

海洋廃棄物の再生素材によるサステナブル製品で勝負するアディダス

欧米では企業が目指す本質的なSDGsの取り組みは、経済価値と社会価値を両立させた経営と事業のあり方を実現することであり、日本に比べ既に実績をあげている企業が多く存在する。

ここからは日本でもお馴染みで、その代表例とも言える企業についてみていくこととする。

まずスポーツ用品のメガブランドとして世界に君臨し、地球環境の保全を視野に入れた活動にいち早く取り組んできたアディダスを紹介する。

1. 一貫したサステナビリティへの意識

アディダスの企業理念は、「Through sport, we have the power to change lives.」（スポーツを通して、私たちには人々の人生を変える力があります。）であり、その中でサステナビリティを重要な柱と位置付けている。

2012年には、水を使わずに染色する「ドライダイ」の生地を用いた製品を開発し、水の使用量を大幅に削減することに成功。また、持続可能な方法で生産された綿花の認証を受けた「ベターコットン」の調達も拡大している。

さらに、そういった製品の製造過程における変革とともに、本社のドイツを始め、日本を含む世界のオフィスでは、ペットボトルやプラスチック製ファイル、コーヒークリームなどの使用を禁止することで、スタッフの意識改革も行っているという。

店舗における取り組みとしては、まず直営店舗で配布されるプラスチック製ショッピングバッグを紙製に変更。さらに2020年からは有料とし、マイバッグ持参を推奨している。

そして2016年にドイツで始動したのが「テイクバックプログラム」である。その後カナダでの展開を経て、日本は3ヶ国目の導入となった。

全国の直営店15店舗とランニングステーション「RUNBASE」に「コレクターズ・ボックス」を設置し、使用済みのウェアやシューズ、バッグ、スポーツアクセサリなどを回収する。回収アイテムのブランドは問わない。集めた製品については、再利用可能なものとりサイクル対象のものに分別。その後、ポリエステル繊維はケミカルリサイクルを経て新たな糸に、セルロース繊維はバイオ燃料に、そのほかの繊維は断熱材などに生まれ変わる。その結果、廃棄物を出さないサイクル作りに取り組んでいる。

■コレクターズ・ボックス



出典：アディダス ジャパン リリース

また、人権問題への対応にも積極的で、同社は労働者の権利を尊重していることでも知られる。アパレル業界ではサプライチェーンに多様な人々が働いているため、人権問題が起きた時に彼らが幹部に直接連絡ができるホットラインを業界で初めて設置した。そして、労働者の権利や人権の侵害に関して受けた苦情の件数とその状況を毎年公表している。その結果、企業人権ベンチマーク（CHRB）では2018年、19年と2年連続で最高スコアを獲得している。

2. 海洋廃棄物を利用したシューズ、ウェアの製品化と事業化

アディダスは、2015年4月から海洋環境保護団体「Parley for the Oceans」と連携して、海を汚染するプラスチック廃棄物や違法に設置された漁網から回収し、再利用した糸と繊維で作ったランニングシューズやウェアを開発している。そのうちシューズは2015年に7,000足だった生産量が2019年には1,100万足にまで拡大したという。また、これまでの回収活動により1,400トン以上のプラスチック廃棄物を回収している。

2020年はこの取り組みをさらに進めるべく、製品ラインアップを充実している。それはプライムブルーとプライムグリーンの製品群である。

まずプライムブルーは、海岸や海沿いの地域で、海に流入する前に回収されたプラスチック廃棄物からできる再生ポリエステルで作られたもので、同ブランドの代表的なランニングシューズ「Ultraboost 20」や、各種スポーツの人気チームのユニフォームに含まれている。一方のプライムグリーンは、100%再生ポリエステル製である点が特

徴で、競合製品にも採用される予定である。

同社の掲げる「2020年にリサイクルポリエステル総量の50%以上に達し、プラスチック廃棄物を削減する」という公約において、両製品群は重要な役割を果たす。

しかしここでそれ以上に日本企業が学ぶべきことは、同社がこの取り組みを事業機会ととらえ、短期間のうちに研究開発投資をしてきたことである。もちろん欧米との消費者意識の差はあろうが、日本の経営者にとっては今後大きな課題となつてこよう。

■プライムブルー製品群の代表例：
「ウィメンズ コードカオス プライムブルー」



出典：アディダス ゴルフ PRIMEBLUE コレクション

■リサイクルフロー



出典：SEVENSEAS Media

3. デジタル・チャリティラン 「Run For the Oceans」

この取り組みの認知を図り、積極的な行動を促すため、アディダスでは世界的なデジタルキャンペーンとして2017年に「Run For The Oceans」を立ち上げた。

その仕組みは、ランニングアプリ「Runtastic」に申し込むことで参加が可能となり、期間中、アプリで計測されたランニング1kmごとに1ドルが、海洋プラスチック汚染と戦う環境保護活動「Parley Ocean School Program」に寄付されるというもの。2018年には世界で約100万人のランナーが参加したほか、2019年は、東京、ニューヨーク、バルセロナ、上海で大規模なイベントも実施している。

■ 「Run For The Oceans」 イベントの様子



出典：アディダス ジャパン リリース

アディダスでは以前から Parley Ocean School を支援しており、スポーツが海洋環境保護の重要性を示すことは、この問題を刺激的で人々がワクワクできるものにすることができると考えている。

スクールでは、海の圧倒的な美しさと全生命を育む偉大さ、そして保護の重要性を次代に伝えていくべく、教育活動を行っているほか、自然界を探索・調査したり、自然界に対応したりする機会

を提供している。Parley for the Oceans は2015年以來、教育者、NGO、ブランド、政府とのコラボレーションを通じ、特に海洋プラスチック汚染の影響を受けている海岸沿いの地域に注力しながら、プログラムを世界中で拡大してきている。

4. 今後に向けた大いなる目標

このような取り組みを行ってきたアディダスだが、今後に向けても壮大な目標を掲げている。

まず製品については2019年以來、完全リサイクル可能なランニングシューズ「FUTURECRAFT. LOOP」の開発に着手しており、来年ローンチする計画だ。同シューズは、シューズの底から靴紐まで同じ素材で作成し、接着剤なども使用しないことから、リサイクルが容易に行える。

そして前述したリサイクルポリエステルの使用を拡大し、2024年までにすべてのアディダス製品に使用する。さらに2030年までには同社自体の活動とサプライヤーの活動からの二酸化炭素排出量を2017年比で30%削減。2050年までに気候変動への悪影響をなくし、電力を再生可能エネルギー源から得るといふ。本社ドイツでは既に、電力のほとんどを代替可能エネルギー源から得ている。

同社は、リサイクル素材で作られた「リサイクルループ」、リメイク品としてライフサイクルが継続する「サーキュラーループ」、製品が生命を持ち最終的に自然に戻ることができるという「バイオンニックループ」の3つのループにより、サステナブル製品を実現するとしている。

アパレルやスニーカーを提供する他ブランドがサステナビリティの導入に苦勞する中、アディダスはその資本力を活かし、サステナビリティと製品パフォーマンスの両立を図りながら業界をリードしていくだろう。