

2022.02.25
環境省Water-prj
グッドプラクティス塾

花王の水保全の取組

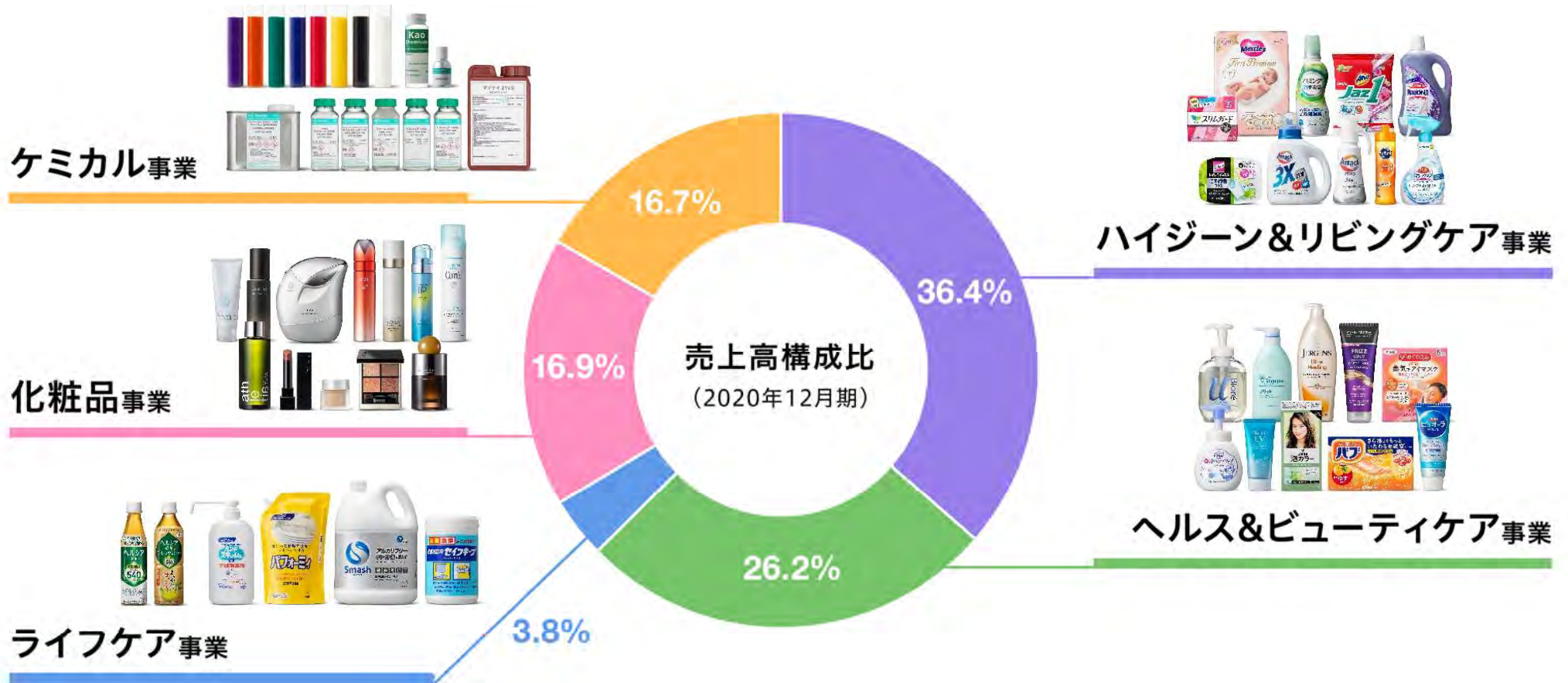
花王(株)ESG活動推進部
柴田 学



第10回（2020年） “いっしょにeco”地球大賞

「未来の色」 Liang-En Yuさん（8歳）

セグメント別の連結売上高



グラフの売上高構成比は、外部顧客に対する売上高で算出しています。
ケミカル事業の売上高には、セグメント間の内部売上を含みます。

原点は、高級化粧石けん。およそ130年前に誕生しました。



当時、“顔洗い”と呼んでいた化粧石けんの高級感を伝えるため、
発音が“顔”に通じる「花王」と名づけました。
そして、現在の社名の起源となっています。

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かに暮らすこと。
Kirei Lifestyleとは、すべてにおもいやりが満ちていること。
自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、
周りの世界もまたそうであることを大切にすること。
Kirei Lifestyleとは、こころ豊かな暮らしが、
今日だけではなく、これからも続くと安心できること。
日々の暮らしの中で、たとえ小さなことでも、
正しい選択をして、自分らしく生きるために。
花王はこうしたKirei Lifestyle が
何よりも大切だと考えています。
だからこそ、決して妥協をせず、
正しい道を歩んでいきます。
世界中の人々のこころ豊かな暮らしのために、
私たちは革新と創造に挑み続けます。

2030年花王のコミットメント

花王のアクション

My
Kirei
Lifestyle

快適な暮らしを
自分らしく
送るために

2030年までに
世界中の人々の、
まずは10億人をめざして、
よりこころ豊かな暮らしに貢献します。
より清潔で、健康に、安心して年齢を重ね、
自分らしく生きられるように。

QOLの向上

清潔で美しく
すこやかな習慣

ユニバーサル
プロダクト
デザイン

より安全で
より健康な
製品

思いやりの
ある選択を
社会のために

2030年までに
より活力と思いやりのある
社会の実現のために、
すべての花王ブランドが、
小さくても意味のある選択を
生活者ができるように提案をします。

サステナブルな
ライフスタイルの
推進

パーパス
ドリブンな
ブランド

暮らしを
変える製品
イノベーション

責任ある
原材料調達

よりすこやかな
地球のために

2030年までに
すべての花王製品が、
全ライフサイクルにおいて、
科学的に地球が許容できる範囲内の
環境フットプリントとなるようにします。

脱炭素

ごみゼロ

水保全

大気および
水質汚染防止

実効性のある
コーポレート
ガバナンス

徹底した
透明性

人権の尊重

受容性と
多様性の
ある職場

社員の
健康増進と
安全

人財開発

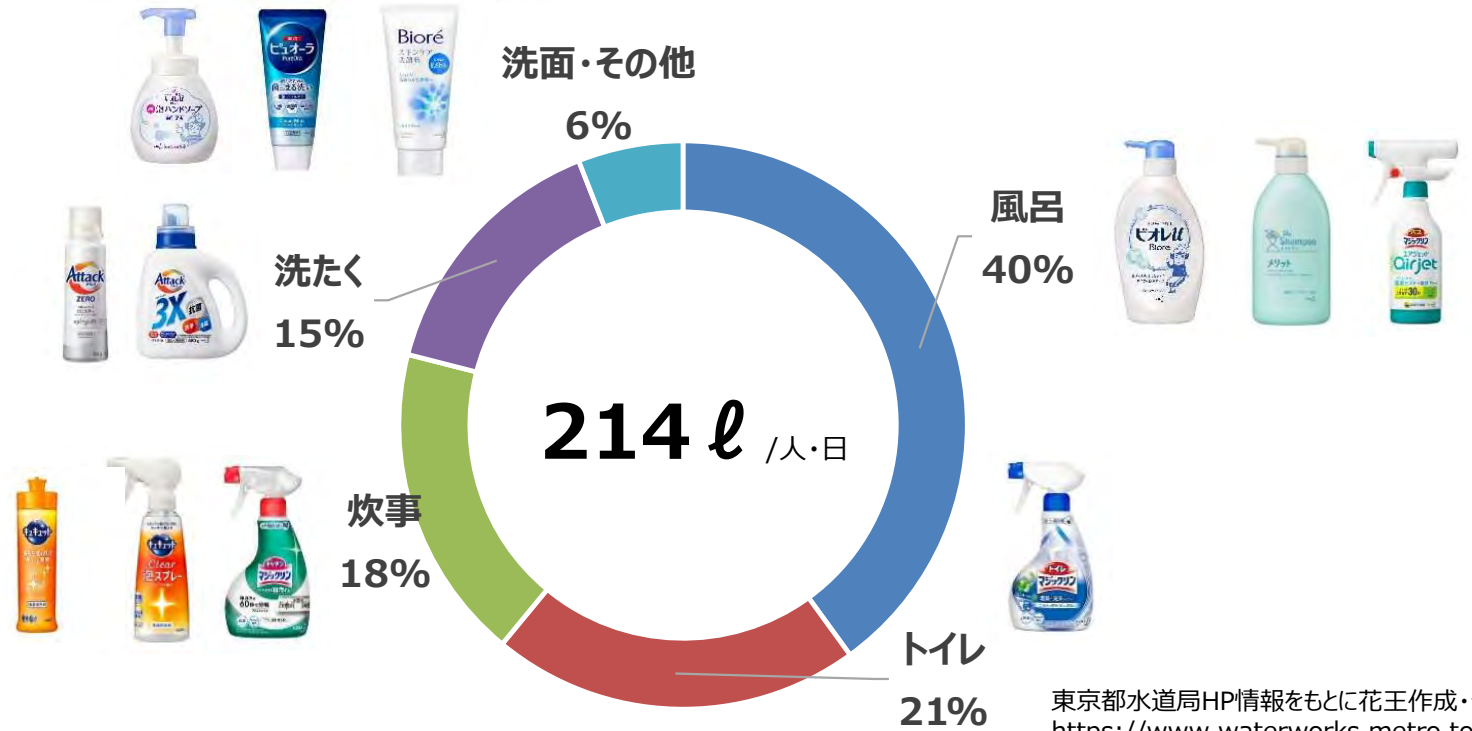
責任ある
化学物質管理

正道を歩む

花王の製品ライフサイクル各段階で使用される水の割合



※2018年実績



Kirei Lifestyleを実現するためには
・洗淨製品は不可欠
= 水は不可欠

東京都水道局HP情報をもとに花王作成・一部加筆
<https://www.waterworks.metro.tokyo.lg.jp/>

気候変動に伴い、水リスクは増大し続けている

温室効果ガス排出量が増加により、大気・海水のGHG濃度が上昇
結果、降水量・降雨パターンが変化、海面水位も上昇

降水量・降雨パターンが変化

海面水位が上昇

極端な少雨

極端な豪雨

海面水位が上昇

渇水

土砂崩れ

洪水・浸水



バリューチェーンにおける主な水リスク



水資源供給量の減少（渇水リスク）



局所的大雨・海面上昇（浸水など）



それぞれの立場で、水リスクを理解し対応をすすめていく ことが重要

花王の取り組み

花王の製品ライフサイクル各段階で使用される水の割合



※ 2018年実績

ビジネスパートナーと
“いっしょにeco”

- ・Sedex
- ・CDP SCプログラム

社会と
“いっしょにeco”

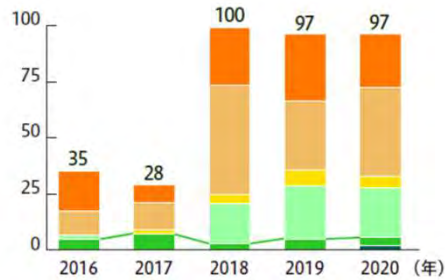
- ・水使用量削減 (社会インフラ)
- ・降雨パターン変動による
将来リスク評価
(気候変動シナリオ分析の一環)

社会と
“いっしょにeco”

お客さま/社会と
“いっしょにeco”

- ・節水製品の提供 (社会インフラ)
- ・節水キャンペーン参加

社会と
“いっしょにeco”



CDP SCプログラム (2015~)



2030年目標 45%削減



中国清潔・節水全国運動 (2012~)



Kao

きれいをこころに未来に