エクスターナル・リレーションズ)

(この講演録は、森川講師の講演をもとに GISPRI 事務局が取りまとめたものです。)

● 森川講師 P&G ジャパンから参りました森川と申します。私は企業といくつかのブランドの広報活動を行っておりまして、企業広報の一つとして、弊社のサステナビリティ活動に携わっております。

【PPT2】 概要といたしまして、P&G について簡単に触れさせていただいた後、弊社のサステナビリティ活動について、グローバルで行っているものと日本で行っているもののいくつかの焦点を当ててご紹介させていただこうと思います。最後に、弊社が日本で行うサステナビリティ活動についての今後の展開などをご紹介させていただければと思います。

【PPT3】 P&G は現在 “Touching Lives, Improving Life”、“人々の生活に触れて、よりよくする” ということをスローガンに掲げております。世界 180 ヶ国以上で商品を展開しておりまして、本社はアメリカ・オハイオ州のシンシナティーにございます。トータルの年間の売上が約 790 億ドルで、日本では 1973 年に参入して本社は兵庫県の神戸市にございます。

外部の方に弊社の紹介をさせていただくと、P&G という会社名自体を聞き慣れない方もいらっしゃるようですが、製品としてはこういったものを展開しておりまして、会社の名前より製品名で覚えていただいている方も多ようです。例えば洗剤のアリエールやボールド、柔軟剤のレノア、消臭剤のファブリーズなど家でお使いいただく製品や、女性用の製品では SK-II やマックスファクターという化粧品も展開しております。あと最近 CM でも大きく展開しておりますパンテーン、ヴィダルサスーンといったシャンプー、リンスなどを展開させていただいております。このように生活における必需品や嗜好品といったところを中心に展開をさせていただいております。

【PPT4】 ここから弊社の企業方針に触れて、そこからサステナビリティについてお話をさせていただきます。弊社は“現在そして未来の、世界の消費者の生活を向上させる、優れた品質と価値をもつ P & G ブランドの製品とサービスを提供します。”ということを経営方針に掲げています。これは弊社が創業 173 年以上になりますけれども、創業当時からの理念を中心に考えております。特に“現在、未来の”と記述されておりますように、サステナビリティ・持続可能性というところは弊社が DNA として社員全体が持っているよ

うな大きな指針の1つになっております。現CEOがBob McDonaldという者ですけれども、“Touching and Improving More Consumers’ Lives in More Parts of the World ... More Completely “、”より多くの生活者に触れて、より多くの世界中の場所で、より深く、より良くしていくことをみんなでやってみましょう “、ということをお願いしております。トップから一従業員まで、会社全体でサステナビリティはDNAとして受け継いでいるような会社となっております。

【PPT6】実際のサステナビリティについて、こういった活動を中心に行っているかといいますと、大きく3つに分かれております。1つが環境保全、もう1つが経済発展、最後が社会への責任と還元、この3つをもって“現在の、そして未来のすべての人々によりよい暮らしを”ということを目指しております。いろいろな活動があるのですが、簡単に一つずつ例を上げさせていただきます。

まず、“環境保全”についての例として、今年の春に行った活動で弊社と弊社の製品を扱っている小売店さんと協働で行った活動を挙げさせていただきます。こちらは、弊社の製品を買っていただくと、その一部が自動的に“緑の募金”を通じて、森の植樹活動、森のメンテナンス活動に使われるというキャンペーンを行いました。森というところは四季折々の景観にも深く関連があるので、コミュニケーションとしては“未来の日本の四季”ということ店頭などのキャンペーンテーマに掲げて、環境保全活動を弊社と小売店の皆様、それから実際に買っていただく消費者の皆様と共に行ったのが、1つの環境保全の例になっております。

次に“経済発展”というところですが、弊社自身のビジネスを伸ばすというところも大切ではあるのですが、それと並行して市場を創り、拡大していくことで、市場とともにサステナブル、持続可能な形で成長を行っていくということ重視しております。例えばこちらがヨーロッパで売っている洗濯洗剤アリエールという商品で、最初は粉洗剤からスタートしたのですが、そこから粉洗剤をコンパクトにしたり、液体の洗剤を出したりなど、市場の拡大を行ってきました。ヨーロッパでは結構有名なカテゴリーですが、日本では珍しいタブレット型の洗剤が売られており、アリエールのブランドからもヨーロッパでは展開しております。例えばこういった新しい形式の製品を出すことによって、新しい洗剤のビジネス全体を拡大していくことも目指しております。日本の例ですと、ファブリーズという布に噴霧する消臭剤も日本で初めて出しまして、消臭剤という市場が拡大したということが挙げられるかと思えます。

3つ目が“社会への責任と還元”ですが、弊社の社会的責任を重要なものとして考え、社会への還元を目指しております。例えば日本では、NPO法人の“「仕事と子育て」カウンセリングセンター”というものを共同で立ち上げております。弊社がお陰様で“女性が働きやすい職場”と世間一般に認知していただいたり、賞をいただいたりしていること

から、そういった社員の持っているノウハウ・経験といったことを、カウンセリングセンターという場で情報を共有していくことによって、世間一般で働いている女性の方々のワークライフバランスを支援していく、といった活動を支援しております。

【PPT7】日本を中心にお話をいたしました、範囲を世界に拡大した形で、サステナビリティ活動をカテゴライズしたものを紹介させていただきます。弊社の活動例をマトリックスで示したものになっているのですが、上段が日本で行なっているもので、下段が世界で行なっているものになっております。左上の環境保全で、日本で行なっているものは、弊社は液体洗剤を出しているのですが日本で初めて詰替を導入した会社となっております。この詰替を導入することによって、ゴミの量の削減や、実際に洗剤を使っただく消費者の方にも、ちょっとしたことで環境保全に携われるという意識を拡大していったという活動の1つです。社会貢献の方の日本での活動を少し紹介させていただきますと、弊社のパンパースのブランドがユニセフと協働で行っている“破傷風根絶チャリティーキャンペーン”というのがあります。パンパース1パック買っていただくと、破傷風根絶用のワクチン1つがユニセフを通じて、困っているお母さんと子供に届けられるというキャンペーンを行っております。

こういった形で日本でも社会貢献活動を行っているのですが、この環境保全と社会貢献の真ん中に位置しているのが、日本の活動として力を入れている“「節水教室」での環境教育支援”になります。これは弊社が水に関する製品を作っていることから、水についての知識を蓄えていることもありまして、小学校に出張授業をし、節水の大切さや、水に関する科学ということを伝える活動を行っております。以上が日本で行っている活動ですが、下段は世界で行っている活動の紹介となります。

例えば、かなり前の話ではあるのですが、昔洗剤を使うとその排水が川に流れて川が泡だらけになったというのが、60年代・70年代にありました。日本だけでなく海外でも大きな課題となりました。弊社には環境サイエンティストというのが世界におりますが、洗浄力はそのままにして泡立てる原因となる物質を取り除いて、新しい環境にやさしい洗剤の開発を行いました。今現在も世界中に多くの環境サイエンティストがおりまして、世界中で環境保全に関する研究を行っております。次に社会貢献では、“「PUR（ピュア）」で世界の子ども達に安全な水を”という活動を行っております。後程お話いたしますが、汚れた水をきれいに変えるテクノロジーで、安全な水が確保できない世界の地域に届けるという活動を行っております。

【PPT8】その他、以前の活動も含めると、先程のアリエールで“節水”をキャンペーンで行ったり、“「仕事と子育て」カウンセリングセンター”が外部に出まして、より大きな広い活動を行ったり、CMで“ジョイ君”というキャラクターが出ているジョイという

ブランドがあるのですが、数年前にジョイ君を使って節水を訴えたキャンペーンもございます。また先程、世界の地域で活動を行うということで、ユニセフと PUR で紹介しましたが、今後日本でも身近な活動として展開することを考えております。

【PPT9】大まかにサステナビリティ活動をご紹介いたしました。残りの時間で、2つほど日本で取り組みを強化したいと考えている活動についてご紹介いたします。1つ目が先程のマトリックスの上段の真ん中でご紹介した“環境教育”についてです。まずこれをなぜ始めたのかという背景ですが、これは冒頭申し上げましたように、元々弊社がサステナビリティを DNA として持っていることや、水の環境科学的知見を培ってきたこと、それから消費者生活に関する知識、例えばジョイという食器洗いの洗剤や衣類用の洗剤を扱っていることから、どうしたら水を節約できるかという生活者における知識を蓄えてきたことが、大きなファクターとなっております。また、水は日本のものだけではなくグローバルなものなので、弊社がいろいろな地域に会社があるということから、いろいろな世界的な知見を持っていること含めて、こういった要素を何とか持続発展教育に還元できないかというところから、この環境教育が 2008 年にスタートしております。

【PPT10】特徴や実際の活動についてご紹介いたします。大きな特徴についてまずお話いたします。弊社も以前に環境教室が始まる前にも、環境というところを外部にお伝えしていたということはありません。しかし、その時点では、弊社が話したいという内容を選んで、大きな会場を借りてイベント形式で行うなど、情報としてはかなり普遍的なものをメインに伝えていた内容になっていました。実際にいろいろなお話を聞いてみますと、これを教育に使うには先生からすると少し難しい、という声がありました。というのは、先生方は学習指導要領に基づいて授業をしておりますので、企業自体が選んだ情報と教育の現場で教えている内容のリンクが非常に薄いということがありました。そこを何とか改善出来ないかということで、この環境教室では、これまで“PUSH=企業から情報を発信する”ということから、出来るだけ“PULL=学校さんのニーズに対応する”ということを特徴においた活動を現在は展開しております。特徴としましては、例えば内容は学校側にメニューを選んでもらうということを念頭においております。P&G はいろいろなメニューを用意して、その中から学校が“こういったものが良い”、“こういった授業をやって欲しい”ということ出来るだけ選べるような形で授業を展開しております。もう1つが学習指導要領についてですが、弊社の用意している1つ1つの内容が、学習指導要領をベースに弊社の持っている知識を組合せたものになっています。よって環境教室の授業を行った後に、実際の授業で「この間 P&G が教えてくれた内容は、今日やるこういうことと関係があつて、」という形で、スムーズに実際の学習現場に使っていただける形に工夫しております。あとは地域の情報を加えたり、先生方と事前に打合せをしたりすることによつ

て、出来る限り学校のニーズに応じたカスタム化を考えております。

【PPT11】 実際のカスタム化、学校のニーズに対応するという観点から、プログラムは同じ“水”ということをお教えるだけでも、“社会”、“理科”、“家庭科”の各々のアングルで教科を分けて、学習進度に合わせて“3・4年生向け”、“5・6年生向け”と分けることによって、いろいろな学校に「これをやりたい」と思うことを選んでいただける内容になっております。

【PPT12】 簡単に特徴だけ説明しますと、基本的には社員が無料で出張授業を行っております。とはいえ弊社は神戸に本社と、といくつか工場が各地にあります。全国にはなかなか難しいので、社員が行けない所には“授業キット”という形で、“テキスト”や授業の“パワーポイント”、先生に読んでいただく“授業の手引き”を配布する活動を行っております。

【PPT13】 現在のところ実績を少しずつですが積み重ねておまして、全国展開では約26,000名の学生をカバーしており、出張授業は弊社の本社の兵庫県と、洗剤やファブリーズなどを作っている群馬県高崎市の工場でも社員から「是非工場でもやりたい」と手が上がりまして、各工場地域でも展開を進めております。

【PPT14,15】 先程の環境教室はローカルな日本の活動ということになりますが、2つ目の活動例として今後展開を考えている“PUR”について紹介させていただきます。PURは水浄化剤であり、元々はアメリカで浄水器のブランドとして立ち上がったものです。蛇口に付けるタイプや、水のタンクに上から水を注いで下に溜まる水が浄化されるという冷蔵庫に入れるボトルタイプなども販売しているブランドになっております。今回紹介いたしますPURは、粉薬のような形の浄化剤として、アメリカで作っております。サステナビリティの観点から、きれいな水が手に入りにくい地域、例えば水を飲む時に遠い所まで歩いて行くアフリカや、山岳地域など、あまり浄化されていない水を生活に使う地域や、災害地域など、災害が起こって安全な水が供給できない地域に配布することによって、きれいな水を確保する支援を行っております。左の図は汚い水がきれいになっていく様子を表しています。一番左がダムの水で、雨が降った後の水、湖の水をコップに入れるときれいではないのですが、PURを使うことによって右端のきれいな水になります。

(PURの海外活動の動画紹介)

<http://www.csdw.org/csdw/home.shtml> のページ内の“PUR Packets at Work”をクリックすると、動画を掲載しているページにジャンプします。

ビデオの内容は、なかなかきれいな水が確保できない地域では、それが原因で病気になる人が多く、その人口は HIV とマラリアに感染している方を合わせたのと同じ数くらいです。PUR を使うと、水に入れて混ぜると泥・細菌が沈み、沈殿を布でろ過するときれいな飲める水が出来るようになります。今のところの実績では、20 億リットルの水をこれまでの活動で世界中に配布することが出来ました。今後の活動で 2020 年頃までには 40 億リットル、約 2 倍に増やしていきたいと考えております。地域としては、メインはアフリカ地域ですけれども、アジアでも水を得にくい山岳地域や、地震などの災害時の水の支援を行っています。南米の方も山岳地域がメインとなっており、こちらでもきれいな水を確保できない地域にサポートしています。

最後に今後の展開ですが、今現在このような活動を世界中で行っておりますが、日本でも、社員をもっと巻き込んだ活動にしていきたいと考えております。会社として活動することは大切なことですが、“社会に発信する”“社会を巻き込む”にあたって、社員 1 人 1 人の力をもっと活用していきたいと考えております。先程の環境教室のボランティアを進めていくことに加え、一方 PUR では社内で色々な場所に募金スペースを確保するなど、簡単に出来るようなプログラムも盛り込み、社員を巻き込んだ活動を行うことにより、会社全体としてこういった活動を盛り上げたいと思っております。

以上、いくつかの例ですが弊社のサステナビリティ活動を紹介させていただきました。もう少し詳しい部分はお配りしたサステナビリティ・レポートに記載しておりますので、お時間のある時にご覧いただければと思います。

(了)