

KEWPIE PRESS

2022 AUGUST ● Vol. ——— 109



キューピーが描く 循環型社会

—未来へつなぐ、プラスチックとの向き合い方—

愛は食卓にある。kewpie

contents

社長が語る未来像

● **キューピーグループが紡いできたもの**

- 1 キューピーグループのサステナビリティ
- 2 原点は「お客さまのため」
- 3 「みんな」でやれば世界は変わる

● **専門家に聞く 現代社会のプラ事情**

- 4 企業をジャッジするモノサシが変わる

● **押さえておきたい! プラスチックの課題と取り組み**

- 5 2060年、地球にはプラごみがあふれる
- 6 日本のプラごみ現状
- 7 法律で守る!
- 8 循環型社会、始動

● **開発者に聞く 容器包装の理想と現実**

- 9 人と社会に向き合ったら、容器包装も変化
- 10 業界全体で仕組みを変える
- 11 数値目標がある方が取り組みやすい
- 12 サーキュラーエコノミーの実現に向けて

キューピーが描く 循環型社会

—未来へつなぐ、プラスチックとの向き合い方—

SDGsや3R、プラスチック資源循環促進法.....。
資源や地球環境について考えることは大切であると
分かっている、意識し続けるのは難しいもの。
しかし、私たちが真剣に取り組んでいけば
子どもたちの未来に、持続可能な地球を残すことができます。
創業当時からサステナブルな視点を持って
事業を展開してきたキューピーグループ。
いままでもこれからも、
より良いプラスチックとの向き合い方を
考え続けます。

“サステナビリティは

キューピー株式会社
代表取締役
社長執行役員
高宮 満



”
無駄なく
つくって
無駄なく
お届けして
無駄なく
使っていただく

“ ”
「未来への投資」▶

”
再生
プラスチックの
活用は
今後大きく
広がる

”
同業他社との
協働は
絶対に
やらないこと
いけないこと

“

1

Interview with the PRESIDENT

キューピーグループのサステナビリティ

社長が語る未来像

キューピーグループが紡いできたもの

「キューピーグループ サステナビリティ基本方針」

社会・環境課題に対して
企業の取り組みに関する考え方を
まとめた基本方針。

<https://www.kewpie.com/sustainability/management/materiality/>

—グループではどのようにサステナビリティに取り組んでいますか？

まず、「キューピーグループ サステナビリティ基本方針」を定め、推進体制の下、重点課題とサステナビリティ目標を設定しました。同時に社内報などの発信で従業員への意識の浸透を促進しています。重点課題は5つ。「食と健康への貢献」「資源の有効活用・循環」「気候変動への対応」「持続可能な調達」「人権の尊重」です。特に今回のテーマにもつながる「資源の有効活用・循環」は率先してやらなければいけないと考えています。

—具体的に教えていただけますか？

最初に向き合ったのはマヨネーズの原料である卵です。卵は9割が可食部で、残りの1割である卵殻と卵殻膜もキューピーグループでは**すべて有効活用**しています。実は、卵を無駄なく使うという考え方は、マヨネーズの製

卵のすべてを有効活用

卵黄 → マヨネーズ 卵白 → 菓子、かまぼこ、ハム
卵殻 → カルシウム強化商品、土壌改良材 卵殻膜 → 化粧品

造を始めた時から続いているんです。

次に野菜ですね。近年「サラダクラブ」のパッケージサラダが人気です。少人数のご家庭では野菜をまるごと買ってなかなか使いきれないので、最終的には家庭内で食品ロスになってしまう。使い勝手の良いものを適量提供できれば、食品ロスの削減に貢献できます。そして、サラダクラブの直営7工場が発生する野菜の外葉や芯などの未利用部を、堆肥や飼料として契約農家などで活用いただいています。これは循環型社会のとても素敵な物語になります。

—そのほかにはどのような取り組みがありますか？

商品廃棄削減があります。まずは、ロジスティクスにおける商品在庫の適正化。需要予測による生産量と販売量とのギャップをなくす取り組みです。特にいまは外的要因で市場が不安定

プラスチックの削減・再利用の例

ボトルやトレイなど容器包装の軽量化による削減や商品の運搬に使用するプラスチック容器「角ペール」の100%リサイクルを行っている。

<https://www.kewpie.com/sustainability/eco/plastic/>
<https://www.kewpie.com/blog/2022/03/2501/>

なため、これが結構大変なんです。随時、市場の環境を予測してリアルタイムで対応するような生産計画を立てる。「無駄なくつくって、無駄なくお届けして、無駄なく使っていただく」ことが目標です。さらに、賞味期間の延長や年月表示により、保管、流通、消費者の各段階での商品廃棄の削減も実施しています。

そして、**プラスチックの削減・再利用**にも取り組んでいます。私たちはプラスチックがダメなものだという捉え方はしていません。商品は、どれも容器包装に入っていますよね。プラスチックは、形を変えやすく、保存性に優れ、軽くて壊れにくいのが特徴で、非常に有能なのです。その有用性を容器包装に生かしながら、どうやって持続可能な道筋を探り、いかに上手に使うかをテーマに、「3R+Renewable」(8参照)をキーワードとして取り組んでいます。

2

Interview with the PRESIDENT

—ご自身は、サステナビリティについてどう捉えていますか？

社長就任(2022年2月)当初は、「このテーマは重たいな」と思ったんです。大切なテーマですが、簡単に言うと、いままでのような商品のつくり方、運び方、容器包装の使い方が、これからは「あれもこれもダメですよ」と言われているようなものですから。

向き合おうとすると、コストも非常にかかることになる。でもこれはちょっと違うなと思ったので、考え方を変えたんです。「これは投資だ」と。「企業として継続的に発展していくために必要な未来への投資なんだ」と。

もう一つはね、過去に遡ったら.....

すでに取り組んでいたな、と。

—例えばどういうことでしょうか？

私は、90年代に研究所で長くマヨネーズを担当していました。当時は賞味期間が7カ月でした。でも技術を駆使しながら、あるいは容器を工夫しながら、2002年には10カ月、いままでは12カ月まで延びた。食品ロスに貢献していますし、生産調整もやりやすい。これはサステナビリティという概念ができる以前からの取り組みです。

ほかにも容器の軽量化や絞り口を選べるキャップの採用などもありました。どれも、お客さまの使い勝手を良くするために、無意識のうちにこういったことを繰り返してきたんです。

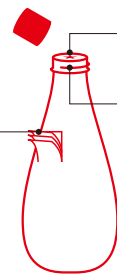
原点は「お客さまのため」

マヨネーズの賞味期間延長

多層容器の採用や、充填時に容器上部に酸素を残さないための窒素充填などにより、2016年から賞味期間を12カ月に延長。

真空ミキサー
生産中に
酸素を混ぜない

多層容器
酸素を通しにくい



アルミシール
外部酸素の遮断

口部の窒素置換
製品中の酸素を減らす

おいしさロングラン製法
植物油から酸素を
限りなく取り除く



それに気がついた時に、何も気負う必要はないんだ、と思いました。お客さまや世の中のことを普通に考えて、これまで自分たちがやってきて、きちんと評価につながったことを今後もやっていけばいいんだ、ということなんです。

—商品を良くするための取り組みが、結果的にサステナビリティにつながっていたということですね。

そうなんです。いまも、商品そのものや容器包装、製造や輸送で、無駄をなくす見直しや改善を続けています。これが私たちの原点なんです。

企業として取り組むべき課題は多くありますが、常に考えることが大事ですね。何か困ったことがあれば、変わるチャンス、変われるチャンスだ!と捉えればいいのです。

マヨネーズ容器の軽量化

2000年にマヨネーズ容器包装を、従来のものより軽量化。



「みんな」でやれば世界は変わる

—同業他社を含めた多くの企業ともサステナビリティの取り組みを進めていますね。

これはね、絶対にやらなきゃいけないことです。サステナビリティは勝った負けたではないんです。「この部分と一緒にやろうぜ」ということが当たり前にあっていいことだと思います。一緒にやることで、効率も効果も上がります。

5月には調味料・食用油メーカー4社による「再生プラスチックボトルの安全性についての共同研究の成果」をリリースしました(10参照)。

この研究成果から、私たちが主力商品の一つであるドレッシングで、再生プラスチックを100%使用したボトルを採用できる可能性が高まりました。再生プラスチックの活用は今後大きく広がるでしょう。

小売業者の意識の高まり

環境配慮商品にスポットを当てたキャンペーンの実施など、エシカル消費(人権や地球環境に配慮した商品やサービスを購入する行動)に賛同したアクションが増えている。

—同業他社は単なるライバルではなく、業界の仲間という意識ですね。

同業他社だけではなく、サプライチェーン全体の連携も必要ですね。そこには生産者や原料の供給メーカー、容器包装メーカー、流通業者、小売業者、そしてお客さまも含まれます。川上から川下まで連携し、意識を共有することが大事になります。例えば容器包装開発では容器包装メーカーと協働しますが、彼らには容器加工の技術力を借り、キューピー側は食品容器包装に使える再生プラスチックの研究データを提供する。

小売業者も、サステナビリティを敏感に意識しています。“環境への配慮があるかないか”を、購入の判断材料の一つにするお客さまが確実に増えているんですね。だから「キューピー

の商品は、環境のことも考えているな」と、安心して選んでほしい。商品にプラスチック削減率や再生プラスチックの使用率を表示するなど、お客さまに積極的に伝えていきたいです。

—最後に、サステナビリティの到達点をどのように描いていますか？

私たちは、コーポレートメッセージにもあるとおり「愛は食卓にある。」という思いで、すべての仕事と向き合っています。

お客さまに伝える

サステナビリティサイトで詳細な情報を伝えるほか、商品購入者へのプレゼントキャンペーン賞品に卵殻を配合したグッズを取り入れるなど、さまざまな取り組みを行っている。

「キューピーグループ サステナビリティ基本方針」でも掲げたように、持続可能な社会・地球環境を残していくよう、その達成に向けてできることから一歩一歩取り組んでいます。

また、こうした取り組みには、私たちだからこそのユニークさを発揮し、より能動的に進めていきたいですね。これらの思いをさらに高め、しっかりと継続させていくことが、私の役目だと考えています。



3

Interview with the PRESIDENT



株式会社イトーヨーカ堂
「環境月間」広告
チラシ掲載期間:
2022年6月1日～5日



足立 直樹

株式会社レスポンスアビリティ
代表取締役

生態学者時代に
地球の未来に危機を覚え、転身。
「持続可能な社会に貢献できる企業」
「信頼される企業」を目指す先進企業を中心に
コンサルティングを行う。
特に「企業による生物多様性の保全」、
「CSR調達(サプライチェーン・
マネジメント)」が専門。

プラスチックの使い方の見直しを

安さ、加工の容易さ、軽さ、衛生
や品質維持のための特性など、プラ
スチックには素材として優れている点
が多数あるのは事実です。

一方で、それがゆえに安易に大量
に使われ続けてきた結果、海洋生態
系をはじめ、地球環境に深刻な影響
を与え、これまでのように使い続ける
ことは、もはや許されない状況に
なっていました。また、プラ
スチックの原料である石油は、今後の
使用が困難になります。

そもそも、**プラスチックが安かった
のは、その使用にあたって私たちが本
来負担すべきコストを支払っていない
から**です。今後は、有用だけれども
貴重な資源として、大切に使う必要
があります。

／ 専門家に聞く ／

現代社会のプラ事情

これからの企業は、どのような姿勢でプラスチックをはじめとした問題に取り組んでいくべきなのか。
数々の企業と共に持続可能な社会の在り方を考えてきた、
足立直樹さんにお話を伺いました。

食品業界が特に気にすべき視点とは？

食品の容器包装は、廃棄されるプ
ラスチックの中でも特に大きな問題と
なっています。使用量が多い、複合
素材が使われている、食品等で汚れ
ていると再利用・リサイクルが困難と
いう特有の問題もあります。食品の
安全や質を担保するためにプラ
スチック容器が非常に便利であること
は確かですが、そこで**思考停止する
とイノベーションは生まれません**。こ
れまでとは違うやり方を考え続ける必
要があります。実際、紙製の飲料
パッケージなど、これまでの常識で
は考えられなかった方法も実用化さ
れつつあります。ビジネスモデルの変
更も検討する必要があります。

目標数値をどう設定し、 どのように努力すべきなのか

目標数値の設定において最も重要
なことは、科学的であることです。
容易に達成できるかどうかではなく、
科学的に考えて達成すべき状態を目
標にする必要があります。日本は特
にこの視点が弱いので、注意が必要
です。

そしてそれを達成するためには、
自社内で努力をすることはもちろん、
**消費者や行政も巻き込んで社会全体
を変える努力も必要**でしょう。そこま
でしないと、高い目標は達成できな
いからです。

プラ問題で結果が残せない企業は消える!?

より良い解決方法の提案に向けて
企業が互いに競い合うことはもちろ
ん重要ですが、時には協働すること
で変化を加速させる必要があります。
特に消費者や社会に対しての働きか
けや業界全体の仕組みの変更におい
て、こうした協働は必須と言えます。
もちろんそれはなあなあではなく、
変革のためです。

このような変化の結果、数十年後
と言わず十年後には、こうした重要
な社会課題に対して真摯に取り組
み、また結果を出した企業だけが生
き残ることになるでしょう。**企業を評
価するモノサシがこれからの十年でガ
ラリと変わる**からです。

4

企業をジャッジするモノサシが変わる

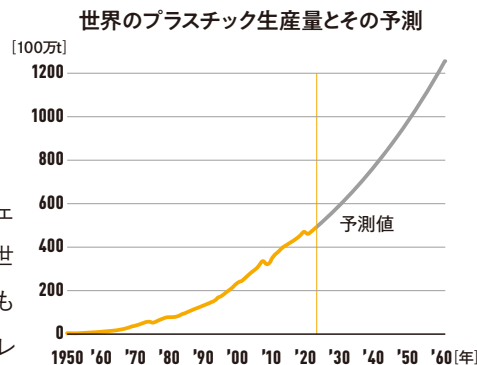
押さえておきたい! プラスチックの課題と取り組み

5

2060年、地球には プラごみがあふれる

世界初の人工的な合成樹脂(フェノール樹脂)が生まれたのは、20世紀初頭の事です。その後、現在も使われているナイロンやポリエチレン、ポリスチレン、ポリプロピレン、塩化ビニルといった種々のプラスチックが、競うように開発されました。

まるでガラスのように透明なのに軽く壊れにくく、金属のように腐食せず、しかもさまざまな色や形に加工が可能。こうした性質から産業界でも重宝され、第二次世界大戦以降の大量生産の波に乗って一気に普及してから、世界のプラスチック生産量は増加の一途をたどっています。現在の予測では、2060年に12億tを超えると考えられています。



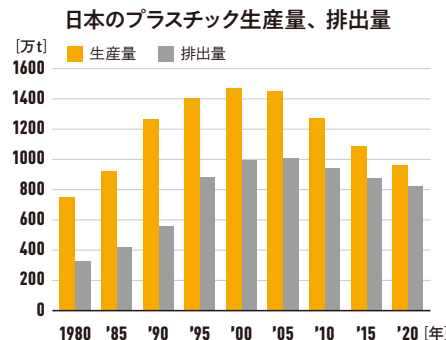
しかし、ほとんどのプラスチックは自然には分解されずに残ります。生産量が増えるにつれ「ごみ問題」が深刻化し、近年では海に流れ込んだ海洋プラスチックによる環境汚染の実態も明らかになってきました。

このままのペースでいくと、2050年までに蓄積された海洋プラスチックごみは、魚などの水産資源より多くなる(重量比)と予想されています。

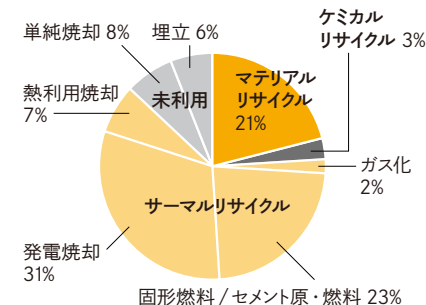
6

日本のプラごみ現状

日本は容器包装などで使い捨て(ワンウェイ)プラスチックの使用量が多く、国民一人当たりの排出量は世界各国の中でも高い水準となっています。2020年度の環境省の調査によると、ごみステーションに出されたプラごみの内訳はペットボトル17%、その他のプラスチック製容器包装68%で、合わせて全体の85%を占めます(湿重量比率による)。また、国内で処理しきれないプラスチックごみを海外へ輸出していて、環境悪化につな



日本の廃プラスチックの利用、未利用率



※一部、四捨五入による数値の不一致あり。

- マテリアルリサイクル…廃プラスチックを原料としてプラスチック製品に再生する手法。
- ケミカルリサイクル…廃プラスチックを化学的に分解するなどして、化学原料に再生する手法。
- サーマルリサイクル…廃プラスチックを固形燃料にしたり、焼却して熱エネルギーを回収する手法。

がるリスクから日本のSDGs達成度を押し下げる一因になっています。

ちなみに、プラスチックごみに占める産業系廃棄物と一般系廃棄物は413万tと410万tと、ほぼ50:50です。廃棄物合計で見ると、熱回収以外の物質としてリサイクルされているのは、約24%(200万t)に過ぎません。今後はいかに未利用廃プラスチックを再利用していくかが重要な課題です。

7

法律で守る!

このような現状を改善するため、プラスチックごみの削減とリサイクルの促進を目的とした「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」(以下「プラ新法」)が2022年4月1日に施行されました。この法律はプラスチック排出量の削減にとどまらず、「捨てないことを前提としたサーキュラーエコノミー(循環型経済)の仕組みをつくる」ことが狙いです。そのため、プラスチックを含む商品を生産・製造するメーカー、それらを販売する企業、ごみを回収する市区町村、プラスチックごみを大量に排出する企業のそれぞれが対応を求められます。

8

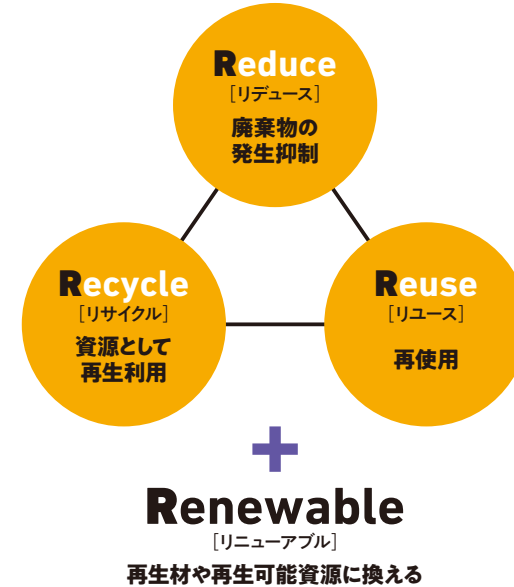
循環型社会、始動

「プラ新法」のベースとなっているのが“3R+Renewable(リニューアブル)”という考え方です。

国の中央環境審議会の提言「プラスチック資源循環戦略」では、使い捨てプラスチックを減らしたり、石油由来プラスチックをバイオマスプラスチックなどに置き換えたりすることで、2030年までに使い捨てプラスチックを累積25%排出抑制するという目標を立てています(Reduce)。また、繰り返し使用できるリターナブル容器の活用(Reuse)や、プラスチック資源を効果的に分別回収して再生プラスチックなどの形での再利用(Recycle)を促進するためのマイルストーンが設定されています。

- 2025 リユースやリサイクル可能なデザインに変える
- ↓
- 2030 容器包装の6割をリユースやリサイクルする
- ↓
- 2035 使用済みプラスチックを100%有効活用する

3R + Renewableでつくる循環型社会



最後のRenewableとは、プラスチックを再生材や再生可能資源(紙、バイオマスプラスチックなど)に置き換えることを指し、まさに「設計段階からリサイクルや再利用を前提としたものづくり」への転換を意味します。例えば、バイオマスプラスチックは繰り返し栽培できる植物を原料としています。そのため、Renewableな次世

代プラスチックとして期待が集まっています。

循環型社会を実現するためには、この“3R+Renewable”を支える仕組みがうまく回らなければなりません。そのために、国も企業も私たちも、それぞれの立場で何ができるのかを考え、行動を変えていく必要があるのです。

開発者に聞く

容器包装の理想と現実

キューピーグループでは商品の容器包装開発について、現場は実際どのように向き合っているのでしょうか。長年、容器包装の研究・開発に取り組んできた担当者に聞きました。



長野 学
キューピー株式会社
研究開発本部
技術ソリューション研究所
加工・包装研究部

9

人と社会に向き合ったら、容器包装も変化

キューピーグループでは、サステナビリティ目標が設定されるずっと前から環境配慮設計に幅広く取り組んできました。例えばパレットに効率よく積める荷姿にすることで、輸送時のCO₂削減や渋滞対策、ドライバー不足の改善につながります。また、容器包装のバリア性を高めることで賞味期間を延長することや、お客さまが期限内に使いきれぬちょうどいい内容量を選べるように複数の商品サイズを展開することで、食品ロスの削減につながる商品もあります。

さらに、容器包装を軽量化することでプラスチックの使用量削減にも取り組んでいます。

石油由来プラスチックの使用量削減も、環境配慮設計の延長上にあるものです。ドレッシングの主力シリーズ「キューピー テイステイドレッシング」では、再生プラスチックを含むボトルを採用しています。

今後、再生プラスチック100%の容器の導入を目指していきたいと思っています。

10

業界全体で仕組みを変える

2019年から株式会社Mizkan、キッコーマン株式会社、日清オйлオグループ株式会社、キューピーの4社共同で、調味料・食用油用リサイクルペットボトルの安全性評価の共同研究を進め、今年、論文が掲載されました^{※1}。

一度使用されたペットボトルを回収・選別・洗浄してリサイクルするので

ですが、回収されるまでの過程でさまざまな物質に汚染される可能性があります。リサイクルしたプラスチックを食品の容器として使うためには、どんな物質であっても「きれいに」洗浄できていることが大前提です。

液状調味料や食用油の容器として安全に使用できるか、社内外の専門家の知恵を借りながら共同研究を進めました。その結果、調味料・食用油業界全体でのメカニカルリサイクル^{※2}ペットボトル活用の可能性が見えてきました。

※1「日本食品化学学会誌29巻1号」に掲載。2022年5月10日にプレスリリースを発表。

※2 メカニカルリサイクル:物理的再生法。材質別に分別収集したボトルから、異物などを除去した後、フレーク状に破砕し、温水、アルカリ水、洗浄剤等により洗浄後、減圧下で高温処理し、汚れの除去と物性の回復を行うリサイクル方法。

 **mizkan**

今回4社の共同研究ということで、同じ食品メーカーではありながら、企業文化・風土が異なっており、意見が割れることが度々ありました。そこを調整して1つの研究計画にまとめ上げるのが難しいところだったと思います。一方で、多面的な視点から試験系を考えることができたため、ほぼすべての調味料、食用油に適用できる結果を得られたことは、今回の共同研究の最大の成果だと思います。また、いろいろと議論する中

で、商品や環境に対する各社の熱い思いに触れることができ、望外の経験となりました。環境課題の解決は非常に難易度が高いのですが、今回のように企業連携して共に取り組むことで、2050年のカーボンニュートラル達成に少しでも近づけると良いと考えています。

株式会社Mizkan

品質環境部 品質環境企画室

近藤 康一

仕入統括部 原料容器開発課

廣澤 憲

11

数値目標がある方が 取り組みやすい

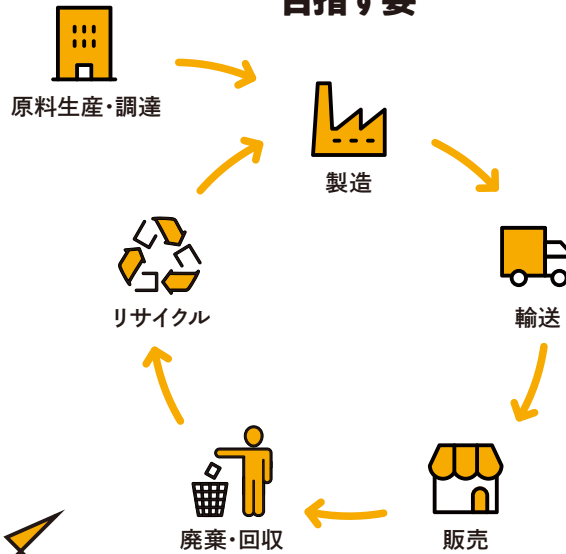
キューピーグループでは「2030年に2018年度比で石油由来プラスチック30%以上削減」というプラ削減・再利用の数値目標を掲げています。

これはかなり高い目標になりますが、数値目標が明確になったことで、具体的な取り組みを検討しやすくなりました。

これまでにも「キューピードレッシング スティックタイプ」のパッケージにフィルム状の再生プラスチックを使用しているほか、「サラダクラブ 素材パウチシリーズ」では一部バイオマスプラスチックを採用しています。

今後も検証しながら石油由来のプラスチックの使用量を削減していく予定です。

サーキュラーエコノミーで 目指す姿



12

サーキュラーエコノミーの実現に向けて

今後、企業のものづくりはサーキュラーエコノミーに移行することが予想されます。その意味で特に注目しているのは、回収、リサイクルに適した多機能な単一素材による容器包装です。

現在はPET、ナイロン、ポリエチレンなどの複数のプラスチックを重ねて軽くて丈夫な素材を生み出しています。しかし、リサイクルしにくいのが課題です。同様の機能を単一素材で実現できれば、プラスチックの

リサイクルの質が向上する可能性が出てきます。

さらに、サーキュラーエコノミーという大きな変化を現実のものとするためには、さまざまな分野に“仲間”が必要です。キューピーグループも、原料生産・調達から商品の製造、輸送、販売、廃棄・回収、リサイクルの流れの中でパートナーとの協働を進めるとともに、行政や自治体、消費者ともつながりながら、未来に向けた“より良い循環”をつくっていきます。

レジ袋の有料化や飲食店の紙製ストローへの移行など、日常的にプラスチックとの向き合い方を考える機会が多くなりました。地球環境を守るため、石油由来のプラスチック使用量を減らすことは喫緊の課題です。

キューピーグループの商品は容器包装なくしては成り立ちません。食品のおいしさを保ち、安全安心を守り、環境負荷も軽減した容器包装の開発に取り組むことは、私たちの使命でもあります。自然の恵みに支えられた商品だからこそ、今後もプラスチックとの向き合い方を模索し続けます。

多くの人々との協働で循環型社会を実現させ、未来をつくる子どもたちにより良い社会と地球環境を残す。それがキューピーグループの願いです。

「キューピー通信」に関するお問い合わせは下記まで

キューピー株式会社
広報・グループコミュニケーション室

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13
TEL 03-3486-3051(直通)
E-mail pr@kewpie.co.jp

転載・転用の際は出典を記載ください。