

# 水保全

102-15, 103-1, 103-2, 103-3, 303-1(水と廃水 2018)

製品使用時の水保全、使用時の節水効果の高い製品の提供などを通じ、製品ライフサイクル全体にわたり、水保全を進めています。

## 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

水は地球上のすべての動植物を育むためになくてはならないものです。また清潔な暮らしを営むためにはすべての人々が衛生的な水を持続可能な状態で利用することが必要です。たとえば日本では、家庭用水は洗浄を目的とするものが大部分を占めている※1といわれています。また、日本のご家庭で花王製品を使用する際に使用された水量は生活用水使用量の15%程度を占めている※2ことから、花王には水資源の保全に大きな社会的役割があると認識しています。

現在、多くの地域において局所的な大雨や洪水、慢性的な渇水やそれに伴う長期間の乾燥などの問題が顕在化していますが、今後は人口増加や気候変動により、ますます深刻化することが予想されています。

さらに、水は地域的な資源であることから、たとえば、河川から同じ量の水を取水する場合でも、水資源が豊富な流域での取水と水ストレスの高い流域での取水では、水資源への影響は大きく異なります。そこで、花王が持続的に事業を行なう上で、自社の水リスク低減と、地域環境・住民への配慮の双方が求められていることを認識しています。

※1 国土交通省水管理・国土保全局水資源部

※2 花王調べ

### 「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

世界の大都市の住民は増え続けています。都市の水関係インフラ能力が、増え続ける住民の需要を満たすことができなくなると、住民は十分な水を使用できない、排水処理が適切になされない状況となり、住民の清潔・衛生を脅かす可能性があります。また市水のコストアップがあると、工場運営コストが増加し利益減となるリスクがあります。さらに、工場においては、流域の環境・住民への配慮のある行動が求められており、この対応を行わないことで、地域住民などからのレピュテーションリスクが発生すると考えています。

さらに気候変動により、渇水や局所的大雨による影響が世界各地で表れています。政府・企業はCO<sub>2</sub>排出量の削減に向けてさまざまな取り組みを進めていますが、今後、気温がさらに上昇することは必至で、これらの影響はさらに深刻化していくと理解しています。

2020年から、新型コロナウイルス感染症により、新たなリスク、機会が発生しました。一方、ライフサイクル、特に使用場面での水使用量が増加しました。その結果、花王が掲げる水削減目標が達成できない可能性が高まり、目標未達に対するレピュテーションリスクが発生すると考えています。洗浄意識が高まった状況で、渇水が発生すると、生活者が十分な洗浄行為ができなくなり、

Kirei Lifestyleを維持することができなくなるリスクがあります。

### 「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

気候変動に関連する節水意識や清潔・衛生意識の高まりは、花王の事業に深く関係することから、大きな機会があると考えています。上記の状況を見据えて工場における水使用量削減を継続的に実施していることは、コストダウン・利益増にもつながると考えています。

節水意識の高まりは、洗濯や身体洗浄などの節水型製品の販売増加の機会となります。また、清潔・衛生意識の向上はすべての洗浄製品の売上増の機会となります。

# 水保全

102-12, 103-1, 103-2, 103-3, 303-1, 303-2(水と廃水 2018)

## 花王が提供する価値

製品ライフサイクルにおけるすべての段階で水の利用効率を大幅に改善することをめざしています。工場においては水使用量の削減目標を掲げ、継続的に取り組んでいます。これは工場が用水として利用する流域(河川やその水源)の保全につながると考えています。

地域住民の生活が水リスクに脅かされた際、地域に根差したよき住民の一員として、積極的に地域住民への支援を行ないます。

また、製品使用時の水使用量を削減できる節水製品を開発し、グローバルに展開しています。これにより、水使用量に制限がある場合でも、生活者の清潔な暮らしを続けることができると考えています。

## 貢献するSDGs



## 方針

花王製品のライフサイクルを通じた水の使用量は、使用段階が90%程度、原材料工程が10%程度を占めています。そこで花王は、日本における消費財のトップメーカーとして、リーダーシップを発揮し、節水製品の積極的上市や行政・サプライヤー等とのエンゲージメントを図っています。

花王は、製品の開発から廃棄に至るすべての過程において、水に関する影響を最小化する活動を継続的に行なっています。

環境宣言において示している「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品が関わるライフサイクルの中で消費者をはじめさまざまなステークホルダーの方といっしょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」の方針のもと節水型製品にていっしょにeco活動を推進します。

環境・安全の基本理念と基本方針において、「製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行ない、環境負荷が小さい製品の提供に努める」と掲げています。また花王レス

ポンシブル・ケア方針において、「環境負荷が小さく、消費者・顧客が安心して使用できる製品の技術開発とその提供に努める」「事業活動において、節水等を含めた省資源を進めるとともに、環境影響を継続的に改善する」と宣言しています。



環境・安全の基本理念と基本方針

[www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf](http://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf)

花王レスポンシブル・ケア方針

[www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf](http://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf)

花王 環境宣言

[www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf](http://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf)

# 水保全

102-20, 102-43, 404-2

## 教育と浸透

製品ライフサイクルにおける水使用量の90%程度が使用段階であることから、節水に貢献する製品設計を行なうことが重要です。そのため、社員に対し教育の機会を多く設けています。

花王社員が工場の節水活動や、節水製品の研究開発を担うにあたり、さまざまな機会を通じて水に関わる知識を得、自主的・積極的に水保全に対する活動に取り組むことが花王の活動のレベルアップにつながります。

また、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、製品を選択する側となります。したがって、社員も生活者として、水保全に取り組むことが必要です。2021年よりKirei Lifestyle Planの全社員向け教育用として水保全動画の配信を開始しました。

## ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者がKirei Lifestyleを実現するために、花王は双方向のコミュニケーションを通じてすべてのステークホルダーとの相互理解を深め、協働していくことが必要と認識しています。

生産における水使用は地域社会に影響を与えるため、地域社会とのコミュニケーションが必要です。多くの工場では毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーションをとっています。

各国・地域が抱える水問題を解決していくために、政府や自治体、NPOなどが進める活動に積極的に参加しています。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、未来の洗濯や洗浄について、議論や提案をしていく未来洗浄研究会を主導しています。中国においては節水キャンペーンを実施、また日本においては環境省 Water Project に参画しています。

水リスクが高いセクターに属するサプライヤーには、自らの水管理レベルの向上を理解し、行動をしていただく必要があります。毎年CDPサプライチェーンプログラムを通し、回答を依頼しています。そして、各サプライヤーの活動をレベルアップしていただくよう、花王による評価結果をフィードバックしています。

生活者のKirei Lifestyleの実現のためには生活者の行動変容が必要です。ミュージアムや工場の見学を通して、すべての生活者が日々使用する水を題材に、Kirei Lifestyleを考えるきっかけを提供しています。たとえばエコラボミュージアムでは、生活用水の量を実感できる展示をしています。

## 体制

取締役会の監督のもと、リスク管理は内部統制委員会、機会管理はESGコミッティで行なっています。これら委員会の委員長はともに代表取締役 社長執行役員が務めています。

内部統制委員会のもと、政策・法規制や技術リスクなどを管理するレスポンシブル・ケア推進委員会と市場、評判、急性リスクなどを管理するリスク・危機管理委員会があり、これら委員会の委員長はともにコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会の事務局は、コーポレート戦略部門危機管理・RC推進部が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会は年2回開催され、法規制遵守状況、水使用量削減状況などについて報告・討議がなされ、翌年の目標設定も行なっています。レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は、毎月、法規制遵守状況の確認や水問題についてのインパクトの大きい工場を中心に水使用量実績の把握などを行ない、レスポンシブル・ケア推進委員会委員長、各委員、内部統制委員会委員、監査役等に報告しています。リスク・危機管理委員会は年4回開催され、自然災害やレピュテーションなどのリスクを管理しています。

# 水保全

102-20, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5(水と廃水 2018)

内部統制委員会は、年1回以上開催され、レスポンスブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会などの下部委員会の活動状況の報告を受け、各委員会の活動内容の監督を行なっています。

水に関する機会管理は年6回開催するESGコミッティで実施しています。同コミッティの委員は事業、販売、R&D、SCMなどの責任者が務め、事業との一体運営を行なっています。同コミッティとその下部組織のESG推進会議は、水をはじめとする環境課題や、社会、ガバナンスの課題について討議しています。同コミッティはその活動状況を年1回以上取締役会に報告し、取締役会の監督を受けています。

水資源に関するリスクと機会の管理体制は、脱炭素に関する管理体制と同じです。



P16

Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略-> ESGガバナンス体制

## 中長期目標と実績

### 2030年長期目標

項目	対象範囲	2030年目標
水使用量 (売上高原単位)	花王グループ全拠点	45%削減(2005年比)
	花王グループ製品ライフサイクル全体	10%削減(2017年比)

花王グループ各拠点においては生産、研究、事業すべての活動において節水を日々推進しています。製品ライフサイクル全体で節水型製品を提供するとともに、ステークホルダーの皆さまに節水の価値を伝えていきます。

### 中長期目標を達成することにより期待できること

#### 事業インパクト

花王グループ全拠点の水使用量目標を達成することで、事業運営費の低減に寄与し、利益増に貢献します。製品使用時の水使用量目標と製品ライフサイクル全体の水使用量目標を達成するには、節水製品の売上げが必須のため、目標達成により売上げが期待できます。

花王グループ全体の2030年における水使用量は、何も削減策を講じないと2017年比1.66倍となると見込まれ、市水のコストが20%上昇する\*と、コストが771百万円増加することが見込まれます。一方花王は2030年に水使用量を2005年比45%削減する目標を掲げていることから、

市水のコスト増を51百万円抑制することができると見込まれます。

※ 出典:水道事業の将来予測と経営改革(日本政策投資銀行、2017年)

### 社会的インパクト

花王グループ全拠点の水使用量目標を達成することで、工場が使用する水の取水源がある流域の淡水の持続可能性に寄与し、生態系の保全に良い影響を与えていると考えています。また、製品使用時と製品ライフサイクル全体の水使用量目標を達成することで、水道に関わるインフラ維持の負荷が低減されたり、生活者の水使用量が削減されることで上下水道料金負担の軽減にもつながります。

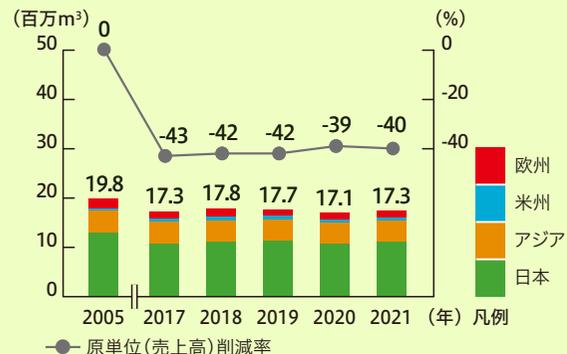
# 水保全

303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5(水と廃水 2018)

## 2021年の実績

### 実績\*

#### 水使用量(取水量)の推移 (全拠点)



※ 集計対象は2005年は花王グループ全生産拠点、日本国内の非生産拠点が対象。2016年以降はすべての非生産拠点を含まず。  
 ※ 保証対象は水使用量(取水量)

#### 製品ライフサイクル全体の水使用量の推移 (花王グループ)



※ 主に日本国内および海外で販売した製品単位数量当たりの製品ライフサイクル(ただし、自社グループの生産工程、物流工程を除く)を通じた水使用量に当該製品の年間の売上数量を乗じて算出した値に、自社グループの生産工程、物流工程を通じた水使用量の実績値を合算したものです。ただし、産業界向け製品は、調達に関する水使用量は含まれますが、使用および廃棄に関する水使用量は含んでいません。  
 ※ 保証対象は水使用量および原単位(売上高)削減率

#### 水源別取水量の推移(百万m³) (全拠点)

	2019年	2020年	2021年
地表水	0	0	0
半塩水・海水	0	0	0
雨水	0	0	0
地下水(再生可能)	5.1	5.1	5.2
地下水(再生不可能)	0	0	0
油汚染水・プロセス水	0	0	0
市水	12.5	11.8	12.0
他の組織からの排水	0.07	0.1	0.01

※ 集計対象拠点:花王グループ全拠点

#### 放流先別排水量の推移(百万m³) (全拠点)

	2019年	2020年	2021年
河川・湖沼	2.5	2.7	2.9
半塩水取水源・海	6.3	5.7	5.7
地下水	0.0	0.0	0.0
下水道	2.8	2.8	2.9
他の組織への排水	0.0	0.0	0.0
合計	11.7	11.2	11.4

※ 集計対象拠点:花王グループ全拠点

#### 花王の製品ライフサイクルにおける水使用量の割合



➡ よりすこやかな地球のために>脱炭素>2021年の実績:  
**P103** CDPによる評価

# 水保全

303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5 (水と廃水 2018)

## 実績に対する考察

水使用量(全拠点)は、前年より微増の17.3百万m<sup>3</sup>で、売上高が増加したため原単位(売上高)削減率は昨年より改善して40%となりましたが、2021年目標の41%は達成できませんでした。また、取水リスクのある生産拠点の水使用量は2.9百万m<sup>3</sup>でした。

製品ライフサイクル全体の水使用量(花王グループ)は、前年より92百万m<sup>3</sup>増加しました。原単位(売上高)削減率は2017年比で5ポイント増加となり、昨年と同じ削減率になりました。

新型コロナウイルス蔓延の影響によるハンドソープや消毒液の特需が落ち着いたため、これに伴う水使用量が減少しました。一方で水使用量原単位の大きい衣料用洗剤の売上が増加し、全体として微増の結果となりました。

課題は使用段階での水使用量の低減です。節水型製品のさらなる拡大を進めていきます。

# 水保全

102-12, 102-43, 308-2

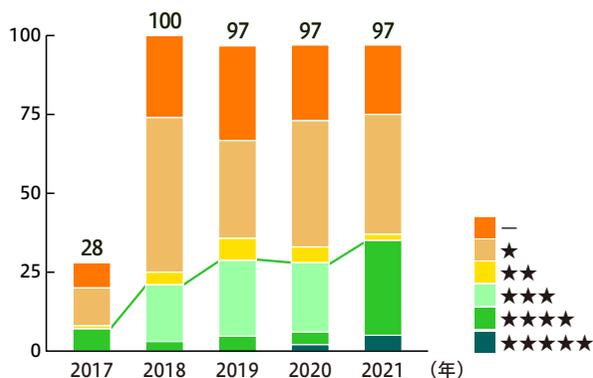
## 具体的な取り組み

### 原材料購入における取り組み

2015年、CDPサプライチェーンプログラムに参加し、水リスクが高いセクターに属するサプライヤーに対して、自らの水管理レベルの向上を促しています。具体的には、CDPの質問書に回答いただき、花王独自の評価法によりサプライヤーの水管理状況等を評価し、結果をフィードバックしています。

2021年の調査の結果、「★★★」以上の評価となったサプライヤーは前年に比べ7社増加し、サプライヤーの活動レベルが向上していることがわかりました。一方、25%程度を占める非回答サプライヤーに対し、回答していただくようエンゲージメントを進めています。

サプライヤーの活動レベル(水)



### 開発・生産・販売における取り組み

#### 水使用量削減の取り組み

花王の各工場では、製品への配合や設備の洗浄・冷却などに水を利用しています。工場ごとに水使用量の削減目標を設け、3R (Reduce、Reuse、Recycle) の視点で水使用量削減や再利用に取り組んでいます。

#### Reduce

ボイラー用水や冷却水の再使用回数を増やし使用量削減を図る取り組みを、ドイツ花王化学をはじめ複数の工場で行なっています。

#### Reuse

雨水の緑地の散水などへの活用を、すみだ事業場や上海花王化学、ファティケミカル(マレーシア)などで行なっています。

#### Recycle

使用後の蒸気を積極的に回収したり、プロセスで利用した水を浄化して再使用する活動を多くの工場で実施しています。

#### 3Rの取り組みの例

会社名	内容
上海花王化学	一部の製品の反応プロセスで使用した水を、別の製品の製造プロセスに再利用し、水使用量を削減
花王(ベトナム)	タンクの洗浄・滅菌プロセスにスプレーを利用した方式を導入し、水や蒸気を削減
花王インダストリアル(タイランド)	冷却水のオーバーフローを冷却水プールに戻して、水使用のムダを削減
キミ花王(メキシコ)	地元自治体と、自治体の浄水設備から多くの再生水を受け入れる協定を締結。逆浸透膜による下水の有効利用により、購入した再生水をよりきれいな水にし、生産に使わない残りの水を市の施設を介して川に放流することで、地域の水循環に貢献

#### 気候変動シナリオ分析

気候変動による降水量の変化や海面水位の上昇は世界で均一ではなく、地域差が大きいことが報告されています。将来の年平均降水量は、RCP8.5モデルの2080年から2100年の期間で、高緯度域および太平洋赤道域では増加、中緯度や亜熱帯の乾燥地域では減少すると報告され、海面水位上昇量は同モデル・期間において世界平均では0.71mですが、その幅は0.51mから0.92mと大幅に異なります。

そこで花王は、事業場・工場・物流拠点を対象に、気候変動による水リスクの評価を行ないました。

一次スクリーニングとして、立地条件の把握(主に洪水/高潮の観点で近傍の河川、海岸線、標高等の確認)、既存ツールによる確認(Aqueduct、ハザードマップなど)、過去

# 水保全

102-43

事例の確認(過去の水害その他自然災害の有無)を行ないました。次いで、一次スクリーニングで抽出された拠点について、気候モデルで豪雨、少雨、高潮のリスクを現在気候(1951~2011年)と比較しました。

結果、少雨の発生頻度は全拠点において現在気候と同程度であること、豪雨と高潮の発生頻度は、現在気候より増加する拠点があること、浸水の被害は花王のこれまでの想定とほぼ同一であることがわかりました。

さらに湯水のリスクが高いと見込まれる複数拠点を対象に、流域における水資源量リスクの定量評価をCBWTの手法に基づき実施しました。結果、本評価法が有効であることを確認できました。さらにリスクが高くなる工場があることも確認できました。今後定量評価の対象拠点を拡大するとともに、リスクが顕在化しないような予防措置、顕在化した時の対策を検討していきます。

## 使用における取り組み

使用段階の水使用量が全ライフサイクルでの水使用量の90%程度を占めていることから、節水型製品の提供とその使用方法のコミュニケーションに取り組んでいます。

花王は、すすぎ1回で十分な洗濯が可能な衣料用洗剤「アタックNeo」を2009年に日本で発売。2019年には、洗浄力・消臭力・洗剤残りゼロを両立した「アタックZERO」を発売しました。水使用量の少ないドラム式洗濯

機専用の製品においてもすすぎ1回でのお洗濯が可能です。また、すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤は、日本、台湾で提供しています。花王は、洗たくにおけるすすぎ1回のあたりまえ化をめざしています。

花王は、泡に着目した本質研究により、他の製品群においてもすすぎ水を削減することに成功しています。2010年には従来品よりすすぎ水を20%減らすことができる「メリットシャンプー」を、2014年にはすすぎ水を20%減らすことができる食器用洗剤「キュキュット」を、2015年にはすすぎ水を10%減らすことができる浴室用洗剤「バスマジックリン」などを上市しました。引き続き本質研究に基づく節水型製品の展開を図っていきます。

節水方法についても、さまざまなアプローチで生活者に伝えています。たとえば、より少ない水で洗髪できる「エコシャンプー術」を開発し、生活者への啓発も行なっています。節水型製品の提供と同時に、節水方法をお伝えしていくことは、「環境宣言」のスローガン“いっしょにeco”をまさに具現化した取り組みです。

## “いっしょにeco”のもとで推進する教育と活動

### 社員

- ・レスポンシブル・ケア活動に基づく社員教育において、全社員を対象に教育を実施

- ・ISO 14001を取得している工場・研究所において、対象事業場で働く全社員を対象に教育を実施
- ・花王エコラボミュージアムにおいて社員向け説明会を実施(新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、社員向け「オンライン見学会」を実施)

### お客さま

- ・花王エコラボミュージアムで節水に関する展示を実施(新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、一般向け見学は中止。小学校向けの「オンライン見学」にて暮らしと水について説明を実施)

### ビジネスパートナー

- ・重要サプライヤーをお招きしたベンダーサミット
- ・CDP質問書への回答を要請

### 地域社会

- ・多くの工場で毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーション

### 行政/自治体

- ・中国において節水キャンペーンを実施
- ・日本において環境省Water Projectに参加

# 水保全

102-12, 102-43

## 中国清潔・節水全国運動—節水キャンペーン10年連続実施

花王(中国)投資は、中国生態環境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。2021年の活動は7月から行ないました。

中国国内での一般市民および大学生の節水意識を喚起する活動として、これまで「節水」をメインで展開してきましたが、2020年から活動テーマを増やし「節水と水源保護、生物の多様性、低炭素、脱プラ、持続可能な発展」など、幅広い環境保護の視点に拡大しました。

新型コロナウイルス感染症の影響もありましたが、各地の大学生が中心になって活動を展開し、約4カ月間で中国全土22の省・市にある79カ所の大学から138件の提案がありました。その中から20のプロジェクトを選出し、実行を支援しました。

全国の大学生の方々が自らの活動を実践することによって積極的に環境保護に取り組み、さらに周りの方々に環境意識を向上させるために行なったさまざまな活動に対し、専門家による審査とインターネット投票により、オンラインで優勝大学の結果を発表しました。

## 社員の声

### 水の限られた宇宙空間での洗髪を糧に



吉田 寛  
研究開発部門ヘアケア研究所

我々ヘアケア研究所では、ESGに対する取り組みの一つとして、「誰も取り残さない」髪と頭皮の清潔・洗浄に対する貢献と洗髪時における環境負荷の低減に取り組んでいます。これまでも、どんな方でも使いやすく、すすぎが早い泡で出てくるタイプのシャンプー・コンディショナーや、水のない状況下でも髪や頭皮の汚れを除ける水のいらぬシャンプーシートなどの開発を行ってきました。

洗髪行動を観察した実態調査において、日本人女性が1回の洗髪で使用する温水の量は、平均すると約20～30Lであることがわかっています。この洗髪過程における大量の温水使用は、水資源への負荷だけでなく、実はCO<sub>2</sub>排出の面からも負荷がかかっています。あまり知られていませんが、シャンプー・コンディショナー製品のライフサイクルにおけるCO<sub>2</sub>排出量は、使用時の温水による排出が製品全体の約8割を占めています。

今回、国際宇宙ステーション (ISS) に搭乗される日本人宇宙飛行士に向けて、水なし洗髪シートを花王として初めて宇宙向けに提供することとなりました。ISSでは水が非常に貴重なため、地上と同様な大量の温水で洗い流す洗髪を行なうことはできません。そのため、すぎ不要の洗浄液を予め含ませた立体形状を有する不織布シートで拭き取る方法を提案し、皮脂の洗浄性、微小重力下での簡便性、洗髪で得られる快適性の実現を図りました。ISSへの搭載検討の過程において実際に使用していただいた宇宙飛行士の方からも「拭くだけで清潔感が達成できている」という評価をいただいております。

洗髪にとっての最極限環境である宇宙空間での洗髪製品・行動を考えることで、地上では当たり前を考えている水や廃棄物処理などのリソースにできるだけ頼らない髪と頭皮の清潔・洗浄をどのように達成できるのかについて改めて考えることができました。今回の宇宙に向けたシャンプーシートの開発をきっかけに、どんな環境・状況下においても髪と頭皮の清潔を提供する製品や、洗髪における水使用量を低減、水を必要としない洗髪習慣に向けた提案につなげていきたいと思っています。

# 水保全

102-44

## ステークホルダー・エンゲージメント



**伊坪 徳宏 氏**

東京都市大学 環境学部 教授  
環境情報学研究科長

### 昨年のご意見を受けて

前年提言いただいたことを踏まえ、節水製品の開発と上市に努めました。2021年は泡で出てくることによってすぎ時のお湯の量を減らすことが期待される「メリット ザ マイルド 泡シャンプー」と「メリット ザ マイルド 泡コンディショナー」を発売しました。これらの製品を使っていただくことで液体で出てくるものに比べ、使用時のお湯を25%減らすことができます。

お風呂場面に限らず、節水製品の開発を続けてまいります。

### ライフサイクルの視点に基づく戦略的な水保全に期待

世界の災害被害は増え続けている。2000～2019年の災害件数、被災者数、経済損失はそれぞれ、約7,300件、約40億人、3兆ドルで、1980～1999年までに対してそれぞれ、72%、25%、82%増加した。これらの災害の多くは、洪水、渇水、暴風雨であり、いずれも水が関係する。地球温暖化による影響が顕在化し、人口増加による水需要が増加する現在、これらの影響は今後さらに悪化するだろう。農業、生活、工業のあらゆる場面で利用される水の競争をいかに抑制するかが世界共通の課題である。

SDGsの達成には、複数の問題の同時解決が重要である。花王では、気候変動対策を進める際に得た経験を効果的に水問題の解決に活かしている。組織のライフサイクルCO<sub>2</sub>排出量を算定するスコープ3を水使用量の算定に拡張した。この分析により、消費者の製品利用と原材料調達までの利用がホットスポットであることを特定し、これらの段階に特化した取り組みを集中的に行なうことで、戦略的な水保全策が実施されている。

製品利用時の水保全策としては、洗剤やシャンプー

といった主力製品の節水型をいち早く普及させ、現在は水を使用しない洗剤の開発に取り組んでいる。これらの取り組みは、特に渇水リスクの高い地域や災害時において高い効果を発揮するだろう。

原材料調達の段階では、CDPのサプライチェーンプログラムを利用して水リスク情報の収集と管理をサプライヤーと連携して実施している。原材料の多くを途上国に依存するため、栽培や関係工場の水使用に関するデータ収集は困難であるが、国際NPOとの連携を通して効果的に水保全策の実施が実現するものと期待される。

花王はCDPで気候変動、水、森林すべてで最高評価Aを獲得した。これは、製品ライフサイクルを網羅した戦略的なサステナブル経営に全方位で取り組んだ成果である。水に依存しないビジネスモデルが求められる現在、あらゆる観点から水の汚染を回避し、消費を抑制し、水リスクに由来する社会問題を緩和するための製品開発と早期実装が不可欠である。国連によれば、2050年には50億人が水不足による影響を受けることが予想されている。SDGsの先を見据えた貢献に期待したい。