

SDGs 企業事例：サラヤ株式会社

1. 企業概要

本節では、開発途上国にて SDGs に取り組む日本企業の事例として、サラヤ株式会社（以下、サラヤ）を取り上げる。サラヤは、洗浄剤や消毒剤、うがい薬などの衛生用品の開発・製造・販売のほか、食品衛生・環境衛生のコンサルティングや健康食品の開発・製造・販売などを行っている中規模化学メーカーのオーナー企業である。創業者が少年時代を過ごした熊野川の「清流の感覚」が、サラヤの経営理念として引き継がれている。これは、「無理のない、無駄のない、汚れない、きれいな水の流れ」のように、人々の生活の役に立つ「流れをきれいにする商品」を提案する、小さくとも澄んだ川のような企業を目指したものである。

1952 年の創業当時の日本は、まだ戦後の混乱期で集団赤痢や集団食中毒が蔓延していた。サラヤは、最初のヒット商品として、全国の工場や学校向けにディスペンサー容器に入れた薬用手洗い石鹼液を販売した。次に、大気汚染が深刻化した 1950～60 年代に、業務用うがい薬と自動うがい器の新商品を投入した。1970 年代に入ると、工場や家庭で使用される石油系合成洗剤が原因とされる河川の泡立ちや琵琶湖の淡水赤潮が大きな社会問題となった。サラヤは、高生分解度が高く環境負荷の低い植物系洗剤の「ヤシノミ洗剤」を開発し、同社のロングセラーの看板商品に育てた。1980 年代には、院内感染予防などのための速乾性アルコール手指消毒剤の市場に本格参入し、1990 年代以降の MRSA、病原性大腸菌、SARS、ノロウイルスなどの院内感染問題の需要に対し、大きく売り上げを伸ばした。2000 年代に入ると、内視鏡などの医療機器用の滅菌消毒剤のアセサイド消毒液をはじめ、自動食器洗い機用洗剤に天然洗浄成分であるソホロリピッドの開発に成功し、医療器具洗浄剤や「ハッピーエレファント」ブランドなど多くの商品に配合されている。これに加えて、日本初のカロリーゼロの自然派甘味料である「ラカント S」や血管内皮機能検査器の開発・製造・販売・サービスなど新しい分野にも進出している。現在のサラヤの企業概要は、表 1 のとおりである。

表 1：サラヤの企業概要（2017 年 10 月現在）

社名	サラヤ株式会社	東京サラヤ株式会社	スマイル産業株式会社
創業	1952 年	-	-
設立	1959 年	1969 年	1983 年
本社	1952 年	1969 年	1983 年
資本金	4500 万円	6000 万円	3000 万円
事業内容	1) 家庭用及び業務用洗浄剤・消毒剤・うがい薬等の衛生用品と薬液供給機器等の開発・製造・販売、2) 食品衛生・環境衛生のコンサルティング、3) 食品等の開発・製造・販売		
営業・生産拠点	国内営業（31 拠点）、生産拠点（11 拠点 7 カ国）、国内研究所、海外拠点（25 拠点 20 カ国）		
年間売上高	374 億円（サラヤ株式会社）、439 億円（3 社連結）		
事業部別売上	メディカル(182 億円)、サニテーション(154 億円)、コンシューマー(92 億円)、海外(11 億円)		
従業員数	1,288 人（サラヤ株式会社）、1,777 人（3 社連結）		
関連会社	(有)熊野薬草園、(株)関西再資源ネットワーク、(株)オフィスジャパン、サラヤ環境デザイン(株)、ベジブルキッチン(株)、リサイクルジャパン(株)、(株)エサンス、ベストフィット(株)		

出典：サラヤ（2018）『持続可能性レポート 2018』、サラヤのホームページ <https://www.saraya.com/index.html> を参考に著作作成

2. サステナビリティに関するミッション・ビジョン

サラヤの基本理念「世界の衛生・環境・健康に貢献する」とSDGs

2012年に導入した新たなコーポレート・スローガン「いのちをつなぐ SARAYA」は、衛生によって感染症から「いのち」を守ること、そして、サプライチェーン全体で企業活動が影響を与える「生物多様性（いのち）」を守ることの大切さを表現している。また、企業の基本理念として、「世界の衛生、環境、健康の発展に貢献する」を掲げている。これは、衛生面で、「安心で清潔な生活の実現に向け、様々な感染リスクの低減に貢献し」、環境面で、「開発から廃棄にいたる全工程において持続可能な製品づくりを目指し」、健康面で、「製品とサービスを通じてすべての人々の健康で文化的な生活を支える」ことを意味している。

サラヤは2015年以降、この基本理念に深く関わるテーマを中心に、SDGsを企業活動目標として積極的に取り入れている。具体的には、サラヤの本業そのものに深く関わるSDGsとして、ゴール6（安全な水とトイレを世界中に）とゴール15（陸の豊かさを守ろう）、ゴール3（すべての人に健康と福祉を）の三つを挙げている。ゴール6では、サラヤの洗浄剤・消毒剤・うがい薬等の製造・販売を通じて、感染対策、食品衛生、公衆衛生の向上に貢献する。ゴール15では、サラヤが展開している「ボルネオ環境保全プロジェクト」を通じて、洗浄剤の原料であるアブラヤシ・プランテーションの拡大による熱帯雨林の伐採や生物多様性の喪失に対する環境保全活動を促進する。ゴール3では、サラヤのアルコール手指消毒剤をはじめ、医療器具の洗浄剤、環境消毒剤、個人用防護具、過酸化水素ガス滅菌器などの商品とサービスを提供し、院内感染予防や医療衛生に寄与する。このほかにも、サラヤの事業は、ゴール5、7、8、10、12、13、14、17にそれぞれ高い関連性を持つ（図1参照）。

加えて、サラヤは、SDGsの企業行動指針である「SDGsコンパス」の5つのステップを忠実に実践している（図2参照）。環境保全をはじめとする優先課題（マテリアリティ）を決定し、SDGsを企業活動目標や経営に積極的に取り組み、持続可能性レポート等を通じてステークホルダーとのコミュニケーションを促進している。このSDGsコンパスのサイクルの実践を通じて、サラヤは本業によるSDGsへのさらなる貢献と成果の管理の向上にコミットしている。

図1：サラヤの基本理念「世界の衛生・環境・健康に貢献する」とSDGs



出典：サラヤ（2017）『持続可能性レポート2017』、サラヤホームページ<https://www.saraya.com/index.html>を参考に著者作成

図2：SDGs Compass: SDGsの企業行動指針



出典：GRI, UNGC & WBCSD. (2015) 『SDG Compass: SDGsの企業行動指針』 GCNJ & IGES訳。

3. 開発途上国での SDGs 貢献事業例

1) マレーシア・ボルネオ島の持続可能なパーム油と生物多様性保全に貢献

サラヤは 2004 年以降、「責任あるサプライチェーン」に真剣に向かい合うようになった。これまで「自然にやさしい・人にやさしい」を社是に消費者志向の商品開発に取り組んできたものの、2004 年のテレビ番組特集「ボルネオ島 子ゾウの涙〜“地球にやさしい…”の落とし穴〜」への取材をきっかけに消費者から大きな批判を受けることになった。すなわち、サラヤの看板商品「ヤシノミ洗剤」などが使用している原材料に関して、ボルネオ島のアブラヤシ・プランテーションの急速な拡大が、深刻な熱帯雨林の破壊と生物多様性の喪失を招いている現実が明らかになった。

これに対してサラヤの対応は早かった。まず、サラヤは 2005 年に「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)」に加盟した。次に、2006 年の「ボルネオ保全トラスト (BCT)」の設立に尽力するとともに、2007 年にはヤシノミ洗剤をはじめとした対象商品の売上の 1%を BCT に寄付することを決めた。また、この BCT の行動計画に沿って、アブラヤシ・プランテーションによって失われた熱帯雨林の土地を買い戻し、分断された森をつなぐことで野生生物が行き来できる「緑の回廊構想」への支援を開始した。これには、オランウータンを守るための命の吊り橋プロジェクトやボルネオ象の救出プロジェクトなども含まれている。

サラヤは 2008 年以降、自社製品の原材料となるパーム油とパーム核油のすべてを「RSPO 認証油」に切り替えはじめた。2012 年には「グリーンパームの証券化方式」を採用して、RSPO 認証原料への 100% 切り替えを達成している。その後、消費者コミュニケーションが可能なコンシューマー商品を選定して「RSPO の証券化方式 (RSPO クレジット)」を付与し、消費者啓発を優先する政策を打ち出している。次のステップとして、2020 年までに証券化方式に頼らずに「分離方式の RSPO 認証原料」の 100% 使用を目標に掲げている。

以上のように、サラヤは、1) 熱帯雨林・生物多様性保全とアブラヤシ・プランテーションの共存を図るために、RSPO 認証原料を使用した商品を消費者に届け（自然の恩恵）、2) 消費者は関連商品の購入を通じて BCT に寄付し（売り上げの 1%）、3) BCT が緑の回廊構想の実施を通じて熱帯雨林の再生と生物多様性の保護を促進する（森の再生）。このビジネスサイクル（命のサイクル）を通じて、サラヤは地球上の熱帯雨林で重要な森林面積を占めるボルネオ島を舞台に、SDGs ゴール 15 の森林の持続可能な経営実施の促進、森林減少の阻止・劣化した森林の回復、陸域生態系の保護・回復及び生物多様性の損失の阻止に対して貢献している（図 3 参照）。

図3：マレーシア・ボルネオ環境保全プロジェクト



出典：サラヤ（2017）『持続可能性レポート2017』、サラヤホームページ<https://www.saraya.com/index.html>を参考に著者作成

2) 東アフリカ・ウガンダの公衆衛生と医療衛生に貢献

サラヤは2010年に東アフリカ・ウガンダで「100万人の手洗いプロジェクト」を開始した。現在、世界では1日約16,000人の5歳未満の子どもたちが命を失っている。その原因の多くは、石けんを使って正しく手を洗うことで予防可能な病気である。サラヤは、対象となる衛生商品の売り上げの1%の寄付を通じて、ウガンダ UNICEF の手洗い促進活動を支援している。また、2011年にウガンダに現地法人サラヤ東アフリカを設立した。

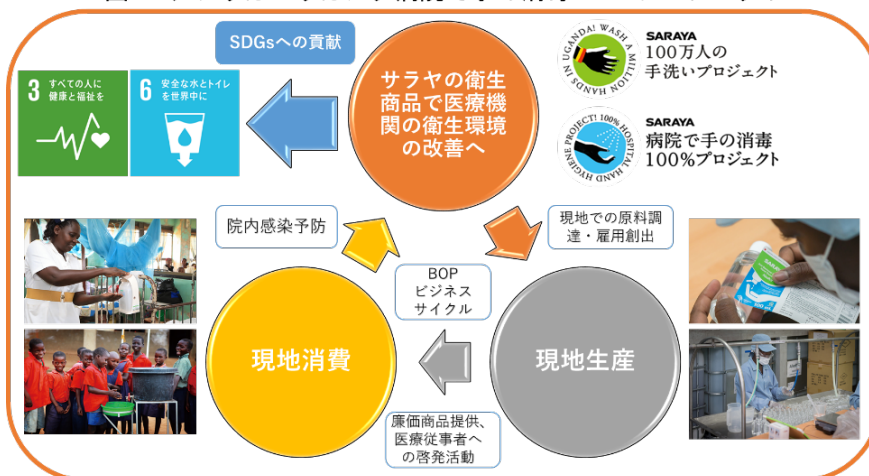
サラヤは、手洗いの普及活動のみならず、院内感染の防止を通じた乳幼児死亡率や妊産婦死亡率の削減を支援するため、「病院で手の消毒100%プロジェクト」を開始した。これは、JICA 協力準備調査スキームを活用して、ウガンダでのアルコール手指消毒剤の開発・生産・販売を通じた BOP ビジネスである。2014年にウガンダ製糖大手のカキラシュガー社の工場の一角にサラヤの現地法人工場を設立し、廃糖蜜からのエタノールを利用して、アルコール手指消毒剤「AlsoftV」の現地生産をはじめた。サラヤは、4つのパイロット病院で医療従事者を対象に衛生啓発、院内感染予防、手指消毒などの講義・研修を提供するとともに、医療従事者のアルコール手指消毒剤の使用状況をモニタリングし、より効果的に行動変容に繋がる啓発方法を模索している。さらに、全自動洗浄消毒機を設置し院内感染の予防効果も調べており、全自動洗浄消毒機や殺菌消毒剤のビジネス機会も探っている。

以上のように、サラヤは、1) 自社製品の販売とサービスを通じて医療機関の衛生環境を改善するため、2) 現地における原料調達と雇用促進を通じてアルコール手指消毒剤を現地生産し、3) 市場への廉価な製品・サービスの提供と医療従事者への啓発活動により、医療衛生製品の現地消費を促進する。この BOP ビジネスサイクルを通じて、サラヤは世界で最も乳幼児死亡率の高いアフリカの一カ国であるウガンダで、SDGs ゴール 6 の石けんや水のある手洗い場利用の促進を通じた公衆衛生へのアクセスの改善を支援するとともに、ゴール 3 の院内感染の防止による乳幼児死亡率や妊産婦死亡率の削減に貢献している（図4 参照）。

サラヤは、2020年までに東アフリカの BOP ビジネスの黒字化を目指している。そのため、2017年に現地法人サラヤケニアを設立し、今後の成長が見込める東アフリカ市場への布石を打っている。これに先立つ2013年に、カンボジアで JICA スキームを活用した「ハッピー手洗いプロジェクト」を開始して

おり、急成長を遂げる東南アジア市場への本格的な参入機会を伺っている。

図4：アフリカ・ウガンダ病院で手の消毒100%プロジェクト



出典：サラヤ（2017）『持続可能性レポート2017』、サラヤホームページ<https://www.saraya.com/index.html>を参考に著者作成

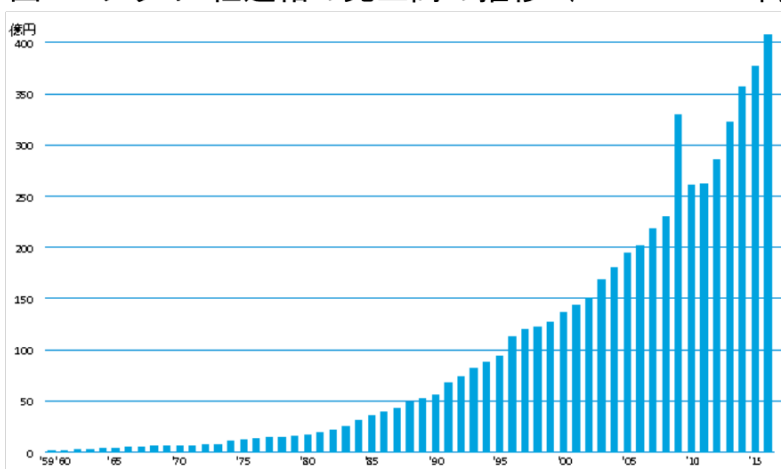
4. 事業の企業の持続的成長への貢献

サラヤの売上高（3社連結）は2017年に439億円に達している¹。現社長が就任した1998年の売上高131億円から、この20年弱で3倍以上に伸びたことになる（図5参照）。サラヤは、創業から半世紀余りにわたって、ニッチ市場（隙間市場）のトップを目指して、安定的な成長を実現してきた。社長によれば、安定的な成長を達成できた要因として、商品の多様化²と取引先（業界）の多様化によるリスク分散、ニッチ市場のトップと効率的な研究開発³、未上場のオーナー企業の利点を活かした長期的な経営、NGOや国連を含むNPOとのパートナーシップのほか、「きれいごと」に思われそうな企業理念を挙げている。

確かに、ボルネオでの環境保全やウガンダでの公衆・医療衛生改善、SDGsへのコミットメントなどは、サラヤの企業ブランドイメージの向上に大きく貢献しており、これが安定的な業績の拡大につながっている。例えば、日経BP社の環境ブランド調査では、企業の環境活動が顧客の購入行動にプラスの影響を与えている割合を示す「環境考慮スコアランキング」において、サラヤはトヨタ自動車などの大企業を抑えて2015年と2016年の二年連続で一位となった。また、ウガンダでのBOPビジネスが評価されて、2016年に日経ソーシャルイニシアティブ大賞企業部門賞を受賞した。さらに、ウガンダやボルネオにおけるSDGs達成への事業の取り組みに対する功績が認められ、2017年に第1回「ジャパンSDGsアワード」のSDGs推進副本部長（外務大臣）表彰を受賞している。これに加えて、日本政策投資銀行の「DBJ環境格付」（2008年、2014年）と三井住友銀行の「SMBC環境配慮評価融資」（2009年）において、最高ランクの融資格付を取得している。

近年、ESG投資家などのステークホルダーが上場企業の価値を評価する際に、SDGsを共通言語として使い始めている。同様に、SDGsに対する意識の高い消費者層が増えており、企業はこれらの消費者をいかに取り込めるかがひとつのカギとなる。意識の高い消費者は、環境・社会問題への取り組みなど企業姿勢をシビアに評価して商品を購入する一方で、その商品の安定的な購買層になる潜在的可能性を秘めている。人口減少のため国内市場が縮小

図5：サラヤ3社連結の売上高の推移（1952～2017年）



出典：サラヤ（2017）『持続可能性レポート2017』、（2018）『持続可能性レポート2018』

注：同図は2016年までの3社連結売上高の推移を表示。2017年の3社連結売上高は前年比7.6%増の439億円に達している。

¹ 2016年の化粧品・トイレタリー両業界の国内出荷総額は約2.4兆円であった。トイレタリー業界の国際市場では、P&G（7兆6401億円）とユニリーバ（6兆5364億円）の大手2社とその他大手メーカーが市場をリードしている。一方、国内市場では、花王（1兆4576億円）、ユニ・チャーム（7109億円）、ライオン（3956億円）などの大手メーカーによる寡占市場が形成されている。市場が成熟化し人口減少が進む日本では、短期的には近年のインバンド需要で潤ったものの、中長期的には需要は頭打ち状況にあり、販路を新興国や途上国などの海外の成長市場に求めざるを得ない環境にある。

² 手洗い石鹸液、自動うがい器、業務用洗剤、家庭用洗剤、アルコール消毒殺菌剤、安全な食品添加物、血管内皮機能検査機など、サラヤの製品は多岐にわたる。

³ 世界初を含む業界初の製品として、手洗い石鹸液と専用容器、植物油脂のエコ洗剤、自動うがい器、速乾性アルコール手指消毒剤、洗剤のポンプ式ボトルと詰め替えパック、過酢酸製剤、天然洗淨剤ソホロピッドなどが挙げられる。

し競争が厳しくなるなか、サラヤは、ビジネスと衛生、環境、健康を有機的にリンクさせて、人と自然を調和させる企業ブランドのイメージの確立に成功してきた。これが、他企業との差別化に繋がり、安定的な顧客の獲得を通じて、事業の拡大に大きく寄与してきている。

最近の ESG 投資家などのステークホルダーの態度変容を受け、SDGs に基づいた事業戦略を積極的に打ち出す企業が急増している。サラヤはこれらの企業との差別化を維持するためにも、これまで以上にビジネスと衛生、環境、健康の相乗効果を深化させていく必要がある。また、今後の成長のカギを握る海外進出において、東アフリカや東南アジア市場での BOP ビジネス (SDGs ビジネス) の早期の黒字化が、今後のサラヤの海外進出の行方を占う試金石として考えられる。

21 世紀の企業は、地球規模の課題に対する持続可能性を積極的に経営の中に取り入れたうえで、グローバルな事業展開ができなければ、企業として生き残れない。ESG・SDGs 時代の本格的な到来を受けて、サラヤが今後いかなる進化を遂げていくのか注目される。

以上

参考文献

サラヤ (2017) 『持続可能性レポート 2017』.

<<https://www.saraya.com/csr/report/images/report2017.pdf>>.

サラヤ (2018) 『持続可能性レポート 2018』.

<<https://www.saraya.com/csr/report/images/report2018.pdf>>.

サラヤ・ホームページ.<<https://www.saraya.com/index.html>>2018 年 9 月 14 日アクセス.

更家悠介 (2016) 『これからのビジネスは「きれいごと」の実践でうまくいく』

東洋経済新報社.

成美堂出版 (2017) 『最新業界地図 2018 年版』 共同印刷.

日本政策投資銀行プレスリリース.

<https://www.dbj.jp/ja/topics/dbj_news/2014/html/0000015821.html>

2018 年 9 月 14 日アクセス.

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング (2015) 『CSV 経営による市場創造：CSV アプローチでステークホルダーとの Win-Win 関係構築』 日科技連出版社.

GRI, UNGC & WBCSD(2015) 『SDG Compass：SDGs の企業行動指針』 GCNJ & IGES 訳.

<https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/04/SDG_Compass_Japanese.pdf>

WWF ジャパン・認証パーム油を使うには？RSPO への手引き.

<<https://www.wwf.or.jp/activities/addinfo/1803.html>>2018 年 9 月 14 日アクセス.

(文責：国際開発センター 内田知秀)