

花王グループのご紹介

2020



KaO

きれいを、こころに。未来に。

日本の“きれい”という言葉は、「美しさ」や「清潔」というだけではなく、
こころの状態や、生きる姿勢までも表しています。

暮らしの中で“きれい”を感じる瞬間は、
こころを満たし、前を向く力を与えてくれる。

たとえば、清潔なシーツのこころよい感触に包まれるとき。
すこやかな赤ちゃんのしあわせな笑顔を見るとき。
自分らしい美しさが引き出されて、自信が持てたとき。

そして、満たされたこころは、周りへと伝わり、
誰もが気持ちよく暮らせる社会へとつながっていく。

すべての人のこころに、暮らしに、社会に、
“きれい”を満たすものづくりを通して、
人と地球の未来に、花王は貢献していきます。



未来社会への貢献をめざして。



花王グループは、企業理念である「花王ウェイ」をすべての活動の基本とし、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを使命としています。

1887年の創業以来、この使命のもと、清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つコンシューマープロダクツ事業と、さまざまな産業界の発展に寄与するケミカル事業を通じて、世界の皆さまに製品をお届けしてまいりました。

昨今、地球環境をはじめとする社会課題はますます深刻化し、これに伴って生活者の意識も大きく変化しています。この変化を受けて、企業が果たすべき責任はますます増大しています。そうした状況の中、花王では、生活者が求める持続可能な暮らしを「Kirei Lifestyle」

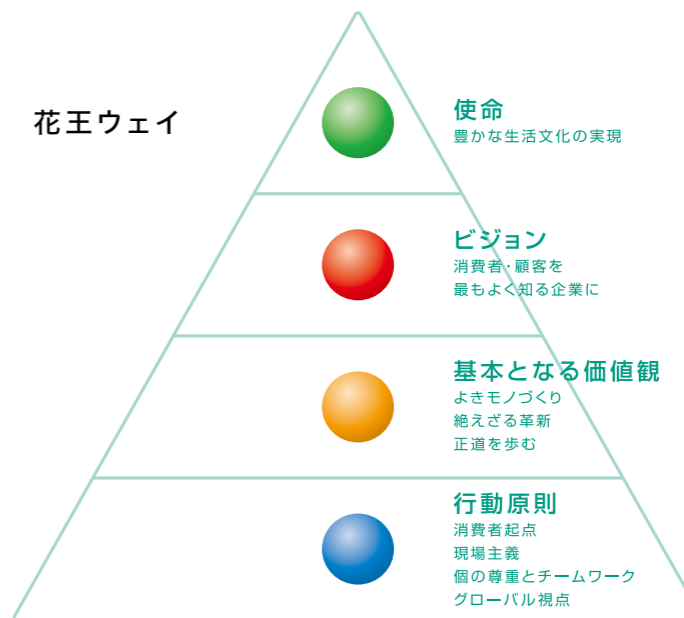
とし、それを実現するためのESG*戦略「Kirei Lifestyle Plan」をまとめました。さまざまなステークホルダーとの協働によって革新的な技術開発を進め、日々の豊かな暮らしの実現と未来に向けての社会課題、環境課題の解決をめざす花王の考え方を表しています。

創業以来培ってきた“よきモノづくり”の思想に花王らしいESG視点を加え、サステナブル(持続可能)な暮らしを実現できるよう、花王らしいアプローチで取り組んでまいります。

*ESG:環境 Environmental、社会 Social、ガバナンス Governanceの頭文字をとったもの。

花王株式会社 代表取締役 社長執行役員

澤田道隆



世界中のお客さまの こころ豊かな暮らしを実現する。

快適な暮らしを
自分らしく
送るために



思いやりの
ある選択を
社会のために



よりすこやかな
地球のために



世界中の人々の、
まずは10億人をめざして、
よりこころ豊かな暮らしに貢献します。
より清潔で、健康に、安心して年齢を重ね、
自分らしく生きられるように。



より活力と思いやりのある
社会の実現のために、
すべての花王ブランドが、
小さくても意味のある選択を
生活者ができるように提案をします。



すべての花王製品が、
全ライフサイクルにおいて、
科学的に地球が
許容できる範囲内の
環境フットプリントと
なるようにします。



「Kirei Lifestyle」とは、すべてに思いやりが満ちていること。

自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、周りの世界もまたそうであることを大切にすること。

こころ豊かな暮らしが、今日だけではなく、これからも続く心安けな暮らし。

花王はこうした持続可能な暮らし「Kirei Lifestyle」が何よりも大切だと考えています。

そしてそれを実現するためのESG*戦略「Kirei Lifestyle Plan」を通して、

事業のあらゆる面で革新を進め、さらなる社会への貢献をめざしてまいります。

*ESG：環境 Environmental、社会 Social、ガバナンス Governanceの頭文字をとったもの。

循環型社会に向けて、 プラスチック容器の 完全リサイクルをめざす。

すこやかな地球を未来へとつないでいくために。

花王は、容器に使われるプラスチック使用量の削減、

つめかえによる本体容器の再利用など、環境負荷低減に取り組んできました。

そして今、プラスチックボトル自体をなくすという新発想のフィルム容器を開発。

さらに、プラスチック容器の完全リサイクルをめざします。



■ 包装容器への取り組み

容器のコンパクト化

内容物の濃縮化による容器の小型化や、強度を保ちながらボトルを薄くする設計により、プラスチック使用量を削減してきました。



従来タイプ

コンパクトタイプ

プラスチック使用量
40%削減
※使用回数を揃えた場合

つめかえ・つけかえ用 製品の提案

つめかえ・つけかえ用製品を開発し、普及を促進することで、容器材料の大幅な削減を図りました。誰でもつめかえやすいように、形状の工夫も続けています。



新しいフィルム容器による ラボトルレス化の加速

薄いフィルムに空気を入れて浮き輪のように膨らませることで、ボトルのように使える新型容器を開発。つめかえパックと同程度までプラスチック使用量を減らした本体容器を実現しました。つめかえる手間もなく、最後まで無駄なく使えます。この新型容器は、新ブランド「MyKirei by KAO」*から採用を開始しました。

*花王が提案する持続可能な暮らし「Kirei Lifestyle」を体現する新ブランド。米国から順次発売していきます。



新フィルム容器の特長を
動画でご覧いただけます。



ファインファイバーが作り出す「Future Skin」が美容と医療の未来を切り拓く。

「ファインファイバーテクノロジー」は、極細の繊維を吹きつけて肌表面にしなやかな極薄の膜をつくる、まったく新しい技術です。一本の糸が幾重にも積み重なって形成される、まるで皮膚のような膜は未来への可能性を秘めた、まさに「Future Skin」。

花王がこれまで長年にわたり培ってきた皮膚科学の知見を活かし、化粧品の分野から製品化を始めました。今後、医療領域への展開も視野に入れて研究を深め、さまざまな皮膚の悩みを抱える方々への貢献をめざします。花王は本質研究に基づくイノベーションを通して、社会課題を解決すべく挑戦を続けます。

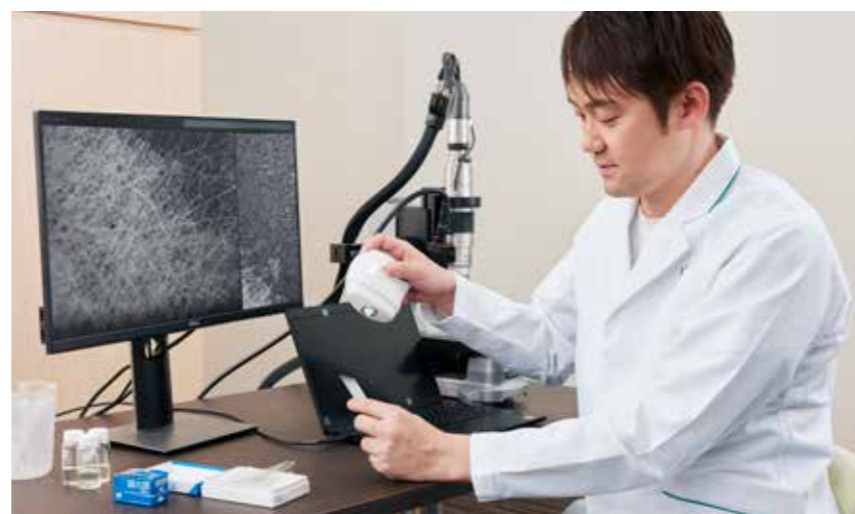


Fine Fiber
Technology



極細繊維で積層型の極薄膜をつくる

不織布の技術から進化したエレクトロスピニング法を応用。直径 $1\mu\text{m}$ 以下(髪の毛の約 $1/100$)の非常に細い糸を紡ぎ出し、対象物の表面に幾層にも重ね合わせ、軽く、やわらかい極薄膜をつくります。



製剤の性能を飛躍的に高める

積層型の極薄膜は、肌表面に密着し、動きにもしなやかに追従します。さらに、極細繊維が持つ非常に強い毛管力*により、化粧品などの製剤を膜全体に、速やかに、均一に拡げ、しっかりと保持します。その一方で、肌を完全に閉塞することなく、適度な透湿性を保ちます。
*物体内の狭いすき間が液体を吸い込む力

製品化の第一弾はスキンケア化粧品

「ファインファイバーテクノロジー」を具現化する高性能小型機器を開発。応用第一弾として、花王の「est」、カネボウ化粧品の「SENSAI」から発売を開始しました。



極薄膜がつけられる様子を動画でご覧いただけます。

笑顔あふれる毎日をめざして、こころに響く製品をお届けしています。



化粧品事業

スキンケア製品を中心とした「エスト」「ソフィーナip」「キュレル」や、メイクアップ製品を中心とした「SUQQU」「KATE」、また、ハイプレステージブランド「SENSAI」や「モルトンブラウン」など、ブランドの個性を磨き上げながら、お客さま一人ひとりの多様な美の価値観にお応えする製品をお届けしています。



ヒューマンヘルスケア事業

生理用品「ロリエ」、ベビー用紙おむつ「メリーズ」、大人用紙おむつ「リリーフ」などのサニタリー製品や、健康機能飲料「ヘルシア」、オーラルケア製品「ピュオーラ」、入浴剤の「パプ」、蒸気で温める「めぐりズム」など、より快適でそやかな毎日をサポートする製品をお届けしています。



スキンケア・ヘアケア事業

洗顔料や全身洗浄料をはじめとする「ビオレ」「ビオレu」、ボディローション「ジャーゲンス」などのスキンケア製品や、「メリット」「エッセンシャル」「リライズ」「ジョン・フリーダ」などのヘアケア製品、ヘアサロン向け製品の「ゴールドウェル」「オリベ」など、真にすこやかで美しい肌と髪を実現する製品をお届けしています。



ファブリック&ホームケア事業

衣料用洗剤「アタック」や柔軟仕上げ剤「フレア フレグランス」などのファブリックケア製品、食器用洗剤「キュキュット」や住居用洗剤「マジックリン」といったホームケア製品など、毎日の暮らしを清潔で快適にする製品をお届けしています。

社会のサステナビリティに 技術革新で貢献するエコケミカル。

ケミカル事業

天然油脂原料から製造する油脂製品や、界面活性剤などの機能材料製品、トナー・トナーバインダーなどのスペシャルティケミカルズ製品等、多岐にわたるケミカル製品をグローバルに展開。幅広い産業分野を通じて、豊かな暮らしに貢献しています。また、「環境」を事業のテーマに据え、製品の安全性と高い品質を確保するとともに、環境負荷を低減する製品開発を通じて、持続可能な社会の実現をめざしています。

【対象産業分野】

パーソナルケア・化粧品／洗剤／香料／医薬品／農業／食品／土木・建築／潤滑／金属／ゴム／紙・パルプ／無機・ファインセラミックス／色材・インキ／鋳造／情報材料／電子材料／エレクトロニクス／その他のさまざまな産業

舗装の長寿命化で資源の使用量を削減 アスファルト特殊改質剤

アスファルト舗装のへこみやひび割れなどの損傷を抑制する添加剤。舗装の耐久性を上げ、修繕頻度を減らすことで天然資源の使用量を削減し、環境負荷低減に貢献しています。



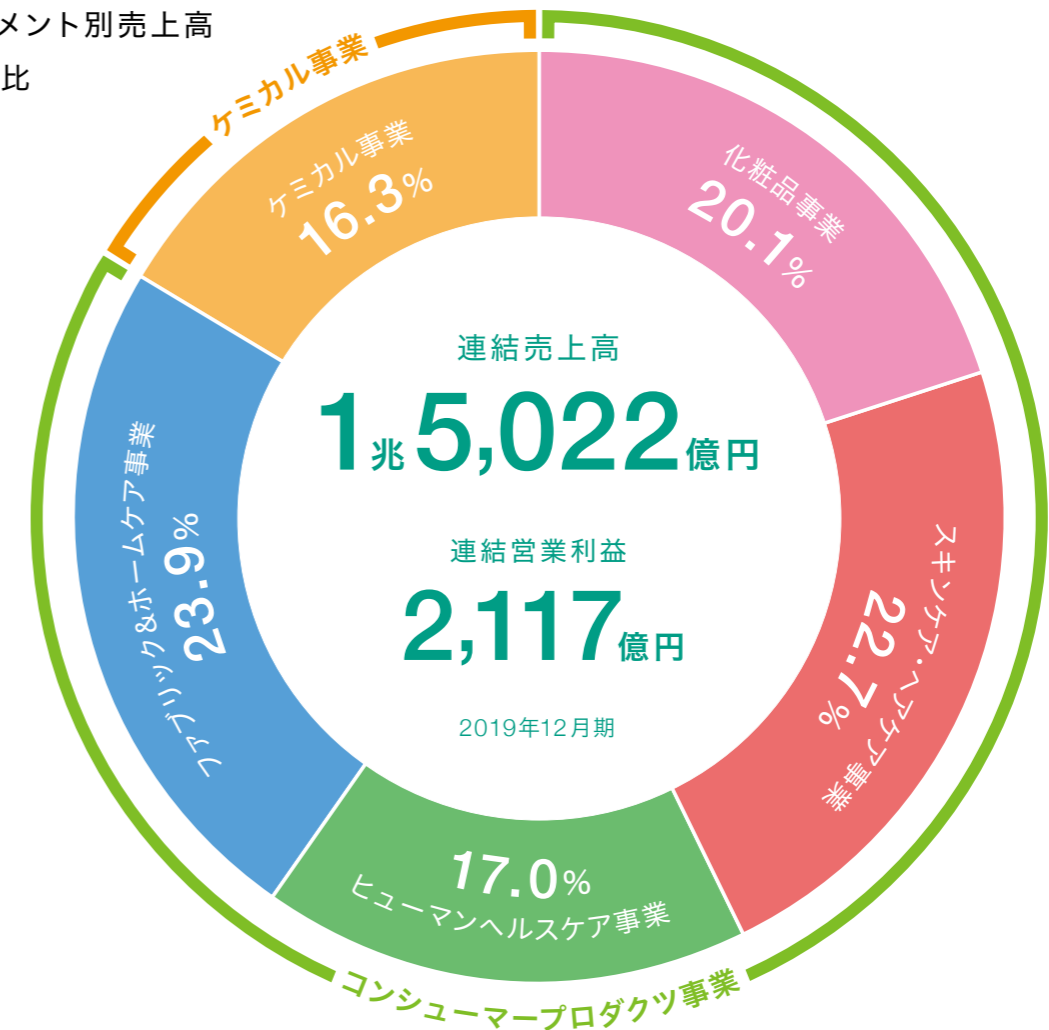
高品質で、環境負荷も低減する 水性インクジェット用顔料インク

新たな顔料ナノ分散技術により、透明フィルムに高速・高画質で印刷可能な水性インクジェット用顔料インクを開発。VOC*レス設計で環境負荷低減にも貢献しています。

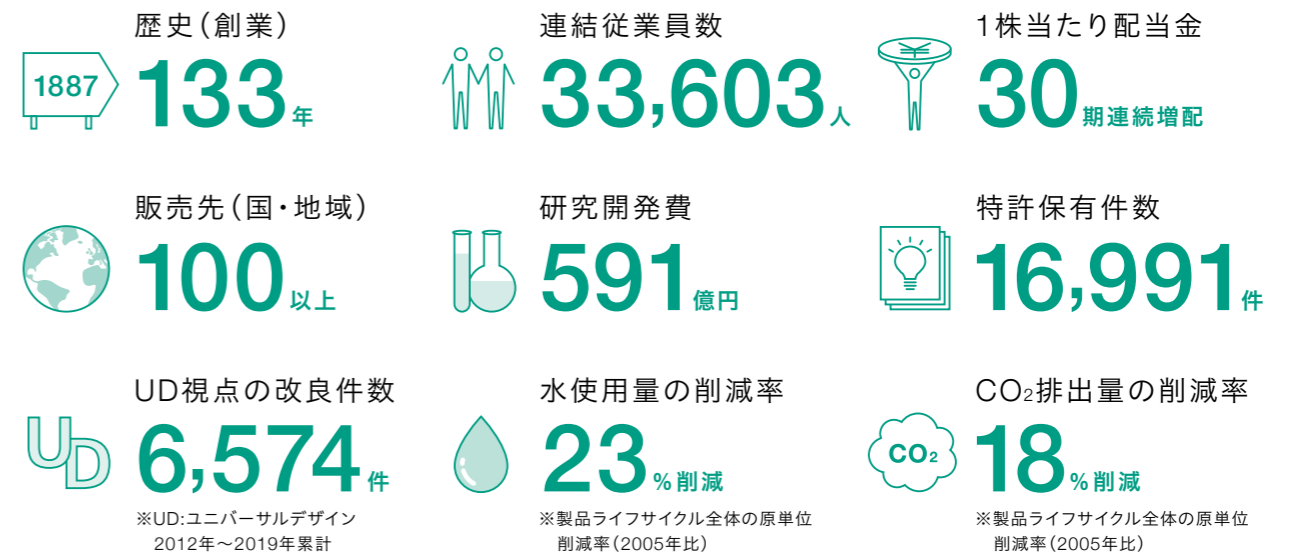


* VOC: 揮発性有機化合物

セグメント別売上高
構成比



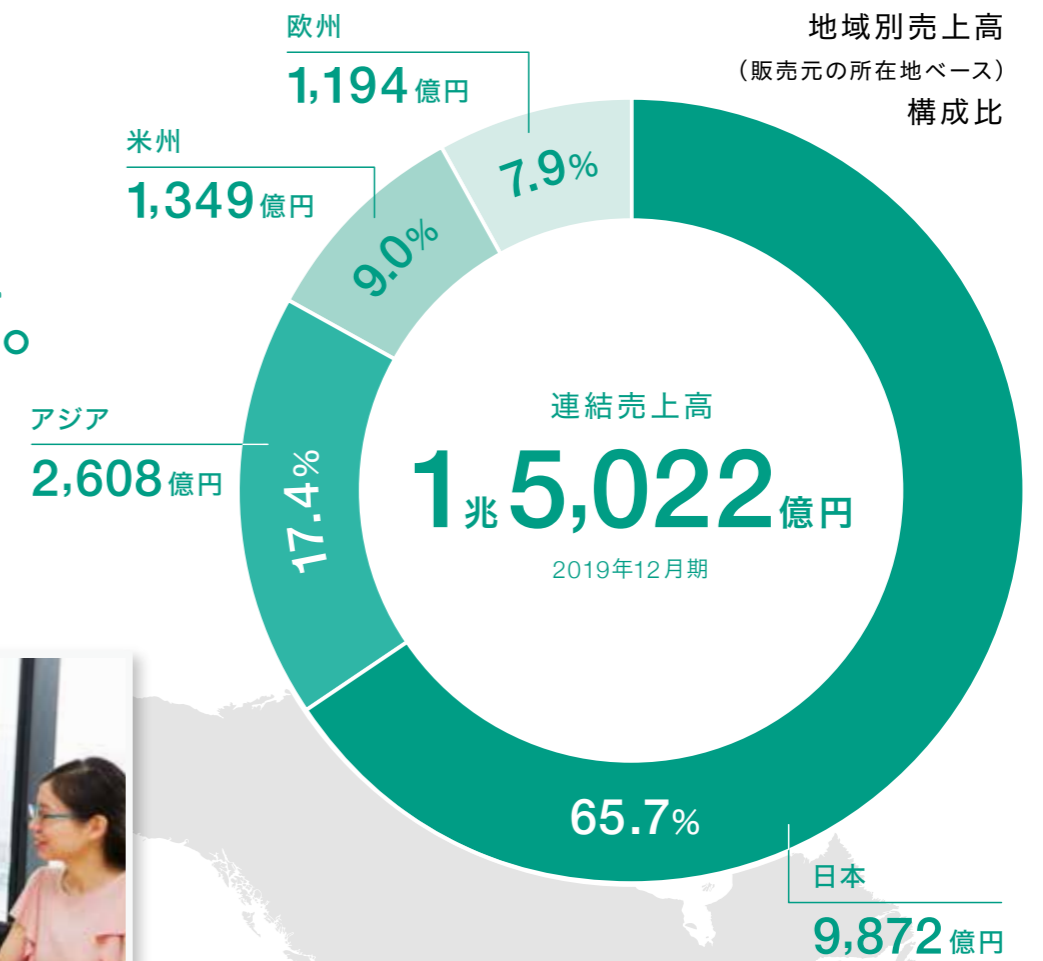
グラフの売上高構成比は、外部顧客に対する売上高で算出しています。ケミカル事業の売上高には、セグメント間の内部売上を含みます。



グローバル展開

世界の100を超える国や地域で、
想いを込めた製品やサービスを提供しています。

暮らしに寄り添うコンシューマープロダクツ事業。さまざまな産業の発展に貢献するケミカル事業。
花王は、この2つの事業領域において、高いシナジー効果を生み出しながら、
グローバルにビジネスを展開しています。





「花王石鹸」発売から130年。暮らしに寄り添い、豊かさと喜びをお届けし続けてきました。



1887年創業

豊かな生活文化の実現をめざして

本当によいものを、多くのお客さまに届けたい。創業者・長瀬富郎のそんな強い想いは、“よきモノづくり”の精神として130年もの間受け継がれてきました。



1890年 国産の高級化粧石けん「花王石鹸」を発売

質の悪い国産石けんが高価な輸入石けんしかなかった当時、富郎は、買い求めやすい価格で顔も洗える品質のよい国産石けんをつくりたいという強い想いから、「花王石鹸」を開発、発売しました。

1930年代～

すべてはお客さまの声から

創業時からこだわってきたのが、お客さまの声に耳を傾け、その声を最大限に活かす「消費者起点」です。

1934年 花王家事科学研究所設立

科学的で合理的な家事を研究し、新しい生活文化を提案しました。



機関誌「家事の科学」 家事講習会

1971年
花王生活科学
研究所設立

相談対応、啓発、家事研究について活動を強化。消費者対応の充実化をめざしました。



消費者相談情報システム

1978年
消費者相談
情報システム導入

お客さまの声をデータベースに蓄積し、迅速な対応や新たな製品開発につなげることをねらいとしました。



年間約25万件の声が寄せられる(2019年)

1950年代～

広がる事業領域 清潔・美・健康へ

事業領域は「美」や「健康」の分野へと大きく広がり、多くのロングセラーブランドが誕生しました。

1950～1960年代

髪や衣類、住居にまで“洗う”を広げる

天然油脂アルコールを中心とした技術を新たに開発。髪や衣類、住居など、さまざまな汚れを落とす製品が誕生しました。



1955
「花王フェザー
シャンプー」

1960
住居用洗剤
「マイベット」

1970～1980年代

“人”の研究をもとに、美や健康の分野にまで拡大

皮膚や毛髪など、人に関する基礎研究に力を入れ、美や健康に大きく分野を広げ、事業の多角化を図りました。



1982 基礎化粧品「ソフィーナ」

1983
ベビー用
紙おむつ
「メリーズ」

1960年代～

世界のお客さまとともに

日本で生まれたブランドはアジアに拡大。欧米では特長あるビューティケアブランドが仲間入りしました。

1960年代～ アジアへの拡大
現地の生活に密着した製品開発も

コンシューマープロダクツ事業は、タイへの輸出から始まり、1964年には現地法人花王インダストリアル(タイランド)社、台湾花王社を設立。



現地の生活スタイルに合わせた製品の開発も手がけています。



2014 衣料用洗剤
「アタック Jaz1」(インドネシア)

1980年代～ 欧米への拡大
特長あるビューティケアブランドが仲間入り

数々のブランドの強みや世界観を活かしながら、花王の技術を投入し、シナジー効果を追求しています。



1980年代～

未来に続く暮らしのために

豊かな生活文化が未来に続いていくことをめざして、環境への負荷を低減する取り組みを続けています。

1987年～ 衣料用洗剤のコンパクト化

少量でも洗浄力が高いコンパクト衣料用洗剤「アタック」を発売。容器に使う紙の量や、輸送時のエネルギーを削減しました。



箱の体積80%減
重さ62%減

1991年～
つめかえ容器を
開発、推進

つめかえ・つけかえ用製品を開発し、プラスチック量の削減に取り組んできました。



2009年～
環境に配慮した
モノづくりを加速

衣料用超コンパクト液体洗剤「アタックNeo」にてすぎ1回による節水や節電を提案。2019年には「アタックZERO」でサステナブルな洗浄基剤の採用を進めるなど、さらなる進化を続けています。



KaO

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして

花王公式ウェブサイト

www.kao.com

企業情報、製品情報、
キャンペーン情報などが
ご覧いただけます。



花王動画チャンネル

[www.youtube.com/user/
KaoJapan](http://www.youtube.com/user/KaoJapan)

会社情報やCMなどの動画が
ご覧いただけます。



花王公式Facebookページ

[www.facebook.com/
corp.kao](http://www.facebook.com/corp.kao)

花王の活動や暮らしに
役立つ情報を発信しています。



花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10
コーポレートコミュニケーション部門

2020年5月発行

