

SDGs 事例集 2020 : 三井化学株式会社

ESG の推進及び、環境・社会への貢献価値 Blue Value® /Rose Value®の拡大

今、企業は、事業活動を通じ持続可能な社会の実現に貢献しています。

三井化学は、ESG を中核に据えた経営に取り組み、環境・社会への貢献価値 Blue Value® /Rose Value®の拡大を長期経営目標に掲げて貢献の見える化を図り、SDGs などの社会課題解決に取り組んでいます。三井化学(株) 理事・ESG 推進室長の右田さんにお話を伺いました。



2030 年以降も踏まえ、長期経営計画に環境・社会軸目標を盛り込む

日化協：

御社は、SDGs に関わる課題を含めて、持続可能な社会の実現のために、経営として ESG に戦略的に取り組まれていますね。

右田様：

ありがとうございます。気候変動やプラスチック問題、SDGs に関連することだけでなく、SDGs 後の 2030 年以降も踏まえ、経営の中核に ESG を捉えて取り組んでいます。

当社グループの ESG は、グループ理念をベースにしています。1997 年に三井東圧化学と三井石油化学工業が合併して、三井化学になりました。この時にグループ理念を作り、『地球環境との調和の中で、材料・物質の革新と創出を通して、高品質の製品とサービスを提供し、社会に貢献する』という理念を内外に明らかにしています。事業活動を通じて社会課題の解決に貢献することが、我々の存在意義だという考え方に基づいています。

《企業グループ理念》

地球環境との調和の中で
材料・物質の革新と創出を通して
高品質の製品とサービスを顧客に提供し
もって広く社会に貢献する

日化協：

合併したことで、グループ一丸をより意識したということですね。

右田様：

そういう意識が強いですね。それゆえに、「目指すべき企業グループ像」も、『絶えず革新による成長を追求し、グローバルに存在感ある化学企業グループ』になると明確にしています。

当社グループの連結売上高は、半分を基盤素材事業が占め、その他に成長分野と位置付ける 3 つの分野の事業で構成されています。石油化学製品、



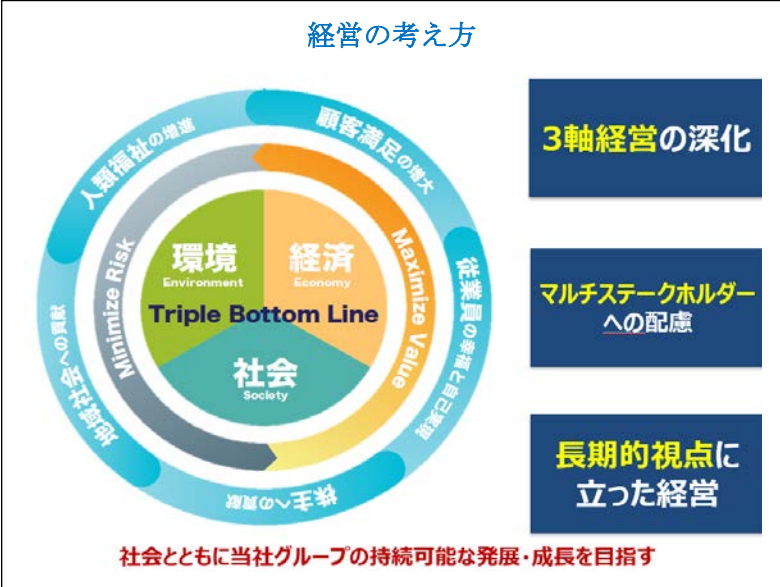
基礎化学品、ポリウレタン材料を主力製品とする基盤素材事業、成長分野と位置付けているモビリティ事業の自動車材料や電子情報材料、ヘルスケア事業のメガネレンズ材料や不織布、フード&パッケージ事業の包装材や産業用フィルムと、全事業がプラスチックに関係しています。こうしたことから、社会課題の解決にプラスチック材料の革新で貢献することは、我々の存在意義でもあります。

プラスチックに関しては、海洋プラスチック問題などがネガティブなニュースとして取り上げられていますが、プラスチック自体は大変有用な素材であり、社会的に注目を集めている問題に取り組むことは、ビジネスチャンスとも捉えることが出来るのです。

こうしたマーケットで事業を展開する当社グループの経営の考え方は、3軸経営です。2006年にはすでに打ち出していましたが、経済だけでなく環境と社会とのバランスも取っていくというもので、まさに ESG です。現在は、この3軸経営を深化させ、マルチステークホルダーへの配慮、長期的視点に立った経営を行い、SDGs 後の2030年以降も踏まえ、「社会とともに当社グループの持続可能な発展・成長」を目指しています。

その実現のため、私は経営企画部副部長の立場で、2016年に「2025長期経営計画(対象期間：2016年から2025年)」作りに携わりました。メガトレンド、社会課題を抑えた他、SDGsをツールあるいはターゲットとして活用し、10年先、20年先の姿を考えながら2025年を最終年とする長期経営計画を策定しました。

右図に示すのが長期経営計画のコンセプトです。社会課題と当社が持つ強みを掛け合わせて、貢献すべきターゲット事業領域を定めました。経営課題には経済・環境・社会の3軸でビジネスリスク/バリュー(機会)の両方を取り上げ、事業活動を通して『三井化学グループが目指す未来社会の姿』である「環境と調和



した共生社会」、「健康・安心な長寿社会」、「地域と調和した産業基盤」を目指します。また、長期経営計画を通じて、SDGs の達成にも貢献していきます。

目標には、経済目標と併せて、環境・社会軸目標も設定しました。「(1) 低炭素・循環型・自然共生社会の実現に貢献できる製品・サービスの最大化」、「(2) QOL(Quality of life)向上、スマート社会の実現に貢献できる製品・サービスの最大化」、「(3) サプライチェーン全体を通じた安全確保・高品質・公正の追求」という3つの目標に対して、13項目のKPIを設定しています。

かねてから、環境や社会への貢献を環境貢献価値「Blue Value®」、QOL向上貢献価値「Rose Value®」として提供価値の見える化を進めていましたが、両Valueの認定製品の総売上高比率もKPIに設定し、各30%以上とする目標を掲げました。当然、気候変動や安全、レスポンシブル・ケアに関連する事項のKPIも設定しており、SDGsの種々目標との関連についても右図のように示しています。

2025 長期経営計画と SDGs の種々目標との関連	
目標(1) 低炭素・循環型・自然共生社会の実現に貢献できる製品・サービスの最大化	
環境貢献製品・サービスの売上高拡大	1)Blue Value®製品 総売上高比率：30%以上
生産・物流活動における環境負荷の低減	2)GHG排出量削減率；2005年度比 25.4%以上 3)エネルギー消費原単位低減率；5年平均1%以上を継続
目標(2) QOL向上、スマート社会の実現に貢献できる製品・サービスの最大化	
健康・安心な社会への貢献 製品・サービスの売上高拡大	4)Rose Value®製品 総売上高比率：30%以上
目標(3) サプライチェーン全体を通じた安全確保・高品質・公正の追求	
安全確保	5)重大事故発生数：ゼロを継続 6)重視する労働災害数率：0.15以下を継続
高品質な製品・サービスの提供	7)顧客不適合品発生率：10ppm以下
プロダクトセキュリティ（健全な化学品管理）	8)製品のリスク評価実施率：(2020年)99%以上 9)最新の安全性情報提供率：100%を継続
公正で社会から信頼される企業	10)重大な法令・ルール違反数：ゼロを継続 11)CSR調達率：70%以上 12)女性管理職(課長級以上)比率：10%以上 13)従業員エンゲージメント向上

日化協：

「2025 長期経営計画」に、環境・社会軸目標も入れ、KPI の設定、さらにはSDGs との関係も明確にされたのですね。特に、KPIにBlue Value®とRose Value®の総売上高比率を設定したことは、地球環境との調和や社会に広く貢献していること／し続けることを、経営層や従業員に意識させることにも繋がりますね。このような設定は、右田さんが経営企画部門にいらしたことも大きいのでしょうか。

右田様：

私は、経営企画部門の前はCSR部門にいました。当時から経営指標に環境・社会軸目標を入れていかなければならないと、問題意識を持っており、「2025 長期経営計画」を策定する際に、経済軸と併せて、環境・社会軸目標を設定しました。

日化協：

Blue Value®/Rose Value®は、かなり事業部門に浸透しているのではないかと感じています。事業部門の方とのお話からも、よく理解され、皆さんの業務目標に落とそうと努力されていることが伺えました。

右田様：

そうですね。これまでは、「それは、CSR でやっていることでしょうか？事業部門は関係ないから」ということでしたが、現在は事業部門にも「環境・社会への貢献価値とは何か」が根付いてきたように思います。

リーマンショック、赤字経営を乗り越え、広義のCSRであるESGへ

右田様：

1997年に三井グループの化学会社2社が合併し、三井化学が発足しました。CSR部門の設置は2005年になります。2004年に、経営企画部門の担当者と法務部門のコンプライアンス担当であった私が、「CSRとは？」というプロジェクトを立ち上げました。約1年の議論の末、CSR部門とCSR委員会が設置され、私がCSR部門の担当になりました。当時の社長はCSRの概念をよく理解していましたので、2006年に先の3軸経営を打ち出しました。しかし、その後2008年に起こったリーマンショックの後、赤字経営から脱却し経営状態を立て直すことが最優先の課題となり、2009年から2013年の間はCSRにとっては停滞の時代でした。

ESG 推進の歩み	
1997	三井化学発足、企業グループ理念制定
2005	CSR室、CSR委員会設置
2006	「3軸経営」(経済・環境・社会) 打ち出す
2011~13	3期連続最終赤字 Blue Value® Rose Value®構想開始
2014	「14中計」策定 「事業活動を通じた社会課題解決」 「貢献すべき社会課題(未来社会)」
2016	「2025長期経営計画」策定 「環境・社会軸」目標
2018	ESG推進室、ESG推進委員会設置

日化協：

この期間は、どの企業もリーマンショックの対応に揺さぶられましたね。

右田様：

そうですね。ただ、実はこの間に、Blue Value®/Rose Value®の検討が、茂原にある研究所の片隅で始まっていました。私たちのような本社部門は知らなかったのですが、よく継続してくれていたと思います。

日化協：

発案や検討は、茂原の研究所でされたのですね。

右田様：

赤字経営が続いた後の2014年に「中期経営計画(対象期間：2014年～2016年)」を出しました。これは、出直しの中期経営計画です。私は経営企画部門にいました。三井化学の原点に戻ろうと存在意義を再確認し、「未来社会の実現に向け、事業活動を通じた社会課題解決」の概念をこの中期経営計画から入れました。しかし、Blue Value®/Rose Value®については、議論には上ったのですが、時期尚早で入れることができませんでした。

日化協：

2016年からは中期経営計画ではなく長期経営計画とされました。それはどういう理由によるものですか。

右田様：

中期経営計画も3年目に入ると、事業を取り巻く内外環境は大きく変わっています。それにも関わらず、変化を取り入れず計画に織り込んだことのみを全うしてしまう。それではダメだと。

2025長期経営計画では、10年後の到達目標を定め3ヵ年の戦略で進めています。毎年、環境変化を柔軟に取り入れて次の3ヵ年の戦略を見直し、長期と短期のバランスを見ながら経営していくことにしたのです。

日化協：

長期経営計画の大きな骨子はずえに、細かい部分は環境変化に合わせて、毎年見直していくということですね。

CSR 部門は ESG 推進室として、名称もその役割も変更されたと伺いました。

右田様：

2018 年 4 月に ESG 推進室を設置しました。

2017 年頃には、ニュースや新聞などでも、SDGs や ESG 投資などの話題が多くとりあげられ、社会的要請が急速に高まりました。ESG を経営に統合することは必須の経営課題であるということが、社内でも認知されていきました。ただ、一方で、「社会課題の解決」と打ち出したものの、事業部門や研究部門などで積極的に取り組まれていたかという点、不十分であることは否めませんでした。このような状況を打開するため、狭い意味の CSR から脱却するべく、ESG 推進室を設置したのです。

CSR という言葉を一旦廃止して、ESG やコーポレート・サステナビリティという言葉に変え、コンセプトを作り直しました。例えば、これまでは環境配慮製品と宣言して終わっていたものを、環境貢献価値の提供は企業価値を高め、利益を生み、企業の発展につながる。それを企業戦略に活かすビジネスモデルにするところまでやる、ということ。そして、リスクマネジメントも単なるコンプライアンスではなく、ガバナンスを重視していく。ということです。しかし、これまで積み上げてきた CSR を否定するものではなく、工場が主体的に行ってきた地域貢献活動などは縮小せず、どんどん実施してもらっています。

ESG 推進室の設置に伴い、コーポレートコミュニケーション部から CSR 部門がスピンアウトし、これまで緩やかに連携していた経営企画部と、より密接に連携した組織体制と

三井化学グループの外部環境、内部環境

【外部環境】

- ESG、SDGsに対する社会的要請の急速な高まり
- ESG投資(GPIF)、TCFD、価値共創ガイダンス/伊藤レポート2.0、...

ESGと事業戦略を統合した経営が求められている

【内部環境】

- 3期連続最終赤字→「経済」第一、「環境」「社会」までは、...
- 「社会課題解決」を打ち出したが、内実は??

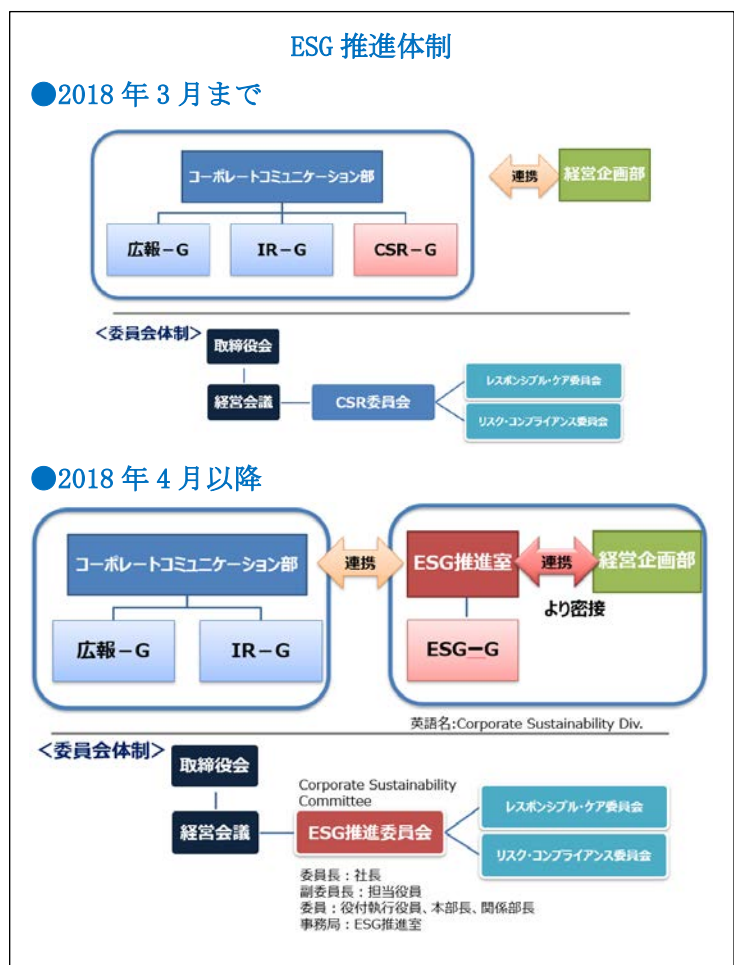
「ESGと事業戦略の統合」を必須経営課題に「狭義のCSR」からの脱却

2018年4月、専任組織「ESG推進室」を新設

三井化学グループの CSR と ESG

- 「狭義のCSR」
 - 環境への配慮、社会貢献活動 = 利益の一部還元 = コスト
 - コーポレート活動 = 事業活動とは一線を画す = 間接部門の仕事
 - 企業の社会的責任 = 「守り」(リスクマネジメント) 重視
- 「広義のCSR」≡「ESG」≡「コーポレートサステナビリティ」
 - 環境・社会への価値提供により企業価値も高める = リターン重視
 - 環境・社会ニーズを経営・戦略につなげる = ビジネスモデルへの統合
 - さらなるリスクマネジメントの徹底 = ガバナンス重視

> 従来のCSR活動(地域貢献活動等)はCC部所管で変更なく継続
 > 工場CSR-Gも存続



なりました。物理的にも隣に位置し、経営戦略を意識し情報共有しながら業務を遂行しています。

CSR 委員会も ESG 推進委員会(英語名: Corporate Sustainability)に名称を変更。社長が委員長で、担当役員を副委員長ということは変わりませんが、委員を絞り、常務以上の経営層と事業・研究・生産技術の本部長等の委員で ESG について議論し、トップダウンで遂行するスタイルにしました。英語名からも分かるように、コーポレートのサステナビリティを決めていく場です。三井化学が存続し続けるために、当社は何をするのか、何をしなければならないのかということを一に討議しています。

日化協:

事業部門等社内に対しては、どの様に SDGs や ESG を推進していますか。

右田様:

右図のように ESG 推進方針を明確にしました。ESG 推進とはビジネスリスクに対処するだけではなく、ビジネス機会を捉えていくことであり、大切なのは、社会価値向上と企業価値向上の両立です。社会に貢献して当社がつぶれては元も子もありません。社会課題を認識し、その解決に当社グループの技術やビジネスをどう活かしていくかを常に考えていくことが ESG 推進であると話しています。



ミッションを明確にして ESG 推進に取り組む

グローバル課題である気候変動やプラスチック戦略についてもグループ内を牽引

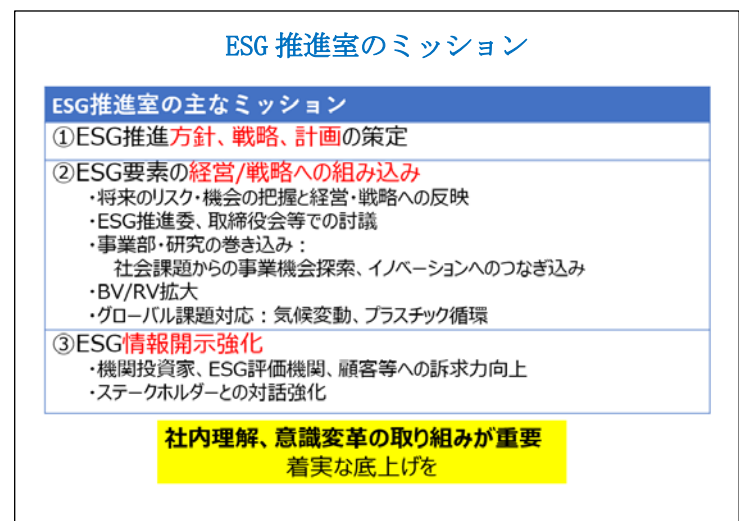
日化協:

ESG 推進室のミッションを教えてください。

右田様:

ESG 推進室のミッションは、右図に示した①ESG 推進の大きな方針や戦略を考えること、②ESG の要素を経営・戦略に組み込んでいくこと、③ESG 情報開示を強化すること、の3つです。

②の経営・戦略への組み込みでは、ESG 推進委員会、取締役会、全社戦略会議だけで、昨年は5回開催し、その他にも定期的に経営層との議論を行い、戦略への反映を進めました。特に、当社にとって最重要なグローバルな課題でもある気候変動とプラスチック循



環については、ほぼ毎回テーマとして取り上げ、全社で取組む方向性等の議論を行っています。

日化協：

気候変動に関する企業のTCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosure) の取組みや、プラスチック循環の課題の中でも海洋プラスチックへの企業の対応に関して、社会的にも多く取上げられています。御社は2018年4月という早い時点で、重要なESGの要素として取り上げ、ESG推進室のミッションとして明確にされたのですね。

右田様：

はい。気候変動とプラスチック問題は、一体の課題として捉えることが重要であると考えています。

プラスチックは、まさに当社事業のど真ん中ですので、プラスチック循環の課題を取り上げなければ化学企業として存在する意味がないとも言えますね。その年の夏には、ESG推進室のミッションの半分はプラスチック関連の対応になりました。翌2019年には、プラスチック戦略基本方針を発表しました。

日化協：

戦略的に動かれ、社内外に向けての打ち出しもいいですね。どのような体制で推進されているのですか。

右田様：

ESG推進室だけでなく事業部からの兼務者を置き、リタイヤした元研究本部長も招いて事業・研究横断のプロジェクト体制をとっています。海洋プラスチック問題は、1社では解決できない問題なので、アライアンスに参加して、様々な企業や外部機関と一緒に検討しています。

日化協：

気候変動に関しても、TCFD対応等、企業価値を高めるような取組みを進め、情

気候変動対応方針

気候変動対応を最優先課題と考え、グローバルバリューチェーンでの協働・共創を推進

緩和	適応
GHG削減推進による 低炭素社会の実現	気候変動リスクに強い 健康・安心な社会の実現
機会・リスク	機会・リスク
<ul style="list-style-type: none"> <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">製造における低炭素化 -省エネ、再生エネルギー -原料・燃料転換 <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">製品によるGHG削減 -Blue Value®製品 <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">リサイクル技術向上 -素材・デザインの革新 <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px;">バリューチェーンにおける貢献最大化 	<ul style="list-style-type: none"> <li style="background-color: #c00000; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">水セキュリティ強化 -生産拠点のリスク対応 -水資源の有効活用 <li style="background-color: #c00000; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">適応製品群の拡大 -Rose Value™製品 -防災減災関連製品 <li style="background-color: #c00000; color: white; padding: 5px;">バリューチェーンのレジリエンス強化
TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES	
<small>気候変動対応への決意として TCFD提言へ賛同を表明 (Jan.2019)</small>	

プラスチック戦略基本方針

バリューチェーン全体を視野に入れた循環経済モデルを推進

Recycle

海洋プラ問題解決に向けたアライアンスに参加

ALLIANCE TO END PLASTIC WASTE

- プラスチックのバリューチェーンに携わる世界各国の企業47社が参加
- ①インフラ開発、②イノベーション、③教育・啓蒙活動、④清掃活動の4分野に総額15億USDを投じ、持続可能な社会への貢献を目指す
→ 参加企業が拠出する資金を元に、事務局が複数のプロジェクトを運営

海洋プラスチック問題対応協議会

- 化学業界5団体により18年9月設立、50企業・団体からなる(含む賛同会員)
- ①情報整理・発信、②国内動向への対応、③アジアへの働きかけ、④科学的知見の蓄積
- 20年2月に東南アジアの廃棄物処理業者などを日本に招待し、研修セミナーを実施

**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**

- 海洋プラ問題の解決に向けたイノベーション加速のためのプラットフォーム構築を図る
- CLOMAビジョンとアクションプランを策定。20年度から実行フェーズに移行、取組み本格化

報開示も含めて対応するとなると、大変ですね。

右田様：

そうですね。気候変動についても対応方針を2019年春に発表しました。情報開示内容を評価する機関や投資家も増えていますので、しっかり対応しなければなりません。ESG推進室に気候変動対応の専任を置き、生産技術部門などGHGの専門家も協力してくれています。

日化協：

投資家を含めステークホルダーに対して的確に応えられるのは、社内体制がしっかりあるからこそということですね。投資家の方からの質問や疑問に丁寧に答えることで、御社への信用度も増しますし、戦略的に取り組んでいることも見せられますね。

右田様：

はい。投資家とのESGミーティングも増え、率直に話をさせていただいています。いろいろ議論ができていい機会になっています。

Blue Value®とRose Value®で、環境・社会への貢献価値を見える化し、 三井化学グループの存在価値を示していく

日化協：

投資家とのESGミーティングで得られた内容は、事業部門にもフィードバックすべきこともあると思いますが、いかがですか。

右田様：

今後の戦略などにも参考になりますので、もちろん事業部門にも共有しています。

投資家の方々からは、Blue Value®/Rose Value®を大変評価いただいていますので、その期待についても伝えています。

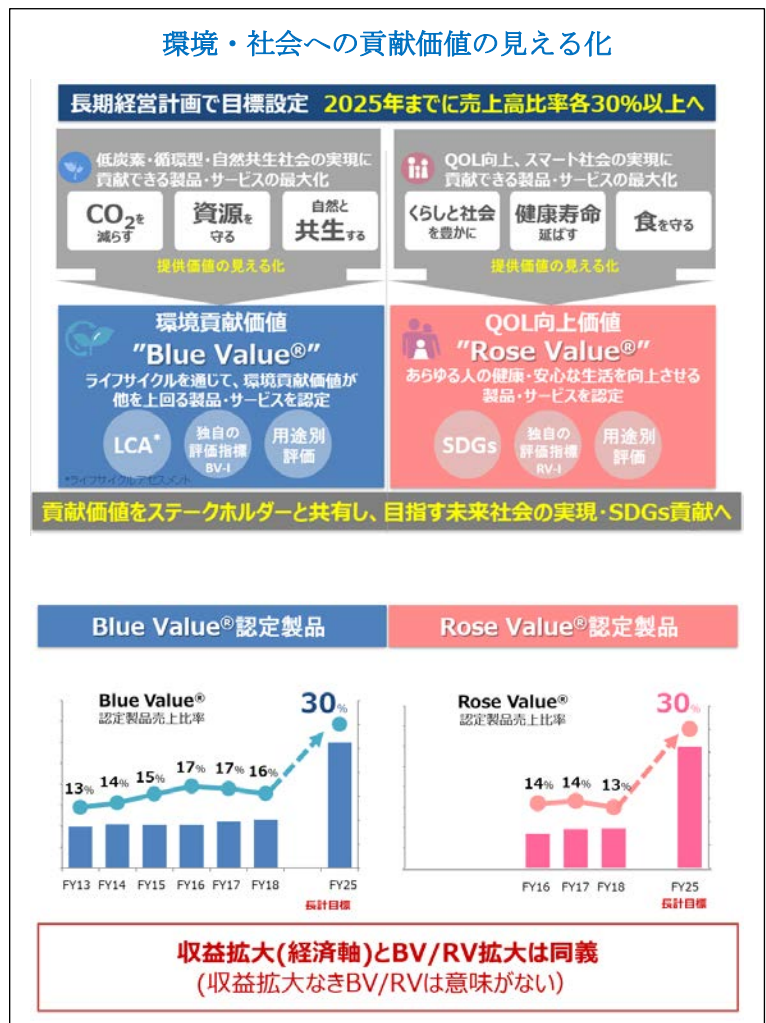
日化協：

Blue Value®とRose Value®で、環境・社会への貢献度を事業成長として定量的に情報開示することは、投資家からのニーズとも合致していますね。

右田様：

そうなのです。投資家の方からは、Blue Value®とRose Value®が拡大すれば、利益も拡大していくのかと、よく問われます。

2025長期経営目標では、営業利益2000



億円を打ち出していますが、これは成長領域の製品の収益が拡大している下での計画です。当社の成長戦略と Blue Value®/Rose Value®のコンセプトの方向性は一致しているので、Blue Value®と Rose Value®が拡大すれば利益も拡大していくはずで。環境に貢献する製品でも利益が上がらない、あるいは全社利益が伸びているのに Blue Value®や Rose Value®の売上高比率が上昇しないのであれば、事業ポートフォリオか Blue Value®/Rose Value®のコンセプトか、どちらかがおかしいということになります。Blue Value®と Rose Value®は、収益拡大の中身を環境・社会への貢献価値の視点から見て、成長戦略の方向性を確認するためのツールでもあると考えています。

日化協：

先程、お話に出ましたが、Blue Value®/Rose Value®を指標として整理し、経営ツールとした茂原の研究所の皆さんは素晴らしいですね。

右田様：

そうですね。茂原の研究所にいた担当者は、その後本社に赴任して、Blue Value®/Rose Value®の存在価値を大きくしていただきました。

日化協：

浸透は、具体的にどのような方法で進めていますか。

右田様：

経営のシステムに組み込まれないと、みんな本気になりません。そこで、大型投融資計画の検討項目に、Blue Value®/Rose Value®や、SDGs との関係を記載する項目を追加しました。また、プラント建設などで GHG が増減する場合は、何トン増えるか/減るのかを具体的に提示させます。投融資を検討するときは、必ず Blue Value®/Rose Value®や SDGs を意識することになるのです。

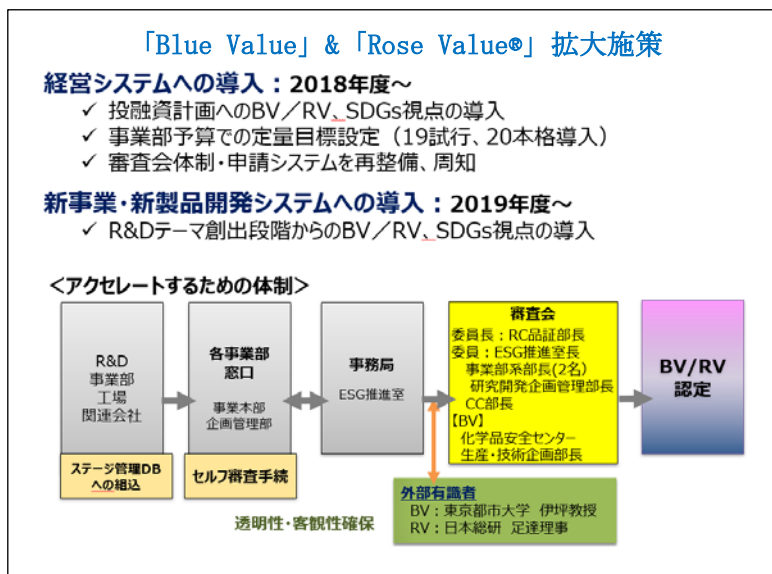
日化協：

投資の検討時に、該当する製品が Blue Value®や Rose Value®に関する用途があると気付いてもらえれば、社内により浸透しますし、さらに製品開発やマーケティングにもその意識は波及していきますね。

右田様：

その通りで、Blue Value®/Rose Value®は、当初の構想から、単なる経営ツールではなく、研究開発やマーケティングのツールでもあると考えています。

2020 年度から Blue Value®と Rose Value®の売上高目標を、事業部門の業績管理指標として本格導入することにしました。事業部門それぞれが設定した目標の達成に向けて中長期的に拡大を図っていくことになります。さらに、研究創出段階にもこの視点を入れ始めています。次の段階として、新事業や新製品開発のステージ管理システムに導入していきたいと考えています。



日化協：

改めて、Blue Value®/Rose Value®の評価手法について教えてください。

右田様：

Blue Value®は、LCA(ライフサイクルアセスメント)をベースとする独自指標により製品・サービスを用途別に評価し、「CO2を減らす」「資源を守る」「自然と共生する」の3要素で環境への貢献度を判定し、Blue Value®製品として認定します。当社での製造工程だけでなく、お客様先の加工段階や消費者による使用段階など、バリューチェーン全体で当社製品がどれだけ貢献できているか評価します。すべての判定項目で劣っている点がないことが認定条件となっています。定性評価や半定量評価も取り入れ、簡易に評価できるシステムをとっていますが、必要に応じて、LCA担当部門が専門的、定量的に評価できる体制となっています。

Rose Value®は、LCAのような共通の物差しがないので、SDG等の社会ニーズをふまえた独自指標を作成しています。3つの貢献要素「くらしと社会を豊かにする」「健康寿命を延ばす」「食を守る」に当てはまる製品・サービスをRose Value®製品と認定しています。

日化協：

用途が明確な製品なら環境・社会への貢献を具体的にアピー

Blue Value の具体事例

アペル® 車載カメラレンズ用途



車載カメラ

貢献ステージ 加工
ガラスから樹脂へ
・加工エネルギー削減
 レンズ成形温度低下、加工時間短縮
・有害物質削減

CO₂を減らす 資源を守る 自然と共生する

アドブルー® 排ガス低減剤



貢献ステージ 使用
自動車走行時の
・NOx排出削減
・省燃費へも貢献

CO₂を減らす 自然と共生する

◆製品のライフステージ



PPコンパウンド
塗装レスバンパー・インパネ材料



貢献ステージ 加工
塗装工程が不要
・お客様先での工程削減
・揮発性有機化合物(VOC)
 温室効果ガス(GHG)の低減

CO₂を減らす 資源を守る

アドマー®
燃料タンク用接着性樹脂



貢献ステージ 使用
金属から樹脂へ
・タンクを10~30%軽量化
・燃費向上

CO₂を減らす

エコネージュ®
食品包装用白色フィルム



CO₂を減らす 資源を守る

貢献ステージ 加工
空気層に光を乱反射させることで白色に
工程削減 白色化で白色印刷不要
樹脂使用量削減 20~30%削減

Rose Value の具体事例

MR™シリーズ
UV+420cut™
メガネレンズ用材料



くらしと社会を豊かに
健康寿命を延ばす
視力矯正に加えて、
目の健康・快適さにも貢献

トレボン®
殺虫剤



食を守る
高性能な農業により
農作物の安定生産・食糧増産に貢献

スパッシュ®
鮮度保持フィルム



農水省 大切な大賞 受賞
青果物のおおれや変色を抑え、
フードロスの低減に貢献

シンテックス®
衛生材料用不織布



くらしと社会を豊かに
もれない・むれない・かぶれないという基本性能に加え、
快適性・フィット性といった高機能を追求

ルしやすく、社内外に訴求しやすいですね。

右田様：

ちなみに、Blue Value®の「Blue」は、グリーンで示される自然やエコではなく、もっと大きな地球の青を。Rose Value®の「Rose」は、幸福や希望に満ちた人生バラ色のローズを表現しています。

日化協：

認定はどのようなプロセスで行っているのですか。

右田様：

事業部門からの申請を受けて、審査会に掛けます。RC 品証部長が委員長となり、事業部長 2 人、研究開発企画管理部長などが委員として、それぞれの視点で意見を出し合い審査をしています。委員にとっても、自部門とは異なる分野の製品が社会に提供する価値について議論していますので、それぞれが持ち帰って役立てることもできているのではないかと考えています。

日化協：

認定については、外部の有識者の方からアドバイスもあるのでしょうか。

右田様：

Blue Value®は東京都市大学の伊坪教授に、Rose Value®は日本総研の足達理事に、アドバイザーをお願いしています。透明性・客観性を高めるため、評価方法や審査基準の設計段階からアドバイスをいただきました。審査会の前にもご意見をいただき、それを踏まえて社内審査を行っています。

日化協：

他部門や外部有識者からの指摘や知見も得られると、部門間や社外との協働が生まれる、新たな事業やこれまでにない新製品開発にも発展するかもしれませんね。

右田様：

そうなのです。企業は、新たな価値を創造し、社会課題を解決し続けていかなければなりません。Blue Value®/Rose Value®を環境・社会への貢献と自社の経済成長、すなわち社会価値向上と企業価値向上の両立を測るための指標とし、両価値の最大化を図りながら、社会および当社グループの持続可能な発展を目指していきます。

日化協：

本日は、貴重なお話をいただき、ありがとうございました。

(本インタビューは、2019年11月19日に三井化学㈱本社にて行いました。)

【インタビューを終えて、日化協の五所】

持続可能な社会に向けて、利潤を追求するだけの企業は、ステークホルダーから淘汰される時代になりました。企業には、SDGs に取組みながら経済性・環境性・社会性のバランスの取れた経営が求められています。それゆえ、CSR、ESG や SDGs の取組みをけん引する部門の役割や在り方も、大きな転換期に来ているのではないのでしょうか。

今回、経済軸・環境軸・社会軸の3軸経営を推進し、ESG推進室という専任組織を設置し、ESGを事業・戦略そのものにとり組んでいる三井化学様のお話を伺いました。三井化学グループは、「様々な社会課題解決に向けて、事業活動を通じて貢献することが、三井化学グループの存在意義」としています。この目指すべき企業グループ像に向けて、三井化学様の ESG 推進室は、事業ドメインやこれまで CSR 活動を振り返り、将来に向けた自らの役割やミッションを明確にして、長期経営計画や目標の立案とその実施のための社内浸透にとり組まれていました。企業内で CSR、ESG や SDGs の取組みをけん引する部門の方々にとって、自社の目指すべき姿の実現に自部門がどう貢献するのか・できるのかを参考にいただける事例です。

また、ご紹介いただいた Blue Value®と Rose Value®の経営システムへの組入れは、3軸経営の成果を測定可能にし、SDGs への貢献度、持続可能な社会の実現にどの位のボリュームでどの様な貢献をしたのか、社内外にも分かり易く提示できる事例であると思われました。

【三井化学グループの基本情報】

主な事業： モビリティ事業、ヘルスケア事業、フード&パッケージング事業、基盤素材事業、その他

従業員数： 17,979名（2020年3月末現在）

売上高： 13,493億円（2020年3月末現在）

関係会社数：156社

展開国・エリア：日本、アジア、アメリカ、ヨーロッパ、その他オセアニア・アフリカ等

海外投資家比率：45%

ESG推進に関するお問合せ先：ESG推進室 Tel.03-6253-2104/E-mail.MCI_ESG@mitsuichemicals.com

ESG推進等、サステナビリティに関するホームページ上での情報提供：

URL：<https://jp.mitsuichemicals.com/jp/sustainability/index.htm>

以上