

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。

社会的課題と花王が提供する価値

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。

貢献するSDGs



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

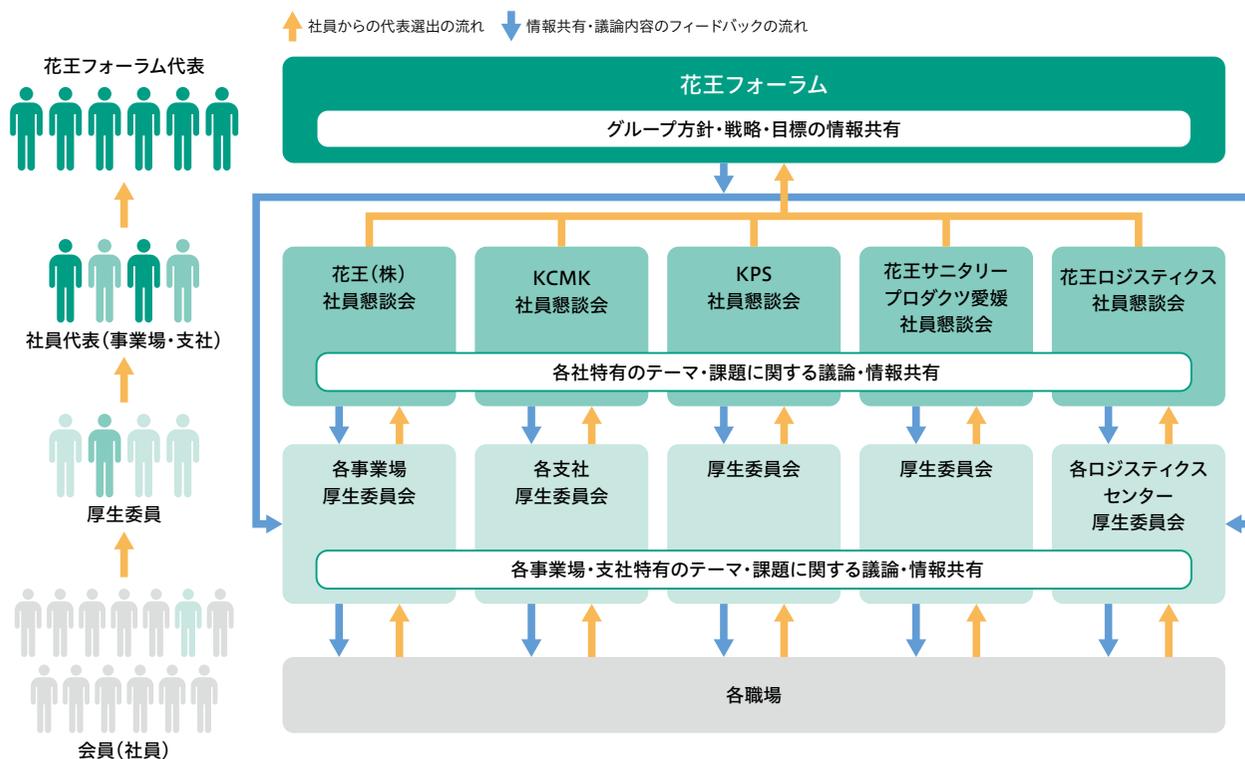
体制

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



中長期目標と実績

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

2017年の実績

- ・ 2016年に実施した社員意識調査(社員の声・意識調査「Find」)の結果をもとに策定したアクションプランを推進しました。
- ・ 2017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。2017年5月には欧州地域の従業員代表19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、KCMK10人、KPS2人、花王サニタリープロダクツ愛媛1人、花王ロジスティクス1人の計29人の社員代表が参加。社員代表より中期経営戦略、各事業の方向性、商品開発・販売施策の展開、働き方改革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」の実施とアクションプラン策定

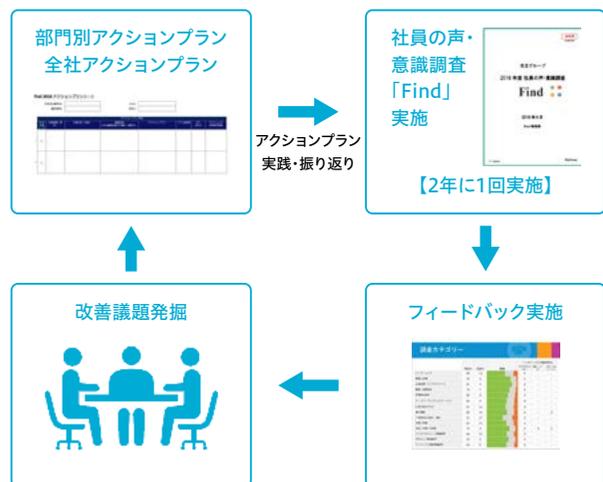
社員の声・意識調査「Find」を2年に一度、定期的を実施しており、1年目は調査実施、結果分析、およびアクションプラン策定を行ない、2年目はアクションプランを実行、その取り組みの結果を翌年の調査で確認するというRPDCAサイクルを回しています。

2017年は、2016年に実施した「Find」の調査結果を基に策定したアクションプランを、全社一丸となって推進しました。花王グループ全体のアクションプラン「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」を基本の考え方とし、各社・各部門の固有の課題を踏まえ、現場での議論を経て作成されたアクションプランに対

して全社員が当事者意識を持って取り組みました。アクションプランが確実に実行されるよう、進捗状況を会社と社員双方が定期的に確認しました。

2018年は第9回の調査を実施する予定です。これまで以上にアクションプランの策定と実行に注力し、花王グループの組織力向上に向けて全社員で取り組んでいきます。

組織力向上のRPDCA



「Find」の調査項目

