

花王のアプローチ

花王は、原材料調達から開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルの全段階において、環境の保全と人の安全に十分な配慮をし、社会のサステナビリティに貢献しています。

社会的課題と花王が提供する価値

花王は、「環境宣言」において4つの環境領域への対応を重要課題としています。CO₂、水、化学物質、生物多様性です。

これらの環境領域の選定にあたっては、次の要素を考慮しています。

- ①地球規模の人類共通の社会課題
- ②花王の事業が外部に及ぼす影響の大きさ

花王の製品は、製品ライフサイクルの全段階にわたって環境に影響を及ぼしています。そこで、上記の4つの環境領域を中心に、全段階での環境保全活動に取り組

むことが、本質的に重要だと考えています。

たとえば、使用段階の環境負荷を低減する節水型製品の提供は、この方針に基づいた代表的な取り組みです。このような全ライフサイクルの取り組みには、消費者、ビジネスパートナーや社会の皆さまとの協働が大切です。花王は“いっしょにeco”というスローガンを掲げ、皆さまとのコミュニケーションや協働を展開しています。

このライフサイクル視点に立った取り組みは容易ではありませんが、花王は社会に貢献する大きな価値を

生むと考えており、業界をリードする先進的な活動を推進していきたいと考えています。



→環境宣言 中期目標

<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/statement/medium-term-objectives/>

貢献するSDGs



4つの重要課題



方針

花王は、製品ライフサイクル全体にわたり、ステークホルダーの皆さまと環境保全に取り組み、環境を経営の根幹に据える決意を「環境宣言」で表明しています。また、「環境・安全の基本理念と基本方針」で基本的方針を、「花王レスポンシブル・ケア方針」で活動方針を定めています。これらの方針はあらゆる事業活動に組み込まれています。



→環境・安全の基本理念と基本方針
<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/policy/philosophy-policies.html>

→環境宣言
<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/statement.html>

→花王レスポンシブル・ケア方針
<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/policy/responsible-care.html>

体制

花王レスポンシブル・ケア方針および推進体制や活動については、下記のページに掲載しています。



→P184「ガバナンス>レスポンシブル・ケア活動」

教育と浸透

花王の環境への取り組みについては、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」にその行動規範を定めていますが、これを徹底し、さらに社員全員が自らの責任を自覚して行動していくために、さまざまな機会を通じた教育や啓発活動を継続的に実施しています。

環境教育講座は、「環境宣言」の周知・浸透も含めて実施。新入社員研修として160人、他に階層別・部門別の集合研修においても302人に実施しています。

さらに、社員啓発の一環として、社員が説明スタッフとして環境展示会に参加し、花王の環境への取り組みへの理解につなげています。2017年は日本とベトナムで約100人の社員が参加しました。

また、広く環境意識の向上のために、地域社会での環境活動ボランティアの奨励や環境啓発映画の鑑賞奨励なども実施しています。

レスポンシブル・ケア(RC)推進体制下においても、RC推進事務局や各推進部門の担当者が社員や協力会社の社員を対象に随時教育を実施しており、RC推進事務局は50回のべ756人(日本625人、アジア84人、米州39人、欧州8人)に対し、教育を実施しました。

ISO14001などの環境マネジメントシステムを導入している事業場においては、新入社員や配転者をはじめすべての社員を対象に年1回以上の教育を行なっています。

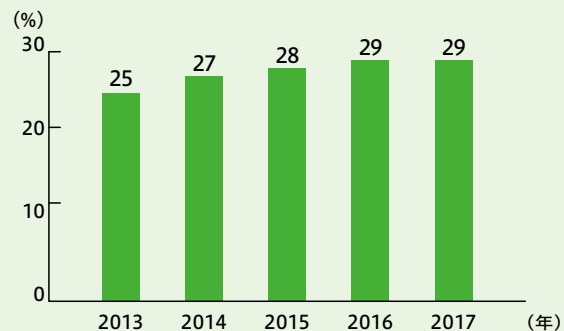


→P121「コーポレート・カルチャー>インテグリティ」

2017年の実績

花王は、独自の厳しい認定基準をクリアした環境負荷の少ない製品に“いっしょにeco”マークを表示しています。

“いっしょにeco”マーク表示製品売上比率
(国内消費者向け製品)



→ “いっしょにeco”マークの表示基準
<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/eco-together-logo.html>

→ “いっしょにeco”マーク表示製品一覧
<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/phase/eco-together-products.html>

CDP*による評価

花王は環境への取り組みが高く評価され、複数の分野でCDPからA-ないしAリスト企業に選定されています。



※ CDP
機関投資家の運営による、ロンドンに本部を置く非営利団体であり、気候変動、水、森林に関する情報開示を企業等に求める活動等を行っている。

CDPによる評価

分野	評価
気候変動	A-
水	A-
森林(木材)	A-
森林(パーム油)	A-
サプライチェーンエンゲージメント	A

→ CDP回答結果
CDP2017 気候変動 回答
<http://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2017-001.pdf>
CDP2017 水 回答
<http://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2017-002.pdf>
CDP2017 森林 回答
<http://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2017-003.pdf>

ステークホルダーとの協働

花王は、原材料調達から開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルまでの、製品のライフサイクル全体を通じて、消費者をはじめ、さまざまなステークホルダーとの“いっしょにeco”を推進していくために、積極的なコミュニケーションを実施しています。花王の環境活動の社会への開示はもちろん、CDPサプライチェーンプログラムを通じたサプライヤーとの情報交換、行政や業界団体との情報交換や協働を行なっています。環境省主催の「CO₂削減/ライトダウンキャンペーン」や、「九都県市 容器&包装ダイエット宣言2017キャンペーン」などにも参加しています。

また、花王の製品の多くは家庭で日常的に使っていただく製品であることから、特に、「使用」や「廃棄」の段階での協働が不可欠である消費者に向けては、製品を通じた積極的な情報提供のみならず、環境意識啓発のための下記のようなさまざまな活動を実施しています。

- P141「[コーポレート・カルチャー] 持続可能で責任ある調達/具体的な取り組み: サプライヤーとの連携/CDPサプライチェーン」
- P23「具体的な取り組み: [花王国際子ども環境絵画コンテスト] を通じた環境啓発」
- P25「具体的な取り組み: 体験型環境教育プログラムの開発と実施」

具体的な取り組み

環境に配慮した製品の設計

花王は、花王製品の環境配慮性を確実にするため、2つの仕組みを持っています。製品が世の中に出る前に環境負荷を確認するしくみと、厳しい環境配慮基準をクリアした製品に“いっしょにeco”マークを表示し、消費者に環境に優しい製品であることを伝えるしくみです。また、主な製品分類について、多様な環境側面を一括して評価し、環境負荷特性を分析し、製品開発に役立てています。

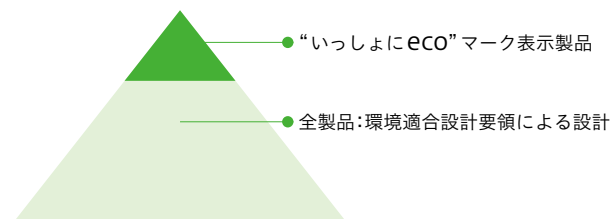
1. 環境適合設計要領

花王は、新製品や改良製品の発売を決定する際に、製品が環境に関する基準を満たすことを確認しています。その運用方法や基準は「環境適合設計要領」に定めています。本要領では、製品ライフサイクル全体のCO₂排出量削減に対する評価(LCA)の実施も定めています。

2. “いっしょにeco”マークの表示基準

花王は、環境負荷の少ない製品に、“いっしょにeco”マークを表示しています。消費者の皆さまに、高いレベルで環境に配慮した製品であることを明示し、購入に活用していただいています。認定基準は、基準製品よりライフサイクルCO₂排出量が低減し、同時に花王が定めた認定基準を一つ以上クリアする、という厳しいものです。

新製品・改良製品における環境基準



→環境適合設計要領

<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/designing.html>

→“いっしょにeco”マーク表示基準

<http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/eco-together-logo.html>

LCAを用いた製品の環境影響評価

花王は、製品がさまざまな環境側面に及ぼす影響を包括的に評価しています。東京都市大学伊坪教授の助言を得て、環境影響を統合して数値化できるLIME※(第2版日本版被害算定型影響評価手法)を用いています。この手法により複数の環境側面を一括して評価でき、たとえばCO₂排出量が少なくても水資源への影響が大きい、などの問題点を洗い出すことができます。花王は、主要な35製品分類について環境影響評価を実施し、環境側面のバランスについて把握し、製品開発に役立てています。

※ ILCD Handbook, 33-36.

<http://eplca.jrc.ec.europa.eu/uploads/ILCD-Handbook-LCIA-Background-analysis-online-12March2010.pdf>

さまざまなステークホルダーと協働で消費者(お客さま)への環境啓発を実施

「花王国際こども環境絵画コンテスト」を通じた環境啓発

行政 他企業
ビジネスパートナー NPO
NGO

花王では、世界の子どもたちに身近な生活のエコと地球の環境・未来について真剣に考え、絵画として表現してもらい、それを多くの人たちに伝えることで、世界中の人々が暮らしの中で環境を考えて行動するきっかけになることを願い、2010年から「花王国際こども環境絵画コンテスト」を行なっています。

第8回コンテストの実施

2017年は、世界41カ国・地域の子どもたちから、11,048点(日本861点、アジア9,054点、米州115点、欧州370点、中東634点、アフリカ14点)の応募がありました。花王のデザイナーによる予備審査を経て、社内外審査員による最終審査が行なわれ、入賞作品32点が決まりました。12月の「エコプロ2017」の花王ブースにて、この32作品を展示し、上位入賞者9名の表彰式を行ないました。トークセッションでは、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。



表彰式に参加した受賞者の皆さん

行政・NPO・ビジネスパートナーと協働した絵画展示活動

子どもたちが絵に込めた思いやメッセージを、より多くの人たちに伝え、共感を広げるために、これまでの入賞作品の展示活動を積極的に進めています。

花王社内では、国内全10工場での常設展示や国内5事業場・研修所での展示を行ない、社員や6万人を超える来場者・見学者に鑑賞いただきました。

社外では、墨田区、港区施設での企画展示に加えて、

NPO法人ビッググッドカフェを事務局として、日本全国の行政が運営する環境関連施設やNPOなどに絵画を無料で貸し出す活動を開始し、2017年は、のべ11施設・団体に利用していただき、2万人超が来場しました。

花王グループカスタマーマーケティング(株)においても、ビジネスパートナーや行政と共同で開催する環境イベントのうち、10カ所で絵画展示を行ない、14,000人を超える来場がありました。

花王(中国)投資、花王(台湾)でも、各地域での環境啓発キャンペーン活動に、絵画展示を盛り込んでいます。



墨田区施設での絵画展示の様子

展示会やエコラボミュージアムでの消費者との直接対話 他企業 ビジネスパートナー

消費者の環境意識を高めることは、社会においても花王においても重要な課題です。

そのためには、わかりやすく楽しく印象的なコミュニケーションが大切だと考え、消費者と直接対話できる場での啓発活動を重視して推進しています。

エコプロダクツ国際展2017

(2017年5月 ベトナム・ホーチミンシティ)

アジア最大級の環境展示会に出展し、花王(ベトナム)社員が説明員として来場者と直接対話しながら、花王の環境方針、花王(ベトナム)のコンシューマー製品やアジアでの拡大をめざすケミカル製品の環境貢献を紹介しました。来場者に花王の環境への取り組みをご理解いただいただけでなく、参加社員の環境意識の向上にも寄与しました。



エコプロダクツ国際展での展示の様子

エコプロ2017(2017年12月 東京ビッグサイト)

日本最大級の環境展示会である「エコプロ」に10年連続で出展しています。2017年は、消費者とのコミュニケーションに目的を絞り、「身近なきれい」「街のきれい」「地球のきれい」の3つのテーマで、来場者に楽しい体験とともに環境意識を高めていただき、花王の環境活動を理解していただきました。また、「リサイクリエーション®」*コーナーでは、社内や地域の協力者の皆さまから集めた使用済みつめかえ容器でつくった再生樹脂ブロックの体験コーナーも設けました。さらに、環境サイトとの連動や各種サイトへの誘導も行ないました。3日間の来場者は1万人を超えました。



“きれい”って、しあわせ。を全体テーマにした花王ブース



体験/対話を重視したコミュニケーション

*リサイクリエーション®

使い終わったものを再び資源に戻す「リサイクル」と、新たに価値を創造する「クリエイション」を合わせた新しい言葉で、花王の登録商標です。

花王エコラボミュージアムでのコミュニケーション活動

花王エコラボミュージアムでは、体験型コンテンツを活用しながら、生活者をはじめとするあらゆるステークホルダーとの直接対話を年間を通じて行なっています。

2017年の年間来場者数は約12,700人でした。また2017年は、より効果的な体験/対話型の親子環境ワークショップを開発して地域住民を対象として開催し、9回の実施で378人が参加しました。

体験型環境教育プログラムの開発と実施

行政 他企業
ビジネスパートナー

花王と味の素(株)、(株)イースクエアは2011年に「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」を設立しました。

2017年は川崎市と協働で、川崎市の小学5年生とその保護者13組を対象に、体験型環境教育プログラム「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～夏休み親子チャレンジ～」を開催しました。川崎市にある花王と味の素の工場での体験や日記・ワークショップを通じて、毎日のくらしと環境課題とのつながりを考え、ライフスタイルを見直す内容です。2016年から開始した本プログラムの活動は、2017年8月に「第11回キッズデザイン賞(子どもたちの創造性と未来を拓くデザイン部門)」を受賞しました。

本活動の他地域や他企業への展開を図るため、ウェブサイトでの情報公開、雑誌等への掲載、講演活動を積極的に進めています。



グループワークの成果をみんなと共有

中国政府機関と協働で6年目の節水キャンペーンを実施

行政

花王(中国)投資は、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いっ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、6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。2017年は広州、西安、瀋陽、安徽省、浙江省、内モンゴルなど13の省、53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、2017年は公益広告コンテスト445件、環境保護教育用PPTコンテスト90件の応募がありました。

6月には、北京の大学で閉幕式を行ない、入選者を表彰しました。

店頭での消費者に向けたコミュニケーション

行政 他企業
ビジネスパートナー

花王グループカスタマーマーケティング(株)は、花王製品の環境価値を消費者に伝え、“いっしょにeco”を推進していくために、「節水・節電・ごみ削減」をテーマに、流通や行政とともにさまざまな環境イベントを実施しています。「国際こども環境絵画コンテスト」の入賞作品の展示や、エコラボミュージアム見学企画等も盛り込み、多彩で楽しい体験型イベントで、消費者の関心を高めています。2017年は、日本全国210カ所の店頭や行政施設で開催し、来場者は約9万人に上りました。うち札幌市、愛媛県、沖縄県などの38店舗では、流通企業と行政と花王の3者協働での実施となり、より地域に影響のある活動となりました。



札幌市と流通企業との3者で共催した環境フェア

小学校での環境・衛生教育活動 NPO NGO

花王(インドネシア)では2016年より、NGO(YCAB foundation)と共同で、小学校での「Anak Kao」という環境・衛生教育を実施しています。ジャカルタと、工場のあるチカラン、カラワン地域の小学校を訪れて、「クリエイティブ、アクティブ、オプティミスティック」をキーワードに、手洗い・歯磨きなどの身体の衛生の大切さに加えて環境をきれいにすることまでを考える授業を行なっています。2016年は3,070名、2017年は2,660名の子どもたちが参加しました。



訪問した小学校の子どもたち

花王「環境サイト」をリニューアル 専門家

2017年6月に花王の「環境サイト」を一般向けにリニューアルしました。

新サイトでは、花王がこれまで進めてきた原材料の調達から、開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルに至る全段階でのエコを、具体的な取り組みとともにわかりやすくご紹介しています。また、「地球温暖化」や「生物多様性」などといった環境に関するトピックについても、専門家の監修のもと、「花王環境講座」ページにてQ&A形式で解説しています。動画やイラストを用いることで、子どもから大人まで花王の環境への取り組みを楽しく学べる内容になっています。



→花王 環境サイト
<http://www.kao.com/jp/environment/>

→花王「Let's eco together!」リーフレット
http://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/environment/index/index-article-h-data-pdf_01-s.pdf



「環境サイト」の内容の一部をまとめたリーフレット

社員による地域環境保全活動

花王では事業所の周辺や地域の環境保全活動を通じて、社会への貢献と社員の意識向上に努めています。

たとえば花王USAでは、社員のボランティア20数名で組織されたチームが、シンシナティ事業所の環境影響の最小化をめざして、「Kao Zero」活動を行なっています。

2017年は、LEDの導入、食堂からの食品廃棄物の削減を進めました。4月のアースデイ週間では社員の家庭から資源となるゴミを持ち寄って回収したり、場内・近隣水路の清掃活動などを行なったりしました。

同社では社員の意識向上に伴い、環境保全活動が活性化し、その範囲も拡大しています。



事業所周辺の清掃活動に参加した社員