

# Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– 103-1,103-2,103-3

## 中長期目標

19の重点取り組みテーマには、それぞれ中長期目標が設定されています。

中長期目標に基づき、各部門で事業活動に沿った小目標を策定し計画に基づき活動しています。

活動を通じて社会により貢献すべく、2020年に、これら目標についてESG委員会、ESG推進会議で見直しました。

その結果、新たな目標を追加し、一部の中長期目標を変更することにしました。該当する目標につきましては、

表中に注釈で記載しました。

なお、一部の中長期目標については評価方法や実績収集体制の構築が遅延し、2020年の実績を提示できませんでした。

そのような目標につきましては、表中に開示見込み時期を記載しました。



→解説はP232「Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説」

### 19の重点取り組みテーマの中長期目標

| 重点取り組みテーマ         | 指標                                                                   | 実績             |                       | 中長期目標   |      | SDGs                    |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------|---------|------|-------------------------|
|                   |                                                                      | 2019年          | 2020年                 | 目標値     | 目標年  |                         |
| 快適な暮らしを自分らしく送るために |                                                                      |                |                       |         |      |                         |
| コミットメント           | より清潔で、健康に、安心して年齢を重ね、自分らしく生きられるように、よりこころ豊かな暮らしに貢献した人数                 | —              | 2022年開示予定※5           | 10億人    | 2030 | 3,5,6,10,12,14,17       |
| QOLの向上            | 快適で、美しく、すこやかな暮らしに貢献し、こころに響くQOLに貢献する製品数※2                             | —              | 47億個                  | 70億個※2  | 2030 | 3,5,12,17               |
| 清潔で美しくすこやかな習慣     | 花王の製品やサービスを使い、清潔で美しくすこやかな習慣を身につけるために実施した啓発活動で到達した累積人数(2016年からの累積値)※2 | 0.30億人         | 0.34億人                | 1億人※2   | 2030 | 3,6,17                  |
| ユニバーサルプロダクト デザイン  | 花王ユニバーサルデザインガイドラインに適合する新製品、改良品の比率                                    | 44%            | 53%                   | 100%    | 2030 | 10,12,17                |
| より安全でより健康な製品      | 設定した懸念成分を対象に、花王の考え方を開示した比率                                           | —              | 31%                   | 100%    | 2030 | 3,12,14,17              |
| 思いやりのある選択を社会のために  |                                                                      |                |                       |         |      |                         |
| コミットメント           | より活力と思いやりのある社会の実現のために、小さくても意味のある選択を生活者ができるように提案したブランド比率              | —              | 2022年開示予定※5           | 100%    | 2030 | 4,8,9,10,11,12,13,15,17 |
| サステナブルなライフスタイルの推進 | 環境に配慮する生活スタイルを啓発し、サステナブルな世界を実現するための環境啓発活動で到達した累積人数(2016年からの累積値)※2    | 261万人          | 307万人                 | 1億人※2   | 2030 | 4,11,12,17              |
| パーパスドリブンなブランド     | 社会的課題に対応し、生活者の暮らしや社会で共感を得られる、存在意義のあるブランドの比率                          | —              | 2022年開示予定※5           | 100%    | 2030 | 12,17                   |
| 暮らしを変えるイノベーション    | ライフスタイルに大きく、ポジティブなインパクトを与える製品の提案と実現(2019年からの累積値)※3                   | 2件             | 3件                    | 10件以上   | 2030 | 9,12,13,17              |
|                   | ライフスタイルに大きく、ポジティブなインパクトを与える事業、しくみの提案と実現(2019年からの累積値)※2               | —              | 1件                    | 10件以上※2 | 2030 |                         |
| 責任ある原材料調達         | 家庭用製品に使用した認証紙製品・パルプの比率                                               | 91%            | 94%                   | 100%    | 2025 | 8,10,12,15,17           |
|                   | 小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認                                                | 大手プランテーションまで完了 | 油脂サプライヤーが管理する自社農園まで完了 | 完了      | 2025 |                         |

※1 新たに追加した目標

※2 指標や目標値の変更

※3 対象範囲の拡大にともなう変更

※4 社員意識調査「Find」を社員エンゲージメント調査へ見直し

※5 2020年詳細要件の検討実施

※6 2020年データ収集の体制構築

※7 P65、P115に詳細を記載

# Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– 103-1,103-2,103-3

| 重点取り組みテーマ         | 指標                                                           | 実績                                         |                                            | 中長期目標       |             | SDGs                 |
|-------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------|-------------|----------------------|
|                   |                                                              | 2019年                                      | 2020年                                      | 目標値         | 目標年         |                      |
| よりすこやかな地球のために     |                                                              |                                            |                                            |             |             |                      |
| コミットメント           | 全ライフサイクルにおいて、科学的に地球が許容できる範囲内の環境フットプリントである製品比率                | —                                          | 2022年開示予定※5                                | 100%        | 2030        | 3,6,7,12,13,14,15,17 |
|                   | 外部評価機関による評価レベル                                               | CDP 気候変動A、水A、森林(木材)A、森林(パーム油)A             | CDP 気候変動A、水A、森林(木材)A、森林(パーム油)A             | 最高レベル       | 毎年          | 3,6,7,12,13,14,15,17 |
| 脱炭素               | ライフサイクルCO <sub>2</sub> 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)                | 4%                                         | 4%                                         | 22%         | 2030        | 7,12,13,17           |
|                   | スコープ1+2 CO <sub>2</sub> 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)               | 9%                                         | 15%                                        | 14%※1       | 2025※1      |                      |
|                   | 使用電力における再生可能電力の比率※1                                          | 21%                                        | 28%                                        | 55%※2       | 2030        |                      |
| ごみゼロ              | 革新的なフィルム容器の年間普及量(花王+社外)                                      | —                                          | 1百万個                                       | 3億個         | 2030        | 12,14,15,17          |
|                   | 回収パウチを使用した革新的フィルム容器の実用化※1                                    | —                                          | 開発継続                                       | 上市※1        | 2025※1      |                      |
|                   | PET容器へのPCR(再生プラスチック)使用※1                                     | —                                          | 2022年開示予定※5                                | 2022年開示予定※5 | 2022年開示予定※5 |                      |
|                   | 廃棄物量(全拠点から排出し、リサイクルされないもの)                                   | —                                          | 2022年開示予定※5                                | ゼロ          | 2030        |                      |
|                   | 製品廃棄物・販促物廃棄物の削減※1                                            | —                                          | 2022年開示予定※1                                | 2022年開示予定※1 | 2022年開示予定※1 |                      |
|                   | プラスチックアイキャッチシール※7廃止率※1                                       | —                                          | 73%                                        | 100%※1      | 2021※1      |                      |
| 水保全               | ライフサイクル水使用量(原単位)削減率(基準年:2017年)                               | 6%                                         | -5%                                        | 10%         | 2030        | 6,12,15,17           |
|                   | 渇水地域におけるライフサイクル水使用量(原単位)削減率(基準年:2017年)                       | —                                          | 2022年開示予定※6                                | 40%         | 2030        |                      |
| 大気および水質汚染防止       | VOC、COD 排出量を開示する工場の比率                                        | VOC 0%、COD 100%                            | VOC 0%、COD 100%                            | 100%        | 2025        | 3,6,12,14,17         |
| 正道を歩む             |                                                              |                                            |                                            |             |             |                      |
| 実効性のあるコーポレートガバナンス | 外部評価機関による評価レベル                                               | 最高レベル(「World's Most Ethical Companies®」選定) | 最高レベル(「World's Most Ethical Companies®」選定) | 最高レベル       | 毎年          | 8,16                 |
|                   | 重大なコンプライアンス違反*件数<br>*経営に重大な影響を与え、企業価値を大きく毀損するコンプライアンス違反案件をいう | ゼロ                                         | ゼロ                                         | ゼロ          | 毎年          |                      |
| 徹底した透明性           | 成分情報が簡単に入手できる製品比率(家庭用製品)                                     | —                                          | 8%                                         | 100%        | 2030        | 8,12,16,17           |
| 人権の尊重             | 人権デュー・ディリジェンス対応実施率(社内、サプライヤー、委託先におけるリスクアセスメント)               | 社内100%、サプライヤー20%、委託先0%                     | 社内100%、サプライヤー55%、委託先0%                     | 100%        | 2030        | 5,8,10,17            |
| 受容性と多様性のある職場      | 社員エンゲージメント調査※4における“受容性と多様性に関する設問”における肯定的回答率                  | —                                          | 実施せず                                       | 75%         | 2030        | 5,8,10               |
|                   | 女性管理職比率                                                      | 29.4%(全社員女性比率:49.6%)                       | 28.8%(全社員女性比率:49.7%)                       | 全社員女性比率に同じ  | 2030        |                      |
| 社員の健康増進と安全        | 休業災害度数率(100万時間当たり)                                           | 0.78                                       | 0.53                                       | 0.1         | 2030        | 3,8                  |
|                   | 平均長期休業日数(日/人) ※日本から開始                                        | 129                                        | 146                                        | 105         | 2030        |                      |
|                   | 長期休業者率(千人率) ※日本から開始                                          | 0.198                                      | 0.185                                      | 0.12        | 2030        |                      |
| 人財開発              | 社員エンゲージメント調査※4における“人財育成の仕組み・風土”における肯定的回答率                    | —                                          | 実施せず                                       | 75%         | 2030        | 3,4,5,8,10           |
|                   | 社員エンゲージメント調査※4における“会社/仕事への満足”における肯定的回答率                      | —                                          | 実施せず                                       | 75%         | 2030        |                      |
| 責任ある化学物質管理        | 安心して使い続けられる製品・原料の有用性と安全性情報の公開率                               | —                                          | 2022年開示予定※6                                | 100%        | 2030        | 3,6,12,14,17         |
|                   | 事業拠点において、原材料調達から廃棄までを考慮し、健康・環境・安全への影響を管理できた比率                | —                                          | 2022年開示予定※6                                | 100%        | 2030        |                      |

※1 新たに追加した目標

※2 指標や目標値の変更

※3 対象範囲の拡大にともなう変更

※4 社員意識調査「Find」を社員エンゲージメント調査へ見直し

※5 2020年詳細要件の検討実施

※6 2020年データ収集の体制構築

※7 P65、P115に詳細を記載