



エネルギーや水などの資源の節約など、よりサステナブルなライフスタイルをわかりやすく提案し、未来につながる暮らしを広げます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

私たちは、地球上の資源を消費することで現在の豊かな生活を維持しています。科学・技術の進歩は人々の暮らしを向上させましたが、一方で不適切な経済活動が資源の枯渇や環境破壊を引き起こしています。

持続可能な社会を構築するために、民間企業には、企業の強みを生かした商品・サービスの提供だけでなく、新しいサステナブルなライフスタイルの提案・啓発といったアプローチが求められています。

花王が提供する価値

「責任ある消費」はSDGsでも取り上げられている重要な要素です。化粧品・日用品の分野で、生活者の「清潔」「美」「健康」を日々の暮らしの中で支える花王だからこそ、商品やサービスを通じて生活者の新しいライフスタイルを提案し、豊かな生活文化と社会のサステナビリティの実現に世界の生活者とともに取り組みたいと考えます。

日々の生活の中のちょっとした工夫や商品の選択が、持続可能な社会の実現に無理なく寄与することを、社会全体の変革に資するイノベーションを創出できる責任ある“よきモノづくり”や“生活提案”で実現し、生活

者・顧客に選ばれる企業となることをめざしています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

社会の求めるサステナブルなモノづくりを実現できない場合、また暮らし方を変える商品やサービスを提供しなかった場合は、単に花王ブランドの価値毀損を招くのみならず、新しい世界的・社会的な規範(持続可能な社会の実現)に対してもネガティブなインパクトを与えかねないと考えます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

創業より常に生活者とともに事業活動を通じて暮らしを変えてきた花王は、持続可能な社会の実現に対しても、130年にわたって培った独自の技術と、製品を通じた暮らしの提案で利便性や快適性を損なうことなく、持続可能な社会の実現に寄与し、存在感を世界的に示すことができると考えます。また、新しい暮らしの提案・教育・啓発により、世界中の多くの生活者によりサステナブルな選択を習慣づけその成果を最大化することで、地球環境に関わる課題解決に寄与します。

貢献するSDGs



方針

多くの方々の生活に溶け込み、日々の暮らしをより快適にするお手伝いをする商品群を持つ花王は、商品やサービスを通じてサステナブルなライフスタイルを築くことを率先し、先導しなければならない責任があると考えます。

特に、SDGsをはじめとして、社会の重要課題とされている「気候変動」に対して、花王らしいイノベティブな技術革新と、ライフスタイル提案を積極的に推進し、人々の持続可能な生活を実現していきます。

具体的には、日々の生活の中で毎日お使いいただく商品そのものの“よきモノづくり”により、環境に配慮したサステナブルな製品を提供します。生活者に花王製品を選択いただくことで、環境面、社会面のあらゆる領域において社会にリターンをもたらすことをめざします。

また、生活者自身にも花王が行なうさまざまなマーケティング活動、情報発信、教育、啓発活動を通じてサステナブルライフスタイルの重要性を理解いただき、ともに責任ある消費による持続可能性への貢献に寄与し、大きな社会的インパクト・成果を生み出す努力をしていきます。

サステナブルなライフスタイルの推進 102-43,103-2,103-3



4つの活動

1. モノづくり、製品そのものからの提案
2. サステナブルライフを提案する情報発信
3. 体験型学習機会の提供
4. 社会や団体・公的機関とともに行なう啓発活動

上記の活動を通じて、生活者の毎日の暮らしの中での一つひとつの選択が、サステナブルなライフスタイルを実現する可能性を持っていることを、実際の商品選択をする時点で啓発していきます。また、自社が持つ生活者との接点や流通や取引先が持つ店頭においても積極的に「環境」「衛生」「節水・節電」などのコミュニケーションを行なうとともに啓発活動を進めていきます。特に、未来を担う次世代に対しては、「責任ある」選択の重要性を学びと気づきの提供という形で啓発します。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者の意識に気づきを与え、暮らしや生活スタイルを変えるムーブメントを起こしていくためには、花王を取り巻くさまざまなステークホルダーとの協働が不可欠と考えます。

以下の取り組みにおいて、ステークホルダーとの協働を推進しています。

- ・流通業者と連携した輸送の効率化による環境負荷低

減、「ホワイト物流」の実現

- ・小売・流通業者と連携したブランド選択・購入時のサステナブルライフ提案・エシカル消費行動の提案
- ・生活者に花王商品の基本性能の周知と使い方を提案することで、製品使用時の環境負荷低減を推進(お客さまと“いっしょにeco”)
- ・流通・自治体と連携した製品使用後の適切な廃棄物処理



- P85「よりすこやかな地球のために>脱炭素／教育と浸透:お客さまと“いっしょにeco”」
- P114「よりすこやかな地球のために>ごみゼロ:“いっしょにeco”を基盤としたステークホルダーとの協働」
- P119「よりすこやかな地球のために>水保全／教育と浸透:お客さまと“いっしょにeco”」
- P124「よりすこやかな地球のために>水保全:“いっしょにeco”のもとで推進する教育と活動」

体制

2019年、花王はESG経営に大きく舵を切り、そのビジョンであるKirei Lifestyle Planを策定しました。Kirei Lifestyle Planの推進に向け、ESG部門を筆頭に事業部門、生産部門、物流部門、販売部門まで連携する形でESGを根幹に置いた“モノづくり”を推進しています。それぞれの活動は、花王のKirei Lifestyle Planにおける19のアクションにしたがって、ESG推進部の主

催する全社を貫くESG推進部会議にて報告しており、花王内各部門での推進についてはESG推進会議(月1回)にてフォローしています。



→ P44「快適な暮らしを自分らしく送るために> QOLの向上／体制」

中長期目標と実績

中長期目標

Kirei Lifestyle Planの3つのコミットメントの中の「思いやりある選択を社会のために」に基づき、より活力と思いやり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することをめざします。

中長期目標を達成することにより期待できること

サステナブルなライフスタイルを啓発することで、生活者のエシカル消費志向がより定着し、ひいては社会課題解決に寄与すると考えます。また、意識の高まった生活者に花王製品を積極的に選んでいただくことで、心豊かで快適な生活と社会課題の解決への貢献を両立することができ、長期的に花王製品へのロイヤリティ向上につながります。



具体的な取り組み

モノづくり、製品そのものからの提案

花王は、サステナブルな洗浄基剤、すすぎ一回の衣料用洗剤や泡切れのよいシャンプーなどの環境配慮型製品の創出や包装容器の検討などを行ない、モノづくり、製品そのものからのサステナブルなライフスタイルの提案を推進しています。

原料からの提案:

サステナブルな洗浄基剤「バイオIOS」を開発

花王が開発したバイオIOSは、非常に高い水溶性を有しながら、油になじみやすい性質を併せ持つ、とてもユニークな界面活性剤です。グローバルでの安定的な製造供給まで見据え、これまでの花王の研究知見、製造技術の検討とその成果に基づき、分子を設計、開発するに至りました。

天然油脂原料を使用する界面活性剤の洗浄系への利用は、通常、その親油基の炭素数が12から14のものが主で、それ以上鎖長が長いものは水に溶けにくくなります。一方、それら炭素数が12から14の油脂原料の、総油脂原料に占める割合は、わずかに5%ほどで、その少ない流通原料を、原料ユーザーであるメーカーが競って入手しているのが実状です。

バイオIOSは、アブラヤシの実から食用のパーム油を採取する際の搾りカスを原料としています。パーム油は、世界で流通する天然植物油脂原料(1.9億トン／

年、2017年度)の中で最も多く使用されている汎用の油脂です。そのパーム油を採取する際の搾りカスである長い炭素数の固体性状油脂は、その用途が限られていました。これまで、ほとんど使われなかった油脂原料を有効活用できるという意味からも、また、将来的には藻類から採れる油を活用できるという理由からも、次世代を担う極めてサステナブルな基剤といえます。

バイオIOSは、サステナブルな洗浄基剤として、2019年に発売した衣料用濃縮液体洗剤「アタックZERO」から実用化しています。



バイオIOS 分子構造モデル
親水基:水になじむ部分、親油基(疎水鎖):油になじむ部分
長い親油基の中間部に親水基が位置する特殊な構造となっている

包装容器からの環境へのチャレンジ

シャンプーやリンスなどプラスチック製のボトル型容器を2030年にはつめかえ式フィルム容器にほぼ切り替えるなど、新技術を駆使した環境負荷の低減をめざしています。また、環境負荷が低い容器の生産個数を2030年に3億本にするという目標を掲げています。

プラスチックボトルレス化の加速は、これまで行ってきた活動に加え、花王が独自に開発し、普及に努めてきた、つめかえを飛躍的に簡単にするつめかえパック「ラクラクecoパック」を本体として使うことを広く展開しています。

スマートホルダーをセットにして使う提案については、すでに製品化を実現し、今後はお風呂場で「ラクラクecoパック」を吊り下げて、ワンプッシュで必要量が出せる提案も検討中です。

サステナブルなライフスタイルの推進 102-43,416-1



目次 編集方針 トップメッセージ Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 独立保証報告書

Kirei Lifestyle Plan

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

正道を歩む

新フィルム容器によるプラスチックボトルレス化の推進

エアインフィルムボトルは、フィルムだけで構成されているにもかかわらず、空気を入れて膨らませ自立させることで本体容器として使うことができる画期的な容器です。花王は、このフィルムの完全リサイクルに向けた開発を継続して進めています。



プラスチック製アイキャッチシールの全廃にチャレンジ

プラスチック製アイキャッチシールは、お客さまが購入される際に、商品特長や正しい使用方法などを的確に伝達できるというメリットがある反面、役目を終えた後、ごみになるという課題もあります。

花王では、今後、従来アイキャッチシールで訴求していた内容をボトルに記載するなどの手法を用いて廃止を進め、2021年末までに全廃します。

プラスチック製アイキャッチシールの全廃

- 今後、プラスチック製のアイキャッチシールの廃止を進めます
- 注意喚起等、必要な場合は、紙製にし、環境に配慮します
- アイキャッチシールに代わるコミュニケーション方法を考えます

サステナブルライフを提案する情報発信

生活者からの能動的質問等への対応

家事や美容に関する生活者の悩みに対して、Yahoo!知恵袋などソーシャルメディア上でアクティブサポートを行なう取り組みが評価されています。

家事、美容、健康に関する相談内容へのサポートを行っており、2015年から累計で4,000件を超える質問に回答しています。専門知識に基づいた回答がソーシャルメディア上に蓄積されることにより、同じ悩みを持つ多くの生活者がそれを閲覧し、自身の悩み解決に役立てていただくことも可能です。2018年にはこの取り組みが評価され、第3回ACAP消費者志向活動表彰「消費者志向活動章」を受章しました。

環境ウェブサイトeco together

ウェブサイト「eco together」にて、主に小学生を対象とした環境学習に寄与する情報発信を行なっています。また、子どものみならず生活者全般に環境配慮の活動紹介とエコな暮らしに向けた啓発を行なっています。

商品からの生活提案

環境に配慮した暮らしを日々の製品コミュニケーションで提案し、サステナブルなライフスタイルの気づきを生活者に与え、社会的に大きなインパクトを生み出そうと試んでいます。



また、花王商品のみならず競合他社の商品スペックのスタンダードとなるとより大きな効果を発揮していくことが期待されます。



環境に配慮した暮らしの提案

体験型学習機会の提供

事業場・工場でのエコ体験型教育プログラム

花王の事業場・工場・ミュージアムにおいて小中学生を中心に環境技術紹介と体験型啓発を実施しています。工場見学に関しては約870校、約3万2千人の児童・生徒が体験しました。

教育の現場とタイアップした「手洗い教室」「お掃除教室」を全国で推進

2009年から、出張授業の形式で正しい手洗い習慣の定着をめざす「手洗い教室」や「お掃除教室」を次世代育成の観点から継続しており、これまで8万1千人の園児・児童が体験しました。

→社会貢献活動：出張授業、教材提供による次世代育成
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=77

→社会貢献活動：工場・ミュージアム見学を通じた学校教育支援
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=78

→暮らしの研究 応援！暮らしのキレイの紹介
www.kao.co.jp/lifei/support/

社会や団体・公的機関とともに 行なう啓発活動

エコプロ展など公共の啓発機会の活用

毎年出展しているエコプロ展では、高学年の児童をメインターゲットとして、次世代向け環境啓発に特化したダイレクトコミュニケーションを行なっています。

→社会貢献活動：エコプロ2019での啓発活動
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=79

花王国際子ども環境絵画コンテスト

私たちの大切な地球環境を守り、未来につなげていくためにはどうしたらよいか考え、絵に表現する絵画コンクールで次世代の環境意識向上をめざしています。

2019年は十回目となり、世界中から合計16,552点の応募がありました。

→社会貢献活動：花王国際子ども環境絵画コンテスト
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=78