


サステナブルなライフスタイルの推進 GRI306-1


エネルギーや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。

社会的課題

地球温暖化によるここ数十年の気候変動は、人間の生活や自然の生態系にさまざまな影響を与えています。例えば、氷河の融解や海面水位の変化、洪水や干ばつなどの影響、陸上や海の生態系への影響、食料生産や健康など人間への影響が観測され始めています。

 環境省 COOL CHOICE 地球温暖化の現状
<http://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/ondanka/>

また気候変動や脱炭素社会の実現に向けた取り組みに対する生活者の関心も高まっています。

 内閣府「気候変動に関する世論調査」の概要
<https://survey.gov-online.go.jp/r02/r02-kikohendo/gairyaku.pdf>

持続可能な社会を構築するために、企業の強みを活かした商品・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。こうした課題を解決するために、花王は「Kirei Lifestyle Plan」の中に掲げた「よりすこやかな地球のために」の実現に向けて、脱炭素、ごみゼロ、水保全、大気および水質汚染防止に向けたアクションが必要と考えます。

方針

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行うことで「Kirei Lifestyle Plan」の中の「よりすこやかな地球のために」のアクションを推進し、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していただくことで、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なライフスタイルの重要性を理解いただき、共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

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・公的機関と共に行う活動

上記の活動において、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脱炭素、ごみゼロ、水保全、大気および水質汚染防止などの啓発活動を進めていきます。

戦略

リスクと機会

リスク

社会の求めるサステナブルな商品・サービスの提供や暮らしの提案が実現できない場合は、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、選ばれる企業から除外されます。それによりブランド価値と共に収益性やマーケット競争力を低下させると考えます。

機会

花王の製品は多くの生活者に使用していただいているからこそ責任も重く、業界や世の中に対するリーダーシップを発揮する責務があると考えます。

また、持続可能な社会が実現できる活動が実現できた際には影響も大きく、存在感を世界的に示すことができると考えます。

創業より常に生活者と共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最適化することで、地球環境に関わる課題解決に貢献します。

戦略

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」への貢献

「サステナブルなライフスタイルの推進」を進めるに

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI3-3, 306-1, 306-2, 404-2

際しては、特に「脱炭素」「ごみゼロ」「水保全」「大気および水質汚染防止」などの活動によって、よりすこやかな地球のためのライフスタイルを提案していきます。

それらは内容物、包装容器における製品ライフサイクル(原材料調達、開発/製造/販売、製品輸送、使用、廃棄・リサイクル)のすべての段階において反映させます。

中期経営計画「K25」への貢献

2030年を見据えたK25の基本構想の中に「持続的社会に欠かせない企業となる」という方針があります。その目標は「サステナブル自走社会をリードする」というものです。

花王が持つ知見と技術を最大限に活用して、生活者・自治体・流通・同業者などとの環境貢献活動をリードしていきます。

社会的インパクト

多くの場面において生活者の「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、サステナビリティの実現に世界の生活者と共に取り組めると考えます。

また、多くの量を生活者に消費いただいている花王だからこそ、サステナブルな製品や情報の提供は社会への影響力は大きいと考えます。

逆に上記の場面と量において花王からの提案や提供

ができなかった場合は、日常生活におけるサステナブル社会への移行が遅れ、その責任は重いと認識します。

貢献するSDGs



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、ブランド価値と共に収益性やマーケット競争力が向上します。

また、技術やしくみづくりにおいて積極的に業界をリードし標準化することで、先行者利益を獲得します。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「サステナブルなライフスタイルの推進」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「サステナブルなライフスタイルの推進」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組

織のリスク・危機管理委員会(年4回開催)で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「サステナブルなライフスタイルの推進」に関する機会管理は、ESGコミティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボードがESGコミティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG推進会議がESG戦略を遂行しています。

加えて「脱炭素ステアリングコミティ」「プラスチック包装容器ステアリングコミティ」が役員クラスのオーナーのもと、戦略策定から実行計画化も実施し、確実かつ迅速に実行に移しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

社内全社員に対してeラーニングの実施

脱炭素・LCA・ごみゼロ・水保全についての現状と課題、具体的な対策例を啓発しています。2022年は脱炭素についての最新の動向と花王の目標・取り組みを改訂しました。

モノづくりにおける環境分野の会議を毎月開催

ESG関連部門、研究所、事業部門の間で、めまぐるしく変化する情報を共有しつつ、サステナブルな社会に

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI3-3, 306-2, 404-2

貢献する“よきモノづくり”のための活動指針と技術共有、進捗の確認を行っています。

ステークホルダーとの協働

取引先

原材料調達においては、取引先と共にサプライチェーン全体のトレーサビリティを確保し、資源保護・環境保全などの社会的課題の解決に注力します。

同業者

サーキュラーエコノミーの実現に向けて、他メーカーと共に使用済み包装容器の回収を推進します。

法人顧客(流通)

流通と共に折りたたみコンテナを納品・陳列・販売に繰り返し使用する取り組みを進めています。

自治体

自治体と連携しての包装容器回収や大学とのリサイクルに関する各種実証実験を進めています。

次世代

教育場面において、次世代育成活動の一環として小学校4・5年生向けに「プラスチックごみ/海洋ごみ」という身近にある問題や地域の課題を発見し、主体的に関わり、課題を解決する力を育む教材提供を行っています。

ます。

リスク管理

前述した「4つの活動」においてそれぞれ留意しながら活動しています。

モノづくりにおいては、商品開発段階でCO₂削減や容器プラスチック削減など、環境負荷の低い製品になっているかのチェックを行っています。

情報発信においては、日々向上する環境意識や競合の動向をキャッチアップした上で、ブランドからの情報発信時にメッセージが正確に生活者に伝わるか確認を行っています。

体験型学習や社外と共に行う活動については、各種教材提供による次世代育成や花王エコラボミュージアム、流通との環境対策協働時に適切な情報提供ができているかチェックしています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

「Kirei Lifestyle Plan」の3つのコミットメントの中の「よりすこやかな地球のために」に基づき、「もったい

ないを、ほっとけない。」のキーワードを通して生活者にサステナブルなライフスタイルを啓発します。

これは製品・サービスの提供、各種情報発信(ウェブサイト・SNSなど含む)と花王の社員による活動により推進します。

2016年からグローバル累積値1億人をめざします。

2022年実績

製品・サービスの提供、各種情報発信と花王の社員による活動により、環境に配慮する生活スタイルを啓発した2016年からの累積人数は2022年末現在0.13億人。

2022年は製品・サービスにおいては環境にやさしい包装容器へのシフト加速と共に、ケミカルリサイクルプラスチックの採用、ラベル削減容器など新しい試みも行いました。また折りたたみコンテナの店頭での活用など、物流面でも新しい環境配慮活動を始めました。

生活者に対する情報発信については、新しい企業広告の試みや具体的なエコアクションを集約したウェブサイトの新設を実施しました。

現在日本を中心に活動していますが、長期的には世界に広がっていきます。

2022年実績に対する考察

コロナ禍がまだ収まらない中において、環境に配慮した製品の発売や情報提供を継続し、サステナブルな社会を実現するための活動を推進しました。また「もっ

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI306-2

「たいたいのを、ほっとけない。」という新しいコンセプトの中、具体的なエコアクションを集約した「#みんなで今日からできること」サイトを開設できたことは意義あることでした。

今後は「脱炭素」「ごみゼロ」「水保全」「大気および水質汚染防止」に貢献する製品の開発を加速していきます。

昨今は流通でも環境意識が高まり、日用品の包装容器回収についての協働活動が増加しています。今後は業界を巻き込んだ回収スキームの確立と実証実験から実動への移行、およびリサイクルしたプラスチックの有効活用が課題と考えます。

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI301-2, 306-2

主な取り組み

よきモノづくりと活動提案

花王は、サステナブルな洗浄基剤、すすぎ1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。

2022年は環境にやさしい包装容器へのシフト加速と共に、ケミカルリサイクルプラスチックの採用、ラベル削減容器など新しい試みも行いました。

また折りたたみコンテナの店頭での活用など、物流面でも新しい環境配慮活動を始めました。

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、環境負荷が低い革新的なフィルム容器包装の年間普及量を2030年に3億個にするという目標を掲げています。

これまで、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ックや、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。

また、「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でき、独自開発のポンプではば最後まで使いきることができる「スマートホルダー」や、「ラクラクecoパック」につけて使うと、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」の採用による、本体ボトルを使わない提案も進めてきました。

今後も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きます。



環境配慮と使いやすさにこだわった新しい容器の開発

2022年8月発売の「ビオレu ザ ボディ 泡タイプ ボディウォッシュ」改良発売に際して、環境配慮と使いやすさにこだわった新しい容器を採用しました。

まず本体容器のブランドロゴ部分は、容器そのものに加工を施しました。これにより、従来容器よりもラベルの面積を少なくできるため、プラスチック使用量削減につながりました。

また本体とつめかえ用の容器には100%再生プラスチック(PET)を採用しました(着色剤およびラベル、ポンプ、キャップは除く)。



Web <https://www.kao.co.jp/bioreu/thebody/bodywash/#earth>

ファンデーションの中皿にケミカルリサイクルPET素材を採用

2022年7月以降、メイクブランド「media(メディア)」の新商品をはじめとするパウダーファンデーションの中皿の素材に、株式会社JEPLANが保有するケミカルリサイクル技術を用いて同グループ会社のペトリファインテクノロジーが製造するケミカルリサイクルPET(ポリエチレンテレフタレート)を順次、採用しています。

Web <https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220616-001/>

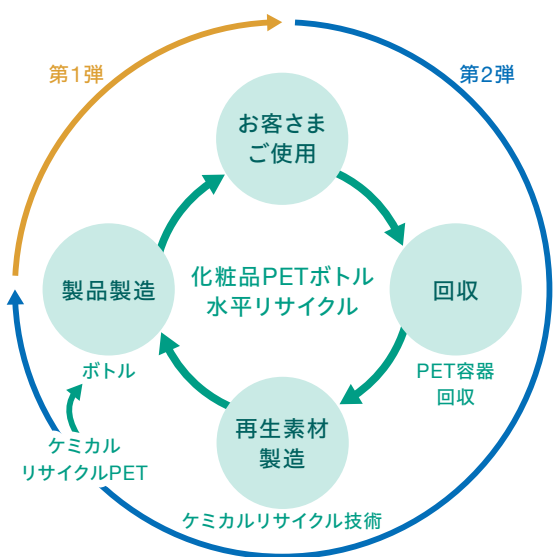
化粧品プラスチックボトルの水平リサイクル実現をめざした取り組み


化粧品プラスチックボトルの水平リサイクルをめざし、

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI301-2, 306-2

回収した使用済み化粧品ボトル容器によるボトル再生化に向けた実証実験を実施します。2022年2月から7月までの間、化粧品ブランド「TWANY(トワニー)」を取り扱う関東エリアのイオン直営店舗、および同イオンモールで展開する「カラススタジオ」において使用済み化粧品プラスチックボトル容器を回収し、日本環境設計株式会社の保有するケミカルリサイクル技術による、化粧品の“ボトルからボトルへ”の水平リサイクル実証実験に用いていきます。

第1弾はリサイクルされたプラスチックを使用した容器の製品発売、第2弾はその容器の回収からプラスチックの再生化およびそれを使用した製品の生産になります。



 花王、使用済みボトルの店頭回収と再生化にむけた実証実験を開始
<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220127-002/>


循環型梱包材として折りたたみコンテナをテスト導入

2022年7月より、カインズとコストコ数店にて、製品の梱包材として繰り返し使用可能な折りたたみコンテナを「納品」「陳列」「販売」の場面でテスト導入しました。

販売店に製品を納入する際に製品を梱包する梱包材については、これまでは主にリサイクル可能な段ボールを利用してきましたが、一方で店舗での開封・廃棄作業の負担やリサイクル過程のCO₂排出量といった面で課題もありました。

そこで花王と流通が協働し、折りたたみコンテナを活用する取り組みを開始しました。さまざまな場面における折りたたみコンテナの利点と課題を抽出。将来的には業界全体での標準化をめざしていきます。



 花王とカインズ、循環型梱包材として折りたたみコンテナをテスト導入
<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220706-001/>

花王とコストコ、循環型梱包材として折りたたみコンテナをテスト導入
<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220719-001/>

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共に、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。

企業広告シリーズ「もったいないを、ほっとけない。」を開始

2022年7月より、持続可能な社会の実現に貢献する企業姿勢や取り組みを伝える企業広告シリーズ、「もったいないを、ほっとけない。」の展開を開始しました。

花王の製品に関連するTシャツやフライパンなどが登場し、「もったいない」ということをインタビューで答えるシリーズで節水やつめかえなど、花王の「もったいないを、ほっとけない。」取り組みを、楽しくユーモラ

サステナブルなライフスタイルの推進

スに紹介しています。



「もったいないを、ほっとけない。」
<https://www.kao.com/jp/mottainai/>

「My Kao」サイトを新設し、その中でサステナブルの啓発を開始

2022年12月より「My Kao」サイトを新設。その中でサステナブルな暮らし、サステナブルな社会に向けてのお役立ち情報の提供を開始。生活者と一緒に、日用品や化粧品を使いながら環境負荷を低減することをめざします。

「My Kao」サステナブル
<https://my.kao-kirei.com/sustainable/>

「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のみならず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)。その中に「サステナブルな暮らしをめざして」

というコーナーを設置し「Kirei Lifestyle」実現に向けた活動を紹介しています。



Kao PLAZA
<https://member.kao.com/jp/kaoplaza/>

「応援！くらしのキレイ」サイト

くらしのお役立ち情報の中で「SDGs・エコ」記事を一覧化して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みています。



Web 応援！くらしのキレイ
<https://www.kao.co.jp/lifei/support/sdgs/>

各種 SNS による発信

各種 SNS を通して、花王の提案や活動を発信しています。生活者の声に耳を傾け、さらなるサステナブルな活動に反映させています。

Web 花王公式 note
<https://note.kao.co.jp>

花王公式 Twitter
https://twitter.com/KaoCorporate_jp

花王公式 Instagram
https://www.instagram.com/kao_official_jp/

花王公式 Facebook
<https://www.facebook.com/corp.kao>

花王公式 YouTube
<https://www.youtube.com/user/KaoJapan>