

プレスリリース

2017年11月4日

ヘンケルがプラスチックバンクとのパートナーシップを開始

廃棄物を生活改善のチャンスに

デュッセルドルフ – ヘンケルは、海洋プラスチックの流出を食い止めて貧困に苦しむ人々に機会を提供することを目指す社会的企業である、プラスチックバンクとパートナーシップを結んでいます。現在、ハイチに新しいプラスチック収集センターが建設されており、ここでは地域社会の人々が周囲の環境からプラスチック廃棄物（水路や海に流れ込む前に）を取り除くことによって、金銭やサービスを受け取る機会が生まれます。ヘンケルはプラスチックバンクとパートナーシップを結ぶ初の大手グローバル消費財メーカーで、将来的には収集されたプラスチックを自社製品のパッケージに利用する方法を探っています。

プラスチックバンクは2013年3月にデイヴィッド・カツ氏によって、10億人の人々の力を結集して廃棄物を金銭に変えながら、廃棄物管理のための基本的施設が整っていない国で暮らす人々の生活を改善していくことを目的として設立されました。ヘンケルはプラスチックバンクとの協力により、サステナビリティでリーダーシップをとる長い伝統に新たな一歩を踏み出しています。創立141年を迎えるヘンケルは、2030年までに環境フットプリントに対して創出する価値を3倍にすることを目指しており、独立系のサステナビリティ格付けおよびランキングで何度も部門内のサステナビリティのリーダーと認められてきました。

ヘンケルの人事部門担当取締役副社長でサステナビリティ評議会会長のカトリーン・メンゲスは、「当社のサステナビリティに対する注力はこれまでになく重要なものであると確信しており、プラスチックバンクと提携してハイチでプラスチック廃棄物が海に流出するのを食い止め、貧困の中に生きる人々の暮らしを向上させることに意気込んでいます。このパートナーシップで当社主要ブランドを活性化させることによって、プラスチック廃棄物に対する消費者意識をさらに高め、環境サステナビリティと社会発展に対する当社のコミットメントの強さを実証することを目指しています」と述べています。

機会への足がかり

プラスチックバンクとのパートナーシップは、ヘンケルのビューティーケア事業部門の最重要ブランドであるシュワルツコフと、ランドリー&ホームケア事業部門の主要ブランドが推進していきます。当初は、廃棄物管理のための基本的施設が整っていないためにプラスの影響を生み出せる可能性が大きいハイチに重点を置きます。この島の地域社会の人々は、プラスチック廃棄物の収集と引き換えに金銭、品物、またはサービスを受け取ります。収集されたプラスチックは分類および加工されて、

「ソーシャル・プラスチック®」としてリサイクルのバリューチェーンに組み込まれます。「ソーシャル・プラスチック®」とは、プラスチック廃棄物に対して収集した人が市場価格を超える金額を受け取ったことを示す、プラスチックバンクが証明している素材です。プラスチックバンクの設立者で CEO のデイヴィッド・カツ氏は、「今回、ヘンケルとその主要消費者ブランドとのパートナーシップを発表することができ、大変嬉しく思います。サステナビリティのグローバルリーダーとの提携によって、私たちのソリューションをさらに多くの人々に広め、環境に対してさらに大きな影響を及ぼす力を得られます。私たちは力を合わせ、廃棄物を貨幣に変えることによって海洋プラスチックの流出を食い止め、貧困に苦しむ人々のために機会への足がかりを作り出すことができます」と述べています。

主要ブランドを通じたサステナビリティ

この新たなパートナーシップは、サステナブルなパッケージとリサイクルに関連したヘンケルの既存の活動を基盤とするものです。ヘンケルは 2016 年に、世界で約 13 億個の洗浄剤、家庭用洗剤、ビューティーケア製品パッケージに、リサイクルされたプラスチックを使用しました。このような成功はサステナブルなパッケージに対するヘンケルのコミットメントの強さを示しており、このコミットメントは、パッケージと廃棄物の削減、パッケージの向上、循環経済の実現という、3 つの重点的原則に徹底して従っています。ヘンケルのランドリー & ホームケア事業部門グローバル研究開発統括責任者のトーマス・ミュラー - キルシュバウムは、「プラスチックバンクは、廃棄物にその起点で取り組み、世界的な拡大が可能という点で、海洋プラスチックの問題に対する独自の解決策を提供しています。当社ブランドとの今回のパートナーシップは、社会発展の支援に対する重視を強めることによって、当社の既存のイニシアチブを拡大するものです」と述べています。

プラスチックバンクに対するヘンケルの支援は、環境サステナビリティと社会発展への継続的コミットメントでヘンケルが一步前進したことを示しています。たとえばこの新たなパートナーシップは、ビューティーケア事業部門の最重要ブランドであるシュワルツコフの「ミリオンチャンス」イニシアチブを通じた活動を補完するもので、このイニシアチブは世界中の女性が自らのために前向きな未来を築くお手伝いをしています。シュワルツコフは過去 1 年間に、クロアチア、スロベニア、中国、インド、コロンビア、南アフリカなど、世界中の数千人もの女兒や女性たちに職業訓練および教育の機会を提供してきました。ヘンケルのビューティーケア事業部門国際マーケティング担当コーポレート上級副社長のマリー - イヴ・シュレーダーは、「シュワルツコフとプラスチックバンクは、環境への配慮と人々の暮らしの向上という 2 つの大切な目標を共有しています。私たちは力を合わせて、貧困の中で暮らす人々の生活を向上させる機会を生み出すとともに、確実な収入が得られる方法を提供して個人および地域社会に力を与えることができます」と述べています。

サステナブルなパッケージに対するヘンケルのアプローチの詳細は、

<https://www.henkel.com/sustainability/what-we-do/smart-packaging> をご覧ください。

2017 年度見通しの改善

ヘンケルは 2017 年度の見通しを更新します。グループの既存事業売上成長率の予測は 2~4%で変わりません。各事業部門別の予測は、接着技術事業部門 4~5%、ビューティーケア事業部門 0~1%、ランドリー & ホームケア事業部門約 2%です。調整後の売上高営業利益率 (EBIT マージン) は、前年比増と引き続き予想

し、17.0%を超えると予測しています。好調な業績にかんがみて、ヘンケルは調整後の優先株(一株)あたりの利益の見通しを修正し、約9%増と予測します。

(本プレスリリースは、2017年11月15日にドイツ・ヘンケル本社が発表したプレスリリースの翻訳版です)

ヘンケルについて

ヘンケルはブランドとテクノロジーのグローバルリーダーとして、ランドリー&ホームケア、ビューティーケア、アドヒーズテクノロジー(接着技術)の3つの分野で事業展開をしています。ヘンケルは1876年の創立以来、コンシューマービジネスおよび産業分野において、Persil(パーシル)、Schwarzkopf(シュワルツコフ)、Loctite(ロックタイト)などに代表される有名なブランドの数々と共に、グローバルにおけるマーケットリーダーとしての地位を維持しています。ヘンケルの従業員数は50,000人超であり、2016年の売上高は187億ユーロ、調整後の営業利益は32億ユーロを計上しました。ヘンケルの優先株はドイツ株式指数DAXのリストに入っております。

ヘンケルジャパンホームページ: <http://www.henkel.co.jp>

ヘンケルジャパンフェイスブックページ: <http://www.facebook.com/HenkelJapan>

コンタクト

Rabea Laakmann
Phone +49 211 797-69 76
E-mail abea.laakmann@henkel.com

Hanna Philipps
Phone +49 211 797-36 26
E-mail hanna.philipps@henkel.com

— 本件に関するお問合せ先 —
ヘンケルジャパン株式会社 広報室 小野尾 秀美
TEL: 070-1548-4840 e-mail: hidemi.onoo@henkel.com