

サステナブルなライフスタイルの推進 102-15,103-1,306-1(廃棄物2020)



エネルギー・水などの資源の節約につながる、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。

ESGキーワード

ライフスタイル提案

プラスチック製アイキャッチシールの廃止

同業他社と協働したプラスチック循環

生活者に対する情報発信

容器包装における環境チャレンジ(ラクラク eco パック、スマートホルダー、らくらくスイッチ、エアインフィルムボトル、Tube Like Pouch)

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。

たとえば気温上昇の原因となる大気中のCO₂濃度は、産業革命以降急激に増えており、現在の平均濃度は400ppmを超えてます。これらはごみ焼却にも起因しています。日本の環境省発表の2017年度温室効果ガス排出量によると、2017年の日本の廃棄物(焼却等)によるCO₂排出量は29.8百万トンで2013年度比+1.6%、2016年度比+0.5%となっています。



→環境省報告 温室効果ガスの総排出量
www.env.go.jp/earth/ondanka/ghg-mrv/sokuhou_zentaizu_2017.pdf

日本の消費者庁では「消費者志向経営の推進」の中で、「事業者が持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行う」ための柱

として「消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換」を挙げています。



→消費者庁報告 消費者志向経営の推進について
www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/meeting_001/pdf/meeting_001_190416_0007.pdf

持続可能な社会を構築するために、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。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“よ

きモノづくり”や“生活提案”を通して実現します。

「2030年までに達成したい姿」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、持続可能な社会の実現に対してネガティブなインパクトを与え、生活者・社会からの共感を失い、ブランド価値とともに収益性やマーケット競争力を低下させると考えます。

「2030年までに達成したい姿」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豊かにしてきた花王は、130年にわたって培った独自の技術を発展させ、脱炭素やごみゼロ、水保全、大気および水質汚染防止に寄与し、持続可能な社会の実現に向けて存在感を世界的に示すことができるを考えます。

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促進し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。

サステナブルなライフスタイルの推進

102-12,102-43,103-1,
103-2,306-2(廃棄物2020)



貢献するSDGs



方針

「Kirei Lifestyle Plan」の中の「思いやりのある選択を社会のために」と「よりすこやかな地球のために」の実現に向けて花王らしいイノベー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ます。

環境に配慮したサステナブルな製品を提供し、生活者に花王製品を選択いただくことで、持続可能な社会を構築していきます。

また、さまざまなマーケティング活動、情報発信、教育、啓発活動を通じて生活者自身にも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ます。

4つの活動

- モノづくり、製品そのものの提案
- サステナブルライフを提案する情報発信
- 体験型学習機会の提供
- 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啓発します。また自社が持つ生活者との接点や店頭販促を通して積極的に「環境」「節水」「衛生」などの啓発活動を進めています。さら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る、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。

・消費者

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します。



- P90「よりすこやかな地球のために>脱炭素／ステークホルダーとの協働／エンゲージメント:お客様と“いっしょにeco”」
- P128「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:お客様」

・法人顧客(流通)

随時の情報交換を通じてサステナブルライフ提案の店頭実現や、輸送の効率化による「ホワイト物流」を推進します。

・サプライヤー

原材料調達、生産、輸送などの各段階において、さまざまなビジネスパートナーの皆さんと協働してサステナブル社会の実現に取り組んでいます。



- P128「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:ビジネスパートナー」

・行政・自治体

現在5つの自治体とともに洗剤やシャンプーなどの使用済みのつめかえパックを回収し、再生樹脂に加工して提供する活動を推進しています。



- 花王、北海道北見市で「リサイクリエーション」を実施
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2019/20191128-001/

サステナブルなライフスタイルの推進

103-2,103-3,306-2(廃棄物2020)



サステナブルな
ライフスタイルの
推進

・同業者

資源循環型社会の実現は一社のみではなしえず、業界全体で意識を変革していく必要があります。そこで、フィルム容器のリサイクルに企業の枠を超えて取り組んでいます。



→ライオンと協働したリサイクリエーション活動
[www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/
2020/20200910-002/](http://www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200910-002/)

[www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/
2020/20201104-003/](http://www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201104-003/)

体制

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。「プラスチック製アイキャッチシール」全廃活動や再生PET使用促進活動はこれらの会議で採択され推進されています。



→ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

中長期目標

- 環境に配慮する生活スタイルを啓発し、サステナブルな世界を実現するための環境啓発活動で到達した累積人数

2030年目標:1憶人

Kirei Lifestyle Planの3つのコミットメントの中の「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」に基づき、生活者とともによりサステナブルなライフスタイルを啓発します。

またそのためにすべての花王ブランドがパーカス(自らの存在意義)を明確にし、生活者とのコミュニケーションを含めたさまざまな取り組みを実践します。

中長期目標を達成することにより期待できること

社会的インパクト

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・社会課題解決志向が向上します。

事業インパクト

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花王製品へのロイヤリティ向上につながり、ブランド価値とともに収益性やマーケット競争力が向上します。

2020年の実績

- 環境に配慮する生活スタイルを啓発し、サステナブルな世界を実現するための環境啓発活動で到達した累積人数
2020年実績:307万人

- ・「スマートホルダー」の店頭販売を強化
- ・「らくらくスイッチ」採用商品を発売
- ・「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」採用商品を米国にて発売開始
- ・パッケージに添付しているアテンションツール「プラスチック製アイキャッチシール」全廃に向けての活動を開始
- ・PET樹脂使用ボトルに再生PET使用。2021年春改良のアタックZEROとキュキュットクリア泡スプレーから開始

実績に対する考察

2020年は予定通り商品パッケージに関する革新技術が商品に反映されました。また再生樹脂の使用開始等、リサイクル素材の活用も始まりました。具体的な目標は2021年度中に策定します。

プラスチック製アイキャッチシール全廃活動についてもコロナ禍の影響により一部の商品の撤廃に影響が出ましたが、販売促進策等の強化により計画通り2021年全廃見込みです。

これらの活動は各種SNSにて反響を呼び、好意的に受け入れられています。今後はリサイクル素材の活用だけでなく、リサイクル技術の開発やインフラの整備にも注力していきます。その一環としてライオンと協働してリサイクル実証実験を開始しました。



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食器用洗剤、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きました。

2019年はサステナブルな洗浄基剤「バイオIOS」を用いた製品を実用化しました。2020年は特に包装容器について多くの提案を行ないました。

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の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という目標を掲げ、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。

これまででも、本体容器につめかえて使うことで廃棄プラスチック量を約78%削減できるつめかえパウチや、同じくプラスチック使用量を約80%削減しつつ、つめかえしやすい「ラクラク ecoパック」の拡充を進めてきましたが、それらの浸透を加速させつつ新しい技術にもチャレンジしています。

「スマートホルダー」の店頭販売を本格的に開始

「ラクラク ecoパック」をセットすることで、つめかえずに繰り返し使用することができ、独自開発のポン

プでほぼ最後まで使いきることができる「スマートホルダー」。

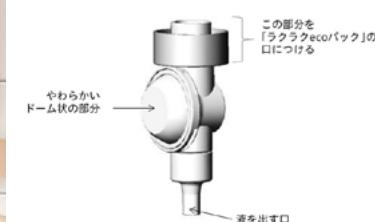
2017年の発売以来、主にオンラインショップで販売していたものを流通との取り組みにより店頭でも販売開始。多くの生活者に提案していきます。



→花王、「プラスチックボトルレス化」を推進
この春より「スマートホルダー」の店頭販売を本格的に開始
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200317-003/

「らくらくスイッチ」採用製品発売

「ラクラク ecoパック」について使うと、軽い力で押すだけで一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」を採用した製品を発売。この「らくらくスイッチ」仕様により、ポンプつきのボトル容器と比較して、プラスチック使用量を約50%削減しています。



→軽い力で押すだけでフィルム容器から一定量の液が
出せる「らくらくスイッチ」を実用化
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200819-002/

サステナブルなライフスタイルの推進

301-2,306-2(廃棄物2020)



サステナブルな
ライフスタイルの
推進

Air in Film Bottleを採用した「MyKirei by KAO」の発売

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「Air in Film Bottle(エインフィルムボトル)」を採用した「MyKirei by KAO」を2020年4月に米国にて発売しました。この容器はプラスチックの使用量をポンプつきのボトルに比べ約50%削減することができます。

この「MyKirei by KAO」は「Kirei Lifestyle」を体現するブランドとして今後もさらに幅広い商品群の提案を計画しています。



Air in Film Bottle



花王が提案する「Kirei Lifestyle」を体現するブランド「MyKirei by KAO」を米国で新発売
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200407-001/

「Tube Like Pouch」採用商品発売

「Tube Like Pouch」は、主につめかえ用の包装容器で使われているフィルム素材を、本品容器として使うことで、プラスチック使用量を50%削減でき、液もほぼ最後まで使いきることができる容器です。

欧米で展開しているヘアケアブランド「ジョン・フリーダ」において採用し、米国のウォルマート店頭およびオンラインサイトにて、2020年7月より期間限定で発売しました。



Tube Like Pouch



→花王が開発したフィルム容器「Tube Like Pouch」(チューブライクパウチ)を欧米へケアブランドで採用
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics/sustainability-20201007-001/

プラスチック製アイキャッチシールの全廃を推進

「プラスチック製アイキャッチシール」は、お客様の購入時に商品特徴や正しい使用方法などを的確に伝達できるメリットがある反面、プラスチックごみや廃棄時のCO₂排出量の増大につながるという課題がありました。

花王では従来のアイキャッチ訴求内容をボトルに記載することや、その他のコミュニケーション方法に切り替えるなどにより2021年末までに「プラスチック製アイキャッチシールの全廃」を達成します。使用方法の伝達等が必須な場合はFSC認証紙などへの変更を行ないます。

コロナ禍の影響により、一部の商品の撤廃に影響が出ましたが2020年末時点でおよそ70%のアイテムで撤廃できました。計画通り2021年末全廃は達成見込みです。



「プラスチック製アイキャッチシール」あり

「プラスチック製アイキャッチシール」なし



→花王、「プラスチック製アイキャッチシール廃止」を推進
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200317-002/

PET樹脂使用ボトルに再生PET使用

花王はプラスチック循環社会の実現に向けて「リサイクルイノベーション」にも注力しています。

花王はすべてのPETボトルにおいて再生PET使用をめざしており、すでに2021年春に発売のアタックZEROとキュキュット泡スプレーにおいて100%再生PETを使用したボトルを採用しています。

サステナブルなライフスタイルの推進 102-43,306-2(廃棄物2020)



生活者が多頻度で使うインパクトの大きい商品から切り替えを進めていきます。

※着色剤およびラベルフィルム、ポンプ、キャップは除く



→「アタック ZERO」で100%再生プラスチックのボトルを採用
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2021/20210317-002/

ライオンと協働でリサイクル実証実験を開始

使用済みつめかえパックの分別回収実証実験を目的に、株式会社イトーヨーカ堂にご協力いただき、リサイクリエーション活動を開始。店頭に専用回収ボックスを設置し、お客さまから花王とライオンの洗剤やシャンプーなどの使用済みつめかえパックを回収。回収したつめかえパックはブロック等に再生し、リサイクルの重要性を伝えるイベントで活用するなど、さまざまな用途に役立てます。



→花王・ライオンが協働してリサイクル実証実験を開始
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201104-003/

サステナブルライフを提案する情報発信

生活者に対する情報発信と共有

花王はウェブサイト、各種SNS、広報発信によりさまざまなステークホルダーに対して情報を発信・共有しています。これらを通して花王の活動を生活者に届けるとともに、生活者からのご意見を“よきモノづくり”に反映させています。

サステナブルライフについての情報発信は主に以下を通じて発信、あるいは生活者と共有しています。

Kao PLAZA

Kao PLAZAは花王製品ご愛用者をはじめとした生活者の皆さまとつくるコミュニティサイトです。サステナブルライフだけではなく広く花王の活動を紹介しつつ、生活者の声を共有しています(一部は会員登録が必要)。

2020年は「プラスチックアイキャッチーシール全廃」について紹介し、生活者の皆さまからの声を多数いただきました。



→Kao PLAZA プラスチック製アイキャッチーシール撤廃プロジェクト
webmember.kao.com/jp/kaoplaza/contents/esg/001/?taskid=T0000101362&adobe_mc=MCMID%3D53678356976548077853734051239738041008%7CMCORGID%3D952B02BE532959B60A490D4C%2540AdobeOrg%7CTS%3D1605682068

→生活者とのコミュニケーション
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=77



サステナブルな
ライフスタイルの
推進

サステナブルなライフスタイルの推進 102-43

社会や団体・公的機関とともに 行なう啓発活動

公共の啓発機会の活用

サステナブル・ブランド国際会議2020横浜への出展

気候変動や人権問題などの社会課題解決のためのさまざまなプログラムの中で、プラスチック問題を事例に生活者が変化の主役となることをめざした花王の取り組みをご紹介しました。また、ブースにて花王のプラスチック削減活動を展示しました。



ESG部門統括が登壇



Kirei Lifestyle Plan や花王のプラスチック削減活動を展示したブース

エコプロ Online 2020への出展

エコプロ展に毎年出展し、花王の活動をご紹介しています。2020年はオンライン開催となりましたが、「花王のプラスチック戦略」と題して海洋プラスチックごみ対策について講演を行ないました。



→エコプロ Online 2020
eco-pro.com/2020/ecopro/1125_2.html

花王国際こ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。

2020年は11回目となり、世界中から合計12,884点の応募がありました。



第11回“いっしょにeco”地球大賞
Liang-En Yuさん(8歳)作
作品タイトル:未来の色



→「第11回 花王国際こども環境絵画コンテスト」審査
結果のお知らせ
[www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/
2020/20201130-001/](http://www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201130-001/)

従業員の声

プラスチック製アイキャッチシールの 撤廃に向けた工夫

田中 桃子

花王株式会社
ヘルス＆ビューティケア
スキンケア事業部 ビオレ u石鹼*



少ないボトル面積の中に、よりお客様にビオレ uのやさしさや、親しみやすさを感じていただけるようにしながら、プラスチック製アイキャッチシールで伝えていたことも入れると情報が多くなるため、そこをどうするか悩みました。

そこで、本体と詰め替え用でボトルに入れる情報をそれぞれ整理、最小限にして役割を持たせるように工夫しました。

さまざまなESGの取り組みがありますが、自分の担当商品でできることを積極的に探していくたいです。

* 所属は2020年12月現在

本メッセージは、コミュニティサイト「Kao PLAZA」内で、プラスチック製アイキャッチシール全廃に向けた活動について、花王社員の工夫やサステナブルなライフスタイルに対する「想い」を発信するコーナーを再掲したものです。