環境への取り組み 103-1 花王のアプローチ

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・リサイクルという製品ライフサイクルの全段階において、さまざまなステークホルダーといっしょに豊かな生活文化の実現と、社会のサステナビリティに貢献の両立を図っています。

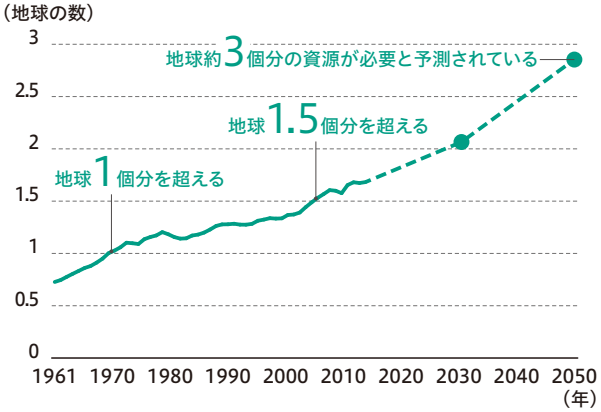
社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

現在の私たちの暮らしは地球1.5個を超える環境負荷があり、このままでは2050年には地球が3個必要であると言われています。そして現状は継続的に自然を破壊し続けており、生活を脅かす事象が世界各地で顕在化しつつあります。現在のライフスタイルのままでは環境を維持することは難しく、エシカルな消費行動への転換など人々のライフスタイルの変革がいま、求められています。

具体的な環境課題としては、気候変動、資源生産性やプラスチック包装容器、水循環という資源循環が世界の各界各層で認識され、その緩和と適応に寄与する取り組みや社会合意の制定が進んでいます。また、化学物質が人の健康と環境にもたらす著しい悪影響を最小化することへの要請が年々厳しくなってきています。そしてそれらが重層的に影響を及ぼした結果、生物多様性の損失につながっている事例も多くあります。

エコロジカル・フットプリントの推移予測



© 2018 Global Footprint Network. National Footprint Accounts, 2018 Edition.

TCFD※提言へ賛同表明

2019年3月、花王は、気候変動が企業の財務に与える影響の分析・情報開示を推奨するTCFD提言への賛同を表明しました。

気候変動は、企業が将来にわたり経営を継続していく上で、重要なリスクであるとともに成長の機会であると花王は認識しています。その取り組み情報を開示し、さまざまなステークホルダーと対話を行なっていくことは、地球および花王の持続的成長にとって重要な活動であると考えています。

2018年に経済産業省が設置した“グリーンファイナンスと企業の情報開示の在り方に関する「TCFD研究会」”に、花王は委員として参加し、TCFD提言に沿った情報開示を行なうにあたっての解説や参考となる事例の紹介と、業種ごとに事業会社の取り組みが表れる「視点」の提供を目的とした「気候関連財務情報開示に関するガイダンス」の作成に貢献しました。

※ TCFD
2015年にG20からの要請を受け、金融安定理事会が設置した民間主導のタスクフォース(気候関連財務情報開示タスクフォース、The FSB Task Force on Climate-related Financial Disclosures)

TCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

環境への取り組み 102-12,102-15,103-1

花王のアプローチ

花王が提供する価値

花王は、製品ライフサイクルの全段階において、右記4つの個別課題を中心に、環境活動に取り組むことが重要であると考えています。

地球温暖化問題については、製品使用時のエネルギー消費量や水使用量が少ない製品の提供があります。

資源生産性の高い製品としては、使用する原料を大幅に削減した紙おむつなどがあります。

水資源の視点では、使用後排水の分解性が高く、水使用量が少ない製品の提供があります。

化学物質の視点では、化学物質の使用量を大幅に削減した製品や、より安全性の高い化学物質を利用した製品などがあります。

そしてこれらの課題が重層的に影響を及ぼす生物多様性の視点からは、森林破壊ゼロ宣言をいち早く公表しており、その実現に向けさまざまなステークホルダーとともに真摯に対応することで、リーダーシップを発揮しています。

特に日本では、1世帯が年間平均40個の花王製品をご使用いただいていることから、その影響範囲は大きく、製品や啓発活動を通じて、生活者のライフスタイル変革に貢献できると考えています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

資源消費が地球1個分の生物生産量（バイオキャパシティ）を超えない持続可能な暮らし、すなわち「地球1個の暮らし」を実現するためには、メーカーとして生活者ニーズを満たしつつライフスタイルの変革につながる環境負荷の低いモノづくりを行なうこと、その思いを生活者に適切に伝えることが必要であると花王は考えています。これを実現するためのイノベーションを生み出すべく、技術開発に注力しています。このような企業努力を社外ステークホルダーに適切に理解していただけないと、社会の持続可能性に貢献しない企業と認識され、レピュテーションが低下し、企業価値の毀損につながります。一方、開発した技術が消費者・顧客のニーズに対応できない場合や技術開発ができなかった場合、めざす姿を実現できなくなります。

4つの重要課題

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

今後消費者はよりエシカルな消費行動をとると予想されています。そのニーズに的確に合致する製品提供ができると、大きなビジネスチャンスになります。それに向け、数多くの研究開発を継続的に行なうとともに、エシカル消費の最新動向把握やその行動を促進するため、さまざまなステークホルダーとともに活動しています。これらの活動は売上増につながります。またこうしたことを社外ステークホルダーにも積極的に開示しています。

これらの活動を、より一体感を持ち、よりスピーディに行ない企業価値の向上につなげるため、2018年、花王はESG推進体制を刷新し、ESG部門を設立しました。

貢献するSDGs

環境への取り組み 103-1,103-2,103-3,404-2

花王のアプローチ

方針

花王は、原材料調達、生産・オフィス、製品輸送、製品使用、製品廃棄・リサイクルの製品ライフサイクル全体にわたり、お客さま、サプライヤーや生産委託先、地域社会・NGOや行政などのさまざまな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」と“いっしょにeco”で表明しています。

➡環境宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/statement.html

➡“いっしょにeco”
P37「エコロジー＞CO_2／方針」

また、「環境・安全の基本理念と基本方針」で省資源・省エネルギー・廃棄物削減などに取り組むことを明示し、「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（M&A、新規プロジェクトへの参入を含む）を対象にしています。

さらに、具体的な活動項目を定めた「環境管理規程」では、設備新設する場合や新工場を設置する前に環境影響評価を行なうことも定めています。

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

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

体制

環境に関する機会の管理はESG委員会とその下部組織であるESG推進会議で、リスクは内部統制委員会とその下部組織のリスク・危機管理委員会、レスポンシブル・ケア推進委員会で管理しています。

➡P9「Kirei Lifestyle Plan －花王のESG戦略－＞ESG推進体制」

➡P195「ガバナンス＞レスポンシブル・ケア活動」

➡P202「ガバナンス＞リスクと危機の管理」

教育と浸透

持続可能な社会を構築するためには、環境への負荷が少ない製品の開発・提供と、それを選択していただく生活者の意識向上が必要です。花王社員は、製品を開発・提供する立場のみならず、会社を離れると一生活者であり、それら製品を選択する側となります。したがって、花王社員がさまざまな機会を通じて環境問題について学習し、自主的・積極的に環境保全に対する活動に取り組むことが重要であると認識しています。

ステークホルダーとの協働

地球1個の暮らしを実現するためには、生活者の意識、行動や製品選択行為などを含むライフスタイルの変革が最も重要であると考えています。花王は、「消費者志向宣言」のもと、さまざまなステークホルダーと協働しながら、生活者との積極的な交流を通じ、ライフスタイルの変革に向けた啓発活動を行なっています。

➡消費者志向宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/declaration/customer-first/

➡P24「ステークホルダー・エンゲージメント」

環境への取り組み 404-2,417-1

花王のアプローチ

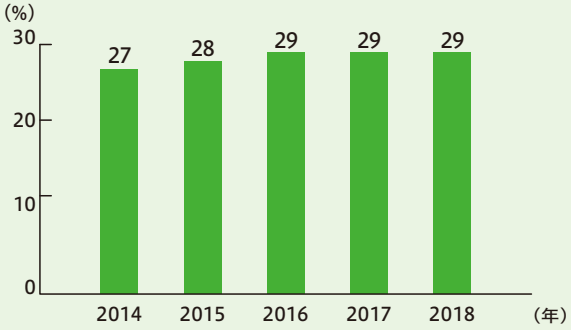
2018年の実績

“いっしょにeco”マーク表示製品の拡大

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。

2018年の“いっしょにeco”マーク表示製品売上比率は29%で、昨年と同じでした。

“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
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/eco-together-logo/

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

環境教育・学習の機会

環境教育講座

「環境宣言」の周知・浸透も含めて実施。新入社員研修として181人、他に階層別・部門別の集合研修においても330人に実施しています。

環境展示会にスタッフとして参加

花王の環境への取り組みを一般消費者に伝えるスタッフを経験することで、その理解レベルの向上につなげています。2018年はのべ153人の社員が参加しました。

ISO14001などの環境マネジメントシステムによる教育

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。

レスポンシブル・ケア（RC）推進体制下における教育

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います。2018年に、RC推進事務局は49回、のべ1,212人（日本23回、1,043人／アジア・米州・欧州26回、169人）に対し、教育を実施しました。

環境活動ボランティア

社員の環境意識は会社内での教育だけではなく、社外のステークホルダーと協働でさまざまな環境活動に参加することも重要な手法の一つであると認識し、地域社会での環境活動ボランティアへの参加を奨励しています。

CDP※による評価

花王の環境への取り組みはCDPから高く評価されています。

※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。気候変動、水、森林に関する情報開示を企業に求める活動等を行なっている。

CDPによる評価

分野	2016年	2017年	2018年
気候変動	A-	A-	A-
森林（木材）	A-	A-	A-
森林（パーム油）	A-	A-	A-
水	A	A-	A
サプライヤーエンゲージメント	B	A	A

➡CDP回答結果
CDP2018 気候変動 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2018-001.pdf

CDP2018 森林 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2018-003.pdf

CDP2018 水 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2018-002.pdf

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つのしくみを持っています。製品が世の中に出る前にその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、消費者に環境にやさ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、さらなる製品開発に役立てています。

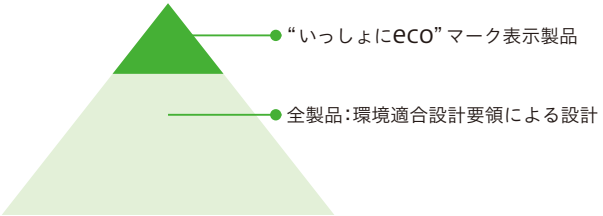
1. 環境適合設計要領

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CO_2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CO_2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
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
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。東京都市大学環境学部 伊坪徳宏教授の助言を得て、環境影響を統合して数値化できるLIME2※(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CO_2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ています。その結果を製品開発に役立てています。

※ ILCD Handbook, 33-36.
https://eplca.jrc.ec.europa.eu/uploads/ILCD-Handbook-LCIA-Background-analysis-online-12March2010.pdf

環境への取り組み 413-1

具体的な取り組み

「花王国際こども環境絵画コンテスト」を通じた環境啓発

お客さまと“いっしょにeco” 社会と“いっしょにeco”

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、暮らしの中で環境を考えて行動する“いっしょにeco”が、世界中の人たちに広がることを願い、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9回コンテストの実施

2018年は、世界44カ国・地域の子どもたちから、12,563点（日本848点、アジア・太平洋10,812点、米州134点、欧州254点、中東509点、アフリカ6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、“いっしょにeco”地球大賞1点、“いっしょにeco”花王賞8点、優秀賞23点が決まりました。入賞作品32点は、12月に開催された「エコプロ2018」の花王ブースにて展示され、多くの来場者が鑑賞しました。最終日には上位入賞者9名を招待して表彰式を行ないました。その後のトークセッションでは、各国の受賞者から、自分の国や地域の環境や、絵にこめた思いが語られました。

表彰式での記念写真

NPO・行政・ビジネスパートナーと協働した絵画展示活動

世界の子どもたちが絵にこめた思いやメッセージを多くの人に伝えるために、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。

社内では、茅場町、すみだ、大阪事業場や品川・有田研修所にて、入賞作品の期間展示を実施しました。また中国、インドネシア、タイ、ベトナムのオフィスでも展示を行ない、多くの社員が鑑賞しています。さらに、日本の全10工場、花王（インドネシア）のカラワン工場、上海花王の工場では、来場者・見学者に見ていただけるように、常設展示を行なっており、約5万人が鑑賞しました。

花王（インドネシア）オフィスでの展示

社外では、NPO法人ビー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・NGO、教育施設などに絵画を無料で貸し出す活動が2年目を迎え、2018年の貸出先は、のべ21施設・団体に拡大し、来場者数の合計は、4万人を超えました。

エコメッセ春日井での展示

環境イベントのコンテンツとしての活用も進めています。花王グループカスタマーマーケティング（株）では、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、12カ所で絵画展示を行ない、約7,000人の来場がありました。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。

環境への取り組み 413-1

具体的な取り組み

体験型次世代環境啓発活動の拡大

お客さまと“いっしょにeco” 社会と“いっしょにeco”

次代を担う生活者の環境意識を高めることは、地球環境のためにも、社会のためにも、また花王にとっても、非常に重要です。
そのため、小中学生や大学生に向けて、年代や地域に合わせた効果的なアプローチを考えながら体験型啓発活動を進めています。

多者協働による体験型環境教育プログラムの開発・実施

花王と味の素（株）、（株）イースクエアが設立した「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」は、2018年も川崎市と協働で、川崎市の小学5年生とその保護者21組を対象に、3日間の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～夏休みチャレンジ～」を開催しました。

川崎市の環境施設や花王と味の素の工場での、見学・体験やワークショップ、約4週間の環境日記等を通じて、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していく内容です。子どもとともに保護者の意識変化もねらいとしています。3年目に入り、これまでご協力いただいていたNGO／NPOのほか、大学生の参画や、小学校との連携も進めることで新たな視点が加わり、ますます地域に定着した活動となりました。

プログラム2日目（花王川崎工場にて）

中学校での環境啓発プログラムの開発・実施

花王（インドネシア）では2016年より、NGO（YCAB foundation）と共同で、小学校での環境・衛生教育「Anak Kao」を実施してきました。2018年は、対象を中学生に移行して、環境教育と自己肯定（自尊心を持つ）教育の新しいプログラム「Remaja Kao」を開始しました。ジャカルタと、工場のあるチカラン、カラワン地域の中学校25校で、2,800名の子どもたちが参加しました。

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。

2018年の年間来場者数は約11,500人でした。そのうち、小・中・高校の見学は100校を超え、さらに地域住民や親子向けの体験／対話型の見学会も16回開催しました。

エコプロ2018での啓発活動

2018年は「人と地球のきれいのために」をテーマに花王の取り組みをご紹介し、環境と清潔衛生の大切さを伝え、SDGsも啓発しました。主なターゲットを次世代の消費の中心を担う小・中学生とし、対話型展示や体験型ワークショップを行ない、記憶に残り、生活を見直すきっかけになる展示をめざしました。来場者は1万人を超えました。

「人と地球のきれいのために」をテーマにした花王ブース

社員と来場者のコミュニケーションの様子

大学生との共創による体験型SDGs啓発プログラムの開発

2018年10月に立命館大学びわこ・くさつキャンパスで開催された学生主催のイベント「Sustainable Week 2018」に協賛しました。本イベントは、学生が大学や地域を巻き込みながら、体験を通してSDGsを啓発するものです。

6月のプレイベントでは、高校生、大学生、草津市職員に花王社員も加わって、SDGs体験企画を立てました。10月の本イベントでも協力し、体験を通し参加者にSDGsを知っていただきました。

得られた知見を、次世代の生活者自身による地域密着型啓発活動のモデルとして、今後の参考にしていきます。

環境への取り組み 203-1,413-1

具体的な取り組み

店頭での消費者に向けたコミュニケーション

お客さまと“いっしょにeco” パートナーと“いっしょにeco” 社会と“いっしょにeco”

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、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。2018年は、日本全国約60カ所の店頭等で開催し、来場者は3万人を超えました。

また、6月の環境月間に合わせて12,000店で実施した環境企画「きれいをつくるecoスタイルキャンペーン」では、製品を使った、暮らしに役立つ情報とともに、花王の環境への取り組みをお客さまに紹介しました。

中国政府機関と協働で7年目の節水キャンペーンを実施

お客さまと“いっしょにeco” 社会と“いっしょにeco”

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、7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。2018年は広州、西安、瀋陽、安徽省、浙江省、内モンゴルなど27の省、113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、2018年は、節水・環境保護をテーマにしたコンテストに全国から149件の提案をいただき、この中から花王は64件を選択して実施につなげました。大学生が自ら積極的に提案、実行しており、コンテストを通して環境意識の向上がみられました。

6月には、雲南の大学で閉幕式を行ない、入選者を表彰しました。

さまざまな知恵を集め、未来の洗浄について研究

社会と“いっしょにeco”

洗浄は、人間が清潔に快適に暮らしていくために必要不可欠な行為です。しかし現在、洗浄には大量の原料、水、エネルギーが必要とされています。同時に、大量の排水や廃棄物が発生しており、世界中の人々が将来にわたって続けることができる洗浄のしくみになっているかは、定かではありません。

2018年に設立した「未来洗浄研究会」では、花王、Future Earth※1、東京大学 国際高等研究所サステイナビリティ学連携研究機構(IR3S)※2が中心となり、「世界中の人々がサステナブルに清潔に快適に暮らせる社会」をめざし、事業領域や学問領域の枠を超え、産学公民等のさまざまな知恵を集めて、未来の洗浄について議論や提案をしていきます。

まずは、洗浄のなかでも「洗たく」に焦点をあて、その多様性についての理解と共有を進めながら、ライフサイクル視点、社会環境視点からの議論を広げていきます。そのために、セミナー、イベント、SNS上のプラットフォームといった意見や情報交換の場をつくり、グローバルに賛同者を募っています。

2018年12月7日には、「みんなで考えよう！未来のサステナブルな洗濯」と題した設立記念フォーラムを開催し140名を超える方にご参加いただきました。

※1 Future Earth
2015年に国連機関等の主導により発足した、持続可能な地球社会の実現をめざす国際共同研究プラットフォーム。研究者コミュニティと社会のさまざまな関係者との協働を重視し、日本は研究推進、事務局運営の両面で積極的な役割を果たしている。

※2 東京大学 国際高等研究所サステイナビリティ学連携研究機構(IR3S)
サステイナビリティ学に関する世界最高水準の研究拠点を維持発展させるために、2005年に設立。先進国・途上国を結ぶ国際拠点を形成することをめざす。