

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI 306-1

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、こころ豊かな暮らしの実現と顧客ロイヤリティ向上に貢献します。

社会的課題

地球温暖化の影響による、局所的豪雨や台風被害の拡大、洪水や干ばつの規模拡大、氷河の融解や海面上昇などにより、人の健康やライフスタイルに大きな影響が表れています。こうしたことから、社会や環境のサステナビリティに貢献する、よりサステナブルなライフスタイルを生活者は求めています。同時に、気候変動や脱炭素社会の実現に向けた企業の取り組みに対する生活者の関心も大きく高まっています。



環境省 デコ活 地球温暖化の現状
<https://ondankataisaku.env.go.jp/dekokatsu/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>

方針

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行うことで「Kirei Lifestyle Plan」の中の「思いやりのある選択を社会のために」というコミットメントに貢献することをめざしています。

そのためには、環境に配慮した花王の製品を生活者

に選択してもらうことだけでなく、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してもらうことが重要であると考え、以下の内容に沿って活動を推進しています。

1. 暮らしと社会への負荷をMinimumに、価値をMaximumにする発想の「花王 サステナブル商品開発方針」に沿ったモノづくり、製品そのものから提案を行います
2. サステナブルライフを提案する情報発信を行います
3. 体験型学習機会を提供します
4. 社会や団体・公的機関と共に行う活動を推進します

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消極的だと捉えられ、生活者・社会からの信頼や共感が得られなくなってしまうリスクがあります。同時に、企業価値やブランド価値が低下し、収益性や市場シェアの低下につながるリスクがあると考えます。

機会

花王がリーダーシップを発揮して、サステナブルな社会の実現に貢献する活動を実現できた場合は、社会からの信頼性を獲得することで、企業価値やロイヤリティ向上につながり、売上の拡大や収益性の改善が見込めます。

また、花王独自の本質研究に基づく技術は上述の機会を最大化させることができます。

戦略

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」への貢献

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年に渡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。

「サステナブルなライフスタイルの推進」を進めるに際しては、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「K27」への貢献

2030年を見据えた「K27」のビジョンに「Sustainability

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI 306-1, 306-2

as the only path」を掲げています。これを実現するための戦略的アプローチとして、「持続可能な社会に欠かさない企業になる」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」というものであり、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むことができると考えます。

例えば、節水製品が普及することは社会の水使用量を削減することにつながります。お湯を使用する場面においては、節水を通じて、お湯をつくるためのエネルギー使用量の削減にも寄与します。こうした情報を生活者へ積極的に提供することにより、行動変容を促します。

また、多くの量を生活者に使用して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

サステナブルなライフスタイルを送りたいと願う意識の高い生活者に情報を発信することで、花王製品へのロイヤリティが向上し、ブランド価値と共に収益性や市場シェアの向上に貢献します。

2023年にキュキュットからつめかえ容器として発売した「未来にeco ペコボトル」は、サステナブルなライフスタイルを送りたいという生活者から共感を得ることで、売上が向上しただけでなく、プラスチック使用量の低減を通じて、収益性の向上にも寄与しました。

また、技術やしきみづくりにおいて、積極的に業界をリードし、標準化を促すことで、サステナビリティへの意識が高い生活者の購買行動を促進し、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。

「よきモノづくり会議」においては、「ESGコミティ」で議論・承認された内容を共有し、事業部門での活動推進を行っています。

P25 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI 306-2

教育と浸透

全社員を対象としたeラーニングの実施

Kirei Lifestyle Planを推進するための必須知識が学べるeラーニングプログラムを日英で作成しており、国内外の社員に配信しています。これまでに「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。

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、購買部門、作成部門のあいだで、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

サステナブルなライフスタイルを推進するために、さまざまなステークホルダーと協働することが重要と考えています。取引先、同業者、法人顧客(流通)、自治体との協働の取り組み、次世代の教育プログラムの作成、教材提供を進めています。

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。

リスク管理

上述した方針に記載した内容に沿って、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。

P40 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

指標と目標

中長期目標と2023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。」のキーワードを通じ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。

2023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

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI 301-2, 306-2

した2016年からの累積人数は2023年末現在0.14億人となりました。

1. モノづくり、製品そのものからの提案

環境にやさしい包装容器へのシフトを加速しました。生活者の協力のもと、使用済みのつめかえパックを再び、つめかえパックに戻す水平リサイクル技術により、再生材料を一部に使用したつめかえパックを、初めて製品化しました。

2. サステナブルライフを提案する情報発信

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により啓発活動を行っています。

3. 体験型学習機会の提供

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。

4. 社会や団体・公的機関と共に行う活動

日用品のプラスチック包装容器水平リサイクル実現に向けて、自治体の資源物回収ルートを活用した新回収スキームの実証実験を開始しました。日本だけでなく、中国において、節水意識の啓発をはじめ、環境、自然資源に対する意識を喚起することで、中国におけるサステナブル社会への貢献をめざした「清潔・節水キャンペーン」を実施しました。



環境プログラム「ごみゼロチャレンジ」
<https://www.kao.com/jp/education/next-generation/gomizero/>

2023年実績に対する考察

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「もったいないを、ほっとけない。」というコンセプトの中、生活者と共にサステナブルな社会を実現するための活動を継続して推進していきます。

今後、さらに「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に加えて、回収量の拡大を目的とした自治体の資源物回収ルートを活用した新回収スキームの実証実験から得た知見をほかの自治体に展開し、実装への移行を推進していきます。

主な取り組み

よきモノづくりと活動提案、ステークホルダーとの協働

2023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を加速しました。生活者のご協力のもと、使用済みの容器を再び同じ種類の容器に戻す水平リサイクルにより、再生材料を一部に使用したつめかえパックを初めて製品化しました。また日用品のプラスチック包装容器水平リサイクル実現に向けて、自治体の資源物回収ルートを活用した新回収スキームの実証実験を開始しました。中国では清潔・節水キャンペーンを実施しました。

使用済みつめかえパックの水平リサイクル

ライオン株式会社と協働で、使用済みの容器を再び同じ種類の容器に戻す水平リサイクルにより、再生材料を一部に使用したつめかえパックを、初めて製品化しました。

両社は2020年9月に、プラスチック包装容器資源循環型社会の実現に向けた連携を発表。フィルム容器(つめかえパック)のリサイクルに取り組んできました。その協働の成果として、花王は衣料用濃縮液体洗剤「アタック ZERO つめかえ用(1,620g)」を、ライオンは洗濯用液体高濃度洗剤「トップ スーパー NANOX ニオイ専用 つめかえ用超特大」を2023年5月一部店舗にて数量限定発売しました。

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI 301-2, 306-2



花王の衣料用濃縮液体洗剤「アタック ZERO つめかえ用(1,620g)」(左)、ライオンの洗濯用液体高濃度洗剤「トップ スーパー NANOX ニオイ専用 つめかえ用超特大」(右)

洗剤やシャンプーなどのつめかえパックは、内容物を温度や湿度、紫外線などから守るため、異なる素材でできた何層もの薄いフィルムを重ねてつくられています。そのためリサイクルすると、多種類の成分からなる不均質なフィルムになり、製造の過程で孔(あな)があいてしまうなどの課題がありました。



リサイクルつめかえパックができるまで(左)、リサイクルつめかえパックの構造(イメージ)(右)

リサイクルつめかえパックの構造
(イメージ)

表層部	ナイロン
	インク
	接着剤
	PET
	接着剤
	ポリエチレン
	リサイクル樹脂
内容物側	ポリエチレン

花王は2021年6月に、フィルム容器リサイクルのパイロットプラントを和歌山研究所に導入。フィルム容器の一括リサイクルの開発・検証を進め、今回、つめかえパックの一括リサイクル技術の確立により、リサイクルした材料を使用したつめかえパック製品化に至りました。リサイクルした材料は、中間層の一部に使用しています。

また、リサイクルした材料は約10%使用されています。これまでに花王が回収を実施してきた自治体のものに加え、花王・ライオンの協働で回収の実証実験を展開している総合スーパーのイトーヨーカドー曳舟店、ウエルシア薬局で回収したものが、今回のリサイクルつめかえパックに一部活用されています。リサイクルつめかえパック全体の材料のうち約1%がこれらの回収した使用済みつめかえパック由来です。残り約9%は、製品として使用されなかったつめかえパックを活用しています。

今後、つめかえパックの分別回収のしくみの改良、リサイクル技術の向上と確立、容器の設計ガイドラインの策定など取り組みを進め、生活者と共にプラスチックの有効活用を進めていきます。



花王とライオン、使用済みつめかえパックを協働で水平リサイクル再生材料の一部に使用したつめかえパックを初めて製品化
<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2023/20230516-001/>

自治体の資源物回収ルートを活用した実証実験開始

鹿児島県薩摩川内市にて、総合リサイクル業の株式会社ナカダイの協力のもと、2023年4月から2024年3月までの1年間、市内の約1,000世帯を対象に、トイレタリー製品のプラスチック包装容器類を市の資源物回収ルートに乗せて回収する実証実験を実施しました。自治体の資源物回収ルートを活用するリサイクルのスキームはすでに飲料用ペットボトルにおいて確立されていますが、トイレタリー製品のプラスチック容器での実証実験は今回が初めての試みになります。今回の新たなアプローチによって、これまでに実施したリサイクル実証実験で見た「回収量の確保」や「回収にかかるコストの削減」といった課題の解決を図り、持続可能な回収スキームの確立をめざします。そして、水平リサイクルによるプラスチック資源循環型社会を実現していきます。なお本実証事業は、持続可能な社会の構築をめざす「サーキュラーパーク九州」事業の一環として実施、「薩摩川内市 SDGs イノベーショントライアルサポート事業」に採用されています。

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI 306-2



薩摩川内市の実証実験協力依頼のチラシ

今後、回収の実態を把握するための対象協力世帯へのアンケートの結果を受けて、課題である「回収量の確保」と共に、回収品の品質について検証をしていきます。また、「回収にかかるコストの削減」については、将来的には既存の自治体回収ルートを活用もひとつの手法として検討していく予定です。



日用品のプラスチック包装容器水平リサイクル実現に向けて、自治体の資源物回収ルートを活用した新回収スキームの実証実験開始
<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2023/20230410-002/>

中国清潔・節水キャンペーン

花王中国は、中国生態環境部宣伝教育センターと共催し、中国清潔・節水キャンペーン「清潔美麗中国行(清潔で美しい中国へ)」を開始しました。

中国生態環境部宣伝教育センターとの提携による環境保護活動である花王中国の清潔・節水キャンペーンは、2012年の発足以来、今回で12回目の開催となります。

節水意識の啓発をはじめ、環境、自然資源に対する意識を喚起することで、中国におけるサステナブル社会への貢献をめざしています。2021年には、中国の環境戦略を受け、キャンペーンテーマを新たに「清潔美麗中国行(清潔で美しい中国へ)」としました。特に将来を担う大学生に焦点を当て、中国各地の大学から「プラスチック削減」「低炭素化」「生物多様性」「持続可能な開発」などさまざまな環境テーマで活動提案を募集し、その中から選ばれた提案の実施や大学の広報活動を支援するプロジェクトを推進。大学生がより多様な活動を展開し、環境問題に対する考えを深め、環境活動のための革新的なアイデアを創出することを期待しています。



中国におけるESG戦略を推進
2023年中国清潔・節水キャンペーン「清潔美麗中国行」をスタート
<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2023/20230421-002/>

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。これらを通じ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。」

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。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」サイトでサステナブルの啓発

2022年12月より生活者と直接つながる双方向のデジタルプラットフォーム「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

サステナブルなライフスタイルの推進

GRI 306-2

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/>

各種 SNS による発信

各種 SNS を通じて、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。



花王公式 note
<https://note.kao.co.jp>

花王公式 X (旧 Twitter)
https://x.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>