

シャボン玉石けん株式会社本社工場 視察報告書

(会派) 参政党西尾 神田たかひろ

1. 視察日 令和7年1月19日(月)
2. 視察先 シャボン玉石けん株式会社 本社工場
3. 講師 シャボン玉石けん株式会社
梶原様 前田様
4. テーマ 「生活排水の環境及び生物に対する影響に関する実証実験プロジェクト」について



シャボン玉石けん株式会社本社工場にて

5. 視察の目的

合成洗剤が主流となる現代において、無添加石けんづくりを一貫して続けてきたシャボン玉石けん株式会社の理念と製造現場を視察し、人の健康、水環境の保全、企業としての倫理観、信念を貫く経営姿勢を学ぶとともに、西尾市の環境施策・水質保全・市民啓発・産業政策にどのように反映できるかを検討することを目的とする。

6. 講演概要

(1) 「『健康な体ときれいな水を守る』ものづくりの実践」

シャボン玉石けんは「健康な体ときれいな水を守る」という理念のもと、合成界面活性剤・香料・着色料・酸化防止剤を一切使用しない無添加石けんづくりを続けている。製法には昔ながらの「ケン化法」を採用し、時間と手間を惜しまない製造工程により、肌へのやさしさと自然の保湿成分を残した石けんを製造している。

(2) 企業転換の背景と覚悟

創業当初は合成洗剤を製造していたが、「身体に悪いとわかっている商品を売り続けることはできない」との決断から、1974年に無添加石けんへ全面転換を行った。その後17年間赤字が続き、従業員数は100人から5人にまで減少するという厳しい経営状況の中でも、人にも自然にも良いものづくりを貫き続けた姿勢は、企業経営における倫理観と覚悟の象徴であり、持続可能な社会を考える上で極めて示唆に富むものである。

(3) 環境面での意義

石けんは排水後、短時間で水と二酸化炭素に生分解され、自然環境へと還っていく性質を持つ。合成洗剤と比較して水質汚染負荷が低く、河川や海の生態系への影響を抑えることができる。三河湾や市内河川環境の保全を考える上でも、生活排水の在り方を見直す重要な示唆を得た。

(4) 石けん水と合成洗剤水が生き物に与える影響の可視化

石けん水と合成洗剤水の中にそれぞれ放たれた魚の様子を比較した映像を実際に見せていただきました。同じ条件下でありながら、石けん水と合成洗剤水では、魚の動きや反応に明らかな違いがあり、水質の違いが生き物に与える影響の大きさを、視覚的に強く実感した。この映像は、「洗剤の選択が、水の環境を通して生き物の命に直結している」という事実を、言葉以上に分かりやすく伝えるものであり、市民啓発や環境教育においても非常に有効な資料であると感じた。

7. 主な取組事例

① 無添加石けんの一貫製造

- ・合成界面活性剤・香料・着色料・酸化防止剤を一切使用しない石けんづくりを継続
- ・「ケン化法」による昔ながらの製法を守り、手間と時間をかけて製造
- ・肌へのやさしさと、天然の保湿成分を残した製品設計
- ・赤ちゃんから高齢者、敏感肌の方まで使用可能な石けんの提供

② 水環境保全への取組

- ・石けんの高い生分解性を活かし、生活排水による水質汚染の軽減に貢献
- ・排水後、短時間で水と二酸化炭素に分解され自然環境に還る
- ・河川・海洋生態系への負荷低減を重視した製品開発
- ・「きれいな水を守る洗剤」という明確なコンセプトを発信

③ PRTR 制度に関する取組

- ・石けんを合成界面活性剤と同列に扱う制度への疑問提起
- ・科学的根拠に基づき、石けんの安全性と環境適合性を継続的に発信
- ・国への意見提出や制度改善への働きかけ

④ 環境教育・啓発活動

- ・工場見学の実施による「洗剤と環境」の学習機会提供
- ・子ども・市民向けの環境講座、教材の提供
- ・「洗剤を選ぶことが環境を守る行動につながる」ことの周知

⑤ 生分解性の科学的検証

- ・大学や研究機関との連携による実証データの提示
- ・合成洗剤（LAS）との比較実験を公開
- ・「石けんは半日で約 90%分解」という具体的な数値を用いた説明

⑥ 島まるごとプロジェクト等の地域連携

- ・沖縄などでの「島まるごと石けん」運動
- ・地域全体で合成洗剤から石けんへ切り替える実証的取組
- ・観光地や自然保護地域での環境負荷軽減モデルの構築

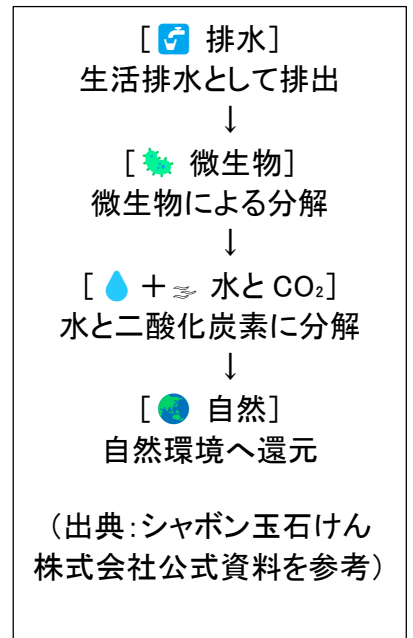
⑦ 製品ラインナップの拡充

- ・全身ケアソープ、台所用、洗濯用、ベビー用、介護用など
- ・生活すべてを石けんで完結できる商品設計
- ・「安全性と環境配慮を両立する生活スタイル」の提案

⑧ 利益優先でない経営姿勢の貫徹

- ・17年間赤字でも無添加石けんを貫いた経営判断
- ・「売れるか」より「正しいか」を基準にした商品づくり
- ・企業倫理を軸とした経営モデルの実践

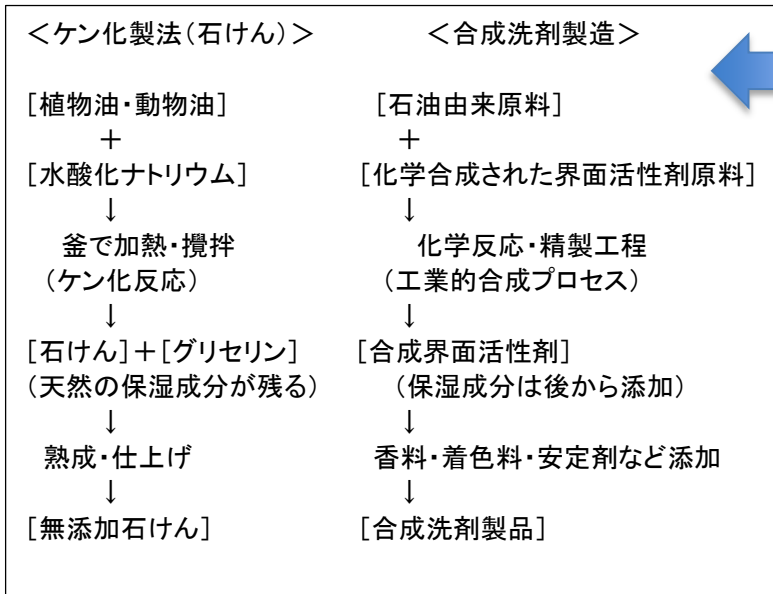
『生分解と自然循環のフロー図』



(シャボン玉石けん株式会社 HP より引用図)

「ケン化製法(石けん)と合成洗剤製造の工程比較図」

「製品の違い」ではなく「思想と製造哲学の違い」



「ケン化製法」とは、

油とアルカリを反応させて石けんを作る、石けん本来の伝統的な製法です。この過程で「グリセリン」という天然の保湿成分が自然に生まれ、取り除かずにそのまま残すことで、肌にやさしい石けんになります。

だからシャボン玉石けんの石けんは、

- ・合成成分に頼らない
- ・天然の保湿力を持つ
- ・人にも環境にもやさしい

という特徴を持つ。

項目	ケン化製法(石けん)	合成洗剤
原料	天然の油脂	石油由来原料
製法	釜で油とアルカリを反応させる	化学合成による界面活性剤生成
保湿成分	グリセリンが自然に残る	人工的に添加することが多い
添加物	基本的に不要	香料・着色料・安定剤など
環境性	生分解性が高い	分解に時間がかかるものが多い
考え方	自然の循環に戻す	洗浄力・効率重視

8. 理念を貫きつつ、持続的に社会に広めていくための課題

シャボン玉石けん株式会社にとっての課題は、「理念を守り続けながら、どう持続的に広げていくか」だと感じる。とても価値の高いことをしている一方で、無添加石けんは（原価が高い）（製造に時間と手間がかかる）（価格も安さ勝負ができない）という厳しい条件の中で成り立っています。つまり課題は、

① 価格と価値のギャップ

安い合成洗剤と比べると価格で選ばれにくい現実がある。

「高いから買わない」ではなく「環境と健康を守る投資として選ぶ」という意識をどれだけ社会に広げられるか。

② 認知と理解の不足

理念や生分解性、環境への影響を知らずに使っている人がまだ圧倒的に多い。商品ではなく「考え方」をどう伝えていくかが課題。

③ 若い世代・子育て世代への浸透

環境意識が高い層には届いているが、忙しい子育て世代や若者に「簡単で、安心で、続けやすい」形でどう届けるかが鍵。

④ 経営と社会貢献のバランス

1% for Nature のような取組は素晴らしい一方で、企業体力がなければ続けられない。理念を守りつつ、持続可能な収益構造をどう保つか。

⑤ 行政・教育との連携強化

学校教育や自治体施策ともっと連動できれば、「生活排水＝環境問題」という意識を社会全体に根付かせられる可能性がある。

⑥ 大量消費社会との向き合い方

「たくさん売る」ことより「正しく使ってもらう」ことが重要な商品だからこそ、ビジネスモデルそのものが一般企業と違う難しさを持つ。

9. 質疑・答弁

① 島まるごとプロジェクトでの住民説明会で苦労した点は？

住民140人の小さな町で、石けんを使ったことがない方が多く、理解を得るのが苦労した。

② 島まるごとプロジェクトでの水質の結果はどのように変化し、満足な結果が得られたか？

期間は3ヶ月間と短いことは難易度は高かったが、総括すると、今回の実験結果から、石けんはLAS（合成洗剤）と比較して生分解性が高く、環境への負荷が少ないことが明確に示された。

また、石けんのみを使用した期間中には、廃水処理場の汚泥状態が良好なときに現れる指標となる菌が確認され、曝気槽内の環境に良い影響を与えていたと考えられます。微生物の種類は多様性を増し、数量も増加しており、微生物が活発で健全な状態にあったことがうかがえた。

これらのことから、石けんの使用は水環境にとって負担が少ないだけでなく、下水処理過程における微生物環境を良好に保ち、処理機能の安定化にも寄与する可能性が高いと評価できる。

10. 所感：西尾市政への反映に向けた課題

本視察で得た学びを、西尾市の環境施策・水質保全・市民啓発・産業政策に反映していくためには、次のような課題整理が必要である。

① 市民生活と水質保全を結びつける仕組みづくり

現在、水質保全は行政施策として語られることが多く、「市民の日常生活」との結びつきが見えにくい。洗剤や石けんの選択が三河湾や河川環境に直結していることを、分かりやすく伝える仕組みづくりが課題である。「生活排水＝環境政策」という視点を市民に浸透させる必要がある。

② 環境に配慮した製品選択を後押しする啓発

価格の安さだけでなく、「環境や健康を守る選択である」という価値を伝える啓発が不足している。市として、環境配慮型製品を選ぶことが“未来への投資”であるというメッセージを発信していくことが求められる。

③ 学校教育と環境施策の連動

水質保全や環境問題を、知識として学ぶだけでなく、「自分の暮らしとつながっている」という実感を持てる教育が必要である。洗剤・石けん・排水の仕組みを通じた環境教育の充実が課題である。

④ 行政運営から「行政経営」への意識転換

シャボン玉石けんの姿勢に学ぶべきは、理念を掲げるだけでなく、経営判断として実行し続ける強さである。西尾市政においても、短期的なコスト削減ではなく、長期的な環境保全・市民の健康・地域価値の向上を見据えた「行政経営」の視点が必要である。

⑤ 環境配慮型企业との連携強化

理念を持ち、社会貢献を实践する企業と行政が連携する仕組みがまだ十分とはいえない。環境配慮型企业を「支援する側」としてだけでなく、「共に社会をつくるパートナー」として位置づける視点が求められる。

⑥ 市民参加型の環境政策への転換

環境施策を「行政がやるもの」から、「市民と一緒に育てるもの」へと転換する必要がある。洗剤選びや生活習慣の見直しを“市民が参加できる環境政策”として位置づけることが課題である。

⑦ 産業政策としての環境配慮の位置づけ

環境にやさしい取組は「コスト」ではなく「地域価値」であるという認識を、産業政策の中に明確に位置づけていく必要がある。西尾市の水産業・観光・飲食業とも連動し、「きれいな海を守る産業政策」へと発展させていくことが課題である。

⑧ 継続性を持った取組の構築

一過性の啓発やキャンペーンではなく、継続的に市民の意識と行動を変えていく仕組みづくりが必要である。シャボン玉石けんが長年かけて理念を貫いてきたように、西尾市政も「続ける覚悟」を持った政策設計が求められる。

本視察を通じて、無添加石けんは単なる製品ではなく、「生き方」「経営姿勢」「社会への責任」そのものであると感じた。短期的な利益ではなく、長期的な未来を選ぶ覚悟が、企業にも、行政にも求められている。



山口県山口市 視察報告書

(会派) 参政党西尾 神田たかひろ

1. 視察日 令和8年1月20日(火)
2. 視察先 山口県山口市役所
3. 講師 山口市環境部環境政策課
4. テーマ 「デコ活の取組について」



山口県山口市役所にて

5. 視察の目的

本視察は、国が進める「デコ活」について、実際に自治体がどのように運用しているのか、その具体的な事例を学ぶとともに、環境施策を単なる“啓発活動”にとどめるのではなく、まちづくりや地域経済の活性化と結びつけて展開していく仕組みを把握することを目的として実施した。また、西尾市ですで行われているビーチクリーンやアップサイクル、地産地消、環境教育などの取組を、どのように政策として位置づけ、「見える化」していくことができるのかを考えるための視察でもある。

6. 視察概要

山口市では、デコ活を単なる環境啓発活動として位置づけるのではなく、中心市街地の活性化や地域経済の循環、市民の暮らしの質の向上と一体的に設計している点が大きな特徴であった。再生可能エネルギーの導入、公共施設の脱炭素化、商店街における省エネ化の推進、EVの活用などを組み合わせながら、環境施策をまちづくり全体の中に組み込み、「環境政策＝地域づくり」という視点で取組が進められていた。

7. 主な取組事例

山口市では、子どもから大人までが自然に環境問題に関われるよう、対象や場面に応じた多様な取組が展開されている。

まず子ども向け施策として、ぬりえや川柳コンテスト、環境ワークシートなどを活用した環境教育が行われており、難しくなりがちな環境問題を「勉強」として押し付けるのではなく、「遊び」や「表現」の中で楽しく学べるよう工夫されている。これにより、子どもたちが自然に環境への関心を持ち、家庭へと意識が広がっていく仕組みがつけられていた。



(山口市公式広報・コンテストページ等より引用)

体験型イベントでは、デコ活ブースの設置やエコバッグづくり、発電体験などを通して、見るだけ・聞くだけではなく、実際に「体験する」ことを重視していた。参加型にすることで、環境問題を他人事ではなく「自分ごと」として捉えられるよう工夫されており、楽しさの中に行動変容のきっかけが組み込まれていた。学校連携においては、単発のイベントに終わらせるのではなく、学校と連動した環境学習を継続的に実施している点が特徴である。授業や行事と結びつけることで、子どもたちが日常生活の延長として環境について考え、実践できる環境が整えられていた。



(山口市環境政策課公式 Instagram より引用)
エアロバイク発電体験

また、まちづくりとの連動では、中心市街地を脱炭素モデルエリアとして位置づけ、地域全体を実証フィールドとして活用していた。再生可能エネルギーの供給を進めるとともに、商店街への省エネ設備導入支援、公共施設の脱炭素化を段階的に進め、さらにEVカーシェアリングを導入することで、移動の分野においても脱炭素を実践していた。これらを個別の施策として行うのではなく、まち全体で一体的に進めることで、「脱炭素=まちの価値を高める取組」として市民に伝えている点が非常に印象的であった。

デコ活 13 のアクション



(山口市環境政策課公式サイト
「デコ活 YAMAGUCHI」より引用)
<https://kankyo-portal.jp/deco/>

山口グリーンエネルギー株式会社の設立と地域新電力事業の展開

2024年4月に設立された「山口グリーンエネルギー株式会社」は、地域内でエネルギーを生み出し、地域内で使うことを目的とした「地域新電力会社」として位置づけられている。山口市の脱炭素政策を執行面から支える中核的な存在であり、行政施策と民間事業をつなぐ役割を担っている。再生可能エネルギーの供給については、市の清掃工場における「ごみ発電」や、PPA（電力販売契約）モデルを活用した太陽光発電などによって生み出された電力を、中心市街地の店舗や公共施設へ供給する仕組みを構築している。これにより、エネルギーの地産地消を実現し、地域内でのエネルギー循環を目指している。

また、脱炭素化の促進に向けては、商店街や住宅への太陽光パネル設置支援、省エネ性能の「見える化」を通じて、事業者や市民が自らの取組の成果を実感できる仕組みづくりを進めている。単なる設備導入にとどまらず、行動変容につながる仕掛けとして機能している点が特徴である。

さらに、地域活性化への寄与という観点では、令和7年度（2025年度）に事務所を中心市街地へ移転する予定であり、空き店舗対策や商店街との連携を進めるなど、エネルギー事業を通じたまちのにぎわい創出にも取り組んでいる。

このように山口グリーンエネルギー株式会社は、「脱炭素」「エネルギーの地産地消」「地域経済の活性化」を同時に実現する存在として、山口市のデコ活を執行段階で支える重要な取組の一つである。

山口市が地域新電力、ごみ発電とPPA太陽光から供給



(出所：山口市)

8. 「デコ活」を‘日常の当たり前’として定着させるための課題と未来

現時点では、「デコ活」という言葉自体の認知度はまだ十分に高いとは言えず、取組の内容が市民一人一人にまで浸透している段階には至っていないと感じられた。また、各施策がどの程度の脱炭素効果を生んでいるのかについて、数値として可視化し、成果を客観的に示していくことも今後の重要な課題である。さらに、取組が行政主導に偏りすぎると、市民にとって「やらされている活動」になってしまう恐れがあるため、市民や事業者が主体的に関われる仕組みづくりが求められる。最終的には、デコ活が特別な活動として意識されるのではなく、どれだけ市民の日常生活の中に自然に溶け込み、無理なく続けられるものとして定着していくかが、成否を分ける大きな鍵になると考えられる。

さらに、地域新電力会社の運営は、公と民が役割を分担して進める「公民連携（PPP）」の取組でもある。行政が示す脱炭素や地域循環型社会の方針を、民間事業者が事業として実装することで、政策を机上の計画で終わらせず、実際の地域経済活動として動かしていく仕組みとなっている。一方で、事業性を重視しすぎると「環境のための会社」から「電力ビジネスの会社」へと性格が傾く恐れもあり、公共性と採算性のバランスをどう保つかが今後の重要な課題である。

また、山口グリーンエネルギー株式会社のような地域新電力会社は、公民連携によって成り立つ重要な仕組みである一方で、その運営が市民にとって「行政の延長」や「特定事業者の取組」に見えてしまうと、デコ活全体が自分ごとになりにくくなる懸念もある。だからこそ、行政・企業・市民がそれぞれの立場で関わり、「支え合って成り立っている取組」であることを丁寧に伝えていく必要がある。

9. 質疑・答弁

①なぜ「デコ活宣言」をおこなったのか？

山口市が目指す「2050年ゼロカーボンシティ」の実現に向けて、個別の施策を点ではなく線や面としてつなぎ、脱炭素をまちづくり・地域経済・暮らしの質の向上と一体で進めていく意思表示として、「デコ活宣言」を位置づけたものである。

②デコ活13のアクションに着手してからの成果と現状は。

成果としては、イベントや学校教育を通じて、子どもや若い世代の環境意識が着実に高まりつつあり、体験型イベントや各種啓発事業への参加者も増加している点が挙げられる。また、公共施設や商店街において省エネ設備の導入や再生可能エネルギーの活用が進み始めるなど、意識啓発にとどまらず、実際の行動や仕組みづくりの面でも一定の前進が見られる。

一方で、各アクションがどの程度CO₂削減につながっているのかについては、数値として十分に把握・可視化できているとは言えず、客観的な効果測定は今後の大きな課題である。また、市民全体への浸透度にはばらつきがあり、「積極的に取り組んでいる人」と「存在自体をあまり知らない人」との間に意識の差が生まれている点も課題として挙げられる。

現状のデコ活は、成果を大きく示す段階というよりも、「土台づくり」や「認知拡大」の段階にあり、ここから先、数値による見える化や市民全体への浸透を進めていくことで、より本格的な成果へとつなげていくフェーズに入っていると位置づけられる。

③環境にやさしい商品・サービスを取り入れることで、脱炭素なのに快適で健康な生活を実現するという方針が市民の中にどのように浸透しているか？

これまで「脱炭素＝不便・我慢」というイメージが強かった中で、「脱炭素＝暮らしを良くする選択」へと意識が変わりつつある層は、確実に存在していると感じられる。特に、子どもや子育て世代、環境イベントに参加した人、学校教育を通じて環境について学んだ家庭では、エコバッグの利用や省エネ家電の選択、食品ロスの削減といった具体的な行動の変化が見られ、日常生活の中で脱炭素を意識した選択が少しずつ定着し始めている。

一方で、こうした意識や行動の変化が市民全体にまで十分に浸透しているとは言い切れない現状もある。「デコ活」という言葉自体は聞いたことがあっても、その内容や意味までは十分に理解されていないケースや、「環境に良いことだとは思いますが、自分の生活とどう結びつくのかが分からない」と感じている層も少なくない。

10. 所感：西尾市政への反映に向けた課題

正直に言えば、「デコ活」という言葉が生まれる前から、西尾市ではすでにビーチクリーンやアップサイクル、地産地消、環境教育など、本質的には同じ考え方に基づく活動が数多く行われてきた。これらは決して新しいものではなく、地域の暮らしや文化の中に自然と根付いてきた取組であり、まさに“デコ活の中身そのもの”と言えるものである。

山口市との違いは、活動の内容そのものではなく、それをどのように整理し、政策として位置づけ、市民に伝わる「形」にしているかという点にあると感じた。山口市では、これまで点在していた取組を整理し、共通の言葉を与え、制度や仕組みに落とし込み、さらに市民へとつながる導線を丁寧に整えていた。活動を単なる善意や個別の努力にとどめず、行政施策として「見える化」し、まちづくりの軸に据えている点が非常に印象的であった。

一方で、西尾市の課題は「新しいことを始める」ことではない。すでに地域の中には、誇るべき価値ある活動や実践が数多く存在している。それらを

- ・政策としてしっかり位置づけること
- ・地域の強みとして誇れる形に編集すること
- ・次の世代、特に子どもたちへと継承できる仕組みにすることが求められているのだと感じた。

西尾市には、海という豊かな自然、地域で育つ子どもたち、地元の食文化、人と人との強い結びつきという、他市にはない大きな財産がある。これらは単なる環境資源にとどまらず、「暮らしそのものが環境を守る力を持っている」という大きな可能性を秘めている。

それらを「デコ活」という言葉を使うかどうかに関わらず、西尾市ならではの価値としてどう育て、どう発信し、どう次の世代につないでいくのか。今回の視察は、その視点を改めて明確にしてくれた機会であった。制度や言葉に振り回されるのではなく、すでにある西尾市の強みをどう活かし、「西尾らしい環境政策」として形にしていくか。そこにこそ、今回の視察の最大の意義があると強く感じた。

