

---

# 消費者志向経営自主宣言

---

2021年活動報告

花王株式会社

2022年11月

詳細な活動内容は以下の参考資料に記載

- ・花王サステナビリティレポート 2022 (SR)
- ・花王生活者コミュニケーションセンター活動報告書2022 (CCG)

KaO

取組方針(要約)	活動実績(概要)	参考資料
<b>経営トップのコミットメント</b>		
・企業理念「花王ウェイ」の全社員への継続的浸透	花王ウェイ策定以来初めて、内容が大きく進化。「共生」「ダイバーシティ&インクルージョン」「挑戦」の3つのテーマが強調。社長から全社員に向けて花王ウェイの進化と背景を発表 ESG部門責任者と直接対話するKirei Lifestyle Plan Caravan活動を海外で展開。アジア各国の事業責任者とのLeadership Dialogue、各国キーパーソンとオンラインセッションを実施	SR p.35,36,37,38 SR p.22
・中期経営計画達成に向けた全社活動の推進	中期経営計画「K25」スタート。パーパスに根差したESG よきモノづくりを一層強化。役員を含む全社員がESG目標を設定する新たな評価「OKR制度」開始 ESGコミティを6回実施。Kirei Lifestyle Plan中長期目標の審議・承認、ESG外部アドバイザリーボード具申事項の確認など、ESG戦略に関する活動の方向性を議論、決定 ESGへの取り組みを確実に実行に移すために、重点課題(脱炭素、プラスチック包装容器、人権・DEI、化学物質管理)に向けた4つのESGステアリングコミティを設置	SR p.10,16 SR p.17 SR p.16
・取締役会、経営会議などへの品質保証部門や消費者対応部門による報告	品質保証部門や消費者対応部門は、取締役会、経営会議や内部統制委員会の場で、定期的な活動報告を行ない、重要課題については適時報告を実施。品質保証担当役員は経営の重要課題全般の審議に参画	SR p.287
<b>コーポレート・ガバナンスの確保</b>		
・行動規範として「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」を定め、これに反した利益追求をしないことを明言	日本でBCG 確認テストと意識調査をあわせて実施。OKRのマネジメント手法がうまくいかない場合に発生しうるリスクを考える新形式のコンプライアンス研修を新任マネジャーに実施 コンプライアンス月間を改め、8月以降コンプライアンスメッセージを経営トップから発信。コンプライアンス委員長からは「対話が生む 認め合う心と ワクワクする職場」のメッセージを掲げ、生き活きと働ける職場風土の実現に向けた活動を推進。通報・相談窓口の信頼性を高め、安心して通報・相談ができるように通報・相談規程に基づき運用 執行役員会で通報・相談を含め発生したコンプライアンス案件を4回報告。「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)」に、2007年の創設以来16年連続選定	SR p.161 SR p.161, 164  SR p.159, 166
・内部統制委員会下の品質保証委員会で全社品質保証活動の有効性と信頼性を確認	品質保証委員会を4回実施。全社品質保証活動方針を策定、お客さま起点の全社品質保証活動をマトリックス運営で推進、活動の有効性と信頼性を確認。内部統制委員会に報告 国内外の花王グループ会社で監督官庁、認証機関などの外部監査および自己点検により、基準遵守を確認	SR p.287 SR p.290
<b>私たちは、お客様の満足を実現するとともに、社会のサステナビリティに資する商品とブランドを提供する“よきモノづくり”を全員参加で行ないます</b>		
・徹底的な研究開発と消費者ニーズの探索による革新的な商品の提供と、環境・衛生・高齢化などの社会課題を解決する商品の開発強化	プラスチック循環社会実現に向け、「アタックZERO」「キューキュットClear泡スプレー」「バスマジックリンエアジェット」に再生PET使用開始。化粧品容器にケミカルリサイクルPET素材採用 地域の皆さまご協力のもと、使用済みつめかえバックやボトルの回収や水平リサイクルに向けた実証実験を、自治体やパートナー企業との協働を拡大して展開 ヘアカラー毛束色見本の提供終了、プラスチック使用量削減。「ケイト リップモンスター」はLINEで色比較や顔画像で試せるバーチャルテスター機能により廃棄物となるテスター削減 泡で出す製品設計により、こぼれにくい上、手にとると泡から液状に変わること有効成分を手のすみずみまで塗り広げやすい「ビオレガード 薬用泡で出る消毒液」発売 2021年のUD配慮事例として、ストレスなくお風呂掃除ができる「バスマジックリン エアジェット」発売、ボトル形状を変更して使いやすくなった「ビオレ 泡スタンプハンドソープ」発売 高齢者への共感力の向上のために、高齢者体験ワークショップの映像版を作成し、社員研修用の資料として公開。自宅で行なうオンライン版の体験ワークショップをトライアル実施	SR p.65 SR p.67,68,69,126 SR p.65 CCC p.12 SR p.44,52,81 SR p.52,53,26 SR p.54
・商品開発プロセス各段階での品質保証とゲート管理、使用場面を想定した高い安全性と品質の確保	商品開発の各段階においてゲート管理を行ない、消費者起点で総合的に評価・確認。消費者対応部門が消費者視点で、表示を確認・承認 「化学物質総合管理システム」により、製品に含まれる原料・化学物質を継続管理。「JIPS賞」大賞を受賞し、5年連続の受賞(大賞は4度目) 生産・物流現場でのQCサークル活動で、299件のテーマについて改善実施 品質保証活動方針の浸透・徹底を図るため、省令に基づいた教育を4,600人、化粧品GMPや各種ISOなどの教育を941回実施	SR p.287 SR p.249 SR p.289
<b>私たちは、お客様の声を真摯に受け止め、商品やサービスの改善に活かします</b>		
・正確・迅速・親切なお客様対応	相談件数約18万件。ISO 10002/JIS Q 10002自己適合宣言に基づく内部監査実施。相談対応における基本方針・行動指針に基づいた活動を推進。また、時間を気にせず多くの人が気軽に利用できるチャットボット・有人チャット開始。ホームページ製品Q&Aを充実、意見収集やアンケート機能導入。デジタルで双方向コミュニケーション向上のPDCAサイクル構築	SR p.334,335 CCC p.5,7
・お客様の声を社内共有する「花王エコシステム」を情報化に対して拡充	製品が販売店に並べられる前の流通段階における指摘も「花王エコシステム」での管理を開始。製品の品質管理を一元化し対応を迅速化	CCC p.3
・お客様の声を検討、商品・サービス改善に活用	品質向上検討会を国内外のグループ会社で185回(国内92回、海外93回)実施 <u>(改良事例)</u>	SR p.289
・重大問題に対する迅速・適切な対応	2021年は社告を伴う消費者・流通からの商品回収はなし。初動およびリスクマネジメント体制を継続的に強化	SR p.289
<b>私たちは、お客様の立場にたった情報提供や、お客様との交流を積極的に行なっています</b>		
・ユニバーサルデザインやダイバーシティ視点での適切で分かりやすい情報提供	手あらいやマスクをする意味を楽しく学べ、先生が自ら授業できる新・衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい」を開発。全国約2万校の小学校に案内し、6千校を超える学校に提供 聴覚障がいを持つ社員を中心とした社内コミュニティ「KAKEHASHI(かけはし)」のメンバーが携わり、「みんなで手あらい ろう学校向け」も開発、全国のろう学校の約60%で活用 ウェブサイト「製品カタログ」を改訂。各製品の取扱店検索、航空輸送に関する書類のダウンロード機能のほか、ハイジーン&リビングケア事業4ブランドとSENSAIで香料成分名を開示 誰にでもわかるスタイリング方法を紹介する音声コンテンツ「リーゼ 聞けばわかるヘアスタイリング」を視覚障がい者ライフサポート機構“viva”の協力で作成し、ウェブサイトで公開	SR p.34,47,72  CCC p.7,8 SR p.170 SR p.52,54
・様々なステークホルダーとの双方向コミュニケーションを通じた相互理解	未来に向けた人材の育成をテーマに、海洋プラスチックごみ問題について考えるプログラムを和歌山大学教育学部附属小学校と共同で開発し、和歌山市内の公立小学校で実施 花王国際こども環境絵画コンテストを継続実施。より多くの人がこれまでの入賞作品とメッセージを楽しくバーチャルで閲覧できる「こども環境絵画ミュージアム」をウェブサイトで公開 次世代育成として工場やミュージアム見学を通じた学校教育支援し、新たにオンライン授業を実施。初経教育やピンクリボンキャンペーンでの「がん教育プロジェクト」の継続的支援	SR p.48,70 SR p.350 SR p.366,355,357