インタビュー　CLOMA会長　澤田道隆氏にきく

海洋プラスチック問題解決へのチャレンジとESG経営

昨年設立された「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス」（Japan Clean Ocean Material Alliance、CLOMA）は、地球規模の課題である海洋プラスチックごみ問題の解決に向けて業種を超えた幅広い活動をしている。プラスチック製品の持続可能な使用や代替素材の開発、情報共有などを企業が連携して推進するためのプラットフォームとして、CLOMAが産業界で現在大きく注目されている。

このたびのCLOMAアクションプラン策定に際し本誌では、ワーキンググループごとの行動プランを3回にわたって掲載する。連載にあたり、CLOMA会長（花王社長）澤田道隆氏から、CLOMAの方向性についてお話をいただいた。さらに、ESG経営で日本をリードしてきた花王社長としての視座から、日本企業のESG経営への取り組みについても語っていただいた。

聞き手：黒岩 進（一般社団法人 産業環境管理協会 専務理事／CLOMA事務局長）

プラスチック問題解決に必要な3つの施策

黒岩：海洋プラスチックごみが世界的に注目され、プラスチックの大量使用と廃棄が問題視されています。今、プラスチックをめぐる課題と今後の在り方についてどのようにお考えでしょうか。

澤田会長（以下、澤田）：地球環境問題において、プラスチックごみの問題は「海洋プラスチックごみ問題」とも直結しており、非常に重要です。問題解決に向けて様々な取り組みがなされていますが、十分ではありません。今後、新興国中心に人口が増え、少しずつ豊かな社会になることによって、プラスチックの使用量は大きく増えることが予想されます。使用量削減がある程度進んでも、世界全体では使用量が増え、結果、廃棄するごみの量は増えていきます。そこで思い切った施策が必要です。ポイントは3つあると考えます。

1つは、プラスチックは社会にとって有用であるということ。ただ、適正に活用してこなかったために、ごみ問題となっているわけです。今後は、ライフサイクルを通じて適正な使い方を工夫しなければなりません。

2つ目は、適正な使い方の工夫やプラスチック代替素材への変更等によって、プラスチック使用量を大幅に削減することです。

3つ目は、プラスチックリサイクルを本気で進めることです。使用量削減は継続的に進めていかなければなりませんが、やはり経済性を兼ね備えたリサイクルが重要と考えます。

CLOMAが果たすべき役割

黒岩：発足2年目でCLOMAの会員数は300社を超え、CLOMAビジョンの策定、会員間の連携による製品開発、国際活動など着実に成果を上げてきています。CLOMAの活動に対する評価をお聞かせください。

澤田：非常に素晴らしい活動ができていると思います。早い段階でビジョンを示し、3つの部会、普及促進部会、技術部会、国際連携部会の各活動を通して、業界の垣根を越え、素材を通じた取り組みが様々な形で行われました。今後、この取り組みの迅速な社会実装化のために、CLOMAアクションプランを始動いたします。キーアクションテーマは5つで、それぞれのワーキンググループ（WG）がアクションの目指す方向性、検討のポイントを明確にして進めていきます。

インタビュー CLOMA会長 **澤田道隆氏にきく**

黒岩 進 *KUROIWA Susumu*
一般社団法人 産業環境管理協会 専務理事／CLOMA事務局長

黒岩：今回策定されたCLOMAアクションプランは、それぞれのWGに参加した会員の自主的作業によるものですが、その狙いと留意すべき点について教えてください。

澤田：狙いは、取り組みテーマを絞り、迅速な社会実装化を目指すことですが、業界の垣根を越えて連携して進めていくことが重要です。各テーマを先導するWGが中心になって推進しますので、ぜひとも積極的に参画してほしいと思います。やらされ仕事では絶対に進みません。戦略を立て、実際の場で検証し、課題を抽出する。その課題を克服しながら、最終的パッケージにして社会実装化する、これをスピーディーに行わなければなりません。そこで企業の皆さんには積極的な参画をお願いしたいと思います。

黒岩：日本の産業界として、プラスチック問題については、今後とも思い切った取り組みが必要なわけですが、その中でCLOMAが果たすべき役割についてお聞かせください。

澤田：まずは、設立の目的である、素材と連携と通して「海洋プラスチックごみ問題」解決に寄与することです。これが、プラスチックごみ問題全体によい影響を及ぼすはずです。その際、CLOMAは見本を示さないといけません。世界の良い見本として活動を示すことができれば、更に大きな役割を果たすことになります。

ESGに向き合えば必ず企業価値向上につながる

黒岩：花王は、早くからエコロジーを経営の柱に据えるなど、日本のESG経営をリードしています。これはもともとの企業理念とつながるものがあったからなのでしょうか。

澤田：おっしゃる通りです。花王グループのESG活動は、企業理念と強く結びついています。「私たちは、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ（持続可能性）に貢献すること」を使命としている花王グループの企業理念「花王ウエイ」を実践する活動が私たちのESG活動です。企業理念と連動しているからこそ、社員全員の活動として落とし込めています。

黒岩：社会的課題や倫理面を考慮した製品開発、さらに環境配慮やESG経営を商品価値の向上につなげるといった考え方も広がりつつありますが、企業の地道な活動やエシカル商品を消費者に理解してもらうことは容易でない面もあると思います。このような両立を図るうえで重要な点は何でしょう。

澤田：現在、エシカルな考え方の重要性は、かなり広まってきたと考えています。今回の新型コロナ問題をきっかけに、よりエシカル思考が高まってきています。例えば、これまで環境に配慮した製品を提案しても、付加価値として認められなかった場合がありましたが、今はそうではありません。また、ESGに真剣に向き合えば、必ず企業価値向上につながります。企業価値向上につながれば、ESGに取り組んでいる会社の製品を買おうというエシカル消費につながります。投資家もESGを重視するようになりました。両立のポイントは、ESGに真剣に向き合い、具体的に進めることです。もちろん広報活動も重要です。

「モノづくり」へのこだわりにESGの視点は欠かせない

黒岩：消費者の細かなニーズに応える日本の「モノづくり」は強みです。今後、企業の「モノづくり」へのこだわりとESG経営はうまく融合していけるのでしょうか。

澤田：むしろ、ESG視点の入っていない「モノづくり」は、今後あり得ないと考えた方がいいと思います。企業理念とESGは強く結びついており、「モノづくり」とも結びついています。すなわち、「モノづくり」へのこだわりにはESGは欠かせない視点です。経営的にも同じです。「モノづくり」とESGを融合しない経営は置き去りにされてしまいます。

黒岩：国連のSDGsにみられるように、環境や社会の問題に対応するには多面的な問題を同時に解決することが必要だと感じます。そのような最適解を追求していくことは大変なことと思いますが、それを実現する人材を育て、経営を行っていく上でのヒントについて、ご教示いただけませんでしょうか。

澤田：常にESG視点を仕事に入れ込むことができていれば、自然と求められる人財は育ってきます。人財育成というのは、人を育てるのではなく、人は育つという発想が必要です。どのようなことを意識させるのか、どのような場でそれを気づかせ、鍛錬させるのかは、リーダーの重要な仕事です。これは経営のど真ん中の仕事です。小さな部署の単位で、新聞を読んで何を感じたか、どんなことを思ったかなどを週１回でも話し合うことの積み重ねが人の厚みを増します。一度試されてはいかがでしょうか。

黒岩：今回はとても貴重なお話をいただきありがとうございました。

澤田 道隆 *SAWADA Michitaka*
CLOMA会長／株式会社 花王 社長執行役員

インタビューを終えて

澤田会長がおっしゃたように、CLOMAは海洋プラスチックごみ問題の解決に向け、業界の垣根を越えて活動を企画、推進し、官民連携で持続可能な発展を推進する母体となることを目的としたユニークな団体である。プラごみを削減するためには、プラスチック製品の3R（リデュース、リユース、リサイクル）の取り組みを今まで以上に改善、進化させるとともに、生分解性プラスチックや代替製品等の技術開発により一部のプラスチック製品を置き換えるなど、業界は喫緊の対応が求められている。このため、業種や国境を越えた幅広い関係者の連携が必要となっている。

CLOMAの組織としての強みは同業および異業種の連携、ネットワーク、情報共有である。国内１企業の取り組みでは解決できない巨大な地球レベルの課題である「海洋プラスチックごみ問題」に対して、民間各社が持つ技術やノウハウ、人材を上手く連携することで素早い問題解決に取り組むことができる。さらに、国内外の多様なステークホルダーの理解と協力を得て積極的に活動を進めていくというイニシアチブも効果が出つつある。

一方で、海洋プラスチックごみ問題への取り組みは、将来のビジネスに直結する機会が多い。すでにプラスチック問題に対応した新製品やサービスソフトを開発した欧米企業も多数現れている。今後、企業の海洋プラスチック問題への取り組みが、温暖化問題と同じように消費者など社会から高く評価されるだろう。