

環境コミュニケーション【DMA,EC7,LA10】

花王のアプローチ

花王の製品は、家庭で毎日のように使うものが多くを占めています。花王が環境活動を推進するには、モノづくりのプロセスにおける環境配慮だけではなく、お客さまが毎日の生活の中でエコを意識していただくことも大切です。花王では、環境コミュニケーション活動をさまざまなアプローチで行ない、ステークホルダーとともに環境について考え、行動しています。

社会的課題と花王のアプローチ

国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)で採択された「パリ協定」や、SDGs(持続可能な開発目標)で取り上げられた環境課題を解決していくためには、すべての国や地域社会、企業や各家庭が、いっしょに取り組む必要があります。

そのために、花王はさまざまなステークホルダーとの協働や、啓発プログラムの開発、社員への啓発を通じた事業活動による環境負荷の低減を推進しています。

方針

お客さま・ビジネスパートナー・社会と共に取り組む、“いっしょにeco”を推進しています。なかでも、「社会と“いっしょにeco”」の取り組みでは、広く社会全体の環境活動と連携した活動を積極的に行なっています。

また、こうした活動の推進には、多様なステークホルダーの

価値観に寄り添ったコミュニケーションが重要と考え、各ターゲットに向けたさまざまなプログラムを開発し、実施しています。

→“いっしょにeco”

http://www.kao.com/jp/corp/eco/kao_eco/

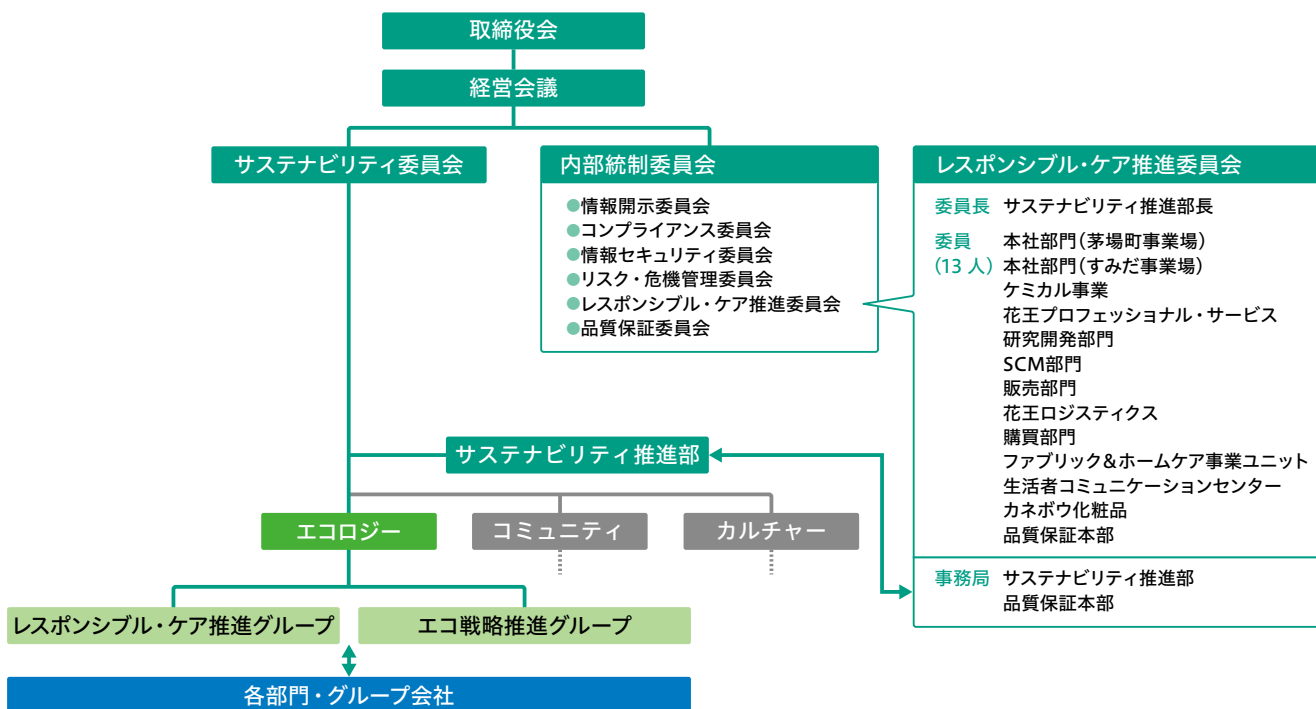
体制

花王は、代表取締役 社長執行役員を委員長とし、代表取締役、各部門や関係会社からの代表者で構成するサステナビリティ委員会を設けています。このサステナビリティ委員会の中で、重点領域の一つである「エコロジー」のコミュニケーション活動について議論し、戦略方針を決定しています。また、サステナビリティ推進部長を委員長とし、各部門のレスポンシブル・ケア推進責任者からなるレスポンシブル・ケア推進委員会が、環境

啓発活動のPDCAサイクルをマネジメントしています。

グループ会社では、各グループ会社社長を実行責任者として、グローバルでさまざまな機会を通じてエコ情報提供による環境啓発活動などの、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーション活動を積極的に推進しています。

環境コミュニケーション推進体制



→P184「レスポンシブル・ケア活動／体制」

教育と浸透

環境コミュニケーションを推進するためには、グループ会社全社員がその考え方を十分に理解する必要があるため、さまざまなアプローチで社員への啓発活動を行なっています。

環境教育講座

マネジメント層から2～3年目の社員、各部署のレスポンシブル・ケア担当者等、幅広い社員を対象に毎年実施しています。(内容は、「気候変動」「水リスク」「生物多様性」など)

2016年受講者：468人

新入社員研修

小田原事業場、和歌山事業場、すみだ事業場、栃木事業場にて、新入社員を対象に環境教育講座を実施しています。

2016年受講者：171人

有識者講演会

有識者をお招きし、社内講演会を開催しています。

2016年は国立環境研究所 地球環境研究センター 気候変動リスク評価研究室長の江守正多先生をお招きし、「気候変動リスクと人類の選択～近年の記録的な異常気象と気候変動～」をテーマにセミナー形式の講演を開催しました。

2016年受講者：148人

環境展示会への出展

環境展示会に積極的に出展し、社員が説明員となることで自社の取り組みへの理解を深めています。

→詳しくは「具体的な取り組み：環境展示会への出展」

中長期目標

1. ステークホルダーとの協働による、パートナーシップの活性化
2. 多様なステークホルダーの価値観に寄り添う、コミュニケーションプログラムの開発と実施
3. 「環境宣言」をさらに推進するための、社員向け啓発プログラムの開発と実施

2016年の実績

「花王国際子ども環境絵画コンテスト」を通じた環境啓発：グローバル

- ・応募数13,739点
- ・絵画展示を東京都墨田区・港区・中央区と連携し実施。
- ・台北市で、花王(台湾)による絵画展示を中心とした環境啓発活動を実施。4,000人以上が参加。

花王と味の素、イースクエアの3者による「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」(日本)

生活者がよりサステナブルなライフスタイルを実現するために、生活者調査や研究、生活者と一緒に考える場の提供や情報発信を目的とした研究会を開催。

- ・味の素株式会社、株式会社イースクエア、川崎市環境局との協働による川崎市在住の小学5年生とその保護者21組に対する環境啓発を計4日間実施。

→詳細は「ステークホルダーとの協働」

中国環境保護部との協働による「中国清潔・節水全国運動(清潔节水中国行)」(グローバル)

- ・2016年3月、北京で開幕。
- ・2016年4月から5月にかけて、中国国内8つの省・41の大学において、節水の大切さを喚起するイベントを開催。
- ・2016年6月、各大学での活動成果を発表するイベントを実施。

環境展示会への出展(グローバル)

- ・「エコプロダクツ国際展」(バンコク)に、15人の社員が参加。
- ・「エコプロ2016」(日本)に、73人の社員が参加。

→詳細は「ステークホルダーとの協働」

さまざまな活動

- ・小学校・中学校・高校における環境授業(実施校32校・受講者2,827人)
- ・「いっしょにエコ日記」配布校数：381校・28,575人
- ・花王エコラボミュージアム来場者数：12,707人
- ・「環境・安全サイトレポート」を国内8工場、海外8工場で発行。

→詳細は「具体的な取り組み」

→P48「エコロジー」>化学物質/化学物質適正管理のためのケミカル製品の情報提供活動

→P103「コミュニティ」>社会貢献活動 教育/2016年の実績：2.工場見学を通じた学校教育支援」

ステークホルダーとの協働

川崎市・NPO法人と協働で小学生と保護者向けの環境啓発プログラムを実施

味の素株式会社、株式会社イースクエア(「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」所属企業)、川崎市環境局地球環境推進室、NPO法人 ビーグッドカフェ(BeGood Cafe)と協働で、川崎市に住む小学5年生21人とその保護者を対象とした「食とくらしがつくる地球の未来 みんなでいっしょに考えよう～夏休みチャレンジ～」と題したプログラムを計4日間実施しました。これは身近な環境課題と毎日の自分の暮らしとのつながりを考えることで、「自分のライフスタイル」を見直し、未来の

心豊かな暮らしを考えようという新しい環境教育プログラムで、気候変動、生物多様性、水資源、資源循環、フードロスについて、実験や料理教室、専門家による講義を行ないました。

「COOL CHOICE」への賛同

2016年から政府が推進する「COOL CHOICE(=賢い選択)」に賛同しています。

→「COOL CHOICE」ウェブサイト

<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/index.html>

具体的な取り組み

第7回花王国際こども環境絵画コンテスト

グローバル

基本的な考え方

子どもたちに、生活におけるエコと地球の環境・未来について真剣に考え、絵画として表現してもらい、それを花王が多くの人たちに伝えることで、“いっしょにeco”を世界中に広げていきたいという思いのもと、2010年から「花王国際こども環境絵画コンテスト」を開催しています。

子どもたちからの情報の発信は、政府や企業・団体からの情報の発信よりも、家族の行動を変容させる影響力が高いと考えています。また、日本だけでなく、環境教育が十分に行き渡っていない新興国も含めた世界各国でこの活動を行なうことが重要だと考えています。

さらに、絵画展示については花王単独で行なうのではなく、地方自治体やNPOと協働で行なうことにより、より説得力の高い環境啓発ができると考えています。

環境絵画の募集

2016年は「みんなでいっしょにエコ」をテーマに、国内外の小中学生を対象に作品の募集を呼びかけたところ、世界45カ国・地域の子どもたちから、前年を上回る13,739点(国内1,407点、海外12,332点)の応募がありました。この中から、受賞作品33点を12月の「エコプロ2016」会場の花王ブースに展示し、上位受賞者9人を招いて表彰式を行ないました。受賞者を代表して「いっしょにeco地球大賞」を受賞した小林晃さんが、受賞の喜びと、作品のモチーフについてのエピソードを語ってくれました。また、表彰式後のインタビューセッションでは、各国の受賞者から、自分が暮らす国・地域の環境や、絵に込めた思いなどが語られました。



地球大賞を受賞した小林晃さん

絵画展示による環境啓発

子どもたちからの環境に対するメッセージを多くの人々に伝えるため、東京都墨田区・港区・中央区などの自治体やNPOと連携し、これまでの受賞作品の展示を中心とした環境啓発活動を行ないました。「世界のこどもたちが描く地球・環境・未来」をテーマに企画した展示会では、ご来場の皆さまから「大人が考えるより、子どもたちはもっと地球のことをよく考えている」「自分たちの行動を見直すいいきっかけになった」など、子どもたちからのメッセージを受けて、ご自身の行動をかえりみるような多くの感想をいただきました。環境啓発活動への参加率が低いといわれている成人男性からも、多くの反響がありました。

今後も、子どもたちの作品を通じてより多くの人々にエコを意識するきっかけとなるよう、公的団体や学校などへ作品の展示を予定しています。



受賞者の皆さん、審査委員長の益田先生(左)、社長の澤田(右)と記念撮影

環境展示会への出展

グローバル

花王は、アジア最大級の環境展示会である「エコプロダクツ国際展」に2006年から、国内最大級の「エコプロダクツ展(2016年、展示会名をエコプロに改称)」(東京)に第1回の1999年から出展し、2008年からは毎年出展しています。社員が説明員となり来場者と直接コミュニケーションすることで、花王の環境に対する取り組みをお客さまに楽しみながら理解していただくとともに、社員自身のエコ意識向上にもつながる貴重な場と考えています。

2016年は、「エコプロダクツ国際展2016」(開催地：タイ バンコク)では約5千人、「エコプロ2016」では約1万2千人のお客さまが花王のブースにご来場されました。社員のデモンストレーションを交えた説明に、お客さまからは多くの驚きや感心の声をいただきました。また、新たな課題への気づきを得るなど、社員がエコに取り組むモチベーションを向上させる貴重な機会

となりました。

また「エコプロダクツ国際展2016」では、展示会主催の環境コンテストにおいて、花王の環境への取り組みが評価され「EPIF 2016 Awards」を受賞しました。

2016年の環境展示会への出展

展示会	出展回数	開催場所	2016年花王ブース来場者数	2016年参加社員数
エコプロダクツ国際展2016	6回 (初出展：2006年)	タイ バンコク	約5千人	15人
エコプロ2016	10回 (初出展：1999年)	東京	約1万2千人	73人



「エコプロダクツ国際展」(タイ)の花王ブース



「エコプロ2016」(日本)の花王ブース



花王(タイ)社長に、タイの副首相よりEPIF 2016 Awardsが授与された



社員が説明員となり、お客さまと楽しくコミュニケーション

中国政府機関と協働で5年目の節水キャンペーンを実施

グローバル

花王(中国)は、中国環境保護部宣伝教育センターと共催で2012年から「中国清潔・節水全国運動」を実施しています。

この活動は、中国国内において「1世帯1年間1万リットルの節水(中国語表記:一家一年一万升)」をスローガンに節水を呼びかけるものです。中国では水資源の不足が大きな社会問題となっており、節水の大切さを喚起したい中国政府と、節水型衣料用洗剤を販売するなど、中国においても消費者と一しょにできるエコ活動を推進している花王の思いが一致し、5年連続の共催となりました。

毎年3月からはじまるキャンペーンでは、各都市で節水や水資源の大切さを紹介しています。2015年からは活動を拡大し、中国国内の大学での啓発も推進しています。2016年は陝西省、遼寧省、安徽省、浙江省など8つの省・41の大学で啓発活動を実施しました。また、2015年から中国国内の大学生向けに環境保護コンテストを実施しており、2016年はショートフィルム59件、Tシャツ作品834件の応募がありました。6月には、上海の大学で閉幕式を行ない、入選者を表彰しました。

Topic 花王カスタマーマーケティング(株)(花王CMK)が「地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受彰

2016年、花王CMKにおける“いっしょにeco”活動が環境省主催の「平成28年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰(対策活動実践・普及部門)」を受彰しました。これは、花王CMKが販売店や地域の行政と協働して行なっている「節水、節電、ごみ削減」を主なテーマとした環境啓発イベントが、地球温暖化防止につながるライフスタイルの実践・普及に寄与していると評価されたものです。花王CMKの環境啓発イベントには、「環境宣言」を発表した2009年から2015年12月までに累計約41万人の消費者の皆さまにご参加いただいています。

同表彰は、環境省が地球温暖化対策推進の一環として1998年から行なっており、毎年、地球温暖化防止月間にあたる12月に、地球温暖化の防止に顕著な功績のあった個人や団体を表彰しています。



表彰式



花王CMKの“いっしょにeco”活動を紹介