

# SDGs の実践は「企業価値創造経営」に通ず

—— 開拓者アニータ・ロディックの信念① (全3回)

2020年1月、国連のSDGs達成のための「行動の10年」がスタートした。

いまこそSDGsの原点ともいえる偉人に焦点を当て、ビジネスとは何かを3回シリーズで考える。

東京富士大学 経営学部  
准教授 小川達也

「ザ・ボディショップ」は英国人女性アニータ・ロディック(1942 - 2007) (写真)が創業した化粧品製造・販売会社である。従来の化粧品業界の常識とは異なる価値観・倫理観で事業展開し、フランチャイズ方式でグローバル企業へと成長した。現在、世界60カ国で3,000店舗以上の事業規模を有している。

## 夫が留守中、生計のため起業

1976年3月、まだ「BOP ビジネス<sup>\*</sup>」や「SDGs」という言葉もなかった時代に、アニータ・ロディックは英国ブライトンで小さな店を開いた。「ザ・ボディショップ」誕生の瞬間である。

きっかけはユニークなものだった。夫のゴードンが馬でブエノスアイレスからニューヨーク

まで旅するという長年の夢を実現しようとしていた。そこで、アニータは夫の留守中1人で生計を立てられるよう、子どもと過ごす時間も確保しながら自分の店を営むことにした。

店で扱う商品は、天然素材を使ったスキンケアに決めた。夫婦でホテルや



創業者 アニータ・ロディック  
(提供：朝日新聞社)

レストランを経営した経験から、クリームやシャンプーが売れなければ、それらを棚から追いやり、ほかのものを売ればよいとシンプルに考えた。

その頃の化粧品はサイズの選択肢がなく、高価で必要以上の量を否応なく買わされることに彼女は不満を抱いていた。そこで、さまざまな容器サイズに詰め替え可能な化粧品を手頃な価格で提供できないかと思案した。しかし、手持ち資金が乏しく容器を十分に用意できなかったため、使用済み容器や客が持ち込んだビンに製品を詰めて販売することにした。リサイクルや再利用の発想は、資金不足という事情から生まれたものだったが、結果的に安価な化粧品の販売へとつながった。

## 安全な自然原料から化粧品を

自然化粧品の着想はアニータが20代の頃、未開の地域を含む世界各国を放浪した経験が基になっている。カカオバターやアロエベラ、ハーブといった植物がスキンケアに役立つことを旅先で知った。この経験と知識が、のちに化粧品の「動物実験反対」や未開地域との「フェアトレード・プログラム」へとつながる。

教師の資格をもつ彼女は、化粧品や薬局方に関する文献を読みあさり、天然素材とスキンケアの研究にいそしんだ。古くから、世界中の人々が生活の知恵で生み出した安全性の確かな自然