

いま、
未来のために
できること

花王サステナビリティブックレット



自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

Kao

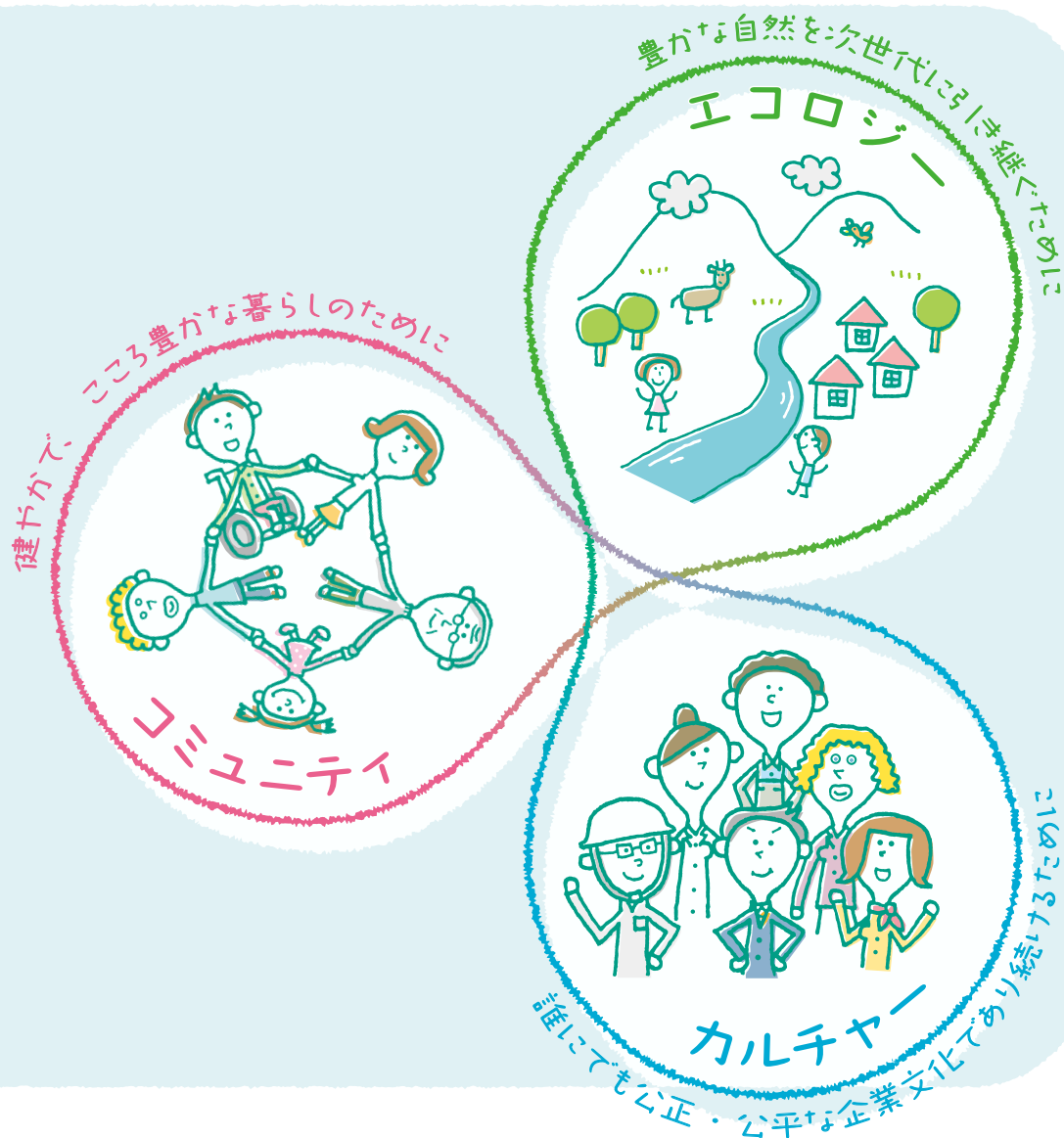
いつまでも、

みんなが健やかに暮らしていくために、
豊かな自然を次世代に引き継ぐために、
私たちにできることって、なんだろう？

花王は、お届けする製品やサービスで
高齢化や健康、衛生、環境など、
さまざまな課題を解決したい、そんな思いを胸に
自らが取り組むべきテーマを定めました。

それは、
「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」。

みんなが力を合わせて取り組んでいけば、きっと、
そこに確かな答えが導き出せると信じて。



社会のサステナビリティのために

花王グループは、これまでも「豊かな生活文化の実現」をめざし、「社会のサステナビリティへ貢献」するさまざまな取り組みを行ってきました。「サステナビリティ」とは、今の社会や地球が「つづいていくこと」です。こうした取り組みをより積極的に推進するため、2013年7月に花王社内外のステークホルダーの皆さまとの対話を通じて、グローバルな基本方針「花王サステナビリティステートメント」を導き出しました。私たちはそのステートメントに基づき、「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」という3つの領域で重点的に取り組んでまいります。

花王サステナビリティステートメント



● エコロジー

原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品がかかわるライフサイクル全般にわたって、事業活動における環境負荷を把握し、その低減を図ります。また、花王だけでなく、お客さま、ビジネスパートナー、社会と“いっしょにeco”をテーマにした環境活動を広く行なっていきます。

● コミュニティ

私たちが暮らす社会（コミュニティ）には、高齢化や健康、衛生などさまざまな課題があります。これらの課題の解決に、事業活動やボランティアなどの社会的活動を通じて貢献していきます。

● カルチャー

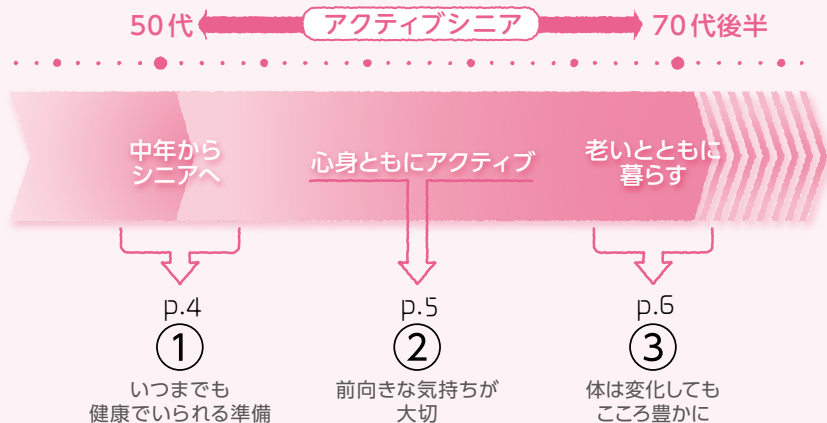
サステナビリティに貢献するために最も大切なのは「人」です。創業者から受け継がれた「正道を歩む」の精神を大切にしながら誠実な事業活動を行ない、人種や性別、考え方など、さまざまな背景をもった社員がそれぞれに力を発揮できる企業文化をつくります。



高齢化が進む
いまの社会で大切なのは、
心身ともに健やかに歳を
重ねていくことです。



花王のアクティブシニアの考え方



アクティブシニアとは、人生において自分自身のために時間を費やせるようになった、およそ50代から70代後半ぐらいの世代のことです。

花王はこの世代に注目して、さまざまなアプローチから研究開発を実施。製品やサービスを通じて、心身ともに健やかに歳を重ねるお手伝いをしていきたいと考えています。

① 健康的なアクティブシニアには準備が大切

10人中、3人はメタボリックシンドローム

(平成24年国民栄養調査)

厚生労働省の調査によると、50代・60代の10人に3人はメタボリックシンドロームだといわれています。

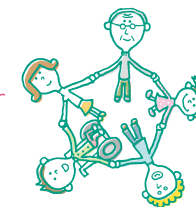
メタボリックシンドロームにならないためには、30代・40代から健康を保つことが重要です。

花王の
取り組み

お茶とコーヒーで、日々の生活習慣改善を応援



メタボを防ぐ健康管理も、毎日飲んでいるものなら、気軽に始められ、無理なく続けられるはず。花王は緑茶の成分を研究し、茶カテキンの濃度を高くすることで、脂肪が燃えやすくなることを発見しました。こうして生まれたのが「ヘルシア緑茶」です。さらに、コーヒーに含まれるコーヒークロロゲン酸にも同じ効果を見出し、「ヘルシアコーヒー」を生み出しました。他にも、生活習慣病予防・改善のための健康管理支援サービスを提供しています。



② いつまでも美しく。前向きな気持ちが大切

60代女性の5人に3人は
おしゃれや身だしなみに気を配っている (花王調べ)

各年代の女性に対して行なった調査では、60代女性の57%がおしゃれや身だしなみに気を配っているという結果でした。実は、20代女性も57%と同じ数字がでているのです。いくつになっても女性の美しくありたい気持ちは共通です。

③ 体は変化しても、いつまでもこころ豊かに

3人に1人は65歳以上に

(平成24年版高齢社会白書)

2035年には、3人に1人が65歳以上になるといわれるほど、日本は世界一、高齢化が進んでいる国です。

人は年をとると、目や耳、足腰など、体に色々な変化が起こります。その結果、若いころには何とも思わなかったことに不便さを感じるものが少しずつ増えてくるのです。

花王の
取り組み

いつまでも変わらない美しさへの思いを支援するために



セグレタ シャンプー
ふっくら仕上げ



ケープ 3D
エクストラキープ



60代女性の髪の悩みは「髪のボリュームの減少」でした。セグレタブランドの中でも「セグレタ シャンプー ふっくら仕上げ」はショートカットの60代女性に多い、パタンとしてしまう短い髪を立ち上げ、ふっくら仕上げます。また、「ケープ 3Dエクストラキープ」の広告では、ケープを使ってふんわりした若々しいヘアスタイルになることも提案しています。

花王の
取り組み

ユニバーサルな視点から、暮らしを応援

ソフィーナ
プリマヴィスタ ディア



約2倍!

メイクに便利な
拡大ミラー付



字幕CM



花王はユニバーサルデザイン指針をつくり、使いやすく、接しやすく、安心して使える製品をお届けし、お客さまに“使うよろこび”を感じていただけるよう努めています。例えば、「ソフィーナ プリマヴィスタ ディア」のコンパクトは鏡が拡大鏡になっていて、目もとなど細かい部分がよく見え、使いやすくなるように配慮しています。また、音が聞こえにくかったり、音声が出せない環境でも、CMの内容が伝わるように、TVのCMに字幕をつける取り組みを進めています。耳が遠くなったり、聞こえにくい方から便利だとのお声をいただいています。



豊かな自然を
引き継ぐために、企業の
努力はもちろん、毎日の暮らし
の中でも環境への負荷を減ら
すことが重要です。



ライフサイクルで環境への負荷を減らします



花王は、製品の原材料調達から生産、物流、販売、使用、廃棄までのライフサイクル全体で環境負荷を減らすため、事業活動の中でさまざまな取り組みをしています。そして、お客さまやビジネスパートナーなど、広く社会と協力し合いながら取り組んでいきます。

誰もが毎日の暮らしの中でできるエコ

生活用に使う水は**35%増加**

(国土交通省推計)

1975年から2010年までの35年間に、私たちが暮らしで使う生活用水は35%も増えました。工業用水は-30%、農業用水は-5%、全部の合計も-4%と減少しています。つまり、生活用水だけが上がっているのです。

花王の
取り組み

すすぎ1回で、節水と省エネを実現



アタックNeoシリーズ

通常、洗たくの時にはたくさんの水を使います。そこで花王は、すすぎ1回にすることで、大幅な節水と節電、時短を実現しました。「ウルトラアタックNeo」は、これまでと変わらない汚れ落ちを半分の洗浄時間で実現できるため、スピードコースにも対応しています。また、すすぎ1回でも洗浄成分が十分すすげるため、節水や省エネができるのです。



多様な人や文化が
行き交うグローバルな社
会では、互いの違いを認め、
理解し、新たな創造へつな
げることが大切です。



誠実かつ多様な人が活躍する企業文化



すべての社員が「誠実」であること。花王の企業活動が社会の期待に応えるためには、社員も誠実でなければなりません。その誠実さを土台に、国籍や性別、障がいのあるなしにかかわらず、さまざまな背景をもつ人が、それぞれの力を存分に発揮して活躍できる企業文化にしていきたいと考えています。

また、ライフスタイルが多様化する中、社員も一人の生活者として、生活の経験を活かしながら事業を行なっていきます。

製品づくりに活かされる、生活者の視点

日本の男性の育児休業取得率はたったの **1.9%**

(厚生労働省)

2012年の男性の育児休業取得率は1.9%、女性は83.6%と大きく違います。女性の社会参加を推し進め、少子高齢化にも対応するには、男性も育児休業がとりやすくなり、積極的に育児に参加できるようにすることが重要です。

$$\text{○男性の育児休業取得率} = \frac{\text{当年度中に配偶者が出産した者のうち、育児休業を開始した者（開始予定の申し出を）の数}}{\text{当年度1年間に配偶者が出産した者の数}}$$

花王の
取り組み

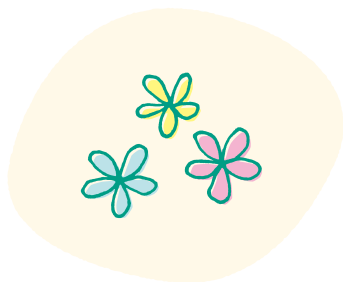
育児休業での経験が製品開発に活かされる



花王は、育児を積極的に行なう男性（＝イクメン）を支援する取り組みを推進しており、育児休業取得率は過去3年間、35%～40%です。その取り組みが評価され、厚生労働省「イクメン企業アワード2013」の初代グランプリに選ばれました。暮らしに密着した製品をつくる企業として、男女ともに協力しあう育児を支援し、社員の生活者としての経験は、製品開発や働き方の見直しに活かされています。

◎花王サステナビリティサイト

http://www.kao.com/jp/corp_csr/csr.html



花王株式会社

〒103-8210
東京都中央区日本橋茅場町1-14-10
<http://www.kao.com>

2014年6月発行

