

<通稿>

本文是日本国内新闻通稿之中文译件

2021年12月13日

花王启动着眼未来、守护健康项目，预防蚊虫媒介的传染病 “碧柔 防蚊乳液（Bioré GUARD Mos Block Serum）”将在泰国先行分发

花王株式会社（社长 长谷部佳宏）将于2022年2月开始正式启动着眼未来、守护健康的项目，以切实行动减少蚊虫为媒介的传染病登革热的蔓延，还为此开发了运用花王独有技术的相关产品。花王首先将向泰国公共卫生部捐赠包括该产品在内共计650万泰铢，并计划在该部门的协助下，自2022年2月起先行在泰国国内分发8万件上述产品。在此之上，该项目还将推进一系列与登革热有关的宣传教育、实证实验及研究活动。



泰国公共卫生部及花王工业（泰国）的相关人员

左1：DVBD副主任Darin Areechokchai；左2：疾病对策局总干事Opas Karnkawinpong；

左3：泰国公共卫生部常务副秘书长Thongchai Lertwilairatanapong

第4位：泰国副首相、公共卫生部大臣Anutin Charnvirakul

左起第5位：花王工业（泰国）社长 清水 祐二

蚊虫因其作为人类多种疾病传染的媒介，而被称之为“世界上害人最多的生物”。以蚊虫为媒介传播的传染病之一登革热，在东南亚诸国成为长期的社会问题，并且随着地球温室化效应加剧，不断在世界范围蔓延。花王计划今后将此次分发的产品，以“碧柔 防蚊乳液（Bioré GUARD Mos Block Serum）”为品名在泰国销售，以期通过保护肌肤，实现着眼未来、守护健康的使命。



Bioré
GUARD

分发品名：Bioré GUARD Mos Block Serum（1品目商品2种类）

分发时期：2022年2月起

分发地区：泰国

花王在泰国为防止登革热蔓延所采取的行动

在泰国，每年有大量人口感染登革热。重症登革热发病患者多为儿童，并可能导致死亡，因此成为长期以来的社会问题，且近年来感染人数有增加趋势。

花王工业（泰国）于2021年6月，与泰国公共卫生部疾病对策局媒介传染病课（DVBD）、泰国工业团地公社（IEAT）、泰国国立电子计算机技术研究中心（NECTEC）、Amata Corporation PCL一同，以防止登革热蔓延为目的，与泰国政府共同建立了政府民间一体化的共同事业，并选定泰国东部的春武里府Nong Mai Daeng地区、Don Hua Lo地区、春武里Amata City工业团地为试验地区而实施。春武里府等作为工业地带，具有流入人口众多、人口密度高的特点，每年都会发生登革热大流行。花王泰国计划与合作方及当地的社区，通过共同开展有关登革热的宣传教育活动、完善合理的垃圾处理系统以减少蚊虫滋生等行动，积极推进这项共同事业。

此外，通过赞助NECTEC开发的登革热最新信息发布用手机软件“RooTan”，花王将积极推进向人们提供正确知识，防止疾病蔓延的工作。这一手机软件不仅能提供诸如所在地和选择关注地区的登革热感染风险、PM2.5浓度和中暑指数等与登革热疫情风险相关的情况，还能普及最新的健康知识，使用者由此可以获取多种信息。

花王与 DVBD、NECTEC 一同推进该系列活动，开展可行性验证，为泰国减少登革热作出贡献。此外，花王还将与已经共同参与进行实情调查和实地考察的玛希隆大学的 Rawewan Srisawat 博士和 Patchara Sriwichai 博士一起继续开展试点工作。



与玛希隆大学一同开展实地考察

花王株式会社执行役員、消费品事业统括部门健康美容护理事业部长涂谷弘太郎，就这一项目的启动表示，“花王的中期经营战略指明了‘着眼未来、守护健康’的方向。该项目是实现这一目标所采取的第一步措施。未来，这一措施还将在被蚊虫导致的传染病困扰的亚洲其他地区进一步实施。碧柔品牌将藉由‘护肤’，担当起连结人与人、人与社会的‘人际界面’，提供更多样的商品，维护肌肤卫生，以助益于人际间的接触。品牌还将构建出能够为特困群体提供帮助的新型商业模式。”

花王独有的防蚊技术研究

花王为能使人们的生活免受蚊虫侵害而不懈地开展独立研究。着眼于蚊虫在肌肤上飞停的动作，利用界面濡湿现象，开发了防止蚊虫吸血的方法。这是与以往的防阻剂（挥发性有效成分、DEET、淫羊藿苷等）的作用机制不同的全新技术。

花王于 2019 年制定了名为“Kirei Lifestyle Plan”的 ESG 战略，并于 2021 年 1 月启动了“K25”中期经营计划，提出“Sustainability as the only path（把可持续发展作为唯一的发展之路）”的愿景，以集团的聚合力积极参与解决全球共通的社会性课题。此次的项目是“Kirei Lifestyle Plan”的重点推进主题“提高生活品质”、“改变生活的创新”的体现。今后，花王也将不断努力，通过旗下产品，为实现能够守护未来生命的社会，切实解决问题。

（完）

<相关信息>

■花王>可持续发展

<https://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/>

■花王发表 ESG 战略“Kirei Lifestyle Plan”

<https://www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2019/20190422-001/>

■面向未来，“花王集团的新挑战”向着 ESG，实现经营方向大转换

<https://www.kao.com/jp/corporate/news/business-finance/2019/20190926-001/>

关于花王

花王拥有130多年历史，在全球共有约33000名员工。一直以来，花王长于创新，致力于于创造高品质、高附加值产品，以满足和丰富世界各国人民的生活文化为使命。花王的业务遍及全球100多个国家和地区，旗下拥有洁霸、碧柔、Goldwell、Jergens、John Frieda、佳丽宝、乐而雅、妙而舒和Molton Brown等超过20个知名品牌，在亚洲、大洋洲、北美和欧洲，人们的日常生活中都有花王的身影。加上面向广泛的工业领域提供产品和服务的化学用品事业，花王年销售额达1.5万亿日元。

欲知更多最新信息，敬请访问花王集团官网（<https://www.kao.com/global/en/>）