

花王
サステナビリティ
データブック

2017

KaO




このPDFの使い方

- 各ページの右上に、「戻るボタン 」「目次ボタン **CONTENTS**」「ナビゲーションボタン  」を設定しています。

矢印をクリックすると直前に表示していたページに移動します

左矢印をクリックすると1ページ戻ります

右矢印をクリックすると1ページ進みます

 **CONTENTS**  002 

「CONTENTS」をクリックすると目次を表示します

目次

編集方針

トップメッセージ

カネボウ化粧品“ロドデノール”配合製品に関する問題について

花王のサステナビリティの考え方

Pick up : 子どもたちの笑顔と成長を応援

主なサステナビリティ指標

2016年の活動報告

 エコロジー

 コミュニティ

 カルチャー

 ガバナンス

 レスポンシブル・ケア活動


 外部評価

 独立保証報告書

 GRI/ISO26000対照表

 調査用インデックス

タイトルをクリックすると各ページに移動します

- 本文中に→マーク /  マークでリンクを設定しています。
クリックすると該当ページ・該当ウェブページへ移動します。

目次

このPDFの使い方	0
編集方針	2

トップメッセージ	3
----------	---

グループ会社のカネボウ化粧品による 「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品」に関する 問題についてのおわびと対応	4
---	---

花王のサステナビリティの考え方	6
-----------------	---

Pick up:子どもたちの笑顔と成長を応援

毎日の暮らしの中で、子どもたちを守る清潔習慣づくり	13
6年分のありがとう。小学校卒業前の大そうじ。	16

主なサステナビリティ指標	18
--------------	----

2016年の活動報告

エコロジー

花王の環境への取り組み	21
CO ₂	23
水	33
化学物質	41
生物多様性	52
廃棄物	55
容器包装	59
製品ライフサイクルと環境負荷	63
環境会計	65
環境コミュニケーション	67

コミュニティ

品質保証の取り組み	74
ユニバーサルデザインの取り組み	78
消費者とのコミュニケーション	83
法人顧客とのコミュニケーション (コンシューマープロダクツ事業)	87
法人顧客とのコミュニケーション (ケミカル事業)	91
法人顧客とのコミュニケーション (プロフェッショナル・サービス事業)	95
社会貢献活動 全体像	99
社会貢献活動 教育	103
社会貢献活動 コミュニティ	106

カルチャー

企業理念の実践のために	109
インテグリティ	113
人権への取り組み	120
持続可能で責任ある調達	123
社員と企業がともに成長するために	131
一人ひとりの可能性を引き出し成長を促す人財育成	133
ダイバーシティ&インクルージョンの推進	135
社員との対話の推進	140
健やかで心豊かな生活のために	143
労働安全衛生	150
保安防災	155

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス	159
情報開示	166
情報セキュリティ	170
知的財産の保護と権利活用	176
リスクと危機の管理	180

レスポンシブル・ケア活動	183
--------------	-----

外部評価	189
独立保証報告書	191
GRI/ISO26000対照表	192
調査用インデックス	203

編集方針【22,28,29,30,33】

編集方針

- 花王グループでは2013年にサステナビリティに関するグローバルな方針「花王サステナビリティステートメント」を策定しました。グローバルな社会的課題の解決に事業活動を通じて貢献するという方向性を明確にし、注力する分野を選定しています。
- 本データブックでは、花王グループにとっての重点領域「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」におけるさまざまな取り組みを、詳細なパフォーマンスデータと共に活動報告として記載しています。

対象範囲

花王グループ(花王株式会社および子会社、関連会社)を基本としていますが、環境・社会関連のデータについては花王株式会社および子会社を集計範囲としています。労働安全衛生や保安防災など一部社員関連データは花王株式会社、子会社およびニベア花王株式会社を集計範囲としています。

掲載するデータについて、集計範囲が異なる場合は、文中に明記しました。

本データブック中の「花王」は、花王グループを示しています。範囲を特定する必要がある場合は、個別に対象組織名で記載しています。

対象組織

→花王グループ会社一覧
<http://www.kao.com/group/ja/group/gateway.html>

対象期間

2016年度(2016年1月1日～2016年12月31日)。
定性情報については、一部2017年度の活動内容を含みます。

国際会計基準(IFRS)の適用について

2016年度から国際会計基準(IFRS)を適用しています。データブック内の売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

第三者保証

2003年から継続して第三者保証を受けています。2016年はKPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。なお、保証対象指標には★マークを表示しています。

発行時期

発行日 2017年5月1日
次回発行予定 2018年5月

参考にしたガイドラインなど

- GRI「G4サステナビリティ・レポート・ガイドライン」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」「環境会計ガイドライン2005年版」
- 一般社団法人日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」
- ISO26000(社会的責任に関する手引)



トップメッセージ

生活者の気持ちに
そっと寄り添いながら、
事業活動を通じた
社会的課題の解決に
貢献します。

2017年は、花王グループ中期経営計画「K20（2017～2020年度）」スタートの年です。花王は1890年に「人々の清潔で快適な生活に貢献したい」という願いから花王石鹸を発売し、以来、世界の人々の豊かな生活文化を実現することをめざして事業活動を行ってきました。それに加えて「K20」においては、生活者の気持ちにそっと寄り添いながら、事業活動を通じた社会的課題の解決や社会貢献活動により、社会のサステナビリティに貢献することをめざします。

パリ協定やSDGs（持続可能な開発目標）において、持続可能な社会の実現に向け、世界が取り組むべき目標が示されました。花王グループは、このような社会的背景と花王の事業活動を踏まえ、「環境」「健康」「高齢化」「衛生」の4つの社会的課題に取り組むべき重要課題としています。「環境」への取り組みにおいては、「花王 環境宣言」のもと、製品のライフサイクルすべての段階で環境負荷を低減させる活動を推進し、“いっしょにECO”をテーマに、さまざまなステークホルダーと協働しています。「健康」「高齢化」「衛生」においては、これらの社会的課題への対応をめざした製品やサービスの提供だけでなく、啓発活動も積極的に行なっています。今後、花王グループの総合力を活かし、これらの取り組みをさらに推進していきます。

花王には、創業以来培ってきた「研究」「生産」「マーケティング」「販売」など多くの資産がありますが、これらすべての活動の基盤となる最も重要な資産が「人財」です。女性の活躍支援をはじめ、社員一人ひとりが能力と個性を最大限に発揮して成果を追求できるよう、人財強化と人財活性化の取り組みも進めています。

その根底を支えるのが、企業理念である花王ウェイの基本となる価値観、「正道を歩む」です。それは法と倫理に則って行動し、誠実で清廉な事業活動を行なうことであり、花王グループのコンプライアンスの原点となっています。また、グローバル社会の一員として、2005年に人権、労働、環境、腐敗防止の4分野10原則を定めた国連グローバル・コンパクトへの支持を表明しています。今後も「正道を歩む」を日々実践し、グローバルに広く社会から支持されることをめざして、事業活動を推進します。

2020年に向けて、自ら変わり、そして変化を先導する企業へ。花王グループは今後も事業活動を通じた社会的課題の解決に取り組んでまいります。

花王株式会社
代表取締役 社長執行役員

澤田道隆

グループ会社のカネボウ化粧品による「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品」に関する問題についてのおわびと対応

グループ会社のカネボウ化粧品による「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品」に関する問題につきまして、発症されたお客さまをはじめ関係の皆さまに多大なご迷惑とご心配をおかけし、心よりおわび申し上げます。カネボウ化粧品では、自主回収を継続し、発症されたお客さまの回復・治療を最優先に対応を進めるとともに、花王グループとして原因究明および再発防止に関し、グループ一丸となって取り組んでおります。

Web

株式会社カネボウ化粧品「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品に関する問題について」
<http://www.kanebo-cosmetics.jp/information/>

概要

株式会社カネボウ化粧品の製造販売する美白製品のうち、「医薬部外品有効成分“ロドデノール”※ 4-(4-ヒドロキシフェニル)-2-ブタノール」の配合された製品をご使用された方に、「肌がまだらに白くなった(白斑様症状)」ケースが確認されました。

これを受け、2013年7月4日に自主回収を開始いたしました。

また、白斑様症状を発症されたお客さまをカネボウ化粧品社員が訪問し、おわびと治療等のご相談をさせていただいております。2017年2月28日時点で、白斑様症状が確認された方の合計人数は19,600人、その内、和解合意された方は16,971人、

対象製品の回収数は累計で703,112個です。なお、当社が把握している完治・ほぼ回復された方は、11,921人です。

海外においても、各国・地域の薬事行政に従って回収を行ない、白斑様症状を発症されたお客さまに対しては日本と同様に、回復されるまで責任を持って対応いたします。

※ ロドデノール

化学名称は「4-(4-ヒドロキシフェニル)-2-ブタノール」。「ロドデノール」はカネボウ化粧品での名称です。メラニン生成反応にかかわる酵素「チロシナーゼ」と結合し反応を阻害する、厚生労働省の承認を得た医薬部外品有効成分です。

発症されたお客さまへの対応

基本方針

ロドデノール配合製品を使用し、白斑様症状を発症されたお客さまには、完治まで責任を持って対応する

活動方針

1. 原因究明、治療方法の確立に向けた取り組み
2. 発症されたお客さまの日常生活のサポート
3. 公平な補償対応

1. 原因究明、治療方法の確立に向けた取り組み

花王グループ研究員によるプロジェクトチームを編成し、原因究明、治療方法の確立に向けた研究を推進しており、日本皮膚科学会、厚生労働省等へ情報を提供しております。またカネボウ化粧品では、「化学物質(ロドデノール)による白斑研究基金」に、運営期間の2014年1月23日から2016年3月末までの約2年間で総額6,000万円を助成し、8件の研究が推進されました。学会や研究班や多くの研究機関で取り組んでいただいた結果、わかってきたことや治療法に関しては、日本皮膚科学会ウェブサイト内の「患者さん向けFAQ(2015年8月7日改定)」に掲載されています。カネボウ化粧品は藤田保健衛生大学に研究委託を行ない、2016年7月24日に松永佳世子教授をキャプテンとする「ロドデノール誘発性脱色素斑に関する調査研究チーム」が発足しました。本調査研究チームはロドデノール誘発性脱色素斑の治療法等に関する調査研究を行なうとともに医学的見地から評価し、発症されたお客さまおよび医療従事者に向けた情報提供を行なっていきます。

Web

日本皮膚科学会ウェブサイト 患者さん向けFAQ掲載ページ
https://www.dermatol.or.jp/modules/public/index.php?content_id=5

グループ会社のカネボウ化粧品による「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品」に関する問題についてのおわびと対応

2. 発症されたお客さまの日常生活のサポート

「お客さま対応室」を設置し、専任者がお客さまを訪問して、治療についてのご相談、お肌の状態の確認を継続的に行なっております。お客さまのご希望に応じて「カバーメイクアップ専用品」のご提供や、メイクアドバイスなども行なっております。

カバーメイクアップ専用品

本来の素肌の色に近づけるための「カバーメイクアップ専用品」を開発し、ご提供しております。



3. 公平な補償対応

① 基本的な考え方

カネボウ化粧品が製造販売したロドデノール配合製品のご使用により白斑様症状を発症されたお客さまに対し、適正な内容の補償を行ないます。

② 補償内容

医療費・交通費の実費は随時、精神的慰謝料・休業補償・後遺症慰謝料相当の補償は和解時に、当社基準に従ってお支払いいたします。

再発防止に向けた取り組み

この問題を受け、安全基準・体制の見直しを行ないました。

1. 花王グループの「安全基準」による製品づくり

2014年4月、花王グループではより厳しく、かつ広範囲に安全性を確認する化粧品の安全基準を導入いたしました。カネボウ化粧品でもこの新しい基準に基づき、製品づくりを行なっております。

2. お客さまの声を大切に、改善に活かす

店頭やお客さま相談窓口寄せられたお客さまの声、医療機関からいただいた情報は、一件一件詳細を確認し、安全性点検に活かします。併せて、製品に関する社員の声をリアルタイムで収集する仕組みも構築しました。このようにして集められた情報は、カネボウ化粧品の経営陣が参加する「品質向上検討会」で確認し、対策を検討しております。

カネボウ化粧品「安全基準」

① 安全な原料を厳選

幅広い分野の安全性情報、これまでよりも厳しい条件と試験方法により、原料の安全性を徹底的に見極めます。また、人にも環境にもやさしい原料を選定いたします。

② 処方 of 安全性確認

開発したすべての製品は、パッチテストなどで肌への刺激がないことを確認いたします。

③ さまざまな使用テストによる確認

製品の発売前に、これまでよりも大規模×長期間でのモニター実使用テストを行ない、肌にトラブルが起きないことを確認いたします。

④ お客さまへのカウンセリング

お客さまお一人おひとりの肌悩みや、お肌の状態を確認しながら、おすすめの化粧品やその使用方法、お手入れ方法などをアドバイスいたします。化粧品の使用に不安をお持ちのお客さまには、ご自身でできる「肌と化粧品の相性チェック」もご紹介しております。

⑤ 販売後も常に安全性を点検

お客さま、医療機関からいただいた情報は一件一件詳細を確認し、安全性点検に活かします。

花王のサステナビリティの考え方

【2,14,15,18,19,24,26,34-37,42,43,45,48,56】

花王は2013年にサステナビリティに関する方針「花王サステナビリティステートメント」を発表しました。事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献という方向性を明確にし、活動を注力する領域として「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」の3つを重点領域として選定しています。

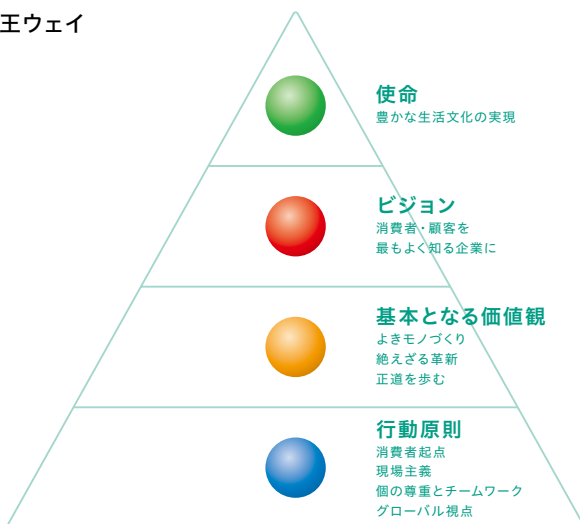
サステナビリティ活動を支える理念： 花王ウェイと花王サステナビリティステートメント

企業理念である花王ウェイの“よきモノづくり”が花王のサステナビリティ活動の原点です。花王ウェイでは「心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティに貢献すること」を花王の使命としています。この使命のもと、私たちは全員の熱意と力を合わせ、清潔で美しく健やかな暮らし

に役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客と共に感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供していくことを宣言しています。

これらに基づき、社会のサステナビリティへの貢献に向けた花王としての考え方、取り組むべき重点領域を明確にしたのが花王サステナビリティステートメントです。

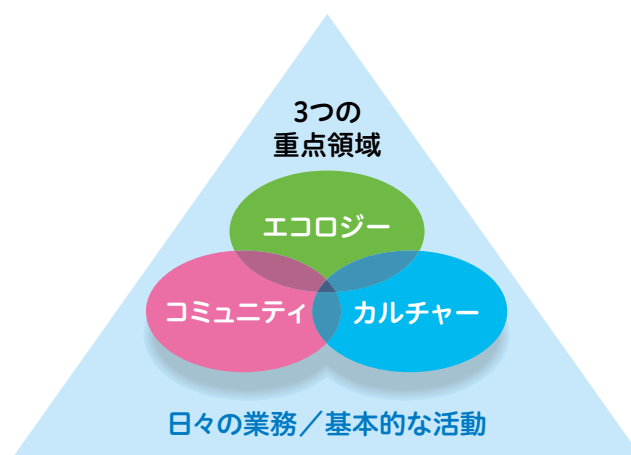
花王ウェイ



→詳細は「花王ウェイ」

<http://www.kao.com/group/ja/group/kaoway.html>

花王サステナビリティステートメント



花王サステナビリティステートメント

花王グループは、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、
 社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを使命としています。
 現在および未来において、革新的な製品やサービスを開発することで環境の保全や社会的課題の解決に努め、
 積極的にコミュニティに関わり、人々の健やかな暮らしに貢献します。

これらを実現するために、私たちは、この活動を支える社員一人ひとりに、
 能力を最大限に発揮できる場を提供し、ステークホルダーとともに健全な企業文化を構築します。

私たちは、社会に対する責任を果たし、持続可能な形で事業活動を発展させるために、
 「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」に注力してまいります。

3つの重点領域と取り組むべき分野

エコロジー

私たちは、環境宣言のもと、事業活動による環境負荷の低減を図るとともに、生物多様性に配慮し、社会全体と連携した環境活動を展開し、地球環境保全に努めます。

事業活動による環境負荷の低減

私たちは、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品がかかわるライフサイクル全般にわたって、事業活動における環境負荷を把握し、その低減を図ります。

ステークホルダーと連携した環境活動

私たちは、お客さま、ビジネスパートナー、社会と“いっしょにeco”をテーマにした環境活動を広く行なっています。

コミュニティ

私たちは、事業活動や社会的活動を通じて、世界のコミュニティの課題の解決に貢献していきます。

事業を通じたコミュニティへの積極的な関わり

私たちは高齢化・健康、衛生等の社会の課題の解決にむけ、人々に健やかな暮らしを提案する製品を提供することで消費者とのきずなを築いていきます。

社会的活動を通じたコミュニティとのパートナーシップ

私たちは、地域の人々により良い暮らしをもたらすことに社会といっしょに取り組めます。また社員のボランティア精神の醸成を促進し、それぞれの社員がコミュニティと関わることを支援していきます。

カルチャー

花王のサステナビリティ活動を実行していくために最も大切な資源は人です。私たちは、ビジネスパートナーと共に誠実な事業活動を行ない、社員の多様性を尊重し、常に製品と仕事の改善・改革を推進し、社会に新たな価値をもたらします。

健全な事業活動

私たちは、創業者から受け継がれた「正道を歩む」の精神を大切にしながら日々の業務に取り組むことで、グローバル社会で信頼を獲得することを目指します。そのために、経営者から全従業員および社外のビジネスパートナーにいたるまで、健全な事業活動を促進していきます。

ダイバーシティ&インクルージョン

多様な社員一人ひとりを尊重し、全員の能力と熱意を最大限に発揮できる風土をつくります。

社会的課題と花王のアプローチ

花王は、事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献をより効果的に推進していくため、取り組むべき課題をさらに明確に絞り込む議論を進めています。

1. これまでの経緯

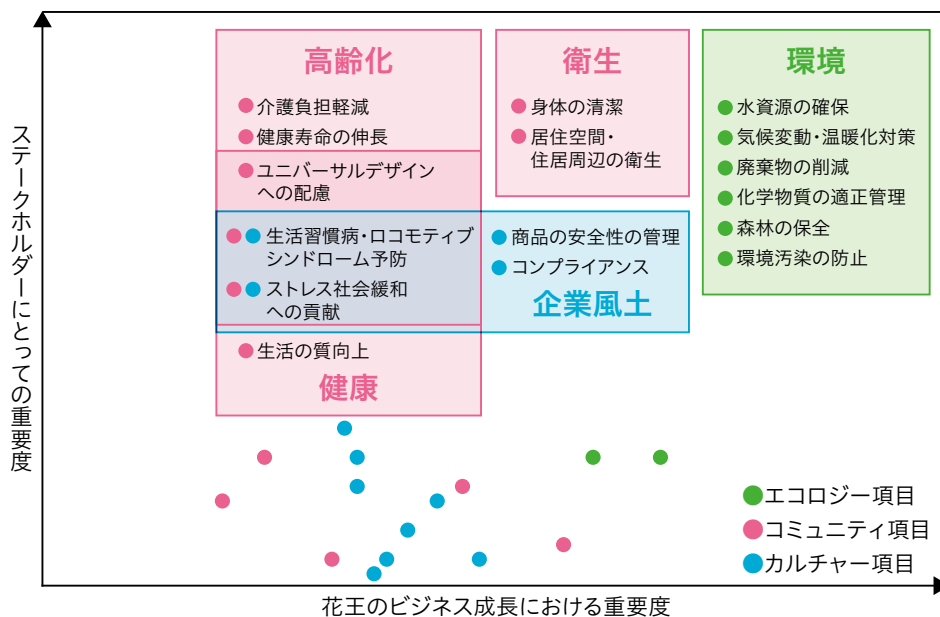
花王は2013年に策定した花王サステナビリティステートメントにおいて、「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」を3つの重点領域に定めていますが、社内外の環境変化や社会的課題の変化を踏まえ、取り組むべき課題をさらに絞り込むため、議論を進めています。

2. 花王をとりまく状況

花王では、2017年から新たな中期経営計画「K20」がスタートしました。K20では、長期ビジョンの実現に向け、社会的課題の解決へさらなる貢献をめざしていくことを明確に示しています。

一方、社会では2015年に、温暖化対策の世界的枠組みであるパリ協定や、世界の課題に対してグローバル社会全体で取り組む目標としてSDGsが採択されるなどサステナビリティに関連する重要な国際的合意がなされ、新たな目標に向かい、世界中でさまざまな取り組みがスタートしています。また、日本では実効的なコーポレートガバナンスの実現のための主要な原則を取りまとめた「コーポレートガバナンス・コード」の適用が開始されるなど、健全な企業運営の重要度も高まっています。

重要項目マトリックス



3. 課題の分析

課題の絞り込みにあたっては、ISO26000（社会的責任に関する手引き）、GRI（サステナビリティ・レポート・ガイドライン）、SDGsなど、さまざまな国際的ガイドラインやフレームワークが示す社会的課題をベースに約70項目をリストアップし、花王グループの課題解決への貢献の可能性、ビジネスへの影響、花王の強みなどを踏まえ、30項目に絞り込みをしました。

さらに、これらの項目を、事業部門、経営戦略、研究開発、購買、販売など社内の幅広い部門との議論と、事業成長やリスク管理、環境・社会面を踏まえ、「ステークホルダーにとっての重要度」と「花王のビジネス成長における重要度」の2軸で整理しました。

4. 社内関連部門での議論

整理された各課題項目やその位置づけ、さらには社内外の環境変化、サステナビリティ委員会などでの議論を通じ、「環境」「健康」「高齢化」「衛生」の4つの社会的課題が花王グループが取り組むべき重要課題であると確認されました。また、社会的課題解決の推進を支える「企業風土」の醸成も、重要な課題として確認しています。

花王サステナビリティステートメントの重点領域において、「環境」はエコロジー、「健康」「高齢化」「衛生」はコミュニティ、「企業風土」はカルチャーに対応しています。

事業活動を通じたSDGsへの貢献

2015年、国連総会で、国際社会が社会課題の解決に向け取り組むことをめざすSDGs(持続可能な開発目標)が掲げられました。この17の項目からなる目標は、企業を含むすべての組織においてその達成に向けた行動が要請されており、花王グループもサステナビリティへの取り組みを通じて目標の達成に寄与していきたいと考えています。

特に、花王サステナビリティステートメントの重点領域に対応する3、5、6、12、13、16の目標に対して、花王グループの事業活動がどのような影響を与え、どのような寄与ができるのかを明確にし、取り組みを進めていきます。

事業活動を通じたSDGsへの貢献

花王が注力すべき
4つの社会的課題

花王サステナビリティステートメント
3つの重点領域

寄与するSDGs目標



地球環境
への貢献

エコロジー

- ・事業活動による環境負荷の低減
- ・ステークホルダーと連携した環境活動



12 つくる責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



健康領域
での貢献



高齢化社会
への対応



衛生領域
での貢献

コミュニティ

- ・事業を通じたコミュニティとの積極的な関わり
- ・社会的活動を通じたコミュニティとのパートナーシップ



3 すべての人に
健康と福祉を



6 安全な水とトイレ
を世界中に

カルチャー

- ・健全な事業活動
- ・ダイバーシティ&インクルージョン



5 ジェンダー平等を
実現しよう



16 平和と公正を
すべての人に

サステナビリティ推進体制

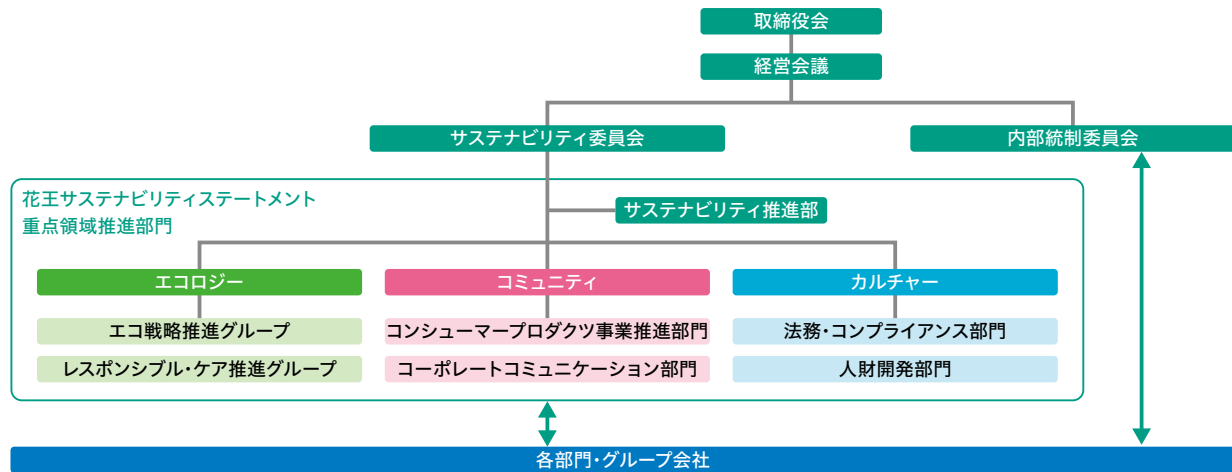
代表取締役 社長執行役員を委員長とするサステナビリティ委員会を設置して、花王グループのサステナビリティに関する活動の方向性を定めて推進しています。委員会では、必要に応じて体制の整備や推進計画の策定・更新を行ない、定期的にそれらを評価することで、グループ全体の活動も向上させています。

2016年のサステナビリティ委員会は、1月、4月、8月、11月に計4回開催しました。代表取締役3人に加え、研究開発部門、SCM部門、人財開発部門、品質保証本部、国際事業統括部門、

会計財務部門、コーポレートコミュニケーション部門、経営サポート部門の各執行役員も委員として出席し、最適な花王グループのサステナビリティ方針・戦略および取り組みについて討議を行なうとともに、推進計画の実行状況を確認しました。

3つの重点領域においては、それぞれの担当部門が責任を持って、目標を設定し、PDCAサイクルの運用により、グループ全体の活動をマネジメントしています。

重点領域活動の推進体制



社員への啓発

花王サステナビリティステートメントに基づいた活動を進めるためには、グループ社員全員がその考え方を十分に理解する必要があります。そのために2013年の花王サステナビリティステートメント発表以来、さまざまなアプローチで社員への啓発活動を行なっています。

2013年から、イントラネット上でサステナビリティの考え方や関連情報を発信しており、2015年からは国内外すべてのグループ会社で閲覧が可能となりました。グローバル一体となったサステナビリティ活動推進に向けた土台づくりのため、情報共有を進めています。

イントラネット上での啓発

イントラネットに、花王サステナビリティステートメントの理解を助ける情報を掲載しています。

各部門のリーダーにサステナビリティについての考えを寄稿してもらった「サステナビリティリレーエッセイ」を年4回、サステナビリティに関連する社会動向や自社他社の取り組みをわかりやすく紹介する「サステナ3分ウォッチング」を毎月、掲載しています。

これらは、海外グループ会社のイントラネットでも、日本と同じ情報を英語で同時掲載しています。

人事部門主催の研修を通じた啓発

花王のサステナビリティの考え方は、日々の業務を行なう上で周知しておかなくてはならない事項であるとの認識から、人事部門が主催する各種研修のプログラムにサステナビリティの単元を組み込んでいます。

2014年より、海外へ赴任する前の海外トップマネジメント研修で、サステナビリティの講義を実施しています。2016年までに11人が個別に受講しました。

さらに2016年より、新入社員導入時研修および中途入社社員向けのキャリア研修のプログラムで、サステナビリティの講義を実施しています。新入社員導入時研修では、日本のグループ会社

の4月入社社員498人が受講しました。キャリア研修は年2回実施し、10月には78人、2017年2月には13人が参加しました。

また、海外グループ会社へ入社する社員向けのグローバル入社オリエンテーションプログラムにも、サステナビリティの考え方に関するコンテンツが組み込まれています。

社内報での紹介

花王グループの全社員向けに日本語・英語併記で年4回発行している社内報「KAO FAMILY」で、社員の花王サステナビリティステートメントの理解に役立つ記事を掲載しています。

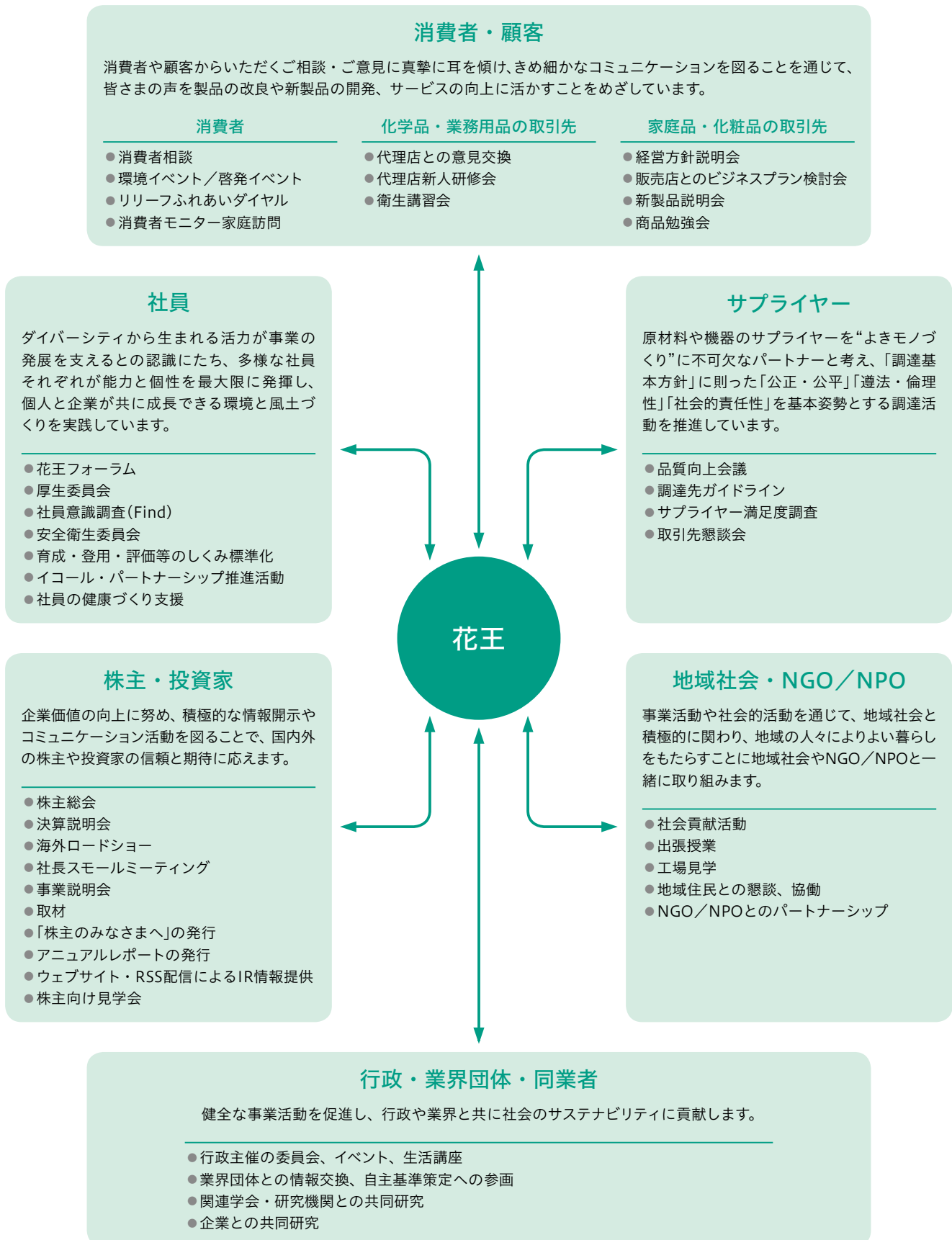
2013年のステートメント発表直後には、策定の背景や詳細内容の特集。2014年から毎年継続し、2016年も3つの重点領域での具体的な活動事例を紹介しました。今後も継続して紹介していきます。



社内報「KAO FAMILY」での紹介

ステークホルダーコミュニケーション

花王はステークホルダーとの対話を通じて社会の要請を収集し、活動内容と目標の策定に反映しています。





子どもたちの笑顔と成長を応援

毎日の暮らしの中で、 子どもたちを守る 清潔習慣づくり

清潔の習慣は、健やかに成長するためにも、小さい時から身に付けることが大切です。特に「手」は、いろいろな場所を触ったり、食べものを口に運んだりするため、常に清潔に保ちたい部分。さらに、学校のような集団生活を送る場所では、お互いに「手」から、汚れや菌をうつしあってしまいます。そこで花王は、小さな子どもでもきちんと汚れを落とせるハンドソープを開発し、手をきれいに洗うコツを歌で覚えてもらう出張授業を継続して実施しています。

子どもたちの清潔のための“よきモノづくり”

従来、主流だった液体タイプのハンドソープは、子どもたちにとっては手のすみずみまで泡を広げることが難しいものでした。そこで2004年、花王はポンプを押すだけで泡が出て、弱酸性でやさしく洗えるハンドソープを発売しました。以来、子どもの小さな手でも使いやすい形状のポンプにしたり、しつこい油汚れを落としやすくしたりする改良を進めています。

しかし、このように子どもたちに使いやすい製品があっても、実際の手洗いの様子を調査すると、ほとんどの子どもたちが手をきちんと洗えていないことがわかりました。そこで花王は、正しい手の洗い方を知ってもらうための出張授業「手洗い講座」を開発し、2009年から実施しています。



泡立てが苦手な子どもでも、簡単に手のすみずみまで広げられる泡で出てくるハンドソープ

「手洗い講座」のポイント

歌で洗い方のコツを覚える

正しく手を洗うには、ハンドソープを使って、手のひら、手の甲、指の間、手首など手のすみずみまで40秒以上かけて洗う必要があります。そこで花王は、正しく手を洗うための6つのポイントを歌にした「あわあわ手あらいのうた」をつくりました。歌に合わせて、順番にポーズをとって手を洗うと、手全体をきれいに洗うことができます。

この歌は、花王のウェブサイトでは動画やポスターなどで公開しており、学校や社会福祉施設・病院などでの教育にも使われ、多くの子どもたちに知られています。



手を洗う6つのポイントを楽しく歌で習得



クラス全員が実習に参加

「手洗い講座」は小学校の低学年を対象に、毎年約100校で実施しています。講座では、まず手を洗うことの大切さを学び、「あわあわ手あらいのうた」を歌いながら手の洗い方を覚えます。その後の実習では、クラス全員が汚れに見立てた塗料を手全体につけてから手を洗い、残った汚れを確認することで、洗うのが苦手な場所を見つけます。こうして「ちびっこ手洗い名人」となった子どもたちは、今度は家族をはじめとする周りの人にも、正しい手洗いを伝えていきます。

花王では、この出張講座以外にも、先生を通じて子どもたちへ手洗いの大切さを啓発する教材を用意しており、これまでに、日本の小学校の半数にあたる約1万校に提供しています。



正しい手洗いのポーズを学んでから実習

社員が講師として参加

「手洗い講座」には、必ず花王グループの各社・各部門から複数の社員が講師として参加します。そこには、45分間という限られた時間の中で、実際に製品を使って、子どもたち一人ひとりをきちんと指導し、楽しくきれいになってもらいたいという思いが込められています。

講師として「手洗い講座」を体験した社員たちは、子どもたちの笑顔を見て、たくさんの気づきを得ています。製品を提供することは、正しい使い方も伝えてこそ意味があること。社会に役立つ“よきモノづくり”とは何なのか、自分の役割として考えること。社員一人ひとりが持ち帰った思いは、それぞれの現場で活かされています。



教室に戻る子どもたちと社員がきれいになった手でハイタッチ

世界に広がる「手洗い講座」

「手洗い講座」は、台湾、タイ、インドネシアなど海外でも実施しています。一人でも多くの子どもが清潔で健やかに成長するために、花王はこれからも「手洗い講座」を広げていきます。



台湾の小学校での「手洗い講座」

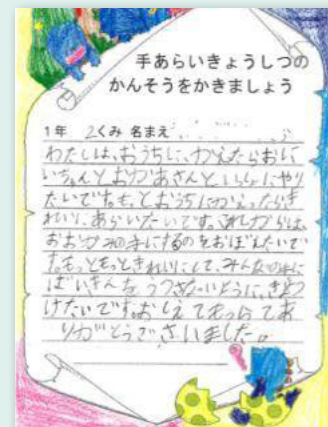
Voice

子どもたちの声

訪問した小学校の子どもたちから、お礼のお手紙や絵日記をいただきました。

「わたしは、おうちにかえったらおにいちゃんとおかあさんといっしょにやりたいです。(中略)もっともっときれいにして、みんなの手にばいきんをうつさないようにきをつけたいです」

「てあらいのべんきょうをしました。てあらいをするうたのところがたのしかったです。てあらいのうたをおぼえてうちでもやります」



担当者の声

「子どもに対する使いやすさ、肌へのやさしさ、汚れの落としやすさも考慮しながら、さらなる改良を進めていきます」

「製品は、その役割と使い方が正しく伝わることで、その価値が向上すると考えています。『手洗い講座』は、子どもたちに向けてそれを具現化する活動だと考えています」





子どもたちの笑顔と成長を応援

6年分のありがとう。 小学校卒業前の大そうじ。

花王は、卒業を迎える全国の小学校6年生の児童たちが、6年間を過ごした学校や、お世話になった人々たちへの感謝を込めて、これからも学校を使う在校生のために学校をきれいにする活動を応援しています。

物を大切にするための“よきモノづくり”

花王は、毎日のそうじでは落としきれない、住居の気になる水あかや石けんかす、黒ずみなどの蓄積汚れを手軽に落として、輝きをよみがえらせるおそうじシートを2014年に発売しました。水をつけて磨くだけで汚れをはがしとり新品のような輝きをよみがえらせる、特殊な繊維でできたシートです。物があふれ、物に対する思い入れが薄れている時代に、気持ちを込めて磨くことで、あらためて物を大切にする心を伝えたいと、ブランド担当者は語ります。

このシートを使って、卒業を迎える小学校6年生の児童たちが、お世話になった学校の大そうじに取り組んでいます。



新品のような輝きをよみがえらせる、おそうじシート

6年分のありがとう。小学校卒業前の大そうじ。

「卒業前の大そうじ」のポイント

6年間を振り返りながら磨く

この活動は毎年3月に実施しており、90分で学校の大そうじを行ないます。児童一人ひとりにおそうじシートを配布し、担当箇所を決めています。毎日の学校生活の中で、知らず知らずに汚れが溜まっていた、蛇口やシンクなどの水回りや、窓のサッシやロッカー、扉などの汚れを、児童たちは何人かの班となり、シートを使ってピカピカに磨き上げていきます。

6年間という長い期間を過ごした小学校には、さまざまな思い出が詰まっています。教室や理科室、家庭科室といった、たくさんの手がふれてきた場所、いろいろなことを学んだ場所を磨いていると、今までのことが次々と思い出されます。

大そうじが終わると、磨き上げられ輝いている学校以上に、子どもたちの顔が輝いています。



「磨く」楽しさに笑顔があふれる

「ありがとう」のおそうじ

この活動は、学校の汚れを落とすことだけが目的ではありません。

おそうじをしながら思い出される6年間のさまざまな出来事を通じて、お世話になった学校や先生をはじめとした成長を見守ってくれた人たちに、あらためて感謝する機会ともなっています。さらに、これからも学校で毎日過ごす在校生のために「きれいな学校を引き継ぐ」という、社会の一員としての役割に気づく機会にもなっているのです。



6年間を過ごした学校への感謝の気持ちがわいてくる

子どもたちの笑顔と成長のために

これからも花王は、きれいにする事の大切さや楽しさを子どもたちに積極的に伝え、子どもたちの笑顔と成長を応援します。

Voice

校長先生から

東京都豊島区要小学校 校長 川合一紀先生

2016年、当校は初めてこの活動を実施しました。思いを込めて磨くことを通じて、次に使う人の立場に立って物事を考え、いつも使っていた物や場所、それを支えてくれている人たちに思いを至らせ、感謝することのきっかけとなっているように思います。これからも、卒業前の恒例行事にしていきたいと考えています。



担当者の声

「2016年に135校から始めたこの活動は、2017年3月には741校にまで広がりました。今後も積極的に活動を推進していきたいです」

「きれいになったことが目に見えてわかり、そうじの楽しみを実感できるのがおそうじシートの特長のひとつ。児童に楽しみながらそうじをしてもらいたいです」



マジックリン「卒業前の大そうじ 要小学校」ドキュメント映像
<https://www.youtube.com/watch?v=yMHZmVQ8b5s>

主なサステナビリティ指標

重点領域：エコロジー

マテリアリティ	めざす姿	項目	実績					目標		SDGs ※7
			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020	
環境	事業活動による環境負荷を最小化し、自然環境の持続可能性に貢献									
	CO ₂ 排出量の削減率※1									
		(スコープ1・2)	▲21%	▲27%	▲28%	▲29%	▲30%	▲31%	▲35%	12,13
		(消費者向け製品、全ライフサイクルベース)	▲10%	▲14%	▲15%	▲17%	▲14%	—	—	
		(日本における消費者向け製品、全ライフサイクルベース)	▲17%	▲18%	▲16%	▲17%	▲16%	—	▲35%	
	水使用量の削減率※1									
		(花王グループ工場、オフィス全拠点)	▲29%	▲33%	▲38%	▲43%	▲42%	▲38%	▲40%	6,12
		(消費者向け製品、全ライフサイクルベース)	▲15%	▲16%	▲18%	▲21%	▲17%	—	—	
		(日本における消費者向け製品、製品使用時)	▲20%	▲22%	▲22%	▲24%	▲22%	—	▲30%	
	廃棄物等発生量の削減率※1									
		(花王グループ工場、オフィス全拠点)	▲24%	▲28%	▲27%	▲27%	▲25%	▲31%	▲33%	12
		“いっしょにeco”マーク表示製品売上比率※2	23%	25%	27%	28%	29%	—	—	6,9,12,13
		持続可能なパーム油の調達活動※3	—	—	—	PKO※3 ミルまで 追跡 完了※4	PKO ミルまで 追跡 実施中	PO※3 ミルまで 追跡	農園まで 追跡	15
		持続可能な紙・パルプの調達比率※5	—	—	—	96%	99%	—	100%	15
社会への環境コミュニケーションにより環境活動を推進										
	環境コミュニケーション累積人数※6	—	—	24万人	46万人	65万人	82万人	100万人	12	
SAICM推進活動を通じて化学物質の適正な管理を推進し、持続可能な社会に貢献										
	花王優先評価物質の安全性要約書の公開件数	—	—	—	7件 (累計 7件)	3件 (累計 10件)	3件 (累計 13件)	累計 20件	3,12	
	ケミカル製品のGPS安全性要約書の公開件数	12件 (累計 12件)	18件 (累計 30件)	47件 (累計 77件)	12件 (累計 89件)	18件 (累計 107件)	16件 (累計 123件)	累計 150件	3,12	

※1 原単位(売上高)、2005年基準

※2 日本における消費者向け製品、“いっしょにeco”マーク表示基準を満たした製品の売上比率
(http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_01.html)

※3 花王グループで使用するパーム油を農園まで追跡可能とする活動の進捗、PKO：パーム核油、PO：パーム油

※4 他社より購入せざるを得ない誘導体の中には、2015年末時点でミルまでのトレーサビリティが確認できていないものが残った

※5 花王グループで使用する再生紙または持続可能性に配慮した紙・パルプ、包装材料および事務用紙の購入比率

※6 出張授業、工場見学、環境イベントなどを通じた啓発者数、2014年からの累積人数

※7 SDGsの17目標中、花王グループの取り組みが寄与する目標の番号

重点領域：コミュニティ

マテリアリティ	めざす姿	項目	実績					目標		SDGs
			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020	
健康	健康啓発人数※8	肥満・生活習慣病を予防・改善し、健康的な社会の実現に貢献								3
		—	—	161万人	260万人	231万人	290万人	520万人		
衛生	清潔・衛生習慣に関する啓発人数※9	感染症などを予防し、衛生的な社会の実現に貢献								3,6,12
		—	—	612万人	754万人	764万人	1,000万人	1,200万人		
高齢化	ユニバーサルデザイン視点での改良品の累積数※10 ユニバーサルデザイン視点での改良実施率※10	高齢者の生活を支援し、心身共に健やかに年を重ねられる社会の実現に貢献								12
		420	1,303	2,066	2,876	3,585	—	—		
		41%	79%	80%	91%	71%	—	—		
コミュニティとのパートナーシップ	社外向け情報発信を通じた啓発件数	社会的活動を通じて地域の人々のより良い暮らしに貢献								17
		—	126件	79件	71件	67件	70件	80件		
		—	100件	71件	99件	59件	60件	80件		

※8 ウォーキングイベント・内臓脂肪測定イベント参加者数、QUPiO利用者数

QUPiO：100万人分におよぶ経年の健診データの集積と、東京大学との共同研究で得られた知見をもとに、健康増進・生活習慣病予防をサポートするためのプログラム

※9 日本およびアジアにおける、おむつ、手洗い、洗髪、清掃、洗濯、初経に関する啓発（啓発サンプリングや教育セットの配布含む）の対象者数

※10 ユニバーサルデザイン視点での改良品とは、接しやすさ（Accessibility）、安全（Safety）、使いやすさ（Usability）などの視点から改良した製品を表す。改良実施率は、新製品・改良品アイテム全数（品）に占めるユニバーサルデザイン視点での改良品数（品）比率。2015年までは日本国内、2016年からは日本および米州が集計範囲

重点領域：カルチャー

マテリアリティ	めざす姿	項目	実績					目標		SDGs
			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020	
健全な事業活動	花王グループ全体への「正道を歩む」精神の浸透・定着	BCGテスト実施率								16
		70.0%	86.5%	87.2%	96.4%	97.5%	100%	100%		
		重大なコンプライアンス違反件数※11								
ダイバーシティ & インクルージョン推進	社員の多様性尊重による、社員が生み出す価値の最大化	社員の多様性尊重による、社員が生み出す価値の最大化								5
		23.6%	27.7%	27.6%	27.5%	25.4%※12	—	30%※13		
		9.6%	10.5%	10.1%	10.4%	13.1%※12	—	15%※13		
		ダイバーシティ・マネジメント力の強化 マネージャー研修の累積受講率（日本）								
社員の健康づくりと安全な職場づくり	社員全員の健康意識（ヘルスリテラシー）、安全意識の向上	社員全員の健康意識（ヘルスリテラシー）、安全意識の向上								8
		健康増進プログラム参加延べ人数								
		1.55※16	0.74※16	0.54	0.61	0.67	0.26以下	0.10以下		

※11 花王グループの業務運営における重大な法令違反を社内にて定義して管理

※12 グループ一体運営の推進に伴い、2016年にマネジメントの定義を見直し

※13 特に2020年目標として設定しているものではないが、次のマイルストーンとして速やかに達成したい目標

※14 2016年からのマネージャー研修の累積受講率

※15 100万のべ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数（休業1日以上および体の一部または機能を失ったもの）

※16 グローバル生産・研究部門

2016年の活動報告

エコロジー P21

コミュニティ P74

カルチャー P109

ガバナンス P159

レスポンシブル・ケア活動 P183

外部評価 P189

独立保証報告書 P191

GRI/ISO26000対照表 P192

調査用インデックス P203

花王の環境への取り組み【DMA,LA10,PR3】

花王のアプローチ

花王は、“よきモノづくり”を通じて、豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティに貢献するため、原材料調達、開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルの全段階において、環境の保全と人の安全に十分な配慮をしています。

社会的課題と花王のアプローチ

現在、世界の人口は70億人を超え、2050年には約90億人となり、都市の人口比率も増加すると考えられています。

世界のエネルギー消費量は人口増や経済成長等に伴い、引き続き増加傾向が続くと予想されています。すでに、エネルギー消費や森林の伐採などの人間活動の影響により、大気中のCO₂濃度は産業革命以前の状態から大幅に上昇し、気候変動に伴う影響が地球規模で現れ始めています。また、すべての生物が生きていくために必要な水についても、人口増や人口密集に伴い、汚染や地域的・季節的な水不足などの課題が顕在化し始めています。

そこで花王は、原材料調達から開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルからなる製品のライフサイクル全体を通じて、消費者、ビジネスパートナー、社会など多様なステークホルダーの皆さまと協働でCO₂排出量や水使用量の削減などの取り組み

を進める“いっしょにeco”活動を推進しています。

また、化学物質を取り扱う企業としての責任を果たしながら、自然と調和する環境経営を推進しています。

一方、花王は、パーム油やヤシ油、パルプなど多くの天然資源を原材料として使用しているように、生物多様性の恵みを受けて事業を行なっています。事業活動における生物多様性への影響の低減はもちろん、社会活動においても生物多様性の保全に努めています。

このような考えのもと、花王は、CO₂、水、化学物質、生物多様性の4項目を環境の重要課題として認識しています。「世界の人々の豊かな生活文化の実現に貢献する」ことを使命とし、中・長期的な経営戦略として「環境への負荷低減をベースとしたモノづくり」を進めていきます。

方針

花王は、「環境」の基本理念と基本方針を定めており、さらにライフサイクルを通じた活動をさまざまなステークホルダーと共に実施していくことを「環境宣言」で表明しています。また、花王レスポンシブル・ケア方針で「環境保全」の活動方針を定め、活動しています。

さらに、排水規制や廃棄物処理に関する法令を遵守するために、各国で多くの経営資源を活用しています。

環境適合設計要領

製品設計においては、考慮すべき環境への影響および安全性を評価するための「環境適合設計要領」を整備しており、新製品・改良品の発売を決定する際には、本要領による確認を行なうことで、製品の機能・性能向上と環境負荷低減を図っています。本要領では、製品ライフサイクル全体におけるCO₂排出量を厳密に定量化し、既存の「基準製品」と比較して、その改善率を評価しています。

“いっしょにeco”マーク表示基準

さらに、基準製品よりライフサイクルCO₂排出量が低減し、かつ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認定基準を満たす“環境負荷の少ない製品”に対しては、“いっしょにeco”マークを表示しています。

- 環境安全の基本理念と基本方針
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03_02.html
- 環境宣言
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03.html
- 花王レスポンシブル・ケア方針
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_05_00.html
- 環境適合設計要領
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_00.html
- “いっしょにeco”マーク表示基準
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_01.html

体制

花王レスポンシブル・ケア方針および推進体制や活動については、右記のページに掲載しています。

→P183「レスポンシブル・ケア活動」

教育と浸透

花王の環境への取り組みについては、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」に定めており、その教育計画と実績は、BCGの啓発活動の計画と実績と同様です。

また「環境宣言」については、定期的に、新入社員研修や階層別の集合研修などで実施しています。本社担当部署が2016年に講師として実施した研修は15回、受講者数は462人でした。

一方、レスポンシブル・ケア(RC)推進体制下において、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おり、RC推進事務局は、46回、のべ622人(国内22回、468人/海外24回、154人)に対し、教育を実施しました。

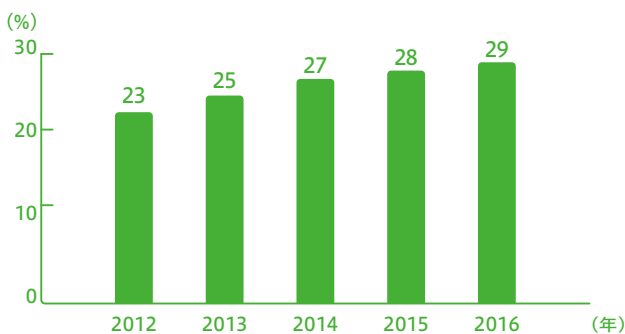
ISO14001などの環境マネジメントシステムを導入しているサイトにおいては、新入社員や配転者をはじめすべての社員を対象に年1回以上の教育を行なっています。

→P113「カルチャー>インテグリティ」

2016年実績

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。

“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

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_01.html

→“いっしょにeco”マーク表示製品一覧

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_02.html

CDP※による評価

- ・気候変動 : A-
- ・水 : A
- ・森林(木材) : A-
- (パーム油) : A-
- ・サプライチェーンエンゲージメント : A-

※ 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であり、気候変動、水、森林に関する情報開示を企業等に求める活動等を行なっている。

ステークホルダーとの協働

花王は、原材料調達から開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルなど、製品がかかわる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皆さまと“いっしょにeco”を推進していきます。

→P23「エコロジー>CO₂」

→P67「エコロジー>環境コミュニケーション」

CO₂【DMA,EC2,EN3,EN5-EN7,EN15-19,EN27,EN30,EN33】

花王のアプローチ

2015年のパリ協定において、地球の気温上昇を産業革命以前に比べて2°C未満に抑制するという目標に加え、さらに1.5°C以内という、より厳しい水準をめざす努力をするという長期の国際的な目標が合意されました。花王は、その目標を達成するための低炭素社会、さらには脱炭素社会の実現に向け、製品のライフサイクル全体でビジネスパートナーやお客さまといっしょに活動を進めています。

社会的課題と花王のアプローチ

国連の気候変動に関する政府間パネル(IPCC)による調査結果は、温暖化は疑う余地がなく、人間活動による影響が気候変動の支配的な要因である可能性が極めて高いことを示しています。

花王は、気候変動に伴う「リスク」を重要な経営課題と認識しています。一方、「リスク」に対し、温室効果ガス排出量を抑制する緩和と気候変動に対応するための適応に事業の「機会」があると認識しています。

規制によるリスクと機会

各国・地域の規制や政策の中には、省エネルギー基準、炭素税や排出量取引など、企業の事業活動そのものに影響を与えるものがあります。また、製品へのカーボンフットプリント表示など製品に影響を与えるものもあります。花王は、このような規制や政策そのものが、事業継続・成長におけるリスクになると考えています。

これら規制に対応するために、花王では各企業で行なわれているさまざまな省エネ活動や省エネに寄与する製品の提案を、各国・地域に行なっていくことで、事業の拡大を図っています。また、製品の環境負荷を算出するシステム導入を実施しています。

物理的影響によるリスクと機会

温暖化に伴い夏場の高温期間の長期化、気候変動の影響による台風の大型化や降水量の極端化などが、昨今顕在化してき

ています。こうした自然の変化に伴う対応や避けられない被災などは、事業運営におけるリスクです。

一方、物理的影響による機会は多く存在すると考えています。たとえば夏場の高温期間の長期化や降水量の極端化は、気温上昇に伴い消費が増える製品や節水製品の需要増につながります。このように、顕在化しつつあるニーズに対応する製品を各国・地域で提案していくことで、事業の拡大を図っています。

その他のリスクと機会

気候変動への取り組みが不十分であった場合、環境対応製品市場への参入が困難となったり、さまざまなステークホルダーの信頼が得られないなど、事業継続や成長におけるリスクになると考えています。

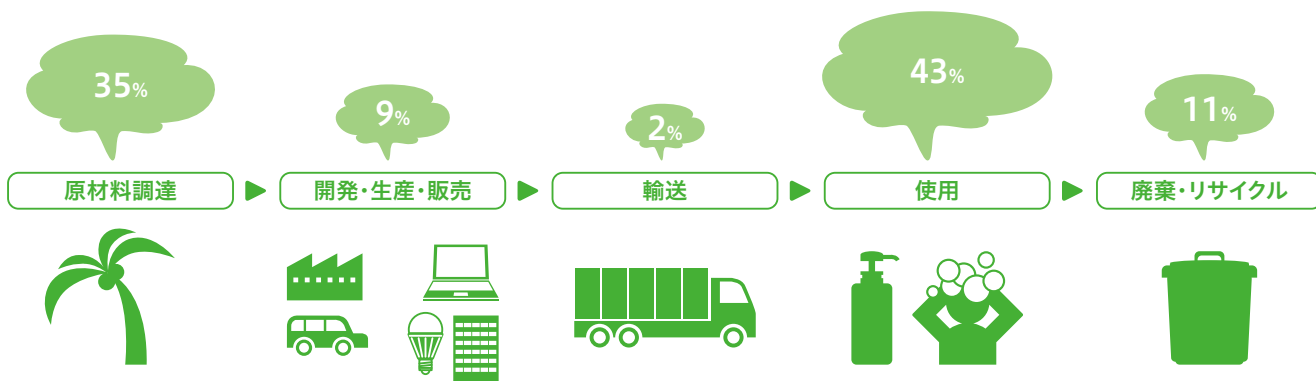
一方、より高価値の環境対応製品の提案を継続的に行ない市場を拡大していくことは、事業の拡大につながります。また、積極的な情報公開は、さまざまなステークホルダーの信頼感向上につながり、中長期的には、事業の拡大に寄与すると考えています。

そこで花王は、製品のライフサイクルを通じたCO₂排出量の削減を進め、SDGs目標7「すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する」、目標13「気候変動およびその影響を軽減するための緊急対策を講じる」への寄与に努めます。

方針

ISO14040シリーズ(ライフサイクルアセスメント：LCA規格)に則り算出した花王の製品ライフサイクルにおけるCO₂排出量の各段階における割合は、下図の通りです。

花王の製品ライフサイクル各段階で排出されるCO₂の割合



※ 2016年実績

内訳を見ると、開発・生産・販売や輸送といった花王の直接的な活動による排出量よりはるかに多いCO₂を、他の段階で排出しています。そこで花王は、自らの活動による排出量を削減するのはもちろんのこと、他の段階でのCO₂排出量を削減するために、お客さま、ビジネスパートナー、社会といったさまざまなステークホルダーと“いっしょにeCO”活動を進めています。

開発の段階においては、花王は、製品設計が製品ライフサイクル全体の環境負荷に大きく影響していることを認識し、考慮すべき環境への影響を把握するための「環境適合設計要領」を整備して、製品ライフサイクルにおける環境負荷算出を定量化する方法を定めています。そして、既存の「基準製品」と新たな「開発製品」のライフサイクル全体でのCO₂排出量を比較した「環境負荷改善

率」を評価し、製品の環境負荷低減を図っています。

生産・販売の段階においては、①よりクリーンなエネルギーを使用する、②使用するエネルギー量を削減する、③冷媒等の温室効果ガス漏えい量を削減する、という活動を進めています。

輸送段階においては、①一度に輸送する量を多くする(積載率向上、輸送車両の大型化)、②輸送距離を短くする、③よりクリーンな輸送手段を利用する、といった活動を進めています。

使用段階においては、節水・節電に寄与できる製品の開発・提案を進めています。

原材料調達、廃棄・リサイクル段階では、再生可能原材料やリサイクル材料の利用、省資源などの取り組みをサプライヤーと協働で進めています。

体制

製品ライフサイクル別の管理部門と関連するステークホルダー

製品ライフサイクル段階	花王における管理部門	関連するステークホルダー
原材料調達	研究開発部門、購買部門	サプライヤー 製造委託先
開発・生産・販売	マーケティング部門、研究開発部門、SCM部門、販売部門	地域社会 販売店
輸送	SCM部門、ロジスティクス部門	輸送会社 販売店
使用	研究開発部門	お客さま
廃棄・リサイクル	研究開発部門	社会システム

製品ライフサイクル全体のCO₂排出量は、レスポンシブル・ケア(RC)推進体制で管理しています。

スコープ1・2排出量が多い工場を管轄するSCM部門においては、全工場の省エネ担当者が所属する省エネ部会を年2回開催しています。部会では、各工場の省エネ活動の進捗管理、新技術や導入した技術の紹介および社内展開などを検討しています。

中長期目標

エネルギーと温室効果ガスに関する目標

項目	対象範囲	2016年 目標	2017年 目標	2020年 目標
エネルギー 使用量	花王グループ 全拠点	31%削減	32%削減	35%削減
温室効果 ガス排出量		30%削減	31%削減	35%削減
CO ₂ 排出量	日本花王グループ 消費者向け製品 ライフサイクル全体	—	—	35%削減

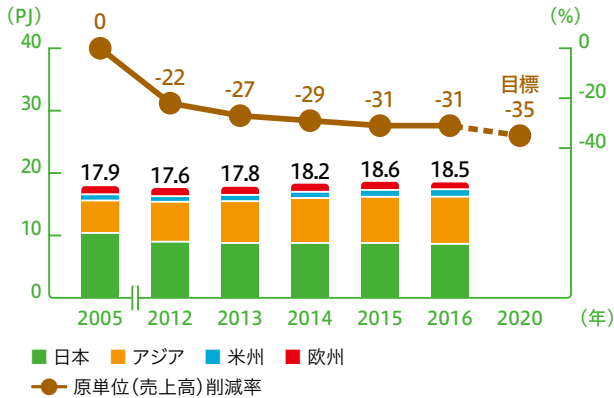
※ 売上高原単位(2005年比)

花王グループの全拠点におけるエネルギー使用量と温室効果ガス排出量の2020年削減目標は、少なくとも毎年1%の削減をめざし、2013年に設定しました。

日本花王グループ製品ライフサイクル全体を対象としたCO₂排出量の2020年削減目標は、当時の日本国がめざした削減目標に準じ、2009年に設定しました。

2016年実績

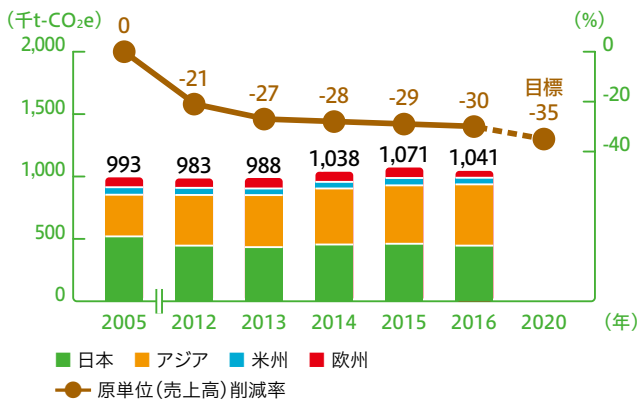
エネルギー使用量の推移★(全拠点)



■ 日本 ■ アジア ■ 米州 ■ 欧州
● 原単位(売上高)削減率

※ 集計対象拠点：花王グループの全拠点、営業車含む
※ 保証対象はエネルギー使用量
※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

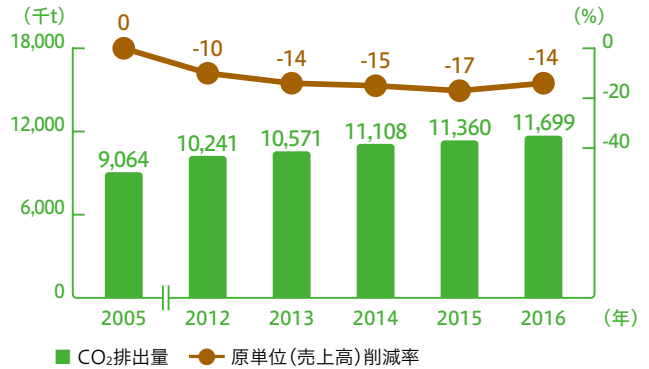
温室効果ガス排出量の推移★(全拠点)



■ 日本 ■ アジア ■ 米州 ■ 欧州
● 原単位(売上高)削減率

※ 集計対象拠点：花王グループの全拠点、営業車含む
※ 集計対象ガス：京都議定書に定める7ガス(日本以外の拠点はCO₂のみ)
※ 保証対象は温室効果ガス排出量
※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

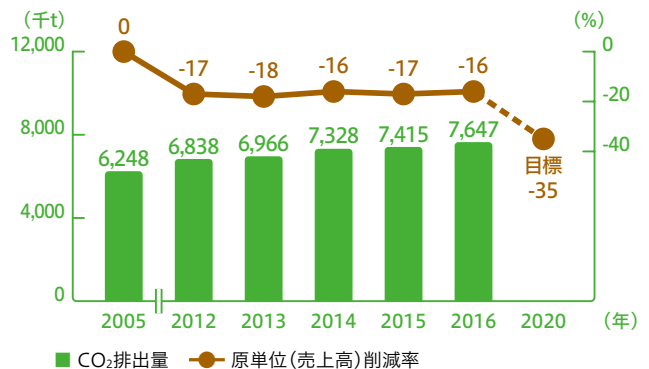
製品ライフサイクル全体のCO₂排出量の推移★(花王グループ)



■ CO₂排出量 ● 原単位(売上高)削減率

※ 主に日本国内および海外で販売した消費者向け製品1個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CO₂排出量に当該製品の年間の売上個数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CO₂排出量の実績値を合算したものです。ただし、産業界向け製品の使用および廃棄に関するCO₂排出量は含んでいません。
※ 保証対象はCO₂排出量および原単位(売上高)削減率
※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

製品ライフサイクル全体のCO₂排出量の推移★(日本花王グループ)



■ CO₂排出量 ● 原単位(売上高)削減率

※ 主に日本国内の消費者向け製品1個当たりの製品ライフサイクル(ただし、生産工程、物流工程を除く)を通じたCO₂排出量に当該製品の年間の売上個数を乗じて算出した値に、自社の生産工程、物流工程を通じたCO₂排出量の実績値を合算したものです。ただし、産業界向け製品の使用および廃棄に関するCO₂排出量は含んでいません。
※ 保証対象はCO₂排出量および原単位(売上高)削減率
※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。
※ 一部データを見直し、2013~2014年の数値を変更しています。

スコープ1 CO₂排出量の推移★ (千t-CO₂e)

	2014年	2015年	2016年
日本	283	276	272
アジア	277	286	291
米州	33	37	39
欧州	64	68	47
合計	658	667	649

スコープ2 CO₂排出量の推移★ (千t-CO₂e)

	2014年	2015年	2016年
日本	171	185	169
アジア	172	181	200
米州	19	22	14 ^{※1}
欧州	17	17	8
合計	379	405	391

※ スコープ別排出量はGHGプロトコルイニシアティブの定義に従う

スコープ1：企業・組織が自ら排出するGHG排出量

スコープ2：購入した電力・熱等の間接的なGHG排出量

※ 排出係数

スコープ1：原則として地球温暖化対策推進法で定める係数を使用しています。

スコープ2：原則として各国法規等の固有の係数を使用し、固有の係数を把握できない場合は、国際エネルギー機関(IEA)で公表されている国別係数を使用しています。

※1 2016年は電力の排出係数の見直しによる影響(前年比9千t-CO₂e減少)があります。

電気・蒸気等購入量の推移 (TJ)

	2014年	2015年	2016年
電気	6,967	7,447	7,272
熱	0	0	0
蒸気	66	88	132
冷却	0	0	0

※ 電気は、一次エネルギー換算熱量で算定しています(日本は受電端、日本以外は発電端基準)

燃料種別消費量の推移 (TJ)

	2014年	2015年	2016年
天然ガス	9,187	9,204	8,915
軽油	1,138	1,282	1,375
ガソリン	163	153	162
その他	274	123	111
廃植物油(熱回収)	633	555	517

スコープ3 排出量の推移 (千t-CO₂e)

	2014年	2015年	2016年
1. 購入した製品・サービス ^{※1} ★	1,949	2,037	4,134
2. 資本財の建設・建造	206	252	262
3. スコープ1・2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動	25	27	22
4. 輸送、配送(上流) ^{※1} ★	92	95	242
5. 事業から出る廃棄物 ^{※1}	22	24	47
6. 出張	4	4	4
7. 雇用者の通勤 ^{※1}	13	13	18
8. リース資産(上流)	0	0	0
9. 輸送、配送(下流) ^{※1}	54	59	94
10. 販売した製品の使用者による加工	123	100	113
11. 販売した製品の使用 ^{※1} ★	3,767	3,715	4,965
12. 販売した製品の使用者による廃棄 ^{※1} ★	1,071	1,106	1,317
13. リース資産(下流)	0	0	0
14. フランチャイズ	0	0	0
15. 投資	8	8	7
合計	7,345	7,450	11,225

※ 花王は、拠点の省エネ・廃棄物等削減活動と製品のライフサイクルに関係するカテゴリー1・3・4・5・11・12に重点を置いています。

※1 2016年から、集計範囲を日本花王グループから花王グループに拡大しました。

製品ライフサイクルCO₂排出量は、前年より339千トン増加し、原単位(売上高)削減率は3ポイント悪化の14%削減となりました(2005年比)。日本の消費者向け製品におけるCO₂排出量は、前年より232千トン増加し、原単位(売上高)削減率は1ポイント悪化の16%削減となりました(2005年比)。

花王グループの全拠点におけるエネルギー使用量原単位は前年と同じ31%削減、温室効果ガス排出量原単位は1ポイント改善の30%削減となり、それぞれ目標の31%削減、30%削減を達成しました。

ステークホルダーとの協働

- ・環境省が運営している「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム」に、これからサプライチェーン排出量の算定を始める企業の参考となるよう、取り組み事例を提供しています。
- ・国際化学工業協会協議会 (ICCA) に参加している一般社団法人日本化学工業協会が組織するLCAワーキンググループに委員として参加しています。カーボンライフサイクル分析 (c-LCA) に基づく自社の削減貢献事例の提供を行ない、世界の化学工業会の動向に応じた活動を行なうとともに、他社事例を学び自社の活動推進に活用しています。
- ・CDPが行なっているサプライチェーンプログラムに参加し、花王のサプライヤーに対し、CDPのプラットフォームを利用して気候変動に関する活動の報告を依頼するとともに、グローバルでの先進的サプライヤー管理手法の習得に努めています。
- ・容器包装の分野では、複数のサプライヤーと次世代の容器包装を協働で開発しています。
- ・輸送段階での取り組み
⇒詳細は「具体的な取り組み：輸送における取り組み」

具体的な取り組み

原材料調達における取り組み

サプライヤー

製造委託先

グローバル

- ・ 原材料をサプライヤーから輸送する際のCO₂排出量を削減するために、原材料納入量や頻度の適正化を随時図っています。
- ・ 原材料工程の負荷を下げるために、再生可能樹脂やリサイクル樹脂を使用した容器包装の積極的利用や、厚みの薄い段ボールを採用した製品を拡大するための取り組みなど容器包装の分野をはじめ、多くのサプライヤーの協力をいただきながら、製品開発を進めています。
- ・ サプライヤーが実施した削減活動を正確に評価するため、サ

プライヤーに花王向け製品のCO₂排出量を算出していただくことで、原材料のCO₂データの精度向上の取り組みを継続して実施しています。

- ・ サプライヤーの気候変動に対する取り組みを推進することを主目的に、CDPサプライチェーンプログラムに日本企業として初めて2009年から参加し、サプライヤーに対し温室効果ガス排出に対する情報開示と削減を依頼しています。

→P123「カルチャー>持続可能で責任ある調達」

開発・生産・販売における取り組み

地域社会

販売店

グローバル

開発段階における取り組み

花王は、製品を通じたCO₂排出量において、生産工程の10倍以上のCO₂を、製品設計が大きく影響する原材料調達・輸送・使用・廃棄・リサイクルという工程で排出しており、環境に与える影響を小さくするためには製品設計が非常に重要であると認識しています。そこで花王は、製品発売決定時に、製品ライフサイクル全体におけるCO₂排出量を含む製品の環境影響を「環境適合設計要領」に基づき評価しています。

さらに、基準製品よりライフサイクルCO₂排出量が低減し、かつ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認定基準を満たす、環境負荷の少ない製品に対しては、“いっしょにeCO”マークを表示しています。基準製品より大きくライフサイクルCO₂排出量を削減した製品の代表例として、「ハミングNeo」があります。

製品ライフサイクルにおけるCO₂排出量削減製品例



(左)ハミングNeo
(右)ハミングフローラルブーケの香り
⇒洗たく1回あたりの全ライフサイクルCO₂排出量を約47%削減

生産(工場・事務所・ロジスティクスセンター)における取り組み

1. 使用するエネルギーを削減する取り組み

高効率機器の導入、機器の効率的運用

2016年は、前年に引き続き、多くの工場において冷凍機やコンプレッサーなどのBPT (Best Practice Technologies) 機器への更新を実施しました。また、高圧空気を発生するコンプレッサーを複数台使用している工場においては、運転制御を高精度化するなどの効率的運用を推進しています。

工場・事務所においては、営業車のハイブリッド車への転換やエコドライブの推進、照明のLED化を引き続き積極的に推進しています。日本の各工場、ロジスティクスセンター、事務所において2015年から4年間の計画で蛍光灯をLEDに切り替えており、2016年末までに計画の67%の交換を完了し、年間2,240トンのCO₂排出量の削減に貢献しています。海外の工場をはじめとする各拠点でもこの活動を推進しています。

ムダなエネルギーの排除

花王の工場では、化学反応や洗浄、滅菌などを目的に、多くの蒸気を利用してしています。蒸気利用の効率化をめざし、スチームトラップのメンテナンス強化や蒸気の回収量向上などを継続的に実施しています。

また、タンク保温温度の低下、運転時間の短縮などの、現場に根差した改善活動を積極的に推進しています。

営業拠点の統廃合、活動の効率化による営業車数の削減も継続的に実施しています。

こうしたコスト削減にもつながった省エネ活動事例は2016年全体(日本工場・事務所)で199件あり、CO₂削減量とコスト削減額はそれぞれ年間で約2,900トン、約1億円となっています。

2. よりクリーンなエネルギーを利用する取り組み

燃料のクリーン化

気体燃料、特に天然ガスがクリーン燃料であることから、インフラの整っているすべての工場において、天然ガスを使用しています。石炭を使用している工場はありません。

再生可能エネルギーの利用

花王(株)和歌山工場や厚木ロジスティクスセンターなど花王所有の工場(ロジスティクスセンター含む)に太陽光パネルの導入(総発電量459MWh)を開始しています。また、工場においては、新設建屋への太陽光発電導入検討を行なっています。さらに、再生可能電力の購入も欧州から開始しており、ドイツ花王化学やイギリスのモルトンブラウンなど4子会社において、すべての購入電力(29.7GWh)を再生可能エネルギー由来に置き換えています。これらの再生可能エネルギー電力の利用により、14.2千トンのCO₂排出量を削減しました。

低GHG排出係数電力の利用

購入電力の使用に伴うCO₂排出量を削減するために、電力の購入先を選定する際、GHG排出係数を考慮に入れています。

3. 冷媒等の温室効果ガス漏えい量の削減

冷媒は、温暖化係数が非常に大きいことから、その漏えい量を削減するために機器の定期点検を実施するとともに、新規導入する冷凍機については、該当する設備がある場合は、温暖化係数が低い冷媒を使用した機器を導入することとしています。2016年は、花王(株)鹿島工場と花王サニタリープロダクツ愛媛(株)に計3台の機器を導入しました。

これらの活動の結果、花王のスコープ1、2排出量は、前年に対しそれぞれ18千トン、14千トン削減しました。

輸送における取り組み

輸送会社等

販売店

グローバル

1. 一度に輸送する量の拡大

積載率を向上するために、製品のサイズ変更、パレットレス運搬などの取り組みを継続的に実施しています。また、車両の大型化、効率的な運搬ルートへの転換を積極的に行なっています。

2. 輸送距離の短縮化

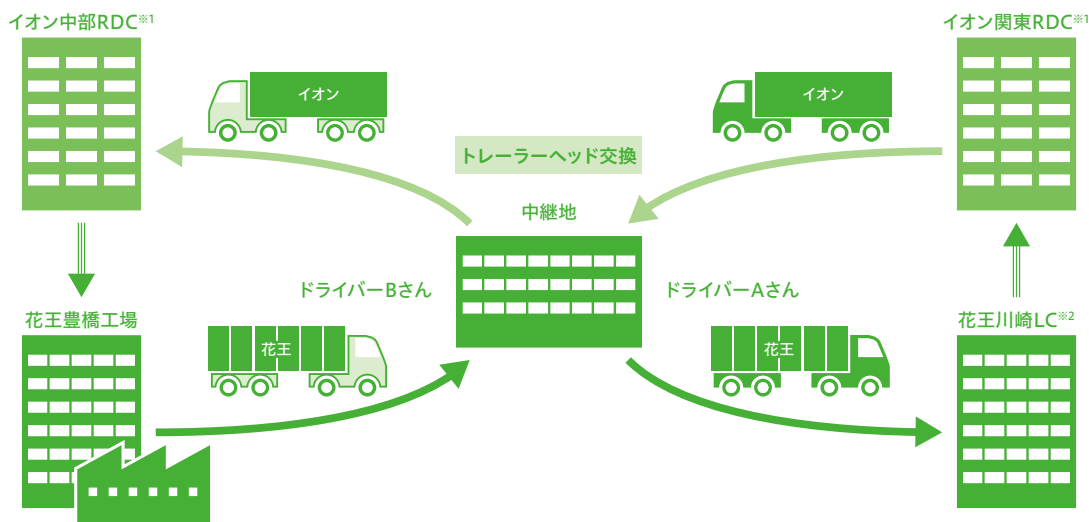
生産工場の最適化やロジスティクスセンターの移設などの検討を継続的に実施しています。

3. よりクリーンな輸送手段の利用

トラックから鉄道・船というCO₂排出量の少ない輸送手段への転換(モーダルシフト)などの取り組みを進めています。

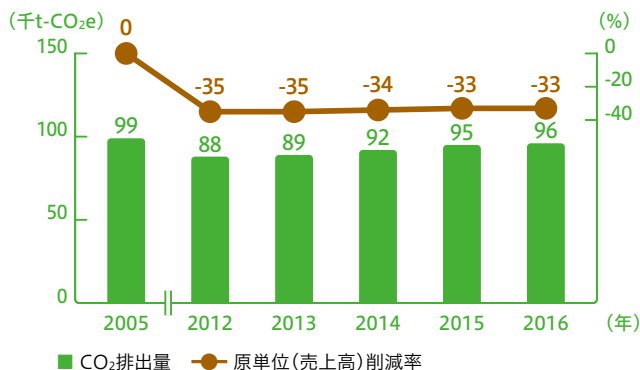
イオン株式会社の連結子会社で物流を担うイオングローバルSCM株式会社との間で、首都圏と中部圏でトレーラー(積荷)を交換し出発地に戻る中継輸送方式を、異業種企業間としては日本で初めて採用しました。これにより、全体としてCO₂排出量は27.5%削減され、運賃コスト25%の削減を見込んでいます。この取り組みは、経済産業省の定める「グリーン物流パートナーシップ優良事業者表彰」において、「経済産業大臣表彰」を受賞しました。

花王とイオンによるトレーラーの中継輸送



※1 RDC：地域配送センター
 ※2 LC：ロジスティクスセンター

輸送時のCO₂排出量の推移★(国内)



※ 集計対象：花王(株)および(株)カネボウ化粧品
 ※ 保証対象はCO₂排出量
 ※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

2016年の日本国内における輸送時のCO₂排出量は96千トンとなり、排出量原単位は、33%削減(売上高原単位、2005年比)となりました。

使用における取り組み

お客さま等

グローバル

花王の製品には、コンシューマープロダクツ事業における衣料用洗剤、食器用洗剤、シャンプーや、ケミカル事業における鉄鋼用洗剤・リンス剤など、使用時に水を消費するものが多くあり、その上水・下水処理工程においてエネルギー消費により多くのCO₂が発生します。なかでも食器用洗剤やシャンプーなど使用段階でお湯を使用する製品は、お湯を沸かすためにさらに多くのCO₂が発生します。そこで花王は、使用段階におけるCO₂排出量を削減するために、お湯を含む水使用量の少ない節水製品や、使用水温度を低くしても同等の性能を發揮できる製品の開発を積極的に進めています。

また、使用時の電力消費削減に貢献する製品の開発も推進しています。たとえばコンシューマープロダクツ事業における「エッセンシャル」シャンプーは、髪表面のキューティクルを薄くコー

ティングして髪のからまりをふせぎ、乾燥時のドライヤーの風の通りをよくすることで、洗髪後のドライヤーによる乾燥時間を短縮することができます。

ケミカル事業における複写機・プリンターで使用されるトナーは、従来より低い温度でトナーを紙に定着させることができます。

2014年には、株式会社ブリヂストンと共同で高機能タイヤ用ゴム材料を開発しました。花王の界面制御技術と、ブリヂストンの基盤材料技術を融合し開発したものです。これにより、CO₂排出量削減につながる低燃費性能と、濡れた路面でのグリップ性能をより高い次元で両立することができました。

→P91「コミュニティ>法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)」

廃棄・リサイクルにおける取り組み

社会システム

グローバル

廃棄・リサイクル段階におけるCO₂排出は、主におむつなどの使用済み製品の焼却や、使用済み容器包装の焼却などがあります。

そこで花王は、おむつなどの製品では使用する材料を削減するアプローチを、容器包装については4R[※]の視点でのアプローチを行っており、カーボンニュートラルであるバイオプラスチックの導入も積極的に進めています。

※ 4R

Reduce (削減)、Renewable (再生可能)、Reuse (再利用)、Recycle (再資源化)

→P59「エコロジー>容器包装」

水【DMA,EN8,EN9,EN22,EN24,EN26,EN27,EN29,EN33,SO8】

花王のアプローチ

花王は、生産活動における水管理のみならず、サプライヤーにおける水管理もまた、安定した生産活動に必要であると考えています。花王の製品の多くは使用時に水が必要で、使用後の排水は河川に流れていくことから、水使用量が少なく、排水が環境に与える影響のより少ない製品の提供を積極的に進めています。

社会的課題と花王のアプローチ

SDGsの目標6「すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する」を達成するために、水の使い方を改善することや、きれいな水を提供するために水質を管理することが世界で合意されています。

花王は、都市部の人口増や自然由来の水不足や水汚染による利用可能な水の不足や洪水などの「リスク」を重要な経営課題と認識しています。一方、「リスク」に対し、水利用量を抑制する「緩和」と水リスクに対応するための「適応」を「機会」と認識しています。

規制によるリスクと機会

各国・地域の規制や政策には、取水制限や排水規制など、製造業の事業活動そのものに影響を与えるものがあります。また、製品使用時の水使用量制限や製品へのウォーターフットプリント表示など、製品に影響を与えるものもあります。花王は、このような規制や政策そのものが、事業継続や成長におけるリスクになると考えています。

これら規制に対応するために、花王では自社工場における水使用量の削減活動をいち早く開始するとともに、節水型製品の提案を、各国・地域に広く行なっていくことで事業の拡大を図っています。また、製品の環境負荷を算出するシステム導入を実施しています。

物理的影響によるリスクと機会

都市部の人口増や、気候変動の影響に伴う降水量の極端化

による渇水など、1人当たりの水の利用可能量の減少が昨今顕在化しています。また気候変動による台風の大型化や、降水量の極端化による洪水、津波などの避けられない自然災害は、事業運営におけるリスクです。

一方で、物理的影響による機会は、コンシューマー事業で多く存在すると考えています。たとえば水利用可能量の減少に対応するための節水型製品など、顕在化しつつあるニーズに対応する製品を、各国・地域で提案していくことで、事業の拡大を図っています。

その他のリスクと機会

花王は、製品使用後の排水による水汚染を極小化する製品提案と、上述の水リスクへの取り組みを事業継続や成長に不可欠なものとしてとらえています。それらの取り組みが不十分であれば、環境対応製品市場への参入が困難となり、ステークホルダーからの信頼を得られないなどのリスクが生じると考えています。

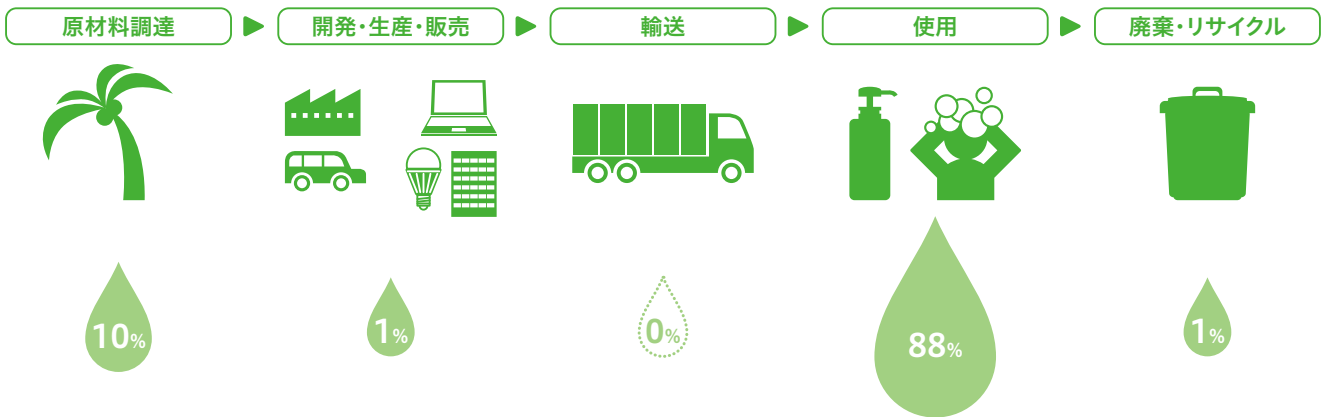
一方、より高価値の環境対応製品の提案を継続的に行ない、市場を拡大していくことは、事業の拡大につながります。また積極的な情報公開は、さまざまなステークホルダーの信頼向上につながり、事業の拡大に寄与すると考えています。

そこで花王は、製品のライフサイクルを通じた水使用量の削減を推進しています。また、工場からの排水に含まれる化学物質の削減や製品使用後の排水が環境に与える影響の調査などを行なっています。

方針

ISO14040シリーズ(ライフサイクルアセスメント：LCA規格)に則り算出した、花王の製品ライフサイクルにおける水使用量の各段階における割合は、下図の通りです。

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



※ 2016年実績

内訳を見ると、開発・生産・販売や輸送といった花王の活動における水使用量よりはるかに多い水を原材料調達と使用の段階で使用しています。そこで花王は、自らの活動における水使用量・環境影響を削減することはもちろんのこと、原材料調達と使用の段階での水影響も少なくするために、お客さま、ビジネスパートナー、社会といったさまざまなステークホルダーと“いっしょにeco”活動を進めています。

サプライヤーとの取り組み

サプライヤーの水リスク管理の推進と水使用量の削減を促すため、CDPサプライチェーンプログラムを通じ、サプライヤーの水使用量等の調査・把握を行なっています。

工場での取り組み

花王の各工場では、製品への配合や設備の洗浄・冷却などに水資源を利用しています。そこで水使用量の削減目標を設け、3R(Reduce、Reuse、Recycle)の視点で活動しています。

水リスク調査

WRI※のAQUEDUCTを用いた評価結果と社内知識による水リスクに対する調査を定期的に行なっています。また、新規工場を開設する際は、長期的な水資源の利用可能性や排水による影響を確認するようにしています。

水質汚濁防止への取り組み

花王は多くの工場において高いレベルで維持管理した廃水処理設備を有しており、工場から出る廃水を適切に処理した後、場外へ排出しています。排出水の品質は、法令および周辺自治体との協定に基づき、汚染状況を監視しています。

地下水・土壌汚染の調査

花王は、過去の化学物質の使用履歴を踏まえ、毎年、各工場敷地内の地下水中の環境基準物質を測定しています。

環境法規制の遵守

花王は、毎年要求レベルが厳しくなる工場排水や廃棄物(日本では、水質汚濁防止法、廃棄物の処理及び清掃に関する法律)などに関する各種環境法規制を遵守すべく、設備や作業手順を高いレベルで維持管理しています。

製品での取り組み

製品使用後の廃水が水環境に与える影響の少ない製品開発に努めるとともに、専門家・工業会との協働により、河川の汚染状況の調査・研究を行なっています。

※ WRI

世界資源研究所。World Resources Institute
天然資源・環境問題を研究し、政府・民間部門・環境専門家などとともに活動する米国の政策センター。

体制

製品ライフサイクル別の管理部門と関連するステークホルダー

製品ライフサイクル段階	花王における管理部門	関連するステークホルダー
原材料調達	研究開発部門、 購買部門	サプライヤー、 製造委託先
開発・生産・販売	マーケティング部門、 研究開発部門、 SCM部門、販売部門	地域社会 販売店
輸送	SCM部門、ロジスティクス部門	輸送会社 販売店
使用	研究開発部門	お客さま
廃棄・リサイクル	研究開発部門	社会システム

製品ライフサイクル全体の水使用量は、レスポンシブル・ケア（RC）推進体制で管理しています。

自社拠点の中でも多くの水を使用する工場を管轄するSCM部門は、全工場の環境担当者が所属する環境部会を設置し、年2回会議を開催しています。会議では、各工場の節水活動をはじめとする環境活動の進捗管理、新技術の紹介や導入した技術の紹介、横展開への検討などが行なわれます。

⇒P184「レスポンシブル・ケア活動／体制」

中長期目標

水に関する目標

項目	対象範囲	2016年目標	2017年目標	2020年目標
水使用量	花王グループ全拠点	37%削減	38%削減	40%削減
	日本花王グループ消費者向け製品使用時	—	—	30%削減

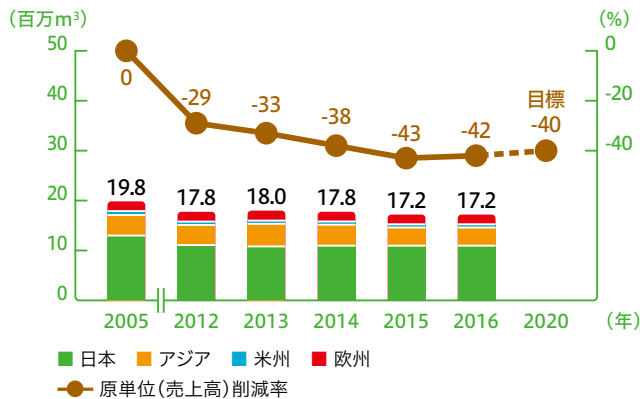
※ 売上高原単位(2005年比)

花王グループの全拠点を対象とした水使用量の2020年削減目標は、少なくとも毎年1%の削減をめざし、2013年に設定しました。

日本花王グループ製品ライフサイクル全体を対象とした水使用量の2020年削減目標は、2009年に設定しました。

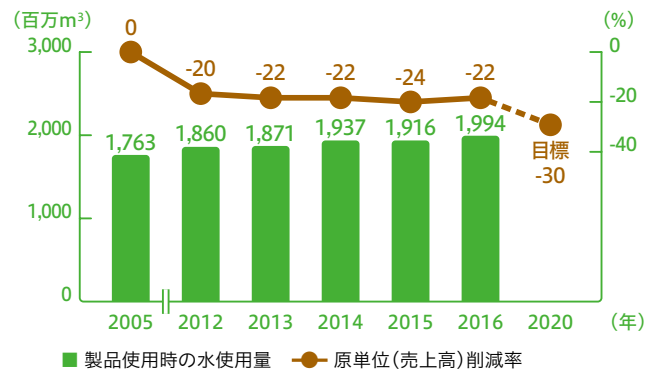
2016年実績

水使用量(取水量)の推移★(全拠点)



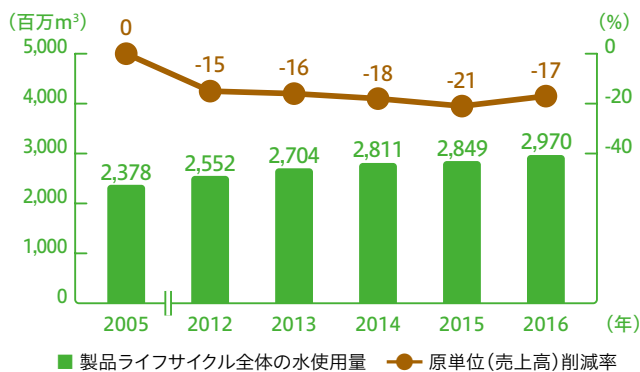
※ 集計対象は2014年までは花王グループ全生産拠点、日本国内の非生産拠点が対象。2015年は一部の、2016年はすべての非生産拠点を含まず。
 ※ 保証対象は水使用量(取水量)
 ※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

製品使用時の水使用量の推移★(日本花王グループ)



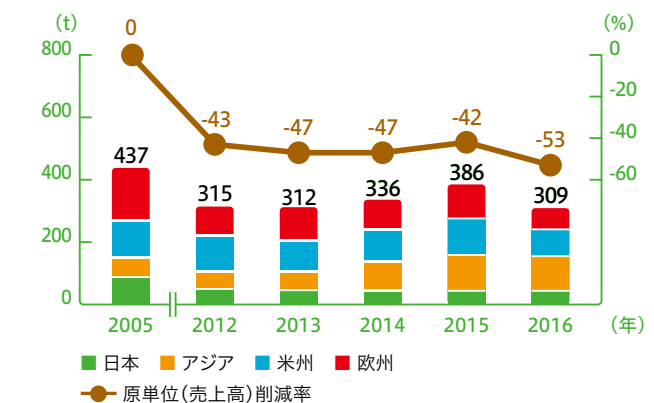
※ 製品使用時の水使用量は、主に日本国内の消費者向け製品1個当たりの製品使用時の水使用量に、当該製品の年間の売上個数を乗じて算定した値を集計したものです。
 ※ 保証対象は水使用量および原単位(売上高)削減率
 ※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

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消費者向け製品1個当たりの製品ライフサイクル(但し、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個数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
 ※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

COD汚濁負荷量の推移★(全生産拠点)



※ 下水道への排水に対するCOD汚濁負荷量は下水道除去率を加味しています。
 ※ 保証対象はCOD汚濁負荷量
 ※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

水 [DMA,EN8,EN9,EN22,EN24,EN26,EN27,EN29,EN33,SO8]

水源別取水量の推移 (百万m³)

	2014年	2015年	2016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)	5.4	4.7	4.9
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	12.4	12.5	12.3
他の組織からの排水	0	0	0

※ 集計対象は2014年まで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。2015年は一部の、2016年はすべての非生産拠点を含まます。

放流先別排水量の推移 (百万m³)

	2014年	2015年	2016年
河川・湖沼	2.0	2.0	2.1
半塩水取水源・海	6.4	6.3	6.3
地下水	0	0	0
下水道	4.2	2.7	2.7
他の組織への排水	0	0	0

※ 集計対象は2014年まで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。2015年は一部の、2016年はすべての非生産拠点を含まます。

水使用量(全拠点)は、前年と同等の17.2百万m³で、2005年を基準とした原単位(売上高)削減率は前年より1ポイント悪化の42%となったものの、2016年目標の37%削減を達成し、2020年目標の40%削減を前年に続き達成しています。また、取水リスクのある生産拠点の水使用量は1.9百万m³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)、製品使用時の水使用量(日本花王グループ)は、それぞれ121百万m³、78百万m³増加し、原単位(売上高)削減率は4ポイント悪化の17%削減、2ポイント悪化の22%削減となりました。

COD汚濁負荷量は、前年より77トン減少し、原単位(売上高)削減率は11ポイント改善しました。

ステークホルダーとの協働

- ・ CDPが行なっているサプライチェーンプログラムに参加し、花王のサプライヤーに対し、CDPのプラットフォームを利用して水に関する活動の報告を依頼しています。
 - ・ 中国政府と協働で継続実施している節水キャンペーンにおいて、中国の41大学で節水の啓発を行ないました。
 - ・ 国連大学で開催された環境省主催の「Water Styleサミット with CDP 2016ウォーター日本報告会」パネルディスカッションに参加。花王の水に関する取り組みを説明するとともに、パネラーと有意義な意見交換を行ないました。
- P67「エコロジー」>環境コミュニケーション

具体的な取り組み

原材料調達における取り組み

サプライヤー

製造委託先

グローバル

CDPサプライチェーンプログラムに2015年から参加し、サプライヤーに対し水リスク管理状況や水使用量などの水に関する取り組みの情報開示をお願いしています。

開発・生産・販売における取り組み

輸送会社等

販売店

グローバル

花王の各工場では、製品への配合や設備の洗浄、冷却などに水資源を利用しており、水使用量の削減目標を設け、3Rの視点で水使用量削減や再利用に取り組んでいます。

Reduceの取り組みとして、ボイラー用水や冷却用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の取り組みとしては、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。

さらに、Recycleの取り組みとしては、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、多くの工場で行なっています。

生産拠点を対象に水ストレスに関するリスクアセスメントを実施した結果では、新たに6拠点にリスクがあることがわかりました。現在、各拠点のリスクを詳細評価しており、今後必要な対応を実施しています。

地下水・土壌汚染の調査

条例に基づき川崎工場で排出土壌について調査した結果、一部規制値超過物質が検出されたため、当局の指導のもと適切な対応を実施しました。和歌山工場、すみだ事業場、酒田工場、川崎工場、栃木工場、小田原事業場で自主的に調査を実施し、いずれの測定項目も定量下限値未満であることを確認しました。

環境法規制の遵守

2016年は、環境法規制の逸脱件数は3件、罰金額は2,590千円でした。上海花王でVOCに関する逸脱が1件、上海花王化学で危険物貯蔵に関する逸脱が1件、花王USAで行政報告遅延が1件ありました。

環境法規制 遵守状況

	逸脱件数※1	内漏出	罰金総計※2 (千円)	内漏出 (千円)
2014年	3	1	86	0
2015年	1	0	0	0
2016年	3	0	2,590	0

※1 報告期間において当局等が覚知したすべての事象

※2 報告期間において支払った罰金

使用における取り組み

お客さま等

グローバル

コンシューマープロダクツ事業における取り組み

家庭での水使用量が多い衣料用洗剤では、新洗浄成分によりすすぎが1回ですみ、節水だけでなく節電や時短にもつながる衣料用濃縮液体洗剤「アタックNeo」を2009年に発売しました。その後もシリーズの充実を図っています。さらに、中国・オーストラリア・シンガポールなど日本以外の国においても節水型の衣料用洗剤を展開しています。

洗濯と同様に家庭での水使用量が多い食器洗いでは、2014年に洗浄力をさらに高め、すすぎも一段と速くなった食器用洗剤「キュキュット」を改良新発売しています。

さらに水使用量の多い浴室用の製品においては、2010年に従来品より約20%少ない水ですすげる「メリットシャンプー」を発売。より少ない水で洗髪できる「エコシャンプー術」の啓発も

行なっています。

2015年には、洗浄力を高め、すすぎやすくした浴室用洗剤「バスマジックリン」を改良新発売しました。

ケミカル事業における取り組み

ケミカル事業におけるセメント用添加剤「ビスコトップ」は、水辺の工事において、セメントが周囲の川や海などへ分散するのを防ぐ効果があり、福島第一原子力発電所の汚染水を取り除く工事でも使用されています。

⇒P91「コミュニティ>法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)」

花王は、引き続き水使用量が少なく、水環境に及ぼす影響がより小さい製品の提供を続けていきます。

製品使用後の排水への取り組み

社会システム

グローバル

花王は、製品使用後の排水が水環境に与える影響に配慮した製品づくりに取り組んでいます。具体的には、下水処理場で使用する活性汚泥や河川から採取した河川水を用いて、環境に排出される可能性のある原料の分解されやすさ(生分解性)や代表的な水生生物への影響などを調べることで、環境負荷のより少ない原料の開発や使用を積極的に進めています。

製品使用後の実態把握にも目を向け、河川環境モニタリングなど独自のフィールド調査も継続して行なっています。また、グローバル化に対応し、海外でのモニタリング活動や河川水中濃

度を予測するシミュレーションモデルの開発を専門家と協働で進めることにより、各地域の環境に配慮した事業活動をめざしています。

さらに、日本石鹼洗剤工業会においても、代表的な4種の界面活性剤を対象とした環境モニタリングを都市河川にて18年間にわたって実施し(4河川7地点、年4回測定)、生態系に及ぼす環境リスクを評価しています。その結果、これまでの調査ではこれらの界面活性剤の水生生物に対するリスクは定常的に低いことが示されています。



水を大切に 企業が生き残る

水ジャーナリスト、
アクアスフィア水教育研究所所長

橋本 淳司氏

国連は「世界水発展報告書」(2014年)において、「世界中で、推定7億6,800万人が改善された水源にアクセスできずにいる。概算では、水に対する権利が満たされていない人は35億人に及ぶ可能性があり、25億人の衛生状態は改善されていない」としている。気候変動や水需要増加により、2050年には、世界の人口の40%を超える人々が水ストレスを抱えると予想されている。世界経済フォーラム(ダボス会議)が毎年公表する「グローバルリスク報告書」でも、「水危機」は今後10年間で影響が大きいリスクとして常に上位に挙がる(2015年1位、2016年3位)。企業の生産活動には水が不可欠で、冷却・加熱、製品処理・洗浄、原材料生産などに大量の水を使用する。グローバル化の進展に伴い世界各地に企業の製造拠点、原材料生産地があるが、その周辺が水不足になれば生産に赤信号が灯る。

気づきにくいのが製品使用時の水である。日本における1

日1人当たり水使用量は290リットル(平成24年)で、その大半は衛生のために使用される。「家庭での水の使われ方」調査(東京都水道局)によると、風呂・シャワー40%、トイレ22%、炊事17%、洗濯15%、洗面・その他6%となっている。こうした水使用に消費財メーカーの石鹸、シャンプー、洗剤が関係する。今後世界的に水不足地域が拡大していくことを考えると、花王が進めているすすぎ回数を減らす、泡切れをよくするなどの節水型製品の開発は、家庭での水使用量を激減させ、人々が少量の水で衛生を保つことに寄与するだろう。

一方で課題もある。ユーザーの水使用量はあくまでユーザー次第。メーカーがすすぎ回数1回の衣料用洗剤を開発しても、ユーザーが従来通り「すすぎ2回」に設定していたら水使用量は減らない。そこでユーザーとのコミュニケーションにいっそう力を入れるべきだろう。もう1点は水質への配慮である。製品の技術革新によって生態系に負荷をかけてはならないし、今後世界的に水質基準がいっそう厳しくなる可能性も念頭におくべきだ。国連のSDGs(持続可能な開発目標)の目標6では2030年までに「すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する」と掲げられており、花王の貢献に期待したい。

化学物質【14,DMA,EN21,LA10,SO1】

花王のアプローチ

花王は、科学的根拠に基づくリスク評価手順とリスク管理手順を用いて、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方法で使用・生産されるようにSAICM(国際化学物質管理戦略)に沿って、開発、製造、および使用から廃棄に至るライフサイクル全体にわたって化学物質を適切に管理し、持続可能な社会の実現に貢献することをめざしています。

社会的課題と花王のアプローチ

2002年に開催された「持続可能な開発に関する世界首脳会議(WSSD^{※1})」では、「予防的取組方法に留意しつつ、透明性のある科学的根拠に基づくリスク評価手順とリスク管理手順を用いて、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方法で使用・生産されることを2020年までに達成する」との国際目標、いわゆるWSSD2020年目標が合意されました。その後、この目標の達成に向けて、2006年の第1回国際化学物質管理会議(ICCM^{※2})において「国際的な化学物質管理のための戦略的アプローチ(SAICM^{※3})」が取りまとめられ、国連環境計画(UNEP)において承認されました。

花王では、原料から最終製品まで、多くの種類の化学物質を取り扱っており、以前から、使用または製造している化学物質の適切な管理に努めてきました。2001年には、「化学物質総合管理システム」を独自に構築し、原料・製品の品質管理や各国

法規制遵守、安全性確保等の化学物質の適正管理を行なっています。さらに、SAICMの採択など、世界的な化学物質管理強化の動きを踏まえ、2009年に公表した「環境宣言」の中期目標で「SAICMに沿って積極的に化学物質の管理に努める」ことを掲げ、2012年にはSAICM推進委員会を発足させ、化学物質の管理をさらに強化しています。

- ※1 WSSD
持続可能な開発に関する世界首脳会議。World Summit on Sustainable Development
- ※2 ICCM
国際化学物質管理会議。International Conference on Chemicals Management
- ※3 SAICM
国際的な化学物質管理に関する戦略的アプローチ。Strategic Approach to International Chemicals Management

方針

花王では、家庭用製品から工業用製品まで幅広く化学物質を取り扱っており、以前から、積極的に化学物質管理を進めてきました。さらに、より安全かつ適切に化学物質を使用するために、国際的に合意されたSAICMに沿って化学物質管理を推進・強化しています。2013年に策定した「SAICM推進の基本方針」は、花王の化学物質に関する全社的な管理方針を規定したものであり、花王の化学物質管理のベースとなっています。

SAICM推進の基本方針

1. より安全性にすぐれ、価値のある化学物質の開発と使用、環境負荷の少ない製造プロセスの開発
2. 科学的なリスク評価とライフサイクル全体を通じた化学物質管理
3. 化学物質に関わる法規制・自主基準の遵守と国際協力・国際協調の推進
4. ステークホルダーとのリスクコミュニケーションの推進

→詳細は「SAICM推進の基本方針」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03_05.html

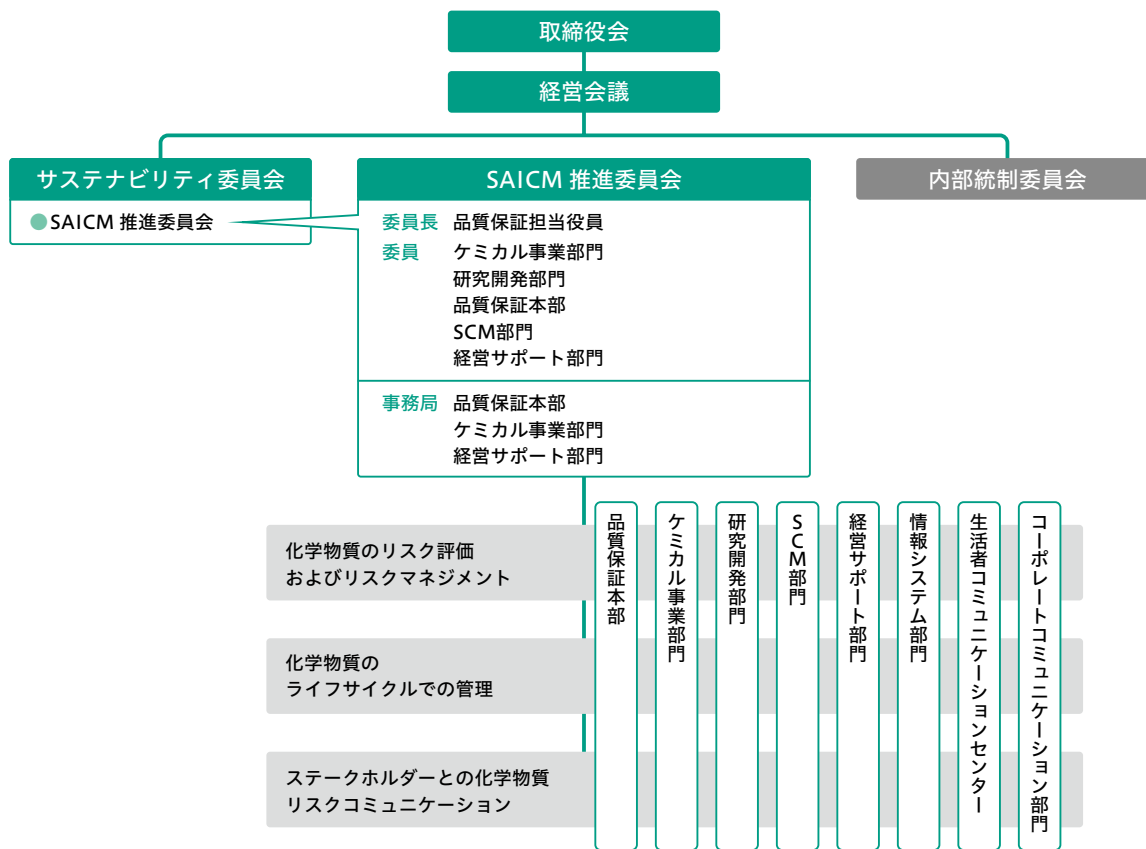
体制

花王は、SAICMの目標に向けた取り組みを具体的に加速させるため、社長が委員長を務めるサステナビリティ委員会のもとにSAICM推進委員会を2012年に発足させました。SAICM推進委員会には、品質保証本部、ケミカル事業部門、研究開発部門、SCM部門、経営サポート部門のトップマネジメントが参加しています。

委員会では、

1. 化学物質のリスク評価およびリスクマネジメント
 2. 化学物質のライフサイクルでの管理
 3. ステークホルダーとの化学物質リスクコミュニケーション
- の3つを花王における主なSAICM活動として掲げ、それぞれに対応するプロジェクトを設置し、各活動を推進しています。

SAICM推進体制



また、レスポンシブル・ケア推進体制のもと、PRTR法対象物質や揮発性有機化合物(VOC)などの排出量削減活動を推進しています。
 →P184「レスポンシブル・ケア活動／体制」

化学物質総合管理システム

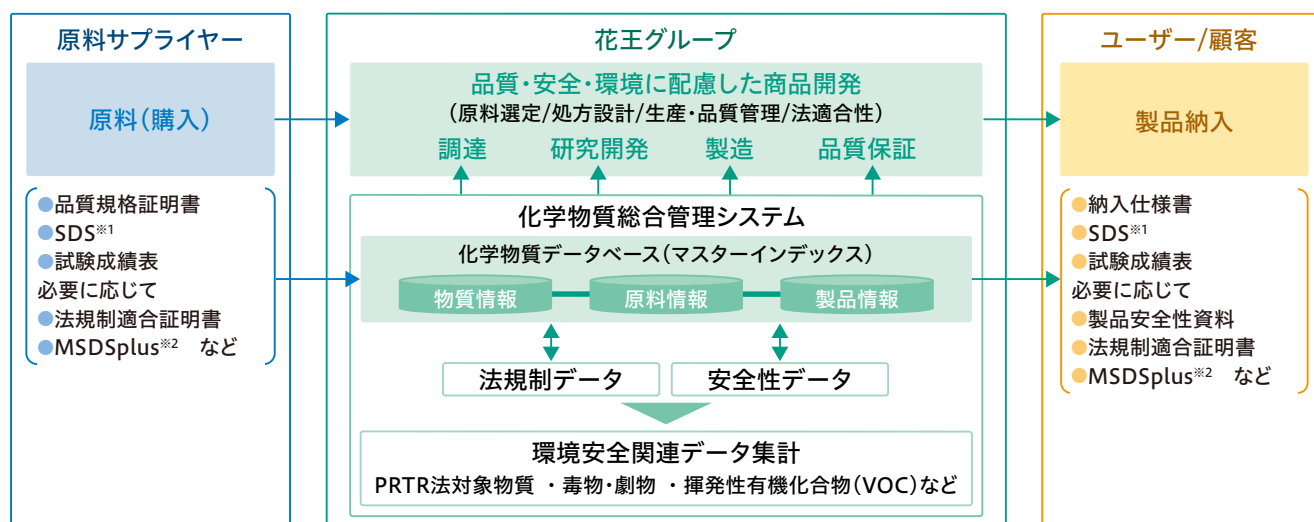
花王では、家庭用製品および工業用製品の安全・安心を確保するために、個々の原料・製品に「マスター・インデックス (Master Index)」というグループ共通コードをつけた「化学物質総合管理システム」を2001年に独自に構築し運用しています。製品に含まれる種々の原料について、その構成成分にまで分解して登録し、製品ごとにどのような品質、安全性、防腐蚀性、法規情報などを持った原料が使われているかを瞬時に確認することができるため、万一原料に問題が発生した場合や、新たな懸念物質などのリスクが発生した際は、影響範囲を即座に特定し、適切な対応ができるようになっています。

幅広い製品分野をカバーするコンシューマープログラム事業

と、素材開発を基盤としたケミカル事業を併せ持つ花王グループは、数多くの化学物質を取り扱っています。グローバル・ボーダレス化する各種法規制、環境規制に対応するべく、「使用禁止物質」「使用削減物質」「取扱注意物質」などの自主基準を策定し、データベースへ登録する際のゲート管理を徹底しています。

社内専門スタッフによる一元的な管理のもと、「化学物質総合管理システム」に蓄積されたデータは、グループ全体の各部門（購買部門、研究開発部門、SCM部門、品質保証本部、経営サポート部門）で共有し、グループ一体となった化学物質の適正管理を積極的に進めています。

花王化学物質総合管理システム



※1 SDS
化学製品を安全かつ適切に取り扱うために、製品に含まれる物質名、危険有害性情報、取り扱い上の注意などに関する情報を記載した書類。Safety Data Sheet

※2 MSDSplus
特定の化学物質の情報伝達シート。

教育と浸透

花王は、SAICM推進の活動内容や花王がリスク評価を行なった花王優先評価物質の安全性要約書を、花王および花王ケミカルウェブサイトにて公開し、社内外への浸透に努めています。

化学物質を取り扱う製造現場では、入社時・配転時の教育から専門分野・経験に応じた教育プログラムを構築しており、その中で化学物質の危険性・有害性に関する教育を行なっ

ます。また、消費者向け製品、化学品および素材開発に携わる研究員を対象に化学物質管理に関する説明会を毎年実施し、各国の法規制の状況等について教育しています。2016年は249人が参加しました。

中長期目標

花王は、2009年に公表した「環境宣言」の中長期目標で「SAICMに沿って積極的に化学物質の管理に努める」ことを掲げています。

SAICM推進委員会では、中長期目標を次のように掲げています。

- ・花王優先評価物質(19カテゴリー)のリスク評価の2020年までの実施と継続
- ・化学物質を取り扱う現場でのリスク評価および対策の2020年までの実施と、新規取り扱い物質のリスク評価および対策の継続
- ・花王優先評価物質の安全性要約書20件の2020年までの公開と継続
- ・ケミカル製品のGPS安全性要約書※150件の2020年までの公開と継続

また、化学物質に関わる規制遵守、化学物質の安全、環境に関わる課題への対応に努めています。

日本における化学物質の排出量に関しては、PRTR法対象物質は各事業場・各物質1トン／年以下の維持、グローバルにおけるNOx・SOx排出量は毎年1%(売上高原単位)改善をめざしています。

※ GPS安全性要約書

一般社会に対して化学物質の安全性情報の概要を提供する書類。物理化学的特性のほか、リスクが適切に管理される使用・加工の取扱条件、リスク管理措置などが記載された書類で、川下ユーザーへの情報伝達に利用される。

2016年の実績

・SAICM推進委員会では、2016年の目標として以下の3点を掲げ、計画通り活動しました。

1. 中期計画に沿った花王優先評価物質のリスク評価とリスク評価書の作成・化学物質ライフサイクル管理システムの基盤構築
2. 化学物質リスク評価に基づいた取扱現場でのリスク低減対策の立案と実施・生産現場でのGHS※1に従った危険有害性表示の開始
3. SAICM活動成果物の一般公開・双方向コミュニケーションの検討

→詳細は「具体的な取り組み：SAICM推進委員会の活動」

・化学物質に関わる規制遵守、化学物質の安全、環境に関わる課題への対応としては、グローバルな化学品法規制への対応、ケミカル製品の情報提供によるサプライチェーン全体での化学物質適正管理に向けた活動、ケミカル製品の輸出入管理の強化を行ないました。

また、近年、環境への影響が懸念されているマイクロプラスチックビーズ※2については、日本で販売している洗顔料、全身洗剤に使用している成分はいずれもマイクロプラスチックビーズに該当しません。洗い流す化粧品、海外で販売している全身洗剤のごく一部に、マイクロプラスチックビーズに該当する成分を使用していましたが、2016年にはすべて代替素材に置き換えました。

・PRTR法対象化学物質やVOCの排出量管理、大気汚染防止への取り組みなども継続して活動を推進しました。

※1 GHS

化学品の分類および表示に関する世界調和システム。Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals

※2 マイクロプラスチックビーズ

5mm以下の固形プラスチック粒子で、角質除去または洗剤の目的で使われるもの(米国連邦法の定義)

ステークホルダーとの協働

花王では、化学物質管理における社会情勢やステークホルダーの企業への要望等について理解を深め、SAICM推進活動にフィードバックするために、SAICM推進委員会に定期的に外部有識者をお招きし、講演会や意見交換会を実施しています。2016年も講演会および意見交換会を実施しました。

また、化学業界によるSAICMへの貢献活動として、国際化学工業協会協議会 (ICCA) が提唱し一般社団法人日本化学工業協会が2009年から進めているプロダクトスチュワードシップに基づく化学物質管理強化のための自主的活動 (JIPS[※]) に、花王

も積極的に参画しています。

さらに、行政によるアジア諸国との化学物質管理に関する取り組みにも協力し、国内外行政との意見交換などを積極的に行なっています。

※ JIPS

化学物質管理強化のための自主的活動。Japan Initiative of Product Stewardship

SAICMの合意を受けて、国際化学工業協会協議会 (ICCA) が推進している「グローバルな化学物質管理を強化する行動指針 (GPS)」に基づいた取り組み。

具体的な取り組み

SAICM推進委員会の活動

中期計画に沿った花王優先評価物質のリスク評価とリスク評価書の作成・ 化学物質ライフサイクル管理システムの基盤構築

グローバル

2016年は中期計画に沿って、2016年に予定していた花王優先評価物質3カテゴリーのリスク評価を終了(累計12カテゴリー)しました。また、これまでに評価した結果をリスク評価書としてまとめました。

一方、花王の化学物質総合管理システムをベースとして、よ

り進化させた化学物質ライフサイクル管理システムの基盤構築については、化学物質数量管理システムの構築および安全データシート(SDS)作成・管理システムの再構築を中心に検討しました。今後も継続して検討を進める予定です。

化学物質リスク評価に基づいた取扱現場でのリスク低減対策の立案と実施・ 生産現場でのGHSに従った危険有害性表示の開始

グローバル

化学物質を取り扱う生産現場でのリスク評価に関しては、コントロールバンディング法^{※1}による作業場での定性的なリスク評価と、欧州REACH^{※2}でのリスク評価にも採用されている、より詳細なリスク評価手法であるECETOC TRA^{※3}を組み合わせるようになってきました。2016年は、すでにリスク評価が終了しているPRTR法対象物質・VOC・毒劇物を取り扱う作業については、リスク低減対策が完了しました。さらに、2016年6月施行の改正労働安全衛生法で義務化された通知対象物質についても、新規作業・手順が変更された作業については確実にリスク評価が行なわれるよう規程を見直し、リスク評価およびリスク低減対策の立案を開始しました。

また、生産現場でのGHSに従った危険有害性表示に関しては、GHSに基づく絵表示や注意喚起語を盛り込んだラベルを自動で作成するシステムを新たに開発しました。出力したラベルは作業員が作業前に取り扱う化学物質の危険有害性を確認でき

るように、工場内のサンプリングや充填などの化学物質を取り扱う場所への表示を開始しました。

※1 コントロールバンディング法

化学物質の健康有害性についてのリスクアセスメント手法の一つ。国際労働機関(ILO)が、開発途上国の中小企業を対象に、有害性のある化学物質から労働者の健康を保護するために、簡単で実用的なリスクアセスメント手法を取り入れて開発した化学物質の管理手法。化学物質を取り扱う作業ごとに、化学物質の有害性、物理的形態(揮発性・飛散性)、取扱量の3つの要素によって、リスクの程度を4段階にランク区分し、管理のための一般的実施事項を各々の区分ごとに示すほか、一般的に行なわれる作業については、より具体的な実施事項を示すことができるツールとなっている。

※2 REACH

EUの化学物質の登録、評価、認可および制限に関する規則。Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals

※3 ECETOC TRA (European Centre for Ecotoxicology and Toxicology of Chemicals Targeted Risk Assessment)

EUの化学物質登録制度であるREACHでも用いられている、グローバルで認められたリスク評価ツール。リスク判定とともにリスク管理の方向性も得られる。

SAICM活動成果物の一般公開・双方向コミュニケーションの検討

グローバル

2016年から、花王および花王ケミカルウェブサイト、花王グループウェブサイトに加え、アジアケミカル関連会社6社のウェブサイトでもSAICM関連情報の公開を開始しました。また、花王優先評価物質の安全性要約書3件を追加公開(累計10件)し、さらに、花王ケミカル製品のGPS安全性要約書を18件(累計

107件)公開しました。

また、国内工場で発行し、工場見学者や地域住民の方々に配布している「環境・安全活動報告書」へのSAICM推進活動の記載を始めました。

化学物質に関する規制遵守、化学物質の安全・環境に関わる課題への対応

グローバルな化学品法規制への適合

グローバル

花王グループでは、海外で製造もしくは海外に直接・間接に輸出している製品中の化学物質について、対象国での化学品管理制度に基づき、その数量や危険有害性に応じた登録を進めています。

EU

EUでは、REACHにより年1トン以上製造・輸入される化学物質はすべて登録が義務付けられており、花王グループでは、欧州花王化学(KCE)と花王との緊密な連携のもと、毎年優先的に登録する物質を選定して着実に登録作業を進めています。現在REACH登録中の物質は2017年中に登録が完了し、最終的な登録期限である2018年5月末までに、REACH登録が必要な物質の登録をすべて遅滞なく完了させる予定です。

米国

米国では、2016年6月にTSCA^{※1}が改正されました。現段階では新規化学物質の届出プロセス自体に大きな変更はありませんが、審査の厳格化に対応し、必要な届出を着実に実施しました。2017年にはTSCAインベントリーの見直しなど法改正に基づく新たな規則が明らかになる見込みで、対応を確実に進めていきます。

アジア(中国・韓国・台湾・タイ)

中国をはじめアジアの多くの国・地域でも、危険化学品に相当する製品の登録が急速に義務化されつつあります。花王グループでは、現地法人と連携し、製造輸入前の届出を行なっています。

中国では、新化学物質環境管理弁法で新たに製造・輸入される物質の登録が義務付けられています。また、危険化学品相当製品の登録も急速に強化されつつあります。花王グループでは、花王中国投資公司などの現地法人と連携し、製造・輸入前の登

録を行ないました。2017年は、中国環境管理弁法改正の状況を把握し、関係部門と共有することで、滞りなく法規対応を行なっていきます。また、登録有効期限を迎える危険化学品製品について、現地法人と連携して更新登録を実施します。

韓国では、化評法(K-REACH)^{※2}施行後、新規化学物質および既存化学物質の登録対応・数量報告の実施など、法に基づく対応を実施しました。また、登録対象既存化学物質の協議体についても、韓国代理人を通して2協議体に参加しています。現在の登録対象既存化学物質の登録期限である2018年6月に向け、取り組んでいます。さらに現在、化評法の一部改正案が公表されており、年1トン以上のすべての既存化学物質に再登録が義務付けられる方向(EUのREACHに類似)であることから、状況を注視しながら対応する計画です。

台湾では、製造・輸入量が年100キロを超える化学物質について、2カ月ごとに物質集計を行ない、花王(台湾)と連携しながら届出を行ないました。2017年末に第1回の登録対象既存化学物質が公表される予定のため、対応する計画です。

タイでは、2015年8月、既存化学物質インベントリーの構築と新規化学物質登録制度に関する発表がありました。新規化学物質登録制度の開始は2017年以降になる予定ですが、既存化学物質のインベントリーについては2016年末が一次締め切りのため、花王(タイランド)と連携しながら対応を行ないました。現在実績のある製品を中心に、必要な製品をリストアップし、ほぼ予定どおり第一次の届出を完了しました。引き続き、新規化学物質登録制度と既存化学物質のインベントリー公表の状況を注視しながら、一次対応以降の既存製品・化学物質の届出準備、対応を行なう予定です。

※1 TSCA

米国の有害物質規制法。Toxic Substance Control Act

※2 化評法(K-REACH)

韓国の化学物質の登録および評価等に関する法律。Act on Registration and Evaluation, etc. of Chemical substance(K-REACH)

化学物質適正管理のためのケミカル製品の情報提供活動

グローバル

花王では、サプライチェーン全体で化学物質に関わる安全を確保し適切に使用、対応できるように、ケミカル製品の安全性情報の伝達を推進しています。

1. SDSおよび製品ラベルのGHS対応

ケミカル製品では、世界各国で導入されている各国のGHSに対応したSDSの発行、製品ラベルの貼付を推進しています。日本およびアジア関係会社におけるケミカル事業では、GHSに対応したSDSおよび製品ラベルの作成、化学物質総合管理システムによる管理での一体運用を2008年に開始しています。

2016年は、GHS実施国・地域(日本、EU、米国、台湾、韓国、中国、シンガポール、タイ、インドネシア、ベトナム、マレーシア)へ販売する製品のGHSラベル貼付を行ないました。また、輸出の際にラベルを適切に作成するための支援システムを構築しました。2017年もGHS実施国などの動向を注視し、グローバルな取引を円滑に行なうため、GHSに対応したSDSおよび製品ラベルの作成・発行を推進していきます。

2. 含有化学物質情報の提供と入手

ますます強化される各国法規制や業界基準に対応するため、花王はケミカル製品に含まれる化学物質の管理(製品含有化学物質管理)を積極的に進めています。JAMP^{※1}の設立メンバーである花王は、JAMPが提案する共通書式MSDSplusを使用して、効率的な製品含有化学物質管理や情報伝達を継続的に進めています。

2016年は、1月と7月にMSDSplusの改訂版を発行し(それぞれ、物質リストVer.4.050、Ver.4.060)、販売代理店を通じて顧客へ配布したほか、ウェブサイトでも公開しました。同様に、アジア関係会社の製品について最新版MSDSplusを各関係会社のウェブサイトに英語・中国語で公開しました。

一方、経済産業省が主導して開発した新しい製品含有化学物質情報伝達スキーム「chemSHERPA^{※2}」は、2016年4月からJAMPがその運営を担うことになり、花王も開発時から参加してchemSHERPAの普及をめざして活動を行なっています。chemSHERPAのデータ作成支援ツール「chemSHERPA-CI^{※3}」は2015年10月にリリースされ、その後2016年2月と8月に更新されていますが、花王も2017年下期を目途にchemSHERPAを使用した情報提供と情報入手を行なう予定です。

今後もサプライチェーンにおける製品含有化学物質管理の向上と普及に向けて、社内外の関連部門や関連団体と協力して積極的な活動に取り組んでいきます。

3. 化学物質のリスク情報(GPS安全性要約書)の公開

化学業界によるSAICMへの貢献活動として、国際化学工業協会協議会(ICC A)が提唱し、一般社団法人日本化学工業協会が2009年から進めているプロダクト stewardshipに基づく化学物質管理強化のための自主的活動(JIPS)に、花王も積極的に参画し、顧客との化学物質に関するコミュニケーションを推進しています。

従来、花王は化学物質コミュニケーション活動として、国内外のケミカル製品について、SDS、MSDSplusや欧州対応のeSDS^{※4}の公開を進めています。近年では、危険有害性情報や製品のリスクに関する情報などをわかりやすく記述したGPS安全性要約書を花王ケミカルウェブサイトおよびICC AのGPSケミカルポータルサイトに掲載しています。このGPS安全性要約書の公開活動は、花王におけるSAICM活動の重要な要素である「ステークホルダーとの化学物質リスクコミュニケーション」の推進活動として位置づけています。

2016年は、花王が取り扱う複数の花王優先評価物質について、リスク評価の成果物として安全性要約書を花王ケミカルウェブサイトとICC AのGPSケミカルポータルサイトに公開し、これらに関連するケミカル製品についても日本語版と英語版のGPS安全性要約書を12件作成し、花王ケミカルウェブサイトとICC AのGPSケミカルポータルサイトに公開しました。また、REACH登録を行なった製品のGPS安全性要約書についても6件作成し、同様に公開しました。これにより、花王グループのグローバル公開件数は累計で107件となり、国内企業では最多の公開件数です。

2017年も引き続き、GPS安全性要約書の公開を進め、顧客・社会とのリスクコミュニケーションをグローバルに推進していきます。

※1 JAMP

アーティクルマネジメント協議会。Joint Article Management Promotion-consortium

※2 chemSHERPA

製品に含有される化学物質を適正に管理し、拡大する法規制に継続的に対応するためのサプライチェーン全体で利用可能な新しい情報伝達共通スキーム。

⇒chemSHERPAウェブサイト
<https://chemsherpa.net/>

※3 chemSHERPA-CI

MSDSplusに相当する特定の化学物質情報を伝達するための化学品データ作成支援ツール。

※4 eSDS

拡張安全データシート。従来のSDSにリスク評価やリスク管理にかかわる記載が追加されたもの。

⇒P91「コミュニティ>法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)」

ケミカル製品の輸出入管理の強化

グローバル

ケミカル事業のグローバル化が加速するなか、花王のケミカル関連会社での輸出入時の自動法規チェックの必要性や社内外からの法規遵守のためのチェック体制強化の要望など、輸出入管理のためのシステム導入の重要度は非常に高まってきていま

す。そこで、花王は2018年までにすべてのケミカル関連会社へ新たな輸出入管理システムの導入を目標とし、準備を進めています。2016年にはその第一段階として米国ケミカル関連会社への導入を完了し、運用を開始しました。

国内法規制遵守に向けた活動

日本

1. 改正化審法対応

2011年4月に施行された改正化審法では、用途ごとの数量報告が義務化されたことから、2016年も販売代理店の協力を得ながらケミカル製品の用途情報を調査して、最新情報に更新しました。また、2016年に追加された化審法優先評価化学物質については、顧客や販売代理店へ情報提供するために、対象となるケミカル製品のSDSを改訂しました。

2017年も販売代理店の協力を得ながらケミカル製品の用途

情報の調査・更新を行なうとともに、該当するケミカル製品について優先評価化学物質に関する情報提供を行なっています。

2. 改正労働安全衛生法対応

2016年6月施行の改正労働安全衛生法に対応するため、花王は対象となるケミカル製品のSDSを改訂して、顧客や販売代理店へ情報提供を行ないました。2017年は、3月に施行される改正労働安全衛生法の追加物質について対応を行なっています。

マイクロプラスチックビーズへの取り組み

グローバル

洗い流す化粧品や歯磨きなどに、角質除去や洗浄の目的でスクラブ剤が配合されているものがあります。そのスクラブ剤として使用されているもののうち、「マイクロプラスチックビーズ」について、近年、環境への影響が懸念されています。

花王グループが日本で販売している洗顔料・全身洗浄料に使用しているスクラブ剤は、天然由来の成分(セルロース、コーンスターチ)を使用して花王が開発したものです。また、歯磨きの顆粒も天然由来の成分で、いずれもマイクロプラスチックビーズ

には該当しません。

ただし、ごく一部の洗い流すプレステージ化粧品、海外で販売している全身洗浄料のごく一部には、マイクロプラスチックビーズに該当する成分を使用していましたが、2016年にはすべて代替素材に置き換えました。

花王グループは今後も環境に配慮した商品づくりを進めていきます。

化学物質の排出量管理

PRTR法対象化学物質の排出を把握・管理

日本

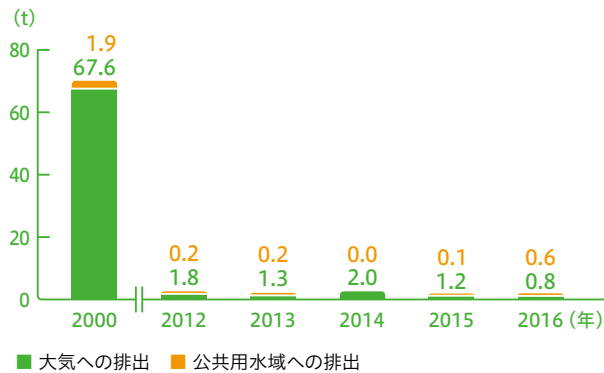
花王は、2000年度に各工場からの物質ごとの年間排出量を1トン以下に規制する自主目標を掲げて活動を開始し、2002年度にはその目標を達成しています。その後は、フロンガスの漏えいなどを除いて、自主目標を守り続けています。

花王が2016年に1トン以上取り扱ったPRTR法対象化学物質は74種で、大気および公共用水域への総排出量は1.5トンでした。

また、一般社団法人日本化学工業協会が自主調査対象として定めた化学物質についてもPRTR法対象化学物質と同様に排出量や移動量等を把握し管理しています。

→詳細は「PRTR法対象物質の排出量」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_02_07.html

PRTR法対象化学物質の総排出量の推移



揮発性有機化合物(VOC)の排出量管理を実施

日本

花王には、大気汚染防止法におけるVOC排出規制の対象となる設備はありませんが、自主的にVOC排出量の削減に取り組んでいます。環境省環境管理局长通知の100種類を対象物質とし、各工場からの物質ごとの年間大気排出量を規制する自主目標(2005年5トン以下、2009年3トン以下、2010年1トン以下)

を掲げ削減活動を進め、目標をクリアしてきました。本活動が定常化したことを受け、現在は活動を維持することを目標に管理を行なっています。

日本花王グループの工場で2016年に1トン以上取り扱ったVOCは35種であり、大気中への総排出量は11トン★でした。

大気汚染防止への取り組み

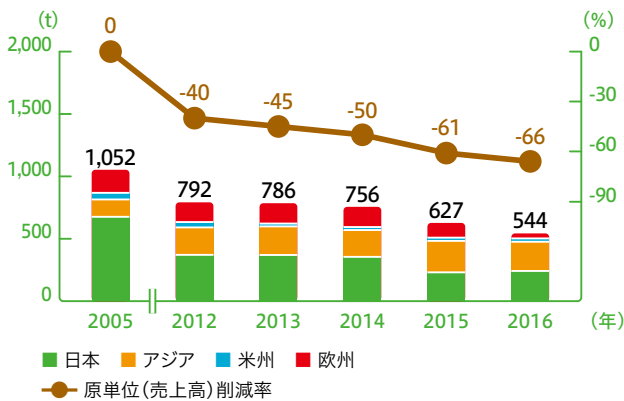
グローバル

花王では大気汚染を防止するために、設備の維持管理に努めるとともに、法令および周辺自治体との協定に基づき、排出ガスの汚染状況を監視しています。また、インフラが整っているすべての工場において天然ガスを使用することで酸性雨の原因物質の一つであるSOxの排出量を抑制しています。

2016年のNOx排出量は、前年より83トン減少し、原単位(売上高)削減率は5ポイント改善しました。

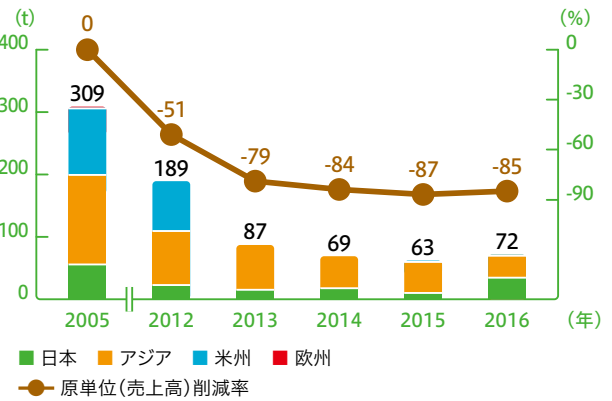
SOx排出量は、前年より9トン増加し、原単位(売上高)削減率は2ポイント悪化しました。

NOx排出量の推移★



※ 集計対象は花王グループの全生産拠点
 ※ 保証対象はNOx排出量
 ※ データを見直した結果、2015年のNOx排出量および原単位削減率を変更しました。
 ※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

SOx排出量の推移



※ 集計対象は花王グループの全生産拠点
 ※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

生物多様性【DMA,EN12,EN27,EN33,LA10】

花王のアプローチ

花王の事業活動は、製品に関わるすべてのサイクルにおいて、生物多様性からのさまざまな恵みに支えられています。将来の長きにわたり生物多様性の恵みを受け続けていくためには、生物多様性を保全し、その恵みを使いつくすことのない利用をしていかなければなりません。花王は、事業活動における生物多様性への影響の低減はもちろん、社会活動においても生物多様性の保全に努めていきます。

社会的課題と花王のアプローチ

花王の製品の主要原料でもあるパーム油は、最も生産効率の高い植物油脂であり、人類にとって欠かすことのできない原料ですが、熱帯雨林の破壊という大きな問題を抱えており、花王が生物多様性の保全について真摯に取り組む大きな契機となりました。このパーム油や紙・パルプに代表される原材料の持続可能な調達、花王グループにおける生物多様性の取り組みの最重要テーマと位置づけており、具体的な目標を定めてそ

の達成に向けて日々取り組んでいます。

これらの活動は、SDGsの目標14「持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する」、目標15「陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する」に則った活動です。

方針

花王では、2010年に、事業活動の生物多様性に関わるリスク分析として、11の関連部門のヒアリングと各部門の代表が一堂に会してワークショップを行ない、花王グループのリスクと課題を抽出し、対策について議論しました。その結果を踏まえて2011年に策定したのが「生物多様性保全の基本方針」です。基本方針では生物多様性条約をはじめとする国際的な取り決め

の遵守も宣言しています。

→詳細は「生物多様性保全の基本方針」と「行動指針と活動事例」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03_04.html

持続可能なパーム油の全量調達に向けての取り組み

→P123「カルチャー」>持続可能で責任ある調達」

体制

生物多様性に関する方針や活動等については、レスポンシブル・ケア(RC)推進体制で管理しています。

→P184「レスポンシブル・ケア活動/体制」

教育と浸透

「生物多様性保全の基本方針」を策定した2011年から2012年にかけて、日本花王グループの全社員を対象としたeラーニング(入門編・応用編)を実施しました。その後は、新入社員に対し

生物多様性を含む環境教育を毎年実施しています。

海外については、グローバルRCミーティング等を通じて各社に生物多様性に関する教育を行なっています。

中長期目標

2020年中期目標

原材料の調達などの面で、生物多様性保全に努めます。

2017年目標

1. 持続可能な原材料調達の推進

2. 地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動の推進

各拠点が、事業場内やその周辺地域において、生物多様性に配慮した活動を行なうこと、事業場から離れた地域における生物多様性に配慮した活動を、行政やNPO等と実施することを目標にしています。

2016年の実績

1. 持続可能な原材料調達の推進

→P123「カルチャー」>持続可能で責任ある調達」

2. 地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動の推進

各拠点における生物多様性保全活動の推進

花王（ベトナム）において、工場敷地内に地域在来種等を植樹し、地域の生態系保全に寄与する活動を、2016年に開始しました。和歌山工場では、工場で利用する水の水源である紀ノ川上流において、和歌山県とともに実施している「企業の森」活動地を、2016年には2カ所に増やすことを決め、調印式を行ないました。

花王・みんなの森づくり

2016年3月に、2015年度助成先として「森づくり活動」分野9団体、「環境教育活動」分野6団体、合計15団体の助成を決定しました。これまでのべ411団体を支援しています。

タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト

2016年は、新たに7haの土地に8,500本の植林を行いました。これまでの累計で35haに42,500本の木々を植林しています。

また、7月には、地域の方や近隣の学校の生徒、行政の担当者、タイの花王グループ社員など計660人が参加して、植林イベントを実施しました。

「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト」を社員ボランティアがサポート

2016年は、10人の社員が現地におもむき、調査のサポートをしました。この調査で得られたデータは、生物多様性に配慮した復興の計画や、種の保全のために活用されます。

→詳細は「社会貢献活動報告書」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities.html

→P49「エコロジー」>化学物質>マイクロプラスチックビーズへの取り組み」

ステークホルダーとの協働

花王が常に正しい方向に向かって生物多様性保全活動に取り組めるよう、2010年の活動開始以降、外部コンサルタントによる監修を定期的に受けています。

また、2008年の発足当初から参加している「企業と生物多様性イニシアティブ(Japan Business Initiative for Biodiversity: JBIB)」では、最新の国際動向等の関連情報や事務局、各社の

考え方等を自社の活動に役立てたり、自社の活動紹介等を通じ各社の活動のレベルアップに貢献しています。

さらに、地域の生物多様性に配慮した社会活動を進めるにあたり、NPO等が進める生物多様性保全活動を積極的に支援しています。

具体的な取り組み

各拠点における生物多様性保全活動の推進

グローバル

地域社会との調和を前提に、地域の暮らし・生活文化を支えている森林、河川、湿地、海洋等花王の各事業場内やその周辺エリアにて、生態系に配慮した事業活動を進めています。

花王(株)和歌山工場における防潮林の保全

花王グループ最大規模の工場である和歌山工場内にある南北1km程続く防潮林は、17世紀前半につくられたもので、今日まで地域の防災の役割を果たしてきました。また、現在においては希少となった松林特有の生態系を有しており地域の生物多様性にも貢献しています。

和歌山工場では、この松を健全な状態に保つために、富栄養化防止と、野鳥を誘導し害虫の捕食を促進させるために薬剤散布を全廃できる保全手法の確立をめざし、活動を推進しています。また、多くの和歌山工場社員、協力会社社員が参加できる保全活動プログラムの策定と実行にも努めています。

2016年は、松林ゾーンの富栄養化を防止するために、林内

に残されていた伐採木や枝を除去し、下草刈りを3回行ないました。また、遊歩道を利用したウォーキングコースを開設し、社員の健康維持やリフレッシュ、コミュニケーションの場としても活用しています。

さらに、近隣の小学校の防潮林見学を受け入れたり、小学校教員OBと協働で、防潮林の歴史や環境保全についてまとめた小冊子を作成し小学校へ配布するなど、地域の次世代教育にも貢献しています。

花王(ベトナム)に「生物多様性エリア」を整備

花王(ベトナム)では、創立20周年を記念し、社員自らが工場内に地域の生態系に配慮した樹木の植樹を行ない、「生物多様性エリア」としての運営を始めました。このエリアが社員の休息の場としても利用され、社員の生物多様性に対する認識向上に大きく寄与することを期待しています。



防潮林をウォーキング



工場内に社員自らが植樹

事業と生物多様性との関わりの把握

日本

LCAを用いた花王の主要製品の環境影響評価

花王は、「生物多様性保全の基本方針」に従い、製品のライフサイクルを通じ、製品が生物多様性に及ぼす影響を評価しています。花王は、東京都市大学伊坪教授の助言を得て、網羅的な環境影響を可視化できるLIME※1(第2版日本版被害算定型影響評価手法)を用い、衣料用洗剤「アタック」の変遷に伴う、生物多様性をはじめとする環境影響を評価し、報告しています※2。これまでに主要な35製品について環境影響評価を実施し、2016年発売の「ウルトラアタックNeo」について評価しました。その

結果、この「ウルトラアタックNeo」は、2009年発売の「アタック高活性バイオEX」と比較してライフサイクルを通じた環境影響が約26%削減していることを確認しました。

※1 ILCD Handbook, 33-36.
<http://eplca.jrc.ec.europa.eu/uploads/ILCD-Handbook-LCIA-Background-analysis-online-12March2010.pdf>
 ※2 Ohtawa Y.; Miura H.; Itsubo N., J. Life Cycle Assessment, Japan, 2015, 11(3), 300-307.
https://www.jstage.jst.go.jp/article/lca/11/3/11_300/_pdf

廃棄物【DMA,EN2,EN23,EN25,EN27,EN33】

花王のアプローチ

花王は、自らの事業活動に伴う廃棄物を適切に管理し、発生量を削減しつつ、再資源化を進めています。また、製品を使用した後に発生する容器包装等の廃棄物を削減するために、容器包装使用量の削減に努めています。

社会的課題と花王のアプローチ

SDGsの目標12「持続可能な生産消費形態を確保する」を達成するために、廃棄物を管理することが必要であると世界で合意されています。花王は、自らの事業活動に伴い発生する廃棄物の削減に努めるとともに、再資源化を進めています。

また、家庭ごみの容積の多くを占める不要となった容器包装

(日本では容積比で55%)は、その削減が課題となっており、花王はその重要性を認識しています。

一方、国土の狭い日本では、最終処分場の残余年数が非常に少ないことから、最終処分量を削減することが社会的に求められており、花王では最終処分量の削減も推進しています。

方針

事業活動に伴う廃棄物の削減

花王は、自らの事業活動に伴い発生する再利用されない廃棄物を削減するために、廃棄物等の発生量の削減(Reduce)、発生した廃棄物等の社内外での再利用(Reuse・Recycle)を進めています。

工場においては、生産性の向上・歩留まり向上や生産方法の変更による製品ロスや端材の発生抑制、設備の洗浄工程見直しによる廃水の削減などを行なっています。また、輸送拠点では物流資材の削減・再利用を、事務所では紙の使用枚数管理などを継続的に実施しています。さらに、処理業者と協働で廃棄物を再資源化することで、再利用されない廃棄物を削減する活動を継続的に行なっています。

容器包装使用量の削減

容器包装使用量を削減するために、使用する樹脂の削減、内容物の濃縮化等による容器包装のコンパクト化、つめかえ製品の提案等を行なっています。これらはISO18600シリーズ(環境配慮包装規格)に則った活動です。

→P59「エコロジー」>容器包装

廃棄物の不法投棄防止

事業活動に伴い発生する廃棄物が処理委託業者により不法投棄されることを、花王はリスクととらえています。本リスクを低減するため、花王は、廃棄物の処理を直接委託している処理業者の処理現場の確認を定期的に行ない、委託した廃棄物が適切に処理されていることを確認しています。

日本花王グループにおいては、「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」で、契約情報や産業廃棄物管理票(マニフェスト)の運用、数量データおよび適正処理調査結果などを統合管理しています。また、本システムは「電子マニフェストシステム」に接続しています。国が進める「電子マニフェスト」普及拡大に歩調を合わせ、花王グループとして利用拡大を図っています。

PCB廃棄物を適正に保管・処理

ポリ塩化ビフェニル(PCB)は難分解性で人の健康および生活環境に関わる被害が生じるおそれがありますが、絶縁油として変圧器、安定器等で利用されていました。現在、花王はPCB廃棄物を処理業者に処理委託するまでの間、廃棄物処理法およびPCB特別措置法の基準に従って適切に保管し、適宜適切に処理を行なっています。

体制

自らの事業活動に伴い発生する廃棄物等の発生量を削減し、再利用を進め、再利用されない廃棄物を削減する活動は、廃棄物が発生する各拠点で推進しており、活動内容については、レスポンスブル・ケア(RC)推進体制を利用してグループ間で共有し

ています。容器包装使用量を削減する活動は、包装容器研究所が中心となり、グループ間で情報共有しながら推進しています。

- P183「レスポンスブル・ケア活動」
- P59「エコロジー>容器包装」

中長期目標

廃棄物に関する目標

項目	対象範囲	2016年目標	2017年目標	2020年目標
廃棄物等発生量 ^{※1}	花王グループ全拠点	31%削減	31%削減	33%削減
最終埋立処分率 ^{※2}	日本花王グループ全拠点	0.1%以下	0.1%以下	0.1%以下

※1 売上高原単位(2005年比)

※2 廃棄物等発生量に対する最終埋立処分量の割合

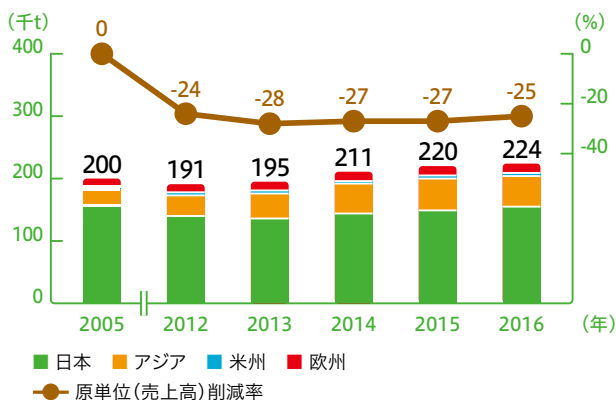
花王グループの全拠点を対象とした廃棄物等発生量の2020年削減目標は、2013年に、当時の廃棄物発生等原単位の実績を基準に原単位を少なくとも毎年0.5%削減をめざすことを決めました。ここで基準年は他の環境項目と同じ2005年としました。これは3Rの「Reduce(削減)」活動に関連する目標です。

日本花王グループの全拠点を対象とした最終埋立処分率目標は、2004年に0.5%以下を目標に掲げ活動を開始し、活動レベルに応じ2007年には0.2%以下に、2010年には0.1%以下とし、最終埋立処分量をゼロに近づけるようにしています。現在は、0.1%以下を維持することを目標としています。これは、「Reuse・Recycle」活動に関する目標です。

2016年実績

1. 廃棄物等発生量

廃棄物等発生量の推移★(全拠点)



※ 集計対象拠点：2014年まで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。2015年からは海外の一部の非生産拠点も含めています。

※ 保証対象は廃棄物等発生量

※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

2016年は生産量が増加したことや生産ライン増設の影響等で、廃棄物等発生量は前年より4千トン増加、売上高(原単位)削減率は前年より2ポイント悪化の25%削減となり、目標の31%削減には到達しませんでした。引き続き、廃棄物等発生量

の削減活動を強化していきます。

なお、廃棄物等発生量のうち有害廃棄物量は19千トン、バーゼル法に定める国際輸送された有害廃棄物はありませんでした。

再使用・リサイクル[※]された廃棄物等は206千トン(★)、リサイクル率は92%でした。

また、廃棄物等最終埋立処分率は目標の0.1%以下を維持し、ゼロエミッション目標を設定以来12年連続達成しています(日本花王グループの全事業場対象、廃棄物等発生量に対する最終処分量の割合)。

※ サーマルリサイクル(熱回収)を含む

2. 処理業者施設の確認

2016年は、193社の処理業者にご協力いただき、210施設処理現場の確認を行ないました。

3. PCBの適正な保管・処理

2016年は、高濃度PCB廃棄物を5台、低濃度PCB廃棄物を51台処理しました。現在、和歌山工場および川崎工場、鹿島工場、小田原事業場、花王カスタマーマーケティング熊本支店で保管しています。

ステークホルダーとの協働

廃棄物を処理委託する際、処理委託者がその物理的・化学的情報を十分に処理業者に伝えないことによる事故が、処理業者において多く発生しています。そこで花王は、過去、処理業者とのコミュニケーションにより改善を行ってきた事例を社会

に広げるとともに、自ら行なっている伝達情報の改善点を見出すために、環境省主催の廃棄物セミナーで事例紹介を行ないました。これらの活動の結果、2016年も、花王から処理委託した廃棄物に伴う事故はありませんでした。

具体的な取り組み

廃棄物削減(発生量削減と再利用推進)の取り組みを推進

グローバル

原材料調達における取り組み

花王の工場で発生する廃棄物を削減するために、サプライヤーと納入原料の量と納入頻度適正化の取り組みを随時実施しています。

開発・生産・販売における取り組み

箱使用量の削減

小売業者における廃棄物発生量削減に寄与するため、製品を小売業者にお届けするまでの間でのみ使用される箱の利用量削減を、小売業者の理解・協力のもと実施しています。

ユニフォームの刷新

研究員のユニフォームを2016年9月に刷新しました。汚れにより気づきやすく、自身とお客さまの「きれい」を常に意識することをめざし、色を白に変更しました。旧ユニフォーム(25,000着強、13トン)は廃棄物とならないよう、自動車の内装材に全量再利用しています。

使用における取り組み

コンシューマープロダクツ事業における取り組み

花王の製品をお届けするために必要な容器包装使用量の削減を継続的に実施しています。

→P59「エコロジー」>容器包装」

また、花王が実施している容器・包装の3Rの取り組み事例を、日本石鹼洗剤工業会やプラスチック容器包装リサイクル推進協議会、紙製容器包装リサイクル推進協議会等を通じて、容器包装メーカーや同業他社などに紹介する活動を積極的に進めています。

ケミカル事業における取り組み

パルプモールド成形技術と高温材料技術が融合した花王の紙製湯道管は、古紙を原料に利用しているため、原料重量が10分の1に、利用後の廃棄物量が16分の1に減少します。

→詳しくは「鋳物製造時に使用する紙でできた軽量耐火物の湯道管」
http://chemical.kao.com/jp/technology/eco/article_05.html

容器包装【DMA,EN1,EN2,EN17,EN27,LA10】

花王のアプローチ

容器包装は、運搬時における中身の保護や品質の保持、使用時のさまざまな情報提供など、製品の一部としての重要な役割・機能を担っています。花王は、“いっしょにeco”活動の一つとして、環境に配慮した容器包装の取り組みを推進しています。

社会的課題と花王のアプローチ

家庭のごみの約55%が容器包装廃棄物であるという調査結果（環境省「容器包装廃棄物の使用・排出実態調査の概要（平成27年度）」）からも環境に配慮した容器包装の取り組みの重要性が問われています。

また、SDGsの目標12「持続可能な生産消費形態を確保する」

の実現のためにも、3R(Reduce(削減)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化))を基本とした廃棄物削減が必要となります。

花王では、人にやさしく、環境にもやさしい容器包装を提案することに注力しています。

方針

花王では、より環境負荷の少ない容器包装をめざし、Reduce(削減)、Renewable(再生可能)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化)の4Rの視点から技術開発に取り組んでいます。

Reduceでは、ボトルの薄肉化など徹底した軽量化を基本とし、製品の濃縮によるコンパクト化など、小型化による包装材料の使用量削減を進めています。

Renewableでは、ポリ乳酸や植物由来ポリエチレンなど再生

可能な植物を原料とした素材を導入し、石油由来の樹脂からの転換を図っています。

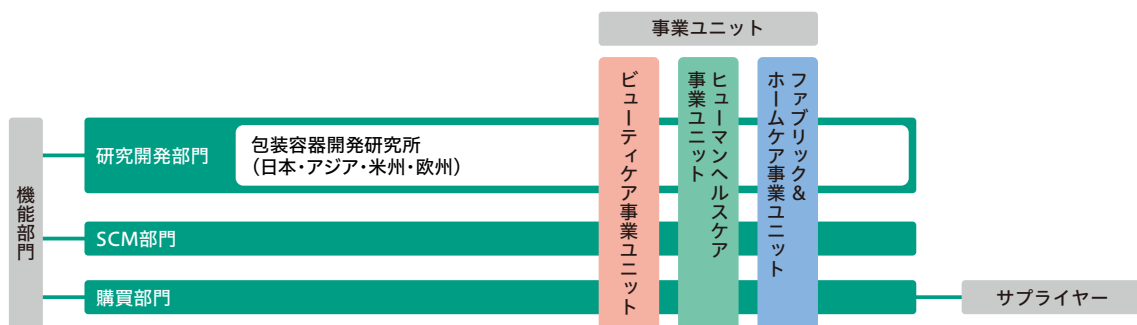
Reuseでは、ボトルなどの製品容器を繰り返して使用できるよう、つめかえ・つけかえ用製品の開発を積極的に推進しています。

Recycleでは、再生紙や再生樹脂等の再生材料の導入・活用を積極的に推進しています。

体制

包装容器開発研究所が中心となり、SCM部門のメンバー、さらに関連部門、サプライヤー等と協力して推進しています。

容器包装開発推進体制



教育と浸透

社内の理解と活動の推進のために、包装容器開発研究所では、新製品・改良品発売時には事業ユニット、SCM部門、生活者コミュニケーションセンター等の関連部門を集めて容器検討会を

開催し、環境適応性を検討しています。2016年は、容器検討会を日本で50回開催しました。海外各社でも同様の会議を開催しています。

中長期目標

主な活動

- ・環境負荷に配慮した容器包装開発の推進
- ・容器包装の4Rの推進

2017年目標

- ・容器へのバイオプラスチック導入の拡大
- ・プラスチックから紙への転換

2016年の実績

Reduce(削減)

- ・「つめかえ用ラクラクecoパック」を「メリット」「エッセンシャル」「アジエンス」「セグレタ」のすべてのシャンプー・コンディショナーのつめかえ容器に採用。
- ・「フレアフレグランス 570ml」のキャップのプラスチック使用量を約23%削減。
- ・「アジエンス シャンプー&コンディショナー ミニセット」の化粧台紙を廃止。

Renewable(再生可能)

- ・シャンプー・コンディショナー容器への植物由来ポリエチレンの採用。
- ・「アジエンス MEGURI 体験Box」をプラスチックカートンから紙箱に変更。

Reuse(再利用)

- ・「ソフィーナ リフトプロフェッショナル ハリ美容液」につめかえ容器を採用。
- ・「オリエナ 薬用化粧水」につめかえ容器を採用。
- ・「ソフィーナiP 美活パウームース」につめかえ容器を採用。

Recycle(再資源化)

- ・「アジエンス MEGURI シャンプー」のボトルに再生PETをブレンド。

具体的な取り組み

Reduce : 容器包装材料の削減

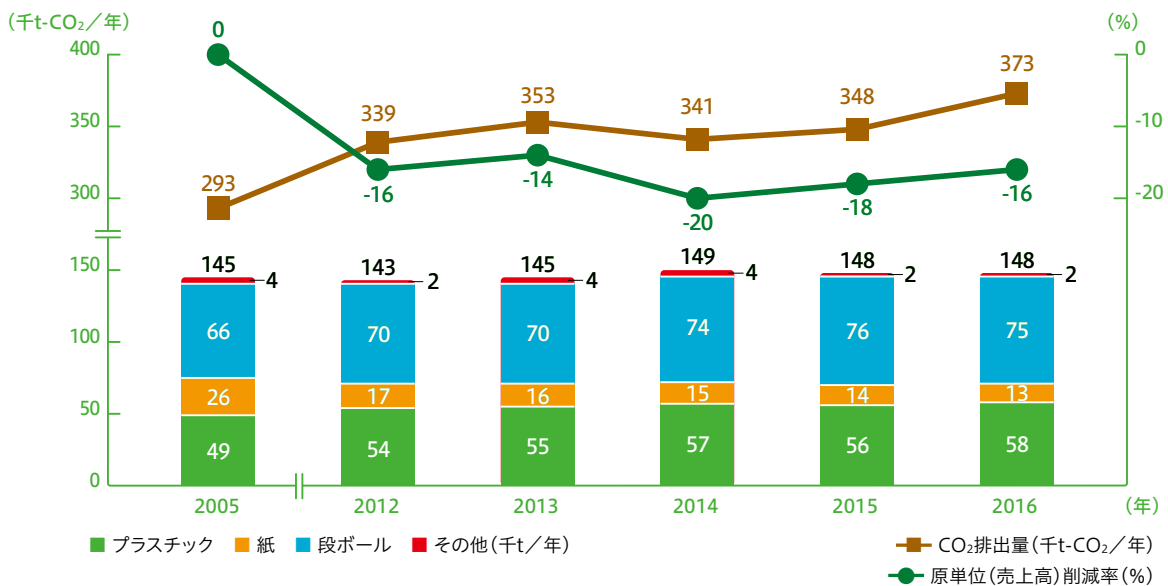
日本

容器包装の材料削減は環境負荷低減と同時にコスト削減にもつながります。2016年の事例の一つとしては、「つめかえ用ラクラクecoパック」の段ボール材料削減によって約37トンのCO₂排出量を削減しました。こうした環境負荷低減につながった容器包装材料

のコスト削減事例は2016年全体で14件あり、CO₂排出削減量とコスト削減量はそれぞれ年間で約150トン、約1億円となっています。

2016年はつめかえ製品の材料節減や、つめかえ製品の販売数量が増加したことにより、容器包装材料使用量は減少しました。

容器包装材料使用量の推移



※ 集計範囲：花王(株)
 ※ 一部データを見直し、2012年～2015年の数値を変更しています。

※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

Renewable : 再生可能原料への転換

日本

植物を原料とした素材への転換を始めたのは、2012年のことです。当時導入されたつめかえ用パックは、重量の10%を石油由来のポリエチレンから植物由来ポリエチレンに転換しました。植物由来ポリエチレンは、計画的に栽培されているサトウキビから砂糖を製造したあとに残る廃糖蜜を発酵して得られる再生可能なエタノールを原料として製造されます。焼却時に排出するCO₂をゼロとみなすことができるため、環境影響の少ないプラスチックとして注目されています。

また、「ヘルシア緑茶」350mlボトルのラベルには、トウモロコシからつくられたポリ乳酸(PLA)を50%以上含んだシュリンクフィルムを採用しています。

2016年は新たに、「メリット」「エッセンシャル」「アジエンス」「セグレタ」のすべてのポンプタイプのシャンプー・コンディショナーのボトルで、容器重量の20%を植物由来ポリエチレンへ転換しました。これにより、CO₂排出量を従来品に比べて約8%削減

減することができます。

花王は、今後も植物由来ポリエチレンやポリ乳酸などの再生可能原料への転換を続けていきます。



容器重量の20%を植物由来ポリエチレンへ転換したシャンプー・コンディショナー

Reuse : つめかえ・つけかえ製品の推進

日本

花王が最初のつめかえ用製品を発売したのは1991年ですが、その品数は年々増え、2016年12月時点のつめかえ・つけかえ製品は266品目にのぼっています。さらに花王は、消費者がつめかえやすいように、ボトルの大きさや内容物の粘度などに合わせたさまざまな改良を加えています。

つめかえ用製品の販売数量比率は1997年から急速に増え、現在ではほぼ80%強で推移しています(本数ベース)。たとえば柔軟仕上げ剤や衣料用漂白剤のつめかえ用の比率は90%以上で推移しています。2016年に販売されたつめかえ・つけかえ用製品は、すべて本体容器(プラスチック容器に入った製品)の場合と比較すると、8万トン強のプラスチック使用量を削減したことになります。こうした継続的な4R視点での技術開発により、「環境宣言」を発表した2009年以降の樹脂削減総量は、約50万トンに上ります。この活動により、容器包装の処理において発生するCO₂排出量を約4,500千トン削減し、環境負荷が低減ただけでなく、その処理にかかる費用(収集運搬、中間処理、最終処分、資源化、管理)である社会的コストも約170億円削減に貢献しました。

2016年は、環境配慮と使いやすさを両立した新容器「つめかえ用ラクラクecoパック」を「メリット」「エッセンシャル」「アジエンス」「セグレタ」のすべてのシャンプー・コンディショナーのつめかえ製品に採用しました。これはシャンプー・コンディショナーのような粘度の高い製品のつめかえ用容器で、フィルムの

厚みを従来よりも約18%薄くし、注ぎ口部分には植物由来ポリエチレンを約50%使用したものです。ボトルのような形状で、従来と同じ容量を保ちつつスリムでコンパクトになり、輸送時や店頭で取り扱いやすいだけでなく、こぼさず、すばやく、残さずつめかえることができます。この容器では、従来のつめかえ容器に比べて、製造から使用、廃棄までの過程で生じるCO₂排出量を約3%削減できます。さらに、つめかえ後に容器に残る量が従来品に比べ約3分の1にまで削減されています。

また、花王ではリターナブルも推進しています。1997年からプロフェッショナルユース向け、食器洗浄機用洗浄剤等の大型ポリ容器(10L、20L)にリターナブルシステムを採用しています。リターナブル本数は、年間で約65,000本、これによるCO₂削減量は、年間で約400トンです。



つめかえ用 ラクラクecoパック

Recycle : 再生材料の導入

日本

花王は再生紙や再生樹脂等の再生材料を積極的に導入・活用しています。1960年代から粉末タイプの洗たく用洗剤をはじめとした、多くの製品の紙箱や説明書に再生紙を使い続けてきたほか、1987年に発売した衣料用洗剤「アタック」の計量スプーンでは、再生PP樹脂を導入しました。1994年発売のフロア用そうじ道具「クイックルワイパー」のドライシートの繊維には、リサイクルした再生PETを使用しています。

2016年は、「アジエンス MEGURI」シリーズのシャンプーボトルに再生PETを約10%ブレンドしました。



再生PETがブレンドされたシャンプーボトル

⇒P128「カルチャー」>持続可能で責任ある調達/持続可能な紙・パルプの調達に向けての取り組み

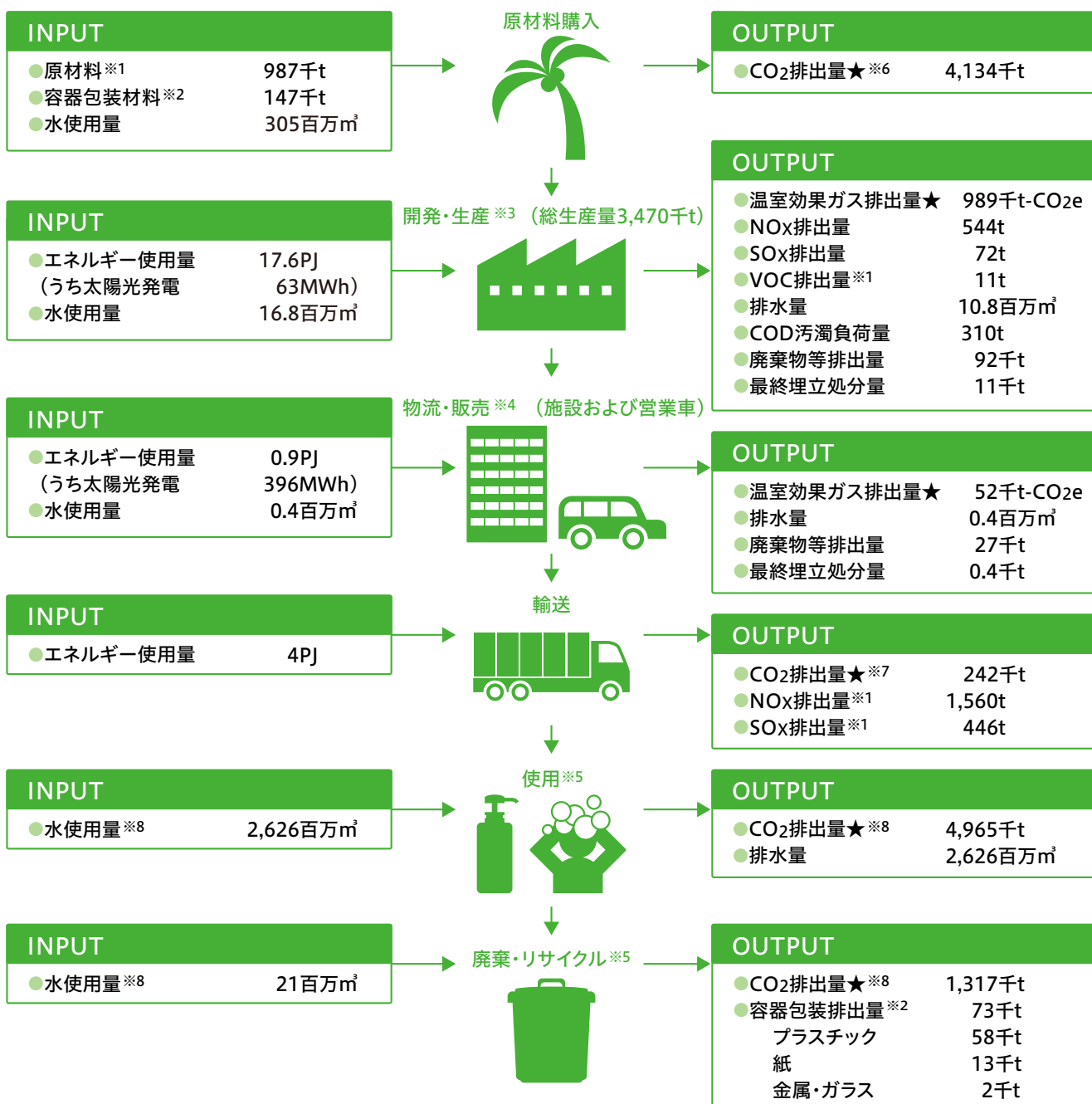
製品ライフサイクルと環境負荷

【EN1,EN3,EN15-17,EN21-23,EN30】

花王では製品のライフサイクル全体を通して資源をムダなく使用するとともに、さらなる省資源・省エネルギーを実現する技術を追求しています。

2016年事業活動と環境負荷

グローバル



集計範囲

※1 日本花王グループ

※2 花王(株)

※3 全生産拠点

※4 全非生産拠点(研修所、寮等を含む)

※5 消費者向け製品

※6 消費者向け製品および産業界向け製品を対象として、製品1個当たりの原材料製造段階(自社グループの製造工程除く)のCO2排出量に当該年度の販売数量を乗じて算出しています。

※7 集計対象は消費者向け製品および産業界向け製品。日本は省エネ法に基づいて算定しています。海外は日本の実績に基づき算定した製品1個当たりの輸送時CO2排出量と各国での販売数量と各国内での推計輸送距離を乗じて算定しています。

※8 消費者向け製品を対象として、製品1個当たりの使用時CO2排出量もしくは製品1個当たりの廃棄時CO2排出量に当該年度の販売数量を乗じて算定しています。

製品ライフサイクルと環境負荷 [EN1,EN3,EN15-17,EN21-23,EN30]

INPUT

- **原材料**
製品を製造するために直接使用した原材料の量
(ただし、容器包装材料、燃料などは含まない)
- **容器包装材料**
販売された製品に使用した容器包装の量(段ボールを含む)
- **エネルギー使用量[開発・生産]**
生産拠点で使用したすべてのエネルギー量
- **エネルギー使用量[物流・販売(施設および営業車)]**
非生産拠点および自動車(営業用)で使用したエネルギー量
- **エネルギー使用量[輸送]**
消費者向け製品と工業用製品および原材料その他の輸送で使用したエネルギー量
- **水使用量**
工業用水、市水、地下水、雨水の使用量

OUTPUT

- **温室効果ガス排出量**
拠点から排出された温室効果ガス(京都議定書で定められた7ガス)の量
(CO₂換算値・スコープ1+2)
- **CO₂排出量**
原材料の製造、エネルギーの使用と成分分解等に伴い排出した量
- **排水量**
各拠点からの排水量と消費者向け製品の使用に伴い排出された水の量
- **COD汚濁負荷量**
排水中のCOD汚濁負荷量
- **廃棄物等排出量、最終埋立処分量**
各拠点において発生した廃棄物等のうち、廃棄物、再資源化物として外部に処理委託あるいは売却した量および最終埋立処分量
- **容器包装排出量**
販売された製品に使用した容器包装の量(段ボールは含まない)
- **VOC排出量**
生産拠点からの大気へのVOC(揮発性有機化合物)排出量
- **NOx排出量**
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- **SOx排出量**
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量

環境会計【EN31】

花王は、環境への取り組みを効率的かつ効果的に推進するために、環境保全活動にかかる費用とその効果を数値化しています。

2016年の環境会計報告

グローバル

- ① 環境省「環境会計ガイドライン2005年版」に準拠しています。また、一般社団法人日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」も参考にしています。
- ② 集計範囲は、花王(株)、日本のグループ会社および海外の生産拠点を有するグループ会社です。
- ③ 環境保全効果(物量効果)については、「製品ライフサイクルと環境負荷」をご覧ください。
→P63「エコロジー」>製品ライフサイクルと環境負荷

環境保全コスト(事業活動に応じた分類)

(単位:百万円)

分類	主な取り組み内容	日本		海外	
		投資額	費用額*	投資額	費用額*
(1)事業エリア内コスト		1,530	3,817	652	2,754
内訳	①公害防止	264	1,444	400	1,148
	②地球環境保全	895	549	208	610
	③資源循環	371	1,824	44	996
(2)上・下流コスト	環境対応製品生産設備、容器包装リサイクル	579	2,611	0	69
(3)管理活動コスト	EMS取得・維持、環境広報、事業場内緑化	0	1,183	0	202
(4)研究開発コスト	環境対応研究開発	1,335	3,933	0	61
(5)社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	7	141	14	10
(6)環境損傷コスト		0	0	0	11
合計		3,451	11,685	666	3,107

環境保全コスト(環境保全対策分野に応じた分類)

(単位:百万円)

分類	主な取り組み内容	日本		海外	
		投資額	費用額*	投資額	費用額*
①地球温暖化対策に関するコスト	省エネルギー	895	549	181	193
②オゾン層保護対策に関するコスト	代替フロンへの切り替え	0	0	27	399
③大気環境保全に関するコスト	大気汚染防止、粉塵防止、悪臭防止	13	457	231	451
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	0	4	7	39
⑤水環境・土壌環境・地盤環境保全に関するコスト	水質汚濁防止	251	984	161	633
⑥廃棄物・リサイクル対策に関するコスト	省資源、産業廃棄物の減容化、リサイクル	950	4,434	44	1,063
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	1,335	3,933	0	60
⑧自然環境保全に関するコスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	7	139	15	83
⑨その他コスト	EMS取得・維持、環境広報、事業場内緑化	0	1,185	0	186
合計		3,451	11,685	666	3,107

※ 費用額には減価償却費を含んでいます。

環境保全対策に伴う経済効果^{※1}

(単位：百万円)

効果の内容		日本	海外
		金額	金額
収益	有価物、固定資産の売却金額	435	175
費用節減 ^{※2}	省エネルギーによる費用節減金額	185	168
	省資源による費用節減金額	2,033	891
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	304	716
合計		2,957	1,950

※1 経済効果は有価物および固定資産の売却金額と費用節減金額を計上し、リスク回避等の仮定に基づく経済効果、いわゆる「みなし効果」は計上していません。

※2 費用節減金額は、当該年度に発生した項目の1年間の節減額を当該年度のみ計上し、複数年度にわたって計上はしていません。

環境コミュニケーション【DMA,EC7,LA10】

花王のアプローチ

花王の製品は、家庭で毎日のように使うものが多くを占めています。花王が環境活動を推進するには、モノづくりのプロセスにおける環境配慮だけではなく、お客さまが毎日の生活の中でエコを意識していただくことも大切です。花王では、環境コミュニケーション活動をさまざまなアプローチで行ない、ステークホルダーとともに環境について考え、行動しています。

社会的課題と花王のアプローチ

国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)で採択された「パリ協定」や、SDGs(持続可能な開発目標)で取り上げられた環境課題を解決していくためには、すべての国や地域社会、企業や各家庭が、いっしょに取り組む必要があります。

そのために、花王はさまざまなステークホルダーとの協働や、啓発プログラムの開発、社員への啓発を通じた事業活動による環境負荷の低減を推進しています。

方針

お客さま・ビジネスパートナー・社会と共に取り組む、“いっしょにeco”を推進しています。なかでも、「社会と“いっしょにeco”」の取り組みでは、広く社会全体の環境活動と連携した活動を積極的に行なっています。

また、こうした活動の推進には、多様なステークホルダーの

価値観に寄り添ったコミュニケーションが重要と考え、各ターゲットに向けたさまざまなプログラムを開発し、実施しています。

→“いっしょにeco”

http://www.kao.com/jp/corp/eco/kao_eco/

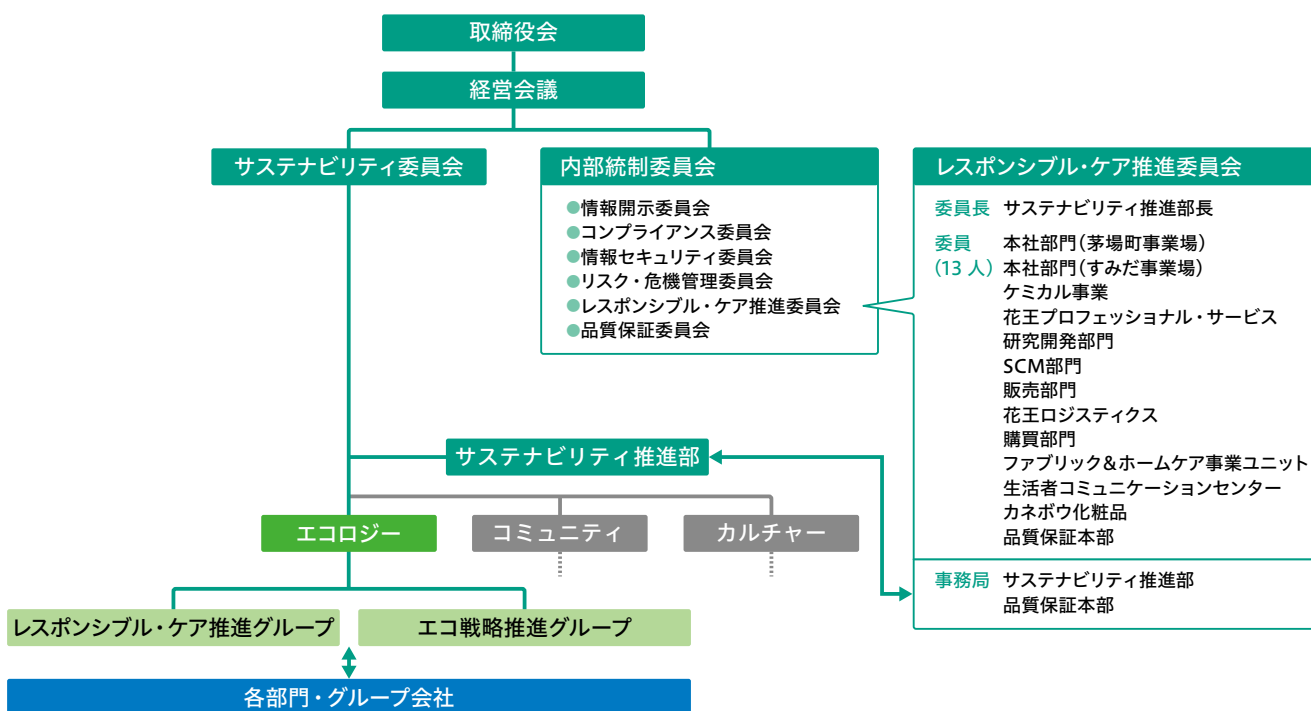
体制

花王は、代表取締役 社長執行役員を委員長とし、代表取締役、各部門や関係会社からの代表者で構成するサステナビリティ委員会を設けています。このサステナビリティ委員会の中で、重点領域の一つである「エコロジー」のコミュニケーション活動について議論し、戦略方針を決定しています。また、サステナビリティ推進部長を委員長とし、各部門のレスポンシブル・ケア推進責任者からなるレスポンシブル・ケア推進委員会が、環境

啓発活動のPDCAサイクルをマネジメントしています。

グループ会社では、各グループ会社社長を実行責任者として、グローバルでさまざまな機会を通じてエコ情報提供による環境啓発活動などの、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーション活動を積極的に推進しています。

環境コミュニケーション推進体制



→P184「レスポンシブル・ケア活動/体制」

教育と浸透

環境コミュニケーションを推進するためには、グループ会社全社員がその考え方を十分に理解する必要があるため、さまざまなアプローチで社員への啓発活動を行なっています。

環境教育講座

マネジメント層から2～3年目の社員、各部署のレスポンスブル・ケア担当者等、幅広い社員を対象に毎年実施しています。

(内容は、「気候変動」「水リスク」「生物多様性」など)

2016年受講者：468人

新入社員研修

小田原事業場、和歌山事業場、すみだ事業場、栃木事業場にて、新入社員を対象に環境教育講座を実施しています。

2016年受講者：171人

有識者講演会

有識者をお招きし、社内講演会を開催しています。

2016年は国立環境研究所 地球環境研究センター 気候変動リスク評価研究室長の江守正多先生をお招きし、「気候変動リスクと人類の選択～近年の記録的な異常気象と気候変動～」をテーマにセミナー形式の講演を開催しました。

2016年受講者：148人

環境展示会への出展

環境展示会に積極的に出展し、社員が説明員となることで自社の取り組みへの理解を深めています。

→詳しくは「具体的な取り組み：環境展示会への出展」

中長期目標

1. ステークホルダーとの協働による、パートナーシップの活性化
2. 多様なステークホルダーの価値観に寄り添う、コミュニケーションプログラムの開発と実施
3. 「環境宣言」をさらに推進するための、社員向け啓発プログラムの開発と実施

2016年の実績

「花王国際子ども環境絵画コンテスト」を通じた環境啓発：グローバル

- ・応募数13,739点
- ・絵画展示を東京都墨田区・港区・中央区と連携し実施。
- ・台北市で、花王(台湾)による絵画展示を中心とした環境啓発活動を実施。4,000人以上が参加。

花王と味の素、イースクエアの3者による「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」(日本)

生活者がよりサステナブルなライフスタイルを実現するために、生活者調査や研究、生活者と一緒に考える場の提供や情報発信を目的とした研究会を開催。

- ・味の素株式会社、株式会社イースクエア、川崎市環境局との協働による川崎市在住の小学5年生とその保護者21組に対する環境啓発を計4日間実施。

→詳細は「ステークホルダーとの協働」

中国環境保護部との協働による「中国清潔・節水全国運動(清潔节水中国行)」(グローバル)

- ・2016年3月、北京で開幕。
- ・2016年4月から5月にかけて、中国国内8つの省・41の大学において、節水の大切さを喚起するイベントを開催。
- ・2016年6月、各大学での活動成果を発表するイベントを実施。

環境展示会への出展(グローバル)

- ・「エコプロダクツ国際展」(バンコク)に、15人の社員が参加。
- ・「エコプロ2016」(日本)に、73人の社員が参加。

→詳細は「ステークホルダーとの協働」

さまざまな活動

- ・小学校・中学校・高校における環境授業(実施校32校・受講者2,827人)
- ・「いっしょにエコ日記」配布校数：381校・28,575人
- ・花王エコラボミュージアム来場者数：12,707人
- ・「環境・安全サイトレポート」を国内8工場、海外8工場で発行。

→詳細は「具体的な取り組み」

→P48「エコロジー」>化学物質/化学物質適正管理のためのケミカル製品の情報提供活動

→P103「コミュニティ」>社会貢献活動 教育/2016年の実績：2.工場見学を通じた学校教育支援

ステークホルダーとの協働

川崎市・NPO法人と協働で小学生と保護者向けの環境啓発プログラムを実施

味の素株式会社、株式会社イースクエア(「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」所属企業)、川崎市環境局地球環境推進室、NPO法人 ビーグッドカフェ(BeGood Cafe)と協働で、川崎市に住む小学5年生21人とその保護者を対象とした「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～」と題したプログラムを計4日間実施しました。これは身近な環境課題と毎日の自分の暮らしとのつながりを考えることで、「自分のライフスタイル」を見直し、未来の

心豊かな暮らしを考えようという新しい環境教育プログラムで、気候変動、生物多様性、水資源、資源循環、フードロスについて、実験や料理教室、専門家による講義を行ないました。

「COOL CHOICE」への賛同

2016年から政府が推進する「COOL CHOICE(=賢い選択)」に賛同しています。

→「COOL CHOICE」ウェブサイト

<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/index.html>

具体的な取り組み

第7回花王国際こども環境絵画コンテスト

グローバル

基本的な考え方

子どもたちに、生活におけるエコと地球の環境・未来について真剣に考え、絵画として表現してもらい、それを花王が多くの人たちに伝えることで、“いっしょにeco”を世界中に広げていきたいという思いのもと、2010年から「花王国際こども環境絵画コンテスト」を開催しています。

子どもたちからの情報の発信は、政府や企業・団体からの情報の発信よりも、家族の行動を変容させる影響力が高いと考えています。また、日本だけでなく、環境教育が十分に行き渡っていない新興国も含めた世界各国でこの活動を行なうことが重要だと考えています。

さらに、絵画展示については花王単独で行なうのではなく、地方自治体やNPOと協働で行なうことにより、より説得力の高い環境啓発ができると考えています。

環境絵画の募集

2016年は「みんなでいっしょにエコ」をテーマに、国内外の小中学生を対象に作品の募集を呼びかけたところ、世界45カ国・地域の子どもたちから、前年を上回る13,739点(国内1,407点、海外12,332点)の応募がありました。この中から、受賞作品33点を12月の「エコプロ2016」会場の花王ブースに展示し、上位受賞者9人を招いて表彰式を行ないました。受賞者を代表して「いっしょにeco地球大賞」を受賞した小林晃さんが、受賞の喜びと、作品のモチーフについてのエピソードを語ってくれました。また、表彰式後のインタビューセッションでは、各国の受賞者から、自分が暮らす国・地域の環境や、絵に込めた思いなどが語られました。



地球大賞を受賞した小林晃さん

絵画展示による環境啓発

子どもたちからの環境に対するメッセージを多くの人々に伝えるため、東京都墨田区・港区・中央区などの自治体やNPOと連携し、これまでの受賞作品の展示を中心とした環境啓発活動を行ないました。「世界の子どもたちが描く地球・環境・未来」をテーマに企画した展示会では、ご来場の皆さまから「大人が考えるより、子どもたちはもっと地球のことをよく考えている」「自分たちの行動を見直すいいきっかけになった」など、子どもたちからのメッセージを受けて、ご自身の行動をかえりみるような多くの感想をいただきました。環境啓発活動への参加率が低いといわれている成人男性からも、多くの反響がありました。

今後も、子どもたちの作品を通じてより多くの人々にエコを意識するきっかけとなるよう、公的団体や学校などへ作品の展示を予定しています。



受賞者の皆さん、審査委員長の益田先生(左)、社長の澤田(右)と記念撮影

環境展示会への出展

グローバル

花王は、アジア最大級の環境展示会である「エコプロダクツ国際展」に2006年から、国内最大級の「エコプロダクツ展(2016年、展示会名をエコプロに改称)」(東京)に第1回の1999年から出展し、2008年からは毎年出展しています。社員が説明員となり来場者と直接コミュニケーションすることで、花王の環境に対する取り組みをお客さまに楽しみながら理解していただくとともに、社員自身のエコ意識向上にもつながる貴重な場と考えています。

2016年は、「エコプロダクツ国際展2016」(開催地：タイ バンコク)では約5千人、「エコプロ2016」では約1万2千人のお客さまが花王のブースにご来場されました。社員のデモンストレーションを交えた説明に、お客さまからは多くの驚きや感心の声をいただきました。また、新たな課題への気づきを得るなど、社員がエコに取り組むモチベーションを向上させる貴重な機会

となりました。

また「エコプロダクツ国際展2016」では、展示会主催の環境コンテストにおいて、花王の環境への取り組みが評価され「EPIF 2016 Awards」を受賞しました。

2016年の環境展示会への出展

展示会	出展回数	開催場所	2016年花王ブース来場者数	2016年参加社員数
エコプロダクツ国際展2016	6回 (初出展：2006年)	タイ バンコク	約5千人	15人
エコプロ2016	10回 (初出展：1999年)	東京	約1万2千人	73人



「エコプロダクツ国際展」(タイ)の花王ブース



「エコプロ2016」(日本)の花王ブース



花王(タイ)社長に、タイの副首相よりEPIF 2016 Awardsが授与された



社員が説明員となり、お客さまと楽しくコミュニケーション

中国政府機関と協働で5年目の節水キャンペーンを実施

グローバル

花王(中国)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一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、5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。2016年は陝西省、遼寧省、安徽省、浙江省など8つの省・41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、2016年はショートフィルム59件、Tシャツ作品834件の応募がありました。6月には、上海の大学で閉幕式を行ない、入選者を表彰しました。

Topic

花王カスタマーマーケティング(株)(花王CMK)が「地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受彰

2016年、花王CMKにおける“いっしょにeco”活動が環境省主催の「平成28年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰(対策活動実践・普及部門)」を受彰しました。これは、花王CMKが販売店や地域の行政と協働して行なっている「節水、節電、ごみ削減」を主なテーマとした環境啓発イベントが、地球温暖化防止につながるライフスタイルの実践・普及に寄与していると評価されたものです。花王CMKの環境啓発イベントには、「環境宣言」を発表した2009年から2015年12月までに累計約41万人の消費者の皆さまにご参加いただいています。

同表彰は、環境省が地球温暖化対策推進の一環として1998年から行なっており、毎年、地球温暖化防止月間にあたる12月に、地球温暖化の防止に顕著な功績のあった個人や団体を表彰しています。



表彰式



花王CMKの“いっしょにeco”活動を紹介

品質保証の取り組み【14,DMA,PR1】

花王のアプローチ

花王グループの使命である、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティに貢献するために、原料から研究開発、生産、輸送、販売までのすべての段階において、徹底した消費者・顧客視点で、高いレベルでの商品の安全性を追求し、絶えざる品質向上に努めています。

社会的課題と花王のアプローチ

徹底的な基盤技術研究・商品開発研究・消費者ニーズの探索により、お客さまの心を打ち満足を実現する革新的な商品を提供します。さらに今後、環境・健康・高齢化・衛生などの社会的課題を解決する商品の開発を強化していきます。

品質保証活動の見える化と、全ステークホルダーとの品質保証に関するコミュニケーションを推進し、信頼と協働により社会的課題の解決に向けた変化を生み出せるように進めていきます。

方針

花王グループの品質保証活動の基本は、「花王ウェイ」にある消費者・顧客起点の心をこめた“よきモノづくり”です。原料から研究開発、生産、輸送、販売に至るすべての段階で、社員全員参加の消費者起点の品質保証活動を行なっています。

品質保証活動の基本方針

- 品質を評価するのは「消費者・顧客」
- 「使い続けていただける」商品の提供
- 「安心して使える」商品づくり
- 「法規制の遵守」
- 「透明性の高い」企業活動と説明責任

体制

花王グループでは、商品開発から発売後まで、研究開発～マーケティング～生産技術～物流～販売に至るグループ一貫の全社活動による品質保証マネジメント体制をとっています。

商品発売に際しては、探索～技術開発～商品化～生産の各段階での品質維持と、総合的なエビデンス検証のゲート管理を導入しており、高い安全性と品質を十分確保しています。

発売後は、消費者・顧客の声を真摯に受け止め、絶えざる品質向上を追求する全社活動を推進し、常に公正で透明性の高い企業活動を行ない、社会的責任を果たせるように努めています。

このように花王グループは、日々“よきモノづくり”に努めていますが、予期せぬ事故やトラブル、事件性のある品質問題が発生する可能性はゼロではありません。そのため、「花王グループ緊急重大問題対応体制」を定めており、国内外の花王グルー

プ各社もこの体制を強化しています。

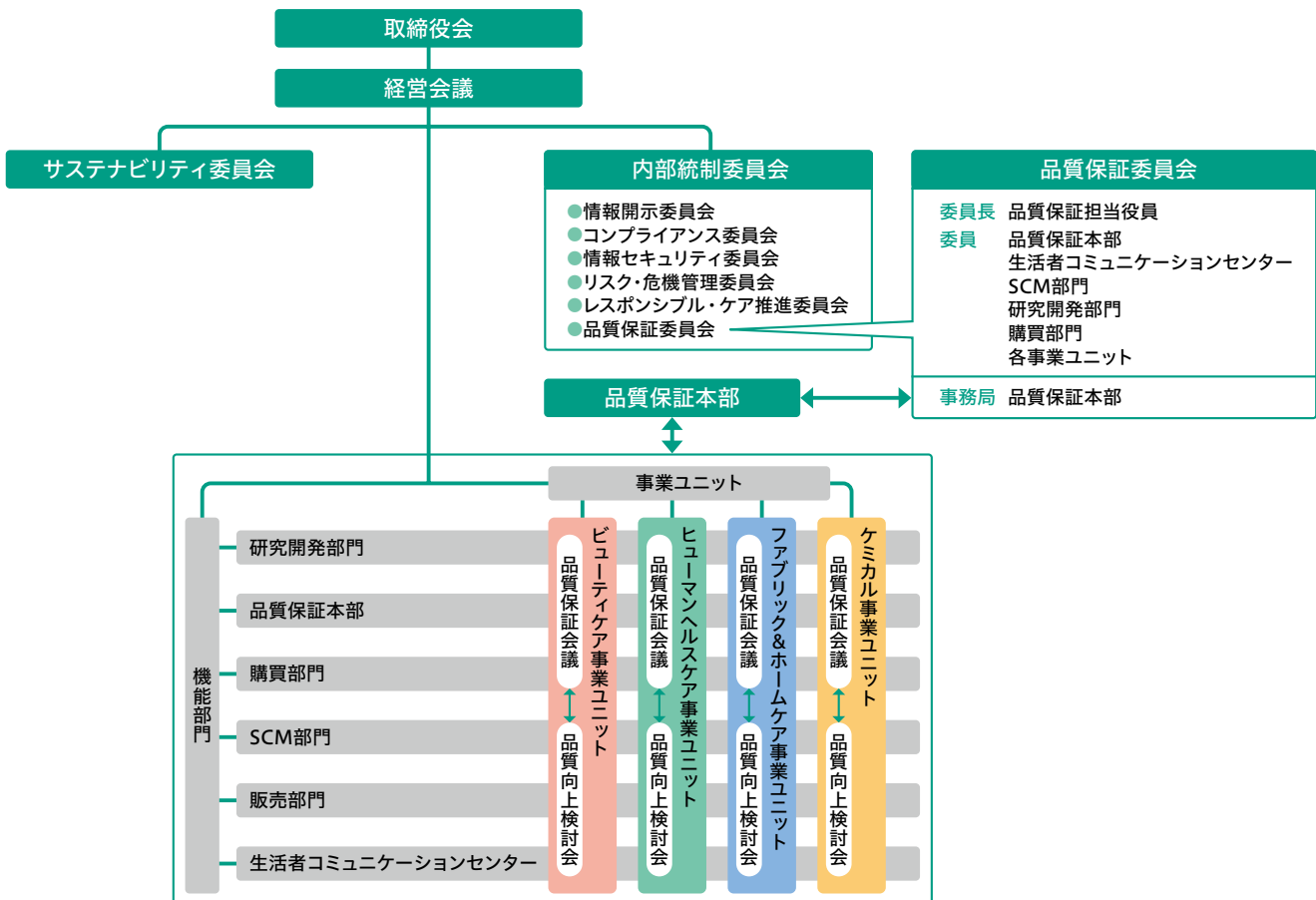
一方、内部統制システムを含むコーポレート・ガバナンス体制を整備しており、社長を委員長とする内部統制委員会の下部組織として品質保証委員会を設置しています。品質保証委員会では、全社品質保証活動の有効性と信頼性を確認しています。

品質保証委員会で決まった方針に従い、各事業ユニット単位で品質保証会議を開催し、品質保証活動方針や品質課題、品質保証活動の進捗などを確認しています。

さらに、毎月の品質向上検討会では、事業部門の責任者のもとに関連部門(事業部門・生産・研究・消費者対応部門・品質保証本部など)が一堂に会してお客さまの声を検討し、商品や情報・サービスの改善に活かします。今後、この活動をグローバルに展開していきます。

これらの全社活動を、品質保証本部が統括・推進しています。

品質保証体制



教育と浸透

社内には、花王グループの品質保証活動の拠りどころである「花王ウェイ」や「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」について、研修などを通じ、全社に浸透するよう図っています。

また、実際の品質保証活動の中で、各種の教育や啓発に努めています。海外グループ会社も含めて、花王グループの品質向上検討会では、品質保証活動方針の浸透・徹底を図っています。生産部門の現場では消費者からの指摘件数を指標とする花王独自のQCサークル活動を行なうなど、消費者視点の品質向上

意識の浸透を図っています。また、GMP(Good Manufacturing Practice)基準や各種ISOなどの教育にも努めています。優れた品質保証活動に対しては、品質保証活動表彰を実施するなど、モチベーションの向上も図っています。

社外の委託先や原材料メーカーなどとは、品質関連会議を開催して消費者起点の品質向上活動を進めています。今後はさらに幅広くパートナーの皆さまと協働して消費者起点の品質保証活動を展開していきます。

中長期目標

花王グループでは、品質保証活動に関して以下のような中長期目標を定めています。

1. 徹底した消費者・顧客起点と、総合力と、花王グループの資産の最大活用により、世界最高レベルの品質を追求します。
2. 「正道を歩む」を貫き、高度で責任ある危機管理を深めていきます。
3. グローバル化、情報化への戦略的対応モデルやeコマース、新領域・新事業の品質保証体制を構築します。

2016年の実績

- ・品質保証会議や品質向上検討会を日中合同で開始するなど、全社品質保証活動において国内外の花王グループの連携を強化しました。
- ・生産技術のグローバル一体化を推進するために、花王グループのGMP基準の拡大を進めました。
- ・事業環境や社会の変化に対応して、輸出入管理や国境をまたいだ電子商取引などに対する品質保証の取り組みを進めました。

ステークホルダーとの協働

お客さまの声を“よきモノづくり”へ活用

花王グループでは、お客さまから寄せられた声を「花王エコシステム」を通じて社内ですやかに共有し、商品や情報・サービスの改善に活かしています。

⇒P84「コミュニティ>消費者とのコミュニケーション/体制」

業界としての取り組みに参加

花王グループは、世界各国どこでも安心して商品をお使いいただけるよう、各国で業界活動に積極的に参画し、商品の品質・安全性に関する各国基準との調和を図るとともに、新たな規格や試験法の設定、化学物質の管理などについての国際的な取り組みなどで、精力的に活動しています。

具体的な取り組み

消費者起点の全社品質保証活動の取り組み

グローバル

2016年は、社会変化・グローバル化への対応として、中国の品質保証会議・品質向上検討会を日中合同で行ないました。また、インバウンド対応として、ウェブサイトにおける中国語での商品情報の掲載や、店頭でのスマートフォンを活用した中国語での商品説明表示などに取り組みました。

お客様の声を商品に活かす取り組みも継続しています。2016年は、「アタック 高活性バイオEX つめかえパック」において、開封する際の切り欠き状の切り口を、触ってわかるように変更しました。また、「ソフィーナ リフトプロフェッショナル ハリ美容液」では、最後まで使いきることができる化粧品つかけ

え容器を採用しました。

情報化の変化に対応する取り組みとしては、ソーシャルメディアである「Yahoo!知恵袋」上で「花王公式サポート：kao_official」としての回答を続けています。家事カテゴリーや美容カテゴリーに加えて、2016年は、新たに健康カテゴリーの質問への回答も始めました。

一方、重大問題や安全性の問題が起こった時の対応を目的として、商品発売後の安全管理と副作用報告、誤飲防止表示の検討などを引き続き行ないました。

より高いレベルでの商品の安全性に向けた取り組み

グローバル

花王グループでは、商品を安全に快適に安心して使用していただけるよう技術開発～商品化～生産～販売に加え、商品発売後の安全管理に至るまでの全社活動で、商品の高い安全性と品質を確保しています。

商品開発段階での原料選択、商品化後の配合成分に関しては、国内外の法規、安全性に関する情報を日々収集しています。業界やNGO/NPOなどからの幅広い情報についても、科学的な視点と社会的な懸念など、多面的な視点で評価して必要な対策をとっています。

また、商品発売後は一つひとつの消費者の声に真摯に耳を傾け、内容を確認して常に詳細に安全性を点検し、医療関係者や行政などのネットワークとも連携して安全管理を行なっています。

国内だけでなく各国で寄せられる消費者の声に関しては、欧州・米州の花王グループ担当者とも定期的に合同で会議を開催し、グローバルな視点でも高いレベルで市販後安全管理を行なっています。

品質保証監査・自己点検を実施

グローバル

花王グループでは、日本のほかアジアや欧米のグループ会社も、ISO9001やGMPの認証を維持するとともに、外部監査・内部監査、委託製造先や原材料メーカーに対する自主監査、品質会議を行なっています。

また、品質保証監査・自己点検の体系強化として、品質保証

本部だけでなく、他部門も含めたメンバーで構成する品質監査推進会議を開催し、監査テーマを設定しながら監査活動を推進しています。2016年は化粧品原料の総点検などを実施しました。他社で発生した問題を参考にした自社点検も、適宜実施しています。

ユニバーサルデザインの取り組み【27,DMA,PR1】

花王のアプローチ

より多くの人にとって、わかりやすく使いやすい「人にやさしいモノづくり」を推進すると同時に、製品を通じて人と人、人と社会をつなぐ役に立つ「人や社会とつながるモノづくり」をめざしています。また、消費者の多様性に配慮した情報発信にも努めています。

社会的課題と花王のアプローチ

近年、高齢化や女性の社会進出、男性の家事・育児参加など、人口構成や生活スタイルの変化により消費者のニーズも多様化しています。そのような状況のなか、花王の製品を初めて使う方から、長く使っていただいている高齢の方まで、すべての人

が購入前の製品情報の取得から購入、使用、廃棄に至るまで、ストレスを感じることがないように、消費者の皆さまの声をもとに製品やサービスの改善に努めます。

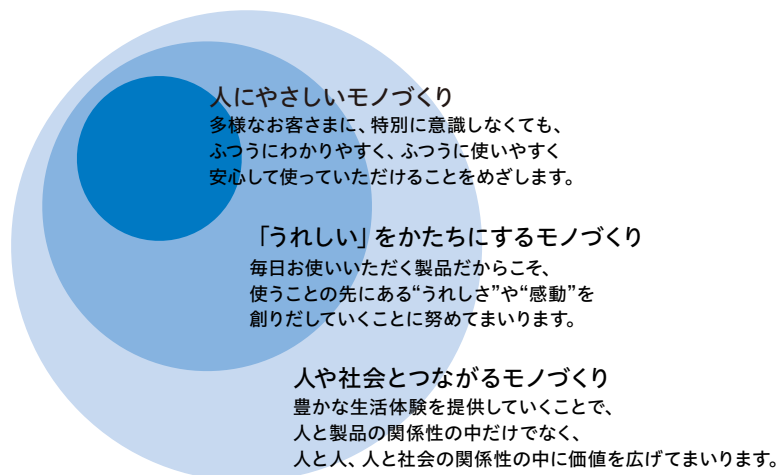
方針

花王ユニバーサルデザイン(UD)指針「人にやさしいモノづくり」「『うれしい』をかたちにするモノづくり」「人や社会とつながるモノづくり」に基づいて、人々の暮らしや思いに配慮した製品やサービスを提供していきます。赤ちゃんから高齢者まで幅広い世代の方々に日々の暮らしの中で使っていただくことで、人々のつながりや、社会とのつながりのお役に立てるよう努めています。

ます。

このような花王UD指針の思想を、多様な価値観や文化を持つ人々に対して製品を提供している花王グループの社員と共有しながら日本国内だけでなくグローバルに展開し、シナジー効果を発揮することをめざします。

花王ユニバーサルデザイン指針

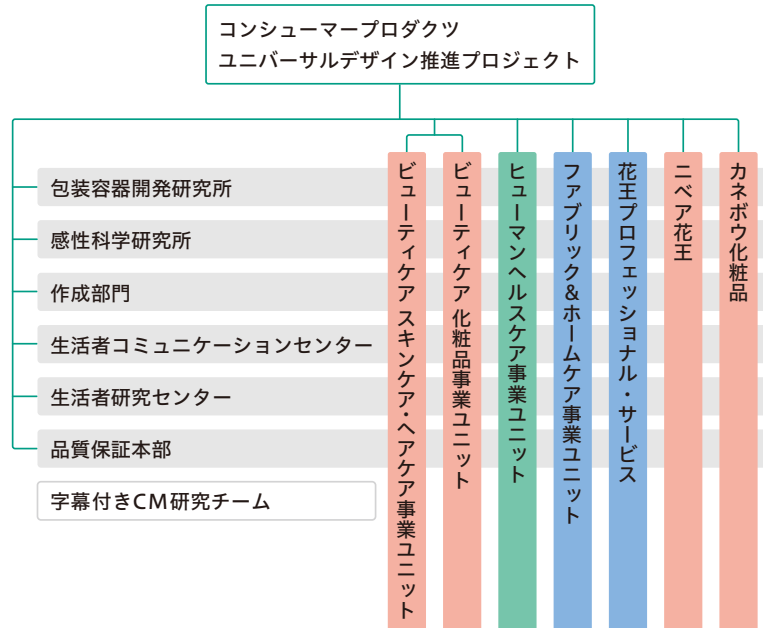


体制

花王UD指針のもと、お客さまからのご要望やご意見を直接うかがう消費者相談窓口である生活者コミュニケーションセンターを事務局とし、関連部門および日本国内のグループ会社の

代表メンバーで構成されるUD推進プロジェクトにおいて各部門間で改善実施事例を共有し、継続的にUD視点での改善を加えていくよう取り組んでいます。

ユニバーサルデザイン推進プロジェクトの体制



教育と浸透

高齢者体験ワークショップの実施

花王グループの社員を対象に、高齢者への共感力の向上を目的として、高齢者体験ワークショップを実施しています。戸建住宅のスタジオで、社員が要介護1に相当する疑似体験装具をつけて家事などの日常生活を行なうものです。半日の家庭生活を

通じて、体に不自由さを感じ始めた高齢者に共感するとともに、製品の使い勝手や製品情報の表示の課題を発見します。

- 高齢者体験ワークショップ 計11回開催
 - ・ 家事体験ワークショップ9回、85人参加
 - ・ 買い物体験ワークショップ2回、29人参加

中長期目標

多様性に配慮した製品の開発や、情報の開発を推進します。

主な活動

1. 新製品・既存製品におけるUD視点での継続的な改善の実施
2. 日本国内における字幕CMの普及に向けた活動
 - ・複数社提供番組でのトライアル放送の実現をめざす
 - ・普及推進協議会への働きかけ
3. 社外に向けたUD啓発活動
 - ・社外に向けた啓発活動の継続(出張授業<UD講座>・講演会・セミナーなど)

2016年の実績

1. 新製品・既存製品におけるUD視点での継続的な改善の実施

- ・新製品・既存製品におけるUD視点での改善実施率：71%、709アイテム(集計範囲は日本および米州)
- ・「つめかえ用ラクラクecoパック」の採用ブランドの拡大
シャンプーやコンディショナーのように粘度が高い製品でも簡単につめかえができる新容器「つめかえ用ラクラクecoパック」を、「エッセンシャル」から2016年1月に発売しました。その後「メリット」「アジエンス」「セグレタ」でも採用し、順次発売しました。お客さまからは「一滴もこぼさずキレイにつめかえられた」「憂鬱なつめかえ作業が楽しみになりました」など非常に多くの反響がありました。

2. 日本国内における字幕CMの普及に向けた活動

2011年から字幕付きCMの本格放送への推進に取り組んでいます。これまでに字幕付きCM(ウェブサイトへの公開を含

む)を約1,400本制作。テレビで放送機会のなかった動画も、ウェブサイトで公開しています。

⇒You Tube花王公式チャンネル 字幕付きCMを公開
<https://www.youtube.com/user/KaoJapan/>

3. 社外に向けたUD啓発活動

- ・小学生向けUD授業(UD講座)(5校、411人)
- ・セミナー(6回)、イベント(4回)、雑誌・新聞掲載(7件)
- ・がん患者さんの日常生活に役立つ商品紹介イベント(2回)

4. 視覚に障がいのある方への取り組み

- ・2001年より提供している家庭品用の「点字シール」をリニューアル
- ・社会福祉法人日本点字図書館が発行する会員向け音声情報誌「ホームライフ」に、社員ボランティアがナレーターとして録音に参加し、計3回、生活情報を提供

ステークホルダーとの協働

視覚障がい者団体との交流(日本)

- ・2016年は花王とカネボウ化粧品で交流会を1回ずつ実施。ご意見は、製品の改良などに反映。
- ・社会福祉法人日本点字図書館の音声情報誌「ホームライフ」への協力
- ・公益財団法人共用品推進機構との定期的な情報交換
- ・花王ハートポケット倶楽部を通じた東京都盲ろう者友の会への支援

具体的な取り組み

高齢者体験ワークショップを活用したモノづくり

グローバル

カネボウ化粧品エビータ泡洗顔料「ビューティホイップソープ」は、バラの花の形に泡が出るのが特徴です。汚れを落としつつもうるおいを落とし過ぎず、しっとり洗い上がる機能に加え、カフェラテの泡のように、バラの花の形に泡が出たら、毎日のスキンケアも楽しく続けられるのではないかと、という思いで開発がスタートしました。

開発チーム全員が高齢者体験ワークショップに参加し、体験を通じて洗顔が負担になりがちな高齢の方にとってわかりやすく、使いやすいということだけでなく、楽しんで洗顔できるもの、楽しい気持ちで一日をスタートできるような製品の必要性を全員が肌で感じました。

実際の開発では、外側の花びらが開き、内側はつぼみに近い状態で閉じ気味のバラの花を再現するため、弾力の強い泡をつくり出す処方の開発と、20回以上もの容器の試作を重ね、

ようやくきれいなバラの形がくずれない洗顔料が完成しました。泡が濃密になり、洗う際の肌への摩擦が少なく、汚れもしっかり吸着できるという機能に加え、泡を出す使い勝手も製品化までにさらに改善しました。さらに、香りにもこだわり、50回以上テストを繰り返しました。発売後はインターネット上でも話題となり、幅広い年齢層に支持されています。



洗顔料の泡がバラの花の形で出てくる

商品識別用の点字シールをリニューアル

日本

花王は、2001年から弱視や全盲の方、高齢で小さな文字が読みにくくなった方に向けて、容器の形状が似ている製品や使用場面の識別をやすくするために、「家庭品点字シール」を提供してきました。

2016年11月には、製品の種類の増加、コンパクト化、安全性への意識の高まりなどを背景に、より使いやすいものを提供するため、シールのリニューアルを行ないました。リニューアルにあたっては、視覚に障がいのある方のご家庭を訪問し、実際にシールを使用していただいて、ヒアリングを重ね、改良に活かしました。

この「家庭品点字シール」のほか、花王では、2006年から継続している「化粧品点字シール」の提供や、社会福祉法人日本点字図書館発行の音声情報誌「ホームライフ」への協力を継続して実施しています。「ホームライフ」は、約6,000の方々に届けられているもので、花王では、社員が録音に参加し、花王の知見を活かした季節の生活情報をお届けしています。1月号では皮膚

のバリア機能と冬の手あれ対策、食を通じた健康生活のコツを、6月号では髪と地肌にやさしい洗い方、くらしの中の気になるにおい予防と汚れ対策、梅雨時のカビ予防と対策を、12月号では健康入浴法、年末大掃除のコツをお伝えするとともに、点字シールをご紹介します。



製品の種類や使用場面を大きく記載した点字シール

Topic

「キュキュット ワンプッシュクリアジェル」が「ワールドスター賞2016」を受賞

ハンガリーのブダペストで開催された世界包装機構 (WPO) 主催のパッケージコンテストで「キュキュット ワンプッシュクリアジェル」が「ワールドスター賞2016」を受賞しました。この賞は包装の分野において世界で最も権威があるもので、花王は2年連続の受賞です。

受賞した容器は、ボトルと一体になった計量パネルと液ダレを抑制する新設計の中栓を備えています。ボトルをひと押しするだけで、簡単に片手で洗剤を適量計量できる使い勝手のよさが高く評価されました。



継続の重み



公益財団法人 共用品推進機構
専務理事

星川 安之 氏

私は仕事でアジア各国をめぐる機会があります。1月に日用品を開発・販売するホーチミンの企業を訪問した時、ユニバーサルデザインの話になりました。日本では、目の不自由な方や目を閉じて髪を洗う多くの方のために、シャンプー容器の頭頂部と側面にギザギザ(きざみ)がついていることを話したところ、「ホーチミンで売っているシャンプーにもきざみがついている、あれ、便利だよ!」という会話に発展しました。

1991年に花王が始めたこの工夫は、時を経て国際規格となり、海外でも障がいの有無にかかわらず多くの人々の利便性につながっている、そのことに、とてもうれしい気持ちになりました。

全身洗剤(ボディソープ)が普及し、ホテルや温泉などの公衆浴場では、シャンプー、リンス、ボディソープが同じ

容器で並ぶことが増えてきました。視覚に障がいのある当事者団体から、ボディソープを触って識別することができないでしょうか?という問い合わせが届いたのは、2012年8月のことでした。

日本化粧品工業連合会、日本包装技術協会、日本ホテル協会などが、真摯に受けとめてくれた結果、一直線状のラインをボディソープの頭頂部と側面につけることが決まり、日本工業規格(JIS)にも掲載されました。その結果、花王をはじめ多くの企業からラインの付いたボディソープが市場に出始めました。このラインを決めるのにも、花王が協力したと聞いています。

その他の容器についても、目の不自由な方が識別しやすくするために、配布している点字のシールを見直し、よりニーズに合ったものにするなど、まさに2016年4月に施行された障害者差別解消法でめざしている「合理的配慮」、つまり個別配慮をしっかりと実践されていることに、敬服する限りです。「人にやさしい」は継続して初めて力となると、花王の実践を見て強く思う次第です。

日本はもとより世界中の人々の生活に欠かすことのできない花王の商品が、障がいの有無、年齢の高低に関わらず、より多くの人々に提供され続けることを心より願っています。

消費者とのコミュニケーション【27,DMA,PR3】

花王のアプローチ

生活者とのきめ細かなコミュニケーションを通じて、お客さまからの声を“よきモノづくり”やサービスの向上に活かすとともに、幅広い世代の方々に必要とされる生活情報を提供しています。高齢化、高度情報化、グローバル化が進む中、生活者にどう対応していくかは、相談対応においても大きな課題です。

花王は、生活者をとりまく環境変化、コミュニケーション手段のデジタル化加速への対応などを見据えて、今後新たな取り組みを推進していきます。

社会的課題と花王のアプローチ

社会の変化は、消費者の相談にも色濃く反映されます。たとえば、高齢の消費者からの相談は、増加の一途をたどっています。一方で、若い方々を中心に、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)を使ったコミュニケーションが一般化しており、SNS上でさまざまな情報がやり取りされています。また、昨今のインバウンド消費は、新たな影響を及ぼしています。そのような社会においては、消費者と企業との間で情報格差が生まれやすく、消費者が主体的に判断することがますます難しくなっ

ています。

そこで花王は、公正でわかりやすい情報の開示に努めており、そのことが消費者の社会・環境に配慮した消費行動の実現にもつながると考えています。また、幅広い生活者とのコミュニケーションのために、SNS上での生活者支援や、手話専用の相談窓口の開設など、消費者とのコミュニケーション方法の多様化を推進しています。

方針

花王の消費者相談窓口である生活者コミュニケーションセンターは、製品に関するご意見やご要望をうかがうだけでなく、その背景にある意識や習慣などの生活現場の状況、「生活者」と

しての思いをも敏感に感じとりながら、ご相談いただいた方々のお役に立てるよう「正確・迅速・親切」をモットーに対応することをめざしています。

体制

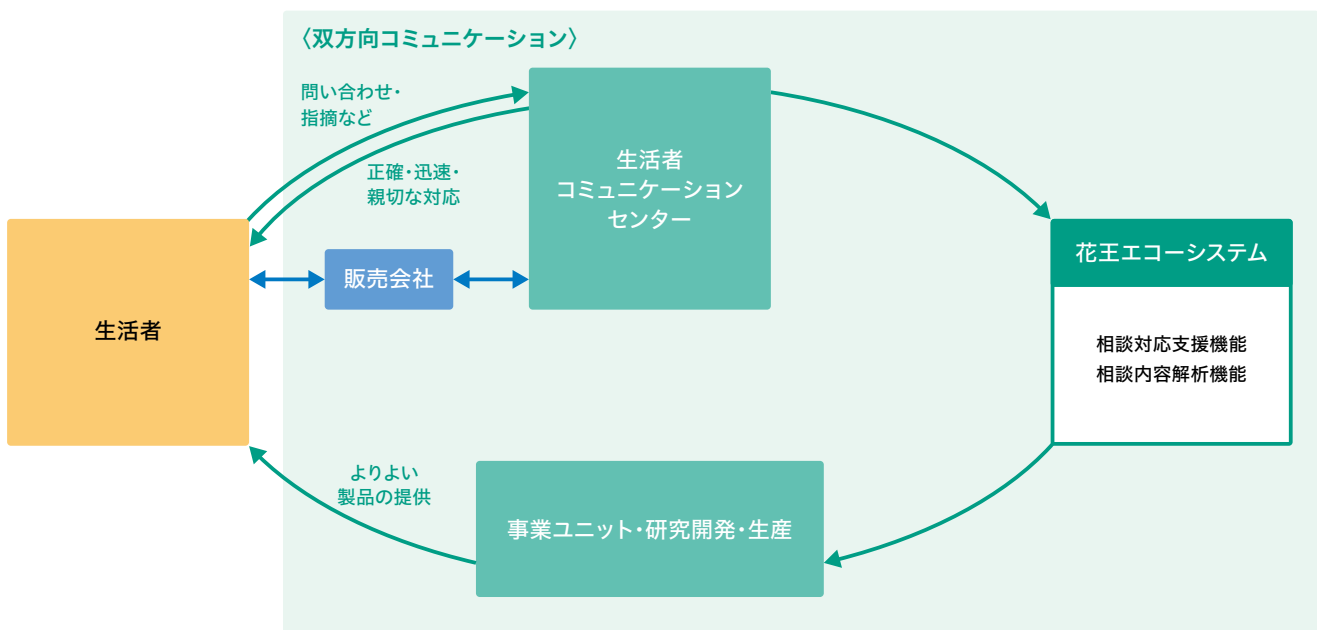
生活者と花王の懸け橋として、生活者の声を全社で共有・活用する基盤になっているのが、1978年に開発して以来、5度にわたるバージョンアップを重ねてきた「花王エコシステム」です。

このシステムには、花王製品の改良履歴を含む製品情報から生活に関する情報に至るまで、多岐にわたる情報が蓄積されて

おり、迅速で的確な相談対応を支えています。また、相談内容は、個人情報の取り扱いに十分配慮しながら逐次データベース化し、全社で閲覧・共有できるようにしています。

関連部門では、このシステムを活用して、製品別の相談傾向などを解析し、商品開発やマーケティング、品質向上活動などに活かしています。

生活者の声を製品に活かすしくみ



教育と浸透

- ・ 相談対応力評価を定期的に行なうとともに、さらなる向上を図るため、外部講師による研修や外部研修受講の推奨など、積極的に研修機会を設けています。
- ・ 2016年は品質に関わる社員を中心に日本の全9工場に対して、生活者コミュニケーションセンターの活動を深く理解するための研修を行ないました。研修を受講した社員からは、「たとえ1件であったとしても、消費者からの声がいかに重いものであるかを実感できる研修でした」「お客さまから使ったよかったとの声があることがうれしく、消費者を身近に感じることができました。これを励みに生産活動を行なっていこうと思います」といった声があり、品質に対する意識の向上につながっています。
- ・ 海外各国において適切かつ迅速な消費者対応を行なうため、各国の活動状況を把握し、日々のメールや電話による情報交換や定期的開催するウェブ会議などを通じて、相談対応のプロセスと価値基準の共有を図っています。
- ・ 海外グループ各社の消費者相談担当者が一堂に会する会議を年1回実施しています。各国での相談対応内容を横断的に共有し活用するとともに、花王グループとしての対応方針への理解を深めて消費者相談対応のスキル向上を図り、グローバルでの活動推進につなげています。

中長期目標

花王の強みである消費者・顧客起点、一貫体制による現場力と総合力を、パートナーとの協働も含めてグローバル水準でより高くレベルアップし、事業戦略の実現を加速していきます。そのために、生活者のよきパートナーとして常に情報交流を行ない、生活者のさまざまな困りごとに、時間と場所を選ばずに最適な解決策を提供していきます。

また、消費者とのコミュニケーションを推進することで、リスクをいち早く察知し、迅速かつ適切な対応をするとともに、生活者の声を収集・解析し、花王グループの“よきモノづくり”に活かします。

消費者とのコミュニケーションに関する主な活動

1. 電話やeメールなどによる消費者相談
2. ウェブサイトを活用した情報の発信
3. SNSに投稿された質問へのアクティブサポート
4. 消費者団体、消費者行政などの情報交換
5. 消費者向けイベントでの交流活動

2016年の実績

1. 電話やeメールなどによる消費者相談(グローバル)

2016年、日本において電話やeメールなどで寄せられた相談件数は、花王(株)およびニベア花王(株)、(株)カネボウ化粧品の合計で約22万件(前年比104%)です。

日本では高齢化社会を反映し、ご高齢、男性の方から製品の相違点や使い方への相談が増えており、60代以上が相談者の4割を占めます。また、2016年4月には障害者差別解消法が施行されましたが、花王では聴覚障がいのある方でも相談いただけるように、手話専用の相談窓口を開設しています。また、紙おむつ選びや排泄ケアに関しては、専門のスタッフが相談を受け付ける電話相談窓口「花王・リリーフふれあいダイヤル」を運営しています。なお海外においても、「グローバルエコシステム」を活用し、品質保証活動につなげています。

→詳細は「具体的な取り組み：ウェブサイトを活用した情報の発信」

2. ウェブサイトを活用した情報の発信(日本)

製品の表示情報を花王ウェブサイトで確認できるよう、製品カタログサイトで公開しています。

→詳細は「具体的な取り組み：ウェブサイトを活用した情報の発信」

3. SNSに投稿された質問へのアクティブサポート(日本)

「Yahoo!知恵袋」上で、「花王公式サポート：kao_official」として、生活者が投稿した悩みに回答する活動を2015年7月より開始し、2016年は約1,400件に回答しました。

→詳細は「具体的な取り組み：SNS上での幅広い生活者支援を開始」

ステークホルダーとの協働

消費者団体、消費者行政などとの情報交換

消費者団体の皆さまを工場やミュージアムにお招きし、意見交換会を開催しました。

消費者向けイベントでの交流活動

行政からの要請に応じて、「子ども霞が関見学デー」や「すみだ消費生活展」などに引き続き参加し、幅広い生活情報を提供しています。

相談者を対象とした対応評価

花王の相談対応に満足いただけたかどうかを確認するために、相談者を対象に、花王の対応に関する評価を定期的に調査しています。

2016年も電話またはeメールでの対応における品質評価と満足度をうかがいました。その結果、約9割のお客さまに満足していただけたことがわかりました。いただいた評価は、当社の相談対応のさらなる改善・改良に活かし、相談者の満足度向上に努めていきます。

具体的な取り組み

ウェブサイトを活用した情報の発信

日本

製品カタログサイトで通常品全品の表示情報を公開

製品カタログサイトでは、製品画像、製品特長に加え、基本的な表示情報(成分、液性、使い方、注意表示等)の公開を進めており、2016年にはアイテム全品(通常品のみ)の表示情報の公開を完了しました。

表示情報の公開にあたっては、視覚障がい者が製品に記載された情報を読み上げソフトで聞くことができるよう、図表に添えて文字データも掲載しています。また、表示情報だけでなく、使用上のトラブルを避けるため必要に応じて補足情報を追加しています。たとえば、ヘアカラー、ヘアマニキュア等のカラーリ

ング剤については、外箱の表示だけでなく、使用説明書をPDFファイルとしてダウンロードできるようにするとともに、使い方の動画にリンクさせるなど、誤使用がないように情報を補足しており、手元に製品がなくても正しい情報が入手できるサイトとなっています。

スマートフォンの普及や、インターネット通販利用の拡大により、製品カタログサイトをたくさんのお客さまに活用いただいています。今後も相談状況に応じて情報を更新し、よりわかりやすい情報発信で消費者をサポートしていきます。

SNS上での幅広い生活者支援を開始

日本

インターネットの普及・拡大により、製品に疑問や問題があった場合にソーシャルメディアに問い合わせる人が増えています。花王では、現在は電話やeメールといった、消費者からの相談を待つという活動を主に実施していますが、SNS上には花王が助言できる生活者の悩みも多く投稿されています。そこで花王では、より幅広い生活者支援をめざして、生活者の悩みが多く投稿されるQ&Aサイト国内最大級の「Yahoo!知恵袋」上で、「花王公式サポート：kao_official」として投稿された悩みに回答する活動を2015年7月より開始し、2016年1～12月に約1,400件に回答しました。

回答は、洗濯・掃除を中心とした家事や、スキンケア・ヘアケア・コスメなどの美容カテゴリーに加え、生理などの健康カテゴリーにも広げ、実施しています。生活者からは、花王なら

ではの具体的な回答に「プロの助言で安心、心強いです」「知恵袋に花王さんがいるとは感激です」といったコメントをいただいています。

また、ソーシャルメディアの特徴として、回答が投稿者だけでなく、同じ疑問を持つ多くの生活者に閲覧されるため、正しい情報の拡散につながっています。

2016年3月には、経済産業省が開催した「ソーシャルメディア活用企業事例報告会」にて、「ソーシャルメディアを活用して事業活動を高度化している先進的な取り組み」として、花王の「Yahoo!知恵袋」での消費者サポートが事例紹介されました。

→ソーシャルメディア活用 ベストプラクティス(経済産業省)
http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/pdf/sns_best_practice.pdf

法人顧客とのコミュニケーション(コンシューマープロダクツ事業) 【27,DMA】

花王はコンシューマープロダクツ事業(一般消費者向け製品)、ケミカル事業(工業用製品)、プロフェッショナル・サービス事業(業務用製品)において、法人顧客ときめ細かなコミュニケーションを行ない、製品の改良や新製品の開発、サービスの向上につなげています。

花王のアプローチ

花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK)は、花王グループの販売会社です。流通業と協働して消費者に花王製品とその価値を届ける役割を担っています。私たちは、カスタマーである「消費者と流通業」を最もよく知り、消費者と流通業の支持と信頼を得る「カスタマー満足No.1企業」となることをめざしています。

社会的課題と花王のアプローチ

KCMKでは、eコマースに代表される新たな業態・形態の小売りの出現と普及、消費者のライフスタイル・お買い物の場面の多様化、環境意識や健康志向の高まり、高齢化の進行を、いち早く対応していくべき社会の変化ととらえています。

方針

さまざまな調査・研究から消費者の購買意識・購買行動を具体的に把握し、消費者視点に立った売場や企画の開発を進めるとともに、販売店とのより強固な信頼関係を築くために販売店の戦略や課題をうかがい、サプライチェーンの効率化も含めた総合的な提案をカスタマイズして行なうなど、市場創造と市場活性化をめざしています。

法人顧客とのコミュニケーション(コンシューマープロダクツ事業) [27,DMA]

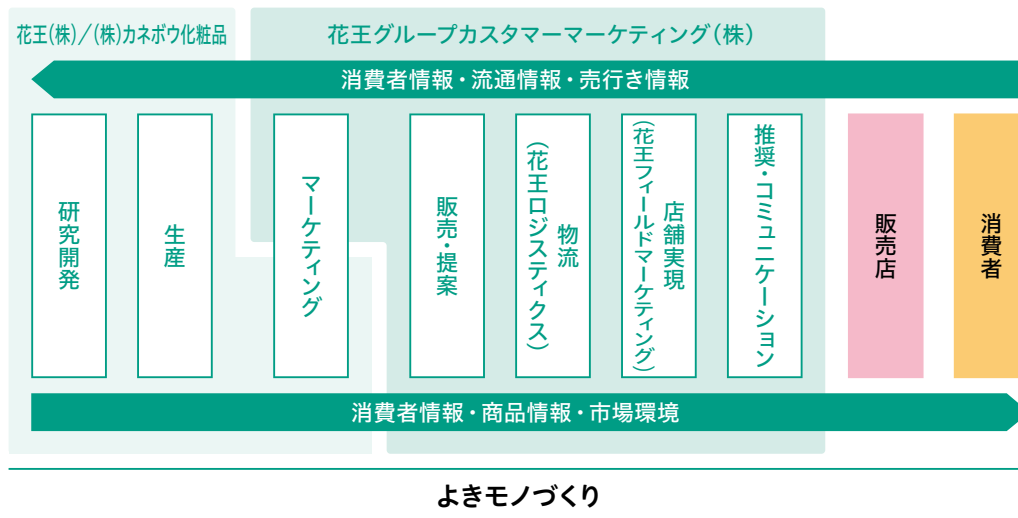
体制

花王グループは、研究開発から消費者の手に商品が渡るまでの流れを一貫して行なうことにより、情報の質・量・伝達のスピードにおいて、他社にはない強みが生まれる体制を実現しています。

消費者の手に商品が届き、実際に使って満足していただかなければ、花王グループの“よきモノづくり”は完成しません。

KCMKは、商品と消費者をつなぐ「売場」において花王製品の持つ価値を消費者に正しく伝えるため、陳列、売場演出、プロモーション手法、推奨・カウンセリング方法などを各販売店の特性やニーズに沿って提案し、販売店との協働を推進しています。このように、KCMKは花王製品と消費者をつなぐ“よきモノづくり”の最終段階という重要な役割を担っています。

コンシューマープロダクツ事業 コミュニケーション体制



教育と浸透

消費者視点に立った売場提案の教育と浸透

KCMKには、消費者視点に立った売場のあり方や、プロモーション手法を科学的アプローチで研究しノウハウを構築するための専門部門があります。また、構築されたノウハウは標準化した資料やITツールに展開し、販売店への提案に積極的に活用しています。

買いやすい売場実現の教育

主に日用品・化粧品の売場フォローと販売促進支援サービスを目的とする花王フィールドマーケティング(株) (KFM)を2001年に創立し、多くのスタッフが活躍しています。消費者にとって「見やすく手に取りやすく買いやすい」売場を素早く正確に実現するだけでなく、消費者がどの商品を選べばよいか悩んでいる時に

は、希望に沿った花王製品の特徴や魅力をお伝えしています。

そのためKFMでは、日々変化する消費者に合わせて進化し続ける花王製品や売場のあり方を学ぶためにきめ細かな研修を行っており、スキルアップのための検定(筆記試験、実技試験)も年2回実施しています。

化粧品の持つ価値を消費者に正しく伝える教育

店頭で消費者と接する美容販売員が、消費者視点に立ったカウンセリングを通じて商品価値を正しく伝えられるよう、カウンセリングスキルと商品知識の研修を定期的実施しています。

また、販売店の化粧品担当者向けにも、カウンセリングスキルや商品知識に関するセミナーを定期的開催しています。

中長期目標

2020年に向け、「花王・カネボウ化粧品の販売機能の一体化による販売店への提案レベルの向上」「消費者視点に立った売場提案・コミュニケーション」「アジアにおける消費者視点の売場

のあり方のノウハウの共有・浸透」によって、「カスタマー満足No.1企業」をめざします。

2016年の実績

1. 花王・カネボウ化粧品の販売機能の一体化による 販売店への提案レベルの向上

- ・販売店への提案事例を相互に理解できるよう、会議運営や情報システムの一体化を開始しました。
- ・販売店と半期・年間の数値目標や戦略を合意・実行する「ジョイントビジネスプラン」において、主要顧客への一体提案を開始しました。

2. 消費者視点に立った売場提案・コミュニケーション

- ・季節の変化に合わせた花王製品をカテゴリーを横断して売場展開するフェアを全国16,000店で実施しました。
- ・ソフィーナ・カネボウ化粧品それぞれの価値や商品特長を消費者に体感・体験していただくため、全国主要都市の店頭やイベントスペースにて「なるほどソフィーナ」「コフレドール体験会」などのイベントを実施しました。

- ・大型店を中心にライフステージをテーマとした定番売場をご提案し、新たな需要を創造するとともに、販売店の売場生産性を向上させることができました。
- ・超高齢社会に対応した定番売場の開発とご提案を継続し、実施店舗を拡大しています。
→詳細は「具体的な取り組み：高齢化の進行に対応した売場のご提案」
- ・販売店・行政と連携した環境コミュニケーションを実施しました(計205件)。
→P73「エコロジー」>環境コミュニケーション>Topic 花王カスタマーマーケティング(株)(花王CMK)が「地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受彰

3. アジアにおける販売支援活動の拡大

- 詳細は「具体的な取り組み：中国における法人顧客とのコミュニケーション」

ステークホルダーとの協働

製・配・販連携協議会

製・配・販連携協議会は、消費財分野におけるメーカー(製)、中間流通・卸(配)、小売(販)の各企業の連携により、サプライチェーン・マネジメントの改善を図り、産業競争力を高め、豊かな国民生活に貢献することを目的とした協議会です(主催：一般財団法人流通システム開発センター、公益財団法人流通経済研究所)。花王グループは2011年の協議会設立時より参加し、

積極的に意見発信を行なっています。

2016年は返品削減と配送最適化活動についてのKCMKの取り組みが「サプライチェーンイノベーション大賞」優秀賞を受賞しました。社員一人ひとりの意識改革から手がけ、全社一丸となって取り組んできたことが大きく評価されました。

- 詳細は「製・配・販連携協議会」
<http://www.dsri.jp/forum/index.html>

具体的な取り組み

高齢化の進行に対応した売場のご提案

日本

KCMKでは、年々増加するシニア層にとって買いやすい売場を理解するため、購買意識を探るアンケート調査や、実際に日用品の定番売場のどの部分をよく見たかを分析するアイトラッキング調査を2010年に行ないました。この調査結果から導き出されたシニア層にとって買いやすい売場を実際の販売店に取り入れ調査したところ、シニア層だけでなく全世代の購入金額が増加するという結果が出ました。KCMKではこの売場を「ユニバーサルデザイン定番売場」と名づけ、あらゆる年代の消費者に買いやすさを提供する売場として提案しています。



アイトラッキング調査：売場での消費者の視線の動きを調査
(左)30代・40代 (右)60代・70代
シニア層は、下部の棚に視線が集中しやすいのがわかる

中国における法人顧客とのコミュニケーション

グローバル

2016年10月に「花王中国2016年全国卸店大会」を開催しました。

2017年から直接の取引を開始する予定の中国51都市の卸店の経営幹部約100人をお迎えし、双方の持続的成長を可能にするビジネスモデルの構築に向けた直接対話を行ないました。

会場では花王製品の紹介や製品の特長を伝えるデモンストレーションを行ない、来場者からは「花王製品について深く理

解できた」「取引先との商談時にも活用して価値を伝えたい」などの声をいただきました。また、上海花王の工場を見学していただき、現地生産品の品質管理、安全・安心への取り組みをご理解いただきました。

大会には中国のメディア関係29社、32人の方々が参加し、報道件数105件と大きく取り上げられました(2016年10月21日現在)。



事業戦略について説明する花王中国の董事長兼総経理



研究員によるデモンストレーション

法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)【14,27,DMA,EN27】

花王のアプローチ

価値あるエコケミカル製品を創出し、環境負荷低減のメリットを顧客と共有することで、社会に貢献します。その実現のために、「社会のサステナビリティに技術革新で貢献する」ことで利益ある成長をめざします。

社会的課題と花王のアプローチ

人口増加や経済の成長に伴い世界的に環境汚染が進行し、特に新興国を中心とする国々で環境問題が深刻化しています。それらの課題に対応するために、化学業界では、環境負荷の低減が重要なコンセプトとなります。花王は、製品を製造するうえでの環境負荷低減と顧客企業先でのケミカル製品使用時における環境負荷低減に注力します。

花王は、「グリーン・イノベーション」と「エコ・テクノロジカルソリューション」の2つを両輪として、環境負荷低減に取り組み、社会のサステナビリティに技術革新で貢献します。

グリーン・イノベーション

グリーン・イノベーションとは、低環境負荷で競争力のある素材(原料)を創出することです。

具体的には、花王の特長を活かし、付加価値の高い天然油脂誘導体を拡大するための投資をグローバルに行なうことに加え、その川上と川下の領域をさらに開拓していきます。

たとえば、食糧問題という大きな社会的課題解決に向け、非可食原料の活用や化石原料代替となるバイオマス原料から特長ある川下素材開発を行なっています。

エコ・テクノロジカルソリューション

特に環境負荷低減の観点から顧客のニーズや課題を把握し、顧客の価値向上につながる画期的な製品開発を行ないます。

世界初のデジタル商業印刷用VOCレス水性インクジェット用顔料インク開発は、その代表例の一つです。

方針

エコケミカル製品販売を通して、社会のサステナビリティに技術革新で貢献します。

広く産業界の環境負荷低減につながる“よきモノづくり”に邁進し、環境価値向上製品比率をグローバルにさらに高めてい

「グリーン・イノベーション」と「エコ・テクノロジカルソリューション」



ます。それを実現するために、市場や顧客との信頼関係をさらに強化するとともに、さまざまな業種の企業や工業会とも連携して、社会のサステナビリティに技術革新で貢献できるように取り組んでいきます。

体制

1. エコケミカル製品の開発・生産体制

- ・物質や現象のしくみを解き明かす基盤技術研究を通じた本質解析による「ナノ界面制御」「高分子機能制御」「油脂精密変換」等のコア技術を最大限に活用
- ・環境負荷低減に配慮したグローバル生産体制の構築

2. エコケミカル製品をグローバルに販売するための体制

- ・国内販売：専門性の高い販売代理店を起用し、顧客との緊密なコミュニケーションを実現する販売体制
- ・海外の運営体制：各主要国に整備された販売生産拠点と、それらを効果的に運営するネットワーク体制
- ・品質保証本部との協働によるグローバルな化学物質管理や輸出入管理の強化等によるグローバルビジネスの支援体制

教育と浸透

- ・年2回開催のケミカル事業全体会議で確定する「ケミカル事業のめざす事業像」をケミカル事業担当者全員に周知
- ・ISO14001を含む環境関連情報のケミカル事業担当者全員への周知
- ・グローバルRC活動による海外関係会社への化学物質法規制遵守の強化
- ・新入社員に対する環境教育やケミカル製品の販売代理店への啓発活動の実施
- ・花王新人教育(年1回)
- ・代理店新人研修(2年に1回)
- ・代理店情報交換会(年1回)

中長期目標

ケミカル製品の製造段階やケミカル製品使用時に環境負荷を低減できる製品を「エコケミカル製品」と位置づけていきます。今後、「グリーン・イノベーション」と「エコ・テクノロジカルソリューション」を推進して、ケミカル事業に占めるエコケミカル関連製品の比率が80%以上になることをめざします。

2016年の実績

- ・VOCLレス化技術を切り口に水性インクジェット用顔料インクで、デジタル商業印刷分野に進出(2社のM&Aを実施)
- ・販売代理店との情報交換会を実施

ステークホルダーとの協働

- ・「グリーン・イノベーション」を推進するための油脂原料のサプライヤー等を含む東南アジア企業との連携強化を行なうために、関連企業との面談を通じて花王の姿勢を明確に伝えています。
- ・「エコ・テクノロジカルソリューション」を推進するための新規パートナーを探索しています。
- ・国内外の化学物質法規制やエコ関連情報に関し、国内では販売代理店と、海外では関係会社と定期的に情報交換を実施しています。
- ・関係省庁や業界団体が推進する化学物質管理規制に関する活動に積極的に参加しています。

行政機関

- ・環境省、経済産業省、厚生労働省などが幹事会メンバーとなっている化学物質国際対応ネットワークに参加し、国際的な化学物質対策について、国内の企業・団体・行政機関や海外の行政機関・産業界等と交流・対話を年数回行なっています。
- ・企業の化学物質管理制度への取り組みに関して、経済産業省と花王との情報交換会を年2回行ないました。

業界団体

- ・一般社団法人日本化学工業協会が推進しているGPS/JIPS推進部会のワーキンググループに毎月参加し、GPS活動の推進とGPS安全性要約書の発行に貢献しています。
- ・アーティクルマネジメント推進協議会(JAMP)の運営委員会や各技術委員会に毎月参加し、製品含有化学物質情報の業界共通様式(MSDSplusやchemSHERPA)の運営や改訂に貢献しています。
- ・日本界面活性剤工業会や化粧品原料協会等の各種定例委員会や定例部会に参加し、化学物質管理規制を含めたさまざまな活動に貢献しています。

→P41「エコロジー>化学物質」

国際的イニシアチブ

- ・RSPOなどのサステナビリティ活動を推進するための国内外の組織との連携を強化しています。

→P123「カルチャー>持続可能で責任ある調達」

具体的な取り組み

環境保全に寄与する製品

グローバル

水性インクジェット用顔料インク

これまで培ってきた「顔料ナノ分散技術」をさらに応用し、軟包装用フィルム基材への印刷に対して、VOCレス設計※で環境負荷を低減した世界初の水性インクジェット用顔料インク開発に成功しました。その結果、高品質で環境負荷を低減した、軟包装用フィルム印刷物を提供できました。さらに、この水性インクジェット用顔料インクの技術は、水性グラビアインクに展開できることも確認しています。

低温定着トナー

コピー機が使用する電力の半分以上が、トナーを溶かすための熱エネルギーに消費されています。コピー機やプリンターの環境負荷低減には、より低温で定着可能なトナーバインダーの開発が重要で、こうしたニーズに対して開発されたのが花王のポリエステル樹脂トナーバインダーです。花王のポリエステル樹脂を使用したトナーは、従来のトナーに比べ、30℃以上低い温度で溶かすことが可能で、紙との定着性に優れ、印刷の高速化と省エネルギーの両立を実現しています。

ビスコトップ

河川や海岸などの水辺で行なわれる工事では、環境や水質を汚さないように、水質汚濁を防止するための対策も必要となります。長大な橋や海峡に建設されるつり橋などの橋脚工事では、河川や海の中に橋脚を構築するために、粘性が高く水に分散しない水中コンクリートが使用されます。また、地下水脈の付近で行なう工事では、地下水の水質汚濁を防ぐ配慮も必要となります。このような水に関わる環境では、注入材やコンクリートなどの無機材料に増粘剤を添加して、水中不分離性を付与する必要があります。花王が開発した高機能特殊増粘剤「ビスコトップ」は、従来品にない優れた高粘性の注入材やコンクリートが得られ、水辺の環境を壊すことなく施工が可能となりました。また、福島第一原子力発電所ではトレンチ内の高濃度汚染水を除去する工事にも使用されています。

※ VOCレス設計

印刷工程において排出されるVOCが(炭素換算で)700ppmC以下のものをVOCレスと定義。

VOC(volatile organic compounds):揮発性を有し、大気中で気体となる有機化合物の総称。日本では改正大気汚染防止法により、VOC排出が規制されている。

顧客企業・代理店との連携

グローバル

国内外の化学物質関連法規制の新規公布や改正に伴い、化学物質管理におけるサプライチェーンでの情報伝達が必須となり、また輸出入時の法令の遵守や震災等の災害時における情報の共有、顧客との受発注時の納入調整対応など、販売代理店の役割はますます拡大し、重要になってきています。

花王では、ケミカル事業における主な販売代理店と、ケミカル製品に関する国内外の各種法規制の最新動向や環境・安全の取り組み、受発注などの情報交換や研修会を定期的を実施しています。

販売代理店の発注業務担当者との情報交換会は、2015年の

和歌山事業場での開催に続き、「受発注業務に関する情報交換会」を2016年7月にすみだ事業場で開催しました。11社、18人の方々にご参加いただき、受発注業務に関わる課題や要望について議論し、受発注システムを改善しました。

また、11月から12月にはケミカル事業における主要な販売代理店を訪問し、ケミカル製品に関係する国内外の各種法規制の最新動向やサプライチェーンにおける販売代理店の役割などの情報交換を行ないました。

今後もこれらの活動を通じて、顧客企業や販売代理店との緊密なコミュニケーションを推進します。

法人顧客とのコミュニケーション(プロフェッショナル・サービス事業) 【DMA】

花王のアプローチ

すべてのプロフェッショナルニーズに応え、安全・安心はもちろん、顧客企業のさらなる価値向上に貢献するクレンリネス&サニテーションサービスの実現をめざします。

外食産業や医療介護施設など、業務用現場の衛生管理をトータルでサポートします。

社会的課題と花王のアプローチ

食中毒の発生、インフルエンザやノロウイルスなどの感染症は、依然として大きな社会的課題です。

また、世界に先駆けて超高齢社会となった日本では、介護が必要になった高齢者の生活の質(QOL)の向上および介護者をケアする方を支えるためのさまざまな取り組みが求められてい

ます。

花王プロフェッショナル・サービス(株)(KPS)は、関連製品(ハード)と衛生セミナー・製品の使い方の提案(ソフト)の組み合わせで、このような社会的課題の解決に貢献します。

方針

お客さまのニーズに合った効果的な製品、環境に配慮した製品の開発・提供に加えて、お客さまの状況に合わせた「クレンリネス&サニテーション オペレーションシステム」を提案することで、衛生管理課題のトータルな解決を図ります。

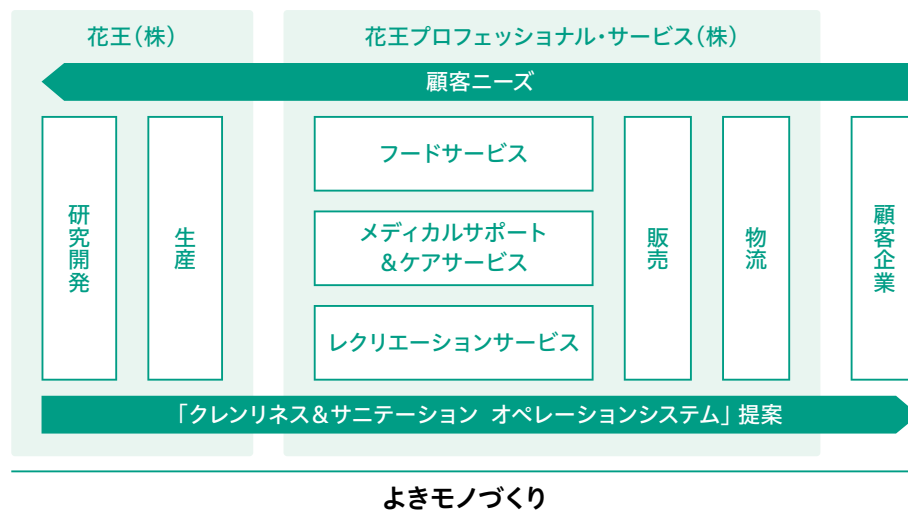
「フードサービス分野」(レストラン・食品加工)では、総合的な衛生管理を通じて、食の安全・安心や快適な環境づくりの実現をめざします。

「メディカルサポート&ケアサービス分野」(病院・介護施設)では、専門的な感染管理によるリスク回避や、スキンケア技術をベースとした製品群と介護用おむつを組み合わせ、人にやさしい介護環境をめざします。

「レクリエーションサービス分野」(ホテル・旅館)では、清潔による快適さやおもてなしによる最高のホスピタリティをめざします。

体制

プロフェッショナル・サービス事業 推進体制



法人顧客とのコミュニケーション(プロフェッショナル・サービス事業) [DMA]

教育と浸透

社内において、顧客や社会の課題に対して「トータルなソリューションの提案、課題解決に貢献」ができる人財を育成すべく、社内独自のソリューション研修を毎年実施しています。

各分野において、「洗浄と除菌・殺菌の基礎」「手指衛生」「環境衛生」「HACCP※」「排泄・高齢者スキンケア」等のテーマを取り上げ、さらに、業務経験に応じた研修内容とすることで、ソリューション知識・スキルの浸透と、ステップアップを図って

ます。

入社1年目対象の基礎研修、入社3～4年目対象の応用研修を毎年実施しており、2016年はそれぞれ約30人、約20人が受講しました。

※ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)
国連の国連食糧農業機関(FAO)と世界保健機関(WHO)の合同機関である食品規格(コーデックス)委員会から発表された衛生管理の手法。

中長期目標

真のプロフェッショナル・サービスをめざして、お客さまそれぞれの現場課題の発掘から解決まで、一体的な課題解決のためのソリューション提案を行ないます。

衛生に対する社会的課題の解決に向け、「家庭外のさまざまな生活場面で人々が安心して生活できる環境づくりに取り組む」「花王独自の研究開発・技術で衛生の新しい価値を創出する」ことを目標としています。

主な活動

1. 衛生管理トータル・ソリューションシステム提案
2. 医療・介護従事者への感染管理・排泄ケア支援活動

2016年の実績

1. 衛生管理トータル・ソリューションシステム提案

衛生管理トータル・ソリューションシステム提案に加え、衛生講習会を202回実施

2. 医療・介護従事者への感染管理・排泄ケア支援活動

ワーキンググループ活動を32エリアで計96回開催。698病院・115介護施設(計813医療施設)の看護師・介護福祉士等医療従事者約2,050人が参加

→詳細は「具体的な取り組み：衛生管理トータル・ソリューションシステム提案」

「具体的な取り組み：医療・介護従事者への感染管理・排泄ケア支援活動」

ステークホルダーとの協働

感染管理や排泄ケアの向上をめざして、メディカル系卸流通会社と協働で、「皮膚・排泄ケアセミナー」を開催しています。

これは、WOCナース(皮膚・排泄ケア認定看護師)の方々、ふだん接する機会の少ない、排泄ケア製品(おむつ等)やスキンケア製品の関連知識についてご説明し、理解を深めていただくことで、よりよい看護・介護に役立ててもらうことを目的として

います。

毎年8～10回各県を巡回して開催し、将来は全県での実施と全国で約2,500人のWOCナースの方々とのコンタクトをめざします。2016年は10県で開催し、約150人のWOCナースの方々にご参加いただきました。

具体的な取り組み

フードサービス

衛生管理トータル・ソリューションシステム提案

日本

フードサービス分野では、現場での衛生管理向上と食中毒予防に取り組んでいます。

「製品+使い方・オペレーション提案(ハード+ソフト)・教育」のトータル・ソリューション提案を行ない、ユーザー顧客と協働で実践・推進しています。

以下の3ステップで、新たな衛生管理のしくみ(システム)を協働で構築する場合があります。

①食中毒に直結する根本的課題の探索

現場において、個人衛生・食品衛生・機器や器具の洗浄除菌・環境衛生など、食中毒に直結する根本的課題を見つけ出します。

たとえば、厨房のエリア分け(汚染エリア・清潔エリア・準清潔エリア)、従業員の動線(交差汚染)、食材の交差汚染や温度管理の確認などを行ない、事故につながる可能性のある課題を明確にします。

また、食中毒には直結しないものの美観に関係するガラスやテーブル周りの清掃方法なども課題がないか確認します。

②課題を解決するためのソリューション提案

顧客の課題に対して「どの製品を用いて、どのように使えば効果的に洗浄・除菌を実践できるか」を具体的な使用方法・管理方法・手順にして示します。これらの提案内容を現場で試してみ、効果を確認します(現場テスト・チェック)。製品や実践方法を変えて、最善の効果が得られるまで繰り返し現場テストを行ない、PDCAサイクルのもと、ソリューションを確立します。

③オペレーションマニュアルの提供・衛生講習会の実施

それぞれの現場に合ったソリューション内容やテストを通じて確立した方法を、現場でバラツキなく標準オペレーションとして実践するために、誰にでもわかりやすいイラストマニュアルを提供します。また、現場で実際に作業する方への衛生講習会なども行ない、継続的な衛生レベルの向上を推進しています。



厨房の現場確認、課題探索の様子



クレンリネス&サニテーションマニュアル例

衛生講習会実施回数

年	実施回数
2012年	174回
2013年	207回
2014年	195回
2015年	219回
2016年	202回

メディカルサポート&ケアサービス 医療・介護従事者への感染管理・排泄ケア支援活動

日本

メディカルサポート&ケアサービス分野では、病院や介護施設で感染管理や排泄ケアに従事される方々への支援活動を行っています。その一つとして、「日本感染管理ベストプラクティス“Saizen”研究会」のワーキンググループ活動やセミナー開催の事務局として活動を行ない、医療・介護現場の感染管理・排泄ケアのレベル向上をめざしています。

感染管理ベストプラクティスとは、医療介護処置の手順の中で、感染対策上重要な部分のリスク分析を行ない、それに対する科学的根拠のある解決策を検討した手順書とチェックリストを作成し、実践することで、感染管理レベルの向上をめざす手法の一つです。

ワーキンググループ活動では、「排泄ケア：オムツ交換時のケア等」「環境整備：病室・居室清掃等」などのテーマで、感染管理ベストプラクティス手法を用いて、それぞれの病院・介護施設に合った感染対策の最善策を検討しています。

研究会では2016年度は、ワーキンググループ活動が32エリアで計96回開催され、698病院・115介護施設(計813医療施設)の看護師・介護福祉士等医療従事者約2,050人が参加しました。

活動の結果は、随時、事例集として冊子にまとめており、2017年4月(予定)は「介護現場のベスプラ事例集」を発行します。

ワーキンググループ活動

	開催エリア	実施回数	参加施設数	参加人数
2014年	30	90	801	2,008
2015年	30	89	770	1,900
2016年	32	96	813	2,047



感染管理ベストプラクティス研究会(ワーキンググループ) セミナー



感染管理ベストプラクティス事例集冊子

社会貢献活動 全体像【27,DMA,EC7】

花王のアプローチ

花王は、豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティにつながるよう、「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに、「環境」「教育」「コミュニティ」の3つを重点分野として、社会貢献活動を推進しています。また、社員の社会参加を促し、社会性を高める「社員参加型の活動」や、モノづくりの基盤を支える文化の発展のための「メセナ支援」、公益財団法人 花王芸術・科学財団による活動も行なっています。

社会的課題と花王のアプローチ

花王は、“よきモノづくり”を通じて社会のサステナビリティに貢献するとともに、SDGsを踏まえて、貧困や教育など地球規模の社会的課題や事業でアプローチできない課題に向けた活動を通じ、誰もが豊かで快適な生活を実現できるよう、よき企業市民として広く社会に貢献していきます。

3つの重点分野での活動に加え、「社員参加型の活動」や「メセ

ナ支援」、公益財団法人 花王芸術・科学財団による活動も行なっています。「社員参加型の活動」では社員の社会参加を促し、社員の社会的視野拡大による人財活性化を図ります。また、メセナや財団の活動を通じてモノづくりの基盤を支える文化の発展を支援します。これらの活動を通じて、社会や事業へのさらなる貢献をめざします。

方針

活動方針

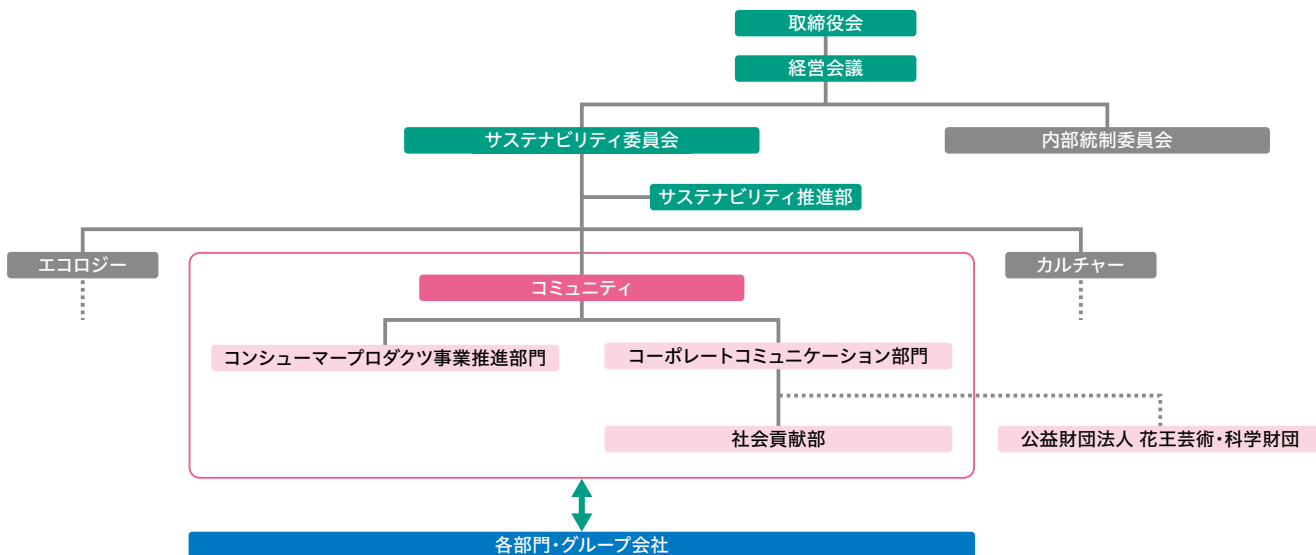
- 次世代の育成に役立つ活動を行ないます。
- 地域の社会・文化の発展に貢献することを目指した活動を行ないます。
- 持続可能な社会に向けて、環境を守り育てる活動を行ないます。
- 社会的支援として、バリアフリー社会を推進する活動を行ないます。
- 花王の持つ資源を有効に活かせる活動を行ないます。
- 一人ひとりの社員が良き市民として、社会的活動に参加できるような風土をつくります。

社会貢献活動の全体像

テーマ	次世代を育む環境づくりと人づくり		
重点分野 (プログラム)	環境 ●花王・みんなの森づくり活動 ●タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト	教育 ●花王・教員フェロースhip ●理科教育支援・出張授業	コミュニティ ●花王ファミリーコンサート ●社会起業家育成支援
社員参加型の活動	花王ハートポケット倶楽部、ピンクリボンキャンペーン		
メセナ支援	東京音楽コンクール、新国立劇場 特別支援企業グループ、バレエ・大型美術展協賛		
公益財団法人 花王芸術・科学財団			

体制

社会貢献活動推進体制



教育と浸透

花王では、広く社内外に情報発信を行なうことで、活動への理解を深めてもらうことに努めています。社内向けには、イントラネットや社員研修の場を通じて事例を共有し、社員が参加

できる活動機会を設けています。社外向けには、活動を紹介する小冊子やウェブサイトを通じて、活動概要や実施したイベントの紹介を行なっています。

中長期目標

事業活動ではアプローチできない人々やテーマでの社会的活動を通じて、グローバル各地域のコミュニティの発展をめざします。

グローバル各地域の社員がボランティアとして企業市民活動に参加することで、社会性を高め、人財活性化を図ることをめざします。

2016年の実績

1. 社会貢献プログラムの実施

→詳細は「社会貢献活動報告書」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities.html

2. 社内外に向けた情報発信

社内

- ・イントラネットなどで活動概要や社員参加型イベントの情報提供(67件)
- ・新入社員導入研修で社会貢献活動について説明し、276人の社員が参加
- ・東日本大震災の被災地でのボランティア、活動報告会、花王グループ社員の寄付組織「花王ハートポケット倶楽部」を通じたボランティア活動、地域事業場での地域貢献活動など、参加型企画を実施

社外

- ・ウェブサイトやFacebookで59件の情報を発信

- 詳細は「社会貢献活動報告書」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities.html
- サステナビリティサイト>社会貢献の取り組み>環境
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_00.html
- サステナビリティサイト>社会貢献の取り組み>教育
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_01.html
- サステナビリティサイト>社会貢献の取り組み>コミュニティ
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_04.html
- サステナビリティサイト>社会貢献の取り組み>社員参加型の活動
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_03.html
- サステナビリティサイト>社会貢献の取り組み>メセナ支援
http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_02.html

ステークホルダーとの協働

花王の社会貢献活動は、NGO/NPOをはじめ、多くのステークホルダーと協働で実施しています。主な社会貢献プログラムの運営パートナーとは、定期的な情報交換の機会を持ち、プログラムの進捗確認や運営の改善につなげています。

一方、活動を支援しているNPOなどの団体からも、定期的に活動報告をいただき、活動の背景にある社会的課題と、実施さ

れた活動による社会的インパクトへの理解を深め、花王がめざす豊かな生活文化の実現への寄与をさらに進める一助にしています。たとえば、いただいた声をもとに、助成金の使途の範囲を見直したり、単年でなく長期での支援を行ったりと、適宜活動に反映させています。

具体的な取り組み

ベトナム学校衛生プロジェクトを開始

グローバル

花王は、中期事業戦略としてアジアでの事業拡大を図っています。事業展開国の一つであるベトナムは経済格差が大きく、事業ではアプローチできない人々が多く存在します。特に山間部や農村部、少数民族が多い地域では、衛生環境が整っておらず、慢性の下痢疾患などで子どもたちの健康な発育が阻害されています。それらの人々の生活向上の支援として、SDGsの目標6「すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する」への貢献をめざし、2016年から、国連児童基金(ユニセフ)によるアンザン省での活動を支援することとなりました。

アンザン省はカンボジアと国境を接し、少数民族も暮らす地域で、低地に位置することから洪水など気候変動の影響を受けやすい環境にあります。2016年5月、実際に花王グループ社員が現地を訪問。トイレのない家庭が少なくなく、学校のトイレも数百人に2、3基で壊れているものもあるなどの実情を目の当たりにしました。学校衛生プロジェクトでは、学校のトイレや手洗い場といった衛生環境を整備するとともに、手洗いの大切さなど衛生に関する知識を子どもたちが学び、それを子どもたちから各家庭やコミュニティに広げていきます。

今後は、5年間で60校、35,000人の子どもたちにアプローチする計画です。アンザン省の行政も、学校や地域の衛生環境改善を重視しており、今回の花王による支援には、大きな期待が寄せられています。

さまざまなセクターの力を結集し、子どもたちの健やかな成長のために活動を進めていきます。



実際に幼稚園で使用しているトイレ

社会貢献活動 教育【DMA,EC7】

花王のアプローチ

豊かな文化を持つ社会を育み、未来につなげていくためには、優れた学術・教育が不可欠であると考え、社会貢献活動の重点分野の一つに「教育」を挙げ、子どもたちの健やかな成長を応援する活動に取り組んでいます。

社会的課題と花王のアプローチ

温暖化や感染症対策など地球規模の社会的課題の解決は、先進的な知識の共有とイノベーションの創出が不可欠です。

花王は、自社の持つリソースや強みを活かし、子どもたちの

正しい生活習慣の定着、科学技術を担う人財の育成、子どもたちに影響を与えるリーダーの育成などの教育支援を行なっています。

中長期目標

1. 子どもたちの正しい生活習慣の定着
2. 工場見学を通じた学校教育支援
3. 科学技術を担う人財の育成
4. 子どもたちに影響を与えるリーダーの育成

2016年の実績

1. 子どもたちの正しい生活習慣の定着：手洗い活動

- ・社員のべ約1,090人が参加
 - ・46都道府県の205校、約15,450人の児童・生徒を対象に啓発(2009年の活動開始から累計約92,000人が受講)
 - ・教材提供 2,043件
 - ・教育関係者への研修会 10回
- P13「毎日の暮らしの中で、子どもたちを守る清潔習慣づくり」

2. 工場見学を通じた学校教育支援

- ・小田原工場で見学受け入れを開始
- ・上海工場で見学コースを新設
- ・日本での小学生の見学者 18,280人

3. 科学技術を担う人財の育成：理科教育支援

- ・JSEC2015受賞校を招いてスタディツアーを開催(3月)
- ・JSEC2016に特別協賛し、花王賞と花王特別奨励賞を贈呈(12月)

4. 子どもたちに影響を与えるリーダーの育成：花王・教員フェロースhip

- ・5プロジェクトに10人の教員が参加
- ・11月に活動報告会を実施

→詳細は「社会貢献活動報告書」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities.html

具体的な取り組み

日本科学未来館との協働による新たな取り組みを開始

日本

花王は、地球・自然と調和し、心豊かな生活を続けていくための技術開発に携わる未来の研究者・技術者を育成したいとの思いから、日本科学未来館と協働し、新しい取り組みを開始しました。その第一弾として、同館のイベント「サイエンティスト・クエスト」で、2016年8月23日、花王の研究員が「洗って実現！きれいな素肌」をテーマに講師を務めました。

今後は、日々の暮らしを支える製品を提供する花王ならではの研究知見と、日本科学未来館が持つさまざまなコミュニケーション手法や幅広いネットワークをさらに連携させ、未来の研究者・技術者の素養を育むプログラムを共同で開発・実施していく予定です。また将来的には、業界や国を超えた活動に広げ、より広い視点を持った豊かな人間性を育てたいと考えています。

高校生の理科教育支援としてJSECに協賛

日本

JSEC(主催：朝日新聞社、テレビ朝日)は、世界に通用する科学者の育成をめざし、全国の高校生・高等専門学校生を対象として開催される科学技術に関する自由研究コンテストです。花王は、高校生の理科教育支援の一環としてJSECに協賛し、毎年優れた作品に花王賞および花王特別奨励賞を贈呈しています。賞の選定にあたっては、花王の研究員が論文を読み、実際に高校生のプレゼンテーションを聞いて審査を行なっています。

また、受賞校を花王に招き、施設見学と、研究員との交流を図るスタディツアーを開催して高校生のキャリア教育支援にもつなげています。

長崎西高等学校)

「地下で虫を捕まえるウサギゴケ」米田美桜さん、舛村康成さん(横浜市立横浜サイエンスフロンティア高等学校)

スタディツアーを開催

JSEC2015で花王賞を受賞した市川学園市川高等学校、花王特別奨励賞を受賞した千葉県立千葉東高等学校から受賞者を招いてスタディツアーを開催し、参加者は活発な質疑応答などを通じ、研究員との交流を深めました。

今後の取り組み

今後は、JSEC2016受賞校を招いたスタディツアーの開催、およびJSEC2017への特別協賛を予定しています。

2016年の取り組み

- ・JSEC2015受賞校を招いてスタディツアー開催(3月)
- ・JSEC2016に特別協賛し、花王賞および花王特別奨励賞贈呈(12月)

2016年の実績

JSEC2016において、花王賞および花王特別奨励賞を贈呈

- ・花王賞：「ファンプロペラの効率アップー風を変えるシンプルな表面加工ー」田淵宏太郎さん(南山学園南山高等学校男子部)
- ・花王特別奨励賞：「オオアメンボAquarius elongatusの水面波への応答について」野辺愛耶さん、近藤紀香さん、福澤咲知子さん(長崎県立



JSEC2015 スタディツアー 研究発表での質疑応答

女子小中学生のからだの悩みをサポート

グローバル

花王は、1978年の生理用品の発売以来、30年以上にわたって、初経を迎える女の子たちとその家族、小学校に向けた初経教育の支援活動を行っており、現在は主に、グローバルでの初経教育セットの配布活動と、日本での情報サイトの運営を行っています。

2003年から運営している情報サイト「からだのノート おとなになるということ」は、思春期の体や月経についてわかりやすく解説。医師や専門家による豊富な情報も発信しています。

さらに、2016年6月からは、ニフティ株式会社、株式会社ワーク、花王ロリエは、ニフティが提供する子ども向けサービス「キッズ@nifty」の「キッズなんでも相談」コーナーで連携し、思春期のからだに関する悩みを抱える女子小中学生に向けたコンテンツの提供も開始しました。

今後も、花王は情報発信を継続して行ない、子どもたちの健やかな成長をサポートしていきます。

社会貢献活動 コミュニティ【DMA,EC7】

花王のアプローチ

持続可能なよりよい社会を築くためには、多様なコミュニティと共生していくことが重要であると考え、社会貢献活動の重点分野の一つに「コミュニティ」を挙げ、地域社会やNGO/NPOと連携した活動を推進しています。

社会的課題と花王のアプローチ

ますます多様化する社会の中で、多様なコミュニティとともによりよい社会を築くことをめざし、地域社会やNGO/NPOと連携し、事業でアプローチできない、地域コミュニティの抱える社会的課題の解決や社会・文化の活性化への貢献、さらに、

弱者支援や災害支援など特定のコミュニティの社会テーマに関わる支援を行なっています。

また、それらの活動への社員参加の推進により、人財活性化を図り、社会や事業へのさらなる貢献をめざしています。

中長期目標

1. 地域コミュニティの活性化
2. 特定のコミュニティの社会テーマに関わる支援
3. 社会的活動への社員参加の推進

2016年の実績

1. 地域コミュニティの活性化

花王ファミリーコンサート(日本)

- ・山形県酒田市、栃木県益子町にて公演を開催

2. 特定のコミュニティの社会テーマに関わる支援

社会起業家育成支援(日本)

- ・2組の団体への支援を決定、先輩起業家によるアドバイスや事業を成長させるための機会を提供
- ・2015年支援団体からの成果報告と2016年支援団体のキックオフを目的とした花王社員との意見交換会を実施

災害支援・復興支援活動(グローバル)

- ・義援金寄付、製品寄贈、仮設住宅への生活用品セットのお届け、製品売上金額の一部の寄付(熊本県)
- ・社員による仮設住宅訪問と復興リーダー支援活動(東北地方)
- ・台風10号被害物資支援と救援金(岩手県岩泉町・久慈市)
- ・ハイチハリケーン救援金 など

3. 社会的活動への社員参加の推進

花王ハートポケット倶楽部(日本)

- ・定期的な運営委員会、災害時の臨時運営委員会で支援内容を決定
- ・事業場地域の市民活動を応援する「地域助成」を栃木県、和歌山県、茨城県で実施
- ・規模の大きい活動を応援する「みらいポケット基金」を通じた助成実施

ピンクリボンキャンペーン(グローバル)

- ・10月~11月に、計9カ国・地域の化粧品カウンセリングコーナー等でリーフレットを配布
- ・ピンクリボンに関わるウェブサイトの開設と動画の公開、iPhone向けアプリの提供、商品ご購入やセルフチェック実施の数に応じた寄付、イベントへの協賛(日本)
- ・社員がピンクリボンバッジを着用し、ピンクリボンを応援するメッセージを発信

→詳細は「社会貢献活動報告書」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities.html

具体的な取り組み

熊本地震・東日本大震災での被災地支援活動

日本

花王グループは、生活必需品メーカーとして、災害発生時の物資、義援金の緊急支援から、被災地の復興に向けた生活用品の支援、心のケア、被災地域の再生支援など、中長期視点に立った支援を行なっています。

1. 熊本地震

2016年4月に発生した熊本県を震源とする地震の影響で、大きな被害が発生しました。地域の皆さまが1日でも早く日常の生活を取り戻していただけるよう、花王は地震発生直後からさまざまな支援活動を行なっています。

製品の寄贈や義援金の寄付

大きな被害に見舞われた地域に対し、熊本県の要請に沿って、ベビー用紙おむつ、大人用紙おむつ、生理用ナプキン、ハンドソープなどの花王製品を提供しました。

また、花王より日本赤十字社を通じて1,000万円の義援金を提供し、「花王ハートポケット倶楽部」より、ボランティア活動資金として20万円を社会福祉法人 中央共同募金会へ寄付しました。

応急仮設住宅ご入居の世帯へ「花王 生活用品セット」のお届け

国土交通省が熊本県内に建設した応急仮設住宅にご入居の世帯に向けて、生活用品11品目をパッケージにした「花王 生活用品セット」をお届けしました。

応急仮設住宅への入居にあたっては、避難所のような支援が受けられないことを不安に思う声が多く聞かれたため、花王では、少しでもお役に立ちたいと、現地からご要望の多い生活用品をお届けしました。

社員有志が箱詰めを行ない、応急仮設住宅へのお届けは、花王グループの販売活動を担う花王カスタマーマーケティング(株)のグループ社員が主として行ないました。

製品売上金額の一部を熊本県に寄付

熊本地震発生から半年が経った2016年11月には、熊本県へ1,000万円の寄付目録をお渡ししました。

この寄付は、8月1日～9月15日にかけて、九州沖縄エリアのご販売店の皆さまと連携して店頭で実施した「九州みんなの力で熊本を応援」企画によるものです。花王グループ、販売店、お客さまが一体となり、花王製品の売上金額の一部を寄付金として充てました。この活動では45の企業、2,148店舗にご協力いただきました。

2. 東日本大震災

2011年に発生した東日本大震災では、発生直後から義援金や物資などの緊急支援を行ない、その後の現地ニーズに寄り添いながら、現在は、「心のケア」と「自立的復興(産業復興)支援」を2本柱として、社員による仮設住宅訪問や復興リーダー支援活動を行なっています。

自社での取り組みとともに、今後も行政や他企業、NGO/NPOなどさまざまなセクターと連携し、被災地の方々を継続的に支援していきます。



南三陸町での社員による第3回農業ボランティア

花王(タイランド) ハッピートイレ プロジェクト

グローバル

花王(タイランド)は、持続可能な社会や環境への貢献をめざし、寄付やボランティア活動、環境に配慮した事業活動など、さまざまな取り組みを行なっています。特に、コミュニティに衛生的な暮らしを提供することに重点を置いています。タイなどのインフラ整備の途上にある地域では、衛生水準の向上は非常に重要な課題で、なかでもトイレは衛生の基礎となるものです。

2014年には「ハッピートイレ プロジェクト」を立ち上げ、主に農村にある学校を中心に、トイレを建設したり、老朽化したトイレを改装したりする資金を提供しています。さらに、タイ北部・北東部・南部の支援が必要な学校に直接働きかけ、2016年は3校を支援。これまでに計5校の支援を実施しました。

清潔で安全な誰もが使いやすいトイレを設置し、公衆衛生を向上させることは、コミュニティ全体の健康を守ることに繋がります。

また、設備を提供するだけでなく、いつまでもきれいに使い続けられるよう、地域の人々でトイレを清掃し、清潔に維持す

ることの重要性を伝えることにも努めています。

花王(タイランド)は、地域社会の人々の衛生的な生活にこれからも貢献していきます。



タイハッピートイレ

企業理念の実践のために【56,DMA】

花王のアプローチ

「花王ウェイ」は、花王グループの企業活動の拠りどころとなる、企業理念(Corporate Philosophy)です。中長期にわたる事業計画の策定から、日々のビジネスにおける一つひとつの判断に至るまで、花王ウェイを基本とすることで、グループの活動は一貫したものとなります。花王グループの各企業・各メンバーは、花王ウェイをマニュアルや規則としてではなく、それぞれの仕事の意義や課題を確認するための拠りどころとして共有しています。

社会的課題と花王のアプローチ

花王は創業以来“豊かな生活文化の実現”を使命に、“よきモノづくり”を通じて社会に貢献してきました。この“よきモノづくり”という言葉には、高い品質が保たれているか、価値に見合う価格で提供できているか、環境に十分に配慮されているかなど、さまざまな花王の思いが込められています。同時に、その意味するところは時代の変化とともに発生するさまざまな社会

的課題への対応という側面からも変化していきます。

「利益ある成長」と「社会のサステナビリティへの貢献」との両立を図る花王は、企業の持続的成長だけでなく、サステナビリティという観点からも“よきモノづくり”の意味を常に問い直し、世界の人々に新しい価値を提案していきます。

方針

「花王ウェイ」を実践するには、理念という抽象的な考え方と日々の仕事との結びつきを理解することが重要です。そのために重視しているのが職場単位で実施するワークショップです。同じ仕事に取り組む職場の仲間が仕事のやりがいや、時には悩みを、花王ウェイをベースに共有することで、理念と仕事への理解を深め、現状の改善点を見いだします。また互いを尊重する風通しのよい組織風土をつくっています。

ワークショップは、グループで画一的に行なうものではなく、各部門やグループ会社各社が、花王ウェイ事務局によるプログラムを参照したうえで、それぞれの事業や組織運営の課題に合わせて調整し、自主的、自律的に取り組んでいます。

また海外のグループ会社では、本社や子会社・関連会社との円滑なコミュニケーションに、花王ウェイをグループの共通言語として活用しています。

体制

花王ウェイの活動の主体は各部門・グループ会社各社のマネジメントラインであり、本社の花王ウェイ担当(事務局)と、各部門・グループ会社各社の花王ウェイ担当(The Kao Way contacts)は、相互のネットワークによって、その活動をサポートしています。

教育と浸透

新入社員を対象に花王ウェイの導入研修を実施しています。2016年はグループ全体で対象1,943人に対し100%実施しました。

中長期目標

花王ウェイに基づいたリーダーシップの醸成に重点を置いています。

花王ウェイに基づいたリーダーシップとは具体的には以下のような行動を指しています。

- ・率先垂範、自らが理念の実践者であること
- ・花王ウェイについて自分の経験等を踏まえて、自分の言葉で語るができること
- ・判断 (Decision making) の背景や目的を、花王ウェイに基づいて説明することができること
- ・大きな課題に直面した時、花王ウェイまで戻って考える習慣があること

こうしたリーダーが職場のメンバーを育て、エネルギーに満ちた組織風土をつくり、次世代に継承していくことをめざしています。

2016年の実績

- ・国内では、2014年より導入した、リーダーを対象とした「花王ウェイ・ダイアログ」プログラムおよびそれに準じるプログラムを実施。2017年上期までに一巡予定。
- ・海外では、中国、台湾で同じプログラムを実施。
- ・周囲の模範となるような花王ウェイの実践が見られたチームや個人を顕彰する「花王ウェイ・リコグニションプログラム」を職場ごとに実施。2016年は国内2部門、海外14社が実施し、顕彰人数は987人。

具体的な取り組み

創意工夫に富んだワークショップによる組織の活性化

グローバル

2016年下期から2017年上期にかけて、コンシューマープロダクツ事業のメンバーを対象に「花王ウェイ組織風土への浸透・伝承」をテーマとして、集中的にワークショップを実施しました。

事業ユニット長やOBによる花王ウェイの講話、花王ミュージアムの見学、高齢者体験ワークショップへの参加など、創意工夫に富んだ多彩なプログラムを実施しました。

コピーライターやデザイナーが集う作成部門では、「2030年のこころ豊かな『〇〇生活』」をテーマに25のチームに分かれてポスターを作成し、発表会を実施しました。各チームのメンバーは生活の現場に足を運び、互いの気づきを共有し、そこから今後の生活がどう変わっていくかの仮説を立てていきました。メンバーにとって仕事の本質への理解を深めるまたとない機会になりました。



2030年のこころ豊かな「〇〇生活」を1枚のポスターに

ワークショップが気づかせてくれた
花王らしさ(花王ウェイ)

1人の笑顔を、
「だれか」や「未来」につなげること

自分の好きなことをやりたい放題するだけでも、
楽しいけれど
それがだれかの「ありがとう」につながれば、
ひとはもっと、もっと嬉しくなる。

そんな喜びの瞬間を創造する「結び役」に、
私たちはなっていきたい。

買収企業の統合プロセスの一環として花王ウェイを共有

グローバル

2016年7月に買収した花王コリンズ社において、花王との統合プロセスの一環として9月に花王ウェイの共有プログラムを実施しました。花王コリンズ社は米国オハイオ州シンシナティに拠点を置くインクジェット用インクの開発・製造・販売会社であり、今後、花王のインク事業の一翼を担っていきます。

花王ウェイ共有プログラムでは、花王ウェイの文言と内容の確認、事例紹介と歴代の経営者の言葉による花王グループの組織文化に対する理解の促進、そして実践に向けてのグループディスカッションを実施しました。3日間にわたって実施したこのプログラムには、花王コリンズ社の経営陣と全従業員が参加し、「花王への理解が深まった」「花王と花王コリンズ社の組織風土との共通点が確認できた」などのフィードバックを得ることができました。買収の統合プロセスにおいて、早期に理念を伝え、共有を図ることが重要だと再認識しました。



花王コリンズ社における花王ウェイの説明

未来における花王ウェイの実践を考える新しいプログラムを開発

グローバル

2017年以降に向けて、視点を未来に置いて考える「花王ウェイ・フューチャーセッション」というプログラムの開発を進めています。2016年11月にはパイロット・プログラムを本社で実施し、10人が参加しました。

来たるべき未来はどのようなものか、社会はどのように変化しているか、花王グループとそこに働く社員の仕事はどのように変わっているか、そして社員一人ひとり個人としてどのように生活しているか、そのようなさまざまな未来の視点から現在の仕事を見つめ直し、望ましい花王ウェイの実践について話し合います。

そうしたプロセスを通じて、企業活動についての新しい視点や発想が生まれ、イノベーションの創出につながることを期待しています。今後は、職種や年代を問わず部門横断でメンバーを集め実施する予定です。



「花王ウェイ・フューチャーセッション」

インテグリティ 【41,56,57,58,DMA,HR12,SO4,SO6,SO8】

花王のアプローチ

花王は、持続的な成長をめざし「グローバルで存在感のある会社」となるために、法と倫理に則って行動し、社会の変化に対応しながら誠実で清廉な事業活動を行なっています。「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」の継続的な教育やコンプライアンス通報・相談への適切な対応等の活動を通じて、花王グループ全社員にコンプライアンス意識を醸成・定着し、健全な企業風土が維持・改善されることをめざします。

社会的課題と花王のアプローチ

業務上のリスク発生の機会を低減し、公正な取引を行なうために、贈収賄防止、人権の保護、利害の対立の回避などを重点課題ととらえて取り組みを進めるとともに、事業活動のベースとなる組織風土の活性化に取り組んでいきます。

方針

花王は、企業理念「花王ウェイ」の「基本となる価値観」の中で、創業者が遺した「正道を歩む」という言葉を掲げています。「正道を歩む」とは、法と倫理に則って行動し、誠実で清廉な事業活動を行なうことです。花王は、この言葉をコンプライアンスの原点と位置づけ、すべてのステークホルダーの支持と信頼に添えていくための指針としています。

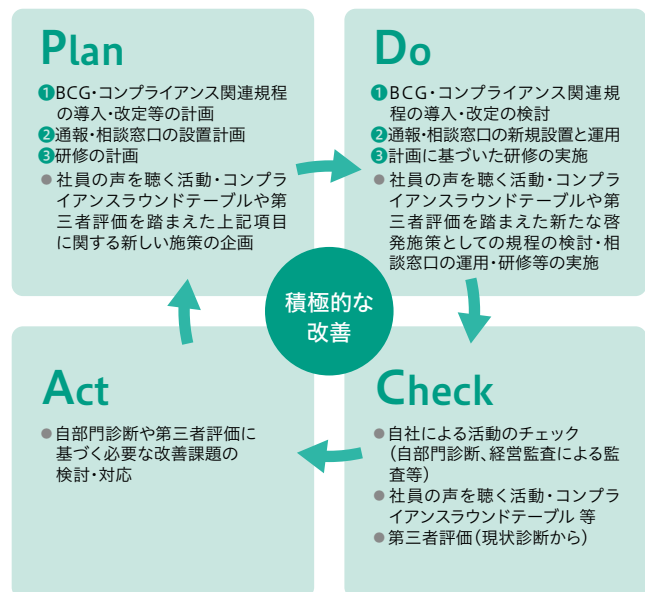
中長期的な課題抽出と課題に向けた取り組みの検討

花王では中長期や年間の活動計画に基づき、

1. 「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」の定期的な改定
2. コンプライアンス通報・相談窓口の整備・運用
3. コンプライアンス教育活動を行なっています。

翌年の活動計画を策定するにあたり、現在の活動の妥当性・適切性を確認し、効果的なコンプライアンス推進活動につなげるために、毎年社内の各部門の推進担当者や社員の意見を聴き(社員の声を聴く活動・コンプライアンスラウンドテーブル)、また定期的に社外のコンサルティング会社からの検証・助言を受けています。

コンプライアンス活動のPDCA



体制

推進体制

花王は、代表取締役 専務執行役員を委員長とし、各部門や関係会社からの代表者で構成する「コンプライアンス委員会」を設けています。

同委員会では、

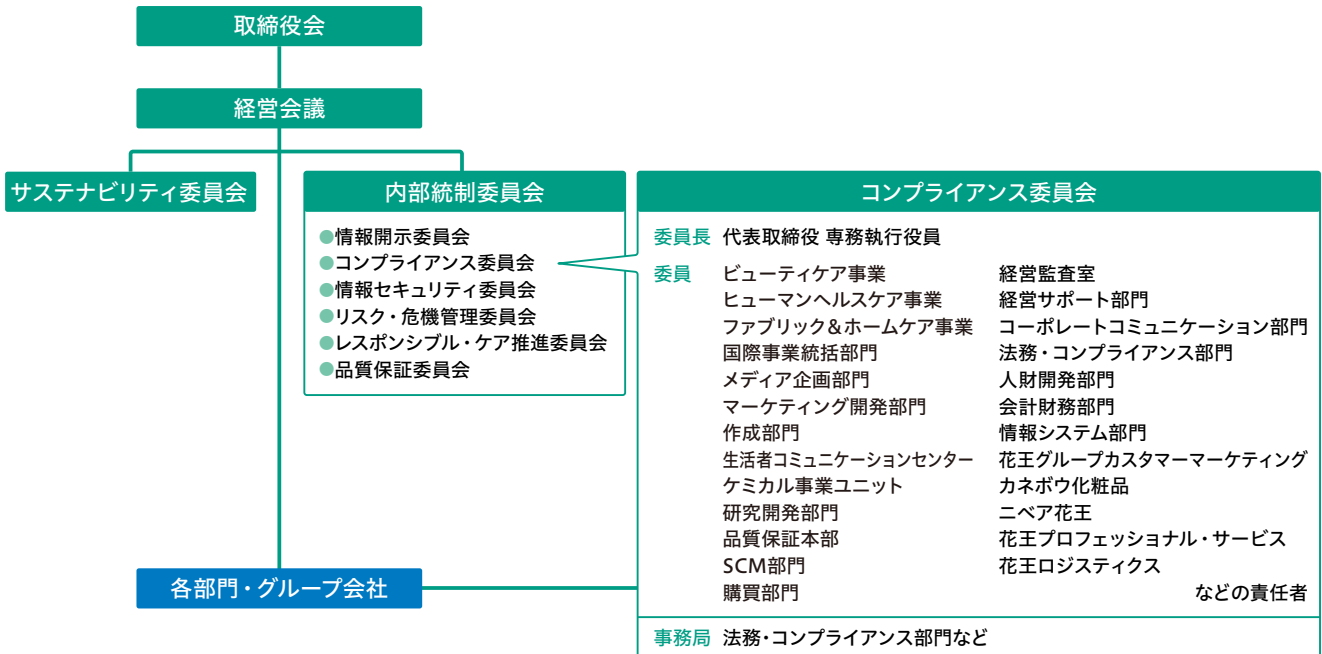
1. 「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」等コンプライアンス関連社内規程の制定・改定の審議
2. 企業倫理の浸透・定着のための国内外での教育啓発活動
3. コンプライアンス通報・相談窓口の運営・対応状況の確認

等を半年に1回実施し、規程の改定などの重要事項や活動概要を年次報告として適宜、取締役会に提案・報告しています。

また、同委員会では事務局を置き、毎月開催する事務局会議において、国内外の通報・相談窓口に寄せられた通報・相談の対応状況を確認するほか、コンプライアンスに関する新たな取り組みの検討や、教育推進活動の企画立案などを行なっています。

これらの活動はモニタリングや評価も行ない、PDCAサイクルによる改善を続けています。

コンプライアンスの推進体制



監査とモニタリング

花王ではコンプライアンスについて、内部監査に加え、さまざまな形でのモニタリングを実施しています。

内部監査

定期的に全社・全部門に対し業務監査が行なわれており、その監査項目には、接待・贈答に関するガイドラインに基づいた行動の確認など、コンプライアンスに関わるものがあります。

自部門点検

毎年1回、各部門のコンプライアンス委員や国内外グループ会社のコンプライアンス担当者が、所属部門におけるBCGに反する行為の有無やコンプライアンス活動状況について、自部門点検を実施しています。

社員意識状況調査

2年に1回、全社で実施される社員意識調査「Find」の回答を通じて、社員へのコンプライアンス意識の浸透状況を確認しています。また、2016年にはコンプライアンスに関わる具体的な行動や意識、浸透度に関する調査を初めて行ないました。

研修でのセルフチェック

キャリア入社者向けのコンプライアンス研修の参加者(2016年は約170人)に「コンプライアンス意識のセルフチェック」を実施しています。

→P130「カルチャー」>持続可能で責任ある調達/サプライヤーへの満足度を調査]

中長期目標

1. 「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」の啓発活動の継続強化
2. コンプライアンス通報・相談窓口の適切な運営
3. 社会的要請や社内の要請、その他モニタリング・効果測定活動に基づいた活動の課題抽出と改善策の検討・実施

2017年目標

- ・「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン ケースブック」の改定
- ・継続的なコンプライアンス教育
- ・社員意識状況調査のフォローと継続：
2016年の国内結果分析と課題抽出、海外における意識状況調査実施
- ・自部門点検の実施

2016年の実績

1. 「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」の啓発活動の継続強化

社会的な要請を踏まえたBCGの運用

2016年は、社会的な要請や社内の新しい方針・社内規程を盛り込むため、3年ぶりにBCGを改定しました。

→詳細は「具体的な取り組み：花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)の改定ほかコンプライアンス関連規程の運用」

BCGを社員へ浸透させるための施策

①社員への教育活動

BCGをはじめとするコンプライアンス関連規程の理解を深めるために、新入社員、新任マネジャー、国内管理職、海外グループ会社社員等を対象に集合研修を実施しています。また、年1回、BCGの内容を振り返る確認テストを実施しています。

2016年は以下の3つの項目について目標値を設定し、以下の実績となりました。

・BCG確認テスト

目標を95%と定めて実施し、その実績は97.5% (36,440人/対象37,386人)となりました。

・国内管理職対象コンプライアンス研修

2015年からの累計目標を100%と定めて実施し、その実績は100% (1,420人/対象1,420人)となりました。

・海外インテグリティワークショップ

2008年からの累計目標を85.0%と定めて実施し、その実績は93.8% (10,318人/対象11,000人)となりました。主に欧州とアジアのカネボウ子会社での展開が進みました。

②コンプライアンス月間

コンプライアンス月間の海外グループ会社への拡大

→詳細は「具体的な取り組み：コンプライアンス月間の実施」

2. コンプライアンス通報・相談窓口の適切な運営

→詳細は「具体的な取り組み：コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用」

3. 社会的要請や社内の要請、その他モニタリング・効果測定活動に基づいた活動の課題抽出と改善策の検討・実施

自部門点検

海外グループ会社・地域を含め、コンプライアンス委員が選定されていない部署や子会社においても自部門点検を実施しました。

社員意識状況調査

コンプライアンスに関わる具体的な行動や意識に関する調査(6問)を、初めて国内グループ会社社員に対して行ないました。調査結果を受けて、BCG冊子や通報・相談窓口を記したヘルプカードの保有率、通報・相談窓口への信頼性、職場の雰囲気(相談のしやすさ)に関し、職種別等で確認し、必要な対応を行ないました。今後もBCG改定などの機会をとらえて定期的に確認をしていきます。

社員の声を聴く活動

国内外グループ会社を含めた16部門・組織の社員と対話の機会を設け、既存の取り組みへの意見や新たな取り組みへの要望等を収集しました。

第三者評価を踏まえたコンプライアンス推進活動

社外の声として、前年に受けた当社のコンプライアンス体制に関する評価を改善するため、中長期的な活動計画を再考し、コンプライアンス意識の浸透活動を引き続き行ないました。また、毎年回答しているDow Jones Sustainability Indices (DJSI)の調査・分析会社であるRobecoSAM社や、Ethisphere Instituteなどの第三者評価機関からのアンケート回答を通じて、自社の課題を認識し、2017年の年間活動計画に反映しました。

ステークホルダーとの協働

- ・2016年1月に、法務・コンプライアンス部門の責任者が、中央大学、文部科学省からの受託事業として、シンポジウム「企業価値向上型コンプライアンス -花王の挑戦-」に参加し、パネルディスカッションで他企業・中央大学と意見交換を行いました。
- ・2016年11月、米国の企業倫理シンクタンクEthisphere Institute主催の東京フォーラムにおいて、日本で事業を行なう企業（外資系企業を含む）のコンプライアンス活動を紹介するパネルディスカッションに、パネラーの一社として参加しました。

→P123「カルチャー>持続可能で責任ある調達」

具体的な取り組み

コンプライアンス月間の実施

グローバル

当事者意識を持ってコンプライアンス活動をすることが重要ですが、多くの社員からコンプライアンス活動を身近に感じるための工夫を求める声があることを受けて、日本国内では2015年に経団連企業倫理月間に合わせて10月をコンプライアンス月間と定め、活動の浸透を図りました。2016年は対象を海外にも広げて展開しました。

イントラネットやポスターによるコンプライアンス委員会委員長のメッセージの掲示、執行役員による各部門へのコンプライアンスメッセージ発信、各組織における自部門点検、ケーススタディー発信、BCG確認テスト等を実施しました。

「異なる事業場における、現地の言葉でのポスター掲示は花王グループの一体感を強めた」「常に意識すべきことではあるが、年に1度コンプライアンスを振り返る機会は今後も継続してほしい」などの声がありました。



コンプライアンス月間ポスターを19言語で作成・掲示

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の改定ほか コンプライアンス関連規程の運用

グローバル

花王では、企業行動規範である「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」を全世界の花王グループに導入しています。

また、BCGに関連する事例をQ&A形式でまとめた「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン ケースブック」を日本語・英語のほか17言語で作成しています。

さらに、相手先の属性を問わず贈収賄を行わないこと、公務員個人に支払う少額の支払いである「円滑化のための支払い」を行わないことを明記しているBCGの考え方にに基づき、花王グループでは政治献金は行わないことを「寄付ガイドライン」で定めており、2016年においては、政治献金は行っていないことを確認しています。さらに、接待・贈答を提供・受領する際の承認手続きや運用に関する各社のルールや公務員を招聘する際の届出手続き等にも言及した「花王贈収賄防止ガイドライン」は海外グループも含めて各地域・会社ごとに作成し導入しました。

上記に加え、花王グループ会社との競業行為、取引行為、金銭貸借と個人的投資等の場面において、具体的な事案に応じて許可・届出等を求めることを規定する「花王利害の対立の回避に関するガイドライン」を国内に加え海外グループ会社へも導入しました。

2016年は右記の取り組みも実施しました。

1. 3年ぶりにBCGを改定しました(2016年4月)。

改定の主な内容は、①対象範囲を明確にし、経営理念である花王ウェイとの関係図を示し、困った時の判断方法についてコンプライアンス通報・相談窓口の利用も含めた活用方法を記載したこと②花王グループの調達方針を社内のガイドラインも示しながら明確にしたこと③「花王人権方針」を引用し、すべての人の人権の尊重を明記したことです。日本語・英語のほか、17言語を準備しています。

また、本改定の概要説明会を日本国内の役員・社員に行ない、対象の92.7%へ実施しました。(実施24,487人/対象26,414人)

2. 「花王利害の対立の回避に関するガイドライン」について、関連当事者取引に関連する項目として役員の近親者と花王グループ会社との取引に関する事項を追加する改定を行ないました。また、個別の事情で改定の導入が遅れている会社に引き続き導入を促しました。
3. 2014年に導入した「花王贈収賄防止ガイドライン」に記載している取引先管理に関わる運用のうち、輸出代理店の選定、契約の更新の際に、贈収賄リスクの有無を担当者が把握するために、「贈収賄防止チェックリスト」を作成し、個別に状況を確認する実務を開始しました。

コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用

グローバル

花王グループの運営方針

花王グループでは各国・各地域のニーズに合わせて、コンプライアンス通報・相談窓口を社内と社外、もしくは社外のみを設置しています。

窓口の運営に際しては、会社は通報・相談者のニーズをきちんと確認したうえで、通報者・相談者のプライバシーを保護し、通報・相談したことで不利益を被ることがないように最大限の配慮をするとともに、第三者に確認が必要な場合も、通報・相談者の承諾を得て行なっています。匿名の相談も受け付けていますが、調査に限界もあることからできるだけ実名で相談することを奨励しています。

2016年は、253件（海外グループ会社含む）の通報・相談が寄せられましたが、事業遂行に影響を及ぼすような重大なものはありませんでした。製品やテレビCMへのご意見など、そもそも通報・相談になじまないものや、事務局からの回答または面談等により解決・終了に至った軽微なものが約8割、残り2割が面談等の調査により当事者への注意など何らかの対応を行なったものでした。この中には、懲戒処分に至ったものが数件含まれています。

なお、通報・相談内容の内訳は、セクハラ・パワハラなどのハラスメント、いじめ等に関連するものが34%、職場におけるコミュニケーションエラーや労働条件・勤務等に関する通報・相談といったコンプライアンス事案以外が35%と、この2つのカテゴリーで約7割を占めています。相談者の所属する組織・事業所・職種については、特段の傾向は見られませんでした。

日本花王グループ

日本花王グループでは、コンプライアンス委員会事務局が運営する「社内通報・相談窓口」と、弁護士・臨床心理士など社外の専門家に委託している「社外通報・相談窓口」を設けています。社内窓口および弁護士に委託する社外窓口については、お取引先など社外の方からの通報・相談も受け付けています。

海外花王グループ

海外花王グループにおいては、社外の委託会社が受ける社外窓口を全社に設置し、さらに一部の地域を除き、各社の人事部長等に相談できる社内窓口を設置し、運営しています。

社外窓口である「Integrity Line」は、各国グループ会社に設置され、24時間365日、母国語で相談できる窓口です。

2016年は、新しく花王グループに入った米国のケミカル会社向けの通報・相談窓口を設置しました。



米国でのIntegrity Lineポスター

コンプライアンス違反時の対応および2016年の重大な法令違反について

グローバル

花王は、花王グループの事業運営において、会社の重大な法令違反については公表することを原則としています。*

※ただし、法令・契約等により秘密保持義務がある場合、公益を損なうおそれのある場合、プライバシーに配慮が必要な場合、そのほかこれに類するような制限がある時には、公表できない場合があります。

2016年の花王グループの事業運営において、重大な法令違反はありませんでした。なお、窃盗・横領などの不正行為、ハ

ラスメントや道路交通法違反などにより退職に至る事案（論旨退職を含む）が国内外合わせて23件発生しましたが、いずれも社員個人に依拠する事案で、会社のレピュテーションを大きく損なうものではありませんでした。これらについては、再発防止のために、社内教育活動やイントラネットでの告知等を通じて周知を徹底しました。

日常業務におけるコンプライアンス徹底のしくみ

日本

花王では、「法令エキスパート」と呼ばれる社内担当者が、業務に関連する法令等の施行・改正動向をフォローしており、必要に応じて社内説明会等の情報発信・啓発を行なっています。

また、日本花王グループでは「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」実践のため、各種の社内規程をイントラネットで参照できるようになっています。

2016年に法令エキスパートにより改正の対応がされた法令等

- 消防法
 - 労働基準法
 - 消費者契約法
- など

2016年12月末現在の「法令エキスパート」登録法令数、社内規程登録数の状況

「法令エキスパート」宣言※数：82人の法令エキスパートによる337宣言

社内規程登録数：636件

※ 法令エキスパート宣言

各所管部門が特定の法令等に対して自主的に「法令エキスパート」としての宣言を行なうもの

「World's Most Ethical Companies (世界で最も倫理的な企業)」に11年連続選定

グローバル

花王は、米国のシンクタンク「Ethisphere Institute (エシスフィア・インスティテュート)」が2017年3月に発表した「World's Most Ethical Companies 2017」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、11年連続となります。11年連続の選定は日本の企業の中でも、世界の日用消費財企業・化学企業の中でも唯一です。

この賞は、①企業倫理と法令遵守に関する取り組み②社会からの評価、リーダーシップ、ステークホルダーとのコミュニケーション③企業市民としての責任ある活動④コーポレート・ガバナンス⑤倫理的企業風土の5軸から評価を行なうものです。

この受賞は、花王グループの社員一人ひとりが、日々の業務を遂行するにあたって、創業から伝わる「正道を歩む」の精神を「花王ウェイ」や「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」の理念に沿って実践してきた姿勢が高く評価されたものと受け止めています。



授賞式

人権への取り組み【15,DMA,HR2,HR9,HR11】

花王のアプローチ

花王は、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいて「花王人権方針」を策定し、“よきモノづくり”のプロセス全体において人権の尊重をめざして取り組みを進めています。

社会的課題と花王のアプローチ

企業活動のグローバル化が進展し、サプライチェーンが拡大していくなか、人権に関わるリスクが高まっています。

2015年3月に英国において、「強制労働等現代における奴隷労働や人身取引を防止するための現代奴隷法(英国現代奴隷法)※」が制定され、同年10月に施行されるなど、企業の人権に対する取り組みが国際社会全体から注目されています。

花王では、「花王ウェイ」で使命とする「世界の人々の豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティに貢献

する」ために、多様なステークホルダーと連携して取り組みを進めています。その連携を通じて、国際的な基準に則り、多様なステークホルダーの人権尊重の責任を果たしていくことは事業活動の基本であると考えています。

※ 英国現代奴隷法

英国で事業活動を行なう営利団体・企業のうち、年間の売上高が一定規模を超えるものに対して、奴隷労働と人身取引がないことを担保するために実施した取り組みについて、年次でステートメントを作成・公開することを求める法律。

方針

花王は2015年に策定・公表した「花王人権方針」において、国際人権章典などの人権に関する国際的な規範を尊重すること、人権デュー・ディリジェンスや社員の教育を実施し、事業活動全体において人権尊重の責任を果たす努力をしていくことを宣言しています。

「花王ウェイ」を実践するための行動規範である企業行動指針「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の中でも、人権を尊重し、児童労働や人身売買など、あらゆる形態の強制労働を行なわないことを明記しています。サプライチェーンにおける人権尊重に関しては、「調達基本方針」において、人権に配慮した購買行動を行ない、社会的責任を果たすことを表明するとともに、「調達先ガイドライン」において、サプライヤーの社会的

責任の配慮項目として、調達先での「強制労働、児童労働、不法労働の禁止措置」を要請しています。

また、2005年に人権、労働、環境、腐敗防止の4分野における10原則を定めた国連グローバル・コンパクトに支持を表明しています。

- 花王人権方針
http://www.kao.com/jp/corp_csr/csr_action_03.html
- 花王 ビジネス コンダクト ガイドライン
http://www.kao.com/jp/corp_info/compliance_01.html
- 調達基本方針
http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_00.html
- 調達先ガイドライン
http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_04.html

体制

人権の問題は多岐にわたるため、人財開発部門、サステナビリティ推進部、コンプライアンス推進室、購買部門等の部門が中心となり、関連部門、国内外のグループ会社と連携して、取り組みを進め、サステナビリティ委員会へ報告しています。

花王グループ内の人権デュー・ディリジェンスに関しては、サ

ステナビリティ推進部が事務局となり、人財開発部門、コンプライアンス推進室と連携して推進しています。

サプライチェーンにおける人権への取り組みに関しては、取引先との対応窓口である購買部門が中心となり、取引先への働きかけを行なっています。

教育と浸透

グローバルでは、人権尊重の考え方を表明している「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」に対する社員の理解を深めるため、グループ会社各社でワークショップを実施しています。また、新入社員研修や新任マネジャー研修などで集合研修を実施するとともに、年に1度、全社員向けに確認テストを実施しています。

日本では、12月を「人権啓発月間」として、ニュースレターの配信やポスターの掲示などによる啓発活動を実施しています。また、セクハラ防止のための社内ガイドライン「セクシュアル・

ハラスメント防止のために」をイントラネットに公開し、社員のための相談窓口を社内外に設置して体制を整えています。

その他人権関連教育

購買部門の社員を対象とした、英国現代奴隷法についての教育を実施しています。

⇒P113「カルチャー>インテグリティ」

⇒P123「カルチャー>持続可能で責任ある調達」

⇒P135「カルチャー>ダイバーシティ&インクルージョンの推進」

中長期目標

人権デュー・ディリジェンスや啓発活動を通じて、ステークホルダーの人権への理解を深め、花王の事業活動における人権リスクの特定・防止・軽減を継続して行ないます。

2016年の実績

1. 花王およびサプライチェーンにおける人権デュー・ディリジェンス開始

社内

- ・花王グループ会社対象に「人権チェックリスト」による調査を実施。(対象会社回答率100%)
- ・花王グループ生産拠点(36工場)を対象にSedex※の「自己評価アンケート」による調査を実施。(対象工場回答率100%)

サプライチェーン

- ・日本国内のサプライヤーに対しSedexに関する説明会を開催。花王の人権に対する取り組みおよびSedexのしくみ、Sedex登録の意義について説明し、登録を働きかけ。

Sedex説明会出席の国内サプライヤー数：476社

※ Sedex (Supplier Ethical Data Exchange)

グローバルサプライチェーンにおける倫理的かつ責任あるビジネス慣行の促進を目的に、労働基準、健康と安全、環境、ビジネス慣行に関する情報の共有と確認を行なう世界最大規模の協働プラットフォーム

⇒P113「カルチャー>インテグリティ」

⇒P123「カルチャー>持続可能で責任ある調達」

2. 「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」改定

「花王人権方針」を遵守し、人権尊重の責任を果たすよう努力することを明記しました。また改定の概要説明会を日本国内の各部門、グループ会社において実施しました。

3. 人権啓発活動

LGBTに関する社員の理解促進のため研修会を実施

日本において識者を招いて社内講演会を2回開催したほか、マネジャー研修での説明を継続的に実施しました。また、店頭でお客さまと接する機会が多い美容販売員への研修を新たに実施しました。

「人権啓発月間」における啓発活動

12月にポスター掲示およびニュースレターの発信を実施。ニュースレターでは人権に関わるさまざまなテーマや、相談窓口について紹介しました。

具体的な取り組み

人権デュー・ディリジェンス プロセス

グローバル

花王をとりまく人権リスクの調査・特定に向けて、以下の取り組みを行なっています。

1. 社内での取り組み

2016年、花王の世界中の拠点に対してリスクアセスメントを行ないました。工場においては、世界的な企業倫理情報共有プラットフォームであるSedexを活用し、36工場がSedexの自己評価アンケートに回答しました。対象工場の回答率は100%でした。また、工場以外の花王グループ各社においては、人権チェックリストを作成し、53のグループ会社が回答しました。対象会社の回答率は100%でした。

Sedexとチェックリストの両方の結果を評価した結果、改善すべき課題はいくつか発見されましたが、人権侵害に関連するリスクは発見されませんでした。また、社員がコンプライアンス上の問題を通報・相談できるよう、各社に通報・相談窓口を設置しています。

→P113「カルチャー>インテグリティ」

→P183「レスポンシブル・ケア活動」

2. サプライチェーンでの取り組み

花王はサプライヤーとさまざまな機会・手段を通じてコミュニケーションを取り、花王の考え方や倫理的な基準について理解を得られるよう努めています。

花王とサプライヤーとの間で締結する取引基本契約においては、2012年に環境や人権に配慮する条項を追加し、新規契約や契約更新時には原則として、この取引基本契約を締結しています。

2008年から「調達先ガイドライン」の遵守状況についてはセルフアセスメントを要請し、その結果をモニタリングしてきました。セルフアセスメントで遵守状況が基準に満たないサプライヤーに対しては、訪問して課題を共有し、改善に向けて協議しています。また、2014年にSedexに加盟後はサプライヤーに対しSedexに関する説明会を開催し、これまでに476社の国内サプライヤーが出席しています。さらに文書により、Sedexへの回答をサプライヤーへ働きかけています。

→P123「カルチャー>持続可能で責任ある調達」

持続可能で責任ある調達【15,27,DMA,LA15,HR11,SO10,EN33】

花王のアプローチ

花王は法を遵守し、高い倫理観を持って公正・公平な購買活動を推進しています。持続的発展可能な社会の実現をめざし、資源保護・環境保全や安全、人権などに配慮し、企業としての社会的責任を果たします。

社会的課題と花王のアプローチ

花王は企業の社会的責任を果たすため、「調達基本方針」に則った「公正・公平」「遵法・倫理」「社会的責任」を基本姿勢とする持続可能で責任ある調達活動を推進しています。

購買取引を行なうにあたり、国の内外を問わず合理的な基準に基づき公正に競争の機会を提供し、法の遵守と倫理の尊重を実践します。

また、持続的発展可能な社会の実現への貢献をめざし、省資源、地球温暖化防止、生物多様性保全などの環境側面、安全・衛生、労働環境、人権などの社会側面に十分配慮し、企業としての社会的責任を果たしていきます。

→詳細は「調達基本方針」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_00.html

方針

花王は「調達基本方針」に則った調達活動を具体的なものとするため、「調達先ガイドライン」および「原材料調達ガイドライン」を制定しています。

花王はサプライヤーを“よきモノづくり”に不可欠なパートナーと考え、「調達先ガイドライン」に基づき、調達活動に取り組んでいます。また、法令や社会規範の遵守、人権の擁護、安全衛生の確保、公正な取引等、社会的責任に配慮されているサプライヤーや、環境マネジメントシステムをはじめ、花王が配慮すべき環境項目にご協力いただけるサプライヤーからの調達を優先しています。さらに、環境に配慮した原材料や包装容器の調達を優先しています。

花王とサプライヤーとの間で締結する取引基本契約書においては、上記の環境・人権・労働などに関する条文を明記しています。

また、地球温暖化、生物多様性の劣化などの環境問題、資源制約や人権などの課題を踏まえ、「原材料調達ガイドライン」に基づいた持続可能な調達に取り組んでいます。

さらに花王は、事業が自然資本に依存していることを認識し、パーム油や紙等の調達に関しては原産地での森林破壊ゼロを支持しています。中長期的には、原材料の徹底的な使用量削減や、藻類のような非可食バイオマス由来の原材料等への転換に取り組むとともに、グローバル化により顕在化してきた倫理的な課題にも配慮して、持続可能で責任ある調達を推進します。

→詳細は「調達先ガイドライン」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_04.html
 →詳細は「原材料調達ガイドライン」
http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_05.html

体制

購買部門では、持続可能で責任ある調達を実行するための戦略を策定する企画部サステナビリティグループと購買部門サステナビリティ戦略部会を設けています。

その戦略のもと、原料部および包材部は「原材料調達ガイド

ライン」に則った調達を進め、間接材部は文具・事務用品などのグリーン購入、機器部は環境に対応した設備・機器の導入を推進しています。

教育と浸透

従業員研修や啓発を実施(日本)

花王では、新たに購買部門に配属された従業員に対し、「公正・公平」「遵法・倫理」「社会的責任」などの購買基本姿勢について教育しています。教育を通じてISO26000や国連グローバル・コンパクトで求められている、人権・労働などグローバルな社会的課題についての認識を持つようにしています。

2016年は、新たに購買部門に配属された従業員9人に対し購買基本姿勢について教育しました。

検定受験の推進(日本)

購買部門の社員一人ひとりが社会や環境との関係を認識し、行動を変革するための教育として、2012年度より環境社会検定試験®(eco検定※1)の受験を推進しています。

また、2015年からは、新たにビジネスコンプライアンス検定®※2の受験を推進しています。2016年には部門の累計合格者は59%に達しました。

人権課題の啓発(日本)

花王における人権課題に対する認識を深めるため、購買部門の社員に対して英国現代奴隷法について教育を行ないました。

※1 eco検定

環境と経済を両立させた「持続可能な社会」の促進をめざした検定試験。東京商工会議所により2006年から運営されている。

※2 ビジネスコンプライアンス検定

コンプライアンスを法令の背後にある「社会的要請に応えること」ととらえ、企業にとって重要な法令を体系的に理解するコンプライアンス・スキルの養成をめざした検定試験。サーティファイ コンプライアンス検定委員会により2005年から運営されている。

中長期目標

1. 持続可能な原材料の調達

認証原材料の調達

花王は森林破壊ゼロに向けた取り組みとして、パーム油、紙・パルプについて2020年までの持続可能な原材料の調達への切り替えをめざしています。

パーム油・パーム核油の調達においては、RSPO^{※1}に加盟して関連工場のSCCS^{※2}認証取得と認証油の調達を進めるとともに、2020年までの、原産地まで追跡可能なパーム油・パーム核油の全量調達へ向けた取り組みを進め、2015年末にはそれぞれのミル(搾油工場)まで追跡可能であることを確認しています。ミルまで追跡可能であることが確認できていない誘導体については、引き続き確認を進めるとともに、RSPO認証原料を購入するなどの補完措置を講じます。

紙とパルプの調達においては、2020年までに花王製品に使用する紙・パルプ、包装材料および事務用紙は、再生紙または持続可能性に配慮したもののみの購入をめざすとし、特にパルプは2020年までに原料木材産出地の追跡可能なパルプのみの購入をめざします。

天然植物資源の持続可能な調達

天然植物資源の枯渇や資源収奪の問題を認識し、ABS^{※3}を考慮した天然植物資源の調達を推進しています。また、原産地の自然環境やコミュニティに配慮しながら、調達ルートの多様化・変更や人工栽培品への切り替えにも取り組んでいます。

2. 人権への取り組み

さまざまな人権問題のリスクに対応するため、2015年に「花

王人権方針」を定め、花王の活動に加えサプライヤーへも「調達先ガイドライン」に基づく人権のための行動を要請し、人権デューデリジェンスを実施する方針です。

このリスクを評価するため、2014年に世界的な企業倫理情報共有プラットフォームであるSedexに加盟し、2017年よりSedexを活用したサプライヤーリスクアセスメントを行なう計画です。

2020年までにサプライヤーのSedex加盟率70%(国内:購入金額ベース)をめざします。

3. グリーン購入

文具・事務用品など間接材の購入においては、環境省が提唱するグリーン購入を推進するため、「グリーン購入基準」を定め、環境に配慮した物品を優先的に購入しています。

機器・設備の導入においても、LED照明の導入など環境対応を推進しています。

※1 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil)

持続可能なパーム油の生産と利用を促進するための円卓会議
<http://www.rspo.org/>

※2 SCCS(Supply Chain Certification System)

生物多様性保全のための厳しい条件をクリアし、RSPOに認められた農園で収穫した持続可能なパーム油を使った製品を生産・販売し、消費者に届ける目的でつくられたサプライチェーンシステム

※3 ABS(Access and Benefit Sharing)

先進国や多国籍企業による原産国(主として途上国)の生物資源(遺伝子資源)の収奪問題などに対応し、遺伝子資源の探索・開発とその利用から生じる利益の公正・公平な配分のことで、生物多様性条約の目的の一つとして規定されている

2016年の実績

1. 持続可能な原材料の調達

認証原材料の調達

・パーム油・パーム核油の調達

⇒詳細は「具体的な取り組み：持続可能なパーム油・パーム核油の全量調達に向けての取り組み」

・紙・パルプの調達

⇒詳細は「具体的な取り組み：持続可能な紙・パルプの調達に向けての取り組み」

天然植物資源の持続可能な調達

化粧品・医薬部外品に使用しているグリチルリチン誘導体は、マメ科植物である甘草から製造されます。これまで自生甘草

から製造されたグリチルリチン誘導体を使用してきましたが、生物多様性の保全と持続可能な利用に努めるため、2016年から栽培地が特定された栽培甘草から製造したグリチルリチン誘導体の使用を開始しました。

2. 人権への取り組み

⇒詳細は「具体的な取り組み：サプライヤーとの連携／Sedex(人権への取り組み)」

3. グリーン購入

2016年の「グリーン購入基準」達成率は78%でした。

ステークホルダーとの協働

持続可能な調達

パーム油および紙・パルプの持続可能な調達を、認証品の購入とトレーサビリティの確認の二つの方法で進めています。

認証パーム油および認証紙については、国内のサプライヤーにも認証取得を求め、調達を開始しました。

トレーサビリティの確認については、原材料サプライチェーン情報の第三者機関による検証およびリスクアセスメントを実施しています。

サプライヤーとの協働

花王は、Sedex、お取引先懇談会、品質向上会議、CSRセルフアセスメントのモニタリング、CDPサプライチェーンプログラム等さまざまな取り組みを通じて、サプライヤーとの連携を強化し、グローバルな調達の推進に取り組んでいます。

⇒詳細は「具体的な取り組み：サプライヤーとの連携」

具体的な取り組み

持続可能なパーム油・パーム核油の全量調達に向けての取り組み

グローバル

花王は、パーム油・パーム核油の調達において「原材料調達ガイドライン」に基づいた持続可能な原材料の調達に取り組んでいます。またRSPOのメンバーとして活動し、追跡可能なサプライチェーンの構築に努めています。

「持続可能なパーム油」の調達ガイドライン

花王が扱う基本原料の一つであるパーム油・パーム核油の調達において、生物多様性の保全への配慮と、森林破壊ゼロへの支持を表明し、4つの目標を掲げて取り組んでいます。

目標1：2015年末までに、花王グループの消費者向け製品に使用するパーム油は、持続可能性に配慮した、ミル(搾油工場)まで原産地追跡可能なもののみを購入することをめざします。

実績：2015年までに、サプライヤー情報によるパーム核油のミルまでのトレーサビリティを確認し、2016年には第三者機関によるサプライヤー情報の検証を行なうとともに、パーム油のミルまでのトレーサビリティの確認を進めています。

目標2：2020年までに、農園(プランテーション)、サプライヤー(ミル、リファイナリー)および第三者機関との協働により、原産地の森林破壊ゼロを十分に確認します。私たちは、保護価値の高い(HCV^{※1})森林、炭素貯蔵量の多い(HCS^{※2})森林および泥炭湿地林の開発に加担しません。

実績：2016年からトレーサビリティ確認済みの一部ミルに対して第三者機関によるリスクアセスメントを実施し、観察を要するミルが確認されました。今後、当該のミルに対して現地調査を実施します。

目標3：2020年までに、花王グループの消費者向け製品に使用するパーム油は、持続可能性に配慮した、農園まで原産地追跡可能なもののみを購入します。

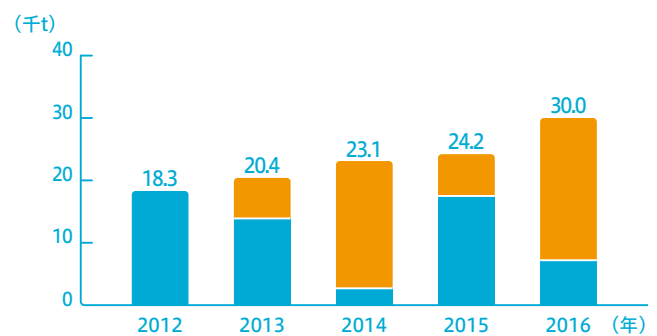
実績：2018年末完了をめどにパーム核を供給しているパーム油のミルの特定に努めています。また、小規模農家への原産地追跡をより確かなものにするため、2016年に第三者機関などとも協力しながら小規模農家への関わりを強めるプロジェクトについて調査を行ないました。

目標4：2020年までに、花王グループ工場のRSPO SCCS認証

取得をめざし、花王グループの追跡可能なサプライチェーンの構築に努めます。

実績：RSPO SCCS認証は、2012年3月の鹿島工場を手始めに、2016年末時点で国内外のグループ工場およびオフィスの24サイトで取得しています。

花王グループの認証油購入実績



■ Book and Claim方式^{※3} ■ Mass Balance方式^{※4}

※ 消費者向け製品におけるパーム油・パーム核油およびその誘導体の合計

IOIグループのRSPO認証停止に対する対応

2016年3月にパーム油サプライヤーであるIOIのRSPO認証が停止されました。花王は「原材料調達ガイドライン」の行動指針に基づき、IOIに事実を確認し、問題の解決を求めました。また、認証原料の購入を停止し、RSPOによって承認された是正計画の進捗が第三者によって客観的に検証され、改善が確認されるまで、調達を再開しません。

※1 HCV(High Conservation Value)

※2 HCS(High Carbon Stock)

※3 Book and Claim方式

RSPO認証のパーム油のクレジットを取引するシステム。RSPOにより認証された農園が生産、登録したパーム油の量に応じて発行された「認証クレジット」を購入することで、クレジットに応じた量の認証パーム油を購入したとみなすことができる。本方式では、農園での認証油の生産を促進することができる。

※4 Mass Balance方式

RSPO認証パーム油と非認証パーム油が混じることが許された認証システム。

持続可能な紙・パルプの調達に向けての取り組み

グローバル

花王は、紙・パルプの調達において「原材料調達ガイドライン」に基づいた持続可能な原材料の調達に取り組んでいます。紙・パルプの調達において、生物多様性の保全への配慮と、森林破壊ゼロへの支持を表明しています。

「持続可能な紙・パルプ」の調達ガイドライン

目標：2020年までに、花王製品に使用する紙・パルプ、包装材料および事務用紙は、再生紙、または持続可能性に配慮したものののみを購入します。古紙パルプ以外のパルプ(バージンパルプ)を使用する場合は、原料木材産出地の追跡可能なパルプのみを購入し、サプライヤーおよび第三者機関との協働により、原料木材の産出地の森林破壊ゼロを十分に確認します。

実績：2016年末時点で認証品の購入と合わせて99%が追跡可能な紙・パルプとなっています。

2016年3月に国内で初となるFSC認証(森林認証)を受けた段ボールの導入を開始しました。2016年にはグローバルで使用する段ボールの50%をFSC認証品に切り替えるという当初の年間目標を達成しました。

サプライヤーとの連携

グローバル

Sedex(人権への取り組み)

サプライヤーのモニタリングを標準化された方法でグローバルに推進し、人権デューデリジェンスにおけるリスクの潜在個所を特定するため、2014年に世界的な企業倫理情報共有プラットフォームであるSedexに加盟しました。2016年末時点でグローバルで445社のサプライヤーが加盟しています。日本では、2016年に日本のサプライヤーに対し説明会を開催し、花王の人権課題等に対する取り組みおよびSedexのしくみについて説明し、Sedexへの加盟とデータへのアクセス権設定の要請を進めました。説明会には476社が出席し、2016年末で149社のサプライヤーが加盟し、購入金額の34%をカバーしています。

現在、国内外で行なっているCSRセルフアセスメントのモニタリング結果とあわせ、調達担当者の行なう調達先リスク評価の拡充に役立てていきます。

調達先ガイドライン遵守状況

環境、安全、法令と社会規範の遵守、人権・労働問題の取り組みなどを定めた「調達先ガイドライン」を制定し、その遵守状況のセルフアセスメントをモニタリングしています。

基準に満たないサプライヤーには、訪問して課題を共有するとともに、改善に向けた取り組みを実施しています。

社会面 モニタリング企業数と基準を達成している企業比率

	花王(株)取引先企業	アジア花王グループ取引先企業
2012年	860社(99%)	610社(97%)
2013年	883社(99%)	726社(98%)
2014年	906社(99%)	823社(98%)
2015年	1,168社(96%)	994社(98%)
2016年	1,602社(92%)	1,166社(98%)

環境面 モニタリング工場数と基準を達成している工場比率

	花王(株)取引先工場	アジア花王グループ取引先工場
2012年	767工場(99.6%)	463工場(98%)
2013年	818工場(99.5%)	541工場(98%)
2014年	879工場(99%)	608工場(97%)
2015年	1,254工場(97%)	750工場(97%)
2016年	1,616工場(94%)	838工場(97%)

お取引先懇談会を実施

花王では、毎年サプライヤーとの情報共有・意見交換の場として「お取引先懇談会」を開催し、年度ごとにテーマを決めてコミュニケーションを図っています。また、花王の海外主要関係会社においても、お取引先懇談会(Vendor summit)を開催し、サプライヤーとのパートナーシップの強化を図っています。

2016年のお取引先懇談会においては、「花王人権方針」、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の改定事前告知、持続可能な原材料の調達、間接材購買の集約化などの具体的な説明を行ない、サプライヤーとの連携強化の取り組みであるCDPサプライチェーンプログラム^{※1}への積極的な協力およびSedexへの加盟を依頼しました。また、2016年からお取引先表彰制度を開始し、「品質」「価格」「納入」「情報提供」「経営・サステナビリティ」の観点で優秀なお取引先を表彰しました。

お取引先懇談会出席会社数

(単位:社)

	国内開催	海外開催	合計
2012年	—	205	205
2013年	184	151	335
2014年	183	233	416
2015年	214	285	499
2016年	246	279	525

※花王(株)の決算期変更により、2012年国内お取引先懇談会の開催はありませんでした。

CDPサプライチェーン

花王は、資源制約、生物多様性の劣化や地球温暖化などの環境問題、人権問題などを踏まえ、持続可能な開発におけるリスクを認識し、持続可能な原材料の調達に取り組んでいます。これらの取り組みは、サプライチェーン全体で管理することが重要であり、気候変動および水についてCDPサプライチェーンプログラム^{※1}に参加し、主要なサプライヤーに情報開示をお願いしています。また、森林資源に関わる項目はCDPフォレスト^{※2}に回答することを通じ、リスク評価を行なっています。

※1 CDPサプライチェーンプログラム

CDPとは、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であり、気候変動、水、森林に関する情報開示を企業等に求める活動等を行なっている。サプライチェーンプログラムとは、メンバー企業が自らのサプライヤーに対し、気候変動・水にかかわる情報開示をCDPプラットフォームを用いて求める取り組み。

※2 CDPフォレスト

CDPIによる森林資源の管理・利用状況等の情報開示を企業に求める取り組み。

サプライヤーへの満足度を調査

日本

花王は、公正・公平な調達活動が行なわれているかを確認するため、「お取引先満足度調査」を3年ごとに実施しています。直近では、2016年に調査を実施し、「発注先選定」「品質」「発注」

「接客」「コミュニケーション」等についてお取引先より貴重なご意見をいただき、課題も確認されました。改善に向けた取り組みを行なっていきます。

社員と企業がともに成長するために【DMA】

花王のアプローチ

「人」は会社にとって最大の資産です。社員一人ひとりが持つ無限の可能性を引き出し、仕事の達成や社会への貢献を通じて、個人と企業が共に成長する環境と風土づくりを推進しています。

社会的課題と花王のアプローチ

日本における少子高齢化への対応および働き方の見直しという課題について、育児・看護・介護支援施策の拡充、女性の活躍推進、定年退職後のシニア世代の継続雇用と活躍の場の拡大、業務効率化と意識改革による長時間労働の削減に取り組んでいます。

2016年には、社員のダイバーシティ(多様性)を推進するため

に、D&I推進部を新たに設置し、グローバルなD&I推進を強化しています。

また、社員の健康は個人生活の基盤であるだけでなく、会社にとっても財産であり、成長の源泉でもあるという認識のもと、社員の自主的な健康づくりを奨励し、積極的に支援しています。

方針

花王では、多様な社員それぞれが能力と個性を最大限に発揮して個の成果を追求することが、組織としての成果に結びつき、企業の総合力となっていくと考えており、そのような環境や風土づくりをめざしています。そのため、こうした考えを「人財開発基本方針」として定めるとともに、「ありたき組織像」「求

められる人財像」を掲げています。また、これらを実現するために、社員の意欲や組織の目標などに応じた能力開発の機会をさまざまな手法で提供し、ラインマネジメントを基本として、社員の成長を支援しています。

人財開発基本方針

花王グループが“よきモノづくり”を行い永続的に発展するために、組織的な創造革新の活動によって、全体としての効果・効率性が常に向上することを目指します。

(効果・効率性の追求)

創造革新の源泉は、限りなく叡智を発揮したいという全社員の熱意にある、という考え方にに基づき、個々の尊厳が尊重され、自主性と多様性が活かされる環境をつくります。

(人間性の尊重)

社員一人ひとりが現場で思う存分叡智を発揮することが、花王グループの発展につながるよう、諸施策の改善に努め、創造革新の活動を通じて組織と個人の統合を図ります。

(統合への努力)

人財開発のビジョン

ありたき組織像

自由闊達な絶えざる革新の風土を継承し、透明性の高い役割責任体制のもとに花王ウェイに基づいた組織運営を行ないます。そして、常に変化に柔軟かつ機敏に対応する「生体機能的組織」の考え方にに基づき、グループ全社が一体的に運営される組織を目指します。

求められる人財像

1. 挑戦意欲を持ち続ける人財

Challenge & Change

2. 高い専門性を持つ人財

Professional Capabilities

3. グローバルな視点を持つ人財

Global Perspective

4. 協働により高い成果を生み出す人財

Communication & Collaboration

5. 倫理観に富む人財

Integrity

体制

「人財開発基本方針」に沿った活動をグループ全体で推進するために、グローバル共通のしくみを導入し、活用しています。たとえば、グローバル人財情報システムによる要員・人件費管理と人財情報の活用、社員意識調査「Find」による組織力の向上、グローバル共通な等級制度・評価制度・教育体系・報酬ポリシーによる人財マネジメント・育成の強化などです。

これらの活動は、花王のマトリックス運営のもと、国内外グループ各社の人財開発部門と連携をとりながら進めています。また、国内においては主要部門に人事機能を設置するとともに、現場の社員一人ひとりの育成とキャリア開発を担当するキャリア・コーディネータを配置しています。

一人ひとりの可能性を引き出し成長を促す人財育成 [DMA, LA10]

花王のアプローチ

一人ひとりの社員の無限の可能性を引き出すことが人財育成の最大の目的です。花王グループの多様な社員が、適性に応じたチャレンジングな仕事に挑戦し成長することが、花王のさらなる創造性の発揮へとつながります。

社会的課題と花王のアプローチ

2030年までに花王グループは、グローバルで存在感のある企業グループとなることをめざしており、そのキーワードは「変化とチャレンジ」です。生活者の気持ちに寄り添う企業として、

社会やグループをとりまく環境の変化をとらえて対応し、グローバルに活躍できる人財をいかに育成していくかをテーマとしています。

方針

ビジネスを強かに推進するとともに、花王グループの強みの源泉である行動・価値観を体現し、伝播するリーダーを育成します。また、各組織において社員一人ひとりのキャリア開発を推進し、魅力ある育成機会を提供します。

さらに、社員の能力・キャリア開発意欲を高め、会社がそれを支援し、意欲と能力ある人財をグループ全体から発掘・育成・登用し、その力を最大限に発揮する、この流れをグローバルに実現することをめざしています。

体制

花王 グローバル共通プログラム・部門専門プログラム

		マーケティング	販売	SCM	R&D	情報システム
SMP 職層	グローバルリーダーシップ開発プログラムII					
	海外トップマネジメント					
MP 職層	G3等級改定研修				専門塾 主幹 主席 フォーラム	Stage 3 IT総合研修
	グローバルリーダーシップ開発プログラムI	マーケティング リーダー研修	グローバルキー アカウント研修	SCM研修		Stage 2 メソドロジー研修 (応用) アプリケーション 応用研修 テクノロジー 応用研修
	マネージング・ヒューマン・パフォーマンス	MK Univ. (マスター)	トレードマーケティング エクセレンス	高圧塾		
LS 職層	海外赴任者研修	MK Univ. (ベーシック)	キアカウトマネジメント エクセレンス	グローバル テクノスクール		
	ビジネススキル ファシリテーション、ネゴシエーション、プロジェクトマネジメント	MK基礎III	カスタマーサービス エクセレンス	グローバル エンジニア スクール	基礎科学塾	Stage 1 メソドロジー研修 (基礎) アプリケーション 基礎研修 テクノロジー 基礎研修
S 職層	花王ウェイ インテグリティ	MK基礎II	フィールドセールス エクセレンス	SCM基本講座	フレッシュマン フォーラム	
	入社オリエンテーション	MK基礎I	マーチャンダイジング エクセレンス			入社IT専門研修

※ SMP職層：シニアマネジメント/シニアプロフェッショナル職層
MP職層：マネジメント/プロフェッショナル職層

LS職層：リーディングスタッフ職層
S職層：スタッフ職層

中長期目標

1. 社員の能力を引き出し成長を促す研修プログラム

グローバルリーダーの育成

- ・グローバルビジネスをけん引するリーダー候補に対しては、世界的に著名なビジネススクールの協力のもと、集中的なトレーニングを実施しています。経営スキルの向上を図るとともに、人的ネットワークの構築や花王の理念でもある“よきモノづくり”の体現、価値の伝承を進めています。

社員への多様な育成支援

- ・「花王ウェイ」や「インテグリティ」の浸透、ビジネススキルの習得に関しては、各拠点に社内講師を養成し、スピーディできめ細かい展開を行ないます。
- ・eラーニングやインターネットを使った語学学習等、新しい学習ツールも積極的に取り入れ、学びの「場」づくりを進めるとともに、社員自らが成長への努力を重ねることを積極的に支援します。
- ・日本において60歳以降の働き方を見据えたキャリア開発の重要性がより高まっていることを踏まえ、従来の45歳を対象とした「ライフキャリアデザインセミナー」、50代後半を対象とした「ライフプランセミナー」に加え、新たに50歳社員を対象とした「50歳キャリアセミナー」を2017年から実施(花王(株)から試行)します。

2. 公正かつ納得性の高い評価とキャリア開発支援

公正かつ納得性の高い評価

- ・社員の職務や役割、職責を明確にするとともに、一人ひとりの実績を公正に定期的に評価し、処遇・報酬に反映させるしくみをグローバルに運営します(2013年1月から日本、欧米、アジアの一部の関係会社の評価制度を標準化し、同じ基準・しくみで公正な評価を行なうためのインフラを整備し、本格稼動しました)。

キャリア開発支援

- ・花王グループ全体での計画的な採用・配置・育成を実現するための総合的なキャリア開発計画、新たな雇用ポリシーを策定・実行します。
- ・所属会社や雇用形態にかかわらず、花王グループ全体での個別キャリア開発を推進し、各人が将来に向けた目標を持ってチャレンジングな課題に取り組む環境を創出します(2013年11月から能力・キャリア開発支援(SeEDS:Self Education & Development Scheme)を各国グループ各社に順次導入し、運用を進めています)。

2016年の実績

1. 社員の能力を引き出し成長を促す研修プログラム

グローバルリーダーの育成

- ・グループ各社から選抜されたメンバーが、より大きな視点から花王の経営課題を研究し経営幹部に提案する世界共通プログラムとして、「グローバルリーダーシップ開発プログラム」を実施しています。2016年は36人(海外から15人、日本から21人)が参加しました。2016年は、個々の課題意識に対応したビジネススクールの公開講座への参加や個人発表なども取り入れ、個別育成を強化しました。
- ・世界各国でラインマネジメントを強化するため「マネージング・ヒューマン・パフォーマンス・プログラム」をグローバルに展開しています。2016年は、日本では276人が受講しました。また、教材の大幅改定を行なったため、再度社内講師の養成講座を開催し、日本から9人、海外から20人が参加しました。海外各社は2017年から改訂版プログラムで教育を再開します。

社員への多様な育成支援

- P109「カルチャー」>企業理念の実践のために」
- P113「カルチャー」>インテグリティ」

2. 公正かつ納得性の高い評価とキャリア開発支援

公正かつ納得性の高い評価

公正かつ納得性の高い評価と処遇のために、2013年からグループ各社への標準化評価制度の展開を進めており、2016年からはカネボウ化粧品にも、この評価のしくみを導入しました。

社員1人当たり教育訓練費(連結)

2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
56,000円	55,000円	63,000円	69,000円	66,000円

ダイバーシティ&インクルージョンの推進【10,DMA,LA1,LA3,LA10,LA12】

花王のアプローチ

花王はダイバーシティから生まれる活力で社会に新しい価値をもたらしたいと考えています。そのために、社員一人ひとりの多様な個性・価値観を受け止め、全員が熱意と能力を最大限に発揮できる組織の実現をめざしています。

社会的課題と花王のアプローチ

ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)の推進は社員の創造性・革新性の発揮を後押しするとともに、組織のリスク対応力を高めると考えており、組織・人財開発の中期重点テーマの一つです。

方針

意欲ある社員が能力を最大限に発揮して活躍できる風土としくみを整えています。マネジメント層や同僚との円滑なコミュニケーションを通じて醸成された信頼関係を基盤に、安心して業務に打ち込める環境と、属性等にかかわらず、その力を発揮した人が報われる風土・環境づくりに取り組んでいます。

体制

グループ全体の方針などについては、役員による人事委員会でも議論します。また、日々のマネジメントにおいてD&I推進を浸透、定着させていくために人財開発会議とD&I啓発活動会議の2つの会議体を通じて、広く情報共有と意見交換、議論を行なっています。グループ会社・部門では、各組織の現状分析に基づいたD&I推進計画を立案・実行し、継続的なレベルアップをめ

ざしています。花王(株)の9事業場と主要関係会社6社の担当者によるD&I啓発活動会議では、年に5回ある啓発月間に関する情報発信や、社員向けイベントの開催報告、最新トピックスに関する情報共有などを行なっています。

これらの会議間で、相互のトピックスを紹介することで重層的にD&Iを推進しています。

教育と浸透

D&Iの実践、浸透においては特にマネジャーが重要な役割を担うと考えており、国内各組織にて、マネジャーを対象としたダイバーシティ・マネジメントのトレーニングセッションを2016年から開始しました。2019年までにマネジャー全員が2回以上受講することをめざしています。

→詳細は「具体的な取り組み：多様な人財の活躍支援」

中長期目標

国内では性別、障がい等の属性や育児・介護といった家族的責任の有無などによらず、社員が意欲を持って活躍しやすい環境整備と風土醸成に引き続き取り組みます。

これまでは各国・各社で取り組みを進めてきましたが、今後は海外を含めたグループ全体で一丸となって推進する体制を構築していきます。

こういった取り組みを通じて、属性などを越えた社員一人ひとりの個を尊重し、活かせる組織になることをめざします。



2016年の実績

花王(株)にグループ全体のD&I推進を牽引するD&I推進部を創設し、活動を強化しました。D&I推進活動をグローバル一体となってより高めていくにあたり、海外各社のD&I推進状況を調査しました。この結果を踏まえて、花王グループにおけるD&I推進のビジョンやアクションプランをグループ全体で共有・推進していきます。

また花王製品の販売を主務とする花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK)では、社長直轄でD&I推進室を創設し、まずは営業職の女性活躍推進から取り組みを開始しました。

ステークホルダーとの協働

- ・2010年に国連機関UN Womenと国連グローバル・コンパクトによる女性の社会参画のための国際的なガイドライン「女性のエンパワーメントのための指針」に署名しました。
- ・2015年に日本の女性活躍推進の促進要因などを検討する外部シンクタンクの研究会の企業メンバーとして参加し、2016年の報告書発行、シンポジウム開催を支援しました。
- ・公益社団法人21世紀職業財団やNPO法人J-winに加入し、女性活躍推進に関する先進情報を得るとともに、女性マネージャーやその候補者に経験の場を提供しています。
- ・NPO法人ファザーリング・ジャパンによる、ダイバーシティ・マネジメントができる管理職を養成する事業「イクボスプロジェクト」に賛同し、2015年に「イクボス企業同盟」に加入し、他社との情報交換を社内活動に活かしています。
- ・特例子会社花王ピオニー(株)では職場見学や特別支援学校生の職場訓練を受け入れることで、障がいのある人の就労を支援しています。

具体的な取り組み

多様な人財の活躍支援

グローバル

- 海外各社のD&Iの現状および課題把握を目的として、17カ国41社を対象に調査を実施しました。調査結果は今後の花王グループでのD&I推進ビジョンとアクションプランの展開に役立てていきます。
- 花王(株)ではダイバーシティ・マネジメント・トレーニング・セッションI(基礎編)を10回開催しました(2016年受講者数327人)。
- KCMKでは女性のキャリア・育成に向けて、若手社員がキャリアのステップをイメージできるよう、D&I推進ポータルサイトを開設。さらに、リーダー育成の取り組みとして、新任女性マネジャーとその上長全員との面談、KCMK社長と新任女性

マネジャーとの座談会を実施しました。

- シニア層が定年退職後も経験や専門性を活かして社内外で活躍・貢献できるよう、新たな職務開発を行なうとともに、シニア職務相談窓口を設置しました。
- LGBTに関する社員の理解促進のため、日本では2015年に続き、2つの事業場において、講演会を開催するとともに、社内研修での説明を実施しました。2016年の新たな取り組みとして、店頭でお客さまと接する機会が多い美容販売員への啓発を強化し、リーフレットを配布して説明を行ないました。また、オフィスの多目的トイレの表示変更により、誰でも使いやすい環境づくりを順次進めています。

花王グループ社員数(正社員)

	合計(人)	男性(人)	女性(人)	女性比率(%)
合計	33,195	16,863	16,332	49.2
日本	21,991	10,861	11,130	50.6
アジア・オセアニア(日本を除く)	7,312	3,922	3,390	46.4
欧米	3,892	2,080	1,812	46.6

花王(株)の状況(正社員)

	2014年	2015年	2016年
正社員(人)	6,664	6,970	7,195
男性	5,188	5,414	5,568
女性	1,476	1,556	1,627
女性社員比率(%)	22.1	22.3	22.6
女性管理職比率(%)	8.5	8.7	14.0
女性役員比率(%)	7.4	8.8	8.8
平均年齢(歳)	42.0	41.7	41.2
男性	43.1	42.6	42.0
女性	38.3	38.6	38.5
平均勤続年数(年)	19.1	18.5	18.3
男性	20.6	19.8	19.4
女性	13.8	14.1	14.5
新卒採用者数(人)	268	264	283
男性	193	195	214
女性	75	69	69
離職率(%)	0.6	0.7	0.5

花王グループ 女性社員の状況

	2014年	2015年	2016年
女性従業員比率(%)			
グローバル	53.0	52.5	49.2
日本	55.3	54.8	50.6
女性管理職比率(%)			
グローバル	27.6	27.5	25.4
日本	10.1	10.4	13.1
女性役員比率(%)			
グローバル	6.4	6.5	6.7
日本	2.6	3.1	4.1

※ グループ一体運営の推進に伴い、2016年にマネジメントの定義を見直しました

※ 役員比率の対象は、花王グループ主要会社(2016年52社)

花王(株)再雇用者数

年	定年退職者数*	うち、再雇用者数	比率
2014	152人	116人	76.3%
2015	125人	94人	75.2%
2016	104人	86人	82.7%

※ 定年退職者数 = 定年退職者 + 再雇用者数

障がいへの理解と雇用の促進

日本

花王では、「障がいのある人もない人も共に働き、共に生きる社会を目指して 障がいある社員も働きやすく、働きがいのある職場環境をつくる」という基本方針のもと、通常職場と特例子会社花王ピオニー(株)での障がい者雇用を積極的に推進しています。

通常職場での取り組み

- ・ 全社で障がい者雇用への理解を深めるため、9月を啓発月間と定めており、全社向け啓発ニュースレターの発行や花王ピオニー見学を含む「障がいについて知ろうセミナー」などを行ないました。
- ・ 2016年4月に施行された改正障害者雇用促進法に対応し、花王グループの障害者職業生活相談員を対象に「障がい者サポーターミーティング」を開催し、支援体制の強化を図りました。
- ・ 聴覚障がいのある社員のコミュニケーション支援のために、音声文字化ソフト「UDトーク」を導入しました。日常の業務上のやりとり、社内研修、講演会等で活用されています。

特例子会社での取り組み

- ・ 2005年10月、障がい者雇用促進を目的に特例子会社花王ピオニー(株)を設立しました。2017年1月現在、知的障がいのある社員19人を含む総勢23人が働いており、主に化粧品やパーソナルケア製品のセット・梱包を行なっています。
- ・ 花王ピオニーは2006年4月の特例子会社認定から、創業10周年を迎えました。設立時からご支援いただいた社内外の関係者を迎え「感謝の会」を開催しました。

花王グループの障がい者雇用率は2.10%と、法定雇用率2.0%を上回っています。

今後は、これまで以上に通常職場での職務開拓に努めるとともに、2017年には障がい者向け職場を拡大する予定です。

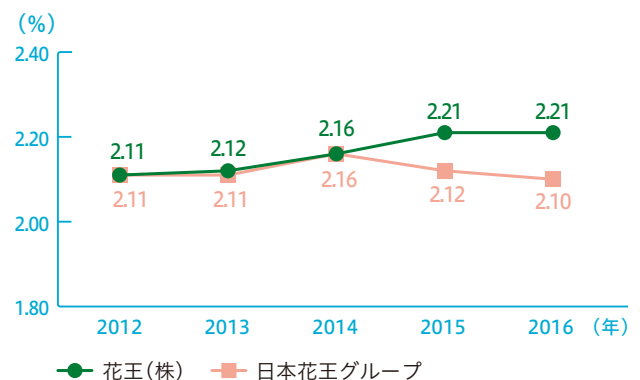


梱包作業を行なう花王ピオニー(株)社員



花王ピオニー(株)創業10周年 感謝の会

花王グループ 障がい者雇用率*



※ 集計範囲

障がい者雇用義務のある国内関係会社11社(花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王フィールドマーケティング(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)、花王ロジスティクス(株)、花王ビジネスアソシエ(株)、(株)カネボウ化粧品、(株)エキップ、花王コスメプロダクツ小田原(株)、特例子会社花王ピオニー(株))

多様な働き方の実現

日本

2016年の取り組み

多様な社員の働き方を支援するため、育児および看護・介護支援制度の改定を検討・実施しました。

また、フレックスタイム制度(7~20時の間で社員が始業・終業を設定できるしくみ)など、多様な働き方に柔軟に対応できる制度の導入や、生産性を高める働き方改革を推進しています。

2016年の実績

- ・社員の家族の看護・介護のための特別休暇は、本人の私傷病のための特別休暇制度の中で使用を認めてきましたが、これを「看護・介護特別休暇制度」として独立・新設します。(2017年1月~)
- ・看護・介護のための勤務時間短縮・時差出勤等の利用期間を延長します。(2017年1月~)
- ・花王(株)は、優良な子育てサポート企業として、次世代育成支援対策推進法に基づき、2016年5月に「プラチナくるみん」認定を取得しました。



育児支援制度利用実績(日本花王グループ)

		2014年	2015年	2016年
育児休職取得者数 (人)	女性	638	640	612
	男性	106	127	105

花王(株)有給休暇取得率

	2014年	2015年	2016年
取得率(%)	70.9	65.8	71.7

多様な働き方のための主な制度

- フレックスタイム制度
- 時間単位休暇制度
- 海外赴任者同行休職制度
- ボランティア特別休暇制度
- 看護・介護特別休暇制度
- 育児・看護・介護のための休職制度
- 育児・看護・介護のための勤務時間短縮制度
- 育児・看護・介護のための時間外勤務免除制度など

仕事と育児・介護の両立支援の主な取り組み

仕事と育児の両立支援

- F&M(Father&Mother)ミーティングの開催
(パパ・ママ社員向けの座談会やセミナーなど)
- 育児休職者復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)
※パートナー同伴を推奨
- 企業内託児施設(メリーズガーデン)の設置
- 休職前・復職前面談
- 育児休職報告書
- eラーニング「仕事と育児の両立マネジメント」
(マネジャー向け)

仕事と介護の両立支援

- 介護セミナーの開催
- 介護ハンドブックの提供
- 社外介護相談窓口の設置

共通の取り組み

- 各種補助サービスの活用促進
- マネジャー研修・講習等におけるマネジャーの意識啓発
- 啓発ニュースレターの配信
- 仕事と家庭の両立支援ガイドブックの提供

社員との対話の推進【27,DMA】

花王のアプローチ

花王では、良好な社員関係は会社の最も重要な企業文化の一つという認識のもと、さまざまな社員との対話の機会を確保するとともに、定期的な社員意識調査を実施し、よりよい組織と職場環境づくりに取り組んでいます。

社会的課題と花王のアプローチ

花王では権威主義を排し、経営幹部と社員が共に同じ目標に向かって努力するという企業文化を大切にしています。

会社の現況・方針や人財開発施策に関しては、社員代表と定期的に共有・議論の場を持ち、良好な労使関係の構築に努めています。

方針

経営層と社員との相互理解を図り、グループ全体の一体感の醸成と、社員のモチベーションの向上をねらいとして、対話の機会を設けています。経営層から社員へ会社の現況と方針・人財開発の重点課題を説明し、また社員からの質問にも答える意見交換の場を設けることで、経営層と社員の相互理解を促進します。また、積極的な意見交換を行ない、本質的な社員の声を把握し、今後の人財開発施策や職場環境改善等に活かします。

よりよい組織と職場環境をつくるため、定期的に社員意識調

査を実施しています。組織の状態を数値データで可視化することで各組織の強みや弱みを確認し、結果の分析に基づき課題を見つけ、改善方法を議論して改善計画を立案し実行するという、組織・職場改善のためのRPDCA※サイクルを徹底しています。

※ RPDCAサイクル

業務改善のPDCAサイクルにR(Research)「現状分析」を加え、変化する状況への対応力を高めたもの。

体制

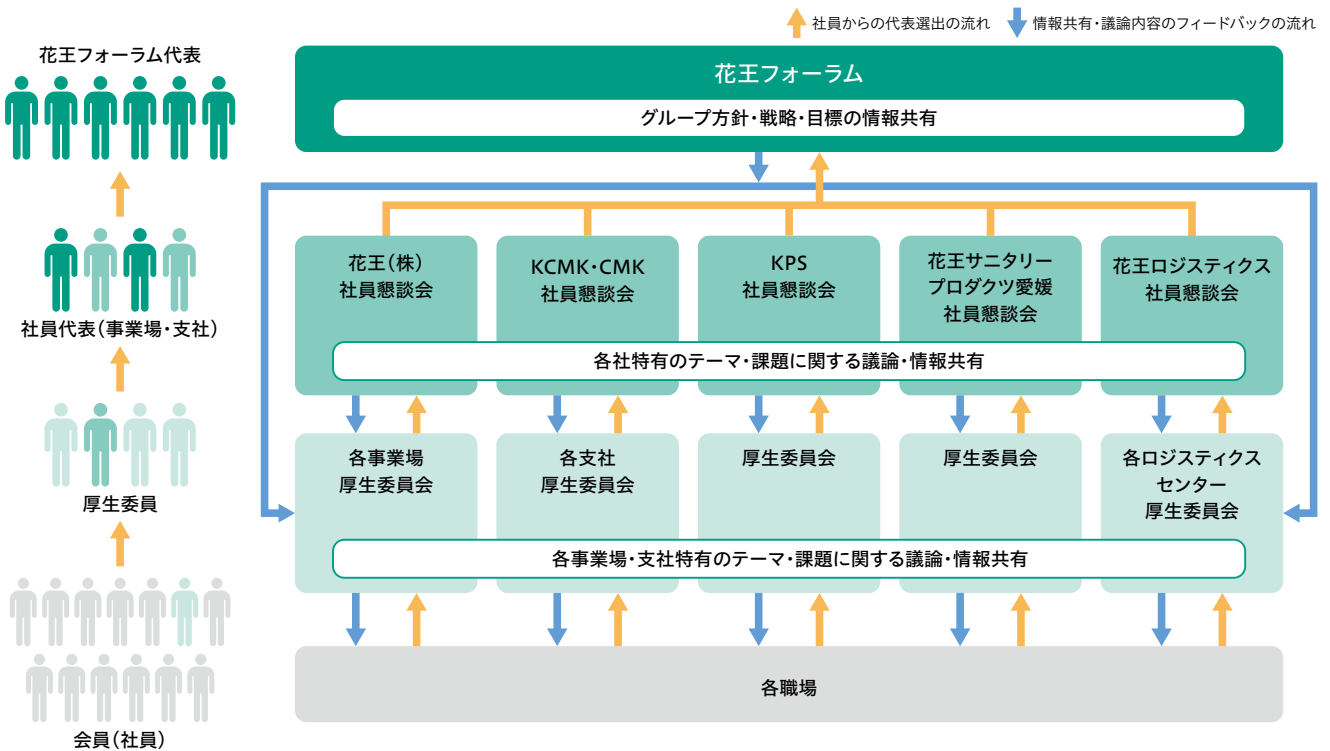
定期的な社員との対話の場として、各事業場・支社における厚生委員会、各社における社員懇談会、花王グループ全体の花王フォーラムを設けています。

花王フォーラムには、花王(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK)、花王カスタマーマーケティング(株)(CMK)、花王プロフェッショナル・サービス(株)(KPS)、花王

ロジスティクス(株)、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)の社員代表が参加します。

厚生委員会は月1回実施、社員懇談会・花王フォーラムは年2回実施しています。それぞれの会で議論・共有した内容は社員代表や厚生委員を通じて、社員への継続的・相互的な情報共有を実施しています。

社員の対話に関する体制



中長期目標

社員意識調査の定期的な実施と組織改善に向けたRPDCAサイクルの強化・徹底

2016年の実績

- ・2016年4月社員意識調査(社員の声・意識調査「Find」)をグローバルで実施。対象者数33,208人のうち、94%の回答率を得ました。
- ・2016年1月、7月に花王グループ各社社員懇談会、花王フォーラムを実施。2016年5月には欧州地域の従業員代表18人が参加し、Kao European Forumを実施しました。花王フォーラムでは花王(株)15人、KCMK/CMK10人、KPS2人、花

王ロジスティクス1人、花王サニタリープロダクツ愛媛1人の計29人の社員代表が参加。社員代表より各事業の方向性、商品開発・販売施策の展開、社会貢献活動等について質問が寄せられました。社員代表からは、「グループの一員としての意識が高まった」「方向性や考え方を知ることができ今後の指針となる」といった多数の意見が寄せられました。

具体的な取り組み

社員の声・意識調査「Find」2016の実施とアクションプラン策定

グローバル

定期的な社員意識調査である「社員の声・意識調査『Find』」を、国内外33,208人を対象として実施し、回答率94%と多くの社員の回答を得ました。設問項目は、「会社・組織の機能」「仕事の機能」「社員の側面」および「会社・仕事への満足」の4つのカテゴリとし、各組織の強み・弱みや環境変化への対応が遅れている部分を導き出し、各組織での議論を経てアクションプランを策定しました。

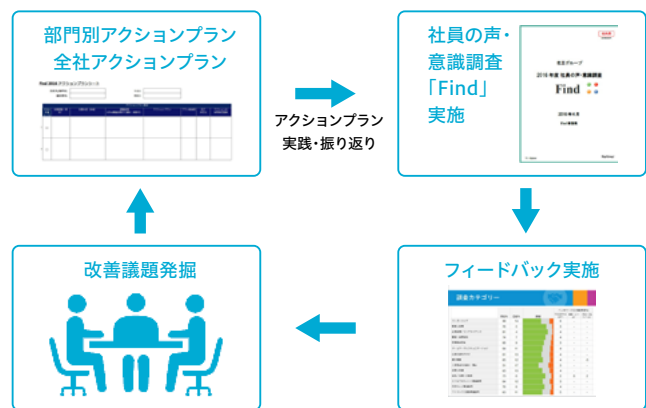
本調査は2年に1回実施しており、1年目は調査実施、結果分析・アクションプラン策定に注力し、2年目は策定したアクションプランを実行に移しています。そして、その取り組みの結果を翌年の調査で確認するというRPDCAサイクルを回しています。

2016年の調査結果をもとに花王グループ全体のアクションプランとして「K20達成に向けて、一人ひとりが変化を起こし、会社と社員が共にチャレンジしていく風土を強化する」を策定しました。このアクションプランに加え、各社・各部門固有の課題に対して、より効果的で実践的なアクションプランを策定しました。

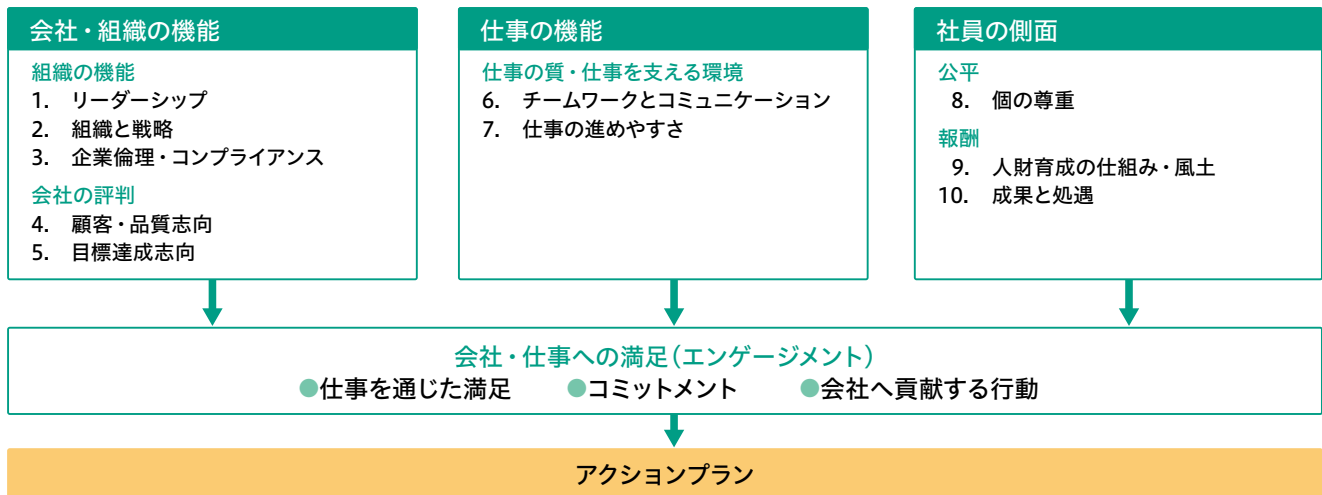
2017年度はそれぞれのアクションプランに対して全社員が当

事者意識を持ち取り組みます。進捗状況を会社と社員双方が定期的に確認し、より確実にアクションプランを実践します。次回2018年実施予定の「Find」にて成果を確認し、継続的に組織力の向上に取り組みます。

組織力向上のRPDCA



「Find」の調査項目



健やかで心豊かな生活のために【DMA】

花王のアプローチ

花王は、世界の人々の「清潔」「美」そして「健康」を願い、豊かな生活文化の実現に貢献する企業です。社員が公私共に充実した日々を過ごすベースとなるのは「健康」であり、健康な社員と家族があって初めて事業が発展し、社会に貢献できるものと考えています。

また、花王グループの資産のうち、最も重要なのは「人」であり、人財活用のベースとなる健康支援、健康づくりに積極的に推進しています。2008年に「花王グループ健康宣言」を社内外に発信し、健康づくりのPDCAサイクルで健康づくりを推進する「健康経営」に取り組んでいます。

社会的課題と花王のアプローチ

花王では、会社と健康保険組合が協働で社員と家族の健康支援に取り組むことで、健康な社員や家族を増やし、元気で活力ある職場を通して、よりよい企業活動を行なうことをめざしています。

また、生活習慣改善を奨励したり、積極的な保健指導を行なう等の予防的な取り組みにより、医療費の増加を抑制する努力を継続しています。

快適職場推進の観点から、メリハリのある働き方の推進による長時間労働の抑制、管理者向けのメンタルヘルス研修等に注力しています。

さらに、花王社員の健康づくりに活用しているプログラムは、社外にもサービス提供を行っており、地域や職場の健康づくりに利用されています。花王での取り組みが、社会・地域へ波及し社会全体の健康寿命の延伸につながることを願っています。

主な活動

- ・ 健診での有所見者の再検査を徹底し、必要により早期治療に導き、生活習慣病およびがん関連疾病を削減する
- ・ ジェネリック切替勧奨による医療費の削減
- ・ 就業マネジメントの徹底
- ・ 受動喫煙の防止
- ・ 家族(被扶養者)の健康支援

プログラム例

- ・ 内臓脂肪と生活習慣チェック
- ・ しっかり食べて太りにくい食事法(スマート和食)
- ・ 職場ぐるみで若々しい歩行をめざすプログラム(ホコタッチ)

方針

いきいきとすこやかな毎日を 花王グループ健康宣言

私たちは、日々いきいきと
健康づくりに取り組み、
すこやかで心豊かな生活の実現をはかるとともに、
元気で活力ある職場を通し、
お客様と共に感動する会社をめざします。

健康意識(ヘルスリテラシー)の高い社員づくりをめざして

花王では「ヘルスリテラシーの高い社員を増やす」ため、健康づくり活動の見える化を進め、PDCAサイクルを回しながら社員の健康度を上げていく「健康経営」に取り組んでいます。

花王の考えるヘルスリテラシーの高い社員とは、以下の通りです。

1. 健康診断の結果を見て自分の生活習慣を見直し改善を図る社員
2. 産業医だけでなく、必要に応じて健康データを見てアドバイスをもらえる医師を持つ社員
3. 自分の心の状況を確認し、必要に応じて相談できる人を持つ社員

「健康づくり」5つの取り組み

会社として最低限行なうべき「健康管理」のみならず、社員が自ら健康を維持増進することを「健康づくり」と呼び、5つの取り組みを中心に実施しています。

1. 生活習慣病
2. メンタルヘルス
3. 禁煙
4. がん
5. 女性の健康

体制

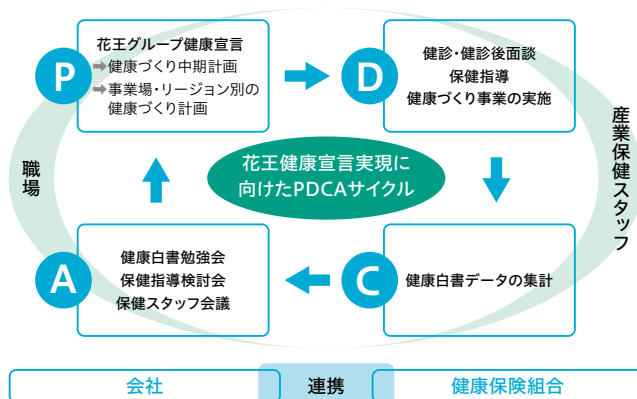
健康づくりマネジメントシステムの「見える化」

「見える化」の取り組みとしては、2009年から前年の健康データ(問診、健診、就業、疾病等)を個人が特定できない形で統計的にまとめて全国18の健康相談室に提供しています。

各健康相談室では、担当エリアの健康データをもとに、保健事業計画を立案・実施しています。

担当エリアの人事総務担当者と産業看護職が共に各種健康データを分析し対策立案を学ぶ健康白書勉強会を2009年から毎年開催しています。

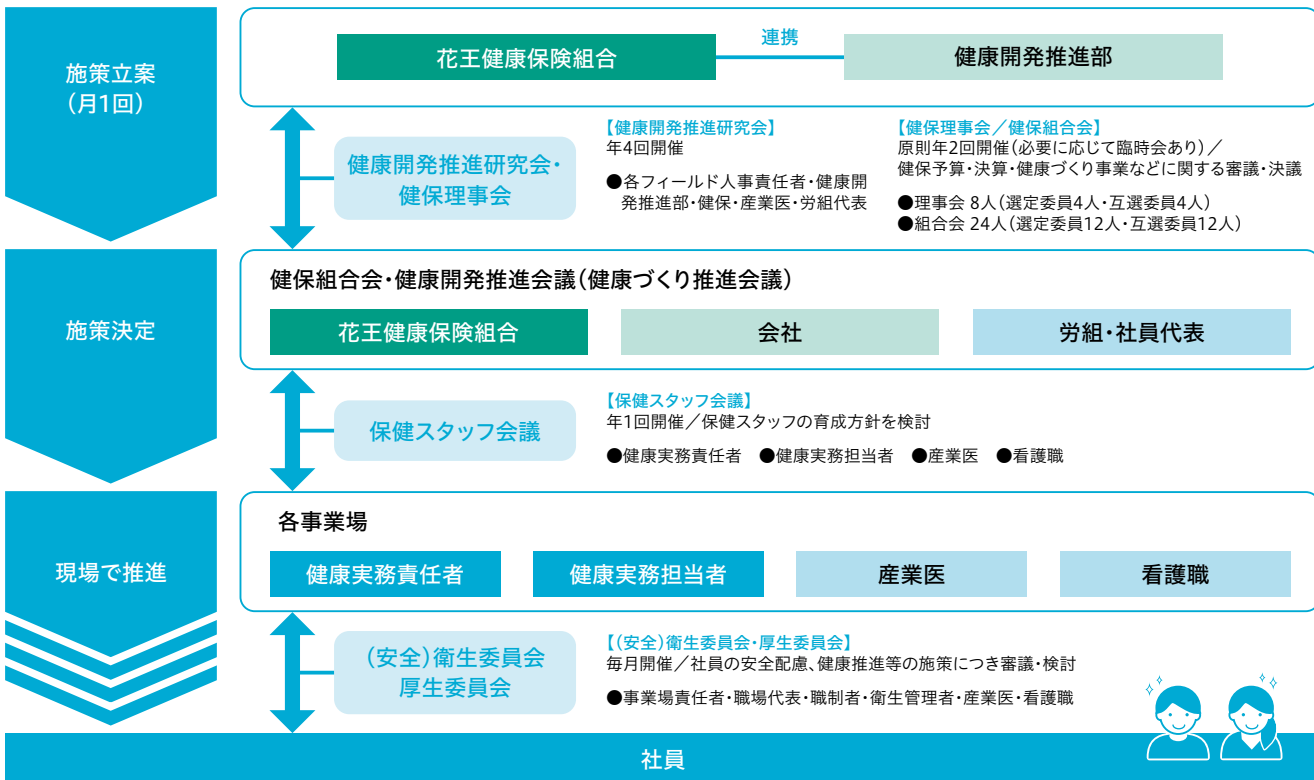
健康づくりマネジメントシステム



健康づくり推進体制の「組織化」

健康づくり施策の立案は、会社と健康保険組合が一体となっていない、月に一度、定期的なミーティングで議論しています。主要施策については、社員代表も交えた健保組合会議員等やワーキンググループで検討したうえで、全社の健康づくり推進会議で施策を決定します。推進施策は各事業場・支社の「健康実務責任者」「健康実務担当者」が、産業医・看護職と共に取り組んでいます。

健康づくり推進体制



教育と浸透

社員に向けて

- ・「花王グループ健康宣言」を全社員に配布するとともに、社長より説示等で「花王グループの成長には健康であることがベースであり、花王グループ全体として健康経営を推進する」「社長自らも健康目標を立てて実行する。社員一人ひとりも今年の健康目標を立てて、実行してほしい」等、折に触れ、健康経営に関し言及しています。
- ・5つの取り組みを中心に社内ですまざまなキャンペーン、セミナー、各種健康増進活動を展開しています。

全社健康推進活動展開

- ・Web-QUPiO[※]登録者：12,560人(49%)
- ・健康宣言参加者：465人(4%)
- ・春のウォーキングキャンペーン開催：3,257人参加(家族含む)
- ・禁煙マラソンキャンペーン開催：243人参加
- ・機関紙やポスター等による健康情報の提供：年2回約27,000人対象

※ Web-QUPiO
健康情報発信・健診結果閲覧・生活習慣改善記録・各種キャンペーン参加ツール

各事業所での健康推進活動展開

(イベント型/セミナー型/キャンペーン型を企画)

- ・生活習慣病関連：運動・栄養セミナー、体力測定、健康フェア、産業医講話等⇒439回開催、のべ8,782人参加
- ・女性の健康：女性セミナー、更年期セミナー、30歳節目研修、食改善セミナー⇒5回開催、のべ706人参加
- ・禁煙：禁煙セミナー、禁煙週間、禁煙マラソンキャンペーン⇒15回開催、のべ2,025人参加
- ・メンタルヘルス：メンタルヘルス研修、BA(美容販売員)・新入社員・昇格者セミナーにおけるメンタルヘルス研修⇒41回開催、のべ3,376人参加

保健スタッフの育成

- ・年に一度、健康実務責任者・担当者と産業医看護職が集まる「保健スタッフ会議」を開催し、方針に対する意思統一と情報交換を図ります。
- ・健康データの見方や産業保健計画の立案方法を学ぶ「健康白書勉強会」、看護職の保健指導力向上を目的とした「保健指導検討会」等を実施しています。

中長期目標

花王グループ全体のありたい姿

1. 生活習慣病関連疾病による在職中の社員の死亡ゼロ
2. 生活習慣病関連の重症疾患発症の半減化
3. メンタル疾患発症者とメンタル疾患による長期休業者の減少

ヘルスリテラシーの高い社員をめざして

1. 健康診断結果を見て、自分の生活習慣を見直し改善することができる。
2. 産業医以外にも必要に応じて自分の健康データを見てアドバイスする医師を確保する。
3. 自分の心の状況を確認し、必要に応じて相談できる窓口を確保する。

2016年の実績

【社員の健康づくり推進状況】

- ・定期健診受診率：99.6%
- ・健診有所見者の再検査受診率：90.7%
- ・朝食を週3回以上食べる社員：75.7%
- ・運動を週1回以上する社員：43.5%
- ・睡眠で十分な休息が取れている社員：63.3%
- ・たばこを吸わない社員：73.8%
- ・メタボリックシンドローム該当者予備軍：男性31%、女性6%
- ・特定保健指導対象者：男性19.0%、女性6.9%
- ・特定保健指導実施率：63.2%(2015年)

ステークホルダーとの協働

健康サービスの社会・地域への波及

花王で開発した効果的な健康サービスを外部の職域や地域にも提供し、生活習慣病やロコモティブシンドローム（運動器症候群）などの社会的健康課題の予防に役立てていただいています。

代表的なものでは、一般社団法人日本肥満症予防協会と連携して実施している「花王内臓脂肪みえる化ステーション」、または東北復興支援として福島県の仮設住宅での活動量とコミュニケーションの向上のために配布している花王オリジナルの歩行計「ホコタッチ」などがあります。2016年はのべ約100カ所、2万人を超える方々にご利用いただきました。

- ・内臓脂肪みえる化ステーション：社外13回 約5,000人参加
- ・生活習慣測定会：社外45カ所、社内20カ所（計約7,000人参加）
- ・ホコタッチ：契約先10カ所、スポット数200カ所（計約10,000人参加）
- ・スマート和食（花王健康ごはん：社内8カ所）

2016年5月からは、「地域での継続した健康づくりの実現」という共通テーマのもと、一般社団法人りぶらす、石巻専修大学人間学部山内研究室と協働し、宮城県石巻市において地域の高齢者の健康づくりに取り組んでいます。花王は、メタボリックシンドローム、ロコモティブシンドロームについてのセミナーや内臓脂肪測定、歩行解析などの健康チェックに協力しています。この取り組みを通じて、地域の人々の健康意識を高めることで、要介護者の増加抑制や、社会保障費の低減、介護の担い手不足の解消にも寄与することをめざしています。りぶらすでは、2016年の活動効果として、347万円の予防医療効果、1千890万円の予防介護効果を試算し、報告しています。*

2016年9月には、宮城県と「健康長寿社会づくりに向けた連携協定」を、2017年1月に山形県および日本肥満症予防協会と三者で『健康長寿日本一の実現』に向けた連携協定を締結しました。いずれも、花王が長年取り組んできた肥満やメタボに関する研究知見を活用して地域の健康課題の解決にご協力するものです。具体的には地域での内臓脂肪測定会やセミナーの開催等を県と連携して行ないます。山形県では、花王が自社従業員や家族の健康づくりで取り組んできたノウハウを地域の企業にご紹介するなどして、県が推進する「健康経営」の普及をお手伝いしています。

健康に役立つ製品の販売と並行して、こうした自治体との連携活動を通じて、社会の健康課題解決に貢献していきます。

* 一般社団法人りぶらす 第4期事業報告書
<https://www.slideshare.net/daigohashimoto3/4ver>

HCCとの連携

花王の関連会社であるヘルスケア・コミッティー（株）（HCC）とは、Web-QUPiOによる健康情報提供をはじめとする健康事業の取り組みを実施。「健康経営」の推進強化に向けた協働の取り組みを始めています。

他企業健保との情報交換

他企業健保との情報交換としては、通常のソリューション営業活動に加え、HCCが毎年開催するHCCユーザー研究会に参加しています。ここでは、国の政策・市場の動向や、HCCの考え方・サービスの方向性等を提示し、参加健保間で議論し合っています。

2016年は、データヘルス計画に関する国の施策推進に各健保がどう対応しようとしているか等の情報交換を行ないました。さらに、一般社団法人保険者機能を推進する会主催の会議においても、参加健保間での情報交換を実施しています。

Web-QUPiO利用者の健康度改善状況

HCCが提供しているWeb-QUPiO利用の有無（他社・花王を含む）で肥満度の変化を比較したところ、体重や生活習慣改善の取り組みなどを記録している利用者は、未ログイン者よりも優位に肥満度の減少が見られ、特にBMI \geq 25（肥満群）ではその差が顕著に表れています。

Web-QUPiOによる健康情報提供の例

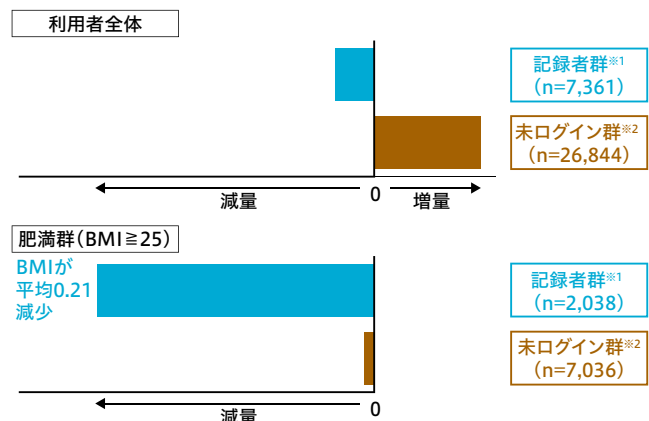


健康診断結果の見え化（肥満、血圧、脂質、肝機能、血糖の12項目の健診数値をレーダーチャート化）
 青エリア：正常、黄エリア：注意、赤エリア：要受診



健康年齢を算出し、個性性の高い健康改善情報を提供

Web-QUPiO利用有無による肥満度（BMI）変化量の差



※1 2015年4月～2016年3月の期間に初ログインした群
 ※2 Web-QUPiOへ一度もログインをしていない群、ランダム抽出

具体的な取り組み

禁煙への取り組み

日本

公共の場での全面禁煙など社会からの要請の高まりに合わせて、健康で快適な職場を実現するため、2018年1月から就業時間内禁煙を開始します。これに先立ち、社員の健康リスクの軽減と受動喫煙防止のため、喫煙所の整備・改修を進めるなど、より一層の禁煙支援を行なっています。また、各事業場で分科会を開催して、社員の声も取り入れて就業時間内禁煙を実現していきます。

- ・2016年5月に花王グループ「禁煙への取り組み」方針をグループ内に発信し、2018年1月より就業時間内禁煙に取り組むことを周知
- ・社員の声も取り入れて就業時間内禁煙を実現するため、各事業場で分科会を開催
- ・就業時間内禁煙に向けた講演会を開催
- ・花王グループ禁煙マラソンを2016年1月と5月に実施。計243人参加(うち禁煙達成者85人)(参加者前年比399%増)
- ・花王健康保険組合より禁煙達成者への禁煙治療費用補助を19人に対して実施



就業時間内禁煙告知ポスター

今後も、2018年1月の就業時間内禁煙に向けた啓発活動を実施していきます。

- ・イントラネットで禁煙動画の配信を開始
- ・禁煙ポスター8種類を喫煙所に掲示
- ・各事業場にて禁煙相談会を開催

メンタルヘルス対策の推進

グローバル

より予防的なメンタルヘルス対策推進のため、ストレスチェックを実施、事後フォロー、面談勧奨に努めています。複数の相談窓口(外部EAP(従業員支援プログラム)、社内カウンセラー、各事業場・支社の健康相談室等)により、さまざまな相談に対応しています。管理者向け、セルフケア等の研修も計画的に実施しています。

2016年の取り組みと実践(グローバル)

- ・ストレスチェック実施：96.3%が受検
- ・高ストレス者向け面接・相談実施
- ・社内カウンセラーによる海外勤務者向け相談窓口設置

2016年の取り組みと実践(日本)

- ・管理者向け研修：6回開催
- ・セルフケア研修：35回開催
- ・外部EAPの相談窓口を記載したマグネットを360人に配布
- ・外部EAPの利用率：3.67%/件→5.73%/件に増加
- ・社内カウンセラーカウンセリング実績(キャリア面談中心)：11,276人



メンタルヘルスセルフケア研修

今後は、ストレスチェック結果を踏まえ、ストレスチェック後の個別フォロー、ケアを行なうとともに、職場環境の改善を推進し、働きやすい職場の実現に取り組めます。

ヘルスリテラシーの高い社員の育成

グローバル

ヘルスリテラシーの高い社員を育成するため、ポピュレーションアプローチ（健康な人も含めた集団全体へのアプローチ）、個別アプローチ（健康リスクを抱える人へのアプローチ）の両面から、社員の健康づくりをサポートするとともに、社員の気づきを促す活動を積極的に行なっています。

2016年の取り組みと実践(グローバル)

(プログラムのグローバル展開に向け、一部の社員から取り組みを実施しています)

- ・ Web-QUPiO登録者：12,560人(49%)
- ・ 健康宣言参加者：465人(4%)
- ・ 春のウォーキングチャレンジ参加者：3,257人(家族含む)

2016年の取り組みと実践(日本)

- ・ 生活習慣&内臓脂肪測定会：21回計2,054人参加
- ・ 社員食堂で「花王健康ごはん」を国内6事業場で提供
- ・ 健診での有所見者の再検査受診勧奨の強化：受診率87.8%
- ・ 特定保健指導の徹底：実施率63.2%
- ・ 家族(被扶養者)の受診勧奨の強化



ヘルスリテラシーを高める諸冊子とWeb-QUPiO

労働安全衛生【DMA,LA6,LA10】

花王のアプローチ

従業員が安心して働くことができる職場環境を整備するため、労働安全衛生活動に関する基本的事項を定めています。また、従業員の安全・健康を確保する活動を行なっています。

社会的課題と花王のアプローチ

労働災害防止や健康増進が叫ばれている中で、花王では、花王レスポンシブル・ケア(RC)方針に「労働安全衛生」の活動方針を定め、作業・機械・化学物質のリスクアセスメント活動、健康診断の確実な実施とフォロー、メンタルヘルス対策に注力し

て活動し、SDGsの目標8「包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用を促進する」への寄与に努めます。

方針

花王は「労働安全衛生」の活動方針を、花王レスポンシブル・ケア(RC)方針にて「労働災害の撲滅、潜在的危険性の低減を図るとともに、快適な職場環境の形成と従業員の健康増進に努める」と明確に定めています。事業活動に伴う事故や災害から社員を守り、安全で安定した操業を維持するため、事故・災害の

発生状況や原因を把握・分析し、分析内容はグループ全体で共有し、再発防止につなげています。

→花王レスポンシブル・ケア方針
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_05_00.html

体制

花王レスポンシブル・ケア方針および推進体制や活動については、右記のページに掲載しています。

→P183「レスポンシブル・ケア活動」

教育と浸透

各事業場で社員・派遣社員を対象に労働安全衛生に関する教育計画を立て、実施しています。入社時・配転時の配転先での安全衛生教育は必ず行なっています。また、特別教育の必要な業務をリストアップし、必要な教育を実施しています。

さらに毎年、社長からの安全メッセージと安全ポスターを発行し、安全意識の向上を図っています。

→P155「カルチャー>保安防災/教育と浸透」

中長期目標

花王は2020年にグローバルでトップレベルの安全衛生を満たす企業になることをめざしています。

社員、協力会社共に、死亡・機能損失災害「ゼロ人」、休業度

数率「0.10以下」、業務上交通事故については、過失100%人身事故件数「ゼロ件」を2020年目標としています。

2016年の目標と実績

グローバル

「労働災害の撲滅」「快適な職場環境の形成と従業員の健康増進」の2つの視点から活動を推進しました。

具体的には「労働災害の撲滅」として、既存設備に対する作業・機械のリスクアセスメントの推進、ヒヤリハット提案による改善の推進、新設設備の稼動前リスクアセスメントと安全検収、設備安全対策とルールへの周知・遵守による設備災害の防止、階段などでの転倒転落防止、業務上の交通事故の防止などに注力

しました。

「快適な職場環境の形成と従業員の健康増進」としては、作業環境管理強化、健康診断の確実な実施とフォロー、健康促進の活動、ストレスチェック、化学物質のリスクアセスメントを推進しました。

また、各事業場で定期的に行なう安全衛生委員会で、活動の予定や実績を報告し、従業員に周知しています。

2016年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象	2014年	2015年	2016年		
			実績	実績	目標	実績	
労働災害	死亡、機能損失災害※1 (人)	社員+派遣社員(花王グループ)	0	0	ゼロ	0	
		内訳	日本	0	0	—	0
			アジア	0	0	—	0
			米州	0	0	—	0
			欧州	0	0	—	0
		協力会社(花王グループ)	0	0	ゼロ	0	
		内訳	日本	0	0	—	0
			アジア	0	0	—	0
			米州	0	0	—	0
			欧州	0	0	—	0
	休業度数率※2	社員+派遣社員(花王グループ)★	0.54	0.61	0.31以下	0.67	
		内訳	日本	0.27	0.30	—	0.47
			アジア	0.74	1.10	—	0.31
			米州	5.46	3.61	—	3.20
			欧州	5.88	2.53	—	4.12
		参考：日本化学工業協会加盟会社 社員+派遣社員	0.33	0.29	—	—	
		協力会社(花王グループ)★	0.45	0.82	0.34以下	0.56	
		内訳	日本	0.23	0.40	—	0.65
アジア	0.48		1.12	—	0.13		
米州	0.00		0.00	—	0.00		
欧州	5.32		4.30	—	5.81		
参考：日本化学工業協会加盟会社 協力会社	0.43	0.50	—	—			

※1 機能損失災害：負傷が治った時に障がい(障害等級5級以上)が残る災害

※2 休業度数率：100万のべ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数(休業1日以上および体の一部または機能を失ったもの)

2016年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象	2014年	2015年	2016年		
			実績	実績	目標	実績	
労働災害	全災害度数率 ^{※3}	社員+派遣社員(花王グループ)	2.60	2.03	1.60以下	1.96	
		内訳	日本	1.69	1.63	—	1.93
			アジア	2.08	1.69	—	0.80
			米州	11.70	7.23	—	4.79
			欧州	35.30	7.59	—	6.33
		協力会社(花王グループ)	2.36	2.18	0.88以下	1.32	
		内訳	日本	2.41	2.09	—	1.49
			アジア	2.07	2.23	—	0.77
			米州	0.00	0.00	—	0.00
			欧州	7.97	4.30	—	7.75
	強度率 ^{※4}	社員+派遣社員(花王グループ)	0.01	0.01	—	0.02	
		内訳	日本	0.01	0.01	—	0.01
			アジア	0.04	0.02	—	0.01
			米州	0.11	0.09	—	0.10
			欧州	0.10	0.02	—	0.06
		参考：日本化学工業協会加盟会社 社員+派遣社員	0.12	0.01	—	—	
		協力会社(花王グループ)	0.02	0.01	—	0.03	
		内訳	日本	0.03	0.01	—	0.05
			アジア	0.01	0.01	—	0.01
			米州	0.00	0.00	—	0.00
欧州	0.04		0.10	—	0.05		
参考：日本化学工業協会加盟会社 協力会社	0.20	0.14	—	—			
交通事故	過失100%人身事故(件)	販売・配送 (日本)	17	14	ゼロ	24	
	過失0%以外百台率 ^{※5}		8.67	7.75	6.1以下	7.10	

※3 全災害度数率：100万のべ実労働時間当たりの労働災害によるすべての被災者数(不休業災害を含む)

※4 強度率：損失日数/のべ実労働時間×1000

※5 過失0%以外百台率：過失0%以外の交通事故件数(件)/保有車両台数(台)×100

2017年の目標

グローバル

2017年の目標は、花王グループの目標のみとし、事故・災害の発生防止に努めます。

なお、交通事故のうち過失0%以外百台率についての目標は海外の状況を確認後、設定します。

2017年の目標(花王グループ)

項目	対象	指標	2017年目標
労働災害	社員・派遣社員	死亡、機能損失災害 ^{※1} (人)	ゼロ
		休業度数率 ^{※2}	0.26以下
		全災害度数率 ^{※3}	1.34以下
	協力会社社員	死亡、機能損失災害 ^{※1} (人)	ゼロ
		休業度数率 ^{※2}	0.27以下
		全災害度数率 ^{※3}	0.81以下
交通事故	販売・配送	過失100%人身事故(件)	ゼロ
		過失0%以外百台率 ^{※4}	—

※1 機能損失災害：負傷が治った時に障がい(障害等級5級以上)が残る災害

※2 休業度数率：100万のべ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数(休業1日以上および体の一部または機能を失ったもの)

※3 全災害度数率：100万のべ実労働時間当たりの労働災害によるすべての被災者数(不休業災害を含む)

※4 過失0%以外百台率：過失0%以外の交通事故件数(件)／保有車両台数(台)×100

ステークホルダーとの協働

生産・研究の事業場や物流拠点では、協力会社の安全を確保するため、協力会社とともに安全や防災行事に参加しています。また、毎月、協力会社との間で、花王グループ内の労働災害事故事例とその対策などの安全に関する情報を共有し、協働

で安全活動を推進しています。

花王ロジスティクス部門においても、配送委託会社との間で毎年会議を開催し、交通事故撲滅活動に協力していただいています。

具体的な取り組み

労働災害発生状況

グローバル

2016年の社員・派遣社員および協力会社の労働災害による死亡は0人でした。

社員・派遣社員の労働災害による被災者数は156人で、そのうち休業被災者数は53人でした。

災害の主な要因は、不注意や確認不足による「転倒・転落」54人、次いで「動作反動」によるものが18人、「はさまれ巻込ま

れ」によるものが16人でした。「転倒・転落」災害が最も多いことから、転倒・転落災害の対策を中心に、活動を推進していきます。

協力会社社員の労働災害による被災者数は26人で、そのうち休業被災者数は11人でした。

化学物質のリスクアセスメント

グローバル

花王の生産事業場では多くの種類の化学物質を取り扱っていることから、自然環境汚染リスクはゼロではありません。そこで、既存設備が人や環境に及ぼす影響評価を完了し、リスク低減の

ための措置を行なっています。また、設備を増改築する際、事前に人や環境に及ぼす影響を評価しています。

休業無災害表彰制度を海外へ拡大

グローバル

これまで国内工場が対象だった休業無災害表彰制度を、さらなる安全意識向上を図るために海外の工場まで対象を拡大しました。

海外工場最初の表彰は、2016年12月に、上海カネボウの工場に対して行ないました。これは、ステージ3達成を表彰したものです。

表彰基準

ステージ	表彰基準
1	3年
2	5年もしくは540万時間
3	7年もしくは810万時間
4	10年もしくは1,220万時間
5	15年もしくは1,830万時間
6	25年もしくは3,000万時間



休業無災害表彰記念トロフィー



上海カネボウのステージ3達成を表彰

保安防災【14,50,DMA,LA6,LA10】

花王のアプローチ

事故を防止し、緊急事態への対応やセキュリティ強化に関する事項を定め、社員の安全の確保と安定な操業を維持することを目的として保安防災活動を行なっています。こうした活動により事故ゼロをめざします。

社会的課題と花王のアプローチ

他社において化学プラントでの事故が相次ぎ、自然災害も多く発生している昨今、大規模化学プラントを有する花王に対する安全操業への要求はますます高まっています。

花王では、地域住民や社員の安全を確保するため、保安監査

や保安訓練を徹底し、防災訓練を定期的に行なうことで、事故発生リスクの抑制と、事故が発生した場合の適切かつ迅速な対応を常に検討し、SDGsの目標11「包摂的で安全かつ強靱で持続可能な都市及び人間居住を実現する」への寄与に努めています。

方針

花王は「保安防災」の活動方針を、花王レスポンシブル・ケア(RC)方針に「火災、爆発および化学物質漏えいを防止し、安全で安定な操業を維持するとともに、自然災害やセキュリティ強

化に配慮して、設備対応と定期的訓練を行ない、緊急時に備える」と明確に定めています。この方針に沿って事故の防止に努めています。

体制

日常の保安防災活動は、RC推進体制に基づいて行なっています。事故・災害が発生した場合には、グローバルな緊急事態連絡網を通じて発生を把握するしくみを構築しています。さらに、事故・災害が事業活動に重大な支障を及ぼすと予想されるときには、社長を本部長とする緊急事態対策組織を即時に立ち上げ、人命を第一とした初動対応をはじめ、事業継続計画(BCP)

※に沿った対応などをグループ一丸となって行ないます。

※ 事業継続計画(BCP)

さまざまな事象とその要因により事業活動の中断や停止が引き起こされる場合を想定し、その状況に応じてどの業務・機能をどのような方法で維持・継続させるかを事前に決めておき、会社としての重要業務を継続させるための計画。

→P183「レスポンシブル・ケア活動」

教育と浸透

花王は、“よきモノづくり”をグローバルに、永続的に行なっていくため、さまざまなプログラムを通じて保安防災教育を行なっています。その中の「モノづくり技術・技能伝承センター」では、生産現場を担う若い技術者が、さまざまなトラブルや危険な状況の疑似体験を通して必要な知識・技能を学び、技術の伝承に努めています。また、国内外の次世代リーダーの育成に向け、和歌山工場内で8カ月にわたり、生産技術や“よきモノづくり”の精神を学ぶ「グローバルテクノスクール」を開校し、保

安防災を含めたさまざまな研修を実施しています。

また、毎年、防災メッセージを提示し、地震防災手帳を発行することで、防災の意識向上を図るとともに、過去の事故発生日を「安全の日」と定め過去の教訓を風化させないように努めています。

→P184「レスポンシブル・ケア活動／教育と浸透」

→P133「カルチャー」→一人ひとりの可能性を引き出し成長を促す人財育成」

中長期目標

場内火災、爆発事故、漏えい事故、物流漏えいゼロを目標に活動しています。

2016年の目標と実績

グローバル

2016年、花王は「安全で安定な操業の維持」のため、保安上の事故撲滅に向けて変更管理※の徹底、化学設備のセーフティアセスメント、定期点検、パトロール強化を実施しました。また、防災活動として防災訓練の充実とセキュリティ強化を目標に挙げて、各部門においてさらに詳細な実行内容と計画を策定して活動しました。

※ 変更管理

変更に伴うリスクを事前に想定して対策を講じ、障害や不具合、事故などを防止するマネジメント活動のこと。

火災・爆発・漏えい事故の概要は以下の通りです。

小規模な火災：3件

- ・廃棄試薬の不活化処理中、冷却水混入により反応と発火。
 - ・可燃性液体を紙ウエスで拭き、ウエスがごみ置場で発火。
 - ・工事中に火花が可燃物に飛び火し発火。
- 廃棄試薬の対応ルール、作業処理、工事の管理・徹底を実施します。

爆発・漏えい(場内)・物流漏えい

2016年の爆発・漏えい(場内)・物流漏えいはありませんでした。

2016年 目標と実績

項目	対象	指標	2015年	2016年	
			実績	目標	実績
事故	花王グループ	火災・爆発・漏えいなど(件)	6	ゼロ	3
		物流漏えい※(件)	1	ゼロ	0

※ 物流漏えい：製品等の輸送中における漏えい事故

2017年の目標

グローバル

2017年も引き続き場内火災、爆発事故、漏えい事故、物流漏えい事故ゼロを目標に活動します。

2017年の目標

項目	対象	指標	2017年目標
事故	花王グループ	火災・爆発・漏えいなど(件)	ゼロ
		物流漏えい(件)※	ゼロ

ステークホルダーとの協働

- ・発生した事故・災害の被害を最小限に抑えるため、消防署や地域の企業等との合同訓練を定期的に行い、防災活動のレベル向上に努めています。
- ・海外生産拠点においては、必要に応じて、テロを想定した訓練を地元の警察と合同で行なっています。

具体的な取り組み

大規模災害に備えた緊急事態対応訓練

日本

花王グループでは、各事業場単位での消防訓練・避難訓練以外に、大規模災害に備えてグループ全体で訓練を実施しています。

安否確認訓練

2016年は花王グループの全社員を対象に、安否確認システムへの入力訓練を3月、9月にそれぞれ2日間にわたり実施、入力率はいずれも100%を達成しました。2014年9月の訓練より5回連続の100%入力を維持しており、これからも訓練を継続していきます。

地震を想定した全社通報連絡訓練

花王グループは、首都圏での地震により本社が被災することも想定し、東西に対策組織を整えています。

2016年は、5月には南海トラフの大地震を想定した訓練を、11月には首都直下地震を想定した訓練を実施しました。

訓練では、被災拠点は人的および物的被害状況を衛星携帯電話や社内災害用電子掲示板およびウェブサイトを使用した会議システムで対策組織に迅速に伝達し、対策組織は情報に基づき必要な対応を行ないました。これまでの訓練で得た反省点をもとに、訓練内容の見直しを随時行なっています。

→P180「ガバナンス>リスクと危機の管理」

防災の監査

グローバル

2015年までは、アジアの化学品工場(5カ国、5工場)を対象に、2年に1回の監査を実施していましたが、2016年は、さらに中国の3工場を加えた6カ国、8工場に活動を広げました。タイ、インドネシア、中国で実施した監査で指摘があった事項への対

応を行なっています。

また、各工場からの監査員が他の工場の監査を行なう取り組みも継続するなど、監査を通じ、各工場における安全防災レベルの向上を図っています。

保安・防災の強化

グローバル

SCM部門では、化学設備のセーフティアセスメントの強化として潜在危険の抽出および対応、地震対策を引き続き推進しています。

2016年も化学設備のセーフティアセスメントにより潜在危険

として抽出された、低引火物質の火災防止対策、粉塵爆発対策、自然発火対策、重合・発熱反応設備の安全対策を継続的に行なっています。地震対策では、建屋耐震診断・補強、液状化対策、津波対策を推進しました。

高圧ガス保安検査・監査・査察

日本

和歌山工場では、高圧ガス保安法の認定保安検査実施者※の認定を受けており、2016年は、9月に保安管理部門の保安監査、10月に保安管理の長である社長のもと保安査察を実施し、保安活動について問題がないことを確認しました。

他事業場の高圧ガス設備は、外部の検査機関による保安検査を実施しています。保安監査・保安査察は自社で実施し、安全操業に努めています。

※ 認定保安検査実施者

高圧ガス保安法に基づき、特定施設が技術上の基準に適合しているか否かについて、運転を停止することなく自ら保安検査を行なうことができる者または運転を停止して自ら保安検査を行なうことができる者として、経済産業大臣が認定した者。



和歌山工場での高圧ガス保安査察

コーポレート・ガバナンス【34,38,39,40,41,42,45,51,52,53】

基本的な考え方

花王は、企業価値の継続的な向上のための一つの手段としてコーポレート・ガバナンスの強化に努めています。変化に素早く対応ができ、効率的で、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現するために、経営体制および内部統制システムを整備・運用し、必要な施策を実施するとともに説明責任を果たしていくことが、当社のコーポレート・ガバナンスに関する取り組みの基本であり、経営上の最も重要な課題の一つと位置づけています。ステークホルダーからの要請、社会動向などを踏まえて随時検証を行ない、適宜必要な施策・改善を実施しています。

コーポレート・ガバナンス強化に向けたこれまでの取り組み

2002年	・執行役員制度を導入 ・社外取締役制度を導入
2003年	・「選任審査委員会」(対象は会長・社長)と「報酬諮問委員会」を設置
2010年	・社外役員の独立性の基準を制定
2012年	・社外取締役を1名増員し、3名体制に ・取締役人員を15名から10名に減少 ・取締役の任期を1年に短縮
2013年	・社外監査役を1名増員し、3名体制に
2014年	・社内取締役と社外取締役を同数に ・取締役会議長を独立社外取締役に
2015年	・取締役会の実効性評価を開始
2016年	・監査役会の実効性評価を開始 ・社内取締役を1名増員し、4名体制に

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、監査役会設置会社を選択しています。監査役会設置会社では、監査役は取締役会において議決権を有しないため、過去の決定に縛られ保守的になることなく取締役会の決定・取締役の職務執行について客観的な監査が可能であると考えています。

取締役の選任・報酬決定手続きの透明性、妥当性を補完するため、全社外役員のみを委員とする取締役選任審査委員会と全社外役員および代表取締役を委員とする取締役・執行役員報酬諮問委員会を任意に設置しています。

当社は、取締役7名のうち3名が独立社外取締役という高い客観性を維持するとともに、上記監査、報酬、選任審査を担当する機関が取締役会を支える体制により、高い実効性をもって経営を監督・監査できるしくみを構築しています。

コーポレート・ガバナンス体制早見表

機関設計の形態	監査役会設置会社
取締役の人数(うち、独立社外取締役の人数)	7名(3名)
監査役の数(うち、独立社外監査役の人数)	5名(3名)
取締役の任期	1年
執行役員制度の採用	有
取締役会の権限委譲機関	経営会議など
取締役会の任意諮問機関	選任審査委員会・報酬諮問委員会
会計監査人	有限責任監査法人トーマツ

取締役および取締役会

取締役会は、経営戦略等の策定や具体的執行の監督を適切に行なうために知識・経験・能力のバランスと多様性を確保しています。社外取締役については、社内取締役だけでは得られないような多様な経験や知識・見識、たとえば、グローバルな経験を含む当社と異なる分野の製品・サービスを提供する会社の経営経験者およびコンサルタントや学識経験者等有する経験並びにこれらの経験から得られる知識および高い見識を有していることを重視して指名しています。

会社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上を促すため、主に経営戦略等の中長期的な経営の方向性についてリスク評価を含めて多面的に審議・決定しています。また、社内取締役よ

り経営戦略の進捗状況、達成への課題とその対応等について報告を受けることで、社外取締役および社外監査役の多面的な視点からの評価を含めて経営戦略が適切に執行されているかを監督しています。さらに、内部統制システムやリスク管理体制を整備することで、リスクを峻別して攻めの経営ができる環境整備を行なっています。

なお、各部門の最高責任者を執行役員とする執行役員制度を導入し監督と執行の分離を進め、また常務執行役員以上を主なメンバーとする経営会議に執行権限を幅広く委ねることにより、意思決定および執行の迅速化を図っています。

取締役会の実効性評価

少なくとも毎年1回、取締役会においてすべての取締役および監査役による取締役会の実効性についての評価を実施し、取締役会の実効性を高めるための改善につなげています。当社は、取締役会の役割・責務について取締役会全体で共有する必要があるという考えのもと、取締役会に参加している監査役を含むメンバー全員が自ら意見を述べ、それらに対して自由闊達な議論を行なうことによる評価が有効であると考えており、自己評価により実効性の評価を行なっています。

2016年6月度取締役会において、取締役全7名および監査役全5名から、それぞれ右記の観点を含む所感が述べられ、自己評価の議論が実施されました。

1. 2015年度の実効性評価で指摘された課題への取り組み
2. 「コーポレートガバナンス・コード」において特に取締役会に期待されている視点
 - (i) 企業戦略等の大きな方向性の議論
 - (ii) 経営陣幹部による適切なリスクテイクを支える環境整備
 - (iii) 独立した客観的な立場からの経営陣・取締役に対する実効性の高い監督
 - (iv) 株主・投資家との建設的なコミュニケーション
3. 取締役会の運営全般(議事進行、議題、報告、資料、審議等)
4. 取締役会における今後の課題

監査役および監査役会

社外監査役には高い専門性と豊富な監査経験・知識を有する公認会計士や弁護士を選任し、社内の事情に通じた常勤の社内監査役による社内情報収集と相俟って、客観的かつ深い議論が可能になり、実効性のある監査を実現しています。

監査役は、代表取締役との定期的な意見交換会、取締役会、経営会議等の重要会議への出席、国内グループ会社の監査役と

の定例連絡会議のほか、内部監査部門および会計監査人との情報交換、さらに社内各部門および子会社などへのヒアリングを定例的および必要に応じて適時に行なっています。また、監査役は取締役会においては、業務や会計に関する適法性・妥当性の観点からの発言に加え、経営の戦略的な方向づけを含む経営者への助言を広く行なっています。

監査役会の実効性評価

2017年2月に開催された監査役会において、すべての監査役が2016年度の監査役の活動について自ら意見を述べ、それに基づき出席者間で議論し、評価を行ないました。また、下記内容について取締役会へ報告を行ないました。

1. 2015年度の監査の実効性評価で指摘された課題への取り組み

会計監査人および内部監査部門との連携について、会計監査人との関係においては、監査の独立性と適正性を監視しながら、監査計画報告(年次)および会計監査結果報告(四半期レビュー・期末決算ごと)の受領並びに情報交換・意見交換を行なうほか、会計監査人の選定に関わる協議も実施した。また、経営監査室をはじめとする内部監査部門とは、定期的および必要の都度、相互の情報交換・意見交換を行なうなど連携を密にして、監査の実効性と効率性の向上が図られた。

2. 2016年度の監査活動について

監査役会が定めた監査役監査の基準に準拠し、監査の方針、職務の分担等に従って監査が実施されており、監査活動は有効に機能している。また、定期的実施している代表取締役との意見交換会での提言もすぐに実行に移されるなど、監査役監査の実効性が確認できている。

3. 監査役監査における今後の課題

主要子会社の監査役とは子会社の往査に同行するなど緊密に情報共有ができていますが、その他の子会社の監査役ともさらなる連携を図り、花王グループの監査の実効性を高める必要がある。また、監査役の職務を補助するスタッフの有効な活用を図り、監査役監査の実効性をより高めたい。

選任審査委員会・報酬諮問委員会

当社は、役員人事や役員報酬の決定における公正性・透明性を徹底するために、取締役選任審査委員会と取締役・執行役員報酬諮問委員会を任意に設置しています。

取締役選任審査委員会は、独立社外取締役3名と独立社外監査役3名で構成し、取締役会の諮問に対して、取締役の候補者について意見具申しています。さらに、取締役候補者の適正さの審査に加え、取締役会の規模、構成や多様性、社長執行役員

や取締役に必要な資質についての議論を行ない、その審査結果について取締役会に報告を行なっています。

取締役・執行役員報酬諮問委員会は、代表取締役3名、独立社外取締役3名および独立社外監査役3名で構成し、会社からの報酬案に関する諮問に対して、取締役および執行役員の報酬制度や報酬水準について意見具申しています。

取締役会、監査役会、委員会出席メンバー

区分	氏名	取締役会	監査役会	選任審査委員会	報酬諮問委員会
取締役	澤田 道隆	○			○
	吉田 勝彦	○			○
	竹内 俊昭	○			○
	長谷部 佳宏	○			
	門永 宗之助	◎		◎	◎
	奥 正之	○		○	○
	柳楽 幸雄	○		○	○
監査役	沼田 敏晴	○	◎		
	藤居 勝也	○	○		
	早稲田 祐美子	○	○	○	○
	井上 真喜	○	○	○	○
	天野 秀樹	○	○	○	○

◎は議長、○は出席メンバーを示しています。

独立役員

当社の経営判断が会社内部者の論理に偏ることがないよう、「花王株式会社社外役員の独立性に関する基準」(以下「独立基準」)を満たす適切な数の独立役員が当社の経営陣から独立した中立な立場で取締役会の審議状況等を牽制する体制としています。取締役7名中3名の社外取締役全員、監査役5名中3名の社外監査役全員が独立基準を満たしています。現体制においては、取締役会の中立性、独立性をより高めるための方策として、独立社外取締役が取締役会議長を務めています。また、独立社

外役員は、多様な視点での議論を図るために、取締役会の合間、また別の機会を設けて、独立社外役員だけの会合を自主的に開催し、当社の経営や取締役会の活動に関する課題、将来の経営陣幹部の育成等について、情報交換、認識の共有を図っています。

→詳細は「社外役員の独立性に関する基準」

http://www.kao.com/jp/ja/corp_imgs/corp_info/governance_002.pdf

株主との対話

企業価値の向上のためには、株主をはじめとするステークホルダーとの対話を通じて、双方の考えや立場についての理解を深め、これを踏まえて適切に対応することが重要と考えています。そのため、株主との積極的な対話を促進するための体制を

整備し、個人株主や国内外の機関投資家との対話の機会を積極的に設けています。対話の際には、株主の意見等を適切に経営に反映させるため、できる限り経営陣が参加することとしています。

取締役、監査役、執行役員報酬制度

当社の役員報酬は、(1) 競争優位の構築と向上のため、多様で優秀な人財を獲得し、保持すること、(2) 永続的な企業価値の向上への重点的な取り組みを促進すること、(3) 株主との利害の共有を図ることを目的としています。

社外取締役を除く取締役および執行役員報酬については、(i) 基本報酬、(ii) 短期インセンティブ報酬としての賞与、(iii) 長期インセンティブ報酬としての業績連動型株式報酬から構成することとし、毎期の持続的な業績改善に加えて、中長期的な成長を動機づける設計としています。各役位における役割責任および業績責任を踏まえ、上位役位ほど報酬の業績連動性を高めています。各報酬要素の概要は以下の通りです。

(i) 基本報酬

取締役および執行役員としての役割と役位に応じて金額を決定し、月額固定報酬として支給します。

(ii) 賞与

賞与支給率が100%のときの賞与額は、社長執行役員においては基本報酬の50%、取締役会会長および役付執行役員(社長執行役員を除く)においては基本報酬の40%、その他の執行役員においては基本報酬の30%となります。賞与支給率は、連結売上高・利益(売上総利益から販売費及び一般管理費を控除した利益)の目標達成度並びに前年度からの改善度、および資本コストを考慮した当社が重視する経営指標であるEVA^{※1}(経済付加価値)の目標達成度に応じて0~200%の範囲で決定されます。
^{※1} EVA^{※1}は、米国コンサルティング会社のスターン・スチュワート社の登録商標です。

(iii) 業績連動型株式報酬

当社の中期経営計画の対象となる2017年度から2020年度までの4事業年度(以下「対象期間」)を対象として、中期経営計画の業績目標の達成度等に応じて、当社株式等を交付します。本制度は、中期経営計画の業績目標の達成度等に応じて当社株式等を交付する「業績連動部分」と毎年一定数の当社株式等を交付する「固定部分」から構成されます。業績連動部分は当社中期経営計画の達成に向けた動機づけおよび中長期の業績と役員報酬の連動強化を、固定部分は株式の保有促進を通じた、株主との利害共有の強化を目的としており、各部分の構成割合は、業績連動部分：固定部分＝70%：30%としています。業績連動部分における業績連動係数が100%のとき、1事業年度当たりの株式報酬額は各役位の基本報酬の30~40%程度となります。

① 業績連動部分

役位ごとに予め定められたポイント(以下「役位ポイント」)を基準に、以下の算定式で算出する単年度ポイントを事業年度ごとに付与します。対象期間中に累積した単年度ポイントに対して、中期経営計画の業績目標の達成度等に応じた業績連動係数を乗じて算定する業績連動ポイント数に基づき、中期経営計画終了後に当社株式等を交付します。業績連動係数は、実質売上高CAGRおよび連結営業利益率等の業績目標の達成度等に応じて0~200%の範囲で変動します。

単年度ポイントの算定式	役位ポイント×70%
業績連動ポイント数の算定式	対象期間中の単年度ポイントの累計値×業績連動係数

② 固定部分

役位ポイントを基準に以下の算定式で算出する固定ポイントを事業年度ごとに付与し、当該事業年度の翌年に固定ポイント数に応じた当社株式等を交付します。なお、固定部分として取得した株式については、対象期間が終了するまで継続保有することとしています。

固定ポイント数の算定式	役位ポイント×30%
-------------	------------

業務執行から独立した立場である社外取締役の報酬は、月額固定報酬のみとしています。

取締役および執行役員報酬制度や報酬水準については、決定プロセスの客観性・透明性を確保する観点から、取締役会議長、全代表取締役、全社外取締役および全社外監査役で構成され、独立社外役員が委員の過半を占める取締役・執行役員報酬諮問委員会において審査し、取締役会の決議により決定しています。

監査役報酬については、月額固定報酬のみとしています。報酬水準については監査役会にて決定しています。

取締役および執行役員並びに監査役報酬水準については、毎年、外部調査機関による役員報酬調査データにて、当社と規模や業種・業態の類似する大手製造業の水準を確認したうえで、決定しています。

なお、取締役および監査役について、退職慰労金の制度はありません。

2016年度の役員報酬の実績

取締役	7名	414百万円(うち社外取締役:3名 52百万円)
監査役	6名	76百万円(うち社外監査役:4名 28百万円)

※1 上記の員数には、2016年3月25日開催の第110期定時株主総会終結の時をもって退任した社外監査役1名が含まれています。

※2 取締役の報酬等の総額には、以下のものも含まれています。

- (1) 2016年度に係る役員賞与として支給した額
取締役:4名 112百万円
- (2) 2016年4月27日開催の取締役会決議に基づき、ストックオプションとして割り当てた新株予約権による報酬等の額
取締役:4名 68百万円

※3 報酬等の限度額は、次の通りです。

- (1) 取締役の報酬等の限度額
 - ① 年額 630百万円(2007年6月28日開催の第101期定時株主総会決議) 社外取締役分の年額100百万円(2016年3月25日開催の第110期定時株主総会決議)が含まれており、使用人兼務取締役の使用人分の給与等は含みません。
 - ② 年額 200百万円(2006年6月29日開催の第100期定時株主総会決議) 上記①とは別枠で、ストックオプションとして割り当てる新株予約権に関する報酬等の限度額として承認されています。
- (2) 監査役の報酬等の限度額
年額 85百万円(1984年6月29日開催の第78期定時株主総会決議)

役員ごとの報酬等の総額等

澤田道隆(取締役)	報酬等の総額 156百万円 (基本報酬82百万円 賞与52百万円 スtockオプション23百万円)
-----------	--

※ 報酬等の総額が1億円以上の者に限定して記載しています。

社外監査役から見る強みと課題



独立社外監査役
早稲田 祐美子

監査役は、取締役会における議決権はありませんが、取締役会のメンバーとして、監査役の責務をベースとした意見やそれに留まらない法律や会計等の専門家の視点からの意見を積極的に発言し、それらを取締役に尊重してくれていると感じています。また、監査役を含む取締役会の出席メンバーが社内と社外で同数であり（取締役は社内4名、社外3名、監査役は社内2名、社外3名）、かつ、社外取締役が議長であるため、取締役会では社外役員が活発に発言し、会社も社外役員の意見を真摯に受け止めていると感じています。さらに、社外役員のための会合において忌憚のない意見交換を行ない、その結果を会社に対し提言することもあります。

現在、花王では、企業理念である「花王ウェイ」が全社に浸透しており、これにより合理性や全社一丸となる集中力とスピードが実現されていることが強みですが、この花王の良さとダイバーシティを取り入れることで、一丸集中のスピードが阻害されることのないようバランスをどう取るかが課題と考えています。ダイバーシティの一つとして、女性の活躍推進が挙げられます。現在、取締役会出席メンバーで女性は私だけですが、執行では2名の女性執行役員がおり、それを継ぐような方もどんどん育てていますので、しっかり女性の活躍推進がなされていると思います。これから、女性を含めたますます多様な人財が活躍できる会社となることを期待しています。

情報開示【27,DMA】

花王のアプローチ

社会から信頼され、支持される企業となることをめざし、株主・投資家をはじめとするすべてのステークホルダーの皆さまに適時正確かつ公平に情報を開示します。また、会社法、金融商品取引法、各種法令および証券取引所の定める規則を遵守し、「有価証券上場規程」に該当する情報を迅速に開示するほか、当社グループに関する社会的に有用な情報についても積極的に開示します。

方針

情報開示に関しては、「情報開示指針」に則り、適時正確かつ公平に情報開示することを基本方針としています。開示義務のある情報および株主や投資家に有用な情報を、株式会社東京証券取引所の「有価証券上場規程」に基づき、日英両文でTDnet※に公開するとともに、当社ウェブサイト上の「投資家情報」ページにも、同時に掲載しています。

今後も「経営トップのメッセージ発信の強化」「国内外機関投資家との対話強化」など、戦略的な情報発信の強化を図っていきます。

※ TDnet(Timely Disclosure network)

適時開示情報伝達システム。上場会社の情報を投資者などにリアルタイムで配信する東京証券取引所のサービス。

→詳細は「投資家情報」

http://www.kao.com/jp/corp_ir/investors.html

→情報開示指針

http://www.kao.com/jp/corp_ir/disclosure.html

体制

重要な会社情報は、子会社に関わる情報も含めて決定事実、発生事実および決算情報のいずれの場合も、情報開示委員会事務局のもとで一元管理する体制をとっています。情報開示委員会は、重要な会社情報について、会計財務、法務、広報、研究および生産等の関連部署と協議のうえ、適時開示情報に該当するか否かの判断を東京証券取引所の「有価証券上場規程」に従って行ない、代表取締役 社長執行役員（不在の場合は他の代表取締役および東京証券取引所に当社の情報取扱責任者として

届け出ている役職員）の承認を得て、その公表の内容、時期および方法について決定します。

この決定を受けて、情報開示は原則として、代表取締役またはその委任を受けた者が行ない、当社の広報を担当する部署がこれを管理しています。公表の方法は、TDnetへの登録および必要に応じて記者会見、資料投函などの方法をとっています。なお、TDnetに登録した情報は、すべて当社ウェブサイトにも掲載しています。

教育と浸透

2016年は、日本取引所自主規制法人コンプライアンス研修センターから講師を招聘して、インサイダー取引規制に関する教育啓発セミナーを開催しました。受講実績は右の通りです。

- ・ 役員対象：1回開催、受講者32人
- ・ 社員対象：6回開催、受講者236人

2016年の実績

1. 適時正確かつ公平な情報開示

- ・TDnetおよび当社ウェブサイト上の「投資家情報」での掲載や、必要に応じて記者会見や資料投函などによる情報開示を行ないました。
- ・東京証券取引所が定める「コーポレートガバナンス・コード」の各原則の実施状況を記載した「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」を5回更新しました。

2. 株主・投資家との対話の強化

- ・事業説明会・見学会(8回)
- ・ESGについての意見交換会(6回)
- ・ガバナンスについてのロードショー(欧州・アジア)

- ・決算説明会(半期決算発表日・通期決算発表日)
- ・海外ロードショー(米州・欧州・アジア)
- ・社長スモールミーティング(2回)
- ・取材(国内・海外約340件)
- ・ウェブサイト上での情報開示
- ・半期・通期「株主のみなさまへ」(日本語版)の発行
- ・アニュアルレポート(英語版)の発行と日本語PDF版のウェブサイトでの開示
- ・RSS配信※によるIR情報の提供

※ RSS 配信

ウェブサイトで情報更新があるたびに、新着情報を配信するしくみ

具体的な取り組み

株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を推進

日本

株主の皆さまが株主総会の議案を十分に審議していただけるよう、花王は毎年、株主総会の約1カ月前に招集通知を発送しています。さらに、招集通知の発送に先駆け、TDnetおよび当社ウェブサイトに議案を掲載し、全株式の半数近くを所有する外国人株主の皆さまに対しても迅速かつ公平に情報開示を行なうため、英訳(要約)も同時に掲載しています。

また、より多くの株主に議決権を行使していただくため、インターネットおよび株式会社ICJが運営する機関投資家向け議決権電子行使プラットフォームを含む電磁的方法による議決権行使を導入しています。

招集通知については、法定記載事項のみならず、株主が適切な判断を行なうことに資すると考えられる情報を積極的に盛り込むべく常に見直しを行ない、記載内容の充実を図るよう努め

ています。また、招集通知の記載内容は必要に応じて機関投資家等との対話を通じて説明を行なっています。

株主総会の議場では、映像資料を用いて、事業報告の概要や重要課題、中長期の展望について株主にわかりやすく説明し、丁寧な質疑応答を行なっています。また、株主総会終了後に、希望する株主と役員との懇談の機会を設けています。

株主総会終了後には、当社ウェブサイトに議場での説明内容や議決権行使結果を和英両文で掲載しています。

第111期定時株主総会(2017年3月開催)

出席株主数2,057人

事業説明会・見学会による対話の促進

日本

2016年は、6月に株主向け「花王ミュージアム見学会」「川崎工場見学会」「和歌山エコーラボミュージアム見学会」を計7日間開催し、445人の方々にご参加いただきました。

見学会では1時間程度の施設見学のあとに、当社の執行役員から業績および2016年度の取り組みと花王グループ中期経営計画「K20」の方向性、株主還元の状況等の説明を行ない、その後参加者からいただいた質問に答えました。

見学会に出席された皆さまからは、「商品をつくって売るといっただけでなく、地球環境を見据えてエコも実践されている企業姿勢が素晴らしい」「企業理念、経営理念がしっかりしている」など好意的なご意見を数多くいただきました。

今後も株主の皆さまのご意見を取り入れながら、さらにご満足いただける企画を立案・実施していきます。

機関投資家との対話の促進

グローバル

「長期視点の対話」の推進

花王では、「コーポレートガバナンス・コード」に則した長期視点の建設的な「目的を持った対話」を通じて、国内外の株主・アナリスト・機関投資家に向けて、正確かつ公平な情報開示を行なっています。そして適宜、外部の意見を経営陣にフィードバックしています。このような活動を通じて、持続的な企業価値向上をめざしています。

2016年は複数の機関投資家と当社のコーポレート・ガバナンスをはじめとしたESG（環境・社会・ガバナンス）の考え方について、アナリスト・機関投資家との窓口であるIR担当者に加え、法務部、サステナビリティ推進部のメンバーと一緒に意見交換を行ないました。花王ではESGを所管する部門が、機関投資家のご意見を直接聞く機会として重要なミーティングと位置づけています。これらを通じて得た知見をもとに、さらに情報開示の改善を実施し、対話の深化に努めていきます。

花王グループ中期経営計画「K20」説明会を実施

2016年は、12月に花王グループ中期経営計画「K20」の説明会をアナリスト・機関投資家・報道関係者を招待して開催しました。社長から「K20」に対する思いや内容を説明し、その後の質疑応答も活発なものとなりました。参加者からは、「高い理想と成長への自信が表れている」「現状を打破し収益力の一段の改

善をめざす姿勢を評価したい」「海外成長を本格化させる執念を感じた」「高い成長目標を掲げることで決意を示し、社内の変化を促す内容だ」など高い評価が寄せられています。説明会での資料はもとより、質疑応答も日本語、英語で開示することで、日本以外の投資家の皆さまへの情報開示を行なっています。

IRグループでは、アナリスト・機関投資家とめざす姿を共有することで、今後も対話を通じた企業価値向上のための活動を推進していきます。

→花王グループ中期経営計画「K20」説明会

http://www.kao.com/jp/corp_ir/imgs/presentations_fy2016_k20_01.pdf

ガバナンスをテーマとした意見交換を実施

5月に法務部のガバナンス担当者が欧州の機関投資家を訪問し、花王のガバナンスについての意見交換を行ないました。また、11月には同様のテーマで、法務とIR担当者がシンガポールと香港の投資家を訪問しました。花王のガバナンスの考え方、体制などについて対面で説明をすることで、より一層の理解を深めていただけたと同時に、現地の投資家のニーズを把握することができました。アジアではガバナンスに特化した対話は未だ多くありませんが、今後も継続的な実施を検討しています。引き続き国内外の機関投資家と対話を進め、中長期的に花王を見ていただけるよう努めていきます。

情報セキュリティ【14,58,DMA】

花王のアプローチ

花王グループでは、情報セキュリティポリシーのもと、機密情報・個人情報、およびハードウェア・ソフトウェア・各種データファイル等の情報資産の保護を目的とした情報セキュリティ委員会を設けています。委員会での議論を踏まえ、社内ルールの制定や内部管理の徹底と遵守のための管理体制を整備し、社員への啓発活動を実施しています。

社会的課題と花王のアプローチ

企業は機密情報や個人情報を活用し、自社の独自性を発揮することで事業活動を行なっています。また、ITを活用し受発注・売上計上業務や決算プロセス、研究開発・生産活動等の事業活動を行なっています。そのため、企業は内外の犯行による情報漏洩や自社ITへの攻撃に対する対策が重要な課題となっています。

花王では社内の人間から引き起こされる情報流出の防止策と

して、企業理念の「花王ウェイ」の実践、企業行動規範である「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」の周知徹底、マネジメント層からのメッセージ発信、モニタリングによる牽制、不正競争防止法による罰則を含めた啓発活動を行なっています。また、外部犯行に対しては、昨今、社会問題化している大規模な個人情報漏洩事件の原因となっている標的型攻撃メールに対して、技術的・人的対策を講じています。

方針

花王は、法令や各省庁・委員会のガイドラインを遵守するために、「情報セキュリティポリシー」「機密情報取扱いガイドライン」「個人情報取扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン」を制定しています。

機密情報保護に関しては、営業秘密として法的保護を受けることができるように経済産業省の指針やハンドブック等に沿ってルールの規定とそれに基づく管理を行ない、定期的に自己点

検を実施しています。

個人情報保護に関しては、経済産業省等のガイドラインに則り厳格に管理し、業務を外部委託する場合には、委託先に対して契約の締結、監査の実施などを徹底しています。社員の個人情報保護についても、厚生労働省のガイドラインに則り、適切に管理しています。

体制

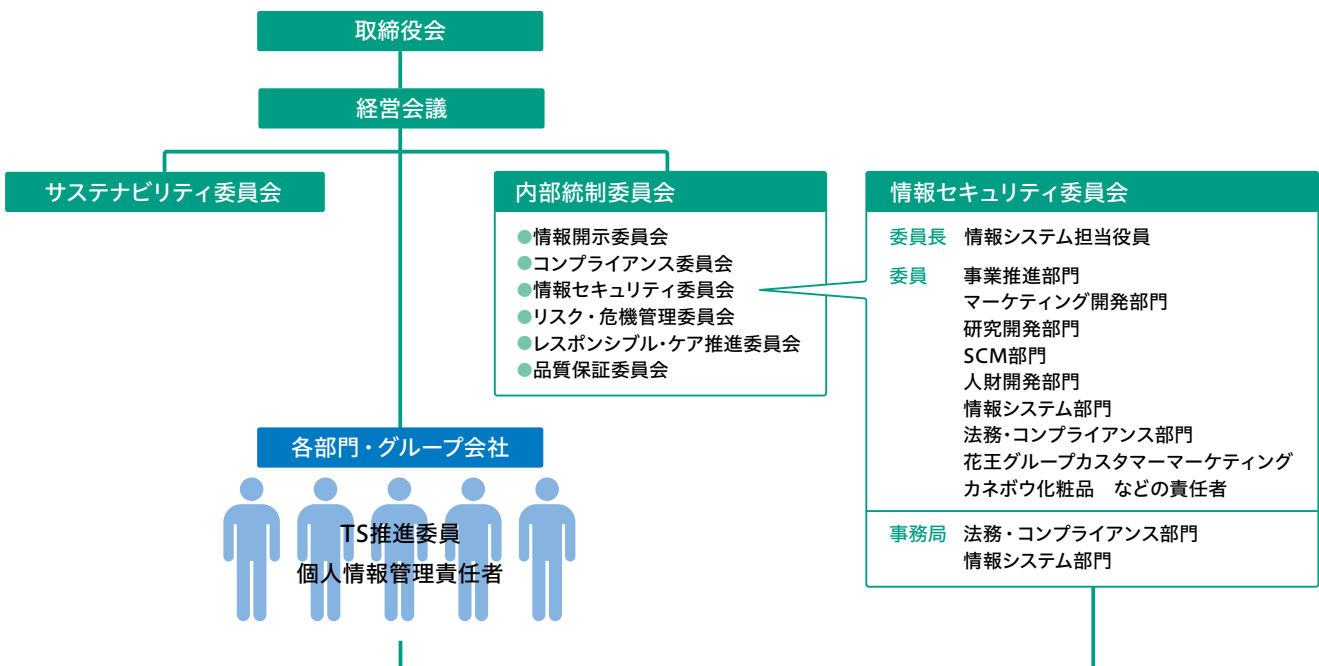
経済産業省が2016年2月に公表した「秘密情報の保護ハンドブック」によると、経営層が率先して社内体制の構築に関与するとともに、知的財産、人事・労務、情報セキュリティ、法務など多様な観点からの対策が必要であるとされています。そして、秘密情報はすべての部門に存在することが考えられるとされています。

花王では、情報セキュリティ委員会委員長と委員長代行に経

営層を配置し、人材開発、情報システム、マーケティング、知的財産管理、生産技術、法務・コンプライアンス等の多様な部門から委員と事務局を選出し、多様な観点で社内ルールの制定や管理体制を整備、啓発活動を実施しています。

また、各部門でトレードシークレット (TS) 推進委員、個人情報管理責任者を任命し、啓発活動や自己点検を中心にPDCAサイクルによる機密情報や個人情報の保護活動を行なっています。

情報セキュリティの管理体制



教育と浸透

社内教育は各部門での実施を基本とし、機密情報や個人情報の保護推進の徹底のためにトレードシークレット (TS) 推進委員や個人情報管理責任者に対して外部講師による講演や最新動向の周知といった啓発活動を行なっています。全社員向けには社

内ポータルサイトによる注意喚起や啓発も行なっています。

さらに、社内教育の浸透度を測るために、自己点検によるチェックを行なっています。自己点検によるチェックの結果、課題点に対しては改善目標を設定し、改善活動を推進しています。

中長期目標

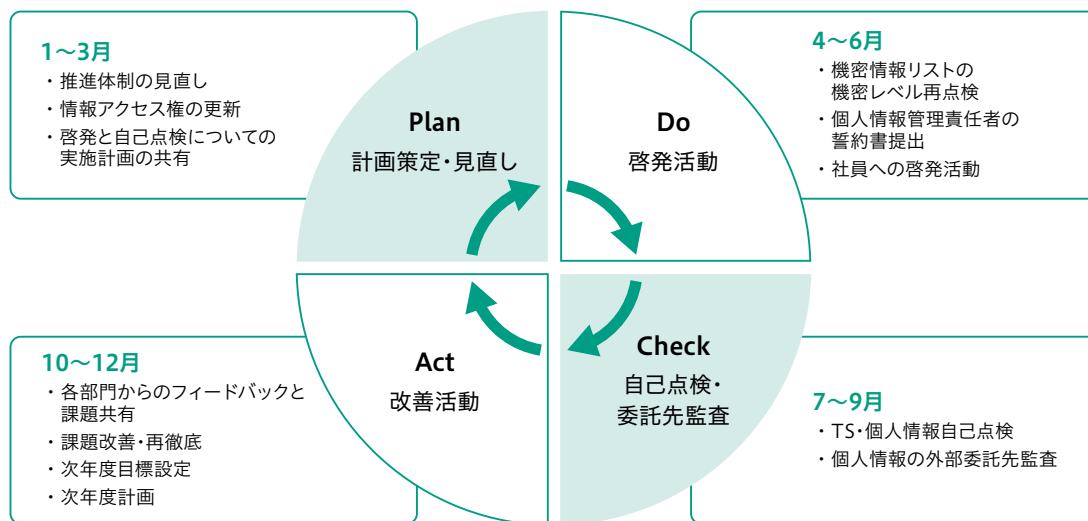
情報セキュリティのマネジメントサイクルは第1四半期：計画策定・見直し、第2四半期：啓発活動、第3四半期：自己点検・委託先監査、第4四半期：改善活動という四半期サイクルで行ないます。

日本花王グループの情報セキュリティを、啓発活動や自己点検活動の標準化により向上させ、情報セキュリティや機密情報・

個人情報の事故を未然に防げる体質に変革していきます。

一方、海外グループ会社では、各国の法律に対応した規程や体制の整備支援を進めており、グローバルでの情報セキュリティのレベルアップをめざしています。

情報セキュリティ活動のPDCA



2016年の実績

情報セキュリティのマネジメントサイクルの標準化に向け、下記の活動を実施しました。

第1四半期：計画策定・見直し

- ・「個人情報取扱いガイドライン」改定の啓発
- ・個人情報漏洩のコーポレート主要リスクテーマ化
- ・EUの一般データ保護規則(GDPR)対応プロジェクト開始

第3四半期：自己点検・委託先監査

- ・「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」による評価を実施
- ・管理状態の「自主パトロール」を実施
- ・個人情報委託先書面監査を実施

第2四半期：啓発活動

- ・標的型攻撃メール訓練の実施

第4四半期：改善活動

- ・「第23回TS・個人情報保護推進会議」を開催
- ・社員向け啓発資料の標準化

ステークホルダーとの協働

化学製品製造業者等により構成される業界団体である一般社団法人日本化学工業協会には、行政当局からの最新情報の共有と部会メンバーの情報交換・ノウハウ共有により業界の情報セキュリティの向上を図る「情報セキュリティ対応部会」という組織があります。花王はこの「情報セキュリティ対応部会」に参加することで業界活動に貢献しています。

また、独立行政法人情報処理推進機構(IPA)が主催する「サイ

バー情報共有イニシアティブ(J-CSIP)」と警察庁が主催する「サイバーインテリジェンス情報共有ネットワーク」の2つの情報共有ネットワークに参加しています。この情報共有ネットワークは、自社に対する標的型攻撃メール等のサイバー攻撃を事例として共有することで、参加企業に対策を促すものです。花王も事例を報告し情報共有することで、サイバーセキュリティ対策に貢献しています。

具体的な取り組み

第1四半期：計画策定・見直し

「個人情報取扱いガイドライン」改定

日本

「マイナンバー制度」の導入に伴い、番号法を遵守するために「個人情報取扱いガイドライン」を改定し、2016年1月1日から施行しています。

今回の改定では4章に「個人番号の取扱い」を追加し、別紙に

法律規定の個人番号利用事務について記述しています。これにより、マイナンバーの取得、利用、提供、保管・破棄と安全管理措置が社内ルールで明確になりました。

第1四半期：計画策定・見直し

個人情報漏洩時対応

日本

花王ではリスク・危機管理委員会のもとで、会社に大きな影響があるリスクを洗い出し、そのリスクの回避や対応を策定しています。その中で、個人情報漏洩も大きなリスクとしてとらえられており、情報セキュリティ委員会事務局が中心となって対

応策を策定しています。2017年からは個人情報漏洩の対応訓練や個人情報に関する委託の再委託先の管理強化を検討しています。

第1四半期：計画策定・見直し

GDPR対応

グローバル

EUの一般データ保護規則(GDPR: General Data Protection Regulation)が2018年5月25日に施行されます。GDPRは個人データの処理と移転に関する法律で、厳しい規制と罰則が特徴となっています。

花王グループではGDPRに対する対応を欧州花王グループが

中心となってプロジェクトで進めています。プロジェクトのスケジュールはフェーズ1：現状把握と計画策定(2017年第1四半期まで)、フェーズ2：対応方法構築(2017年中)、フェーズ3：テスト運用・社内教育(2018年第1四半期+第2四半期)です。

第2四半期：啓発活動

標的型攻撃メール訓練の実施

日本

2016年も2015年に引き続き、5月に16,719人を対象に標的型攻撃メールの訓練を行ないました。4月に社内ポータルサイトで標的型攻撃メールに対する注意喚起を行ない、その後5月に「月例会(2016年4月)議事録」と「2016年4月医療費通知のお知

らせ」という添付ファイル付きのメールを送付するというものです。

今回で2回目の標的型攻撃メール訓練となりますが、引き続き訓練を実施する予定です。

第3四半期：自己点検・委託先監査

「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」による評価

日本

日本のサイバーセキュリティに対する考え方と花王の考え方が合致しているかを確認し、花王はどこまでできているか、課題は何かを確認することを目的に、「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」の「重要10項目」について情報セキュリティ委員会

で評価を実施しました。これは、経済産業省が独立行政法人情報処理推進機構とともに策定したガイドラインです。結果は6項目が優良、4項目が合格ラインの評価となりました。

第3四半期：自己点検・委託先監査

自主パトロールを実施

日本

毎年、各部門のトレードシークレット (TS) 推進委員と個人情報管理責任者が、自部門の機密情報や個人情報の管理状態を「自主パトロール」しています。

2016年から情報セキュリティのマネジメントサイクルの標準化の一環として第3四半期の7月に実施しました。

その結果を受けて、2017年の改善目標はトレードシークレットについては守るべき情報を明確にするための「部門機密情報リストの見直しの徹底」、個人情報については常に最新情報を維持するための「個人情報取扱い管理台帳への登録の徹底」としました。

第3四半期：自己点検・委託先監査

個人情報保護の徹底

日本

日本花王グループ各社が取得した個人情報は、それぞれの会社またはグループ外の委託先等の情報システムにて管理されています。他社での大規模な個人情報の流出事件を受けて、グループ会社および委託先等の情報システムにおける個人情報の管理

状況をあらためて確認し、セキュリティの維持・改善を行っています。

2016年は、164社に対して委託先書面監査を実施し、個人情報の管理状況を確認しました。

第4四半期：改善活動

「第23回TS・個人情報保護推進会議」を開催

日本

日本花王グループでは、各部門のTS推進委員と個人情報管理責任者が出席するTS・個人情報の保護推進を目的とした会議を定期的で開催しています。

2016年10月開催の「第23回TS・個人情報保護推進会議」に

は195人が参加し、弁護士の講師が他社での具体的な事例を交えて「秘密情報の保護と管理」と題して営業秘密の法的保護要件や秘密情報の管理のポイントについて説明しました。

第4四半期：改善活動

社員向け啓発資料の標準化

日本

花王(株)、(株)カネボウ化粧品、花王グループカスタマーマーケティング(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、カネボウ化粧品販売(株)の5社で使用する社員向けの情報セキュリティ啓発資料の標準化に着手しました。情報セキュリティに関する規程の「機密情報取扱いガイドライン」「個人情報取扱いガイドラ

イン」「ITセキュリティガイドライン」のポイントをわかりやすく説明することで、規程に対する理解を深めることが目的です。

啓発資料は共通の標準版と各社固有の拡張版の2部構成を構想しています。拡張版には、販売会社特有の店頭活動における規程の遵守例なども掲載する予定です。

知的財産の保護と権利活用【DMA】

花王のアプローチ

花王では、「知的財産(知財)を通じた事業貢献」を実現すべく、知的財産部と各研究所との協働により研究開発成果の保護と権利活用に取り組んでいます。

社会的課題と花王のアプローチ

研究開発のグローバル化の進展に伴って、花王(株)および国内外グループ会社での一体となった知財活動が従来以上に求められており、それに応えるべく知財活動における連携を強化し

ています。

また、オープンイノベーションの加速を担保すべく、技術契約の支援機能を強化しています。

方針

花王では、研究開発の成果を特許権、意匠権などの「産業財産権」として確保し、事業活動を推進しています。

特に技術開発力という重要な企業価値の指標となる特許権については、知的財産部が中心となり、幅広い分野で戦略的出願を進めています。

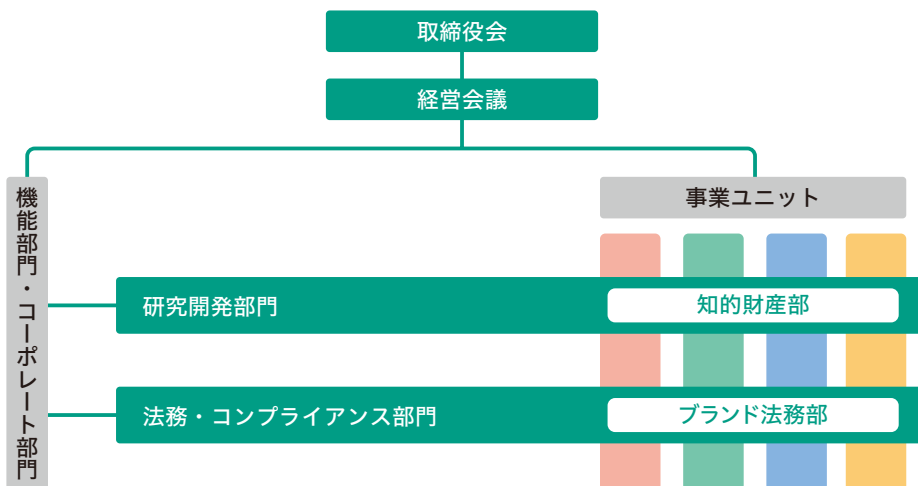
意匠権や商標権については、ブランド法務部(意匠権の一部は知的財産部)が事業部門と密接に協力し、費用対効果を勘案しながら出願や管理を担当しています。

海外でも積極的な権利取得を進め、国内外共に他社による権利の侵害があった場合は、法令に則り厳正に対処しています。近年は、アジア地域を中心とした模倣品対策にも注力しています。

一方で、研究開発の初期段階から他社の産業財産権を侵害しないように開発を進める、新製品の発売前に再度、他社特許等を確認し、必要に応じて対応するなど、他社の権利を尊重し、侵害しないしくみを国内外共に強化しています。

体制

産業財産権管理体制



教育と浸透

研究員が主体的に知財活動に参加できるよう、経験年数・役割などに応じた手厚い知財教育プログラムを用意し、継続的に改善を加えています。2016年にはのべ約700人の研究員が知

財教育プログラムに参加しました。また、教育効率の向上のためにeラーニングを本格導入しました。

中長期目標

- ・量と質との両面で最適化された自社特許ポートフォリオを構築し続け、積極的に活用する。
- ・第三者との知財トラブルの発生防止を効果的・効率的に担保する。



2016年の実績

積極的な発明発掘および権利活用により、2016年の新規特許出願数は前年比約120%となり、特許ライセンス収入も前年比で増加しました。

ステークホルダーとの協働

知財行政の最新動向を把握するため、日本国特許庁および欧州特許庁の管理職と直接対話の機会を持っています。

また、グローバルな知財実務の理解を深めるため、主要国・

地域(欧州・米州・中国・韓国・台湾)および複数の新興国の特許代理人と直接対話の機会を持っています。

具体的な取り組み

他企業との知的財産問題への対応

グローバル

特許などの知的財産権を重要な経営資源と位置づけ、その適性かつ効果的な活用に努めています。また、他企業との知財問題については、可能な範囲で話し合いによる解決に努めています。

米国P&G社とは、花王が海外で保有するヘアカラー分野の

特許群を有償でライセンス供与することについて約3年間にわたる話し合いの末、合意に達しました。このライセンス契約の効果は過去にさかのぼるものであり、またP&G社がヘアカラー事業を他社に譲渡した場合の条件も含む内容となっています。

職務発明の報奨

グローバル

職務発明についての報奨制度は、自社研究員に対して、事業に貢献した重要な発明の創出をたたえ、さらなる発明活動へのモチベーションとする観点から重視しています。報奨の内容は、自社で実施して優れた成果を上げた特許等について与えられる社内実施報奨と、第三者にライセンス供与することで大きな収入が得られた特許等について与えられるライセンス収入報奨からなります。

2016年も発明の社内実施およびライセンス収入に基づく報奨を行ない、これで花王(株)として制度開始以来17年連続で社内実施およびライセンス収入についての報奨実施を行なったこととなりました。報奨授与の式典では毎年、対象発明者に対して社長自ら感謝と激励の言葉をかけています。

なお、職務発明制度は国別に対応が必要であり、海外グループ会社での報奨制度の整備も継続して進めました。

グローバルでの産業財産権管理の推進

グローバル

海外グループ会社での研究開発の成果を適切な産業財産権として確保することは、“よきモノづくり”をグローバルに実現し、現地の生活者・顧客のニーズに応えるための重要なステップと考えています。そのため、海外グループ会社の研究員の知財教育をはじめとする、現地での知財活動の支援に注力するとともに、花王(株)および国内外グループ会社の知財担当者間の交流

と相互啓発の場を積極的に設け、また共同で仕事を進めるしくみを取り入れています。

これらの取り組みを反映して、2016年には海外6カ国のグループ会社から新たな特許出願がなされました。海外で生まれた特許出願に基づく権利取得・権利活用にあたっては、全体としての資産価値を高めるべく、連携を深めています。

新興国での模倣品問題への対応

グローバル

新興国での事業展開においては、現地で受け入れられる製品ほど、模倣品が急速に広まるリスクがあり、模倣品の実態を把握し適切な対策をとることが重要な課題となります。模倣品の中には安全性が懸念される製品もあり、そのような場合、模倣対象となった花王製品のブランド価値を保護するだけでなく、現地の生活者の健康・安全を守るうえでも、対策が急がれます。

特に、日本と比べて知財関連訴訟の件数が多く、訴訟社会と

もいわれる中国においては、模倣品問題の解決のためには訴訟によって毅然とした態度をとることもあります。模倣品対策の一貫として現在、北京および上海の知識産権法院(知財専門の裁判所)において、花王の保有する特許権が侵害されたことを理由に、現地メーカーに対する差し止め・損害賠償などを求める特許権侵害訴訟を遂行中です。

商標、意匠の管理

グローバル

花王では、商標権と意匠権(意匠権の一部は知的財産部)については、法務・コンプライアンス部門に属するブランド法務部が担当しています。新規のネーミングやデザインについて、他社の権利を侵害しないよう事前調査を十分に行なうとともに、当社のブランド価値を守るため、より広い権利の確保に努めています。

特に商標業務の機能は事業部門との連携が重要です。そのため、花王(株)本社のほか欧米4カ所に拠点を置き、事業部門と

の円滑なコミュニケーションをグローバルに図っています。また、開発スケジュールに従いタイムリーにネーミングを決定できるよう、ネーミング創作の開始から商標出願、決定に至るまでの全体スケジュールの立案と進捗の管理も行なっています。

近年増加する模倣品に対しては、ECサイトなど市場の監視を強化するとともに、行政当局やECサイト運営者、業界各社との連携を図り、早期に排除する体制を整えています。

リスクと危機の管理【2,14,45,46,49,DMA】

花王のアプローチ

花王は、事業活動全般にわたり生じ得るさまざまなリスクに対して、リスク顕在化の防止と、万一リスクが顕在化した場合にも被害・損害を極小化することを目的に、事業環境の変化に適切かつ迅速に対応できるリスクと危機の管理をめざしています。

社会的課題と花王のアプローチ

事業のグローバル化に伴い、経営環境の複雑性、不確実性が増しています。また、ソーシャルメディアなどの発展に伴い、リスクが顕在化した場合の事業活動への影響は、その規模、スピード共に増大する傾向にあります。

このような現状を踏まえて、花王は、2015年から主要リスクに対して、「業務運営リスクだけでなく、戦略リスクも含めた管理領域の拡大」「コーポレートリスクの選定と管理体制の導入」「危機発生時の対応体制の強化と危機意識の醸成」の3つを進めています。

主要リスク

- ・消費者・顧客のニーズの変化に対応できない
 - ・重大な品質トラブルや商品の安全と安心に対する懸念の発生
 - ・自然災害・事故などによる商品供給への支障
 - ・重大な法令違反や法規制の変更・追加による事業活動の制約
 - ・機密情報や個人情報の漏洩
- など

方針

花王は、経営目標、事業活動に悪影響を与える可能性を「リスク」、この「リスク」が顕在化することを「危機」とし、「リスク及び危機管理に関する基本方針」に基づいて、花王グループの事

業活動全般にわたり生じ得るさまざまなリスクと危機を適切に管理します。

体制

花王グループのリスクと危機の管理は、これを担当する執行役員を委員長とする「リスク・危機管理委員会」において、管理体制と運用計画を定めています。各部門、子会社、関係会社は、この運用計画に基づいて、リスクを把握・評価し、対応策を策定・実行することでリスクを管理します。また、経営会議において、花王への影響が大きく、経営上重要なリスクを「コーポレートリスク」と定め、指名された責任者（執行役員）が対応策を策定・実行することで全社的なリスク対応の強化を図っています。

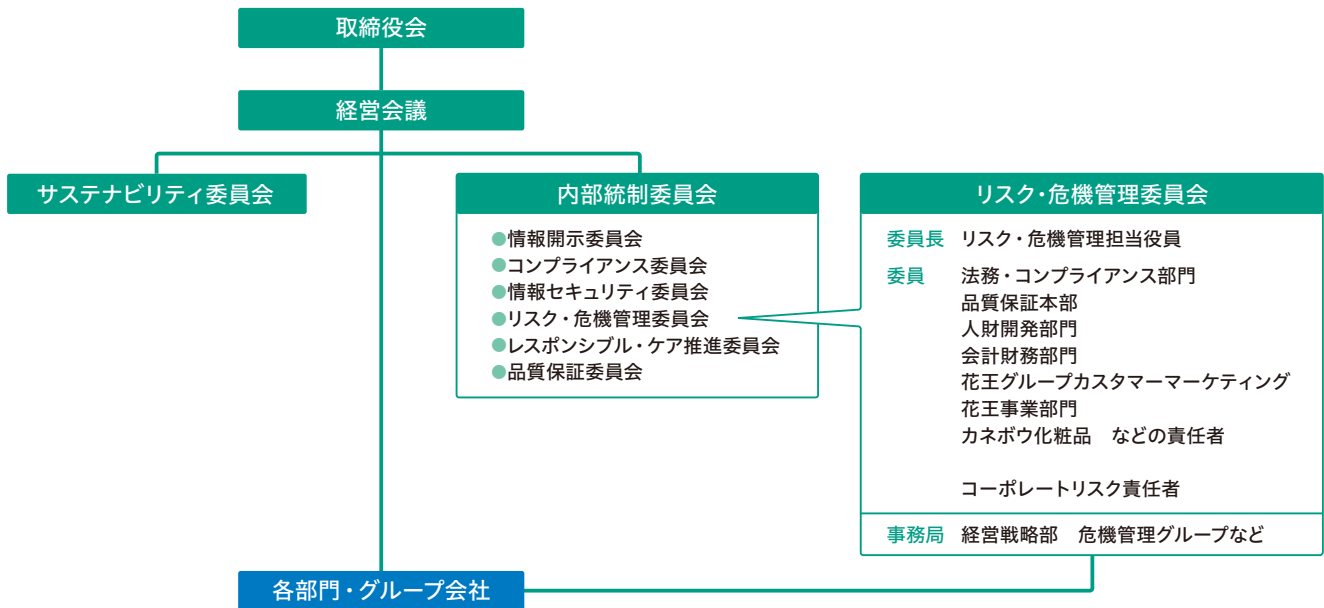
なお、危機発生時には、コーポレートリスクについてはその責任者が、その他リスクについては所管する部門または子会社、

関係会社を中心となって対応組織を立ち上げます。さらに、グループ全体への影響の重大さに応じて、代表取締役社長執行役員などを本部長とする対策本部を設置し、被害、損害をできるかぎり小さくするために迅速に対応します。

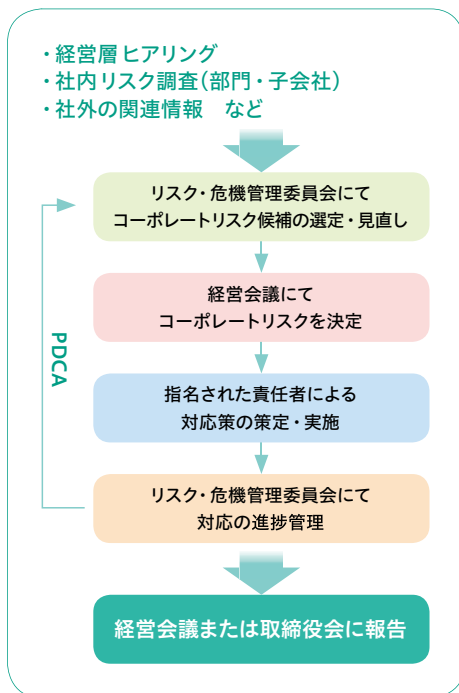
リスクと危機の管理の有効性については、内部統制委員会で確認しています。また、上記の活動については、定期的および必要の都度、経営会議または社外取締役を含む取締役会において報告・審議を行なっています。

リスクと危機の管理 [2,14,45,46,49,DMA]

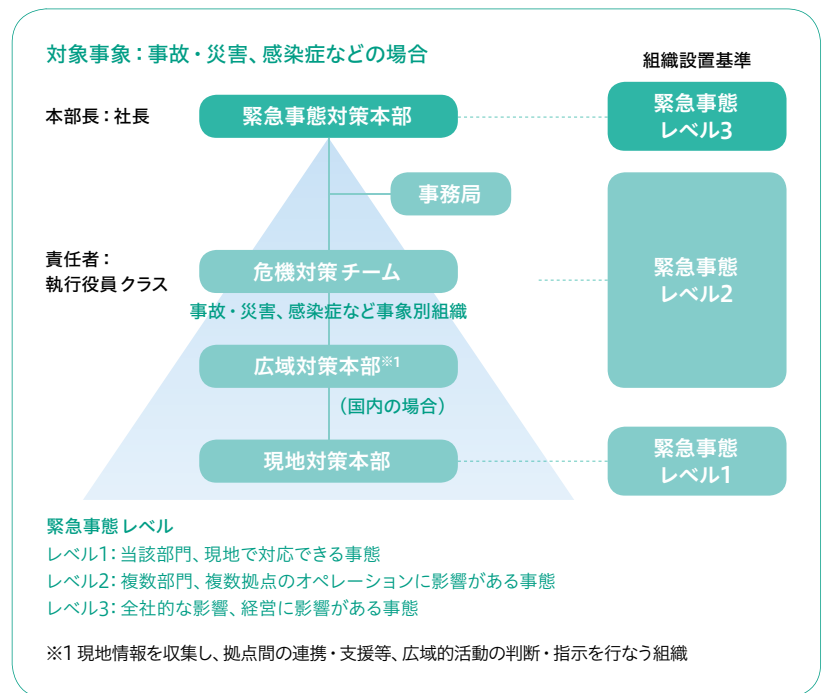
リスクと危機の管理体制



コーポレートリスクの運営



危機発生時の体制(一例)*



* 危機発生時の体制

花王グループでは、発生事象の花王グループに及ぼす影響の重大さから、危機対策チームの責任者が緊急事態レベルを評価し(事故・災害、感染症などの事象発生時にはレベル1~3で評価)、レベルに応じた組織を設置して発生事象に対応します。

教育と浸透

リスク・危機管理委員会で定められた主要リスクの管理体制の周知徹底は、国内部門、国内外の子会社、関係会社に対して、リスク・危機管理部門担当者を通じて行なっています。また、必要に応じて説明会などを実施しています。

一般社員に対しては、社内ポータルサイトをを用いて、主要リスクが顕在化した際の緊急連絡先や対応体制を示し、定期的お

よび必要に応じて、海外安全、感染症、情報セキュリティなどに関する注意喚起と情報提供を実施しています。

一方、定期的に緊急時の通報訓練、安否確認訓練、社外対応訓練などを実施することで、危機発生時の対応力の強化と危機意識の醸成を進めています。

中長期目標

花王グループ中期経営計画「K20」を推進する上で、リスクと危機の管理を、一段高いレベルで進めることが求められます。

そのため、これまでのリスク・危機管理に加えて、コーポレー

トリスクの適切な管理、海外子会社・関係会社のリスク対応の強化、および危機発生時の対応体制の強化を推進し、リスクと危機の実効性のある管理をめざします。

2016年の実績

2016年は、リスク・危機管理委員会の進捗管理のもと、コーポレートリスクへの対応を強化しました。コーポレートリスクには、これまでも対応強化を進めてきた、大規模地震などの自然災害やパンデミックなどの事業継続に影響を与えるリスクだけでなく、経営戦略にかかわるリスクなども含まれており、これらリスクについて対応体制の構築、課題の把握と具体的なリスク低減策を策定し、必要に応じてガイドライン、行動計画などの規定類の策定と見直しを進めました。新たに対応体制を構築したリスクについては、対象となる部門、子会社、関係会社に対して説明を行ない、合わせて社内ポータルサイトへこれらの情報を掲載することにより、危機対応の周知徹底を図りました。

さらに、リスクに関する正しい理解と危機発生時に適切かつ迅速に対応できることを目的とし、2016年10月より、まずは国内グループ社員向けに、リスクと危機に関する情報を「危

機管理通信」として、月1回社内ポータルサイトでの掲載を始めました。

一方、緊急時の通報訓練、安否確認訓練などを実施することで、危機発生時の対応力の強化と危機意識の醸成を進めています。

2016年の主な訓練

- ・大規模地震を想定した、緊急時通報訓練(国内2回実施)
- ・大規模地震を想定した、安否確認訓練(国内グループ全社員を対象に2回実施)
- ・工場の火災・爆発事故を想定した、社外対応訓練(国内3工場で実施)
- ・海外拠点から日本本社への緊急時通報訓練(海外25拠点にて実施)

レスポンシブル・ケア活動【14,15,50,DMA,LA10】

花王のアプローチ

日々の安全確保と環境保全を図るため、化学に携わる企業の自主管理活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」に取り組んでいます。

社会的課題と花王のアプローチ

製品の安定供給、その品質や安全性の確保、安全で衛生的な労働環境の提供、事業活動による環境負荷の低減は、国内外に拠点を設け、幅広い産業界に多種多様な素材・製品・システムを提供する化学メーカーとして、果たすべき重要な社会的責任です。

こうした考えのもと、花王は、化学産業界の自主的な環境・健康・安全を確保する活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」を推進することで、社会との信頼関係の構築、持続可能な社会づくりをめざしています。

方針

花王は、商品の開発・生産・物流・使用・廃棄・リサイクルまでの事業の全段階において、人の安全と環境の保全に十分配慮し、サステナブルな社会の実現に貢献していくことを理念に掲げています。

1995年の日本レスポンシブル・ケア協議会設立当初から「レスポンシブル・ケア(RC)活動」に参加しており、2008年には当時の尾崎社長が「RC世界憲章」の支持宣言書に、さらに2014年には澤田社長が改訂された「RC世界憲章」にそれぞれ署名を行ない、RC活動を花王グループ全体で推進していくことをコミットしています。

化学産業界の「環境・安全・健康」に関する自主管理活動「レスポンシブル・ケア(RC)活動」の基本項目※の考え方に則った「花王レスポンシブル・ケア方針」を定め、協力会社を含めた花王グループ全体で毎年目標を策定し、年間計画に基づいた活動を継続的に行なっています。

※ レスポンシブル・ケア(RC)活動の基本項目
「環境保全」「保安防災」「労働安全衛生」「化学品・製品安全」「物流安全」の5つの推進項目と「社会とのコミュニケーション」

⇒花王レスポンシブル・ケア方針
http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_05_00.html

体制

レスポンシブル・ケア推進委員会は、社長が委員長を務める内部統制委員会内の一委員会として位置づけられています。委員長をサステナビリティ推進部長が務め、日本国内の8つの推進部門※の代表に加え、4部門の代表と品質保証本部の担当を加えた委員14人で構成しており、毎年1回開催しています。事務局はサステナビリティ推進部RC推進グループと品質保証本部

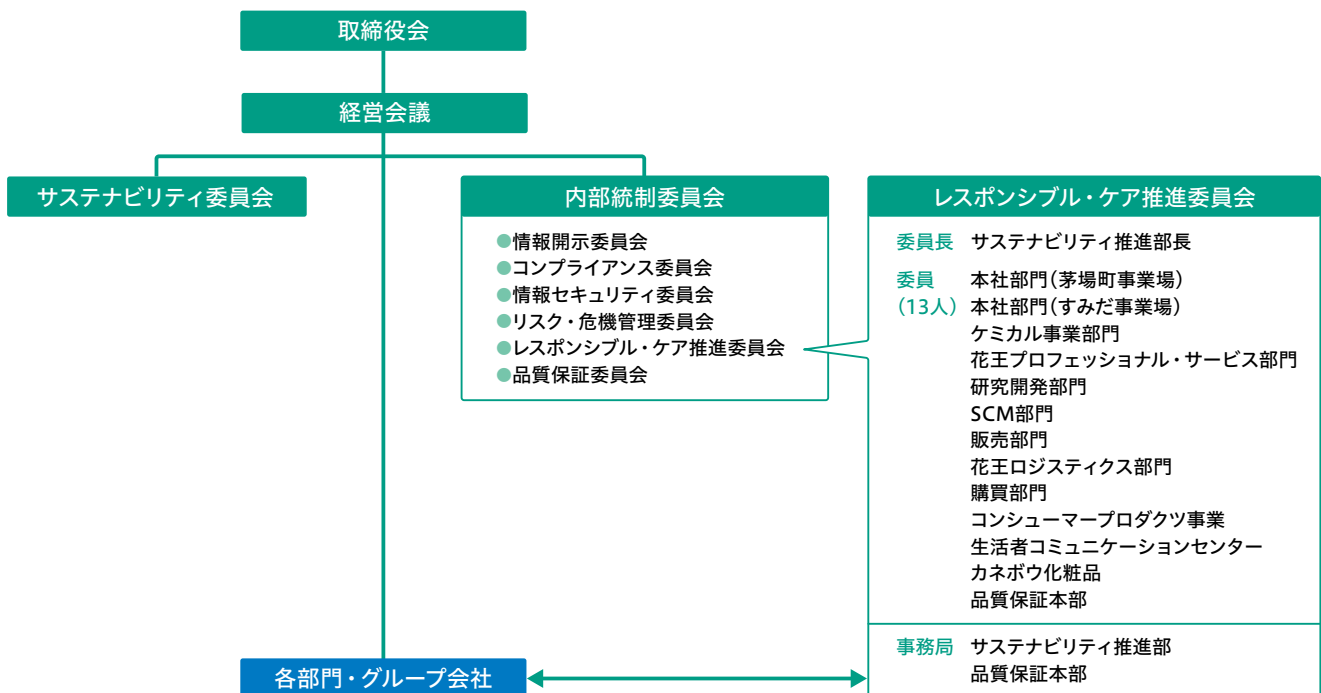
が務めています。

花王(株)を含む花王グループ内各ケミカル会社は、各国の化学工業会に参画しRC活動を推進しています。

※ 8推進部門

本社部門(茅場町事業場)、本社部門(すみだ事業場)、ケミカル事業部門、花王プロフェッショナル・サービス部門、研究開発部門、SCM部門、販売部門、花王ロジスティクス部門

RC推進体制



教育と浸透

グローバル

RC推進事務局や各推進部門のRC担当者は、社員や協力会社の社員を対象に、環境や労働安全衛生活動などのRC教育を定期的に行っています。

2016年にRC推進事務局が社員を対象に実施したRCの集合教育は46回、のべ622人(国内22回、468人/海外24回、154人)が参加しました。

中長期目標

グローバル

花王は2020年にグローバルでトップレベルの安全確保と環境保全を満たす企業になるべく、日々のRC活動を推進しています。

ステークホルダーとの協働

グローバル

花王グループ各社はRC活動の基本項目の一つである「社会とのコミュニケーション」に則り、積極的にステークホルダーとの交流等、さまざまな活動を実施しています。

→P99「コミュニティ>社会貢献活動 全体像」

具体的な取り組み

RC活動の標準化

グローバル

日本国内の8推進部門およびすべての海外関係会社は、RC推進委員会で決定された花王RC目標をもとに、それぞれの業務内容や業種・業態に応じた活動計画を立案し、RC活動を推進しています。

花王グループ各社はこのような推進体制で、RC活動のPDCA(Plan-Do-Check-Act)サイクルの確認、向上を図っています。

毎年9月に開催する「花王グループRC推進委員会」では、活動方針の徹底やマネジメント体制の強化に関する施策を討議するほか、花王グループの中期目標と8月に行なうRC事務局監査の結果をもとに、次年の数値目標と活動目標を審議します。

10月に開催する「グローバルRCミーティング」では、RC推進事務局から「花王グループRC推進委員会」で決められた花王グループの中期および次年目標の説明を行ない、各社に次年の目標と計画の策定を依頼します。各社からはRC活動状況を発表し、グループ間での情報の共有を図ります。

12月に開催する「日本RCミーティング」では、「花王グループRC推進委員会」で決められた花王グループの数値目標と活動目標をもとに、各推進部門のRC推進委員が次年の計画案を発表し、一つひとつ審議します。この会議で承認された内容は、RC推進委員が各推進部門に持ち帰り、推進部門ごとにより細かく設

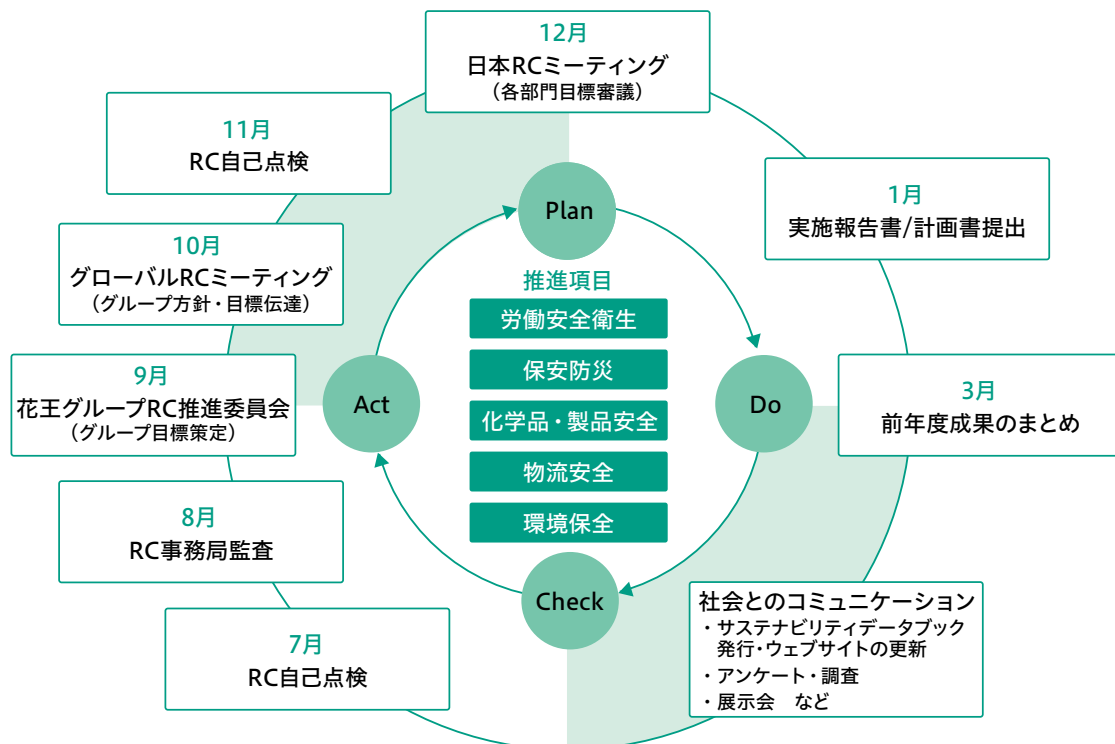
けた活動ユニットへ伝えることで、現場に密着した活動の継続的な改善・レベルアップを図っています。

2016年は9月14日に「花王グループRC推進委員会」を開催しました。事務局からは2016年のRC目標に対する花王グループ全体の上半期の実績やRC事務局監査結果を報告しました。また、推進部門から各部門での推進活動状況を発表し、最後に審議事項として、2017年の花王グループRC目標が承認されました。

10月3～5日には「グローバルRCミーティング」を和歌山工場で開催し、日本以外では13のグループ会社(前年13会社)から16人が参加しました。会議では花王グループのRC活動方針の理解を深め、2017年の目標の確認を行なうとともに、RC活動の活性化とレベルアップを目的に各社のRC活動の状況確認とアドバイス、強み弱みの理解、ベストプラクティスの共有、グローバルRCメンバーのコミュニケーション強化を図りました。また、2016年は、マザー工場である和歌山工場で開催したため、生産施設の見学を取り入れました。安全対策などについて現場で直接担当者から説明を受け、具体的な活動の理解が深まりました。

12月5日の「日本RCミーティング」では、各推進部門のRC推進委員が2017年の計画案を発表し、審議・承認されました。また事務局から2016年の環境・安全の実績報告を行ないました。

RC活動の年間サイクル



環境・安全データベースなどを活用

グローバル

花王は、環境負荷の低減や労働災害・事故発生数の低減を図るための環境・安全データベースである「環知安システム」※を構築して運用しています。

このシステムでは、花王全体の温室効果ガスの排出量や労働災害の発生度数率・強度率などを自動算出することができ、環境負荷低減や労働災害防止に活用しています。

グループでより効率的に環境・安全データを利用するために、

2018年をめどに、新しいシステムへの移行を検討しています。

※ 環知安システム

エネルギー使用量、温室効果ガス排出量、ばい煙排出量、水使用量、排水量、排水濃度測定結果、土壌・地下水測定結果、PRT法対象化学物質の取扱量および排出量・移動量、廃棄物等の発生量・排出量・最終埋立処分量、労働災害統計、交通事故統計など、多様なデータを共有している。

RC事務局監査実施状況

グローバル

花王は、RC活動の進捗状況や課題を把握するために、7月に各推進部門が活動ユニットに対してRC自己点検を、8月にRC推進事務局が国内の各推進部門および海外グループ会社に対して、RC推進委員会事務局より選出された監査チームが監査を実施しています。

また、これらの結果を9月の「花王グループRC推進委員会」で報告するとともに、翌年の数値目標や活動目標の策定に活かしています。

2016年は7月から8月にかけて、国内8推進部門、海外は安全と環境面の影響度を配慮して工場を持つグループ会社20社（前年より3社増加）※に対して、チェックシートを用いてRC事務局監査を実施しました。

日本については、各推進部門と対面で法的要求事項・基準等の遵守状況、計画の進捗状況や数値目標の達成状況などを確

認しました。2015年の監査で指摘したリスクアセスメント、法的要求事項の特定、教育訓練を進める手順や基準、実施記録などに改善が見られました。

海外については、チェックシートを送付し、その回答結果について書類監査を実施しました。特に労働安全のリスクアセスメントや、廃棄物の削減計画にリスクを特定したので、それぞれの改善計画を依頼しました。

なお、これら監査結果（下表参照）はRC推進委員会およびグローバルRCミーティングにて報告しました。

※ 上海花王、上海佳麗宝化粧品、花王（合肥）、上海花王化学、花王（上海）化工、葫芦島錦星鑄造材料、花王（台湾）、花王（ベトナム）、ピリピナス花王、花王タイ実業、ファティケミカル（マレーシア）、花王（インドネシア）、花王インドネシア化学、花王USA、花王スペシャルティーズアメリカズ、キミ花王、花王マニュファクチュアリングジャーマニー、ドイツ花王化学、モルトンブラウン、花王（スペイン）

RC事務局監査実績（2016年）

	SCM部門	研究開発部門	事業部門	コーポレート部門	国内グループ会社※1	海外グループ会社※2
設問数	154	128	181	368	438	3,524
継続観察が必要な項目	2	4	3	7	14	—
評価平均点（5点満点）	4.87	4.96	4.73	4.38	4.51	4.16

※1 国内グループ会社

花王プロフェッショナル・サービス（株）、花王グループカスタマーマーケティング（株）、花王カスタマーマーケティング（株）、カネボウ化粧品販売（株）、花王ロジスティクス（株）

※2 海外グループ会社

20社（アジア13、欧米7）

Topic

花王ロジスティクス(株)が「レスポンスブル・ケア(RC)賞」の大賞を受賞

花王ロジスティクスが「配送業務の交通事故削減と環境負荷低減をめざした取り組み」で、一般社団法人日本化学工業協会「第10回RC賞」の大賞を受賞しました。花王グループからの受賞は、2014年から3年連続となります。今回の受賞は、花王ロジスティクスが「日本一安心して安全な物流会社をめざして」を旗印に、10年以上にわたって推進してきた交通事故撲滅と省エネの活動の成果が高く評価されたものです。



表彰式

国際マネジメントシステム認証状況

グローバル

花王は、RCマネジメントシステムを全拠点を対象に導入していますが、環境の国際規格であるISO14001、労働安全衛生の規格であるOHSAS18001の認証や各国の認証も受けています。

ISO14001等認証取得状況(環境関係)

外部認証を受けている工場の割合は95%です(総生産量重量基準)。

活動の標準化・高度化をめざし、個別工場で取得している認証の統合を実施してしており、日本とアジアの15工場で完了しました。今後、統合する工場を増やすとともに、認証取得拠点の拡大も実施していきます。

OHSAS18001等認証取得状況(安全衛生関係)

労働安全衛生のマネジメント規格は、国内と比較して労働災

害が多く、労働管理の強化が必要な海外の工場を取得を推進しており、その割合は35%です(総生産量重量基準)。今後は認証取得工場の拡大を検討していきます。

ISO9001認証取得状況(品質関係)

外部認証を受けている工場の割合は95%です(総生産量重量基準)。今後、認証取得工場を拡大していきます。

外部認証取得一覧

→「ISO等認証取得一覧」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_02_11.html

外部評価

SRIインデックスへの組み入れおよび評価 (2017年5月1日現在)

グローバル

SRIインデックス

花王は、世界の代表的な社会的責任投資(SRI)指標である「Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World)」の構成銘柄に3年連続で選定されました。このほかにも世界の主要なSRIインデックスに継続的に組み入れられています。



→FTSE4Good 指数シリーズ

http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp

→MSCI

<https://www.msci.com/esg-integration>

→MS-SRI モーニングスター社会的責任投資株価指数

<http://www.morningstar.co.jp/sri/index.htm>

評価

花王は、英国のNPOであるCDPが環境対応について行なった調査で、水資源に関する積極的な取り組みが高く評価され、最高評価である「CDPウォーター2016 Aリスト企業」に選定されました。また、米国の企業倫理専門のシンクタンクEthisphere Instituteが実施しているWorld's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)に11年連続で選定されています。



2016年外部表彰・外部評価一覧

グローバル

社会のサステナビリティへの貢献をめざす花王グループのさまざまな取り組みは、高い評価を受けています。

エコロジー

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2016/02	花王サニタリー プロダクツ愛媛(株)	資源循環型社会のモデルとなるようなりサイクル製品を製造販売し、廃棄物の発生抑制・再利用・再資源化に積極的に取り組んでいる事業所として「優良循環型事業所」に認定	愛媛県
2016/09	ピリピナス花王 (フィリピン)	研究サンプル由来の廃棄物の削減に対し、第36回生産性向上全国会議において「優秀改善賞」を受賞	Quality and Productivity association of the Philippines, Inc.
2016/10	花王(株)	The Corporate Information Transparency Index (CITI)によるグリーンサプライチェーンランキングにおいて、所属するパーソナルケア産業で1位を獲得	IPEおよびThe Sustainability Consortiumなど3団体
2016/11	花王カスタマー マーケティング(株)	地球温暖化防止につながる生活の実践・普及に向けた、消費者への継続的な環境コミュニケーション活動に対し「地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞	環境省
2016/12	花王(株)	花王とイオンによる異業種同士のトレーラー中継輸送による乗務員の業務効率改善とCO ₂ 排出量の低減の取り組みが「経済産業大臣表彰」を受賞	経済産業省、国土交通省、公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会、一般社団法人日本物流団体連合会
2016/12	花王(株)	水資源に関して、さまざまなステークホルダーと協働で行なう“いっしょにeco”の活動が高く評価され、「CDPウォーター2016 Aリスト企業」に選定	CDP

コミュニティ

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2016/02	花王(株)	字幕付きテレビコマーシャルの本格放送への推進活動が、難聴者向けのみならず、高齢化社会に向けての先駆者としての取り組みであるとして「第1回ACAP消費者志向活動表彰『消費者志向活動章』」に選出	公益社団法人 消費者関連専門家会議
2016/05	花王(株)	食器用洗剤「キュキュット ワンッシュクリアジェル」の片手で洗剤を適量計量できる使い勝手のよさが高く評価され「ワールドスター賞」を受賞	世界包装機構
2016/06	花王(株)	ユニバーサルデザインの考え方に基づく使いやすさと環境配慮を両立した「つめかえ用ラクラクecoパック」の開発により、「第40回木下賞 新規創出部門」を受賞	公益社団法人 日本包装技術協会
2016/08	ニベア花王(株)、 花王(株)	制汗剤「8×4 ワキ汗EX クリームカプセル」が、個包装による使いやすさ・衛生性等を消費者へ提供したことにより、「2016日本パッケージングコンテスト」で「日本包装技術協会会長賞」を受賞。また、花王グループのほか4製品も受賞。	公益社団法人 日本包装技術協会
2016/11	花王(株)	動物実験に頼らない安全性評価へ向け、独自に開発した「眼刺激性試験代替法STE試験」がOECDテストガイドラインに収載されたことを受け、「学会賞」を受賞	日本動物実験代替法学会

カルチャー

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2016/01	花王(株)	従業員などの健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業として「健康経営銘柄」に選定	経済産業省および 東京証券取引所
2016/03	花王(株)	企業倫理、ガバナンス、社会的責任、市民活動、企業風土の観点から、倫理的に優れた企業を顕彰する「世界で最も倫理的な企業2016」に10年連続選定	Ethisphere Institute
2016/06	花王(株)	さまざまな仕事と子育ての両立支援施策とその実績に対し、「優良な子育てサポート企業」として「プラチナくるみん認定」を取得	厚生労働省
2016/06	ドイツ花王化学	きめ細かいマネジメントシステムによる社員の健康づくりのための取り組みが評価され「ヘルス マネジメント コンペティション」で第2位に選出	ドイツ ノルトライン＝ ヴェストファーレン州
2016/08	花王(株)	多くの女性技術者を長年育成するとともに、育成活動の定着を図り、女性の職域を拡大した取り組みを表彰する「第3回女性技術者育成功労賞」を受賞	一般社団法人技術同友会
2016/10	花王(株) 和歌山工場	事業場内にある防潮林内へのウォーキングコースの設置等、健康づくりへの取り組みが評価され、「わかやま健康推進企業」に認定	和歌山県

レスポンスブル・ケア活動

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2016/05	花王ロジスティクス (株)	10年以上にわたって推進してきた交通事故撲滅と省エネの活動の成果が高く評価され「第10回レスポンスブル・ケア賞」の大賞を受賞	一般社団法人 日本化学工業協会

独立保証報告書 [33]



独立した第三者保証報告書

2017年4月12日

花王株式会社
代表取締役 社長執行役員 澤田 道隆 殿

KPMG あずさサステナビリティ株式会社
東京都千代田区大手町1丁目9番7号

代表取締役 衛藤 和彦

当社は、花王株式会社(以下、「会社」という。)からの委嘱に基づき、会社が作成した花王サステナビリティデータブック2017(以下、「データブック」という。)に記載されている2016年1月1日から2016年12月31日までを対象とした★マークの付されている環境・社会パフォーマンス指標(以下、「指標」という。)に対して限定的保証業務を実施した。

会社の責任

環境省の環境報告ガイドライン2012年版及びGlobal Reporting Initiativeのサステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版等を参考にして会社が定めた指標の算定・報告基準(以下、「会社の定める基準」という。データブックに記載。)に従って指標を算定し、表示する責任は会社にある。

当社の責任

当社の責任は、限定的保証業務を実施し、実施した手続に基づいて結論を表明することにある。当社は、国際監査・保証基準審議会の国際保証業務基準(ISAE)3000「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」、ISAE3410「温室効果ガス情報に対する保証業務」及びサステナビリティ情報審査協会のサステナビリティ情報審査実務指針に準拠して限定的保証業務を実施した。

本保証業務は限定的保証業務であり、主としてデータブック上の開示情報の作成に責任を有するもの等に対する質問、分析的手続等の保証手続を通じて実施され、合理的保証業務における手続と比べて、その種類は異なり、実施の程度は狭く、合理的保証業務ほどには高い水準の保証を与えるものではない。当社の実施した保証手続には以下の手続が含まれる。

- データブックの作成・開示方針についての質問及び会社の定める基準の検討
- 指標に関する算定方法並びに内部統制の整備状況に関する質問
- 集計データに対する分析的手続の実施
- 会社の定める基準に従って指標が把握、集計、開示されているかについて、試査により入手した証拠との照合並びに再計算の実施
- リスク分析に基づき選定した酒田工場及びKao Industrial (Thailand) Co., Ltd.における現地往査
- 指標の表示の妥当性に関する検討

結論

上述の保証手続の結果、データブックに記載されている指標が、すべての重要な点において、会社の定める基準に従って算定され、表示されていないと認められる事項は発見されなかった。

当社の独立性と品質管理

当社は、誠実性、客観性、職業的専門家としての能力と正当な注意、守秘義務及び職業的専門家としての行動に関する基本原則に基づく独立性及びその他の要件を含む、国際会計士倫理基準審議会の公表した「職業会計士の倫理規程」を遵守した。

当社は、国際品質管理基準第1号に準拠して、倫理要件、職業的専門家としての基準及び適用される法令及び規則の要件の遵守に関する文書化した方針と手続を含む、包括的な品質管理システムを維持している。

以上

GRI/ISO26000対照表 [32]

GRI G4ガイドライン対照表

本報告書には、GRIサステナビリティ・レポート・ガイドラインによる標準開示項目の情報が記載されています。

一般標準開示項目

戦略および分析

項目	指標	サステナビリティ データブック2017での該当箇所
1	組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むための戦略に関して、組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	●トップメッセージ P3
2	主要な影響、リスクと機会	●トップメッセージ ●花王のサステナビリティの考え方：理念 ●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ ●リスクと危機の管理 P3 P6 P8 P180-182

組織のプロフィール

項目	指標	サステナビリティ データブック2017での該当箇所
3	組織の名称	●花王グループ概要(レポート外) -
4	主要なブランド、製品およびサービス	●花王グループの事業分野(レポート外) -
5	組織の本社の所在地	●花王グループ概要(レポート外) -
6	組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国の名称	●花王グループ会社一覧(レポート外) -
7	組織の所有形態や法人格の形態	●花王グループ概要(レポート外) -
8	参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む)	●花王グループ会社一覧(レポート外) -
9	組織の規模 ・総従業員数 ・総事業所数 ・純売上高(民間組織について)、純収入(公的組織について) ・株主資本および負債の内訳を示した総資本(民間組織について) ・提供する製品、サービスの量	●花王グループ概要(レポート外) -
10	・雇用契約別および男女別の総従業員数 ・雇用の種類別、男女別の総正社員数 ・従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力 ・地域別、男女別の総労働力 ・組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者(請負業者の従業員とその派遣労働者を含む)以外の者であるか否かを報告する ・雇用者数の著しい変動(例えば観光業や農業における雇用の季節変動)があれば報告する	●ダイバーシティ&インクルージョンの推進：多様な人材の活躍支援 P137
11	団体交渉協定の対象となる全従業員の比率	- -
12	組織のサプライチェーン	- -
13	報告期間中に、組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して重大な変更が発生した場合	- -

外部のイニシアティブへのコミットメント

14	組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方	●花王のサステナビリティの考え方：事業活動を通じたSDGsへの貢献 ●化学物質 ●品質保証の取り組み ●法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)：ステークホルダーとの協働 ●保安防災：社会的課題と花王のアプローチ/方針/体制 ●保安防災：具体的な取り組み ●情報セキュリティ：方針 ●リスクと危機の管理：体制 ●レスポンス・ケア活動：社会的課題と花王のアプローチ P9 P41-51 P74-77 P93 P155 P157-158 P170 P180-181 P183
----	--	---

15	外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアティブで、組織が署名または支持したものを一覧表示	<ul style="list-style-type: none"> ●トップメッセージ(国連グローバル・コンパクトへの支持) ●花王のサステナビリティの考え方：事業活動を通じたSDGsへの貢献 ●人権への取り組み：方針 ●持続可能で責任ある調達(RSPOへの加盟) ●レスポンシブル・ケア活動(RC世界憲章への支持) 	P3 P9 P120 P125 P183
16	(企業団体など)団体や国内外の提言機関の会員資格を一覧表示	-	-

特定されたマテリアルな側面とバウンダリー

項目	指標	サステナビリティデータブック2017での該当箇所	
17	・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体の一覧 ・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていることはないか	●花王グループ会社一覧(レポート外)	-
18	・報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセス ・組織が「報告内容に関する原則」をどのように適用したか	●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ	P8
19	報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面の一覧	●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ	P8
20	各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリー	-	-
21	各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリー	-	-
22	過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合、その影響および理由	<ul style="list-style-type: none"> ●編集方針：国際会計基準(IFRS)の適用について ●主なサステナビリティ指標：女性管理職比率(2016年にマネジメントの定義を見直し) ●製品ライフサイクル全体のCO₂排出量の推移(一部データを見直し) ●NOx排出量の推移(一部データを見直し) ●容器包装材料使用量の推移(一部データを見直し) ●女性管理職比率(2016年にマネジメントの定義を見直し) 	P2 P19 P26 P51 P61 P137
23	スコープおよび側面のバウンダリーについて、過去の報告期間からの重要な変更	該当なし	該当なし

ステークホルダー・エンゲージメント

項目	指標	サステナビリティデータブック2017での該当箇所	
24	組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧	●花王のサステナビリティの考え方:ステークホルダーコミュニケーション	P12
25	組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準	-	-
26	ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法(種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など)、またエンゲージメントを特に報告書作成プロセスの一環として行ったものか否か	●花王のサステナビリティの考え方:ステークホルダーコミュニケーション	P12
27	ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか(報告を行って対応したものを含む)。また主なテーマや懸念を提起したステークホルダー・グループ	<ul style="list-style-type: none"> ●ユニバーサルデザインの取り組み：具体的な取り組み ●消費者とのコミュニケーション：具体的な取り組み ●法人顧客とのコミュニケーション(コンシューマープロダクツ事業)：ステークホルダーとの協働 ●法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)：ステークホルダーとの協働 ●法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)：顧客企業・代理店との連携 ●社会貢献活動 全体像：ステークホルダーとの協働 ●持続可能で責任ある調達：サプライヤーとの連携 ●社員との対話の推進：社員の声・意識調査「Find」2016の実施とアクションプラン策定 ●情報開示：具体的な取り組み 	P81 P86 P89 P93 P94 P101 P129 P142 P168-169

報告書のプロフィール

項目	指標	サステナビリティ データブック2017での該当箇所	
28	提供情報の報告期間(会計年度、暦年など)	●編集方針	P2
29	最新の発行済報告書の日付(該当する場合)	●編集方針	P2
30	報告サイクル(年次、隔年など)	●編集方針	P2
31	報告書またはその内容に関する質問の窓口		裏表紙
GRI内容索引			
32	・組織が選択した「準拠」のオプション ・選択したオプションのGRI内容索引 ・報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報を報告	●GRI G4ガイドライン対照表	P192-200
保証			
33	・報告書の外部保証に関する組織の方針および現在の実務慣行 ・サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基準 ・組織と保証の提供者の関係 ・最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に関わっているか否か	●編集方針 ●独立保証報告書	P2 P191

ガバナンス

項目	指標	サステナビリティ データブック2017での該当箇所	
ガバナンスの構造と構成			
34	・組織のガバナンス構造(最高ガバナンス組織の委員会を含む) ・経済、環境、社会影響に関する意思決定の責任を負う委員会があれば特定	●花王のサステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 ●コーポレート・ガバナンス：コーポレート・ガバナンス体制	P10 P159
35	最高ガバナンス組織から役員や他の従業員へ、経済、環境、社会テーマに関して権限委譲を行うプロセス	●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ ●花王のサステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制	P8 P10
36	組織が、役員レベルの地位にある者を経済、環境、社会テーマの責任者として任命しているか、その地位にある者が最高ガバナンス組織の直属となっているか否か	●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ ●花王のサステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制	P8 P10
37	ステークホルダーと最高ガバナンス組織の間で、経済、環境、社会テーマについて協議するプロセスを報告する。協議が権限移譲されている場合は、誰に委任されているか、最高ガバナンス組織へのフィードバック・プロセスがある場合は、そのプロセスについて	●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ	P8
38	最高ガバナンス組織およびその委員会の構成	●コーポレート・ガバナンス	P159-164
39	最高ガバナンス組織の議長が執行役員を兼ねているか否か(兼ねている場合は、組織の経営における役割と、そのような人事の理由)	●コーポレート・ガバナンス：取締役および取締役会	P160
40	・最高ガバナンス組織とその委員会のための指名・選出プロセス ・最高ガバナンス組織のメンバーの指名や選出で用いられる基準	●コーポレート・ガバナンス	P159-164
41	・最高ガバナンス組織が、利益相反が排除され、マネジメントされていることを確実にするプロセス ・ステークホルダーに対して利益相反に関する情報開示を行っているか ・最低限、次の事項を開示しているか(役員会メンバーの相互就任、サプライヤーその他ステークホルダーとの株式の持ち合い、支配株主の存在、関連当事者の情報)	●インテグリティ：BCGの改定ほかコンプライアンス関連規程の運用 ●コーポレート・ガバナンス	P117 P159-164
目的、価値、戦略の設定における最高ガバナンス組織の役割			
42	経済、環境、社会影響に関わる組織の目的、価値、ミッション・ステートメント、戦略、方針、および目標、策定、承認、更新における最高ガバナンス組織と役員の役割	●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ ●花王のサステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 ●コーポレート・ガバナンス	P8 P10 P159-164
最高ガバナンス組織の能力およびパフォーマンスの評価			
43	経済、環境、社会テーマに関する最高ガバナンス組織の集会的知見を発展・強化するために講じた対策	●花王のサステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制	P10
44	・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスを評価するためのプロセス(当該評価の独立性が確保されているか否か、および評価の頻度、当該評価が自己評価であるか否か) ・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスの評価に対応して講じた措置	-	-

リスク・マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割			
45	・経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割。この報告には、デュー・デリジェンス・プロセスの実施における最高ガバナンス組織の役割も含まれる ・ステークホルダーとの協議が、最高ガバナンス組織による経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントをサポートするために活用されているか否か	●花王のサステナビリティの考え方：社会的課題と花王のアプローチ ●花王のサステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 ●リスクと危機の管理：体制 ●コーポレート・ガバナンス	P8 P10 P180-181 P159-164
46	組織の経済、環境、社会的テーマに関わるリスク・マネジメント・プロセスの有効性をレビューする際に最高ガバナンス組織が負う役割	●リスクと危機の管理：体制	P180-181
47	最高ガバナンス組織が実施する経済、環境、社会影響、リスクと機会のレビューを行う頻度	-	-
サステナビリティ報告における最高ガバナンス組織の役割			
48	組織のサステナビリティ報告書の正式なレビューや承認を行い、すべてのマテリアルな側面が取り上げられていることを確認するための最高位の委員会または役職	●花王のサステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制	P10
経済、環境、社会パフォーマンスの評価における最高ガバナンス組織の役割			
49	最高ガバナンス組織に対して重大な懸念事項を通知するためのプロセス	●リスクと危機の管理：体制	P180-181
50	最高ガバナンス組織に通知された重大な懸念事項の性質と総数、およびその対応と解決のために実施した手段	●保安防災：高圧ガス保安検査・監査・査察 ●レスポンス・ケア活動：体制	P158 P184
報酬とインセンティブ			
51	最高ガバナンス組織および役員に対する報酬方針	●コーポレート・ガバナンス：取締役、監査役、執行役員員の報酬制度	P163
52	報酬の決定プロセス	●コーポレート・ガバナンス：取締役、監査役、執行役員員の報酬制度	P163
53	報酬に関するステークホルダーの意見をどのように求め考慮しているか	●コーポレート・ガバナンス：取締役、監査役、執行役員員の報酬制度	P163
54	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値（最高給与受給者を除く）に対する比率	-	-
55	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額の増加率について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値（最高給与受給者を除く）の増加率に対する比率	-	-

倫理と誠実性

項目	指標	サステナビリティデータブック2017での該当箇所	
56	組織の価値、理念および行動基準・規範（行動規範、倫理規定など）	●花王のサステナビリティの考え方：理念 ●企業理念の実践のために ●インテグリティ：体制／中長期目標 ●インテグリティ：BCGの改定ほかコンプライアンス関連規程の運用	P6 P109-112 P114-115 P117
57	倫理的、法的行為や誠実性に関する事項について助言を与えるため組織内外に設けてある制度（電話相談窓口）	●インテグリティ：体制／中長期目標 ●インテグリティ：コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用	P114-115 P118
58	非倫理的あるいは違法な行為についての懸念や、組織の誠実性に関する事項の通報のために組織内外に設けてある制度（ライン管理職による上申制度、内部告発制度、ホットラインなど）	●インテグリティ：体制／中長期目標 ●インテグリティ：コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用 ●情報セキュリティ：自主パトロールを実施	P114-115 P118 P175

特定標準開示項目

項目	指標	サステナビリティデータブック2017での該当箇所
DMA	(DMA：Disclosures on Management Approach、マネジメント手法の開示項目) a. 側面がマテリアルである理由を報告する。当該側面をマテリアルと判断する要因となる影響を報告する。 b. マテリアルな側面やその影響に関する組織のマネジメント方法を報告する。 c. マネジメント手法の評価を、次の事項を含めて報告する。 ・マネジメント手法の有効性を評価する仕組み ・マネジメント手法の評価結果 ・マネジメント手法に関連して調整を行った場合、その内容 側面一般と側面固有のDMAをすべて含む	●各報告の「花王のアプローチ」 -

経済

項目	指標	サステナビリティデータブック2017での該当箇所
側面：経済パフォーマンス		
EC1	創出、分配した直接的経済価値	●有価証券報告書(レポート外) -
EC2	気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会	●CO ₂ ：社会的課題と花王のアプローチ P23
EC3	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	●有価証券報告書(レポート外) -
EC4	政府から受けた財務援助	- -
側面：地域での存在感		
EC5	重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与の比率(男女別)	- -
EC6	重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率	- -
側面：間接的な経済影響		
EC7	インフラ投資および支援サービスの展開と影響	●環境コミュニケーション：中国政府機関と協働で5年目の節水キャンペーンを実施 ●社会貢献活動 全体像 ●社会貢献活動 教育 ●社会貢献活動 コミュニティ P73 P99-102 P103-105 P106-108
EC8	著しい間接的な経済影響(影響の程度を含む)	- -
側面：調達慣行		
EC9	重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率	- -

環境

項目	指標	サステナビリティデータブック2017での該当箇所
側面：原材料		
EN1	使用原材料の重量または量	●容器包装：具体的な取り組み ●製品ライフサイクルと環境負荷 P61-62 P63
EN2	使用原材料におけるリサイクル材料の割合	●廃棄物：方針 ●廃棄物：廃棄物削減の取り組みを推進 ●容器包装：具体的な取り組み P55 P58 P61-62
側面：エネルギー		
EN3	組織内のエネルギー消費量	●CO ₂ ：2016年実績 ●CO ₂ ：開発・生産・販売における取り組み ●製品ライフサイクルと環境負荷 P26 P30 P63
EN4	組織外のエネルギー消費量	- -
EN5	エネルギー原単位	●CO ₂ ：2016年実績 P26
EN6	エネルギー消費の削減量	●CO ₂ ：2016年実績 P26
EN7	製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量	●CO ₂ ：2016年実績 P26
側面：水		
EN8	水源別の総取水量	●水：方針 ●水：2016年実績 P34 P37

EN9	取水によって著しい影響を受ける水源	●水：方針	P34
EN10	リサイクルおよびリユースした水の総量と比率	-	-
側面：生物多様性			
EN11	保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している事業サイト	該当なし	該当なし
EN12	保護地域や保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、活動、製品、サービスが生物多様性に対して及ぼす著しい影響	●生物多様性：社会的課題と花王のアプローチ／方針 ●生物多様性：ステークホルダーとの協働 ●生物多様性：各拠点における生物多様性保全活動の推進	P52 P53 P54
EN13	保護または復元されている生息地	該当なし	該当なし
EN14	事業の影響を受ける地域に生息するIUCN レッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数。これらを絶滅危険性のレベルで分類する	-	-
側面：大気への排出			
EN15	直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1)	●CO ₂ ：方針 ●CO ₂ ：2016年実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P24 P27 P63
EN16	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2)	●CO ₂ ：方針 ●CO ₂ ：2016年実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P24 P27 P63
EN17	その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出(スコープ3)	●CO ₂ ：方針 ●CO ₂ ：2016年実績 ●CO ₂ ：輸送における取り組み ●CO ₂ ：使用における取り組み ●CO ₂ ：廃棄・リサイクルにおける取り組み ●容器包装：Reduce：容器包装材料の削減 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P24 P27 P31 P32 P32 P61 P63
EN18	温室効果ガス(GHG)排出原単位	●CO ₂ ：2016年実績	P26
EN19	温室効果ガス(GHG)排出量の削減量	●CO ₂ ：2016年実績	P26
EN20	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	-	-
EN21	NO _x 、SO _x 、およびその他の重大な大気排出	●化学物質：化学物質の排出量管理 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P50-51 P63
側面：排水および廃棄物			
EN22	水質および排出先ごとの総排水量	●水：2016年実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P37 P63
EN23	種類別および処分方法別の廃棄物の総重量	●廃棄物：2016年実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P56 P63
EN24	重大な漏出の総件数および漏出量	●水：開発・生産・販売における取り組み	P38
EN25	パーゼル条約2付属文書I、II、III、VIIに定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率	●廃棄物：2016年実績	P56
EN26	組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性価値	●水：方針 ●水：開発・生産・販売における取り組み	P34 P38
側面：製品およびサービス			
EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度	●CO ₂ ：使用における取り組み ●水：使用における取り組み ●生物多様性：事業と生物多様性との関わり方の把握 ●廃棄物：社会的課題と花王のアプローチ ●容器包装：社会的課題と花王のアプローチ／方針／中長期目標 ●容器包装：具体的な取り組み ●法人顧客とのコミュニケーション(ケミカル事業)：環境保全に寄与する製品	P32 P39 P54 P55 P59-60 P61-62 P94
EN28	使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率(区分別)	-	-
側面：コンプライアンス			
EN29	環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数	●水：開発・生産・販売における取り組み	P38
側面：輸送・移動			
EN30	製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響	●CO ₂ ：方針 ●CO ₂ ：2016年実績 ●CO ₂ ：輸送における取り組み ●製品ライフサイクルと環境負荷	P24 P27 P31 P63
側面：環境全般			
EN31	環境保護目的の総支出と総投資(種類別)	●環境会計	P65-66

側面：サプライヤーの環境評価			
EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率	-	-
EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響（現実的、潜在的なもの）、および行った措置	<ul style="list-style-type: none"> ●CO₂：原材料調達における取り組み ●水：原材料調達における取り組み ●生物多様性：事業と生物多様性との関わり方の把握 ●廃棄物：ステーキホルダーとの協働 ●廃棄物：廃棄物削減の取り組みを推進 ●持続可能で責任ある調達 	P29 P38 P54 P57 P58 P123-130
側面：環境に関する苦情処理制度			
EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数	該当なし	該当なし

社会

労働慣行とディーセント・ワーク

項目	指標	サステナビリティ データブック2017での該当箇所	
側面：雇用			
LA1	従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率（年齢、性別、地域による内訳）	●ダイバーシティ&インクルージョンの推進：多様な人財の活躍支援	P137
LA2	派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付（主要事業拠点ごと）	-	-
LA3	出産・育児休暇後の復職率と定着率（男女別）	●ダイバーシティ&インクルージョンの推進：多様な働き方の実現	P139
側面：労使関係			
LA4	業務上の変更を実施する場合の最低通知期間（労働協約で定めているか否かも含む）	-	-
側面：労働安全衛生			
LA5	労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率	-	-
LA6	傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別）	<ul style="list-style-type: none"> ●労働安全衛生：2016年の目標と実績 ●労働安全衛生：労働災害発生状況 ●保安防災：2016年の目標と実績 	P151-152 P154 P156
LA7	業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数	-	-
LA8	労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ	-	-
側面：研修および教育			
LA9	従業員一人あたりの年間平均研修時間（男女別、従業員区分別）	-	-
LA10	スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援	●各報告の「花王のアプローチ：教育と浸透」	-
LA11	業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率（男女別、従業員区分別）	-	-
側面：多様性と機会均等			
LA12	ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳（性別、年齢、マイノリティーグループその他の多様性指標別）	<ul style="list-style-type: none"> ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進：多様な人財の活躍支援 ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進：障がいへの理解と雇用の促進 	P137 P138
側面：男女同一報酬			
LA13	女性の基本給と報酬総額の対男性比（従業員区分別、主要事業拠点別）	-	-
側面：サプライヤーの労働慣行評価			
LA14	労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	-	-
LA15	サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響（現実のもの、潜在的なもの）と実施した措置	<ul style="list-style-type: none"> ●持続可能で責任ある調達：方針 ●持続可能で責任ある調達：中長期目標 ●持続可能で責任ある調達：サプライヤーとの連携 	P123 P125 P129
側面：労働慣行に関する苦情処理制度			
LA16	労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	該当なし	該当なし

人権

項目	指標	サステナビリティ データブック2017での該当箇所	
側面：投資			
HR1	重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率	-	-
HR2	業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間(研修を受けた従業員の比率を含む)	●人権への取り組み：中長期目標	P121
側面：被差別			
HR3	差別事例の総件数と実施した是正措置	-	-
側面：結社の自由と団体交渉			
HR4	結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策	-	-
側面：児童労働			
HR5	児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策	-	-
側面：強制労働			
HR6	強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策	-	-
側面：保安慣行			
HR7	業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率	-	-
側面：先住民の権利			
HR8	先住民の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置	該当なし	該当なし
側面：人権評価			
HR9	人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率	●人権への取り組み：人権デュー・ディリジェンス プロセス	P122
側面：サプライヤーの人権評価			
HR10	人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	-	-
HR11	サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	●人権への取り組み：人権デュー・ディリジェンス プロセス ●持続可能で責任ある調達	P122 P123-130
側面：人権に関する苦情処理制度			
HR12	人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	●インテグリティ：コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用	P118

社会

項目	指標	サステナビリティ データブック2017での該当箇所	
側面：地域コミュニティ			
SO1	事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率	●化学物質：SAICM推進委員会の活動	P46
SO2	地域コミュニティに著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)を及ぼす事業	該当なし	該当なし
側面：腐敗防止			
SO3	腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク	-	-
SO4	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	●インテグリティ：体制 ●インテグリティ：BCGの改定ほかコンプライアンス関連規程の運用	P114 P117
SO5	確定した腐敗事例、および実施した措置	該当なし	該当なし
側面：公共政策			
SO6	政治献金の総額(国別、受領者・受益者別)	●インテグリティ：BCGの改定ほかコンプライアンス関連規程の運用	P117

側面：反競争的行為			
SO7	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果 ・組織の関与が明らかとなった反競争的行為、反トラスト法違反、独占禁止法違反により、報告期間内に法的措置を受けた事例(終結しているもの、していないもの)の総件数を報告する。 ・法的措置が終結したものについては、結果(決定や判決を含む)の主要点を報告する。	該当なし	該当なし
側面：コンプライアンス			
SO8	法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数	<ul style="list-style-type: none"> ●水：開発・生産・販売における取り組み ●インテグリティ：コンプライアンス違反時の対応および2016年の重大な法令違反について 	P38 P118
側面：サプライヤーの社会への影響評価			
SO9	社会に及ぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	該当なし	該当なし
SO10	サプライチェーンで社会に及ぼす著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	<ul style="list-style-type: none"> ●持続可能で責任ある調達：方針 ●持続可能で責任ある調達：中長期目標 ●持続可能で責任ある調達：サプライヤーとの連携 	P123 P125 P129
側面：社会への影響に関する苦情処理制度			
SO11	社会に及ぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数	該当なし	該当なし

製品責任

項目	指標	サステナビリティデータブック2017での該当箇所	
側面：顧客の安全衛生			
PR1	主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率	<ul style="list-style-type: none"> ●品質保証の取り組み：具体的な取り組み ●ユニバーサルデザインの取り組み：具体的な取り組み 	P77 P81
PR2	製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	-	-
側面：製品およびサービスのラベリング			
PR3	組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率	<ul style="list-style-type: none"> ●花王の環境への取り組み：方針 ●花王の環境への取り組み：2016年実績 ●消費者とのコミュニケーション：体制 ●消費者とのコミュニケーション：中長期目標 ●消費者とのコミュニケーション：具体的な取り組み 	P21 P22 P84 P85 P86
PR4	製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	該当なし	該当なし
PR5	顧客満足度調査の結果	-	-
側面：マーケティング・コミュニケーション			
PR6	販売禁止製品、係争中の製品の売上	該当なし	該当なし
PR7	マーケティング・コミュニケーション(広告、プロモーション、スポンサー活動を含む)に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	該当なし	該当なし
側面：顧客プライバシー			
PR8	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数	該当なし	該当なし
側面：コンプライアンス			
PR9	製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額	該当なし	該当なし

ISO26000対照表

中核主題と課題		サステナビリティ データブック2017での該当箇所	
6.2	組織統治	<ul style="list-style-type: none"> ●トップメッセージ ●花王のサステナビリティの考え方 ●消費者とのコミュニケーション ●法人顧客とのコミュニケーション ●持続可能で責任ある調達 ●社員と企業がともに成長するために ●一人ひとりの可能性を引き出し成長を促す人財育成 ●ガバナンス 	P3 P6-12 P83-86 P87-98 P123-130 P131-132 P133-134 P159-182
6.3	人権	<ul style="list-style-type: none"> ●人権への取り組み ●花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)(レポート外) 	P120-122 -
6.3.3	デューデリジエンス	<ul style="list-style-type: none"> ●花王のサステナビリティの考え方 ●インテグリティ ●人権への取り組み ●持続可能で責任ある調達 ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 	P6-12 P113-119 P120-122 P123-130 P135-139
6.3.4	人権に関する危機的状況	<ul style="list-style-type: none"> ●人権への取り組み ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 	P120-122 P135-139
6.3.5	加担の回避	<ul style="list-style-type: none"> ●人権への取り組み ●持続可能で責任ある調達 ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 	P120-122 P123-130 P135-139
6.3.6	苦情解決	<ul style="list-style-type: none"> ●インテグリティ ●消費者とのコミュニケーション 	P113-119 P83-86
6.3.7	差別及び社会的弱者	<ul style="list-style-type: none"> ●社会貢献活動 ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 	P99-108 P135-139
6.3.8	市民的及び政治的権利	<ul style="list-style-type: none"> ●インテグリティ ●社員との対話の推進 	P113-119 P140-142
6.3.9	経済的・社会的及び文化的権利	<ul style="list-style-type: none"> ●社会貢献活動 ●インテグリティ ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 	P99-108 P113-119 P135-139
6.3.10	労働における基本的原則及び権利	<ul style="list-style-type: none"> ●インテグリティ ●社員と企業がともに成長するために ●一人ひとりの可能性を引き出し成長を促す人財育成 	P113-119 P131-132 P133-134
6.4	労働慣行		
6.4.3	雇用及び雇用関係	<ul style="list-style-type: none"> ●インテグリティ ●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 	P113-119 P135-139
6.4.4	労働条件及び社会的保護	<ul style="list-style-type: none"> ●社員との対話の推進 	P140-142
6.4.5	社会対話	<ul style="list-style-type: none"> ●社員との対話の推進 	P140-142
6.4.6	労働における安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> ●労働安全衛生 ●保安防災 ●レスポンシブル・ケア活動 	P150-154 P155-158 P183-188
6.4.7	職場における人財育成及び訓練	<ul style="list-style-type: none"> ●一人ひとりの可能性を引き出し成長を促す人財育成 	P133-134
6.5	環境		
6.5.3	汚染の予防	<ul style="list-style-type: none"> ●花王のサステナビリティの考え方 ●花王の環境への取り組み ●水 ●化学物質 ●廃棄物 	P6-12 P21-22 P33-40 P41-51 P55-58
6.5.4	持続可能な資源の利用	<ul style="list-style-type: none"> ●花王のサステナビリティの考え方 ●花王の環境への取り組み ●水 ●生物多様性 ●持続可能で責任ある調達 	P6-12 P21-22 P33-40 P52-54 P123-130
6.5.5	気候変動緩和及び適応	<ul style="list-style-type: none"> ●花王のサステナビリティの考え方 ●花王の環境への取り組み ●CO₂ 	P6-12 P21-22 P23-32
6.5.6	環境保護・生物多様性・及び自然生息地の回復	<ul style="list-style-type: none"> ●花王のサステナビリティの考え方 ●花王の環境への取り組み ●生物多様性 ●持続可能で責任ある調達 	P6-12 P21-22 P52-54 P123-130

6.6	公正な事業慣行		
6.6.3	汚職防止	●インテグリティ ●コーポレート・ガバナンス	P113-119 P159-163
6.6.4	責任ある政治的関与	●インテグリティ	P113-119
6.6.5	公正な競争	●インテグリティ ●コーポレート・ガバナンス	P113-119 P159-165
6.6.6	バリューチェーンにおける社会的責任の推進	●消費者とのコミュニケーション ●法人顧客とのコミュニケーション ●インテグリティ ●持続可能で責任ある調達 ●コーポレート・ガバナンス	P83-86 P87-98 P113-119 P123-130 P159-165
6.6.7	財産権の尊重	●インテグリティ ●知的財産の保護と権利活用	P113-119 P176-179
6.7	消費者課題		
6.7.3	公正なマーケティング・事実に即した偏りのない情報・及び公正な契約慣行	●消費者とのコミュニケーション ●法人顧客とのコミュニケーション ●持続可能で責任ある調達	P83-86 P87-98 P123-130
6.7.4	消費者の安全衛生の保護	●品質保証の取り組み ●消費者とのコミュニケーション	P74-77 P83-86
6.7.5	持続可能な消費	●エコロジー ●容器包装 ●消費者とのコミュニケーション	P21-73 P59-62 P83-86
6.7.6	消費者に対するサービス・支援・並びに苦情及び紛争の解決	●品質保証の取り組み ●消費者とのコミュニケーション	P74-77 P83-86
6.7.7	消費者データ保護及びプライバシー	●インテグリティ ●情報セキュリティ	P113-119 P170-175
6.7.8	必要不可欠なサービスへのアクセス	●消費者とのコミュニケーション	P83-86
6.7.9	教育及び意識向上	●環境コミュニケーション ●品質保証の取り組み ●消費者とのコミュニケーション ●社会貢献活動	P67-73 P74-77 P83-86 P99-108
6.8	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展		
6.8.3	コミュニティへの参画	●花王のサステナビリティの考え方 ●エコロジー ●コミュニティ ●カルチャー ●生物多様性 ●環境コミュニケーション	P6-12 P21-73 P74-108 P109-158 P52-54 P67-73
6.8.4	教育及び文化	●6年分のありがとう。小学校卒業前の大そうじ。 ●生物多様性 ●環境コミュニケーション ●コミュニティ ●社会貢献活動	P16-17 P52-54 P67-73 P74-108 P99-108
6.8.5	雇用創出及び技能開発	●法人顧客とのコミュニケーション	P87-98
6.8.6	技術の開発及び技術へのアクセス	●エコロジー ●コミュニティ	P21-73 P74-108
6.8.7	富及び所得の創出	●コミュニティ ●カルチャー	P74-108 P109-158
6.8.8	健康	●毎日の暮らしの中で、子どもたちを守る清潔習慣づくり ●社会貢献活動 ●健やかで心豊かな生活のために	P13-15 P99-108 P143-149
6.8.9	社会的投資	●エコロジー ●コミュニティ ●カルチャー	P21-73 P74-108 P109-158

調査用インデックス

方針・規定・基準

カテゴリー	方針・規定・基準名	PDF
花王のサステナビリティの考え方	花王ウェイ	P6
	花王サステナビリティステートメント	P7
	重要項目マトリックス	P8
	事業活動を通じたSDGsへの貢献	P9
エコロジー	環境安全の基本理念と基本方針(リンク)	P21
	環境宣言(リンク)	P21
	環境適合設計要領	P21
	“いっしょにeco”マーク表示基準	P21
	エネルギーと温室効果ガスに関する目標	P25
	水に関する目標	P35
	SAICM推進の基本方針	P41
	生物多様性保全の基本方針(リンク)	P52
	生物多様性保全の行動指針と活動事例(リンク)	P52
	廃棄物に関する目標	P56
	“いっしょにeco”(リンク)	P67
コミュニティ	品質保証活動の基本方針	P74
	花王ユニバーサルデザイン指針	P78
	社会貢献活動方針	P99
カルチャー	花王人権方針(リンク)	P120
	花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(花王企業行動方針)(リンク)	P120
	調達基本方針(リンク)	P120
	調達先ガイドライン(リンク)	P120
	原材料調達ガイドライン(リンク)	P123
	「持続可能なパーム油」の調達ガイドライン	P127
	「持続可能な紙・パルプ」の調達ガイドライン	P128
	人財開発基本方針	P131
	人財開発のビジョン	P131
花王グループ健康宣言	P144	
ガバナンス	社外役員の独立性に関する基準(リンク)	P162
	役員の報酬等の額の決定に関する方針	P163
	情報開示指針(リンク)	P166
レスポンシブル・ケア活動	花王レスポンシブル・ケア方針(リンク)	P183

体制・仕組み

カテゴリー	体制・仕組み	PDF
花王のサステナビリティの考え方	重点領域活動の推進体制	P10
エコロジー	CO ₂ : 製品ライフサイクル別の管理部門と関連するステークホルダー	P24
	花王とイオンによるトレーラーの中継輸送	P31
	水: 製品ライフサイクル別の管理部門と関連するステークホルダー	P35
	SAICM推進体制	P42
	花王化学物質総合管理システム	P43
	容器包装開発推進体制	P59
	環境コミュニケーション推進体制	P68
コミュニティ	品質保証体制	P75
	ユニバーサルデザイン推進プロジェクトの体制	P79
	生活者の声を製品に活かすしくみ	P84
	コンシューマープロダクツ事業: コミュニケーション体制	P88
	ケミカル事業: 「グリーン・イノベーション」と「エコ・テクノロジーソリューション」	P91
	プロフェッショナル・サービス事業: 推進体制	P95
	社会貢献活動の全体像	P99
	社会貢献活動推進体制	P100
カルチャー	コンプライアンス活動のPDCA	P113
	コンプライアンスの推進体制	P114
	花王 グローバル共通プログラム・部門専門プログラム	P133
	多様な働き方のための主な制度	P139
	仕事と育児・介護の両立支援の主な取り組み	P139
	社員の対話に関する体制	P141
	組織力向上のRPDCA	P142
	「Find」の調査項目	P142
	健康づくりマネジメントシステム	P145
	健康づくり推進体制	P145
	ガバナンス	内部統制システムを含むコーポレート・ガバナンス体制
情報セキュリティの管理体制		P171
情報セキュリティ活動のPDCA		P172
産業財産権管理体制		P176
リスクと危機の管理体制		P181
コーポレートリスクの運営		P181
危機発生時の体制(一例)		P181
レスポンシブル・ケア活動		RC推進体制
	RC活動の年間サイクル	P186

パフォーマンスデータ

カテゴリー	パフォーマンスデータ	PDF	
主なサステナビリティ指標	エコロジー：実績と目標	P18	
	コミュニティ：実績と目標	P19	
	カルチャー：実績と目標	P19	
エコロジー	“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)	P22	
	花王の製品ライフサイクル各段階で排出されるCO ₂ の割合	P24	
	エネルギー使用量の推移★(全拠点)	P26	
	温室効果ガス排出量の推移★(全拠点)	P26	
	製品ライフサイクル全体のCO ₂ 排出量の推移★(花王グループ)	P26	
	製品ライフサイクル全体のCO ₂ 排出量の推移★(日本花王グループ)	P26	
	スコープ1 CO ₂ 排出量の推移★	P27	
	スコープ2 CO ₂ 排出量の推移★	P27	
	電気・蒸気等購入量の推移	P27	
	燃料種別消費量の推移	P27	
	スコープ3排出量の推移	P27	
	輸送時のCO ₂ 排出量の推移★(国内)	P31	
	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	P34	
	水使用量(取水量)の推移★(全拠点)	P36	
	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)	P36	
	製品使用時の水使用量の推移★(日本花王グループ)	P36	
	COD汚濁負荷量の推移★(全生産拠点)	P36	
	水源別取水量の推移	P37	
	放流先別排水量の推移	P37	
	環境法規制 遵守状況	P38	
	PRTR法対象化学物質の総排出量の推移	P50	
	VOC(揮発性有機化合物)の排出量(2016年)★	P51	
	NOx排出量の推移★	P51	
	SOx排出量の推移	P51	
	廃棄物等発生量の推移★(全拠点)	P56	
	容器包装材料使用量の推移	P61	
	2016年事業活動と環境負荷	P63	
	2016年の環境会計報告	P65	
	2016年の環境展示会への出展	P72	
	コミュニティ	プロフェッショナル・サービス事業：衛生講習会実施回数	P97
		プロフェッショナル・サービス事業：ワーキンググループ活動	P98
	カルチャー	2016年の花王グループにおける重大な法令違反	P118
		2016年にエキスパートにより改正の対応がされた法令等	P119
2016年12月末現在の「法令エキスパート」登録法令数、社内規程登録数の状況		P119	
花王グループの認証油購入実績		P127	
社会面 モニタリング企業数と基準を達成している企業比率		P129	
環境面 モニタリング工場数と基準を達成している工場比率		P129	
お取引先懇談会出席会社数		P129	
社員1人当たり教育訓練費(連結)		P134	
花王グループ社員数(正社員)		P137	
花王(株)の状況(正社員)		P137	
花王グループ女性社員の状況		P137	
花王(株)再雇用者数		P137	
花王グループ障がい者雇用率		P138	
育児支援制度利用実績(日本花王グループ)		P139	
花王(株)有給休暇取得率		P139	

カルチャー	2016年の労働安全衛生の目標と実績(花王グループ)	P151-152
	2017年の労働安全衛生の目標(花王グループ)	P153
	2016年の保安防災の目標と実績(花王グループ)	P156
	2017年の保安防災の目標(花王グループ)	P156
ガバナンス	株主・投資家との対話(2016年)	P167
	第111期定時株主総会(2017年3月開催)出席株主数	P168
レスポンシブル・ケア活動	RC事務局監査実績(2016年)	P187
	国際マネジメントシステム認証状況	P188
外部評価	2016年1月～12月の外部表彰・外部評価一覧	P190

KaO

自然と調和する ころろ豊かな毎日をめざして

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10

<http://www.kao.com> 2017年5月発行

UD FONT
by HIRAGINO

見やすいユニバーサル
デザインフォントを採用しています。