

循環型社会

プラスチック問題対応

基本的な考え方・方針

プラスチックは、加工が容易で耐久性に優れ、私たちの衛生的な生活に欠かせない素材であり、適切な廃棄処理やリサイクルを行うことが大切です。ユニ・チャームは、商品や包装材などにプラスチックを使用するメーカーの責任を認識し、世界的なプラスチック問題の解決に向けて、環境省が主催する「プラスチック・スマート」キャンペーンに賛同しています。また、2024年1月には、CLOMA (Japan Clean Ocean Material Alliance) に入会しました。



2020年5月に公表した「環境目標2030」において、「プラスチック問題対応」の課題に対して「新たな廃プラスチック^{ゼロ}社会の実現」を「2050ビジョン」に掲げ、2030年目標を設定しました。また、2022年度には、WWFジャパンが呼びかける「プラスチック・

サーキュラー・チャレンジ2025」に参画し、プラスチック汚染の解決に取り組むコミットメントを表明するとともに、2025年目標を設定しました。さらに、2023年度からは、同団体が事務局を務める「国際プラスチック条約企業連合(日本)」に参画し、グループ全体でプラスチック問題の解決に向けた取り組みを強化しています。



リスクと機会

リスク

当社で生産している生理用品や紙パンツ(紙おむつ)は、商品材料や包装材でシートやフィルムに成形したプラスチック資材を使用しています。このため、石化由来プラスチックに対する規制強化や課税施行、再生プラスチック使用義務化による原材料の需給バランスの崩れなどにより商品生産コストが上昇するリスクがあります。また、石化由来プラスチック資材の使用に対する配慮がなされなかった場合は、消費者の買い控えなどが発生するリスクもあります。

機会

事業活動におけるプラスチックの総使用量を削減する取り組みを継続的に行うことで、石化由来プラスチック資材の使用に対する規制強化に対応するとともに、原価高騰による生産コストの上昇が抑えられます。また、プラスチックの使用量を削減した商品は、環境配慮型商品の購買・使用を希望する消費者に支持されるなど、売上の拡大につながる機会があります。

マネジメント体制

当社はTCFDの提言に基づき、「環境目標2030」と「Kyo-sei Life Vision 2030」に沿って報告を行っています。年4回、社長執行役員を委員長としたESG委員会でプラスチック問題対応に関する重点課題について計画と進捗を共有し、取締役会で承認を得た上で、目標達成に向けたPDCAサイクルを回しています。

P023 環境マネジメント体制

P009 サステナビリティ推進体制

指標と目標

▶ 環境目標2030「プラスチック問題対応」

実施項目		基準年度	2021年度実績	2022年度実績	2023年度目標	2023年度実績	2024年度目標	2030年目標	2050ビジョン
包装材における使用量削減	原単位	2019*	▲0.2%	▲12.3%	▲14.0%	▲18.4%	▲21.1%	▲30%	新たな廃プラスチック ^{ゼロ} 社会の実現
石化由来プラスチックフリー商品の発売	—	—	開発継続	開発継続	開発継続	開発継続	開発継続	10SKU以上発売	
使用済み商品廃棄方法啓発	—	—	38% (6カ国・地域)	50% (8カ国・地域)	56% (9カ国・地域)	56% (9カ国・地域)	63% (10カ国・地域)	グループ全社で展開	
販促物でのプラスチック使用ゼロ	—	2019	▲8.9% (日本)	▲81.8% (日本)	▲30.0%	▲86.9% (日本) ▲76.5% (中国)	▲88.8% (日本) ▲79.9% (中国)	グループ全社で原則ゼロ	

* 設定当初、基準年を2016年度としていましたが、2020年度に再検討し、2019年度に改めました

▶ Kyo-sei Life Vision 2030「地球の健康を守る・支える」

指標	2021年度実績	2022年度実績	2023年度実績	2030年目標
資源を循環利用した 不織布素材商品のマテリアル・リサイクルの実施。	開発継続中	開発継続中	開発継続中	商業利用開始
プラスチックに占める バージン石化由来プラスチックの比率。	開発継続中	開発継続中	開発継続中	半減 (2020年度比)

▶ 「プラスチック・サーキュラー・チャレンジ2025」参画にあたってのコミットメント

	基準年度	2025年度目標	2030年目標
販促物でのプラスチック使用量	2019	半減	グループ全社で原則ゼロ

取り組み・実績

包装材における取り組み

当社は、パッケージの薄膜化や貼り合わせ部分の極小化、植物由来原材料の採用など、グループ全体で包装材におけるプラスチック使用量の削減に取り組んでいます。これらの取り組みにより、2023年度の包装材におけるプラスチック使用量を2019年度比で18.4%削減(原単位)しました。

▶ 環境目標2030 包装材における使用量削減

2023年度実績
基準年2019年度
(原単位)

18.4%
削減

■ 使用量の削減

● パッケージの設計の見直し

パッケージの薄膜化や貼り合わせ部分の極小化、商品の詰め方を見直すことによるパッケージサイズの縮小など、パッケージの設計を見直すことで、商品の品質や機能を損なわず、プラスチック使用量を削減することに継続して取り組んでいます。例えば、日本で販売しているキャットフード『銀のスプーン』は2022年9月より外装サイズを見直し、内容量はそのままにプラスチック使用量を約6%削減しました。

● 【日本】『ウェーブ ハンディワイパー』

2023年4月より、お掃除用品『ウェーブ ハンディワイパー』のパッケージをクリアケースからポリ素材へ変更することによって、従来品と比較してプラスチック使用量を約70%削減しました。



旧パッケージ

新パッケージ

● 【日本】『ムーニー』『ムーニーマン』ECサイト限定品

2022年10月に、持ち手部分をカットした『ムーニー』『ムーニーマン』をECサイト限定で発売しました。ECサイトで購入した場合、商品が自宅に直接届くので、パッケージの持ち手が不要です。この持ち手をカットすることにより、店頭販売商品と比べてプラスチック使用量を約13%削減しました。



紙製パッケージの採用

当社は、パッケージや、パッケージの一部を紙素材に切り替えることによってプラスチック使用量の削減に取り組んでいます。

日本では、パッケージに紙素材と植物由来のバイオマスインキを採用した『ソフィ はだおmoiオーガニックコットン』『ソフィ はだおmoiオーガニックコットン 極うすスリム』『ソフィ おりものシートオーガニックコットン 無香料』を2023年8月に限定発売しました。また、ベビー専門店で配布する『ムーニーナチュラル(テープタイプ)新生児試供品』に紙製パッケージを採用しています。

韓国の現地法人では、2022年3月に韓国国内の店頭と一部オンラインストアにおいて、紙製パッケージの生理用品『SOFY無漂白ナプキン』を発売しました。紙製のパッケージは、既存のパッケージと比べて、プラスチックの使用量を80%以上削減しています。



【日本】生理用ショーツのフックを紙製に変更

生理用ショーツのつり下げフックの原料をプラスチックから紙に変更し、パッケージに使用するプラスチック量を約20%削減しました。



【アメリカ】プラスチックトレイを再生板紙に変更

アメリカの現地法人では、毛玉ケア商品『Hairball Remedy Plus』のプラスチックトレイを100%再生板紙に変更することで、プラスチック使用量を年間約290kg削減しました。



植物由来プラスチックの使用

【日本】『ライフリー さわやか男性用快適シート』

2023年4月に、厚さ約2.0mmで下着のようなつけ心地の男性用吸水シート『ライフリー さわやか男性用快適シート』を発売しました。この商品の個包装には、バイオ由来のPEフィルムを配合しています。



【インドネシア】『CHARM Daun Sirih + Herbal Bio』

インドネシアの現地法人が2023年6月に発売した『CHARM Daun Sirih + Herbal Bio』は、パッケージに「バイオマテリアル*1」を採用しました。

*1 バイオマスもしくは、バイオミネラル原料を使用した素材

P.031 【インドネシア】バイオマテリアルを配合した『CHARM Daun Sirih + Herbal Bio』

リサイクル材の使用

301-3

製造過程で発生するトリムをパッケージにリサイクル

当社が製造する生理用品や紙パンツ(紙おむつ)のパッケージ(包装材)には、フィルム状のプラスチック資材を使用しています。従来は、製造過程で資材を裁断する際に発生する余剰部材(トリム)を廃棄していましたが、ザ・パック株式会社、福助工業株式会社、当社の子会社であるコスモテック株式会社と協力してそれらを再原料化し、2023年11月より商品のパッケージとして使用しています。



プラスチック資材のトリム

【アメリカ】パッケージに再生プラスチックを使用

アメリカの現地法人では、犬用のおもちゃ『Chew'n Clean Tuff Bone Extra Small』と『Chew'n Clean Twisty Bone』のブリスターパッケージに使用しているプラスチックに再生プラスチックを約20%配合しています。また、犬用ペットシート『Home Protection』のパッケージには、PIR*2プラスチックを約10%配合しています。



*2 Post-Industrial Recycled/製造工程において発生する排出物を再利用すること

商品における取り組み

当社では、製造・販売している商品の多くが使用後にごみとして廃棄される点などを考慮して、廃棄時の環境負荷低減に配慮した商品開発を推進しています。原材料の組み合わせによる軽量化・薄型化や植物由来原材料を使用した商品の拡大、石化由来プラスチックを使用しない商品の開発に取り組んでいます。

▶ 環境目標2030 石化由来プラスチックフリー商品の発売

2023年度実績
開発継続

使用量の削減

● 薄型化による原材料使用量の削減

原材料の組み合わせなどにより薄型化を図ることで、商品機能を維持・向上しつつ原材料の使用量削減を継続しています。一例として、2023年9月に中国で発売した『moony 皇家佑肌』は、消費者の通気ニーズに対応して吸収体を薄型化したことにより、使用する原材料の重量を従来品と比較して16.2%削減しました。

● 【日本】接着剤の使用量を削減

ウエスト部分の糸ゴム接合に超音波接合技術を採用し、はき心地を改良した『ライフリー うす型軽快パンツ』を2023年11月に発売しました。超音波接合技術を採用することで、従来の接合に用いていたホットメルト（接着剤）の使用量が年間約190ton削減されます。また、接着剤の使用量を削減することで使用後のリサイクルがしやすくなるほか、パッケージに詰める際の圧縮率が改善されて積載効率が向上することで、物流配送時の環境負荷低減にも貢献します。



● 排泄ケアにおける「アウター」と「インナー」の併用を啓発

当社は、大人用紙パンツ（アウター）と、尿取りパッド（インナー）の併用を啓発することで、ごみの削減につなげています。一例として、アウターとインナーを併用した場合、排尿時の交換はインナーのみとなるため、毎回アウターを交換した場合と比較して約20%のごみ削減につながります。

● つめかえ、つけかえ商品によるリユースの推進

シート部分を取り替えて使用のお掃除用品『ウェーブ』、つめかえて使用のおしりふき『ムーニーおしりふき』やウェットティッシュ『シルコットウェット』など、ホルダーや本体容器を繰り返しリユースできる商品を提供することで、プラスチック廃棄量の削減を推進しています。

● 【日本】繰り返し使える吸水サニタリーショーツ

2024年1月に『ソフィ 体にフィット吸水ショーツ』を一部の小売業やECサイトで限定発売しました。この吸水サニタリーショーツは、吸収力とフィット性に優れており、多い日でも1枚で安心して使用することができます。また、洗濯することで繰り返し使うことができます。



● 【日本】交換用スノコパーツを発売

2023年6月からユニ・チャームダイレクトショップで、猫用システムトイレ『デオトイレ』の交換用スノコパーツの販売を開始しました。スノコパーツのみを交換することで、『デオトイレ』本体全てを交換した場合と比較して、プラスチック廃棄量を約70%*削減することができます。



* ハーフカバータイプの場合（製品重量から算出）

● 【日本】オーガニックコットンの採用と 高分子吸水材の不使用

『ソフィ はだおmoiオーガニックコットン』シリーズの生理用品とおりものシートには、肌が触れる表面シートの上層に、土壌や水質などへの環境負荷を最小限に抑えて製造されたオーガニックコットンを100%使用しています。また、高分子吸水材は使用していません。



植物由来プラスチックの使用

【インドネシア】バイオマテリアル*を配合した『CHARM Daun Sirih + Herbal Bio』

インドネシアの現地法人は、2021年より「世界環境デー」に合わせて、『CHARM』ブランドから環境に配慮した生理用品の発売を継続しています。3年目となる2023年6月には「バイオマテリアル*」を配合した『CHARM Daun Sirih + Herbal Bio』を限定発売しました。この商品は、従来廃棄されていたサトウキビの搾りかすや石灰岩、ボタニカルオイル、天然樹脂を活用した「バイオマテリアル」を肌に触れる表面シートやショーツと接するバックシート、個包装、パッケージの原材料の約80％に採用しています。



* バイオマスもしくは、バイオミネラル原料を使用した素材

【日本】植物由来プラスチックを使用した『デオトイレ』

2023年6月に、プラスチック製トイレ容器の原料の10％に植物由来のプラスチックを使用した、猫用システムトイレ『デオトイレ子猫〜5kgの成猫用本体セット』『デオトイレハーカバー本体セット』を限定発売しました。



子猫〜5kgの成猫用



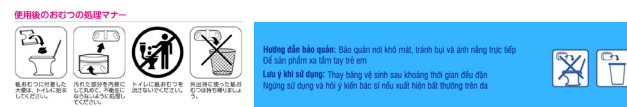
ハーカバー

使用後の廃棄・リサイクルにおける取り組み

当社が商品を提供している国・地域には、ごみの正しい廃棄方法や分別回収の意識がまだ浸透していない国や地域があります。衛生的な日常生活に欠かせない消費財を提供するメーカーとして、使用後の正しい廃棄方法の啓発や、分別・リサイクル活動の浸透が重要だと考えています。

使用後の廃棄方法啓発

ごみの廃棄方法は、国や地域によって異なりますが、商品を展開する国・地域の法令や基準に合わせて、グループ全体で、商品パッケージへの記載等を通じた使用済み商品の正しい廃棄方法の啓発を行っています。2023年度の商品パッケージにおける廃棄方法の啓発展開率は56％（対象16カ国・地域中9カ国・地域）です。また、未来を担う子どもたちに向けて、分別・リサイクルをテーマとした授業も実施しています。



日本の事例

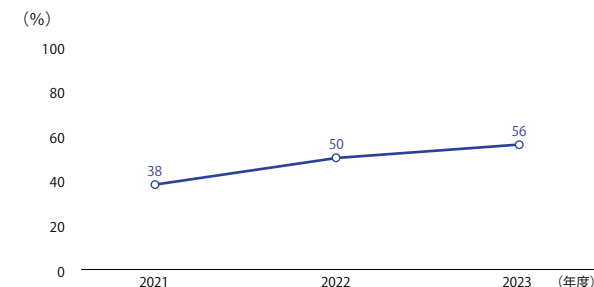
ベトナムの事例

環境目標2030 使用済み商品廃棄方法啓発

2023年度実績

56%
(9カ国・地域)
展開

商品パッケージにおける廃棄方法の啓発展開率



【インドネシア】ごみの分別をテーマに授業

インドネシアの現地法人では、経済成長に伴い廃棄物量が増加していることが国家課題となっていることなどを踏まえ、2019年度よりアメリカミズアブの幼虫を用いた使用済み紙パンツの埋立廃棄削減の実験や、工場周辺の河川清掃、ごみ箱の設置や子どもたちへのごみの分別に関する啓発活動などに取り組んできました。2023年度は、2月にジャカルタ首都特別州の高校生40名、6月に東ジャワ州の高校生46名に対して、ごみの分別をテーマとした授業を実施しました。



使用済み紙パンツのリサイクルの推進

当社は、2015年より使用済み紙パンツリサイクルの実証実験を続けてきました。2022年6月に鹿児島県内の一部の介護施設で、リサイクル原材料を吸収部材の一部に活用した紙パンツの使用を開始し、使用済み紙パンツの水平リサイクルを実現しました。当社のリサイクルシステムは、回収した使用済み紙パンツを洗浄・分離し、取り出したパルプに当社独自のオゾン処理を施すことで、排泄物に含まれる菌を殺菌し、衛生面・安全面・使用面において未使用の原材料と同等に再生するシステムです。

また、志布志市の「紙パンツ回収ボックス」の設置（2024年3月～）や大崎町におけるリサイクル過程で分離されたプラスチックを配合した「紙パンツ回収袋」の配布（2022年12月～）などを通じて分別回収の理解と浸透を図っています。



当社は、次世代の地球を支える小中学生に向けた「使用済み紙おむつは、もう“ごみ”じゃない『図解でわかる ユニ・チャーム紙おむつリサイクル』」をWebサイトで公開しています。

web <https://www.unicharm.co.jp/ja/csr-eco/education.html>



販促物における取り組み

当社は、小売店で商品を陳列する際に使用される、販促物のプラスチック使用量削減に取り組んでいます。グループ全社で、2019年度を基準年度として、2025年度までに50%削減、2030年までに使用ゼロを目指しています。この取り組みは、日本で先行して進められ、順次グループ全社に拡大しており、2023年度は中国での取り組みを強化しました。

▶ 環境目標2030 販促物でのプラスチック使用ゼロ

2023年度実績
基準年2019年度
86.9%
削減(日本)

2023年度実績
基準年2019年度
76.5%
削減(中国)

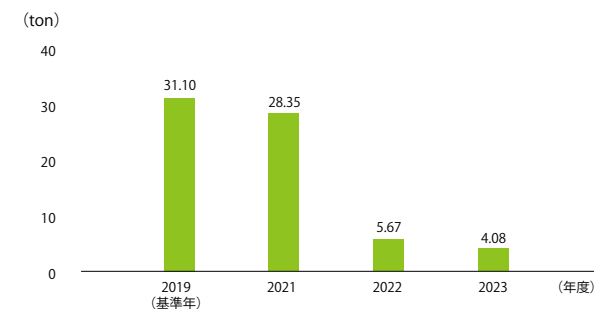
日本における取り組み

陳列用のフック器具や骨什器、POP等の紙素材への切り替えや、紙製ラックの開発などに取り組んでいます。2023年度の日本の販促物におけるプラスチック使用量は約4.1tonで、2019年度比で86.9%削減しました。



紙製の販促物(日本)

▶ 【日本】販促物におけるプラスチック使用量



▶ 【日本】販促物におけるプラスチック使用量 (ton)

	2019年度 (基準年)	2021年度	2022年度	2023年度
陳列用のフック器具	6.25	0.49	1.45	0.09
骨什器	0.92	0.56	0.18	0.02
ラック	6.89	23.53	0.58	0.00
その他(梱包材等)	17.04	3.77	3.46	3.97
合計	31.10	28.35	5.67	4.08

●【日本】販促物のプラスチック使用量の削減を宣言

当社は、資生堂ジャパン株式会社、株式会社ファイントゥデイ、ライオン株式会社の3社と、小売店の店頭や売場で設置する販促物で使用するパーツをプラスチック製から紙製へ順次変更し、プラスチック使用量の削減に取り組むことを宣言しました。各社で進めるプラスチック使用量削減を商品だけでなく販促物においても実行することで、日用品／化粧品カテゴリーをリードする各社の強みを活かし、環境に配慮した社会および業界全体の発展に貢献することを目指しています。

■ 中国における取り組み

中国の現地法人では、販促物のプラスチック使用量ゼロの目標年度を2026年度に設定し、紙製POPへの切り替えなどに取り組んでいます。2023年度は紙製の骨什器の導入や分解可能な材質の検証に取り組んだ結果、中国の販促物におけるプラスチック使用量は約28.2tonで、2019年度比で76.5%削減しました。



紙製の販促POP(中国)

▶【中国】販促物におけるプラスチック使用量

