



Sustainability as the only path

花王サステナビリティ データブック

Kirei Lifestyle Plan

Progress Report 2021

KaO

目次

編集方針	3
トップメッセージ	4
ESG部門統括メッセージ	5
新型コロナウイルス感染症への対応	7
花王の企業理念	10
Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略-	11
ステークホルダー・エンゲージメント	34

このPDFの使い方

ページ間を移動しやすいよう、各ページの右側にナビゲーションボタンとカテゴリータブ、目次ボタンを設けています。本文には関連するページや外部サイトへのリンクボタンを設けています。

ナビゲーションボタン

	クリックすると1ページ戻ります
	クリックすると1ページ進みます
	クリックすると直前に表示していたページに戻ります

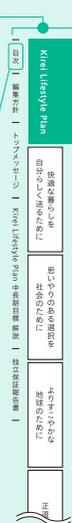
カテゴリータブ

クリックすると各カテゴリーの冒頭ページに移動します

クリックすると目次を表示します

リンクボタン

	クリックすると本データブック内の関連するページに移動します
	クリックすると関連するウェブサイトへ移動します



2020年の活動報告

企業理念の実践 37

快適な暮らしを自分らしく送るために

QOLの向上	43
清潔で美しくすこやかな習慣	48
ユニバーサル プロダクト デザイン	51
より安全でより健康な製品	57

思いやりのある選択を社会のために

サステナブルなライフスタイルの推進	61
パーパスドリブンなブランド	69
暮らしを変えるイノベーション	73
責任ある原材料調達	79

よりすこやかな地球のために

脱炭素	88
ごみゼロ	105
水保全	122
大気および水質汚染防止	131
製品ライフサイクルと環境負荷	140
環境会計	142

正道を歩む

実効性のあるコーポレートガバナンス	144
徹底した透明性	157
人権の尊重	164
人財開発	174
受容性と多様性のある職場	186
社員の健康増進と安全	199
責任ある化学物質管理	219

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説	232
外部評価・外部表彰	238
独立保証報告書	242
GRI Standards 対照表	243
ISO26000対照表	255
TCFD対照表	257



→ Kirei Lifestyle Plan 外の ESG 活動につきましては、以下のサイトで報告しています
花王サステナビリティ データブック2021
www.kaio.com/jp/corporate/sustainability/pdf/

【報告内容】

花王サステナビリティ ステートメントの成果と課題	知的財産
コーポレート・ガバナンス	租税戦略
リスクと危機の管理	生物多様性
レスポンシブル・ケア	生活者とのコミュニケーション
品質保証	社会貢献活動
情報セキュリティ	保安防災
デジタル先端技術戦略	

花王は、2017年より「花王統合レポート」を発行し、花王の価値を総合的に判断いただくことをめざしています。「花王サステナビリティ データブック Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2021」(本データブック)および「花王サステナビリティ データブック 2021」は、「花王統合レポート2021」を補完するもので、ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」に沿って社会のサステナビリティ(持続可能性)への貢献に向けたさまざまな取り組みを、詳細なパフォーマンスデータとともに記載しています。

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。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。

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
www.kao.com/jp/corporate/about/outline/group-companies.html

対象期間

2020年度(2020年1月1日～2020年12月31日)
定性情報は、一部2021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年度以降は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。本データブックでは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。保証対象指標の一覧は、「[独立保証報告書](#)」「[GRI Standards 対照表](#)」に掲載しています。

発行時期

発行日 2021年5月24日
次回発行予定 2022年4月
(前回発行日 2020年4月23日)

参考にしたガイドラインなど

- GRI
「サステナビリティ・レポート・スタンダード2016」
※各ページのタイトルに、関連するGRI項目番号を記載しています
- 環境省「環境報告ガイドライン(2018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)
- SASB スタンドード
- SDGs コンパス
- TCFD 提言

各種情報提供ツールのご紹介



【レポート】

- 花王統合レポート 2021
- 花王サステナビリティ データブック Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2021 (本データブック)
- 花王サステナビリティ データブック2021
- コーポレート・ガバナンスに関する報告書
- 有価証券報告書

【ウェブサイト】

- 花王企業情報
- 投資家情報
- サステナビリティ
- 研究開発

将来見通しに関する注意事項/免責事項

本データブックに記載されている将来に関する記述は、花王が本レポート発行までに入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を花王として約束する趣旨のものではなく、さまざまな要因により大きく異なる可能性があります。

未来の命を守る会社に Sustainability as the only path



花王株式会社 代表取締役 社長執行役員 長谷部佳宏です。

今、世界は混沌の中にあります。パンデミック、意見衝突による社会の分断、そして地球環境問題は深刻さを増しています。右肩上がりの経済神話はくずれ、明日、私たちの生活がどうなるかを不安に感じる人も増え続けています。その中で、花王グループに求められる責任と役割は大きな転換期を迎えています。

消費財メーカーである花王は、多くのモノをつくり、それらをお使いいただくことで、社会に貢献してきた企業です。しかし、一方では多くの物質とエネルギーを使い、廃棄物を出している企業であるともいえます。

今、私たちは変わらなければなりません。次なる打ち手が必要です。清潔・健康・美の領域を中心に、時代の変化に寄り添いながら130年余り事業を続けてきた花王が、これからどんな未来に向かうのか。支えていただいている多くのステークホルダーの皆さまの期待に応え、今後とも社会のお役に立ちたいと考えています。

2021年、花王グループは新たな中期経営計画「K25」をスタートします。

こころ豊かな暮らしに貢献する花王の基本ミッションは変わることはありません。一方、地球環境や人の生命

にもっと目を向ける時がきています。私たちはあらためて、生きとし生けるすべての「未来の命を守る」企業として、社会に欠かすことのできない存在をめざします。しかし、それはこれまでの延長線上では決してできません。

新しい領域に挑戦するため、今までとは異なる新たなモデルを構築し、技術を武器に、従来の花王スタイルとは異なる、もうひとつの花王を立ち上げる覚悟です。これからの世の中で必須とされる、切実な課題を解決できる事業領域を創造します。そのためにも、自前主義の考え方を大きく変え、志を同じくする社内外の仲間たちを信頼し、尊重しながら、目的を共に果たす姿勢に転換します。そして、多くの社員がワクワクしながら働き、自分のやりたいことに挑戦し、実現できるしくみもつくりまします。

花王は、最小限の資源で最大の価値づくりができる、世界に誇れる企業をめざします。今こそ、花王グループ社員の力を結集し、皆さまの期待を超える新しい未来を創造してまいります。

2021年1月
花王株式会社
代表取締役 社長執行役員

長谷部 佳宏



→花王統合レポート2021
ステークホルダーの皆さまへ
www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/reports/



2020年は近年に類を見ない1年間となりました。新型コロナウイルスの流行は多くの人々に大きな苦しみと混乱をもたらしました。コロナ禍の影響を受けた皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。

花王は、コロナ禍によって生じた対応すべき問題に精力的に取り組んでまいりました。まず初めにとった行動は、従業員の安全を守ることです。そしてその後すぐに、この新しい環境で暮らす人々を支援するため、消毒液などの花王が製造する必需品の生産能力を劇的に拡大しました。

コロナ禍への緊急対策がとられた後は、改めて「豊かな生活文化の実現」へ重きを置いた取り組みに立ち戻りました。ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」に沿って、また「私たちのプラスチック包装容器宣言」の考えを行動に移していきました。プラスチック使用量削減に向けては、「エアインフィルムボトル」と呼ばれる、花王の薄型フィルム技術を活用した革新的な新型容器の展開を開始しました。この容器は従来のプラスチックボトルの完全な代替品として利用可能でありながら、プラスチックの使用量を大幅に削減しています。この新技術は、2020年4月に新ブランド「MyKirei by KAO」から採用を開始しました。

また、リサイクルも重要視する課題です。リサイクルの追求の中で、ライオン株式会社のような国内の企業と協働して、使用済みつめかえパックの回収およびリサイクル活動を実施しています。さらに、東京都や和歌山市と連携して、循環型社会に向けた新たな構想の試験的な取り組みも開始しました。どのような企業であれ、1社のみで循環型社会を実現することは不可能です。パートナーシップこそが鍵を握るのです。

企業の透明性の向上にも力を入れ、「香りに関する方針」の公開および、国内ファブリック&ホームケアブランドの一部や「MyKirei by KAO」の商品群から香料成分名の開示を開始しました。

2021年は行動と変革の年となるでしょう。花王グループの新たな中期経営計画「K25」はESGをビジネスの中核に据えています。それにより、既存の事業に、成長と革新をもたらすだけでなく、花王の技術を活用して新たな成長機会を生み出していきます。K25の策定においても、今後の展開においても、花王はESG外部アドバイザリーボードの声を尊重し、気候関連財務情報開示タスクフォース(Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD)から要求されたシナリオ分析を反映させています。重要なインパクトをもたらす行動を通じて、花王は世界に「きれい」を届けたいと強く願っています。

ESG 委員会の役割

ESG 委員会はESG戦略に関する活動の方向性を議論・決定しています。委員長は社長執行役員、委員は専務執行役員、常務執行役員等で構成されています。ESG活動に関する方針や戦略の策定、ESGに関する課題、リスクと機会の把握、ESG活動状況の確認を行なっています。ESG外部アドバイザーボードは社外有識者で構成され、ESG委員会の諮問に対する答申や提言を行ない、社外の視点を経営に反映させています。

ESG 委員会で2020年に議論されたテーマ

- 新型コロナウイルス感染症の拡大を踏まえたESG戦略の確認
- 新中期経営計画「K25」と連動したESG戦略の審議・承認
- Kirei Lifestyle Plan 中長期目標の見直し案の審議・承認
- 外部アドバイザーボードの具申事項の確認
- Kirei Lifestyle Plan 各テーマの進捗に関するレビュー
- ESG実績評価のあり方

ESG 外部アドバイザーボードからESG 委員会に提案されたテーマ

- 花王の取り組みの良い面、悪い面を含む完全な透明性の必要性
- 花王のESG目標達成における従業員の重要性
- 外部でのより高いレベルでのESGに関する対話の必要性

気候変動シナリオ分析

花王は2018年にTCFDがまとめた提言に賛同を表明しました。その翌年に実施した気候変動シナリオ分析により、化石由来原料への依存を低減し、大気中のCO₂を回収する新たな方法を見つける必要性を再認識しました。気候変動が進行する中でも、人々が適応し生きていく方法を模索することもきわめて重要です。

2020年には、花王がこれまでに蓄積してきたすべてのリサイクル技術を1箇所に集めて研究を加速するために、リサイクル科学研究センターを設立しました。また、現在私たちがさいなまれているウイルスや、将来影響を及ぼすかもしれないウイルスと闘うために、花王衛生科学研究センターを設立しました。

執行役員 ESG部門統括
デイク・マンツ



新型コロナウイルス感染症への対応 102-15

私たちの生活は、新型コロナウイルス感染症により一変しました。

花王では、従業員と家族、お取引先・お客さまをはじめとするステークホルダーの皆さまの安全と健康の確保を最優先課題とし、感染拡大防止に努めています。清潔・衛生を研究し、関連する製品をお届けしてきた企業として、衛生的な暮らしを守るために必要な衛生関連製品の供給と、生活に役立つ衛生情報の発信に向けて、行政・学会・工業会・関連企業の皆さまとともに、グループ一丸となって取り組み、生活者の皆さまの暮らしを守る、正しい衛生習慣の実現をめざしました。

ESG キーワード

感染症リスクアセスメント

従業員と家族の安全確保

事業活動の継続

事業活動を通じた社会への貢献

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

新型コロナウイルス感染症の世界的流行は、原材料調達や製造、物流等の停滞、各国・地域で行なわれている出入国制限、外出制限および店舗閉鎖等による消費減退等、世界経済に大きな影響を及ぼしています。

多くの国や地域において第二波、第三波と流行が繰り返されており、ワクチン等の確立による収束と世界経済の回復には年単位の時間を要し、不透明な事業環境が続くことが予想されています。

花王が提供する価値

これまで清潔・衛生を研究し、関連する製品をお届けしてきたスペシャリストとして、生活者の皆さまとともに身の回りの衛生に関してソーシャルイノベーションを起こすことをめざしています。

暮らしのきれいを守ろう！プロテクトJAPAN

花王は、「暮らしのきれいを守ろう！プロテクトJAPAN」というスローガンを掲げています。①衛生清潔用品の安定供給、②衛生清潔分野の研究成果を研究機関・医療事業者などのプロフェッショナルへ提供、③生活者へのエビデンスに基づいた衛生清潔に関する正しい情報提供、を行なうことで、暮らしの安心を提供したいと考えています。



→暮らしのきれいを守ろう！プロテクトJAPAN
www.kao.com/jp/new-hygiene/

→新型コロナウイルス感染症への花王グループの取り組み
www.kao.com/jp/what-we-stand-for/



消毒液の増産体制(日本)

新型コロナウイルス感染拡大による花王への影響とリスク

花王の主要市場である日本において、化粧品市場は、インバウンド需要の大幅な減少や外出自粛等の影響を受け、前年を大きく下回る一方、トイレタリー(化粧品を除くコンシューマープロダクツ)市場は、衛生関連製品の需要拡大により伸長しています。

新型コロナウイルス感染症の拡大は、生活者の衛生に対する意識の変化や、外出自粛やマスク着用の常態化に伴うメイク等に対する価値観の変化、また、eコマース利用の急増等の消費行動の変化をもたらしています。

新型コロナウイルス感染症の拡大と生活者の変化に伴うリスクは次のようなものがあり、適切な対応ができない場合、目標とする売上高、利益から大きな乖離が生じる可能性があります。

- ・当社グループ拠点やサプライチェーン上での集団感染(クラスター)発生による、操業の一時中断、製品・サービス提供への支障
- ・感染再拡大や長期化による、リモートワークができない業務が原因となる商品開発や発売計画の遅れ
- ・感染再拡大や長期化による化粧品事業等の回復の遅れ
- ・生活者の意識や価値観の変化、消費行動の変化への対応が不十分

方針

新型コロナウイルス感染症への対応として、2020年2月3日に緊急事態対策本部(本部長:代表取締役 社長 執行役員)を設置し、対策本部会議において、①従業員と家族の安全確保、②事業活動の継続、③社会への貢献に関する全社方針を決定し、それぞれ次のような対応を実施しました。また、これらの対応は取締役会に報告されています。

1. 従業員と家族の安全確保

- ・政府や自治体の方針、国や地域の感染状況に応じた勤務体制、働き方(リモートワーク・在宅勤務の推進、出張制限、研修・イベント・見学の制限等)を「危機管理措置」として実施
- ・従業員と家族における感染者・濃厚接触者の状況を把握し、対象者のケアとクラスター発生防止対策を実施
- ・「感染症リスクアセスメントプロジェクト」を発足し、職場と家庭における感染防止対策を強化

2. 事業活動の継続

- ・サプライチェーンの維持のため、原材料調達活動に加えて、生産現場では一段高い感染対策を実施し、委託先等にも展開
- ・リモートワークのための情報システムの強化と業務のデジタル化の推進



医療従事者への製品セット無償提供



感染予防に関連する衛生情報を公開(「暮らしに役立つ衛生情報」)

新型コロナウイルス感染症への対応 102-15

- ・新しい働き方に向けた会社制度の見直し
- ・コロナ禍における事業戦略の策定と実行

3. 社会への貢献

- ・清潔と暮らしの安心を実現する衛生関連製品の継続的供給
- ・ハンドソープ・手指消毒液の増産体制を整備。アルコール消毒液をこれまでの20倍増産し、緊急を要する医療機関や高齢者施設等にアルコール消毒液を優先的に供給
- ・ウェブサイトを通じて、専門家や花王の知見に基づく生活に関わる衛生関連情報を提供。また、衛生関連研究者、医療従事者、教育機関の保健師等の方向けに、論文等の専門的知見に基づく感染防止策を含む幅広い情報を提供
- ・感染抑制能を持つVHH抗体の取得等、新型コロナウイルス感染症の治療薬や診断薬の開発への貢献



→花王が参画した新型コロナウイルスに関する共同研究の成果について
www.kao.com/jp/corporate/news/rd/2020/20200507-001/

体制

花王では、危機が発生した場合、グループ全体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)、レベルに応じた対策組織を設置し対応します。

2020年の新型コロナウイルス感染症の拡大は「レベル3:全社的な影響、経営に影響がある事態」と評価され、緊急事態対策本部、緊急事態対策本部事務局、感染症対策チームが設置されました。

緊急事態対策本部は代表取締役 社長執行役員が本部長を務め、緊急事態対策本部会議で花王グループ全体の活動方針を決定し、指示しました。情報の収集・共有や具体的な活動の進捗管理は、人材開発部門統括(執行役員)が責任者となる感染症対策チームが担いました。活動の取りまとめは、経営サポート部門統括(常務執行役員)が事務局長となり、危機管理部長などがメンバーとなる緊急事態対策本部事務局が担いました。



→リスクと危機の管理>体制
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=22

事業インパクト

化粧品事業

日本における化粧品市場は、新型コロナウイルス感染症拡大によるインバウンド需要の消滅、外出機会の減少、マスク着用常態化により、対前年度▲28%、特に

メイクアップ市場は、▲25%と大きく影響を受けました。

花王の化粧品事業は、メイクアップ製品の売り上げ構成が市場平均に対して約10%高いため、より大きい影響を受けました。

スキンケア・ヘアケア事業/ファブリック&ホームケア事業

日本における新型コロナウイルス感染症の拡大により衛生関連製品の需要が大幅に拡大する中、ハンドソープ・手指消毒液の増産体制を整え、売上・シェアは大幅に伸長しました(ハンドソープの売上は前年の3倍)。そのため、スキンケアの売り上げは対前年+10%となりました。

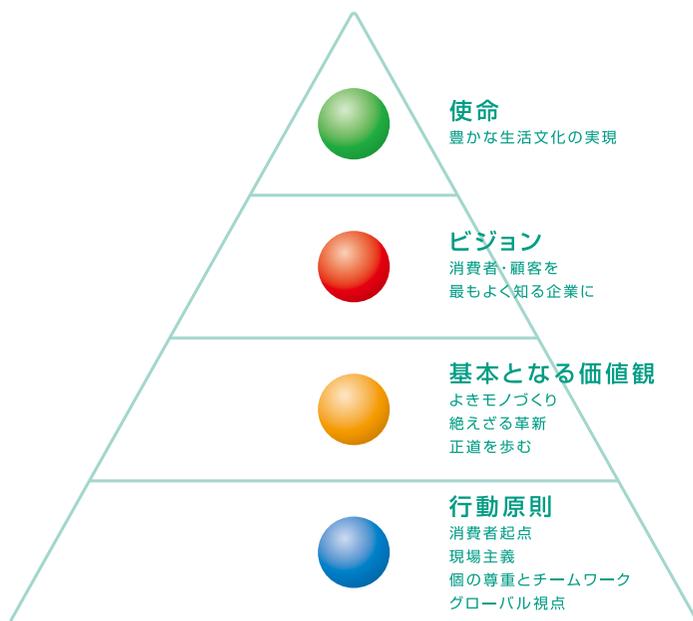
教育と浸透

新型コロナウイルス感染症の世界的流行に対して、社内ポータルサイト等を通じて、政府や自治体の方針、国や地域の感染状況に応じた勤務体制や働き方を「危機管理措置」として発信し、全社員が実践しました。

また、職場や家庭内での感染対策の強化ポイントや、従業員・家族が感染者・濃厚接触者になった時の対応、在宅勤務における制度や注意点等、1年を通して新型コロナウイルス感染症対策に関わるさまざまな情報を発信しました。

花王の価値創造を支える礎

花王ウェイ



● 使命

消費者・顧客の立場に立った心をこめた“よきモノづくり”により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)に貢献することが使命です。

花王ウェイの源は、花王の創業者長瀬富郎に求めることができます。1887年、長瀬富郎は洋小間物商「長瀬商店」を創業しました。「花王石鹸」を発売したのは、その3年後の1890年のことです。その目標は、質の悪い国産石けんか、高価な輸入石けんしかなかった当時、品質が高く、なおかつ買い求めやすい価格の化粧石鹸を世に送り出し、当時の人々の清潔で快適な生活に貢献することでありました。“人々の豊かな生活文化の実現に貢献する”という花王の「使命」の原点はここにあります。

● 『花王らしさ』の基本となる価値観

3つの「基本となる価値観」とは、「私たちは何を大切に考えるのか」を表したものです。この価値観にそぐわない事業や行動は行ないません。「正道」に立脚した「絶えざる革新」や「よきモノづくり」を行なうことを花王は一番大切にしており、これが花王らしさの基本となっています。

よきモノづくり

「よきモノづくり」とは、消費者のニーズを見極め、独創的なシーズと組み合わせて革新的な商品とブランドを開発することです。全社員、全部門の創造性と力を結集します。よきモノづくりの推進力は、私たち一人ひとりの熱意であり、これこそが花王の強さの源です。よきモノづくりを通じて得た利益は、さらに価値のある商品とブランドの創造に投じます。このよきモノづくりのサイクルにより、すべてのステークホルダーの支持と信頼を得て、利益ある成長を達成します。

絶えざる革新

「絶えざる革新」とは、消費者の暮らしや事業環境の変化を機敏に感じ取り、商品と仕事の改善、革新を推進することです。常に健全な危機意識を持ち、新たな発展と挑戦の機会を求めて、たゆまず前進を続けます。危機や困難を自己革新のチャンスととらえ、それを乗り越えることで個人と会社のさらなる成長を達成します。

正道を歩む

「正道を歩む」とは、互いに敬意と公正さを持って接し、誠実、勤勉をこころがけ、組織ならびに個人として成果を高めるように努めることです。法と倫理に則って行動し、健全で実直な事業活動によって、すべてのステークホルダーの支持と信頼に応えます。商品と事業活動における安全性を確保するとともに、環境をはじめとする社会的課題の解決に取り組み、社会への責任を全うします。

2021年よりスタートした経営体制のもと、「2030年までに達成したい姿」を「グローバルに存在感のある会社」から「グローバルで存在価値ある企業『Kao』」に改め、その達成に向け、ESGを経営の根幹に据えることで持続可能に成長していきます。

2019年4月に公表した花王のESG戦略Kirei Lifestyle Planは、生活者のこころ豊かな暮らしの実現をめざすもので、生活者の目線に立った花王らしいESG戦略です。Kirei Lifestyle Planに基づき、「ESG視点のよきモノづくり (ESGよきモノづくり)」を通して社会のサステナビリティ実現と企業価値の向上につなげていきます。

花王のESG活動を支える理念

花王ウェイ

花王は創業当初より、事業活動を通して社会のサステナビリティに貢献することを使命としてきました。企業理念である花王ウェイに「心をこめた“よきモノづくり”により、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」と定めています。



→ P10「花王の企業理念」

中期経営計画「K25」と「2030年までに達成したい姿」

花王は「2030年までに達成したい姿」である「グローバルで存在価値ある企業『Kao』」を達成するため、ESGを経営の根幹に据えています。「2030年までに達成したい姿」の3つの目標は、(1) 持続的社會に欠かせない企業、(2) 高社会貢献 & 高収益グローバル企業、(3) ステークホルダーへの成長レベル還元、です。その結果、売上高は2.5兆円になると想定しています。社会に役に立つことを目的に事業を展開し、その結果として事業成長を果たし、その利益を社会に還元していくというものです。

また、「2030年までに達成したい姿」達成を見据えた中期経営計画「K25」を2020年12月に発表しました。ビジョンを「豊かな持続的社會への道を歩む」、コンセプトを「きれいをこころに 未来に」とし、(1) 持続的社會に欠かせない企業になる、(2) 投資して強くなる事業への変革、(3) 社員活力の最大化、の3つの方針を策定しました。

2030年を見据えた「K25」の達成に向け、花王グループのESG経営の決意として、Eとして「ゼロ浪費・カー

ボンゼロ」、Sとして「唯一無二のパーソナライズ」、Gとして「友(協業者)と正道を歩む」を掲げました。新たに「生命を守る」という領域での事業構築、同じ志を持つステークホルダーとの協働による取り組みを進めます。

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」は、生活者を主役としたESGの具体的な活動の方向性と将来への意欲的な意気込みを表したものです。「花王のESGビジョン」と、それを実現するための戦略「花王のESGコミットメントとアクション」で構成されています。

花王 ESG ビジョン

「花王のESGビジョン」は、花王のESG活動が世界の人々のサステナブルな暮らし、さらにはその周りに広がる社会や地球のためにある、という考え方に基づいています。

また、私たちのESG活動の基盤が「正道を歩む」ことにあると示しており、創業者 長瀬富郎の言葉、「天佑は常に道を正して待つべし」を継承するものです。

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

Kirei Lifestyle Plan –花王のESG戦略– 102-15,102-16

花王 ESG コミットメントとアクション

Kirei Lifestyle Plan は、人々のこころ豊かな暮らしにつながる3つの柱、「快適な暮らしを自分らしく送るために」、「思いやりのある選択を社会のために」、「よりすこやかな地球のために」と、それらの基盤である「正道を歩む」で構成されています。

それぞれの柱は、重点取り組みテーマ「花王のアクション」を設定するとともに、2030年までに達成したい意欲的な目標としてコミットメントを掲げています。

グローバル規模で大きく変動することが予想される社会、環境において2030年を見据えた「K25」を実現していくには、花王が強い意志をもって変革を進め、社会にも変革をもたらす一翼となる必要があります。ガバナンスの重要性が高まる中、その実効性も「正道を歩む」に沿って、さらに強化していきます。

19の重点取り組みテーマにもそれぞれ中長期目標を掲げており、確実かつ実効性のある活動につなげていきます。

Kirei Lifestyle の実現による事業成長

「K25」は、社会の役に立つことを目的に事業を展開し、その結果として事業成長を果たすという考え方に基づいています。生活者のこころ豊かな暮らしや社会のサステナビリティの実現をめざして展開した花王のESG活動が、結果として事業成長につながり、生まれ

た利益がステークホルダー、生活者や社会に還元されていくサイクルを形成していくと考えています。Kirei Lifestyle Planが、経営ビジョンを達成するための主軸であり、ESGは投資であり、未来の財務と位置づけているのはそのためです。

現代の深刻な社会問題に対応し、サステナブルな社会を実現するためには技術革新が必須だといわれていますが、花王はイノベーション提案に基づく、“よきモノづくり”に注力しており、本質研究に立脚した革新的技術を組み込んだESGよきモノづくりは、花王の持続的な成長を支え、人、社会、地球に大きなインパクトを与えることができると考えています。

また、Kirei Lifestyleを起点に既存事業の清潔、健康、美の3領域を深化させ、3領域の境界領域を拡大し、さらに事業領域を拡張することで、社会へのインパクトをさらに広げ、同時に事業成長にもつなげていきます。「K25」が新たに「生命を守る」という領域での事業構築をめざすのはその一環です。

Kirei Lifestyle Planは、花王のコーポレートブランド価値、および製品ブランド価値向上にも貢献します。Kirei Lifestyle Planの精神は製品、キャンペーン、プログラム、コミュニケーション等の取り組みに組み込まれています。生活者のこころ豊かな暮らし、社会や環境のサステナビリティへの貢献は、生活者やさまざまなステークホルダーから信用やレピュテーションを獲得でき、コーポレートブランド価値の向上に貢献すると考えています。

アクションの一つ「パーパスドリブンなブランド」は、ブランドの存在意義を強化し、製品ブランド価値向上に貢献します。2020年に実施した例として、米国で開始した「Kirei Lifestyle」の実現をパーパスとしたブランド「MyKirei by KAO」の販売開始が挙げられます。花王の本質研究から生まれた技術を最大活用し、花王ならではの環境や社会に配慮した商品群を提案するブランドです。今後は、日本、ヨーロッパ、その他アジアなどで順次展開を拡大する予定です。

2021年より新たに策定したK25、およびそれを進める新たな経営体制、社内体制により、パーパスに根差したESGよきモノづくりを一層強化していきます。これにより、持続的社会に欠かせない企業になり、持続的社会への貢献に連動して花王事業が発展し、結果として事業成長につながると考えています。



→花王統合レポート2021

花王の価値創造モデル

www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/reports/

自分らしく送るために
快適な暮らしを

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

花王のESGビジョン

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かに暮らすこと。

Kirei Lifestyleとは、すべてにおもいやりが満ちていること。

自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、
周りの世界もまたそうであることを大切にすること。

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かな暮らしが、
今日だけではなく、これからも続くと安心できること。

日々の暮らしの中で、たとえ小さなことでも、
正しい選択をして、自分らしく生きるために。
花王はこうしたKirei Lifestyle が

何よりも大切だと考えています。

だからこそ、決して妥協をせず、
正しい道を歩んでいきます。

世界中の人々のこころ豊かな暮らしのために、
私たちは革新と創造に挑み続けます。



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



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



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

Kirei Lifestyle Plan –花王のESG戦略– 102-16,102-47

花王のESGコミットメントとアクション



自分らしく送るために
快適な暮らしを

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

花王グループ中期経営計画「K25」

花王グループは、豊かな持続的社会的実現に向けて、2021年度から2025年度までの5カ年を対象とした「花王グループ中期経営計画K25(Kao Group Mid-term Plan 2025)」を策定しました。

ESG活動と投資を積極的に行なうことで、「豊かな持続的社会的」への貢献と会社自体の事業成長を両立させ、これからの社会に欠かすことのできない会社になることをめざします。



快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

重点取り組みテーマの選定プロセス

花王は、「花王のESGコミットメントとアクション」における19の重点取り組みテーマを以下の4つのステップで選定しました。

選定ステップ



重点取り組みテーマ選定の目的

1. 社会の状況や課題、花王への期待の変化をとらえ、的確に対応する
2. 花王の方針、事業環境や戦略の変化を踏まえ、ESG活動を戦略的に実行する
3. 経営資源を効果的に投入し、実効性のある活動にする

2018年に実施した重点取り組みテーマの選定

1. 候補テーマの特定 (Identification)

1.1 候補テーマのリストアップ

以下を参考に候補テーマをリストアップしました。

- ・ ISO26000
- ・ GRI Standards
- ・ SDGs
- ・ ESG評価機関の評価項目
- ・ 世界のメガトレンド
- ・ 社内ワークショップ
- ・ 他企業のマテリアリティ
- ・ 第三者の意見

78の候補テーマ(環境分野:17、社会分野:37、ガバナンス分野:24)が選出されました。

1.2 トップインタビュー

代表取締役、取締役、常務執行役員8名にインタビューし、ESG戦略に対する考えや要求事項を整理しました。

1.3 リージョンワークショップ

アジア、米州、欧州においてワークショップ形式で、ビジネスニーズ、サステナビリティニーズ、消費者・顧客ニーズのすべてを同時に満たす活動を現場視点で抽出し、グローバルで存在感のある会社につなげていく要素を抽出しました。

2. 優先度の設定 (Prioritization)

1.1でリストアップした78の候補テーマについて、花王の事業成長や企業価値向上における重要度を、社外のステークホルダーおよび社員に評価してもらいました。

回答者の属性

- ・ 社外のステークホルダー 32名(日本人21名、その他11名)
- ・ 社員71名(日本人39名、その他32名)

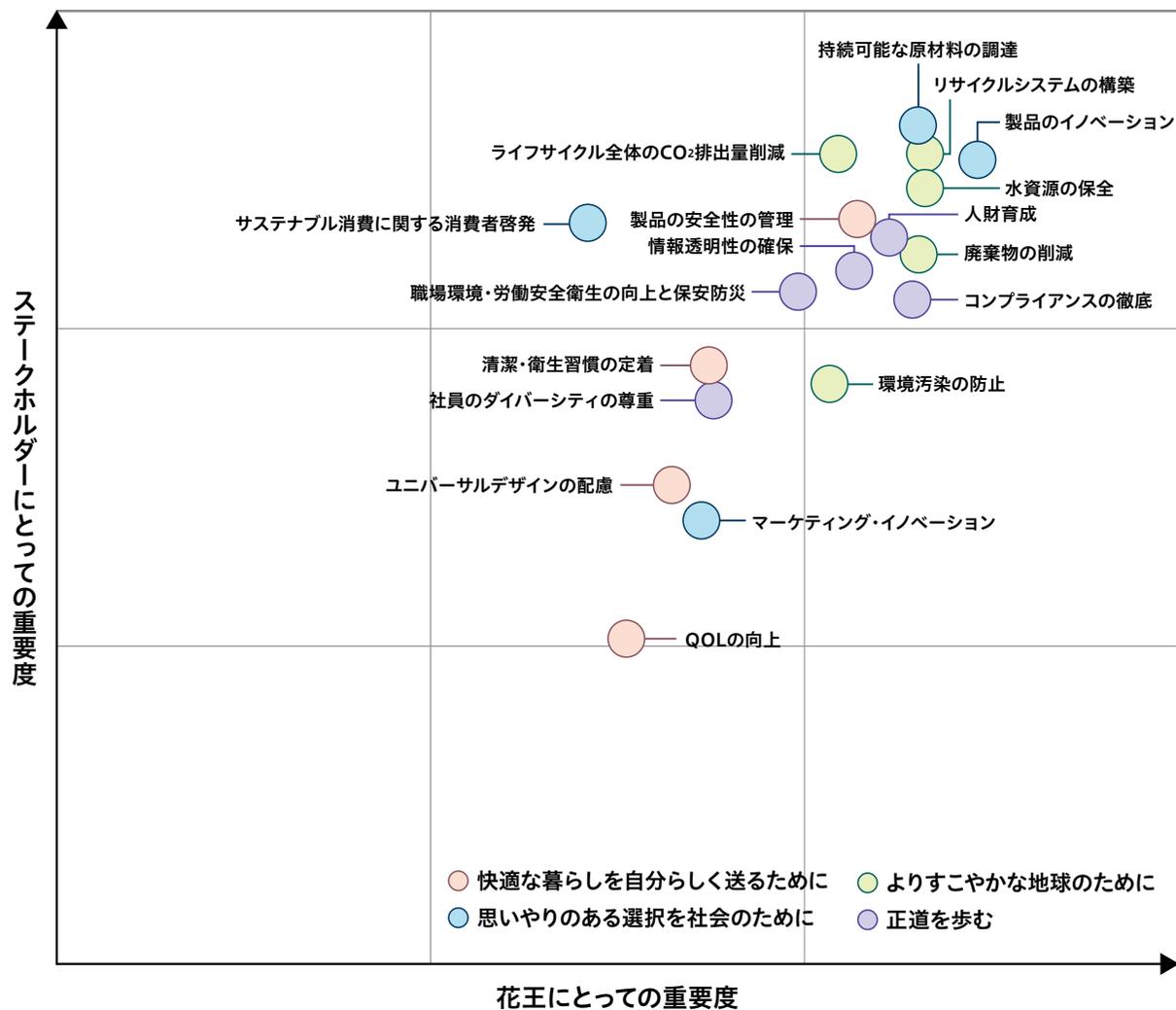
社外のステークホルダーとして、次の各グループの代表者の方々に回答をご協力いただきました。

- ・ 消費者・顧客
- ・ サプライヤー
- ・ 地域社会
- ・ NGO/NPO
- ・ アカデミア
- ・ 業界団体・同業者
- ・ 株主・投資家

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

評価結果を、「ステークホルダーにとっての重要度」と「花王にとっての重要度」の2軸でマッピングし、マテリアリティ・マトリックスにしました。

マテリアリティ・マトリックス



当評価結果と第三者意見をもとに、各部門の責任者で構成されるESG推進会議で審議し、19の重点取り組みテーマを選定しました。

なお、上記調査で評価が比較的高かったにもかかわらず、重点取り組みテーマに含まれなかったテーマは別の組織体で管理、実行していきます。たとえば、社外で評価の高かった「大規模災害に対する備えと復興の支援」はレスポンシブル・ケア推進委員会で、以前から取り組んでいるテーマです。

3.承認 (Validation)

ESG推進会議で選定した19の重点取り組みテーマはESG委員会で審議し、取締役会で承認しました。

これに基づき各部門はそれぞれの目標および活動計画を策定し、ESG活動を実行していきます。

4.レビュー (Review)

19の重点取り組みテーマは定期的にレビューし、前述した選定ステップの1.~3.を経て見直ししていきます。さらにESG外部アドバイザリーボード会議においても毎年、確認を行なっています。



→体制について詳細はP18「ESG推進体制」

自分らしく送るために
 快適な暮らしを

思いやりのある選択を
 社会のために

よりすこやかな
 地球のために

正道を歩む

ESG推進体制

より柔軟で強靱なESG活動を実現するため、ESG推進体制を構築しています。取締役会の下にESG戦略に関する活動の方向性を議論し、決定する機関であるESG委員会、社外の視点を反映させるため外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボード、ESG戦略を遂行するためのESG推進会議、注力テーマについて活動を提案するESGタスクフォースがあり、各部門の活動を推進しています。

ESG委員会は経営層、ESG推進会議は事業部門、リージョン、機能部門、コーポレート部門の責任者で構成することで、ESG課題について迅速に経営判断を行ない、

各部門がESG活動を進めることができる体制を構築しています。各部門におけるESGの運営については、各部門が管理責任を持ち、組織上のレポーティングラインに基づき展開することで、ESGを部門方針、目標、計画に組み込み、実効性のあるガバナンスを構築しています。グローバルのグループ会社に対しても各部門が運営し、活動の内容に応じて適宜グループ会社単位で運営しています。

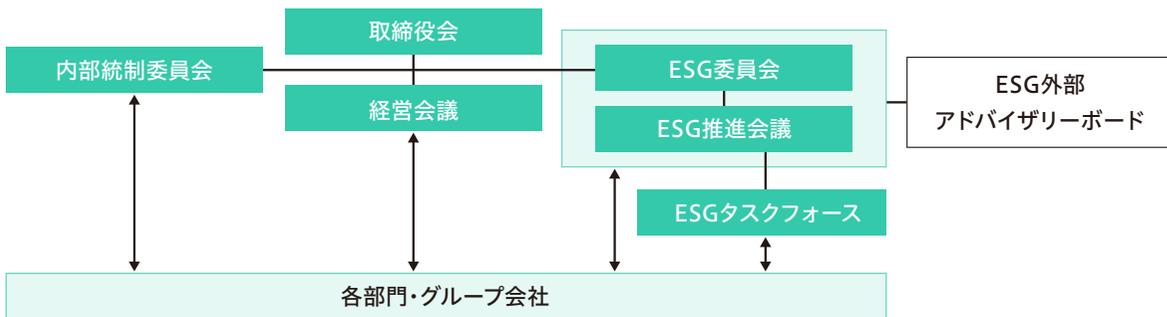
ESG外部アドバイザリーボードは社外有識者で構成され、ESG委員会の諮問に対する答申や提言をし、社外の視点を経営に反映しています。

ESG推進体制が対象とするテーマは基本的にESG全般ですが、主にKLPテーマに注力することで戦略的なESGを推進しています。

このESG推進体制により、グローバルのESG活動状況を把握するとともに、事業や社会へのインパクトを基に戦略や投資等の経営判断を行なっています。

2018年に本体制を構築してから2年経過し、ESG委員会とESG推進会議の連動、19の重点取り組みテーマの主管部門と各部門の連携、各部門内のグローバル運営を含めたESG活動の組み込みを進めてきました。

ESG推進体制



※2020年12月現在

Kirei Lifestyle Plan 重点取り組みテーマの推進

- ・ 主管部門が担当テーマの内容の設計、中長期目標の策定を実施し、定期的に各部門の進捗を集約し、全社の進捗管理をする。
- ・ 対象部門が、各テーマについて部門の目標、活動計画を策定し、推進する。

各部門の推進

- ・ 部門ごとに推進体制を構築。部門目標、活動計画を策定し、PDCAサイクルを回す。
- ・ 各部門の活動進捗状況をESG推進会議に報告し、計画の見直し要請等を各部門にフィードバックする。
- ・ 各部門によるグローバルの運営を基本とし、適宜グループ会社単位の運営で活動を支援する。
- ・ 各部門のESG推進会議の委員は、全社ESG戦略の部門戦略への落とし込みを指揮、推進する。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

Kirei Lifestyle Plan –花王のESG戦略–

102-18,102-19,102-20,102-21,102-26,
102-27,102-29,102-31,102-44

各組織体の役割、構成、開催頻度

組織体	役割	構成	開催頻度	主な審議事項等(2020年)
ESG委員会	<ul style="list-style-type: none"> 花王のESG活動に関する方針および戦略の策定 花王および社会のサステナビリティやESGに関する課題、リスクと機会の把握 ESG推進会議からの上程事項の審議・決定 全社のESG活動推進状況の確認と対応 	委員長: 社長執行役員 委員: 専務執行役員、常務執行役員等	年4回	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症拡大を踏まえたESG戦略の確認 中期経営計画「K25」と連動したESG戦略の審議・承認 Kirei Lifestyle Plan 中長期目標の見直し案の審議・承認 外部アドバイザーボードの具申事項の確認 Kirei Lifestyle Plan 各テーマの進捗に関するレビュー ESG実績評価のあり方
ESG外部アドバイザーボード	<ul style="list-style-type: none"> ESG委員会に対し社外の視点から、ESG委員会の諮問に対し答申・提言 ESG委員会に対し、世界レベルの計画策定・実行ができるような情報の提供 外部との協働や連携の機会の提供 	委員: 社外有識者 ・ Lisa MacCallum 氏 Inspired Companies 創設者他 専門: ビジネス改革等 ・ 末吉 里花氏 一般社団法人エシカル協会代表理事他 専門: エシカル消費等 ・ Jalal Ramelan 氏 ESG インドネシア会長 専門: 持続可能な開発分野 ・ Helmut Schmitz 氏 Der Grüne Punkt - Duales System Holding GmbH & Co. KG 広報部長 専門: 包装容器リサイクルシステム等	年1回	<ul style="list-style-type: none"> 社会情勢を踏まえた花王への期待とリスク提案 Kirei Lifestyle Plan の進捗に関するレビューと評価 中期経営計画「K25」と連動したESG戦略への提言
ESG推進会議	<ul style="list-style-type: none"> ESG委員会で決定した方針、指示、提言に基づき、ESG戦略の具体化を推進 各部門のESG活動推進状況の確認と対応 注力テーマを実行するために、適宜ESGタスクフォースを設置 	議長: ESG担当部門の責任者 委員: 事業部門、リージョン、機能部門、コーポレート部門の責任者	年8~12回	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症拡大を踏まえたESG戦略・活動に関する議論 Kirei Lifestyle Plan 中長期目標の見直し案策定 Kirei Lifestyle Plan 各テーマの進捗と今後の計画の確認 部門のESG活動に関する進捗の確認 社員エンゲージメントの設計 外部有識者による講演
ESGタスクフォース	<ul style="list-style-type: none"> 注力テーマで、部門横断的な体制が必要な場合、テーマ別に設置。ESG推進会議で策定した具体的計画に基づいた活動提案 	委員: 注力テーマに関係する部門の社員	適宜設定	<ul style="list-style-type: none"> トランスペアレンシータスクフォースによる「香りに関する方針」の策定と公開

ESG外部アドバイザーボードによる評価と要請および今後の期待

2019年のESG外部アドバイザーボード発足時に着任されたLisa MacCallum氏、末吉 里花氏に加え、2020年にJalal Ramelan氏、Helmut Schmitz氏を委員に迎えました。幅広い見地から、花王のESG活動に関し議論があり、さまざまなご助言をいただきました。

ESG外部アドバイザーボードの各委員からのメッセージを次ページから掲載しています。

自分らしく暮らしを
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ

困難な状況下においても 持続的な成功を収めるために



Lisa MacCallum 氏
Inspired Companies 創設者

2020年は、新型コロナウイルス感染症の流行により、すべての個人および企業が同じ時期に同じ問題を経験した年として、人々の記憶に残るでしょう。まるで抜き打ちのように、かつリアルタイムで、真価が問われたこの試練により、3種類の企業像が浮かび上がりました。

1. 残念な姿を露呈してしまった企業。目先のわずかなコスト削減を選択した結果、後で取り返すことのできない損失をした企業。
2. 善意ある行動をいくつか実行したものの、信頼の基盤の弱さから、その取り組みが疑問視された、あるいは認められなかった企業。

3. 従業員、顧客、サプライチェーン、行政、地域コミュニティを支援するため、直感に従って行動し、法人としての最高の姿を示した企業。

3つ目のカテゴリーに該当すること、すなわち、最悪の状況においても、自社の力をもっとも発揮することができる企業になることは、容易ではありません。それを発揮し続けることはさらに困難です。企業としての真価が問われたときに、成功を収める秘訣は、リーダーや従業員の能力、明晰な判断、自信を一斉に引き出す、強力でインスピレーションに満ちたコンパスを持っていることです。

花王には、それがあります。私はそれが機能する様子を目の当たりにしてきました。

花王のKirei Lifestyle Planと成功へのビジョンは、「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」という、揺らぐことのない使命に基づいています。花王独自の存在意義を表現した「花王ウェイ」と併せて、この複雑で、微妙な差異に富み、急速に変化する今日の世界市場を渡り歩いていくための強力なコンパスとなっています。

花王のESGチームは発足から約2年間、グローバルに展開する全事業にKirei Lifestyle Planの戦略と意図を浸透させるため、確固たる姿勢で活動してきました。Kirei Lifestyleとは、生きる美しさ、尊敬、思いやり、平等、公正さといった、人々の心に深く響く感性を核としたコンセプトです。Kirei Lifestyleが最大限に力を発揮する時、人類と地球の完全な調和が実現するでしょう。

2020年、花王はこのコンセプトを基盤、コンパス、そしてインスピレーションとし、何よりもまず世界中の従業員に速やかに救援物資を送りました。さらに各国・地域の行政機関との連

携を迅速に進め、生産設備を一新し、医療・衛生用品の喫緊の需要に応えました。協働とイノベーションを効率化・加速化させる大胆な挑戦と目標を新たに掲げ、新型コロナウイルス感染症をはじめとする地球規模の重大な問題から生じた、地域レベルのさまざまな課題の解決に乗り出した姿も印象的でした。

また、花王は、権威ある独立系評価機関Sustainalytics社の2020年ESG Risk Ratingsにおいて、業界内で最高レベルの評価を獲得しています。これは、各機関のリサーチにおいて、同社が受けた数々の評価のほんの一例に過ぎません。

ESG外部アドバイザリーボードという立場から、私は花王がさまざまな分野において非常に優れていると断言できます。その卓越性は、エンジニアリング、科学イノベーション、取り組みの信頼性、正しいことを成す姿勢、ガバナンスの倫理基準など、枚挙にいとまがありません。失望させられる企業が多い状況において、花王は世界的にみても稀有な存在といえるでしょう。

しかし、もしかしたらそこにこそ、今年そしてこれからの花王にとっての課題があるのかもしれませんが。今日の世界情勢に鑑みると、卓越性の基準は引き上げられ、企業に対する期待もかつてないほど高まっています。これまでと同じ努力を続けるだけで、果たして花王は他社の羨望を集める第3の企業——ステークホルダーの要求やプラスの影響を直感的に察して行動し、持続的で称賛に値する成功を収める企業——のカテゴリーに留まることができるでしょうか？

世界は花王の持つ資質を必要としています。科学的・技術的な解決策やイノベーションを持っていたとしても、それを世

界に提供する速さと決断力が十分でないとしたら、そのままの状態では2021年に向かってよいものでしょうか。私はそのようには思いません。

多くの人と同様に、私も好きなものは、質の高いものを少しだけ楽しみたいと考えます。いわば「少ないほど豊か」の精神です。ただし、地球規模の問題に対して花王が独自に提示する解決策に関しては、いくらあっても足りません。「多ければ多いほどよい」のです。

世界はもはや「独自路線」の企業やブランドを支持しません。世界が支持するのは、ユニークで思いがけないパートナーシップやコラボレーション、大規模な提携を歓迎し、重要な使命を果たし、実質的で意味のある、計り知れない変革をもたらす企業です。これは、現代における単純かつ複雑な事実です。

Kirei Lifestyle は、花王という企業の枠を超えたコンセプトです。その可能性を最大限に発揮するには、明確な意図、勇氣、想像力に加えて、社内外との連携を倍増する努力が求められるでしょう。たった一つの取り組みやタスク、マイルストーンによって実現できるものではありません。一部門の漸進的な変化と努力で成し遂げられるものでもありません。大事なのは、そのビジョンと目的を社内外の重要なステークホルダーに共有することなのです。

Kirei Lifestyle の追求は、生きる美しさ、思いやり、尊敬、公正さ、調和の意味を再定義することで、人々の生活をよりよく豊かにするという、花王の公然たる挑戦です。花王は自らに高い基準を課し、実に魅力的な将来の展望を示しています。

そのめざす世界の実現に向けて、花王は、誰にどのように声をかけていくのか。それが問われています。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

ESG 外部アドバイザーボードからのメッセージ

徹底した透明性と情報開示を



末吉 里花 氏

一般社団法人エシカル協会 代表理事

2020年は世界中の人たちにとって試練の年でした。コロナ禍において、花王は手指消毒剤や手洗い剤などの供給によって、感染拡大防止に大きく役立ち、本業を通じて大きな貢献をしたことで、社会になくてはならない存在であることが改めて確認されました。同時にそれは、今後のwithコロナの社会づくりのために、今まで以上に多くの人々から花王の企業としての価値が注目され、問われることでもあります。

コロナ禍により、物事の背景をより深く考える人々が明らかに増えていると感じています。そのことは希望であり、同時にリスクであるとも言えるのではないのでしょうか。たとえば、非常事態宣言による自粛生活、エッセンシャルワーカーへの依存などを通じ、(特に都市に)生きることの脆弱性(衣食住・エネルギーの自給率の低さなど)を体感した私たちは、食べ物

や生活必需品が手に入ることのありがたみを痛感し、他者への感謝や「おたがいさま」「おかげさま」といったエシカルにも通じる価値観を重視するようになりました。これは、SDGs達成を標榜する社会にとってポジティブな意味を持つはずで

一方、コロナ禍の終息が見えない中、その本質的な要因を真剣に考える感度の高い人々も多く存在します。そういった人々は、パンデミックと、経済活動を優先してきた人間による無秩序な自然破壊との相関性に気づいています。ビジネスの世界でも、顧客の見えないところで自然を破壊しながら利益を追求するような企業は、遠くない将来、顧客からの信頼を一気に失うことになるはずで

そうした中、今企業に最も求められることは透明性と情報の開示です。花王が企業として、次世代によりよい社会を残す先導者としての役割を果たすためには、川上から川下まで、サプライチェーンのすべてを「良いことも悪いことも」透明性を持って顧客に開示しながら、問題点の改善にあたる必要があるでしょう。今後ますます、企業として出している社会・環境へのインパクトを、ネガティブなことも含めて包括的に開示し、本業そのものを戦略的に変革しようとする企業が評価される一方、耳触りの良いことだけを伝えるようなアプローチは「SDGsウォッシュ」と見なされ、顧客の信頼を得ることは難しくなっていくはずで

は非常に好印象です。

環境や社会問題を生んだ大きな原因は、永遠の経済成長を是とする資本主義市場のあり方であり、さらに言えば、その中で資本を増大させてきたグローバル/大企業の事業活動のあり方にあることは疑う余地がありません。であれば、「問題は自分たちの外の世界で起きてしまったこと。だから、その解決に貢献する」、もしくは「より持続可能なライフスタイルを送りたいという、生活者のニーズや思いがあるから、それに応える」といったスタンスではなく、「自分たち自身が問題を生んだ原因である。だからこそ、自分たちはその責任を取る」というスタンスを持つことが非常に重要だと感じます。Kirei Lifestyle Planからは、花王がその自覚と責任を出発点とする覚悟ができていてることを感じ取ることができます。ぜひこれからも、その覚悟を持って行動に移して欲しいです。Kirei Lifestyle Planの実行の中で、計画どおりうまく進むことも、想定以上の困難に対峙していることも、広くステークホルダーに伝えていただくことで、それが新たな花王への協力者の呼び水となると確信しています。

最後になりますが、ようやく日本でも2050年までにカーボンニュートラルをめざすことが宣言されました。各国の企業がカーボンニュートラルに向けたコミットメントを発信している中、花王には先進国市場のみならず、途上国を含めたサプライチェーン全体で取り組みをリードしていただきたいです。私たちは、途上国に不経済を外部化しながら、先進国のあり方をクリーンにするという手法に決別する必要があります。Kirei Lifestyle Planにある「世界中の人々のこころ豊かな暮らしのため」という言葉を実現するためにも、花王には、徹底した透明性と情報開示のもと、持続的な未来の先導者になってほしいと期待しています。

自分らしく暮らしを
快適に送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ

高レベルなESG活動を維持しつつ、さらなる向上を



Jalal Ramelan 氏
ESGインドネシア 会長

2019年の終わり頃、花王からESG活動の課題を議論する場にお招きいただいたとき、私が同社について知っていることはわずかでした。いくつかの花王製品は何十年も使っていましたし、20年間にわたって企業のESG活動を観察してきた立場から、同社がアジアでは数少ない、サステナビリティ指標において国際的に高い評価を獲得している企業の一つであることも知っていました。しかし、同業界の欧州の企業に比べて、花王の取り組みやサステナビリティの実績に関する私の知識は限られていました。

打診を受けて、花王の最近の動向を調べるためウェブサイトアクセスしてみました。私は常々、日用品業界においてグローバルリーダーとされている欧州の数社を高く評価して

きたため、花王のサステナビリティの方針や戦略、プログラムや実績はそれらの企業に比べて劣るだろうと思っていましたが、それは誤りでした。

ウェブサイトのコンテンツを読み進め、さまざまな資料をダウンロードして詳細を確認するにつれ、私の期待をはるかに上回る同社の取り組みに大いに感銘を受けました。サステナビリティの取り組みと実績についてこれほど詳しい情報を網羅している企業のウェブサイトは、かなり稀でしょう。

包括的な情報提供のために、花王では「花王サステナビリティデータブック Kirei Lifestyle Plan Progress Report」「花王サステナビリティ データブック」「花王統合レポート」を発行しており、GRI StandardsやISO26000、TCFDとの対照表も用意されています。実績の説明は、多くの人に専門的すぎるという印象を与えるかもしれませんが、企業のサステナビリティに関するさまざまな国際基準やガイドラインを活用して方針や戦略、目標を設定しようという真摯な姿勢が読み取れます。

日用品業界における主な課題に関しては、すべて十分に管理、開示されていることがわかります。エネルギー効率やGHG排出量削減は花王が長年抱えてきた課題ですが、野心的な目標と、その目標を上回る実績が提示されています。プラスチックごみは包装容器のデザインによって大幅に削減されただけでなく、資源循環型社会に向けた各種取り組みのもとで適切に管理されています。

花王のESG課題に対する真摯さを最もよく表しているのが、同社が受けた数々の認証や表彰でしょう。多くの企業が認証や表彰を誇示しているのに対し、花王では「外部評価・外部表彰」という控えめなタイトルのもと、より慎重に伝えています。そのセクションを開くと、Ethibel Sustainability Index (ESI)

Excellence Global、ECPI Global Ethical Equity Index、Ethisphere Institute による World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)に2007年から連続で選定されているほか、FTSE4Good Global Indexに2008年から連続で、また、DJSI World、DJSI Asia Pacificに2008年、2009年と2014年から連続して選定されていることがわかります。

2020年は、コーポレートネイティブによるGlobal 100 Most Sustainable Corporations in the Worldにおいてパーソナルケア・クリーニングプロダクツ業界第4位に、Sustainalytics(サスティナリティクス)社の評価においては業界で第2位に選出されるなど、さまざまな評価や賞を獲得しました。さらに2021年の初め、花王に関する所感を執筆していた私のもとに、同社がCDPの「気候変動」「森林」「水」すべての分野で最高評価を獲得し、世界で10社しかない「Aリスト企業」に選定されたという報告が舞い込んできました。CDPの「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー・ボード」に選定されるのは今年で4年連続になります。また、ブルームバーグ社は花王を2021年のGender-Equality Indexに選定しました。

花王にはもはや改善の余地がわずかしか残されていないかと問われれば、おそらく否と答えるでしょう。これまで築き上げてきたものを維持することは容易ではありません。一方で、ステークホルダーからの期待は高まり続けます。Science Based Targets イニシアティブ(SBTi)が定めた気候変動緩和に向けた目標を達成していかなければなりませんし、気候変動対応はまだまだ改善が必要です。同様に、資源循環型社会への完全移行という目標を実現するまでには、長い道のりがあるはずです。

しかし、2020年ESG外部アドバイザリーボードの一員として花王と関わる中で私が目にし、感じた限りにおいて、花王は自社が定めたESGに関する目標を達成し、さらには上回ることができると信じています。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ

次世代の期待に応え 循環型社会の実現を



Helmut Schmitz 氏

Der Grüne Punkt -
Duales System Holding GmbH & Co. KG 広報部長

花王には長年受け継がれてきた伝統があり、その長い歴史を通じて、年々ダイナミックに変化してゆく社会の中で、さまざまな課題に立ち向かい、解決する能力を発揮してきました。Kirei Lifestyle Planの背景には、こうした経験に基づく合理的な認識があります。すなわち、さまざまなレベルにおいて責任を引き受けることは、企業とその顧客、従業員、そして社会にとって、きたるべき地球規模の変革プロセスという世代をまたぐ重大な任務をやり遂げるためのチャンスであるという認識です。

若い世代は、自分たちや将来の世代には、生きがいのある未来を得る権利があると主張しますが、これはもっともなことです。経済活動あるいは原材料や資源の管理について、従来

の直線的なマネジメントから持続可能な循環型マネジメントへと移行するために、今こそ正道を歩んでいくことが求められているという認識が、Kirei Lifestyle Planにはすみずみまで行き渡っています。

サステナビリティは「win-winの提案」です。もっと言えば、それは環境・社会・企業という三者すべてが利益を享受できるトリプルwinなのです。花王サステナビリティ データブック Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2020で取り上げられているパーム油の調達取り組みは、再生可能原料の生産という領域における、三者ともが「win」となる実例を示しています。原材料の調達先であるパーム搾油工場のリストの公開は、サプライチェーンとバリューチェーン全体の透明性を高めることに大きく貢献していますし、小規模農家との協力体制を拡大することは、多くの分野で持続可能性を高めます。知識移転と教育、認証制度、信頼性の高い購買・供給契約などは、計画立案の安全性を高め、花王が社内外で信頼を得るための重要なコンセプトです。

包装容器は、重要なポイントと思われる物流、資源保護、消費者情報などの製品のライフサイクル全体で中心的な役割を果たしています。Kirei Lifestyle Planに記載されている活動のいくつかは、世界で生産されるプラスチックの35%以上が包装容器分野で消費され、その大半は安価な使い捨て材料であるという、プラスチックの資源管理に関する容認しがたい現状に対処するものです。

プラスチックの分解生成物は、最終的にはマイクロプラスチックの形で、生態系全体や食物サイクル、ひいては私たちの健康を脅かします。プラスチックは基本的に非常に壊れにくい性質の素材であり、それを理解したうえで扱う必要があります。プラスチック廃棄物をサーマルリサイクルしたり、再生可能素材のサイクルから外して埋立地や自然界へと出して

しまうことは、もとより貴重な炭化水素鎖の浪費なのです。

花王サステナビリティ データブック Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2020は、こうした状況の重大性が人々に認められていることを示しており、模範となる例がいくつか掲載されています。この分野では、今後、過剰な包装を減らして、素材が質の高いサイクルの中で使われ続けるようにするために、これまで以上にバリューチェーン全体での協力が必要になってきます。製品や包装容器のインターフェース開発を担う花王のような先駆的企業は、自らの活動を通じて「ゲームチェンジャー」を生み出すことができます。

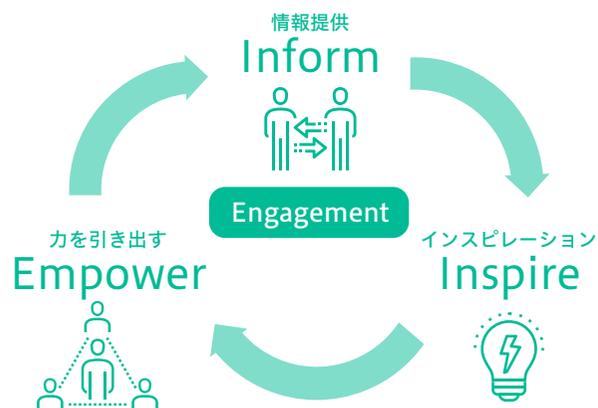
私たちは、プラスチックのリサイクルなど、多くの分野で、必要なツールや技術をすでに手にしています。コストに関する議論がしばしば持ち出されますが、10年前、風力発電は現在の3倍、太陽光発電は7倍のコストがかかっていたのです。現状では、原油と新品のプラスチックが安すぎるため、リサイクルプラスチックには競争力がありません。また、リサイクル量が少なすぎるため、使用済みプラスチックには価値がありません。リサイクル量が多ければ、技術設備は拡大していただいでしょうし、それに応じたスケールアップ効果で処理コストが安価になっていたはずで、政界と産業界とが賢明に連携したならば、この状況を変え、循環型社会の実現に必要な推進力を与えることができるでしょう。

若い世代はグローバルなネットワークと情報を持っています。さらに、彼ら自身の将来がかかっていることから、状況を注意深く観察しています。もしもこの世代に、Kirei Lifestyle Planに掲げられた数々のすばらしい到達目標は、その目標に向かって全力で取り組む花王の企業遺伝子を書き記したものであって、単なる空手形やグリーンウォッシングの類ではないのだと伝えることができれば、花王はその信頼を力に、すばらしい未来へと発展していくでしょう。

社員エンゲージメント

すべての花王グループの社員が、一人の生活者として、また社員として「Kirei Lifestyle」を意識し、推進していくことが、花王のESG戦略Kirei Lifestyle Planに掲げる目標の達成につながると考えています。そのために、継続して社員に情報とインスピレーションを提供し、アクションを引き出すきっかけとなる社員エンゲージメント施策を行なっています。また、ESG視点のよきモノづくりを実践していく上で必要な知識や、グローバルな視点での考え方についての啓発プログラムを開始しました。

3つの視点で推進する社員エンゲージメント



Kirei Lifestyle Plan Caravanで「WHY」を知る

各部門がESG部門の責任者と直接対話する、Kirei Lifestyle Plan Caravan活動を2019年に引き続き、日本国内の部門を中心に展開しました。目的は、花王がなぜESG経営に舵を切るのかの「WHY」を理解するためです。

コロナ禍での在宅を中心とした勤務体制をきっかけに、従来からコンテンツの柱である「ESGをとりまく世界的な潮流」「花王の事業への影響とその意味」「社会の変革に向けて、花王が持ちうる機会」をカバーしつつ、各部門にカスタマイズしたオンラインセッションに切り替えました。

たとえば、ESG部門統括の講話はビデオの事前視聴とし、ESGに関する質問の事前収集、部門に応じた内容のコンテンツ追加、全員参加型への切り替えなどが挙げられます。

2020年実績としては、累計で7回のセッションを実施し、1000人以上の社員が参加しました。

また、事後アンケートでは、目標としていた、60%以上の社員が、「ESGに関する理解を深めることができた」を得ることができており、アクションにつなげていくべ

すは整ったと考えています。

アジアへの展開が2021年以降となりましたが、新たな中期経営計画「K25」の実行に合わせた内容に変化させながら、アジアのメンバーへの啓発を推進していく予定です。



ESG部門統括の講話はビデオ化するなど、変化する働き方に応じてコンテンツを変化させた

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

Kirei Lifestyle Plan –花王のESG戦略– 102-43,404-2

Kirei Lifestyle Plan実行のための「HOW」につながる知識をすべての社員に

Kirei Lifestyle Plan Caravanにて「WHY」を知ったことを前提に、その後続の施策として、Kirei Lifestyle Plan実践のベースとなる重点取り組みテーマについての背景、知識、グローバルでの考え方や基準、花王の取り組みを知ってもらうeラーニングプログラムの作成に着手しました。

2020年11月に、第一弾となる「脱炭素」についてのプログラムをeラーニングプラットフォームに公開しました。今後は、「ごみゼロ」「責任ある原材料調達」、環境対応の基本となる「ライフサイクルアセスメント」についてのプログラムなどを開発・公開していきます。英語への展開も進め、一人の生活者として、また社員として、Kirei Lifestyleを推進する後押しとなることをめざして、2021年度中に展開していく予定です。



Kirei Lifestyle Plan実践のベースとなる知識習得をめざしたeラーニングプログラム

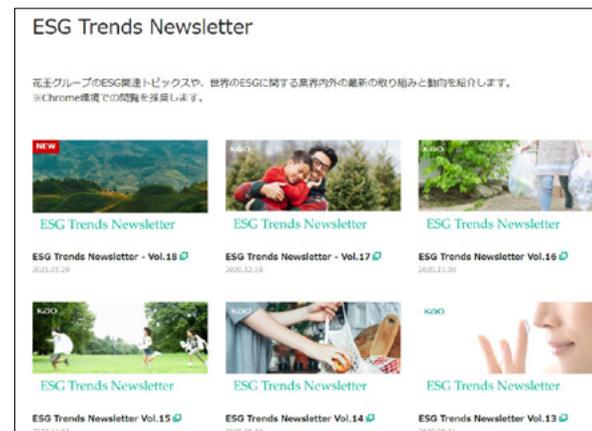
ESGに対する情報感度を磨き続けるために

2019年8月から配信しているグローバルESGニュースレターは、グローバルな視点で集めたESGに関する最新のトレンド情報にとどまらず、ESG部門統括からのメッセージや、花王グループの各拠点のESGに関する取り組みを紹介するコーナーを設けました。

また、これまで欧米のトピックが中心だったESGトレンドに、アジア各市場での動きを加え、世界各地の花王グループの社員にインスピレーションを提供することをめざして、進化させています。

配信形式も、これまでの社内ポータルでの掲載に加え、確実に届け、かつ好きなタイミングで気軽にみられるように、電子メールによる配信を段階的に取り入れています。受信者の開封や閲覧状況、コメント機能の充実も図っており、社員の関心の高いテーマの情報の充実に活かしていきます。

2020年12月には、複数の部門の社員を対象にKirei Lifestyle Planに関するアンケートやインタビューを実施しました。得られた結果を活用しながら、2021年以降、社員が気軽に参加できるコミュニケーションやコミュニティ型の施策の検討、企画、実行へとつなげていきたいと考えています。



社員のESGへの感度向上をめざしたグローバルESGニュースレターを月刊で配信

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

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

自分らしく送るために
快適な暮らしを

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

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

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

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 ₂ 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 ₂ 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な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}	2025 ^{※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}	
水保全	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}	6,12,15,17
	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	
水保全	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	6,12,15,17
	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%	
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 *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%)	全社員女性比率と同じ	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	
人材開発	社員エンゲージメント調査 ^{※4} における“人材育成の仕組み・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

2020年の実績

2020年の実績および事業・社会へのリターンは以下の通りです。

事業に及ぼす効果

1. 事業の成長

サステナビリティに配慮した製品による効果

2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、衛生商品（ハンドソープ、手指消毒液、ホームケア製品等）の売上数量が拡大し、事業に大きく貢献しました。衛生商品を扱うスキンケア・ヘアケア事業（日本）の売上高は、コロナ禍で厳しい事業環境にあったカテゴリーをカバーし、2020年は1,777億円で、2019年と比較すると実質増加率は7%でした。

日本国内生活者向け事業は、8,996億円から8,110億円と9.9%減少となりました。環境配慮製品の比率は前年と同レベルであり、環境配慮製品が売上に前年同様一定の寄与があったと考えています。なお、2020年の“いっしょにeco”マーク表示製品の売上比率（日本国内生活者向け製品）は28%となり、2019年の27%より増加しました。



→ P77「思いやりのある選択を社会のために>暮らしを変えるイノベーション:本質研究から生まれた近年の主な開発製品・技術」

2. コスト削減

環境保全対策に伴う経済効果

2020年は41億円の経済効果がありました。省資源による費用節減が最も大きく、26億円でした。



→ P142「よりすこやかな地球のために>環境会計」

3. リスクの低減

2020年は、新型コロナウイルス感染症拡大による外出規制に伴い、化粧品の販売数量の減少をはじめ、外出に関連する商品や世界的な同時不況に伴う産業界の需要の減少がケミカル事業にも影響しました。

一方、コロナ禍において、リスク管理を徹底して、消毒液や衛生商品の生産体制拡充を迅速に進め、ESG戦略を貫いたことで事業機会を的確に捉えることができ、全社的なリスクを抑制することもできています。

4. 信用度の向上

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2021年2月に発表

した「World's Most Ethical Companies 2021®」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、15年連続となります。15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。

この受賞は、花王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)」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とめています。

自分らしく暮らすために

思いやりのある選択を社会のために

よりすこやかな地球のために

正道を歩む

社会に及ぼす効果

2020年は、社会に及ぼす効果として新型コロナウイルス感染症拡大防止への貢献が主な取り組みとなりました。

日本では政府の要請により、消毒液を前年比で20倍緊急的に増産し、生活者の生活の安定に貢献しました。ドイツでも行政の要請により、病院設備への寄付用として消毒液を製造しました。アジア、米国、英国でも各種支援を実施しました。

生活者にエビデンスのある関連商品を届ける一方、役立つ衛生情報を発信し、生活者の感染防止に貢献しました。たとえば、ウェブサイトの「暮らしに役立つ衛生情報」では、手指の衛生や布マスクの洗いを動画でわかりやすくお伝えしています。専門家の知見や研究結果に基づくサイトも設け、医療従事者等の専門家向けの情報と一般の方向け情報をそれぞれ発信しています。

また、新型コロナウイルス感染症から命を守るために最前線で活動している医療従事者の皆さまに、少しでもほっとするひとときをお届けしたいという願いで、医療従事者の皆さまへ「花王グループ製品セット」を無償でお届けする取り組みも実施しています。医療機関からは、「医療現場の最前線に対応する職員の緊張を少しでも和らげることができた」といった感謝の声を多数いただきました。

2020年は新たな試みとしてESG情報開示研究会に参画しました。その研究会の中で、今後、ESG情報の開

示のあり方を提案し、事業会社と投資家の対話の高度化への貢献をめざします。また、企業価値や非財務の定量化の要求の高まりを受け、花王は2018年に社会的インパクトを金額換算し、評価を試みました。2020年も引き続き、世界中で開発、検討されているさまざまな手法について情報収集、試算し、検討を進めています。



→ Study on returns to Kao's stakeholders 2017
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/databook-2017-study.pdf

変化するビジネス環境と花王の対応

2020年に発生した新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、一部のトレンドは今後一層加速することが予想されます。花王は、事業活動をとりまくこのような国際社会の情勢を注視し、「花王のESGコミットメントとアクション」における19の重要取り組みテーマで対応しています。

生活者の意識と行動の変化

新型コロナウイルス感染症の拡大は、世界の生活者の意識や行動を大きく変えました。人々の衛生意識が向上し、マスクの着用、手指の消毒、手洗いが日常化しました。「QOLの向上」と「清潔で美しくすこやかな習慣」のアクションにおいて、生活者の衛生レベルの向上を推進し、健康や生命を守っていきます。

また、新型コロナウイルス感染症拡大は社会不安や世界同時不況を招き、生活者の不満が増大し、すでに生じていた社会課題を顕在化させました。このような社会課題に対応している企業や、共感できる商品を選択する動きが大きくなっていくと予想しています。さらにエシカル消費への志向は、将来生活者の中心となるミレニアル世代やジェネレーションZを中心に強くなっていくと考えています。アクション「パーパスドリブなブランド」では、これまで以上にブランドの存在意義を強化し、ブランドや商品の背景にあるストーリーを生活者に共感していただけるよう注力し、このような

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

トレンドに対応していきます。

パーソナル化が強まり、「モノからコトへ」、すなわち所有価値から体験価値に移行が進み、「コト」に留まらず、「ココロ」を豊かにすることも商品選択の基準に含まれるようになってきています。パーソナル化は自分らしさの追求につながっていますが、これはKirei Lifestyleにもつながる大きな要素です。多くの生活者が求めるようになってきた体験価値は、まさにアクションの一つ「QOLの向上」が実現するテーマです。

人権問題の深刻化

新型コロナウイルス感染症の拡大は、すでに生じていた社会課題を顕在化させました。人権問題もその一つです。米国で起こったBlack Lives Matter運動により、人種問題、労働環境の悪化、賃金の支払い遅延や不公平などの問題が同時に表面化しました。生活者と向き合う会社であり、バリューチェーンで社会に関わり、コミュニティの一市民である花王は、アクション「人権の尊重」「責任ある原材料調達」の中で人権問題をテーマとして掲げ、重点的に取り組んでいきます。

高齢社会

高齢社会はすでに先進国で進行していますが、将来は途上国でも進んでいくことが予想されます。「QOLの向上」および「ユニバーサル プロダクト デザイン」のアクションは高齢の人々の暮らしを快適にする大きなソリューションになります。

海洋プラスチック問題

海洋プラスチック問題への注目は依然として高いものの、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、分野によってはプラスチック使用量が増加しています。その結果、一層この問題に対する緊急度が高まってきたと認識しています。包装容器等でプラスチックを使用している花王にとって、この状況はリスクといえますが、アクション「ごみゼロ」や「暮らしを変えるイノベーション」の実行のもと、包装容器の削減やリサイクルシステムへの構築を通して社会に貢献し、企業価値向上につなげていきます。

気候変動

気候変動は以前から世界の最優先課題の一つですが、頻発する異常気象や、国際協調の停滞、企業や金融界の先進的な取り組みなど、年々注目が高まっています。2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大にもかかわらず、国家、企業等、意欲的なコミットメントが出され、今後に向けた大きな潮流となると考えています。

異常気象による操業休止や、各種規制強化によるコスト増がリスクですが、積極的な気候変動対策により、社会的コストや企業の財務リスクの低減を図ります。一方、重点取り組みテーマの「脱炭素」は自社の操業だけでなく、生活者、ビジネスパートナーのCO₂削減を進めるものです。「サステナブルなライフスタイルの推進」のアクションと連携することで、花王製品を選択いただける生活者、顧客が増え、事業機会の増加につながる

と考えています。

デジタル化社会

新型コロナウイルス感染症の拡大は、人的移動制限の要請により、オンラインショッピングや仕事や人々のコミュニケーションのオンライン化を拡大、浸透させました。このような流れにより、生活者の商品選択において多様な情報の需要が増大していくことが予想されますが、「思いやりのある選択を社会のために」ではサステナビリティに関する製品情報を拡充しコミュニケーション、マーケティングを強化していきます。

一方デジタル化は、従業員の仕事のスタイル、業務や操業の効率化や変革だけでなく、社会の仕組みの効率化や変革を促すと考えています。生活者のKirei Lifestyleの実現のために、デジタル化の利活用を進めていきます。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

SDGsへの貢献

2030年に向け、持続可能な社会を実現するための指標として国際社会で合意された「持続可能な開発目標(SDGs)」は、経済、社会、環境の統合的向上を打ち出しており、企業の貢献は非常に重要であると考えられています。

以下のように、SDGsの達成を目的として、「花王のESGコミットメントとアクション」で定めた重点取り組みテーマに取り組んでいきます。

19の重点取り組みテーマが貢献するSDGs

重点取り組みテーマ	1 貧困の解消	2 健全な食生活と栄養	3 健康と長寿な生活を	4 質の高い教育を	5 ジェンダー平等を	6 安全な水とトイレを	7 エネルギーを	8 働きがいと経済成長を	9 産業と雇用創出を	10 人や国ごとの平等を	11 住み続けられるまちづくりを	12 つくって消費しつづける	13 気候変動に	14 海の豊かさ	15 陸の豊かさ	16 平和と公正な社会を	17 パートナーシップ
快適な暮らしを自分らしく送るために																	
QOLの向上			●		●							●					●
清潔で美しくすやかな習慣			●			●											●
ユニバーサル プロダクト デザイン										●		●					●
より安全でより健康な製品			●									●		●			●
思いやりのある選択を社会のために																	
サステナブルなライフスタイルの推進				●							●	●					●
パーパスドリブンなブランド												●					●
暮らしを変えるイノベーション									●			●	●				●
責任ある原材料調達								●		●		●			●		●
よりすやかな地球のために																	
脱炭素							●					●	●				●
ごみゼロ												●		●			●
水保全						●						●			●		●
大気および水質汚染防止			●			●						●		●			●
正道を歩む																	
実効性のあるコーポレートガバナンス								●									●
徹底した透明性								●				●					●
人権の尊重					●			●		●							●
受容性と多様性のある職場					●			●		●							
社員の健康増進と安全			●					●									
人財開発			●	●	●			●		●							
責任ある化学物質管理			●			●						●		●			●

自分らしく送るために
快適な暮らしを

思いやりのある選択を
社会のために

よりすやかな
地球のために

正道を歩む

バリューチェーンを通して社会に及ぼす影響

花王の事業は、そのバリューチェーンを通して社会にさまざまな影響を及ぼします。

「花王のESGコミットメントとアクション」で定めた19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わりを示したものが以下の表です。

この中で、特に社会への影響が大きく、かつ花王への期待が大きいもの、花王の事業成長や企業価値向上において重要度が高いものを示しています。

19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わり

重点取り組みテーマ	原材料購入	開発・生産	輸送	販売	使用	廃棄・リサイクル
快適な暮らしを自分らしく送るために						
QOLの向上				●	●	
清潔で美しくすこやかな習慣				●	●	
ユニバーサル プロダクト デザイン				●	●	●
より安全でより健康な製品					●	●
思いやりのある選択を社会のために						
サステナブルなライフスタイルの推進				●	●	●
パーバードリブナブランド	●	●			●	●
暮らしを変えるイノベーション	●	●			●	●
責任ある原材料調達	●					
よりすこやかな地球のために						
脱炭素	●	●	●	●	●	●
ごみゼロ	●	●	●	●	●	●
水保全	●	●	●	●	●	●
大気および水質汚染防止		●			●	●
正道を歩む						
実効性のあるコーポレートガバナンス	●	●	●	●	●	●
徹底した透明性	●	●	●	●	●	●
人権の尊重	●	●	●	●	●	●
受容性と多様性のある職場		●	●	●		
社員の健康増進と安全		●	●	●		
人財開発		●	●	●		
責任ある化学物質管理	●	●	●	●	●	●

快適な暮らしを自分らしく送るために

思いやりのある選択を社会のために

よりすこやかな地球のために

正道を歩む

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

ステークホルダー・エンゲージメント 102-40

花王の重要なステークホルダーには、生活者・顧客はもちろん、サプライヤー、社員、地域社会、行政・自治体、NGO・NPO、アカデミア、業界団体・同業者、株主・投資家が含まれます。

花王は、「花王ウェイ」(企業理念)において、「消費者・顧客を最もよく知る企業とな

ることをグローバルにめざし、すべてのステークホルダーの支持と信頼を獲得することをビジョンとして定めています。私たちはステークホルダーとの双方向のコミュニケーションを通じて相互理解を深め、社会や暮らしに役立つ情報を提供するとともに、いただいたご意見を企業活動やサービスの改善に活かしています。

花王の重要なステークホルダー

社員

ダイバーシティから生まれる活力が事業の発展を支えるとの認識にたち、多様な社員それぞれが能力と個性を最大限に発揮し、個人と企業がともに成長できる環境と風土づくりを実践しています。

生活者・顧客

生活者や顧客からいただくご相談・ご意見に真摯に耳を傾け、きめ細かなコミュニケーションを図ることを通じて、皆さまの声を製品の改良や新製品の開発、サービスの向上に活かすことをめざしています。

サプライヤー

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、「調達基本方針」に則った「公正・公平」「遵法・倫理性」「社会的責任性」を基本姿勢とする調達活動を推進しています。

株主・投資家

企業価値の増大に努め、積極的な情報開示やコミュニケーションを図ることで、株主や投資家の信頼と期待に応えます。

行政・自治体

行政と対等で健全な関係を保つことを、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」で定めています。その上で事業と関わりの深い行政組織への参画や意見交換を行ないます。また、自治体と連携し、地域の社会的課題の解決に取り組みます。

地域社会

事業活動が地域社会に与える影響を理解し、地域社会の要請に応える事業活動を行ない、コミュニケーションすることで、地域社会との共生を図ります。

NGO・NPO

対話と協働を通じて、社会からの要請をより深く理解し、事業活動を通じて地球環境や社会が抱える課題を解決するために、共に取り組みます。

アカデミア

知識共有・意見交換を広く活発に行ない、相互の利益のみならず、社会に共に貢献する、イノベティブな成果の創出を図ります。

業界団体・同業者

業界共通の社会からの要請に共同で取り組むことで、各業界の発展に貢献します。

ステークホルダー・エンゲージメント 102-40,102-43

ステークホルダー・エンゲージメント

ステークホルダー	コミュニケーション手法・頻度	関連ページ
社員	<ul style="list-style-type: none"> ●花王フォーラム 年2回 ●厚生委員会 毎月 ●社員意識調査(Find) 隔年 ●安全衛生委員会 毎月 ●育成・登用・評価等のしくみ標準化 随時 ●イコール・パートナーシップ推進活動 随時 ●社員の健康づくり支援 随時 ●啓発イベント 随時 	<ul style="list-style-type: none"> ●人財開発 ●受容性と多様性のある職場 ●社員の健康増進と安全
生活者・顧客	<p>生活者</p> <ul style="list-style-type: none"> ●生活者相談 随時 ●環境イベント 随時 ●啓発イベント 随時 ●リリースふれあいダイヤル 随時 ●生活者モニター家庭訪問 随時 <p>化学品・業務用品の顧客(取引先)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●代理店との意見交換 年2回 ●代理店新人研修会 隔年 ●衛生講習会 随時 <p>家庭品・化粧品顧客(取引先)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●販売店とのビジネスプラン検討会 年2回 ●新製品説明会 随時 ●商品勉強会 随時 	<ul style="list-style-type: none"> ●QOLの向上 ●ユニバーサル プロダクト デザイン ●サステナブルなライフスタイルの推進 ●脱炭素 ●ごみゼロ ●実効性のあるコーポレートガバナンス ●人権の尊重
サプライヤー	<ul style="list-style-type: none"> ●品質向上会議 毎年 ●調達先ガイドライン遵守状況モニタリング 随時 ●サプライヤー満足度調査 3年ごと ●ベンダーサミット 毎年 	<ul style="list-style-type: none"> ●責任ある原材料調達 ●ごみゼロ ●実効性のあるコーポレートガバナンス
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> ●株主総会 年1回 ●決算説明会 年4回 ●海外ロードショー 随時 ●社長スモールミーティング 随時 ●事業説明会 随時 ●IR取材 随時 ●個人株主向け説明会 随時 ●「株主のみなさまへ」の発行 年2回 ●統合レポートの発行 年1回 	<ul style="list-style-type: none"> ●コーポレート・ガバナンス ●投資家情報サイト www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/
行政・自治体	<ul style="list-style-type: none"> ●委員会、協議会 随時 ●意見交換 随時 ●環境イベント 随時 ●啓発イベント 随時 ●教育カリキュラム提案 随時 	<ul style="list-style-type: none"> ●QOLの向上 ●清潔で美しくすこやかな習慣 ●ユニバーサル プロダクト デザイン ●パーバズドリブンプナブランド ●脱炭素 ●ごみゼロ ●大気および水質汚染防止 ●人権の尊重
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> ●社会貢献活動 随時 ●出張授業 随時 ●工場見学 随時 ●地域住民との懇談、協働 随時 	<ul style="list-style-type: none"> ●QOLの向上 ●清潔で美しくすこやかな習慣 ●パーバズドリブンプナブランド ●責任ある原材料調達 ●脱炭素 ●人権の尊重
NGO・NPO	<ul style="list-style-type: none"> ●意見交換 随時 ●環境イベント 随時 ●啓発イベント 随時 	<ul style="list-style-type: none"> ●脱炭素 ●ごみゼロ ●水保全
アカデミア	<ul style="list-style-type: none"> ●情報交換 随時 ●共同研究 随時 	<ul style="list-style-type: none"> ●暮らしを変えるイノベーション ●社員の健康増進と安全
業界団体・同業者	<ul style="list-style-type: none"> ●委員会、協議会 随時 ●意見交換 随時 ●製品・サービス提供 随時 	<ul style="list-style-type: none"> ●より安全でより健康な商品 ●サステナブルなライフスタイルの推進 ●大気および水質汚染防止 ●責任ある化学物質管理

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

2020年の活動報告

企業理念の実践	37
快適な暮らしを自分らしく送るために	42
思いやりのある選択を社会のために	60
よりすこやかな地球のために	87
正道を歩む	143
Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説	232
外部評価・外部表彰	238
独立保証報告書	242
GRI Standards 対照表	243
ISO26000対照表	255
TCFD 対照表	257

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

企業理念の実践 102-15,102-16,103-1

「花王ウェイ」は、花王の企業文化や事業活動の拠りどころとなる、企業理念(Corporate Philosophy)です。これが“花王らしさ”の源であり、企業ブランドの本質を形づくっています。「花王ウェイ」を基本とすることで、私たちのミッション、目的、文化、成長戦略、日々のビジネスにおける一つひとつの判断の方向性が整い、グループの活動は一貫したものとなります。

花王の社員は、「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。

ESG キーワード

花王ウェイ(企業理念)

社内ブランディング

#oneKao(社内コミュニケーション)

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

花王は創業以来、生活者の“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、顧客の皆さまに満足いただける、価値の高い製品やブランドを提供するという、強い思いがこめられています。

私たちの使命と“花王らしさ”は変わりませんが、“よき”製品、ブランド、プロセス、組織が意味するところは、時代とともに進化し続けます。花王の経営陣は、「持続的社会に欠かせない企業になる」という花王の志を果たすための推進力として、社員の情熱と意欲が、目に見えない重要な資産であるとの思いを強めています。社員一人ひとりが仕事に意義を感じてこそ、自然と意欲が湧き、質の高い仕事をすることができます。そのため、花王は社員一人ひとりが仕事に意味や目的を感じ、それらが使命、ビジョン、基本となる価値観、行動原則を高いレベルで共有する「花王ウェイ」へ結びつくような企業文化づくりに投資しています。

花王が提供する価値

私たちが社員に投資する理由は2つあります。1つ目の理由は、調査結果※が示すように、社員のモチベーションや目的意識という無形資産への投資が、最終的に業績の向上をもたらすことです。2つ目の理由は、社員に有意義な仕事を提供することで、ESG経営で重視される「S」(社会的価値)へのコミットメントができると考えているためです。

私たちは、この2つの目標は、相互に強化し合うものと捉えています。さらに、持続可能な社会の実現には、人間の創意工夫と技術革新が必要だと考えています。花王は、著名な経営学者であり、知識創造理論の専門家である一橋大学の野中郁次郎教授の見識を高く評価してきました。野中教授の知識創造におけるSECIモデルに基づき、社員が花王共通の使命をともにじっくりと考え、組織内の信頼とコミュニケーションを強化する取り組みを行なっています。それにより、社員がアイデアを共有し、お互いの経験や暗黙知を入手しあえる

ような機会を設け、信頼性の高い風土を醸成することで、イノベーションに必要な人財を育てています。その結果、生活者や顧客に喜ばれる製品を生み出すためだけでなく、持続可能な社会に貢献するという花王の思いを果たすために必要な技術革新やプロセス革新の実現可能性が高まると考えています。

※ Organization Science 誌, 30(1), 1-18, 『Corporate purpose and financial performance』(2019年)、C・ガーテンバーグ、A・プラット、G・セラフィム)

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

花王は、2030年までの目標として、グローバルで存在感のある企業というイメージの醸成をめざしています。この目標を達成するためには、“花王らしさ”を社外にも浸透させ、すべてのステークホルダーの支持と信頼を得ることが必要です。

花王は、「2030年までに達成したい姿」を達成するうえで、特に社員の力が重要であると考えています。企業理念を共有し、コアバリューに沿って行動する社員

の信念、創造性、情熱がなければ、社外のステークホルダーの信頼を獲得することも、2030年までにグローバル社会に貢献する存在になるという目標を達成することもできません。したがって、“花王らしさ”を社員に伝えることを継続し、「花王ウェイ」を花王全体の共通言語としてさらに確固たるものとするのが重要であると考えています。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

「花王ウェイ」は1887年に事業を興した花王の創業者、長瀬富郎の価値観に基づいています。2004年には各国語に翻訳され、グローバルな企業文化の発展のための柱組みとなりました。このような初期段階での取り組みによって「花王ウェイ」のグローバルコミュニケーションの強固な礎が形作られたのです。花王はこの礎によって、“花王らしさ”と理念に基づく企業文化をさらに強化し、「2030年までに達成したい姿」の実現をめざしていきます。

貢献するSDGs



方針

“花王らしさ”を強化して社員一人ひとりが自分の仕事に意義を感じられるようにする最善の方法は、社員に一定の価値観や行動を強制することではなく、各人が自分自身の価値観を振り返り、それが「花王ウェイ」にどう結びつくかをじっくりと考える機会を設けることです。社内ブランディングや企業理念のコミュニケーション戦略において、社員が理念という抽象的な考え方と、日々の仕事の結びつきを自分自身で理解する力を身につけることが重要です。

私たちは、社内ブランディングのベストプラクティスや東京都立大学の高尾義明教授の見識に基づき、企業理念のコミュニケーション活動において3つの目標を掲げています。

1. 理念の認知と理解

社員は、「花王ウェイ」とは何かを知り、その構成要素を基本的に理解していなければなりません。そのた

めに、各会議室の壁に「花王ウェイ」のポスターを掲示したり、社内イントラネットの目立つ場所に掲載したり、各部門のリーダーやマネジャーが日常的な職場のコミュニケーションの中で頻繁に取り上げるなど、「花王ウェイ」の存在感を社内に浸透させています。また、新入社員は、採用過程で花王の企業理念を学び、入社後すぐに「花王ウェイ」の基本研修を受けています。

2. 理念への情緒的な共感

社員が仕事に意義を見いだすためには、まず、花王の企業理念に親近感を持ち、自分の価値観や志と花王ウェイがどう結びつくかを発見する必要があります。そのために、社員が「花王ウェイ」が自分にとって何を意味するのか、どうすれば日々の業務において「花王ウェイ」を実行し続けることができるのかを自由に話し合うワークショップを、花王グループ全体で実施できるよう、マネジャーを支援しています。3年に一度、花王グループの各拠点・部門で実施することを目安にしています。

3. 理念の行動への反映

社員は部門やチームでの日々の業務や課題の中で、「花王ウェイ」をどう実践できるかを理解しなければなりません。そのために、人財開発部門が実施している部門横断型の研修や、部門ごとに実施している「花王ウェイ」のワークショップ、その他の部門別研修などを通して、「花王ウェイ」に基づくリーダーシップの開発に力を入れています。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

教育と浸透

花王では、「花王ウェイ」が2004年に策定されて以来、「花王ウェイ」のコミュニケーション活動を継続して行なってきました。

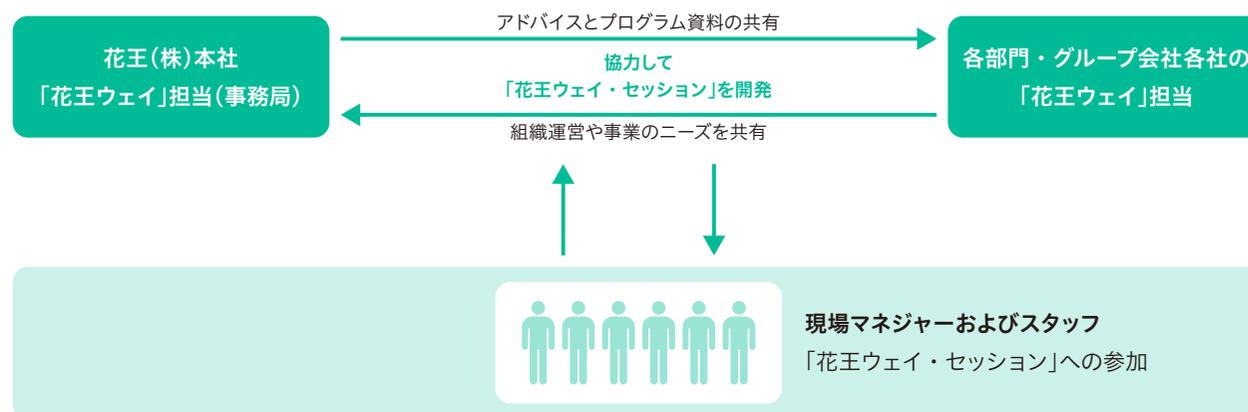
現場マネジャーは、「花王ウェイ」のコミュニケーション活動の主体であり、チームでの「花王ウェイ」研修やその他のコミュニケーション活動を企画・実施する権利と義務を有しています。花王本社の「花王ウェイ」事務局では、グローバルな「花王ウェイ」のコミュニケーション活動をモニタリングし、独自の内容でコミュニケーション活動を企画したいと考えるリーダーには、プログラム教材の提供やアドバイスをしています。また、ビデオ、パンフレット、ポスターなど、汎用性の高い「花王ウェイ」推進資料を作成し、配布しています。

体制

「花王ウェイ」事務局は、各部門・グループ会社の「花王ウェイ」担当(The Kao Way Contacts)のネットワークによって、国内外マネジャーをサポートしています。各担当は、組織運営や事業のニーズを事務局と共有し、協力して部門や会社ごとにカスタマイズされたプログラムを開発します。事務局は各担当に、毎年のグローバルミーティングで優先順位や戦略を伝え、年間を通じ緊密な連絡を取り合っています。

「花王ウェイ」事務局は、コーポレートコミュニケーション部門に所属しており、コーポレートコミッティにおいて、毎年、活動を報告しています。この内容は、取締役会で共有されます。

「花王ウェイ」活動の推進体制



企業理念の実践 102-16,103-2,103-3

中長期目標と実績

中長期目標

“花王らしさ”を強化し、グループ全体で共通の目的意識や強い理念に基づいたリーダーシップを醸成するために、これからもグローバルに「花王ウェイ」を伝え続けます。企業理念を世界中の花王の「共通言語」として確立することで、社員の“花王らしさ”への共感を強化し、その結果、財務的価値および非財務的価値を生み

出すことで社会に貢献します。

中長期目標の達成により期待できること

事業インパクト

これらの目標の実現により、社員共通の目的意識が高まります。その結果、社員の時間の有効活用、ブランドの一貫性を保った資産の徹底活用につながります。企業文化や価値観の伝達に対する投資の利益率を直接測定することは難しいですが、このような形での企業

ブランドへの投資が、業績の向上と相関しているという調査結果があります。

社会的インパクト

価値観に基づいたリーダーシップと“花王らしさ”に対する社員の共感を強化することで、基本となる価値観である“よきモノづくり”をグローバルに実践する力が高まり、生活者の皆さまにとって革新的な価値を創造すると同時に、環境や社会に貢献することができると考えます。

2020年の実績

実績

花王は、「花王ウェイ」を世界中に伝えるための活動に、16年にわたり注力してきました。このような努力の結果、花王全体が「花王ウェイ」の理解を高いレベルで共有し、花王のマネジャーはこの価値観に基づいたリーダーシップの重要性を認識しています。

2020年には、3つの目標（認知と理解、情緒的な共感、理念の行動への反映）に変更はありませんでした。また、運営体制や報告体制にも変更はありませんでした。しかし、2020年3月から年末にかけては、新型コロナウイルス感染症の拡大により、海外への出張や対面でのワークショップの開催ができませんでした。その代わりに、オンラインでの「花王ウェイ・セッション」やデジタルコンテンツなどの新しい方法により目標の達成をめざしました。

そこで、「花王ウェイ」事務局では、2020年に次のような優先課題を設定しました。

1. 新型コロナウイルス感染症に対しても「花王ウェイ」に立ち返り、花王らしく乗り越えることの重要性を全社員に向けて発信する
2. 対面式のコミュニケーションから、デジタルツール、コンテンツの活用適切に移行し、「花王ウェイ」が組織の中で存在感を保ち、社員の心に響くようにする。
3. 花王グループの社員が在宅勤務に適応する中での支援策として、オンラインで同僚とつながって「花王ウェイ」について議論できる場を提供する。

実績に対する考察

1.については、CEOや経営層の全面的な協力を得て、新型コロナウイルス感染症への対応を社員に伝える際には、一貫して「花王ウェイ」へのコミットメントに言及してきました。また、社内コミュニケーションチームと連携して「#oneKao」という特別なコミュニケーション

キャンペーンを実施し、花王らしく新型コロナウイルス感染症を乗り越えていることを社員にアピールしました。

2.については、予算の再配分やワークフローの見直しを迅速に行ない、対面式の「花王ウェイ・セッション」からオンラインセッション、コンテンツへと移行しました。また、人財開発部門の協力を得てビデオ録画を行ない、日本の新入社員を対象に「花王ウェイ」についての研修を実施しました。デジタルコンテンツ制作会社との新たな関係を構築し、世界中の社員の一体感を高める動画やアニメーションをタイムリーに制作しました。

3.については、「#oneKao」キャンペーンのもと、社員同士が再びつながり合い、共通の企業理念を語り合う「対話セッション」をオンラインでシリーズ開催しました。また、花王インダストリアル(タイランド)と協働して、オンラインで「花王ウェイ」研修を実施しました。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

具体的な取り組み

目標達成に向けて

2020年の実績の詳細は以下の通りです。

- ・社内イントラネットでの「#oneKao」キャンペーンのページビュー数:27,467
- ・オンラインの「#oneKao Future Talk」対話セッションの参加者(日本語開催):82名
- ・オンライン「花王ウェイ」研修への花王インダストリアル(タイランド)の参加者:540名
- ・グローバル新入社員導入研修:1,678名(日本を除くグローバル)
- ・中途入社社員向け研修(日本):125名
- ・新入社員研修(日本):532名

※花王は花王ミュージアムと花王エコラボミュージアムの2つの企業ミュージアムをもち、社員に「花王ウェイ」への理解を深める機会を提供しています。しかし、これらの施設は2020年の多くの期間において休館したため、2020年の「花王ウェイ」の推進活動には反映させることができませんでした。



企業理念に基づく対話セッション、オンライン「#oneKao Future Talk」への招待

参加方法: Kao Linkをご確認ください。

開催地: 決まり無し「議論と発見」
この読書会は、各チームに選んだ読書の本を事前に読んでいただき、参加者同士で自由に意見を交わすスタイルです。読書家としての経営者から、私たちの仕事や生活方について考えてみましょう。

話し合いテーマ	所属
1 「時」について	第1チーム: 経営と健康
2 「想」について	第2チーム: 立命館学院
3 「人」の考え方	第3チーム: 常盤と管理
4 「バンス」	第4チーム: 仁徳と健康
5 「仕事」を楽しむ	第5チーム: 理想と理想
6 「人権の意識」	第6チーム: 人権と健康
7 「思いやり」と「競争」	第7チーム: 算数と理科
8 人の「心」について	第8チーム: 美術と土産
9 教育の「本質」とは	第9チーム: 教育と健康
10 「人運」について	第10チーム: 健康と美容

開催日時: Teamsにて随時告知(全10回)
場 所: オンライン「Zoom」
対 象: 花王グループ社員(参加は任意です)
参 費: 無料(書籍は参加者各自でご用意ください)
問合せ先: 広報課(担当: 中野) 03-6362-1111

「#oneKao Future Talk」キャンペーンの一環としてのオンライン・ディスカッション・シリーズを宣伝する広告チラシ



「花王ウェイ」研修

花王本社(リモート参加)と花王インダストリアル(タイランド/オンライン参加)で共同して進めた「花王ウェイ」研修の様子

2020年の活動報告

快適な暮らしを 自分らしく送るために

QOL の向上	43
清潔で美しくすこやかな習慣	48
ユニバーサル プロダクト デザイン	51
より安全でより健康な製品	57





一人ひとりの「自分らしい快適でこころ豊かな暮らし」の実現の貢献をめざして、製品やサービス、情報の提供をしていきます。

ESG キーワード

望まれる22の生活価値

商品やサービスの活用によるQOLの向上

予防啓発や未病緩和啓発によるQOLの向上

超高齢社会への対応

女性活躍支援(ピンクリボン活動)

介護支援

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

生活者のQOLを低下させる社会的課題には、気候変動に伴う自然災害の増加などの地球環境に関わるものだけでなく、社会環境の変化も含まれると考えます。花王は「温暖化」「衛生環境変化」「女性の活躍」「超高齢社会」「多様化社会」の5つがQOLに関わる社会的課題ととらえています。

コロナ禍において生活者の衛生意識は上昇しており、国際社会全体の感染症リスクも増加しています。

また、女性の社会進出が進み共稼ぎ世帯が増加する一方で、仕事と家庭の両立がうまくいかず精神的、肉体的ストレスが増加し、健康被害を及ぼすケースもみられます。

世界に先駆けて超高齢社会となった日本においては、高齢者の社会的孤立や介護者の負担増加なども課題となっています。また、高齢者だけでなく外国人、障がい者など社会的弱者と呼ばれる方々も含めたすべての人が、サービスや製品を通じて、快適な生活を送っているわけではありません。

このような社会的課題により、多くの生活者は日常

生活でさまざまなQOL低下リスクにさらされています。

花王をとりまく5つの社会的課題と生活者のQOL低下リスク

温暖化	衛生環境変化	女性の活躍	超高齢社会	多様化社会
紫外線増加による肌の過乾燥	菌・ウイルス増加 免疫力低下	仕事と家事育児の両立による ストレス増加と健康への影響	介護負担、介護による社会的孤立、いきがいの喪失	人種差別、障がい者など社会的弱者への配慮不足

花王が提供する価値

生活者に対し、花王は「自分らしい快適でこころ豊かな日常生活」の実現に貢献していきます。それは「製品提供」だけでなく、花王の総合力を生かした横断的な生活者の啓発も含まれます。さらにはステークホルダーとも協働することで、サステナブルなQOL向上に取り組んでいきます。

花王ではQOL向上の活動を通じて実現したい「自分らしい快適でこころ豊かな日常生活」を活動ベースに落とし込むために、生活者に望まれる22の生活価値を設定しました。今後は生活価値の実現度を毎年確認し、

PDCAサイクルを回して活動をブラッシュアップしていきます。

望まれる22の生活価値

清潔な生活

衛生的な生活

健康な生活

あなたの美を守る・育む生活

安全・安心な生活

ワクワクする生活

安定した・穏やかな生活

エコに配慮した生活

自然・ナチュラルな生活

家族を大切にすること

人や社会に役立つ生活

人や社会とつながる生活

性別による役割に偏りのない生活

やりたいことができる自由な生活

人に頼らない自立した生活

新しいもの・流行を取り入れた生活

シンプルなものを持たない生活

快適な心地よい生活

簡単・便利な生活

節約できる・経済的な生活

時間的にゆとりのある生活

こころ豊かな生活

貢献するSDGs

3
 すべての人に健康と福祉を

5
 ジェンダー平等を実現しよう

12
 つくる責任 つかう責任

17
 パートナリシップで目標を達成しよう



方針

社会課題や社会環境変化によって起こりうる5つのQOL低下リスクと、それを解決するためのテーマを決めて活動しています。

解決テーマにはアクションを設定し、全社で推進するもの、カテゴリー横断で推進するもの、ブランドごとに個別で推進するものの3つに分類して推進しています。

1. 全社 ESG テーマ

新技術を用いた新商品／新分野でQOL向上に取り組む活動

2. カテゴリー横断テーマ

既存の複数ブランドについて、カテゴリー横断で新たにQOL向上に取り組む活動

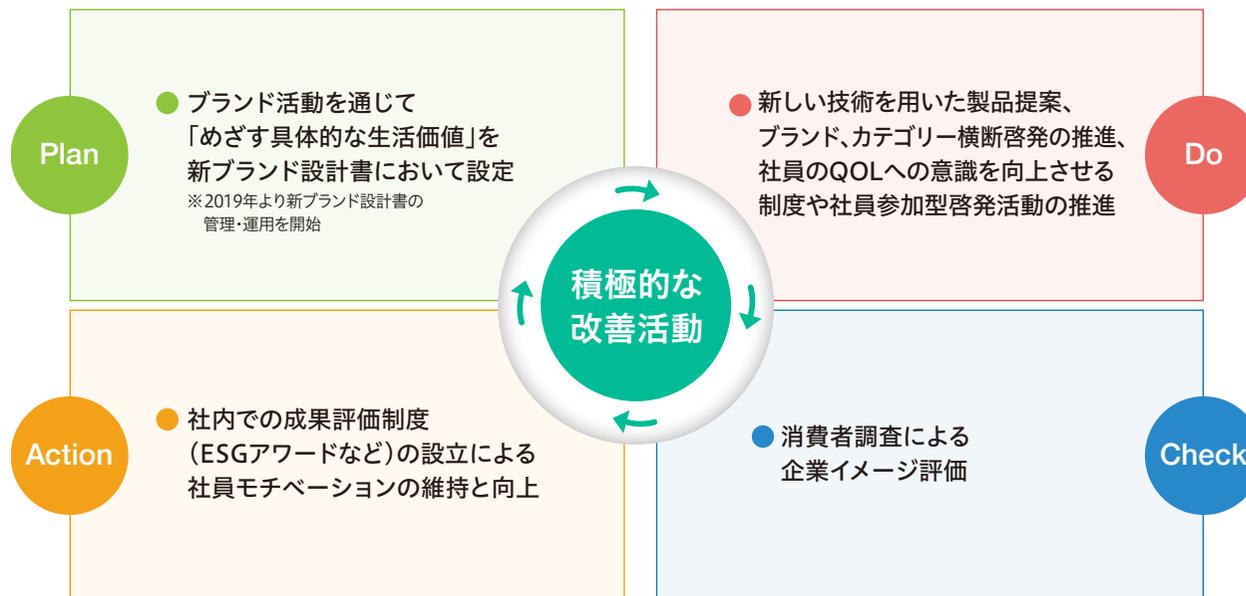
3. 個別テーマ

ブランド単位でQOL向上に取り組む活動

教育と浸透

新しい技術を用いた製品の提案、社員や生活者をはじめとするさまざまなステークホルダーとの協働、幅広い社内外への情報発信、第三者機関からの評価取得などでPDCAサイクルを回し、活動テーマの随時見直し、拡大を図ります。

QOLの向上に向けたPDCAサイクル





ステークホルダーとの協働／ エンゲージメント

QOLの低下は肉体的・精神的な苦痛を招き、健康被害にもつながります。QOL低下を防ぐためには、商品やサービスの活用だけでなく、「予防啓発」「未病緩和啓発」が今後ますます重要になってきます。

また年齢・性別・ライフスタイル・ライフステージの違いによって啓発内容も啓発の場も違ってくるため、花王は生活者との接点が高いステークホルダーとの協働により、QOL向上を推進していきます。

次世代啓発

- ・学校教育機関への文科省の教育指導要領に沿った教育カリキュラム提案

高齢社会啓発

- ・高齢者にとって身近な相談先である地方自治体との取り組み

女性健康支援

- ・女性の身体に関する主体的なセルフマネジメント強化のための次世代教育など

体制

Kirei Lifestyle Planの推進に向け、ESG部門を筆頭に事業部門、生産部門、物流部門、販売部門まで連携する形でESGを根幹に置いた“モノづくり”を推進しています。それぞれの活動は、花王のKirei Lifestyle Planにおける19のアクションにしたがって、ESG推進部が主催する全社を貫くESG推進部会議にて報告しており、花王内各部門での推進についてはESG推進会議(月1回)にてフォローしています。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

2030年長期目標

- 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

2030年目標:70億個

- ・ QOLを向上させる新製品数の増加
- ・ QOLを向上させる行政・自治体との活動取り組み数の増加

中長期目標を達成することにより期待できること

社会的インパクト

将来的にQOLを向上させる新製品数が増加することにより、ブランドの認知率と使用率の拡大が見込まれ、さらにはQOL向上に取り組む企業イメージとして花王の存在感を増大させることが期待できます。

2020年の実績

- 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

2020年実績:47億個

2020年度はコロナ禍の影響により、計画していた自治体との取り組みが実施できず、来年度へと延期されました。



快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

具体的な取り組み

ピンクリボン活動を通じて女性の活躍を支援

女性の社会進出が進み、女性の就業率の増加、女性管理職の増加など女性が活躍しやすい社会になってきています。しかし一方では晩婚化や妊娠・出産経験者の減少により、女性特有のがんの罹患率増加が社会課題となっています。そこで花王では、乳がんの早期発見の大切さを呼びかける世界的な運動「ピンクリボン」に賛同し、2007年から「花王グループ ピンクリボンキャンペーン」を実施してきました。また、QOL向上に関連する商品の開発にも取り組んでいます。



現在は次の2つの活動を軸に女性の健康支援を実施しています。

1. 花王のリソースを生かした予防啓発／寄付活動

2007年より日本とアジアを中心に、ソフィーナ、エスト、カネボウ化粧品の店頭カウンターで、乳がんの早期発見の大切さを直接お客さまにお伝えする活動を実施してきました。

2020年は化粧品ブランド「KANEBO」の店頭や公式サイトなどで、「ボディ リピッド ウェア」を使用したセルフチェックの方法をご紹介しますとともに、商品売上の一部をがん教育プロジェクトに寄付しました。

また、生理用品ブランド「ロリエ」では、女性の健康を応援するブランド総合キャンペーンを期間限定で実施しました。キャンペーン期間中、特設サイトにてクリック募金を実施し、女性の健康を支える活動に寄付しました。



カネボウ ボディ
リピッド ウェア

ロリエ しあわせ素肌(左)、ロリエ さらピュア(右)

2. ピンクリボンアドバイザーによる次世代育成活動の支援

2018年度より「ピンクリボンアドバイザー※によるがん教育プロジェクト」(主催:認定NPO法人 乳房健康研究会)を支援しています。

がんを経験したピンクリボンアドバイザーが講師となり、中学校・高校を訪問。自身のがんの体験談を通して、子どもたちががんの正しい理解を深め、未来の検診受診率向上、さらには家族、社会の健康意識の醸成につながることをめざしています。

2020年は5校で訪問授業を実施しました。



ピンクリボンアドバイザーによる講話

※ ピンクリボンアドバイザー

認定NPO法人 乳房健康研究会が主催する認定制度で、乳がんや検診、治療などについて学び、試験を受けて認定される。乳がんから自分を守る、家族や友人と乳がんについて話す、仕事仲間に検診を勧めるなど、乳がんに立ち向かう社会をめざして、全国で約7,000人が啓発活動に取り組む。



→社会貢献活動:ピンクリボンキャンペーンを通じ、がん教育を支援
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kaocom/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=98

QOL向上の商品提案

食器用プレ洗剤『キュキュット あとラクミスト』

食後すぐに食器を洗えない時に使う食器用プレ洗剤『キュキュット あとラクミスト』を2020年4月に発売しました。時間が経つと落としにくくなる汚れも、「あとらくミスト」をかけておけば、水につけおくよりもラクに短時間で洗え、抗菌効果により、置いている間の菌の繁殖も抑えます。

コロナ禍において、在宅勤務が増えた方からは、「在宅勤務中はどうしても昼ごはんのお皿が洗えず放置してしまうことが増えたので、この商品に出会えて良かったです」などのお声をいただいています。時間がない

時や家族の食事時間が異なる時、食後、家族との時間を優先したい時など、ミストをかけておくだけであとの食器洗いをラクにし、生活の質の向上に貢献します。



キュキュット あとラクミスト

住居用クリーナー「クイックル ホームリセット」

毎日の気になる汚れも菌^{※1}も、家じゅうこれ1つでキレイにできる住居用クリーナー「クイックル ホームリセット」(泡クリーナー/シートクリーナー)を2020年10月に発売しました。家じゅうのさまざまな汚れを落とし、除菌^{※1}・ウイルス除去^{※1※2}まで可能にする商品です。速乾でふき跡も残さず、二度ふき不要で掃除の負担を減らすことができます。

※1 すべての菌・ウイルスを除去するわけではありません
※2 エンベロープタイプのウイルス1種で効果を検証



クイックル ホームリセット

消臭パッド「ヒーリアデオドラントパッド」

在宅で過ごされる乳がん患者の方の、患部のニオイが気になって外出できない、いつもと同じような生活がしたいといった声に応え、ニオイの緩和をお手伝いする消臭パッド「ヒーリアデオドラントパッド」を2019年8月、花王プロフェッショナル・サービス(株)より発売しました。

ニオイの強い創の消臭性に優れ、やわらかくクッション性もあるため、患部への装着時に肌あたりが良く、ズレ落ちにくい設計となっています。病院向けのほか一般消費者向けにも花王の公式通販サービス(花王ダイレクト販売サービス)で販売しており、大変ご好評いただいています。今後も病院の医師や看護師を通じて悩みの深い方のQOL向上に貢献していきます。



ヒーリアデオドラントパッド



快適で使いやすい製品やサービス、情報提供を通じて、人々の、より清潔で美しく、すこやかな習慣に貢献します。

ESG キーワード

清潔習慣・衛生習慣の定着

次世代向け啓発活動(手洗い教室、「あわあわ手あらいの歌」、おそうじ講座)

新型コロナウイルス感染症の拡大防止

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

グローバル化が進む中、人々の暮らしは急速に進化していますが、水をはじめとした衛生環境は国や地域によって大きく差があります。

2020年は、新型コロナウイルス感染症が世界中に蔓延し、改めて清潔の重要性が再認識されています。

花王が提供する価値

花王は事業活動を通じて、清潔で美しくすこやかな生活を送るための商品を研究・開発し社会に提供しています。

単に商品を提供するだけではなく、情報の提供も積極的に行ない、清潔で美しくすこやかな習慣を浸透させていく啓発活動も重要な取り組みであると考えています。

貢献するSDGs



方針

生活者の求める暮らし「Kirei Lifestyle」を実現するためのさまざまな清潔習慣を身につけていただけるように活動しています。

今後は手洗いやマスクの習慣化が不十分な欧米諸国をはじめ、アジア地域にもより積極的に衛生習慣の定着が進むように活動していきます。

教育と浸透

花王では全社員のESG活動への参画を促す一環として、「手洗い教室」をはじめとした出張授業のサポートを行なっています。

出張授業の社内講師は、一部の社員に偏らないように、社内イントラネットで募集しています。講師として出張授業に参加する場合は、事前に講義を受講した上で臨み、2年で2回以上の講師体験をします。

また、花王グループカスタマーマーケティング(株)社員、各工場社員は、地域社会との接点を持つ場として、担当のエリア単位で参加できる仕組みづくりをしています。新入社員研修の時からこの取り組みを周知し、率先して参加できる職場づくりを進めています。

出張授業参加後は参加者の意見・感想を盛り込んだ報告書を作成し、発表しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

花王の次世代向け啓発活動は、教育プログラムとして、学校教育の現場で活用していただけるように開発しています。行政・自治体・学校などと連携して内容の充実を図っています。



体制

Kirei Lifestyle Planの19のアクションのうち、「QOLの向上」「清潔で美しくすこやかな習慣」「ユニバーサルプロダクト デザイン」「サステナブルなライフスタイルの推進」「パーパスドリブンなブランド」は、共通の体制のもと推進されています。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

2025年中期目標

●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

2030年目標:1億人

日本では、リモート展開によって、より多くの学校へアプローチし、すべての児童への衛生習慣の定着をめざします。

また、アジア地域や欧米においても、正しい情報発信や衛生啓発活動を広げていきます。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

花王製品を使用した啓発活動によって、より多くの国に衛生関連商品を発売し、生活者に使用機会の提供が期待できます。

社会的インパクト

清潔で美しくすこやかな習慣が定着することにより、生活の質の向上や衛生状況の改善、感染症リスクの軽減につながることを期待できます。

2020年の実績

●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

2020年実績:0.34億人

コロナ禍において、感染予防や清潔な生活に役立つ正しい情報の発信を積極的に行ないました。

深刻なマスク不足の中、ウェブサイトに掲載した「布マスクの洗い方」は約1,500万回のアクセスがありました。

また、正しい手洗いを歌に合わせて楽しくできる「あわあわ手あらいの歌」は世界中でご使用いただけるように、6カ国語に翻訳して提供しています。



→暮らしに役立つ衛生情報
www.kao.com/jp/corporate/eisei/



具体的な取り組み

清潔で美しくすこやかな習慣づくりのための教育プログラム

出張授業、教材提供による次世代育成

次世代育成活動の一環として、2009年から「手洗い講座」や「おそうじ講座」の出張授業を、小学校低学年を対象に展開してきました。19年までの10年間に両講座の出張授業を受講した児童は、約9万人です。

2020年はコロナ禍の影響で出張授業は中止しましたが、先生ご自身で授業を行なっていただける教材を無償で提供しました。あわせて全国約2万の小学校へ「手洗いポスター」をお届けするとともに、オンライン授業用コンテンツを自社ウェブサイトにて公開しました。2020年に「手洗い講座(教材提供)」による授業を受講した児童は、約6万人にのびります。



→あわあわ手あらいのうた
www.kao.co.jp/bioreu/family/hand/song/

楽しく手洗い習慣を身につけてもらうための“よきモノづくり”

清潔の習慣は、すこやかに成長するためにも、小さい時から身につけることが大切です。特に手洗いの習慣は衛生的で健康な生活を送るためには欠かせません。

花王は次世代を担う子どもたちに正しい手洗い法を習得してもらい、手洗い習慣を定着させることをめざして出張授業の「手洗い講座」を実施しています。

「手洗い講座」で覚えた正しい手洗い法を、積極的に自宅実践してもらうために、2019年は使って楽しい「ビオレU泡スタンプハンドソープ」を発売しました。従来のハンドソープは両手を使って、泡を出しますが、この商品は片手だけで簡単に花の形をしたかわいい泡が出て、手に載せることができます。濃密な泡が簡単に適量で出るため、手洗いが楽しくなる商品です。



→健康でインクルーシブなライフスタイルの推進:清潔・衛生

・花王・ベトナム衛生プログラム
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=93

・月経教育・月経衛生環境向上への貢献
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=95

→健康でインクルーシブなライフスタイルの推進:女性と子ども(次世代)への配慮
教材提供による学校教育支援
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=99



花王ユニバーサルデザイン指針に基づいた、「誰にでも使いやすい」製品やサービスを開発します。

ESG キーワード

製品におけるユニバーサルデザイン(UD)配慮

情報のバリアフリー

高齢者の誤飲防止のための取り組み

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

現在の社会においては、高齢化やグローバル化が進み、価値観も暮らし方も多様化しています。また、新型コロナウイルス感染症の拡大により、衛生意識も変化した今、社会的弱者といわれる高齢者、障がい者、民族や宗教などさまざまな面におけるマイノリティの方を含めたあらゆる人に対して、必要な製品を提供することが求められています。そのために接しやすく使いやすいモノづくりをしなければならないと考えています。

花王が提供する価値

花王は以前から“よきモノづくり”を基本として「誰にでも使いやすい」製品の開発・提供を推進してきました。今後は「誰も置き去りにしない」というSDGsが掲げた普遍的な目標に貢献すべく、花王を取り巻くすべての生活者に対し満足と感動を届け、豊かな生活文化の実現をめざしています。

そのために、生活者が製品を「選ぶ」「購入する」「使用する」「破棄する」すべての段階において、あらゆる人がストレスなく行なうことができるように、花王はモノづくりを行ない提供していきます。そして、製品を使

うことにより、人と人とのつながりや、人と社会とのつながりを深くしていくことをサポートしていきたいと考えます。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

「誰にでも使いやすい」製品を提供しない場合は、誤使用や安全面でのリスクが高まります。また安全面で考慮された製品開発を行なったとしても、安全にお使いいただくためにわかりやすい情報提供を行わなければ、誤使用をひきおこす可能性があります。それは製品に対する信頼感の欠落、ひいては企業全体の信頼の喪失へとつながるリスクがあります。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

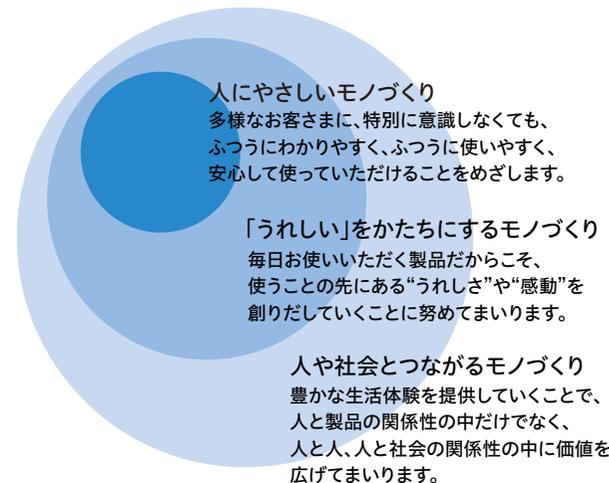
花王製品を通じて、世界の人々の豊かな生活の実現に貢献することで、持続的社會に欠かせない企業となり、企業の信頼感を醸成することができます。

貢献するSDGs



方針

花王ユニバーサルデザイン指針



花王のユニバーサル プロダクト デザインは「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」を基本指針として推進してきました。

今後は“ESGよきモノづくり”として、全社推進はもちろん、花王製品を使っていただくすべての生活者に日々の暮らしの中で満足と感動を届けることで「日用品業界のUDリーディングカンパニー」となることをめざしています。



具体的なアクションは以下の通りです。

1. 「知る」から家庭で「捨てる」まで生活者目線でのUD推進

製品そのものが「接しやすさ」「使いやすさ」「安全・安心」に配慮していることはもちろんのこと、製品を知る、選ぶ、買う、捨てるといったあらゆる段階においても、わかりやすく、生活者に実際に届く情報発信をしています。

2. UD視点を中心に据えたモノづくりプロジェクトの推進と戦略的PR

特に社会的弱者において、UDは付加価値ではなく、本質価値であると考えます。今後は、超高齢社会の中心となる高齢者に対してのUD視点を中心に据えたモノづくり推進プロジェクトを事業部門ごとに立ち上げ、UD視点の新製品数を増やしていきます。

またICTを活用した情報・サービス提供の強化、流通や自治体などステークホルダーとの協働、お客さまの声の積極的発信に取り組んでいきます。

教育と浸透

UD視点のモノづくりの社内体制整備

UDの推進には、事業横断的な視点が必要です。各事業部門から新たにUD推進リーダーを選出し、お客さまからのご要望やご意見を直接お伺いする消費者相談

窓口である生活者コミュニケーションセンターや、研究開発部門、作成部門と協働で、UD視点のモノづくりを推進しています。

また、社内で「ESGアワード」を計画しており、成果のあった新製品を表彰対象としています。全社員のUD推進へのマインドアップ、自分ごと化を図ることで、UD視点の新製品数の増加をめざします。

社内教育制度

花王社員を対象に、高齢者への共感力の向上、自分ごと化を目的として、高齢者体験ワークショップを実施しています。感染症対策を配慮した、オンラインやバーチャルの体験を社員に広めていきます。

また、社員がより広く高齢者を含む多様な方々と向き合うために、一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会が主催する「ユニバーサルマナー検定」などの受講を推進しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者の想いを反映したモノづくり

発売された花王製品に関して、生活者からの指摘・感想など多くの声は、消費者相談窓口に寄せられます。なぜこのような声が寄せられたのか、その背景・想いを受け止め、製品開発や改良、情報提供を行なうことにより、より生活者に寄り添った製品を生み出していきます。

消費者団体、消費者行政などとの情報交換

地域の消費者センターなどの消費者行政や消費者団体と定期的な情報交換の際、生活者のトラブルを未然に防ぐための正しい使い方や廃棄方法、危険の回避や衛生面などでの有効性、UDの配慮点などの理解をいただいています。そして生活者の安全・安心な暮らしのための地域からのサポートをいただいています。

体制

Kirei Lifestyle Planの19のアクションのうち、「QOLの向上」「清潔で美しくすやかな習慣」「ユニバーサルプロダクト デザイン」「サステナブルなライフスタイルの推進」「パーパスドリブンなブランド」は、共通の体制のもと推進されています。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」



中長期目標と実績

2030年長期目標

1. 継続的なUD視点に配慮したモノづくりを実施

日本だけでなく、グローバルにおいてもUD視点での“ESGよきモノづくり”を展開します。また、社会課題を見据え、UD視点を中心に置いた“よきモノづくり”プロジェクトを推進し、広く第三者の意見を取り込み、UD視点の新製品の発売を加速化させます。そのために、家庭品の全事業分野において、UD視点で第三者の意見を事前に取り込んだ製品の開発を行ない、その内容を社外に広く公開していきます。

2. 情報発信においてもUD視点を考慮

情報発信や店頭づくりにおいてもUD視点を考慮します。特に製品を選択したり、使用したりするために必要な情報は、2025年までにDXを活用し、全製品において誰でも手軽にアクセスして確認できるようにします。一方、情報弱者である高齢者などにも的確に情報を届けられるように、流通やメディアと連携した情報発信に取り組んでいきます。

また、必要な衛生情報なども、多くの方がストレスなく接することができるように努めます。

3. ステークホルダーへの理解促進

UD視点の取り組みを多様な方々にお知らせし、ご理解いただくことで、世界の人々のより豊かな生活文

化の実現と社会のサステナビリティへの貢献をめざします。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

すべての人々がすこやかに暮らすためには、高齢化社会や多様化社会への対応が世界共通の課題です。花王のもつ「きめ細かさ」をもとに、世界の多様な人々が使いやすい製品を花王が展開することで、グローバルでの存在感を向上させ、結果的にブランドや企業の成長につなげることができると考えます。

社会的インパクト

年齢、性別、障がい、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況にかかわらず、すべての人々が使いやすい製品を提供していくこと、その配慮を生活者にも理解してもらうことは、生活者自身の多様性の醸成にも貢献すると考えます。



2020年の実績

実績

1. UD視点に配慮したモノづくり

- ・新製品・改良品におけるUD視点での改善実施率
日本:84%、940アイテム
欧米:18%、173アイテム
- ・手の届きにくいトイレの床の奥でも、ひざをつかずにラクに拭くことができる「クイックルミニワイパー」や、スプレーして5分で手軽に入れ歯の手入れができる「ディープクリーン シュッシュデント」など、高齢者に寄り添った製品を発売しました。



→ P55「具体的な取り組み:2020年に発売した製品におけるユニバーサルデザイン配慮」

2. 多様な方々に対する取り組み

視覚に障がいのある方に対する取り組み

- ・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、生活情報を提供。

聴覚に障がいのある方に対する取り組み

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1,800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。また、新型コロナウイルス感染症の拡大により、正しい手洗い方法についての情報提供が広く求められるなか、ウェブサイトにて、子どもに対して正しい手洗い方法を教える動画などにも字幕を付けました。

3. ステークホルダーへの理解促進

2020年は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、UD視点の取り組みをお伝えする啓発活動が実施できませんでした。一方、製品を使った家庭での衛生対策など、簡単に誰でもできる方法とエビデンスを公開し、広く発信に努めました。

実績に対する考察

製品の発売に際してUD視点を配慮することは、日本において2012年から実施し、家庭品事業ではすべての分野で定着していると考えます。しかし、UDの追求には終わりががないため、より客観的な評価が必要であると認識しています。今後、社内だけではなく、第三者の評価も取り入れていくことを検討しています。



具体的な取り組み

2020年に発売した製品におけるユニバーサルデザイン配慮

さまざまな方が、さまざまなシーンでストレスなく使っていただけるような製品開発を進めています。2020年に発売した製品におけるUD配慮事例をご紹介します。

クイックルミニワイパー

トイレの床は、トイレ空間の中で便座に次いで汚れも菌も気になる場所であるにもかかわらず、床掃除は体に負担がかかるため、拭き掃除の頻度が低くなっていました。そこで、手が届きにくいトイレの床の奥まで、ラクに掃除ができる『クイックルミニワイパー』を2020年秋に発売しました。「トイレクイックル」のシートを半分に切って装着すると、小さいヘッドと短い柄の“コンパクト設計”により、届きにくくて掃除が大変なトイレの床の奥でも、ひざをつかずにラクに掃除ができます。

実際に、ご使用いただいた方からは「介護をしていて、トイレをきれいにしてもすぐ汚れるので掃除がおっくうになっていたが、トイレの後ろの掃除がすごく楽になった」「今まで顔に便器が触れる状態で床掃除をしていたので掃除が楽になりうれしい。このような商品が待っていた」など好評の声が寄せられています。

「クイックル」ブランドは、1989年の誕生以来、住宅設備や生活・家事スタイルの変化に合わせて、手軽で便

利な掃除方法を提案し、清潔な暮らしに貢献してきました。今後も生活者や社会へよりよい製品・サービスを提供し、未来の快適な暮らしに貢献していきます。



従業員の声

トイレ掃除の負担軽減をめざして

名取 陽祐

花王株式会社 ホームケア事業部
商品開発 開発リーダー※



トイレの床は清潔に保ちたい場所ですが、ひざの曲げ伸ばしがつらい、顔が便器に近づくなどの理由から、体への負担や掃除への抵抗を感じる場所です。誰でも簡単に楽に、届きにくい床の奥まで掃除ができるようにとの思いを込めて、使い勝手や性能にこだわり、社内のさまざまな部門と力を合わせてこの商品を開発しました。

※ 所属は2020年12月現在



ビオレ ザ ボディ ぬれた肌を使うボディ乳液

『ビオレ ザ ボディ ぬれた肌を使うボディ乳液』は、浴室で濡れた肌を使う全身用の保湿乳液です。花王で初めて、シャンプーなどのつめかえ用の容器(ラクラクecoパック)をそのまま本体として使用する“つりさげパック”容器を採用しました。中身の吐出口(ノズル)には、軽い力で液の量が調節できる「らくらくスイッチ」を採用しています。プラスチックの削減だけでなく、使い勝手について、「容器の底が床に触れずに汚れない」「つりさげ式で容器が倒れることもないし、幼児でも使いやすく、子どもが自分で保湿をしてくれるようになった」など、幅広い年代の方から好評の声が寄せられています。

らくらくスイッチとつりさげパックの使用イメージ



ノズルを取りつける



フックをつける



つりさげる

社員のUD理解の促進

公益財団法人共用品推進機構による勉強会の実施

2020年12月に、公益財団法人共用品推進機構 専務理事の星川安之氏による「共生社会での共用品・共用サービス」というテーマで社内オンライン勉強会を実施しました。

ユニバーサルデザイン推進に向けて、幅広い知見から具体的な事例等をご紹介いただき、社内UD推進に携わるメンバーを中心とした当日参加者からは、「共生社会に向けて企業として取り組む意義や必要性をあらためて確認できた」などUDの推進に取り組む意義と社外の知見を得たとの意見がありました。

今後も、さまざまな形で社内への勉強会・体験会などを提供していく予定です。

情報のバリアフリー



→社会貢献活動>情報のバリアフリー
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=97

高齢者の誤飲防止のための取り組み

洗剤や漂白剤、化粧品などを誤って口にしてしまう事故は、子どもだけではなく、成人でも発生しています。

特に高齢の方や認知症の方は、味やニオイを感じにくくなったり、視力が低下して気づきにくくなることがあるため、周囲の注意も必要です。また、誤飲の後に嘔吐した場合は、誤嚥性肺炎を発症することがあります。

誤飲の可能性がある製品には、注意表示を記載していますが、誤飲事故を少しでも減らすため、高齢者やご家族を対象とした誤飲防止の啓発のための冊子や製品に貼付する「高齢者の誤飲注意喚起のためのシール」を作成しています。2020年は、コロナ禍により計画していた啓発講座がすべて開催できず、ウェブサイトや消費者相談の窓口で紹介しました。実際に紹介した高齢者施設の方からは「職員がシールを見ることで洗剤の置き場所の注意が行き届くようになった」などの声をいただきました。引き続き、誤飲防止の啓発活動を続けていきます。

高齢者の誤飲注意喚起のためのシール



シール表面



シール裏面(説明を記載)



安全な成分を厳選して用い、安心して使える製品をお届けします。

- ESG キーワード
- 安全・安心な成分の使用と情報開示
- 防腐剤
- パラベン類
- マイクロプラスチックビーズ
- シリコーン
- 紫外線吸収剤

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

近年、SNSやブログなどのソーシャルメディアの発達により、インターネット上でさまざまな情報が容易に入手できるようになっています。そうした状況において、より多くの生活者が、製品に用いられている成分による人の健康および環境への影響や社会的倫理について関心を高めており、自ら関連した情報を調べることも可能になっています。一方で、インターネット上などでは、科学的根拠の不確かな情報も含まれており、偏った情報があたかも真実のように広がることがあります。

花王が提供する価値

多くの情報がある中で、生活者に安心して花王の製品を使っていただくためには、花王の成分の使用についての考え方を、科学的根拠を踏まえた安全性情報とともに開示することが必要であると考えます。

貢献するSDGs



方針

花王は、常に安全性を第一として、人の健康はもちろん、環境への影響も配慮した製品開発に取り組んでいます。生活者の関心の高い成分について、花王としての考え方を科学的根拠に基づいた安全性情報とともに開示し、生活者・顧客に安心してご使用いただける製品の開発に努めます。また、製品に関する情報を適切かつわかりやすく提供し、製品を安全にお使いいただくことや、個々人に合った製品の選択をサポートします。

教育と浸透

より安全でより健康な製品の開発を推進するために、製品や製品に含まれる成分における人の健康や環境影響に関する安全性情報などについて、社内ポータルサイトで情報を共有しています。これら情報は、事業・研究などさまざまな部門で共有し、社員はグローバルな視野で理解を深めています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

花王は、人の健康および環境に関わる安全性情報を

世界中から継続的に収集することで、原料の選定や製品の安全性評価に役立て、安心してお使いいただける製品の開発につながっています。また、各国・地域で業界活動に積極的に参加したり、行政などとコミュニケーションを深めることで、安全性に関する情報を精査しています。これら活動は、生活者・顧客に対して科学的根拠に基づいた安全性情報の共有を図ることに貢献しています。さらに、製品・成分について正しく理解を深めることで、製品を安全にお使いいただくことや、適切な製品の選択をサポートしています。

生活者・顧客への情報公開

生活者・顧客においては、インターネットなどを通じて製品に使用している成分について、誤った情報や古い情報を受け取りやすい環境にあります。生活者・顧客に情報を正しく理解していただくために、花王の成分に対する考え方を科学的根拠に基づく安全性情報とともに公開し、正確な情報を確実に届けます。





体制

ESG委員会およびESG推進会議のもとで、品質保証部門が中心となり、国内外の関連部門と連携した部門横断的なワーキンググループとして活動を推進しています。ワーキンググループでは、社会において関心の高い成分について、それぞれの専門の見地から意見交換を行ない、科学的情報を精査するとともに、社会的な課題に対して理解を深めています。さらに、事業・研究など関連部門のリーダーとも議論を重ね、花王の考え方を科学的根拠に基づく安全性情報とともに公開しています。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

2022年中期目標

社会において関心の高い成分について、安全性に関する科学的評価の情報収集およびその内容の妥当性を検討したうえで、花王の方針を策定します。2022年までに8成分、2030年までに現在設定しているすべてにあたる16成分について公開をめざします。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

正確な安全性情報を含め花王の考え方を開示することにより、事業リスクを回避するとともに製品に対する信頼を獲得でき、“よきモノづくり”への貢献を通して企業価値の向上につながることを期待できます。

社会的インパクト

花王としての考え方を科学的根拠に基づく安全性情報とともに公開することで、生活者・顧客の理解を深めていただき、これまでより一層安心して製品をお選びいただくことができます。

2020年の実績

社会的に関心が高い成分である防腐剤、パラベン類、マイクロプラスチックビーズ、シリコン、紫外線吸収剤の5つの成分について、2020年12月にサステナビリティサイトにて花王としての考え方を科学的根拠に基づいた安全性情報とともに公開しました。

実績に対する考察

ワーキンググループを定期的開催し、上記の5つの成分の公開内容について議論を重ね、素案を作成しました。作成した素案について、事業・研究など関連部門のリーダーとも内容を確認し、議論を深めたうえで、公開する文面をまとめました。

今後も引き続き、社会的に関心の高い成分について多角的な分析調査を積極的に進め、中期目標を前倒しで達成することをめざします。



具体的な取り組み

安全・安心な成分の使用と情報開示

花王では、社会的に関心が高い成分について考え方や対応を積極的に公開していきます。2020年12月には防腐剤、パラベン類、マイクロプラスチックビーズ、シリコーン、紫外線吸収剤の5つの成分について科学的根拠に基づいた安全性情報を含め花王の考え方を公開しました。

成分についての考え方の公開を進めるにあたり、社内では当該成分の基本情報や健康影響、環境影響など安全性情報などの管理体制も整えています。



→花王製品に含まれる成分についての考え方
[www.kao.com/jp/corporate/sustainability/
topics-you-care-about/ingredients-contained/](http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/ingredients-contained/)

業界活動／コミュニケーション

環境への影響が懸念されているマイクロビーズ(マイクロプラスチックビーズ)を含む、製品中に使用されるマイクロプラスチックへの対応において、花王が参画する日本化粧品工業連合会は世界各国・地域の工業会との連携を図り、また、日本においても、科学的な情報のとりまとめ、使用状況の把握、行政への情報提供等を行ないました。花王はこれらの活動において中心的な役割を果たしており、日本の化粧品業界の活動をリードしています。

このほか、日本石鹼洗剤工業会、日本化学工業協会等関連の業界活動にも積極的に参画しています。また、世界主要地域における工業会活動にも参画し、情報収集を図るとともに、特にASEANを含むアジア地域においては行政との情報交換等に貢献しています。

さらに、生活者・顧客と適切なコミュニケーションに努めています。たとえば、成分の使用やその安全性に関する問い合わせ等があった際には、迅速に適切な情報を提供しています。また、いただいた問い合わせをもとに、社会的に関心の高い事項を分析調査し、製品の改良に役立てます。

2020年の活動報告

思いやりのある選択を 社会のために

サステナブルなライフスタイルの推進	61
パーパスドリブンなブランド	69
暮らしを変えるイノベーション	73
責任ある原材料調達	79



Kirei Lifestyle Plan

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

目次 — 編集方針 — トップメッセージ — Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 — 独立保証報告書 —



エネルギーや水などの資源の節約につながる、よりサステナブルなライフスタイルをわかりやすく提案し、未来につながる暮らしを広げます。

ESG キーワード

ライフスタイル提案

プラスチック製アイキャッチシールの廃止

同業他社と協働したプラスチック循環

生活者に対する情報発信

容器包装における環境チャレンジ(ラクラクecoパック、スマートホルダー、らくらくスイッチ、エアインフィルムボトル、Tube Like Pouch)

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

私たちは、地球上の資源を消費することで現在の豊かな生活を維持しています。科学・技術の進歩は人々の暮らしを向上させましたが、一方で不適切な経済活動が資源の枯渇や環境破壊を引き起こしています。

たとえば気温上昇の原因となる大気中のCO₂濃度は、産業革命以降急激に増えており、現在の平均濃度は400ppmを超えています。これらはごみ焼却にも起因しています。日本の環境省発表の2017年度温室効果ガス排出量によると、2017年の日本の廃棄物(焼却等)によるCO₂排出量は29.8百万トンで2013年度比+1.6%、2016年度比+0.5%となっています。



→環境省報告 温室効果ガスの総排出量
www.env.go.jp/earth/ondanka/ghg-mrv/sokuhou_zentaizu_2017.pdf

日本の消費者庁では「消費者志向経営の推進」の中で、「事業者が持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行う」ための柱

として「消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換」を挙げています。



→消費者庁報告 消費者志向経営の推進について
www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/meeting_001/pdf/meeting_001_190416_0007.pdf

持続可能な社会を構築するために、企業の強みを生かした商品・サービスの提供だけでなく、新しいサステナブルなライフスタイルの提案・啓発といったアプローチが求められています。

花王が提供する価値

「責任ある消費」はSDGsでも取り上げられている重要な要素です。生活者の「清潔」「美」「健康」を日々の暮らしの中で支える花王だからこそ、商品やサービスを通じて生活者の新しいライフスタイルを提案し、豊かな生活文化と社会のサステナビリティの実現に世界の生活者とともに取り組みたいと考えます。

日々の生活の中のちょっとした工夫や商品の選択が、持続可能な社会の実現に無理なく寄与することを“よ

きモノづくり”や“生活提案”を通して実現します。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

社会の求めるサステナブルなモノづくりを実現できない場合、また暮らし方を変える商品やサービスを提供しなかった場合は、持続可能な社会の実現に対してネガティブなインパクトを与え、生活者・社会からの共感を失い、ブランド価値とともに収益性やマーケット競争力を低下させると考えます。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

創業より常に生活者とともに事業活動を通じて暮らしを豊かにしてきた花王は、130年にわたって培った独自の技術を発展させ、脱炭素やごみゼロ、水保全、大気および水質汚染防止に寄与し、持続可能な社会の実現に向けて存在感を世界的に示すことができると考えます。

また、新しい暮らしの提案・教育・啓発により、世界中の多くの生活者によりサステナブルな選択を促進しその成果を最大化することで、地球環境に関わる課題解決に寄与します。

サステナブルなライフスタイルの推進

102-12,102-43,103-1,
103-2,306-2(廃棄物2020)



貢献するSDGs



方針

「Kirei Lifestyle Plan」中の「思いやりのある選択を社会のために」と「よりすこやかな地球のために」の実現に向けて花王らしいイノベティブな技術革新と、ライフスタイル提案を積極的に推進し、人々の持続可能な生活を実現します。

環境に配慮したサステナブルな製品を提供し、生活者に花王製品を選択いただくことで、持続可能な社会を構築していきます。

また、さまざまなマーケティング活動、情報発信、教育、啓発活動を通じて生活者自身にもサステナブルライフスタイルの重要性を理解いただき、ともに責任ある消費による持続可能性への貢献に寄与します。

4つの活動

1. モノづくり、製品そのものからの提案
2. サステナブルライフを提案する情報発信
3. 体験型学習機会の提供
4. 社会や団体・公的機関とともに行なう啓発活動

上記の活動を通じて、生活者の毎日の暮らしの中での

一つひとつの選択が、サステナブルなライフスタイルを実現する可能性を持っていることを啓発します。また自社が持つ生活者との接点や店頭販促を通して積極的に「環境」「節水」「衛生」などの啓発活動を進めています。さらに未来を担う次世代に対しては、「責任ある選択」の重要性を啓発します。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者の意識に気づきを与え、暮らしや生活スタイルを変えるムーブメントを起こしていくためには、花王を取り巻くさまざまなステークホルダーとの協働が不可欠と考えます。

以下の取り組みにおいて、ステークホルダーとの協働を推進しています。

・消費者

花王商品の基本性能の周知と使い方を提案することで、製品使用時の環境負荷低減を推進します。

 →P90「よりすこやかな地球のために」>脱炭素／ステークホルダーとの協働／エンゲージメント：お客さまと“いっしょにeco”」

 →P128「よりすこやかな地球のために」>水保全／“いっしょにeco”のもとで推進する教育と活動：お客さま」

・法人顧客(流通)

随時の情報交換を通じてサステナブルライフ提案の店頭実現や、輸送の効率化による「ホワイト物流」を推進します。

・サプライヤー

原材料調達、生産、輸送などの各段階において、さまざまなビジネスパートナーの皆さまと協働してサステナブル社会の実現に取り組んでいます。

 →P128「よりすこやかな地球のために」>水保全／“いっしょにeco”のもとで推進する教育と活動：ビジネスパートナー」

・行政・自治体

現在5つの自治体とともに洗剤やシャンプーなどの使用済みの詰めかえパックを回収し、再生樹脂に加工して提供する活動を推進しています。

 →花王、北海道北見市で「リサイクリーション」を実施
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2019/20191128-001/



・同業者

資源循環型社会の実現は一社のみではなしえず、業界全体で意識を変革していく必要があります。そこで、フィルム容器のリサイクルに企業の枠を超えて取り組んでいます。



→ライオンと協働したリサイクリエーション活動
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200910-002/

www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201104-003/

体制

Kirei Lifestyle Planの推進に向け、ESG部門を筆頭に事業部門、生産部門、物流部門、販売部門まで連携する形でESGを根幹に置いた“モノづくり”を推進しています。それぞれの活動は、花王のKirei Lifestyle Planにおける19のアクションにしたがって、ESG推進部の主催する全社を貫くESG推進部会議にて報告しており、花王内各部門での推進についてはESG推進会議(月1回)にてフォローしています。「プラスチック製アイキャッチシール」全廃活動や再生PET使用促進活動はこれらの会議で採択され推進されています。



→ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

中長期目標

●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

2030年目標:1億人

Kirei Lifestyle Planの3つのコミットメントの中の「思いやりのある選択を社会のために」「よりすこやかな地球のために」に基づき、生活者とともによりサステナブルなライフスタイルを啓発します。

またそのためにすべての花王ブランドがパーパス(自らの存在意義)を明確にし、生活者とのコミュニケーションを含めたさまざまな取り組みを実践します。

中長期目標を達成することにより期待できること

社会的インパクト

サステナブルなライフスタイルを啓発することで生活者のエシカル消費志向・社会課題解決志向が向上します。

事業インパクト

意識の高まった生活者に花王製品を積極的に選んでいただくことで花王製品へのロイヤリティ向上につながり、ブランド価値とともに収益性やマーケット競争力が向上します。

2020年の実績

●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
2020年実績:307万人

- ・「スマートホルダー」の店頭販売を強化
- ・「らくらくスイッチ」採用商品を発売
- ・「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」採用商品を米国にて発売開始
- ・パッケージに添付しているアテンションツール「プラスチック製アイキャッチシール」全廃に向けての活動を開始
- ・PET樹脂使用ボトルに再生PET使用。2021年春改良のアタックZEROとキュキュットクリア泡スプレーから開始

実績に対する考察

2020年は予定通り商品パッケージに関する革新技術が商品に反映されました。また再生樹脂の使用開始等、リサイクル素材の活用も始まりました。具体的な目標は2021年度中に策定します。

プラスチック製アイキャッチシール全廃活動についてもコロナ禍の影響により一部の商品の撤廃に影響が出ましたが、販売促進策等の強化により計画通り2021年全廃見込みです。

これらの活動は各種SNSにて反響を呼び、好意的に受け入れられています。今後はリサイクル素材の活用だけでなく、リサイクル技術の開発やインフラの整備にも注力していきます。その一環としてライオンと協働してリサイクル実証実験を開始しました。



具体的な取り組み

モノづくり、製品そのものからの提案

花王は、サステナブルな洗浄基剤、すすぎ一回の衣料用洗剤や泡切れのよい食器用洗剤、シャンプーなどの環境配慮型製品の創出や包装容器の検討などを行ない、モノづくり、製品そのものからのサステナブルなライフスタイルの提案を推進してきました。

2019年はサステナブルな洗浄基剤「バイオIOS」を用いた製品を実用化しました。2020年は特に包装容器について多くの提案を行ないました。

包装容器からの環境へのチャレンジ

シャンプーやリンスなどのプラスチック製のボトル型容器を2030年にはつめかえ式フィルム容器にほぼ切り替えるという目標を掲げ、新技術を駆使した環境負荷の低減をめざしています。また、環境負荷が低い容器の生産個数を2030年に3億本にするという目標を掲げています。

これまで、本体容器につめかえて使うことで廃棄プラスチック量を約78%削減できるつめかえパウチや、同じくプラスチック使用量を約80%削減しつつ、つめかえしやすい「ラクラクecoパック」の拡充を進めてきましたが、それらの浸透を加速させつつ新しい技術にもチャレンジしています。

「スマートホルダー」の店頭販売を本格的に開始

「ラクラクecoパック」をセットすることで、つめかえずに繰り返し使用することができ、独自開発のポン

プでほぼ最後まで使いきることができる「スマートホルダー」。

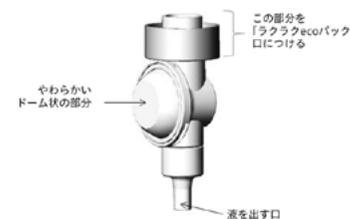
2017年の発売以来、主にオンラインショップで販売していたものを流通との取り組みにより店頭でも販売開始。多くの生活者に提案していきます。



→花王、「プラスチックボトルレス化」を推進
この春より「スマートホルダー」の店頭販売を本格的に開始
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200317-003/

「らくらくスイッチ」採用製品発売

「ラクラクecoパック」につけて使うと、軽い力で押すだけで一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」を採用した製品を発売。この「らくらくスイッチ」仕様により、ポンプ付きのボトル容器と比較して、プラスチック使用量を約50%削減しています。



→軽い力で押すだけでフィルム容器から一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」を実用化
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200819-002/

サステナブルなライフスタイルの推進 301-2,306-2(廃棄物2020)



Air in Film Bottleを採用した「MyKirei by KAO」の発売

フィルムだけで構成されているにもかかわらず、空気を入れて膨らませ自立させることで本体容器として使うことができる画期的な容器「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」を採用した「MyKirei by KAO」を2020年4月に米国にて発売しました。この容器はプラスチックの使用量をポンプ付きのボトルに比べ約50%削減することができます。

この「MyKirei by KAO」は「Kirei Lifestyle」を体現するブランドとして今後もさらに幅広い商品群の提案を計画しています。



Air in Film Bottle



→花王が提案する「Kirei Lifestyle」を体現するブランド「MyKirei by KAO」を米国で新発売
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200407-001/

「Tube Like Pouch」採用商品発売

「Tube Like Pouch」は、主につめかえ用の包装容器で使われているフィルム素材を、本品容器として使うことで、プラスチック使用量を50%削減でき、液もほぼ最後まで使いきることができる容器です。

欧米で展開しているヘアケアブランド「ジョン・フリーダ」において採用し、米国のウォルマート店頭およびオンラインサイトにて、2020年7月より期間限定で発売しました。



Tube Like Pouch



→花王が開発したフィルム容器「Tube Like Pouch」(チューブライクパウチ)を欧米ヘアケアブランドで採用
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics/sustainability-20201007-001/

プラスチック製アイキャッチシールの全廃を推進

「プラスチック製アイキャッチシール」は、お客さまの購入時に商品特徴や正しい使用方法などを的確に伝達できるメリットがある反面、プラスチックごみや廃棄時のCO₂排出量の増大につながるという課題がありました。

花王では従来のアイキャッチ訴求内容をボトルに記載することや、その他のコミュニケーション方法に切り替えるなどにより2021年末までに「プラスチック製アイキャッチシールの全廃」を達成します。使用方法の伝達等が必須な場合はFSC認証紙などへの変更を行ないます。

コロナ禍の影響により、一部の商品の撤廃に影響がりましたが2020年末時点でおよそ70%のアイテムで撤廃できました。計画通り2021年末全廃は達成見込みです。



「プラスチック製アイキャッチシール」あり

「プラスチック製アイキャッチシール」なし



→花王、「プラスチック製アイキャッチシール廃止」を推進

www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200317-002/

PET樹脂使用ボトルに再生PET使用

花王はプラスチック循環社会の実現に向けて「リサイクルイノベーション」にも注力しています。

花王はすべてのPETボトルにおいて再生PET使用をめざしており、すでに2021年春に発売のアタックZEROとキュキュット泡スプレーにおいて100%再生PETを使用したボトルを採用しています。

サステナブルなライフスタイルの推進 102-43,306-2(廃棄物2020)



生活者が多頻度で使うインパクトの大きい商品から切り替えを進めていきます。

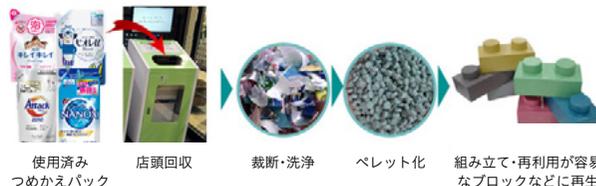
※着色剤およびラベルフィルム、ポンプ、キャップは除く



→「アタック ZERO」で100%再生プラスチックのボトルを採用
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2021/20210317-002/

ライオンと協働でリサイクル実証実験を開始

使用済みつめかえパックの分別回収実証実験を目的に、株式会社イトーヨーカ堂にご協力いただき、リサイクルリノベーション活動を開始。店頭に専用回収ボックスを設置し、お客さまから花王とライオンの洗剤やシャンプーなどの使用済みつめかえパックを回収。回収したつめかえパックはブロック等に再生し、リサイクルの重要性を伝えるイベントで活用するなど、さまざまな用途に役立てます。



→花王・ライオンが協働してリサイクル実証実験を開始
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201104-003/

サステナブルライフを提案する情報発信

生活者に対する情報発信と共有

花王はウェブサイト、各種 SNS、広報発信によりさまざまなステークホルダーに対して情報を発信・共有しています。これらを通して花王の活動を生活者に届けるとともに、生活者からのご意見を“よきモノづくり”に反映させています。

サステナブルライフについての情報発信は主に以下を通じて発信、あるいは生活者と共有しています。

Kao PLAZA

Kao PLAZAは花王製品ご愛用者をはじめとした生活者の皆さまとつくるコミュニティサイトです。サステナブルライフだけではなく広く花王の活動を紹介しつつ、生活者の声を共有しています(一部は会員登録が必要)。

2020年は「プラスチックアイキャッチシール全廃」について紹介し、生活者の皆さまからの声を多数いただきました。



→Kao PLAZA プラスチック製アイキャッチシール撤廃プロジェクト
webmember.kao.com/jp/kaoplaza/contents/esg/001/?taskid=T0000101362&adobe_mc=MCMID%3D53678356976548077853734051239738041008%7CMCORGID%3D952B02BE532959B60A490D4C%2540AdobeOrg%7CTS%3D1605682068

→生活者とのコミュニケーション
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=77

サステナブルなライフスタイルの推進 102-43



Kirei Lifestyle Plan

目次 編集方針 トップメッセージ Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 独立保証報告書

快適な暮らしを自分らしく送るために

思いやりのある選択を社会のために

よりすこやかな地球のために

正道を歩む

花王企業サイト

花王の企業サイトにおいてもさまざまな活動を報告しています。



従来タイプ コンパクトタイプ

→プラスチック容器の完全リサイクル化をめざして
www.kao.com/jp/who-we-are/actions/recyclable-package/

SNS

各種 SNS を通して花王の活動を発信しています。生活者の声に耳を傾け、さらなるサステナブルな活動に反映させています。



Twitter



Instagram

→花王公式 Twitter
twitter.com/KaoCorporate_jp/status/1280695004147732481

→花王公式 Instagram
www.instagram.com/p/CEsgOtsD_MZ/

生活者からの質問への対応

家事や美容に関する生活者の悩みに対して、花王の問い合わせ窓口だけでなくYahoo! 知恵袋などソーシャルメディア上でもアクティブサポートを行なっています。

専門知識に基づいた回答がソーシャルメディア上に蓄積されることにより、同じ悩みを持つ多くの生活者がそれを閲覧し、自身の悩み解決に役立てていただくことも可能です。

→Yahoo! 知恵袋 花王公式サポート
chiebukuro.yahoo.co.jp/my/1020588266

商品の使い方を通して生活提案

「応援！ 暮らしのキレイ」サイトにて、環境に配慮した暮らしを日々の製品コミュニケーションで提案し、サステナブルなライフスタイルの気づきを生活者に与え、社会的に大きなインパクトを生み出そうと試んでいます。



→応援！ 暮らしのキレイ
www.kao.co.jp/lifei/support/



社会や団体・公的機関とともに 行なう啓発活動

公共の啓発機会の活用

サステナブル・ブランド国際会議2020横浜への出展

気候変動や人権問題などの社会課題解決のためのさまざまなプログラムの中で、プラスチック問題を事例に生活者が変化の主演となることをめざした花王の取り組みをご紹介します。また、ブースにて花王のプラスチック削減活動を展示しました。



ESG部門統括が登壇



Kirei Lifestyle Planや花王のプラスチック削減活動を展示したブース

エコプロ Online 2020への出展

エコプロ展に毎年出展し、花王の活動をご紹介します。2020年はオンライン開催となりましたが、「花王のプラスチック戦略」と題して海洋プラスチックごみ対策について講演を行ないました。

→エコプロ Online 2020
eco-pro.com/2020/ecopro/1125_2.html

花王国際こども環境絵画コンテスト

私たちの大切な地球環境を守り、未来につなげていくためにはどうしたらよいか考え、絵に表現する絵画コンクールで次世代の環境意識向上をめざしています。

2020年は11回目となり、世界中から合計12,884点の応募がありました。



第11回「いっしょにeco」地球大賞
 Liang-En Yuさん(8歳)作
 作品タイトル:未来の色

→「第11回 花王国際こども環境絵画コンテスト」審査結果のお知らせ
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201130-001/

従業員の声

プラスチック製アイキャッチシールの撤廃に向けた工夫

田中 桃子

花王株式会社
 ヘルス&ビューティケア
 スキンケア事業部 ビオレu石鹸*



少ないボトル面積の中に、よりお客さまにビオレuのやさしさや、親しみやすさを感じていただけるようにしながら、プラスチック製アイキャッチシールで伝えていたことも入れると情報が多すぎるため、そこをどうするか悩みました。

そこで、本体と詰め替え用でボトルに入れる情報をそれぞれ整理、最小限にして役割を持たせるように工夫しました。

さまざまなESGの取り組みがありますが、自分の担当商品でできることを積極的に探していきたいと思います。

※ 所属は2020年12月現在

本メッセージは、コミュニティサイト「Kao PLAZA」内で、プラスチック製アイキャッチシール全廃に向けた活動について、花王社員の工夫やサステナブルなライフスタイルに対する「想い」を発信するコーナーを再掲したものです。



各ブランドが、コミュニティや社会課題の解決につながる存在意義(パーパス)を掲げ、事業活動を行ないます。

- ESG キーワード
- ブランドパーパス
- 生活者意識の変容
- 社会・地球によりインパクトをもたらす製品
- 次世代育成
- 超高齢社会への対応

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

グローバルにおいては、気候変動や海洋プラスチックなどの環境問題があり、日本においては超高齢社会の到来、価値観や人種の多様化など、私たちがとりまく状況は大きく変化してきています。

また社会や地球環境の変化に伴い、生活者の意識が変化してきています。大量消費・購買の結果による廃棄を是とせず、課題解決のために最低限必要なものだけを選ぶという行動が増えています。その現れとして「所有」という概念の定義も「個人で所有する」から「共有する」「シェアする」へと広がりつつあります。これからは生活者とともにライフスタイルを創っていく姿勢が求められます。

花王が提供する価値

各々のブランドがパーパス(自らの存在意義)を明確にし、さまざまな活動を実践し、生活者をはじめとしたステークホルダーとのコミュニケーションにより共感・行動していただくことにより、豊かな暮らしの実現はもとより、社会や地球のサステナビリティへ貢献することをめざします。

貢献するSDGs



そのブランドのカテゴリーと提供価値によって貢献する社会課題は異なります。たとえばSDGsの普遍的な目標である「誰も置き去りにしない」に貢献するために「誰にでも使いやすい」容器を開発・提供しています。シャンプーの容器についているギザギザ状のきざみは、触っただけでシャンプーとリンスを区別できるようにつけられたものです。目の不自由な方だけでなく、目をつぶって髪を洗う時に誰でも区別がつかます。

花王では、障がいの有無、年齢にかかわらず、すべての人々に安心して、わかりやすく、使いやすいという視点で商品を開発することに努めています。

また、より少ないすすぎ回数・量ですむ商品は節水や節電につながり環境負荷低減に貢献します。

さまざまな社会課題を踏まえたパーパスにより各ブランドが、責任をもって製品をつくり、生活者の皆さまに提供し、使っていただくことがSDGs目標12の達成に貢献すると考えています。

誰にでも使いやすい容器の工夫例



シャンプーのきざみ
 軽い力で液を出せるアタックZERO ワンハンドプッシュ
 泡立ても簡単で、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

→シャンプーのきざみに込められた思い
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/universal-design/shampoo-notches/

→UDの取り組みの歴史
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/universal-design/initiatives-history/

→いっしょにeco 暮らしの中でできる「節水」
www.kao.co.jp/lifei/support/50/



方針

花王におけるブランドのパーパス(自らの存在意義)とは、暮らしや社会・地球にどんなよいインパクトをもたらすのかを指します。

「パーパスドリブンなブランド」の活動は、①存在意義の明確化②具体的な行動③コミュニケーションで構成されます。

初年の2019年は、①存在意義の明確化に焦点をあてて活動しました。2020年以降は、②の具体的な行動により結果を出して世の中に変化を起こしていくことに注力し、生活者・社会にとって意味がある存在となっていきます。

教育と浸透

暮らしや社会・地球にいいインパクトをもたらすには、生活者とのコミュニケーションが欠かせません。そのために、生活者視点、ESG経営との連動、グローバルの統一性をふまえたブランドの存在意義について再確認をさせる教育を担当者に実施しています。

そしてそのブランドの思いを態度表明し、生活者とともに社会を変えていくための啓発活動が重要になります。たとえばビオレuでは、泡で手軽に手洗いができるハンドソープの開発とともに、子どもたちが楽しく手洗いができるよう「あわあわ手洗いのうた」を作成しています。



→P50「快適な暮らしを自分らしく送るために」清潔で美しくすこやかな習慣／清潔で美しくすこやかな習慣づくりのための教育プログラム」

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

重要なステークホルダー

事業活動に関わるステークホルダーの中でも最も重要となるのは生活者です。生活者に対しては各種メディアや店頭だけでなく多様な場面においても啓発することにより、共感・行動していただくことが重要です。たとえば学校における次世代啓発、自治体や事業所連携による超高齢社会への取り組みも含まれます。

次世代啓発

身体の衛生に貢献するビオレuブランドは、次世代育成活動の一環として、2009年から「手洗い講座」の出張授業を、小学校低学年を対象に展開してきました。

しかし、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で出張授業は中止し、先生ご自身で授業を行なっただけの教材を無償で提供しました。あわせて全国約2万の小学校へ「手洗いポスター」をお届けするとともに、オンライン授業用コンテンツをウェブサイトにて公開しました。



→あわあわ手あらいのうた
www.kao.co.jp/bioreu/family/hand/song/

超高齢社会への取り組み

自治体や事業所と連携し、中性脂肪の測定会による見える化と気づき、歩行推進や食事メニューの提供による健康寿命の延伸に取り組んでいます。

ヘルシアブランドにおいては、LINEを活用した「モニタリングヘルス」サービスにより内臓脂肪レベルを簡単にチェックできるキャンペーンを実施しています。



→ヘルシア モニタリングヘルス
www.kao.co.jp/healthya/product/monitoring/

体制

Kirei Lifestyle Planの19のアクションのうち、「QOLの向上」「清潔で美しくすこやかな習慣」「ユニバーサルプロダクト デザイン」「サステナブルなライフスタイルの推進」「パーパスドリブンなブランド」は、共通の体制のもと推進されています。



→ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」



中長期目標と実績

2025年中期目標

すべてのブランドについてそのパーパス(自らの存在意義)を明確にします。パーパスを明確にしたブランドについては生活者に伝わるよう宣言し、一貫したコミュニケーションを進めます。

2019年はブランド運営者への教育を終了し、各ブランドの「パーパス」を明確にしました。2020年からはそのブランドパーパスを社外に宣言し、そのパーパスに沿って一貫性のある具体的な行動を始めています。2025年までにはすべてのブランドにおいて行動が実現している状況をめざします。

2030年長期目標

すべてのブランドにおいて生活者の暮らしや社会課題、環境課題に対応し、生活者や社会から共感を得られる、存在意義のあるブランドとなります。

またそれらブランドがどのような状況にあるかの評価基準を2021年度内に策定し2030年に向けて検証していきます。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

存在意義のあるブランドが支持されることで結果的にブランドや企業の成長につながり、新たな社会課題対応への投資が可能となります。

社会インパクト

生活者に共感・支持を得られることで、暮らしや社会・地球に対してよいインパクトをもたらします。

2020年の実績

2019年はKirei Lifestyle Planの視点でブランド設計を見直し、暮らしや社会・地球にどのようなよいインパクトをもたらすのかの定義化を行ない、各ブランドの「パーパス」を明確にしました。

2020年からはそのブランドパーパスに沿って一貫性のある具体的な行動を始めています。

たとえば2020年4月に米国で発売した「MyKirei by KAO」や、2020年2月に日本で発売した「athletia(アスレティア)」は、それぞれサステナブルな地球環境に貢献するということをパーパスとして宣言しています。



具体的な取り組み

2020年に発売した「Kirei Lifestyle」を体現するブランド

MyKirei by KAO (アメリカ、花王USA)

花王が提案する「Kirei Lifestyle」を体現するブランドとして「MyKirei by KAO」を米国で2020年4月に発売しました。

「MyKirei by KAO」は「隅々まで思いやりに満ちた毎日の“きれいな”暮らし」がブランドコンセプトであり、花王の本質研究から生まれた技術により環境負荷が少なく、誰にでも使いやすいユニークな商品であることがパーパスのブランドです。

これらには花王が開発したフィルム容器「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」を初めて採用。やわらかい素材ですが、容器の外側に空気を入れて膨らませることで自立する容器として使用することができ、プラスチックの使用量をポンプ型ボトルに比べ約50%少なくすることができます。さらにつけかえ用をラインアップし、ポンプの繰り返し利用を促進します。また従来ボトルに比べて液残りが少なく最後まで使うことができる、環境にやさしい容器です。



MyKirei by KAO



→花王が提案する「Kirei Lifestyle」を体現するブランド「MyKirei by KAO」を米国で新発売
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20200407-001/

athletia(アスレティア)(日本、エキップ)

アスレティアは「アクティブに生きるすべての人へ。年齢や性別に縛られないこと。ゆらいでももとに戻れるしなやかさを持つこと。動と静のバランスをコントロールすること」を基本コンセプトとして2020年2月に発売しました。

原料から素材に至るまですべて、人と社会、自然への影響を配慮したclean beautyの考え方を取り入れた

ブランドです。

ブランドの共通成分「アシタバ」と「シソ」は、農薬や化学肥料を使わない独自の循環型農園で栽培し、香料は、天然植物精油を90~100%使用しています。

パッケージには、可能な限りリサイクル素材やバイオ素材を採用し、フラッグシップショップである表参道店の内装・床材や什器、装飾は、積極的にリサイクル素材やリサイクル可能なものを採用。今できるベストな選択を行ない、よりサステナブルな未来をめざしています。



→athletia(アスレティア)
www.athletia-beauty.com/jp/ja/about-us/clean-beauty/



本質研究の追求により、生活者と社会の課題を解決し、よりサステナブルな暮らしを実現する画期的な製品を生み出します。

ESG キーワード

本質研究

新型コロナウイルス感染症対策

技術イノベーションによるESG課題解決

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

技術革新は安全・安心な暮らしと社会の実現に大きく貢献してきましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大はこれまでにないさまざまな課題を投げかけています。科学技術を結集させて、感染防御と診断・治療を最優先とした取り組みが行なわれており、また、目に見えないウイルスは生活者の不安を高めていることから、科学に裏付けられた事実と、保健指導が早く広く届けられることの重要性も国連から発表されています。

感染症を予防しながら新しい生活様式(ニューノーマル)が模索されている中、持続可能な社会への要望はますます高くなっています。感染予防としてのマスク・手袋・防護用品や包装の増大によるプラスチック廃棄物が問題となっていますが、プラスチックの役割とメリットを最大限活かしながら、安全・安心の視点で循環型社会のあり方を再確認する時期と考えています。

持続可能な開発目標(SDGs)の「12:つくる責任つかう責任」で明記された天然資源の効率的な利用と管理、廃棄物の削減、自然と調和したライフスタイルとともに、低炭素社会、安全・安心な社会の実現は私たちの責任であり、その実現に向けて科学技術への期待はますます

高まるものと認識しています。

花王が提供する価値

生活者のライフスタイルと社会の変化を捉え、多様なニーズに応える商品開発研究と、さまざまな領域で物質や現象の仕組みを解明し、機能性材料や最先端技術を生み出す基盤技術研究が、それぞれ高い専門性をもって本質を深め、研究テーマに取り組んでいます。

この両者が絶えず連携することで、環境変化においても両者の知見と資産を素早く活用でき、革新的な提案が可能になると考えています。

世界中の人々のこころ豊かな暮らしのため、人、社会、環境の3つの視点で研究開発活動を進めています。

人の視点から

生活者のQuality of Life(QOL)の向上は、創業以来の私たちの絶えざる想いです。人の視点では、生活者の命を守ることを最優先に、除菌・抗菌などの微生物制御の本質研究で得られた知見の対象をウイルスにまで広げ、ノロウイルスなどの感染症原因の伝播と不活性化の解明により日常生活の中で感染防御をめざした商

品につなげます。

また、誰もが快適で美しくすこやかでいられるように、肌や健康の多様な悩みをRNAなどの生体情報から科学的に捉え、その人に適したケアの提案に向けた取り組みを続けます。

社会の視点から

社会の視点では、微生物・ウイルスの本質研究の知見を専門家と共有し、特徴ある製品・サービスと合わせて公衆衛生や病院などの施設の感染症対策に役立てます。

さらに産業分野において、水質を汚さないビスコトップなどの道路・橋梁建設用の高機能薬剤や、高耐久・舗装長寿命化を特徴とするアスファルト添加剤を提供し、安全な社会づくりに貢献しています。

環境の視点から

環境の視点では循環型社会をめざして、包装容器において4Rを基本にプラスチック使用量の削減、使用後のつめかえ容器の新しい用途への再生、さらには元の容器・フィルムに戻す技術に取り組んでいます。

同時に天然原料の利用を進め、非可食バイオマスか



ら汎用材料への変換とともに、少量添加で高い機能性を持つ材料の開発を行なっています。生活者向け製品の中身についても環境負荷の低減に努め、使用時の水とエネルギーの使用量を減らす研究を継続しています。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会
イノベーションと価値の創出により、誰一人取り残すことなく、自信を持っていきいきとキレイで安心な毎日を過ごすことができる、持続可能な社会を実現したいと考えています。

事業環境の変化や不確実性などのさまざまなリスクがありますが、生活者、顧客、産業界、行政、アカデミア等と幅広く協力しながら、技術資産と本質研究に基づく花王らしい斬新なアプローチで商品・サービスを開発・提供し、また社会に貢献する技術は社外や学术界と広く共有することで、世界中の生活者の暮らしを豊かに変えていきます。

貢献するSDGs



方針

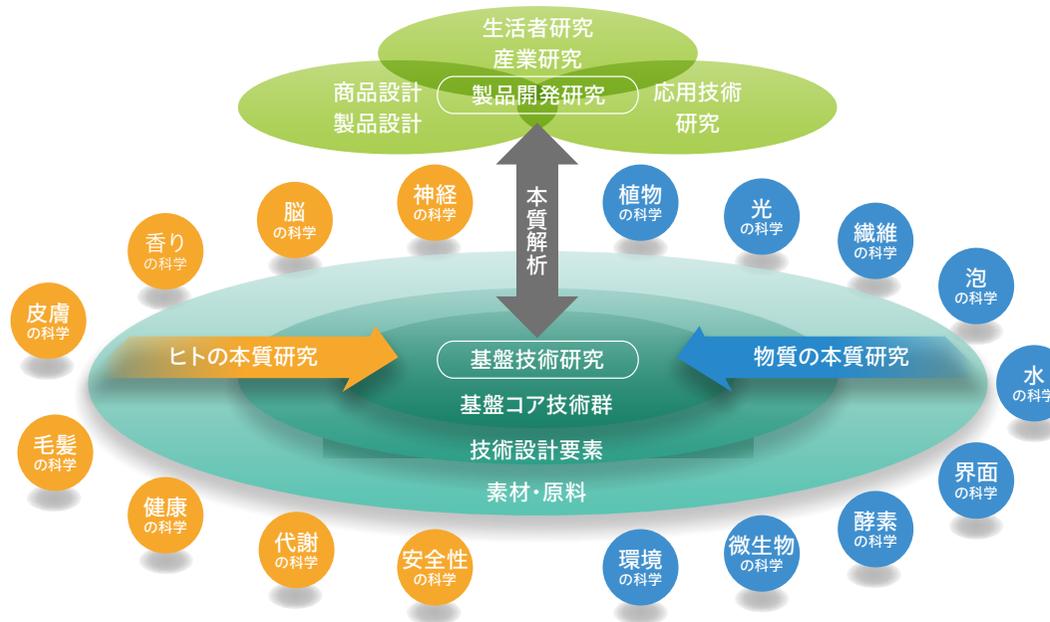
研究開発活動の基本方針として、次の3つを掲げています。

1. 新規事業の種を生み出すこと
2. 既存事業領域において、新たな顧客ニーズを生み出すイノベーションをもたらすこと
3. 科学技術を社会と共有すること

私たちはこれら基本方針のもと、イノベーションで暮らしを豊かに変えたいと考え、2つの方向で研究活動を推進します。

一つは新規事業・新商品の種となる技術イノベーションの推進です。その原動力が最新の科学技術、知見の蓄積、探求心に裏付けられた本質研究です。対象物と現象を科学の眼で徹底的に突き詰めることで見えてきた「本質」こ

本質研究



そが課題解決の糸口となり、それを“よきモノづくり”に反映することで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イノベーションを生み出すと考えています。

もう一つは、蓄積してきた技術資産を広い視野とSDGs視点で捉え直し、Kirei Lifestyleの商品設計に組み込むことです。その設計においては、パーパスドリブンのブランドの事業戦略や高い安全性・品質の担保、環境負荷の少ない素材の開発と調達が必須となります。

これらのイノベーションの活動を積み重ねることで、花王のすべてのブランドが社会的使命を持ち、人々に社会にポジティブな影響を与えることをめざします。

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らすために 快適な暮らしを

思いやりのある選択を 社会のために

よりすこやかな 地球のために

正道を歩む



教育と浸透

研究開発活動を推進するためには、研究員の誰もが社内外の最新の技術や研究成果に接する機会と、お互いが協力してアイデアを形にする場が必要です。

多様な事業を強みとして社内の知見と技術資産を横断的に活用するため、全研究員が閲覧できる研究報告システムや討論できる発表会を設定し、新しい発見につながっています。また、外部専門家の講演会や研究指導により先端の科学技術に接する機会を設定しています。2020年はオンライン会議ツールを活用して多くの研究員が参加し、イノベーション創出につながっています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

解決が困難な環境・社会課題に取り組むには、産官学との多面的な連携・協働が必要です。その一つがオープンイノベーションです。広く協業することで、新しい価値の商品・サービスを生活者に早く届けることができ、また画期的な技術を新しい事業領域に展開し社会実装することが可能となります。

研究開発活動で得られた重要な知見については、学会や論文で発表することで科学技術の普及に努めており、受賞に至るなど高い評価につながっています。

私たちの活動が社会に広く支持されるように、2020

年は新型コロナウイルス感染症に関連して、菌・ウイルスの研究情報を専門家に向けて発信し、生活者の生活場面に応じた感染症予防に役立てる活動を行ないました。今後も、対話と啓発活動を通じて科学技術がもたらす価値と未来を伝えていきます。

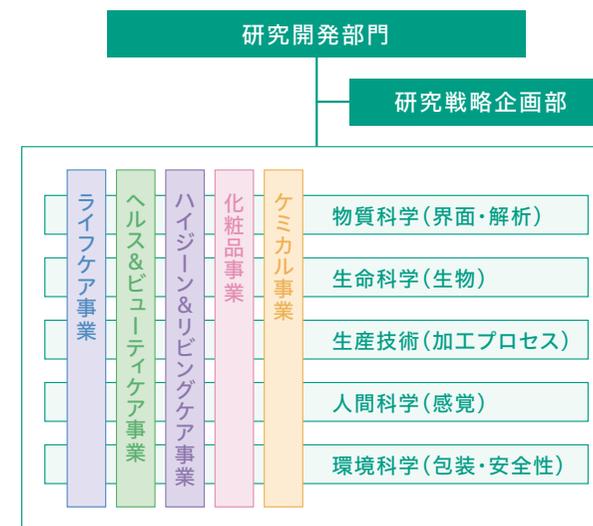
体制

事業・技術の領域を超えて知恵を集結するため、マトリックス運営を推進しています。各研究所を研究開発部門の直下組織に位置づけ、基盤技術と商品開発の研究所が連携することで、環境変化にも迅速に対応した商品提案につながっていきます。

特に重要な社会課題の衛生とリサイクルについては、新しくプロジェクトを立ち上げ、解決に向けた取り組みを加速しています。また、経営・事業部門との研究開発方針の共有、各研究所の戦略実行と進捗確認を年間計画の中で行ない、意思決定のスピードアップとグローバルな成長の加速を実現しています。



研究開発体制



※2020年12月現在

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らすために 快適な暮らしを

思いやりのある選択を 社会のために

よりすこやかな 地球のために

正道を歩む



中長期目標と実績

2020年中期目標

既存事業の強化とともに、既存事業の境界領域で新しいイノベーションを提案します。たとえば、感染症予防を中心とした衛生領域、RNAなどの生体情報から健康と美容を捉えた領域、リサイクルなどの環境を持続するための領域などです。事業部門と連携し、実証実験などで早期に確認しながら新規事業として実現します。

2030年中期目標

研究員が高い意識を持って研究開発活動を推進することができるように、2つの目的(オブジェクト)を定め、その下に具体的な活動計画を設定します。

1. 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

暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができるイノベーションが盛り込まれた製品に関する提案の発表数が2030年までに10件以上(2019年以降の累積)

2. 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

暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができる事業、しくみに関する提案の発表数が2030年までに10件以上(2019年以降の累積)

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

研究開発活動により、新商品・改良商品の売上高増と新規事業創出につなげます。



2020年の実績

花王は、2018年11月の「技術イノベーション」の発表会で5つの領域(皮膚・健康・毛髪・界面・環境)における最新技術を発表しました。この発表を通じて異業種との連携が加速され、新しい商品・サービスへとつながっています。

極細繊維を肌上に吹き付けることで自然な極薄膜を形成するファインファイバーテクノロジー技術を2018年に確立し、2019年に美容液を保持するスキンケアを提案しましたが、2021年は膜の特徴を活かして、ファンデーションの粉体を保持するベースメイクに展開予定です。

また、日々変化する肌や体の状態を緻密に可視化する皮脂RNAモニタリングでは、データ蓄積とAIを用いた予測アルゴリズムの開発が進み、美容カウンセリングのテスト運用を開始しました。

花王では早くから化学物質の安全性評価のため、皮膚感作性や眼刺激性などで動物を用いない手法、すなわち動物実験代替法の研究を行ってきました。2020年には、メカニズムが複雑な全身毒性の評価について、

社会的インパクト

特徴ある技術とイノベティブな事業・商品の提案により環境・社会課題を解決し、資源循環型社会や、より安全・安心ですこやかな暮らしを実現します。

花王の事例報告書2報が国際機関 OECD IATA Case Studies Project に採択されました。新たな動物実験代替法に関連するガイダンスの発行に貢献することが期待されます。

実績に対する考察

2019年以降、研究開発活動を通じて特徴ある技術と事業・商品を提案しました。しかし、生活者の暮らしが変わり、社会が豊かになることでイノベーションが実現できたといえます。今後は提案のインパクトを計測する方法を開発・導入し、提案の検証と研究開発へのフィードバックを進めながら、レベルの高いイノベーションの実現をめざします。



具体的な取り組み

本質研究から生まれた近年の主な開発製品・技術

物質の本質研究：環境調和型の高機能材料

脱炭素化に向けた対策として、石油原料から植物などの再生可能原料への転換がありますが、食糧と競合することなく生物多様性への影響が少ないこと、生産時にも環境に負荷をかけないことが大切で、最小限の使用で最大の効果を発揮させることが理想です。

この考え方のもとに、花王では木質系バイオマスのセルロースを用いた『C-HPC(カチオン化ヒドロキシプロピルセルロース)』や『ルナフレックス(改質セルロースナノファイバー配合高機能樹脂)』を開発しています。

C-HPC

マテリアルサイエンス研究所が15年をかけて開発・実用化したセルロース誘導体C-HPCは、シャンプーなどのヘアケア製品において、泡量を増やす、シリコンなどの油分を均一に行き渡らせて髪をまとまりやすくする、皮脂を吸着して髪をべたつきにくくするなどの目的で使われるポリマーです。最近の研究では、ほこりや花粉などの微粒子汚れの付着を抑えられることも見出しています。

C-HPCは植物由来の原料で、使用する際にCO₂をほ

とんど増加させない点から環境調和型素材と定義しています。また、非可食なため食糧と競合しないといったメリットもあります。さらに、低環境負荷の製造法により、従来に比べて製造時の使用エネルギー量を93%、CO₂排出量を75%削減できました(花王試算)。

環境・社会への配慮と高機能の両立が評価され、近畿化学協会2019年度「環境技術賞」とセルロース学会2019年度「技術賞」をダブルで受賞しています。



C-HPCを配合している商品の例

(左から、メリットシャンプー、エッセンシャルシャンプー、ビオレロポディウォッシュ)

※商品の感触や性能は、一つの成分だけではなく、さまざまな原料の組み合わせによって変わります。C-HPCの配合目的は、商品によって異なります。

従業員の声

長年の研究が実を結び 環境調和型素材C-HPCを開発・実用化

伊森 洋一郎

花王株式会社

マテリアルサイエンス研究所6室



本研究は、15年にわたるのべ30人以上の研究員の情熱や努力、不屈の精神により実を結ぶことができました。

自然と調和する物質科学研究を通じて、徹底的にエコデザインされたものづくりを実践し続けることで、環境調和型のセルロースを用いた高機能・高性能なセルロース誘導体(C-HPC)の基剤設計と、環境負荷の少ない製造法の開発に成功しました。

これからも「人・社会・地球への思いやりに満ちたものづくり」にこだわり、未来の豊かな社会の実現により一層貢献していきます。

暮らしを変えるイノベーション



ルナフレックス

ルナフレックスは、さまざまな機能を有するセルロースナノファイバー(CNF)を配合し、ユーザーの目的や用途にあわせて透明度や強度などを向上させた複合高機能樹脂です。

CNFはサステナブルな高機能素材として世界中で注目されていますが、表面が親水性(水になじみやすい性質)のため、油性の樹脂にはなじみが悪く、均一分散には種々のノウハウが必要でした。花王は、量子化学計算に基づいた新しいCNF表面設計技術を用いることでこれらの問題を解決し、高機能複合樹脂を得ることに成功しました。ルナフレックスを用いて樹脂の物性を向上させることにより、樹脂使用量の削減と小型化・軽量化が実現し、高耐久、省エネルギー、資源の効率的利用などにも大きく寄与できるものと期待されています。

今後も、ユニークな天然系材料の開発を通して、生活者から産業界まで幅広く課題解決に貢献していきます。

ヒトの本質研究:皮脂RNAモニタリング

花王は、2019年にヒトの皮脂から約一万種におよぶRNA発現情報を取得し、網羅的に解析する独自技術「皮脂RNAモニタリング」を発表しています。DNAは生まれながらに持つ性質を捉えるのに有用ですが、RNAは環境要因などで日々変化する状態を捉えることができるという特徴があります。

これまでに、皮膚を傷つけることなく簡便に採取した皮脂RNAが、成人および乳幼児のアトピー性皮膚炎で変化するRNA発現情報と同じ傾向を示すこと、月経周期や加齢に伴う体内の変化を反映していることを見出してきました。また、AIを用いることで、機器計測や専門家の目視評価などによって得ていたような肌や体の状態を、皮脂RNAから多面的に予測可能であることも確認しています。皮脂RNAの解析により絶えず変化する肌状態を精緻に可視化することで、一人ひとりに合わせた美容アドバイスやスキンケアの開発をめざします。

ヒトの本質研究:人々の命を守る新領域への挑戦

花王がこれまで培ってきた技術資産を最大活用することで、人々の命を守る新領域に挑戦しています。その一つとして、新型コロナウイルス感染症の治療薬や診断薬の開発が期待されるVHH抗体^{*1}の取得に成功しました。この抗体の最大の特徴は、新型コロナウイルスの中和能を持つことで、ヒト細胞の受容体への結合を阻害し、感染を抑制する可能性があることです。

これは、株式会社Epsilon Molecular Engineering (EME)、北里大学との共同研究による成果です。EMEが持つcDNAディスプレイ技術によるスクリーニングで候補のVHH抗体を発見し、花王の持つバイオ生産技術で抗体生産を行ない、北里大学での評価により感染抑制能が確認されました。この抗体の生産に、花王の長年の枯草菌^{*2}による洗剤用酵素生産技術の知見が活かされています。

また、この菌体によるタンパク質生産技術を応用することで、土壌伝播寄生虫症(STH)に対して殺虫効果を示すタンパク質Cry5Bの高生産も可能となりました。この病気は世界保健機関(WHO)により指定される「顧みられない熱帯病」の一つで、世界で約15億人がこの病気にかかるといわれています。このSTH新薬開発に向けたPATH、マサチューセッツ大学医学部、花王の共同プロジェクトは2019年、日本政府、世界的な財団、民間企業が資金を拠出している公益社団法人グローバルヘルス技術振興基金(GHIT Fund)にも採択されています。

^{*1} VHH (Variable domain of Heavy chain of Heavy chain) 抗体
ラクダ科動物由来の抗体。一般的な抗体と比較して10分の1の大きさで、高い安定性や微生物による低コスト生産が可能なことから近年注目を集めており、次世代抗体ともいわれている。

^{*2} 枯草菌 (Bacillus subtilis)
納豆菌の近縁種。古くより有用な酵素を多く分泌することが知られており、盛んに研究や産業利用が行なわれてきた。

責任ある原材料調達 102-12,102-15,103-1,103-2



資源保護、環境保全や安全、人権などに配慮した原材料を調達するとともに、トレーサビリティの確保に努め、サプライヤーとの対話を通じ、よりサステナブルな原料調達をめざします。

ESG キーワード

CSR 調達 (ESG 調達)

持続可能なパーム油・パーム核油の調達

ミルリストの公開

小規模パーム農園の支援

持続可能な紙・パルプの調達

Sedexの活用

サプライヤー満足度調査

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

製品の原材料調達において、乱開発による原産地の環境破壊、生物多様性の損失が大きな課題になっています。

また、原材料やサービス等を提供するサプライチェーンにおける労働者の人権の保護、安全・衛生管理、原産地の地域住民の強制移住、健康被害なども喫緊の課題になっています。

花王が提供する価値

花王の事業は自然資本に大きく依存しており、ESG経営を進める上では、省資源、地球温暖化、生物多様性保全などの環境側面や、人権などの社会的側面に十分配慮した「ESG調達」を行なうことが求められます。同時に、生活者、顧客の皆さまに製品を安定的に提供していくための「安定調達」も“よきモノづくり”を推進する上で、必要不可欠な要素となります。花王の購買部門は、これら2つを基軸とした責任ある調達を推進します。

これらの活動により、ESGに配慮した原材料を安定

して調達することが可能となり、生活者および顧客の皆さまが安心して花王の製品をお使いいただくことができます。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

調達におけるリスクには、原材料の安定調達に関わるリスクや、ESG調達推進により社会的責任を果たしているかを問われるリスクがあります。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

上記リスクを踏まえ、サステナブルな社会に貢献するのが「ESG調達」です。社会面では花王人権方針に基づく人権デュー・ディリジェンスの実施、「調達先ガイドライン」に基づくサプライヤーのリスクアセスメント、環境面では「原材料調達ガイドライン」に基づいたパーム油、紙・パルプの調達を推進しています。また、Kirei Lifestyle Planでは、2030年までの中長期目標を定め責任ある調達を推進しています。

これらにより、社会面・環境面に配慮したサプライヤー

から安定調達が図れ、ひいては提供する製品ブランドに対して生活者の共感を喚起し、企業の成長と企業価値向上につながると考えています。

貢献するSDGs





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。

「調達基本方針」では、購買取引の公正・公平、遵法・倫理、社会的責任の項目を定めています。社会的責任では持続可能な社会の実現への貢献をめざし、資源保護・環境保全や安全、人権などへの配慮を定め、遵法・倫理と合わせ「ESG調達」に対応しています。

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・労働等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。

花王の事業は自然資本に依存しており、天然資源に依存するサプライチェーンは自然資本に損害を与えるリスクがあると認識しています。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めざしています。また、NDPE*を支持し、サプライヤーならびにサプライヤーのグループ企業に対してNDPEの遵守を要求しています。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。

※ NDPE

No Deforestation, No Peat and No Exploitation, 森林破壊ゼロ、泥炭地ゼロ、搾取ゼロ



→調達基本方針

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-policy.pdf

→詳細は「調達先ガイドライン」

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-supplier-guidelines.pdf

→詳細は「原材料調達ガイドライン」

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-raw-materials-guidelines.pdf

教育と浸透

責任ある調達を実行するためには、購買部門の社員一人ひとりが必要な知識を習得し、「調達基本方針」や各種ガイドラインを理解して行動に移していくことが

必要です。このため、さまざまな研修や啓発活動を行っています。たとえば、新卒・キャリア入社社員の導入研修、若手部員研修等で、ESG調達、安定調達、戦略的調達の理解を深めています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

花王は、国内外のサプライヤーとベンダーサミット、品質向上会議等を通じて意見交換を行っています。サプライヤーのモニタリングにSedexを活用し、Sedexへの加盟、回答等を求めることでサプライチェーン全体でのリスクアセスメントを図っています。また、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。

また、NGOとの対話も継続して実施しており、さまざまな視点に立った指摘に対して真摯に対応しています。

持続可能な調達やトレーサビリティの確立などをめざすSUSTAIN、JaSPONなどの団体にも参画し、他社・他団体とも活発に意見を交わしています。



体制

購買部門は2020年1月に組織体制を変更しました。ESG調達、安定調達および競争力向上に向けた戦略調達の3つの方針を戦略的にコーディネートして競争優位性を実現することにより、全ステークホルダーに対して「責任ある調達」を推進します。購買部門の戦略および活動は経営会議への報告を通して、取締役会へ報告しています。また、年1回グローバル購買会議を開催し、花王グループの調達戦略、ESG戦略、サプライチェーン管理方法等について情報を共有しています。ただし、2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大防止および部門体制変更のため開催を見送りました。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

中長期目標

1. 持続可能な原材料の調達

花王は、資源制約や地球温暖化などの環境問題、生物多様性の劣化、人権課題など、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みます。

パーム油・パーム核油の調達においては、生物多様性の保全に配慮し、森林破壊ゼロをめざします。また、2025年までに消費者向けおよび産業用途向けに使用するパーム油を100%RSPO認証油とすることをめざし、さらに、2025年までに小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認完了をめざします。紙とパルプの調達においても、生物多様性の保全に配慮し、森林破壊ゼロをめざし、2025年までに家庭用製品に使用する紙製品およびパルプを100%認証品とすることをめざします。

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」を定めました。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・ディリジェンスを実施しています。

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、サプライヤーにも加盟を要請しています。2025年までにサプライヤーのデュー・ディリジェンスの実施率を

100%とすることをめざします。

中長期目標を達成することにより期待できること 事業インパクト

関連する環境面および社会面のさまざまなリスクを低減し、コストを抑制することに寄与します。また、ブランドイメージおよび社会的信用の向上につながります。

社会的インパクト

サステナブルな生活に欠かせない、暮らしを支える製品を、必要な時に利用できる生活を提供することができます。



2020年の実績

実績

1. 持続可能な原材料の調達

- ・パーム油・パーム核油の調達
 サプライヤー情報によるパーム搾油工場までのトレーサビリティの確認:完了
 ミルリスト公表(ミル名、所在地):完了
 認証油の調達:消費者向けに使用されるパーム油全量に相当する量のRSPO認証油を調達



→2020年度ミルリスト
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/procurement/procurement-progress/progress-2020/

・紙・パルプの調達^{※1}

トレーサビリティの確認100%
 うち、紙・パルプの認証品比率^{※2}94% (2020年12月時点)

※1 花王製品に使用する紙・パルプ(一部製品を除く)を対象とします。
 ※2 紙・パルプの認証品比率は調達品目ごとの認証品重量の比率を集計しています。



→詳細はP83「具体的な取り組み:持続可能なパーム油・パーム核油の調達の取り組み」
 →詳細はP85「具体的な取り組み:持続可能な紙・パルプの調達の取り組み」

2. 人権への取り組み

- ・ Sedexによるアセスメントを2017年から実施しています。2018年よりアセスメントの対象をグローバルに拡大しています。
- ・ Sedexによるサプライヤーのリスクアセスメントでの総合評価(2020年12月時点):S評価17%、A評価37%



→詳細はP85「具体的な取り組み:サプライヤーのモニタリングにSedexを活用」

2020年、花王、アピカルグループ、アジアナグリは、パーム油の産地であるインドネシアにおける森林破壊、パーム農園で働く労働者の労働環境、児童労働などの社会問題解決に向けた小規模農園支援プログラム「SMILE」の開始を公表しました。



→詳細はP84「具体的な取り組み:小規模パーム農園の支援」

実績に対する考察

パーム油の原産地(パーム農園)までのトレーサビリティの確認については、パーム搾油工場およびサプライヤーが所有する自社農園までの追跡を完了しました。引き続き、中小規模の農園までの確認をサプライヤー、農園、NGO、専門家および第三者機関などさまざまなステークホルダーと連携して進めていきます。また、リスクアセスメントにより要観察と判定されたパーム搾油工場については順次確認を進めていきます。RSPO認証油の購入については、消費者向けに使用されるパーム油全量に相当する量を調達しました。今後、産業用途にも拡大を推進します。

紙・パルプの原産地までのトレーサビリティは2019年に引き続きほぼ100%となり、認証品比率は94%となりました。2025年100%達成に向けて、引き続き小規模のサプライヤーに対して認証品の導入、サステナビリティの確認を働きかけます。

人権への取り組みについては、グローバルの直接材全サプライヤーに対してSedexへの加盟、質問への回答、データへのアクセス権の設定の要請を進めています。2020年末時点でグローバルの取引の83%(金額ベース)がSedex加盟会社(代替プログラム、花王SAQ含む)との取引となりました。今後さらにSedexへの加盟を求めるとともに、アセスメント結果が低いサプライヤー(B評価、C評価、回答率80%未満)には改善を求めています。



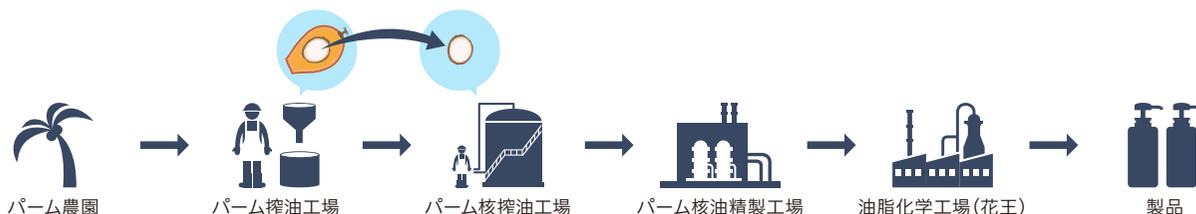
具体的な取り組み

持続可能なパーム油・パーム核油の調達の取り組み

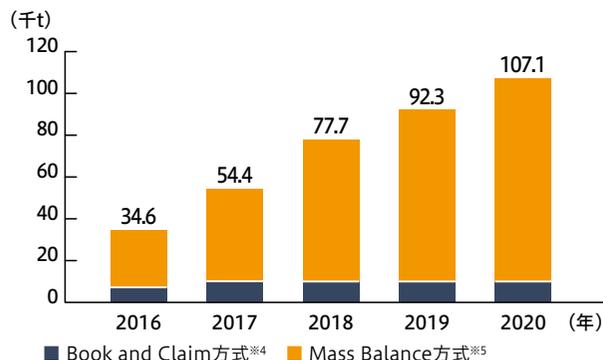
花王は、原材料調達ガイドラインにてNDPE^{※1}を遵守しています。また、サプライヤーならびにサプライヤーのグループ企業に対してNDPEの遵守を強く要求するとともに、人権擁護者への暴力、不当告発、脅迫を容認しません。また、NDPE方針とHCSA^{※2}の考え方を遵守するサプライヤーからの購入を推進します。さらに、サプライヤーに対して第三者監査(SMETA監査)を実施し、遵守状況の確認を進めていきます。

上記方針の下、原産地までのトレーサビリティの確認やRSPOのメンバーとしての活動を通じて持続可能なパーム油・パーム核油の調達に努めています。

パーム油・パーム核油の調達



認証油購入実績^{※3} (花王グループ)



- ※1 NDPE No Deforestation, No Peat and No Exploitation, 森林破壊ゼロ、泥炭地ゼロ、搾取ゼロ
- ※2 HCSA High Carbon Stock Approach, 高炭素貯留アプローチ
- ※3 パーム油・パーム核油およびその誘導体の合計
- ※4 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。
- ※5 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。

「持続可能なパーム油」の調達ガイドラインにおける目標と2020年実績

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、森林破壊ゼロをめざし、4つの目標を掲げて取り組んでいます。

目標	2020年実績
①2015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。	パーム搾油工場までのトレーサビリティの確認を完了
②2020年までに、農園(プランテーション)、サプライヤー(ミル、リファインナリー)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。	パーム搾油工場の特定と周辺の森林破壊モニタリングを完了 リスクの高いパーム搾油工場の調査を継続 ウェブサイトでミルリストを公開
③2020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。	2020年の消費者向けに使用されるパーム油全量に相当する量のRSPO認証油を調達。今後、産業用途にも拡大を推進 油脂サプライヤーが管理する自社農園までの追跡完了、中小農園までの確認を継続
④2020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。	RSPO SCCS 認証取得: 国内外のグループ工場およびオフィスについて、2018年に取得完了

※1 HCV(High Conservation Value)
 ※2 HCS(High Carbon Stock)



小規模パーム農園の支援

花王、油脂製品製造・販売会社のアピカルグループ、農園(プランテーション)会社のアジアナグリ(AGRI)の3社は、パーム油の持続可能なサプライチェーンの構築をめざし、インドネシアの小規模パーム農園の生産性向上、持続可能なパーム油に対する認証の取得を支援するプログラム「SMILE」(Smallholder Inclusion for better Livelihood & Empowerment program)の開始を公表しました。

パーム油の産地であるインドネシアでは、新規農園開発における森林ならびに野生生物の生息地の破壊、先住民の人権侵害、パーム農園で働く労働者の労働環境、児童労働などが大きな社会問題になっています。

特に、インドネシアでパーム果実の生産量の約40%を占める小規模パーム農園では、生産技術に関する情報の不足による低い生産性に加え、貧困や劣悪な生活環境など、さまざまな課題を抱えており、その取り組みはまだ道筋が見えていない状態です。

3社は、こうした小規模パーム農園が抱える課題の解決に向けて、協働で支援を実施。生産者と対話をしながら、生産性向上に向けて農園の管理方法や技術を指導していきます。そして、収穫量の増大による新規農園開発の抑制、持続可能なパーム油に対する認証の取得支援、生産者の生活の改善・向上をめざします。

支援の概要

●支援内容

支援対象となる小規模パーム農園に対し、経験豊富な農園管理・技術指導グループを編成。農園を訪問し、以下3点を実施します。

1. 持続可能性に配慮した生産管理方法と生産性向上に向けた教育
2. RSPO認証取得に向けた支援
3. 安全な作業方法に関する教育と、ヘルメット・手袋などの安全対策器具の支給や消火器の設置等

●実施期間

2020年～2030年の11年間

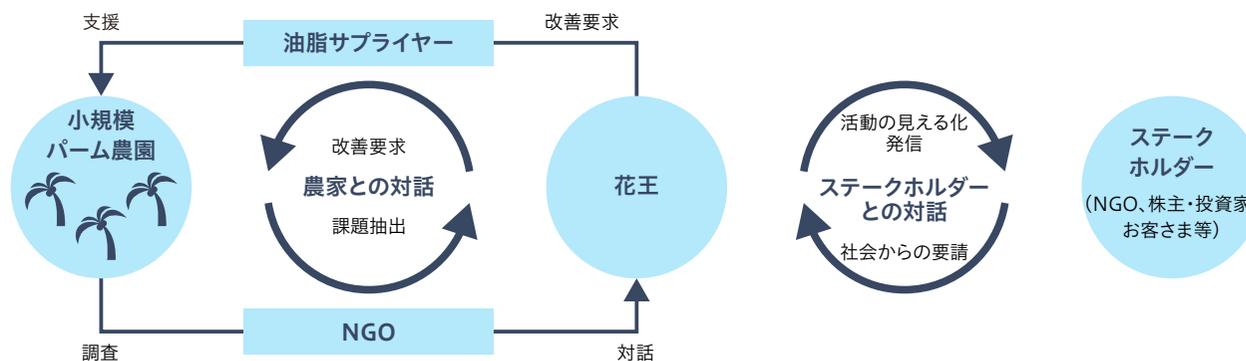
●実施場所

インドネシア北スマトラ州・リアウ州・ジャンビ州

●目標値

対象小規模パーム農園数:約5,000件(農地面積:約18,000ヘクタール)

小規模パーム農園支援活動の全体像



パートナーと協働による現場での直接対話とサプライチェーンの改善活動を行ない、その活動の見える化・公表することで、持続可能なパーム油調達のグローバルプラットフォームをめざす

農業資材「アジュバントシリーズ」の提供

さらに、花王独自の支援としては、花王の長年の界面科学研究から生まれた農業資材「アジュバントシリーズ」(機能性展着剤)の提供が挙げられます。農薬を効率的に散布できるアジュバントを活用することにより、農薬使用量の削減とコスト減を実現して農家収入の安定化と環境負荷低減をめざします。

→詳細は「花王、アピカルグループ、アジアナグリがインドネシアの小規模パーム農園の支援プログラム「SMILE」を開始」
www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201014-001/



持続可能な紙・パルプの調達の取り組み

紙・パルプの調達において、生物多様性の保全への配慮と、森林破壊ゼロをめざしています。

目標	2020年実績	2020年目標に対する達成度(%)
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。	追跡可能な紙・パルプ: 100% (うち、認証品94%) コピー用紙 (グリーン購入品; 日本): 99%	100% 99%

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。

FSC 認証紙の導入については、2013年より自社製品の包装容器への導入を開始し、2016年には日本で初めてFSC 認証を受けた段ボールを導入しました。

2020年の紙・パルプ認証品比率^{*}は94% (FSC 認証、PEFC 認証等)となりました。日本で使用するコピー用紙は99%が持続可能に配慮した紙(グリーン購入品)に切り替わりました。

^{*} 花王製品に使用する紙・パルプ(一部製品を除く)を対象とします。紙・パルプの認証品比率は調達品ごとの認証品重量の比率を集計しています。

サプライヤーのモニタリングに Sedex を活用

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」の遵守状況の確認、リスクアセスメントに Sedex を活用しています。2014年加盟後、2016年より本格的に活用を開始し、グローバルの直接材全サプライヤーに対して Sedex への加盟、質問への回答、データへのアクセス権の設定の要請を進めています。

2020年末時点でグローバルの取引の83%(金額ベース)が Sedex 加盟会社(代替プログラム^{*}、花王 SAQ 含む)との取引となりました。今後さらに高めていきます。

また、Sedex においてアクセス権が設定されたサプライヤーに対して、Sedex アセスメントツールによるリスクアセスメントを実施しました。このアセスメント結果をサプライヤーにフィードバックし、総合評価が“A”以上となるように、改善を要する項目について見直しを求めています。

Sedex への加盟が困難なサプライヤーに対しては、Sedex を補完する評価ツールとして、独自の調査票(花王 SAQ)も活用しています。法令遵守・人権・取引慣行等の社会的責任の項目と汚染防止(大気、水等)を含めた環境方針・環境目標・各種管理等の環境保全の項目を全面改定し、2018年より海外関係会社の直接材サプライヤーの一部、国内機器サプライヤー、間接材サプライヤー(景品の製造・販売会社)について運用を開始し、2019年より国内直接材サプライヤーにも拡大しています。

新規サプライヤーの採用にあたっては、同様のアセスメントを実施しています。

^{*} EcoVadis 等 Sedex に代わる調査プログラム

2020年の Sedex によるサプライヤーのリスクアセスメント結果^{**1}

総合評価	SAQ 回答率 ^{**2}	Sedex リスク評価 ^{**3}	割合
S	80%以上	3.0以上	17%
A	80%以上	2.0以上3.0未満	37%
B	80%以上	2.0未満	27%
C	80%未満	—	19%

^{**1} 評価対象は Sedex の新 SAQ (自己評価アンケート) に回答した 656 サイト

^{**2} Sedex の新 SAQ に対する回答率

^{**3} Sedex アセスメントツールによるマネジメントコントロールスコアの値(0~5、値が大きいほどマネジメントが良好)

IT 活用による原材料受発注業務の効率化

原材料の受発注について業務フローの見直しおよび IT 化を進め、販売計画に基づく原材料の需要予測を自動計算し、サプライヤーとその情報を共有する体制を整えました。

需要予測をサプライヤーと1年先の原材料所要量まで共有することができ、原材料の欠品防止や余剰生産による滞留品の廃棄削減を期待しています。これにより、余剰生産および滞留品廃棄にともなう原料(資源)、エネルギー(CO₂排出)、廃棄物の削減および労働力の抑制が見込まれます。

2021年は化粧品において運用を開始し、順次、花王全製品の原材料に展開していく予定です。



また、サプライヤーと原材料リスク、生産工場場所情報、ESG情報を共有するシステムの構築も進めており、一部運用を開始しました。このシステムによって常にサプライヤーと最新のリスク情報を共有し、調達リスクの早期発見や事前対応に活用する予定です。

花王ベンダーサミット

花王では、国内外で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。

残念ながら2020年は新型コロナウイルス感染症の影響により開催を見送りました。

ベンダーサミット出席会社数(単位：社)

	日本開催	日本以外開催	合計
2016年	246	279	525
2017年	245	258	503
2018年	243	230	473
2019年	239	267	506
2020年	中止	中止	—

CDP サプライチェーンプログラム※1

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」「水」および「森林」についてCDPサプライチェーン

プログラムに参加し、主要なサプライヤーに情報開示を依頼しています。2020年の回答率は気候変動が73%、水が74%、森林が78%でした。

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・森林に関わる情報開示を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

CDP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

花王は、自身が公正・公平な調達活動を行なっているかを確認するため、「お取引先満足度調査」を概ね3年ごとに実施しています。

2020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210社のお取引先より貴重なご意見をいただきました。

価格交渉および発注先選定の公正性、接客態度、企業倫理面については高い評価をいただきました。一方、発注後の変更、不採用の内容開示、互いの情報のやりとりに課題があることが分かりました。発注後の変更については、関連部門と情報を共有し改善していきます。また、不採用の内容開示および情報交換については、お取引先に納得いただけるよう十分な説明を徹底していきます。

満足度調査回答会社数(単位：社)

	原料供給会社	包材包装資材供給会社	機器・間接材供給会社	合計
2007年	48	37	44	129
2010年	55	68	44	167
2013年	71	59	45	175
2016年	78	69	52	199
2020年*	105	69	36	210

※ 2019年は当初計画では実施年にあたりましたが、購買部門の体制変更を進めたことから2020年の実施となりました

教育と浸透の例

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、国連グローバル・コンパクトやISO26000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の認識を持つようにしています。2020年は、新たに購買部門に配属された従業員8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、資格試験の受験を推進しています。2020年は環境社会検定試験®(eco検定®)の受験を推進し、2020年の部門在籍者の累計合格者は78%となりました。

※ eco検定®:環境と経済を両立させた「持続可能な社会」の促進をめざす検定試験

 サプライチェーンにおける人権について詳しくは
 → P164「正道を歩む>人権の尊重」

2020年の活動報告

よりすこやかな 地球のために

脱炭素	88
ごみゼロ	105
水保全	122
大気および水質汚染防止	131
製品ライフサイクルと環境負荷	140
環境会計	142





2040年カーボンゼロ、2050年カーボンネガティブの実現に向け、事業活動における排出量削減に加え、社会の排出量削減や、大気中の炭素の固定化を通じさらなる温暖化防止をめざします。さらに、変わりつつある気候に対応した製品・サービスの提供を行ない、脱炭素社会へ貢献します。

ESG キーワード

パリ協定の実現

シナリオ分析

緩和と適応

TCFDへの賛同

“いっしょにeCO”

SBT (Science Based Target)

CDPによる評価

再生可能エネルギーの使用(太陽光発電等)

製品のライフサイクル全体におけるCO₂削減

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

いま、社会がめざしている姿は、2050年までに温室効果ガスの排出実質ゼロを実現し、地球の温度上昇を産業革命以前に比べ1.5℃未満に抑えることです。しかしながら、世界気象機構によると、2018年の世界の平均気温は産業革命前比ですでに約1.0℃上昇しており、2018年にIPCC^{※1}が公表した1.5℃特別報告書では、現在の状況が継続すると、早ければ2030年に1.5℃に達する可能性があることが報告されています。

近年ではEUをはじめ世界各地でカーボンニュートラル宣言が行なわれ、2020年10月に日本も2050年カーボンニュートラルを表明しました。また、多くの自治体で気候変動への危機について非常事態宣言を行なう「気候緊急事態宣言」が発出されており、多数の企業においてもネットゼロの宣言が公表されています。また、次世代を担う若者世代を中心に「Friday For Future」に代表されるような気候変動への取り組みを要求する行動が行なわれています。

地球温暖化に伴い、局所的な豪雨や台風被害の拡大、山火事の多発、シベリア永久凍土の溶解など異常気象が発現し始めています。また日中最高気温が上昇し40℃を超える日が続き、熱中症患者数が増加し、犠牲となる人が報告されています。さらに、森林破壊や気温上昇により、新たな感染性のリスクが高まるとも言われています。今後その脅威はますます高まることが予測されています。

気温上昇を緩和するだけでなく、上昇した気温、変化した気象に対応するための社会インフラの強靱化、生活者の暮らしの変化に対応する製品・サービスの提供といった幅広い適応策が求められています。

花王にとってパーム油や紙・パルプという森林コモディティは非常に重要な原材料です。現代社会では、これらの供給を増加させるために自然林を破壊し、新たな農園をつくる動きが加速しており、森林破壊や土地利用変化による温室効果ガス排出割合は、全世界で排出量全体の6.5%と大きな割合を占めています。^{※2} また、生物多様性の劣化や現地労働者の人権の問題など、持続可能な開発におけるリスクがあることも認識しています。

※1 IPCC

気候変動に関する政府間パネル。Intergovernmental Panel on Climate Change
人の社会活動による気候変化、影響、適応および緩和方策に関し、科学的、技術的、社会経済学的な見地から包括的な評価を行なうことを目的として、1988年に国連環境計画と世界気象機関により設立された組織

※2 World Resources Institute, World Greenhouses gas Emissions 2016

花王が提供する価値

花王は、地球温暖化という社会全体の問題に対し、積極的な目標を掲げ、先端技術や新規技術を自らそして社会に積極的に実装していくことで、地球温暖化問題のソリューションを示していきたいと考えています。

事業活動に伴う温室効果ガス排出量を削減するために、自社事業場では、エネルギー効率の向上と使用するエネルギーのグリーン化、製品においては原材料調達と使用、廃棄・リサイクルの各工程で、ステークホルダーといっしょに排出量削減の活動を継続的に実施しています。また、製品使用時における温室効果ガス排出量削減に貢献する製品・サービスを積極的に提供しています。

花王は、移行リスクや物理的リスクへ対応する環境



配慮型製品や、気候変動により変化する生活者のライフスタイルに対応した製品を提供することで、豊かな生活文化の実現とサステナブルな社会への貢献に取り組んでいます。

貢献するSDGs



「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会

花王は2℃シナリオ※1と4℃シナリオ※2を対象に、「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会の定性・定量評価を実施し、花王の事業に大きく影響する項目を特定しています。

結果、炭素税の導入・強化、原油価格上昇による石油関連原材料のコスト増、短期雨量増加による洪水被害の確率の増加などが重要なリスクとなることを確認しました。一方、気温上昇に伴う制汗剤などの夏用製品の需要増、エシカル消費に代表される消費行動の変化などの機会を特定しました。

※1 2℃シナリオ

IEA 2DS Scenario、IPCC RCP2.6など。産業革命前からの世界の平均気温上昇を2℃未満にするために必要な経済施策、またその温度上昇時に想定される環境被害などを示す。

※2 4℃シナリオ

IEA Current Policy Scenario、IPCC RCP8.5など。産業革命前からの世界の平均気温上昇を4℃未満にするために必要な経済施策、またその温度上昇時に想定される環境被害などを示す。

方針

気候変動は、現在並びに将来世代が豊かな生活文化 Kirei Lifestyle を実現することに対する大きなリスクとなっています。「花王ウェイ」において「豊かな生活文化の実現」と「社会のサステナビリティへの貢献」を使命として掲げる花王では、各方針のもと地球温暖化の緩和と適応の両面から積極的に活動を推進しています。

環境・安全の基本理念と基本方針においては、「製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行ない、環境負荷が小さい製品の提供に努める」と掲げています。

花王レスポンシブル・ケア方針では、「事業活動において、省資源、省エネルギーを推進するとともに、環境影響を継続的に改善」と宣言しています。

さらに環境宣言において、「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品に関わるライフサイクルの中で生活者をはじめさまざまなステークホルダーの方といっしょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」と決意を表しています。

また、パーム油や紙・パルプを対象に、「原材料調達ガイドライン」を設定し、2020年までに原産地の森林破壊ゼロをめざしています。

これらの方針に基づき、新たに大気中に排出される

CO₂を極小化するための「リデュース」の取り組みとして、自社拠点からの排出量削減はもちろんのこと、製品ライフサイクル全体におけるCO₂排出量を減らします。さらに、他社のCO₂排出量削減に貢献する製品・サービスを提供します。また、大気中のCO₂を減らすための「リサイクル」の取り組みとして、大気中のCO₂を原料とする技術開発を実施したり、植林等を通じ固定化することを進めていきます。これらの活動によりカーボンゼロ・カーボンネガティブをめざします。さらに、気温上昇などの変わりつつある気候に対応するための製品・サービスの提供を加速していきます。



→ P79「思いやりのある選択を社会のために > 責任ある原材料調達」



→ 環境・安全の基本理念と基本方針

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

→ 花王レスポンシブル・ケア方針

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

→ 花王 環境宣言

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

→ 原材料調達ガイドライン

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-raw-materials-guidelines.pdf

教育と浸透

花王社員は、製品を開発・提供する立場のみならず、会社を離れると一生活者であり、製品を選択する側となります。したがって、花王社員がさまざまな機会を通じて地球温暖化に関わる知識を得、自主的・積極的に脱炭素に対する活動に取り組むことが重要であると認識しています。

2020年よりKirei Lifestyle Planのテーマごとに社内向け教育用動画の作成、配信を開始しました。2020年は脱炭素とLCAをテーマとして配信し、今後は他のKirei Lifestyle Planの目標についても展開していくことで、社員へのKirei Lifestyle Plan活動の浸透を継続的に進めていく予定です。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

「環境宣言」のスローガン“いっしょにeco”のもと、さまざまなステークホルダーとともに脱炭素に向けた活動を推進し、脱炭素に関する教育や花王の取り組みの周知を行なっています。

お客さまと“いっしょにeco”

製品ライフサイクルにおけるCO₂排出量の40%程度が使用段階であることから、生活者への啓発は非常に大切であると考えています。たとえば、すすぎ1回の衣料用洗剤をご購入いただいても、お客さまがすすぎ2回で洗濯をされるとCO₂排出量の削減効果は発現しません。生活者に花王製品の環境価値を正しく伝え、正しく行動していただくことが非常に大切です。花王はさまざまなイベントを通じ、CO₂削減の重要性や花王の活動、花王の製品の環境価値を伝えています。



→ P62「思いやりのある選択を社会のために> サステナブルなライフスタイルの推進:ステークホルダーとの協働／エンゲージメント」

ビジネスパートナーと“いっしょにeco”

お客さまがKirei Lifestyleを実行されるための一助となるよう、花王は心をこめた“よきモノづくり”を続け、製品をお客さまにお届けしています。これは花王だけで実現するものではありません。原材料調達、生産、輸送、販売などの各段階において、協働していただいているビジネスパートナーの皆さまと花王とが同じ想いのもと、活動に取り組んでいくことが重要であると考え、さまざまな情報共有の場を設けています。製品ライフサイクルにおけるCO₂排出量の40%程度が原材料段階であることから、特に原材料供給サプライヤーとの協働は非常に重要であると認識しています。

TCFDに賛同し、気候変動に関する情報開示を積極的に実施し、投資家との対話を行っています。



社会と“いっしょにeco”

国連や政府、自治体、NPOなどが進める活動に積極的に参加し、花王の技術紹介や意見交換を実施しています。脱炭素社会に向け電力の低炭素化は非常に重要なアプローチであることから、花王の活動の情報発信を積極的に行なっています。





体制

取締役会の監督のもと、気候変動問題に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESG委員会でなっています。これら委員会の委員長はともに代表取締役 社長執行役員が務めています。

内部統制委員会のもと、政策・法規制や技術リスクなどを管理するレスポンシブル・ケア推進委員会と市場、評判、急性リスクなどを管理するリスク・危機管理委員会があり、これら委員会の委員長はともに経営サポート部門担当役員が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は経営サポート部門レスポンシブル・ケア推進部が、リスク・危機管理委員会事務局は同部門危機管理部が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会は年2回開催され、法規制遵守状況、CO₂排出量削減状況などについて報告・討議がなされ、翌年の目標設定も行なっています。レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は、毎月インパクトの大きい工場を中心に法遵守状況の確認やCO₂排出量、水使用量実績、排水中化学物質量の把握などを行ない、レスポンシブル・ケア推進委員会委員長、各委員、内部統制委員会委員、監査役等に報告しています。リスク・危機管理委員会は年4回開催され、自然災害やレピュテーションなどのリスクを管理しています。

内部統制委員会は、年1回以上開催され、レスポンシブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会などの下部委員会の活動状況の報告を受け、各委員会の活動

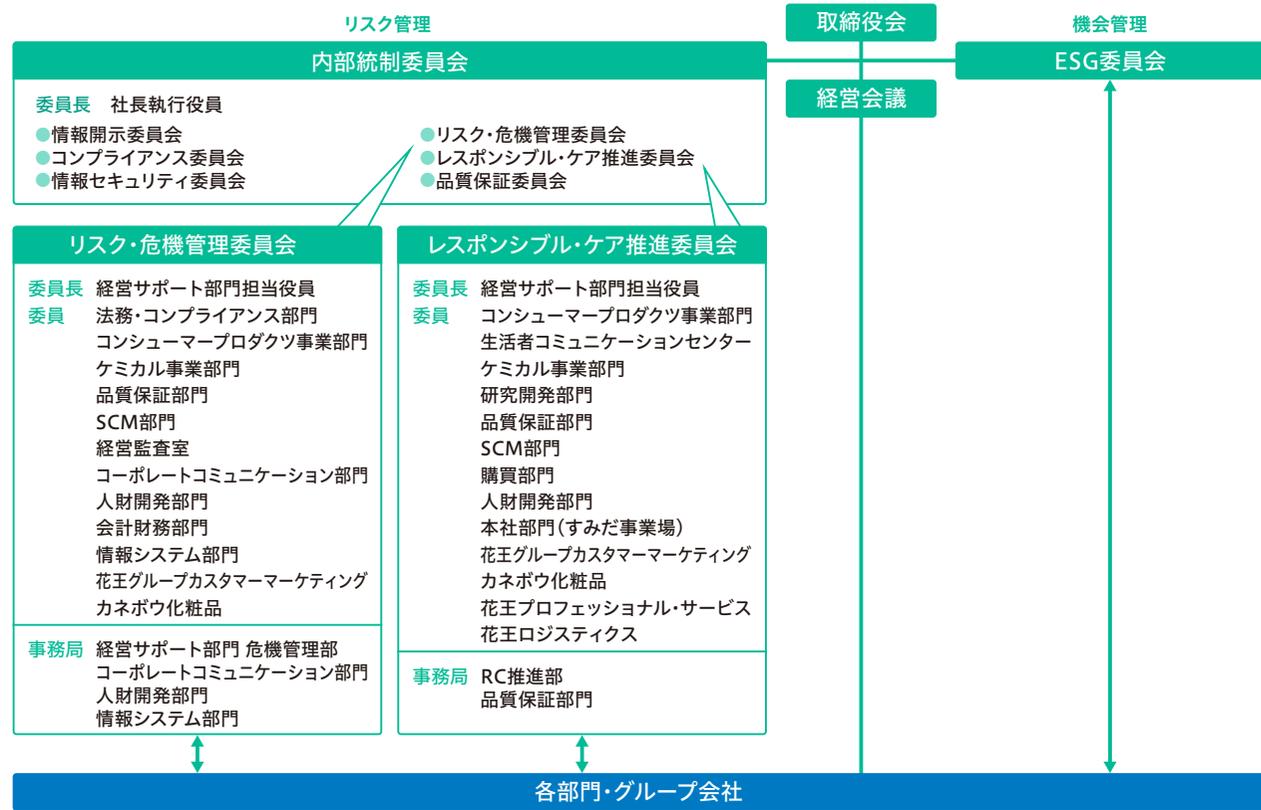
内容の監督を行なっています。

気候変動問題に関する機会管理は年4回開催するESG委員会で実施しています。同委員会の委員は事業、販売、R & D、SCMなどの責任者が務め、事業との一体運営を行なっています。同委員会とその下部組織のESG推進会議は、気候変動問題をはじめとする環境課題や、社会、ガバナンスの課題について討議しています。

同委員会はその活動状況を年1回以上取締役会に報告し、取締役会の監督を受けています。

→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

脱炭素の推進体制



※2020年12月現在



中長期目標と実績

花王は、2040年カーボンゼロ、2050年カーボンネガティブをめざし、活動を加速していきます。また社会全体の温室効果ガス排出量を削減するための貢献を最大化していきます。

2020年目標

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年目標は、毎年1%削減を目標に、2013年に設定しました。日本花王グループの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(いずれも売上高原単位)。

エネルギーと温室効果ガスに関する目標(2005年比)

項目	対象範囲	2020年目標
エネルギー使用量	花王グループ全拠点	35%削減
温室効果ガス排出量		35%削減
CO ₂ 排出量	日本花王グループ製品 ライフサイクル全体	35%削減

2025年中期目標

項目	対象範囲	2025年目標
購入電力	花王グループ全拠点	100%再生可能由来

2030年長期目標

花王グループの製品、サービスの提供により社会全体で温室効果ガス排出削減量10,000千トン-CO₂をめざします。

項目	対象範囲	2030年目標
温室効果ガス排出量 (絶対量)	花王グループ製品 ライフサイクル全体	22%削減(2017年比)*
	花王グループ全拠点	55%削減(2017年比)*
エネルギー使用量 (売上高原単位)	花王グループ全拠点	毎年1%削減 (対前年、2021年以降)
使用電力	花王グループ全拠点	100%再生可能由来



中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

花王グループ全拠点を対象とした目標(エネルギー使用量と温室効果ガス排出量)を達成することは、事業活動の運営費削減に寄与することから、利益向上につながります。また、製品ライフサイクル全体でのCO₂排出量の削減は、原材料削減や使用時CO₂排出量の少ない製品の売上増により達成できることから、運営費削減と売上拡大にもつながります。

再生可能電力の発電コストは年々低下し続けていることから、使用電力を100%再生可能電力とすることは将来の電力コストの低減が見込めます。

CO₂排出量(スコープ1+2)は、何も削減策を講じな

いと、2030年に2017年比1.67倍となると見込まれます。しかし花王は、CO₂排出量(スコープ1+2)を抑制するために2006年に社内炭素価格制度を導入し、ビジネスと連動した運用を13年にわたり継続しており、2030年にCO₂排出量を55%削減(対2017年)する目標を掲げ、活動を継続しています。2030年に89USD/t-CO₂*の炭素税が導入されるとすると、同目標を達成することで、炭素税負担は43億円となりますが、削減活動を行わない場合と比べて115億円の負担減が見込まれます。

* IEA World Energy Outlook 2018より花王が推定

社会的インパクト

上記目標を達成することで、温室効果ガス排出量が削減でき地球温暖化の緩和に寄与できます。また使用時CO₂排出量の少ない製品は使用するエネルギーや水などの消費が少なくて済むことから生活者の支出減に貢献でき、さらにはエネルギーや上下水道などの社会インフラの維持更新時の負担減にも効果があります。



2020年の実績

実績*

エネルギー使用量の推移 (全拠点)



※ 集計対象拠点:花王グループの全拠点、日本の営業車含む
 ※ 保証対象はエネルギー使用量

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)



※ 日本国内および海外で販売した製品の単位数量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数量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

温室効果ガス排出量の推移 (全拠点)



※ 集計対象拠点:花王グループの全拠点、日本の営業車含む
 ※ 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

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)



※ 日本国内で生産された製品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、2005年は日本基準、他は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

削減貢献量

花王の事業全体における、排出削減量は、4,022千トンでした。削減貢献量とは、花王の製品によって社会全体で削減されたCO₂排出量です。

クレジットの償却

花王が償却したCO₂クレジットの総量は27千トンでした。

実績に対する考察

全ライフサイクルCO₂排出量は前年より10千トン減少し、2017年に対し4%削減しました。原単位(売上高)は11%削減(2005年比)と前年より7ポイント悪化しました。日本の全ライフサイクルCO₂排出量は前年より16千トン削減し、原単位(売上高)削減率は18%削減(2005年比)と前年より2ポイント悪化し、結果として2020年目標の-35%を達成することができませんでした。新型コロナウイルス蔓延の影響による売上の減少と、一方でハンドソープや衣料用洗剤などのCO₂排出原単位の大きい洗浄剤の売上の増加に起因します。

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より悪い27%削減となり、目標の35%削減は達成できませんでした。温室効果ガス排出量は、2017年に比べ15%削減し、原単位は前年より悪化して36%削減となりましたが、2020年目標の35%削減は達成できました。再エネ電力比率は使用電力では28%、購入電力では38%(日本花王グループ:53%)でした。

花王は、使用段階のCO₂を削減する節水型製品等を家庭用製品の分野で幅広く展開していますが、産業界向け製品でも同様です。全体への寄与が大きい、使用段階のお湯の使用量や電力使用量の少ない製品のさらなる拡大や、原材料使用量の削減、再生可能原料への転換等を進めていきます。



スコープ1 CO₂排出量の推移 (千t-CO₂e)

	2018年	2019年	2020年
日本	263	259	242
アジア	291	291	278
米州	49	46	45
欧州	49	48	51
合計	652	644	616

スコープ2 CO₂排出量の推移 (千t-CO₂e)

	2018年	2019年	2020年
日本	157	98	68
アジア	207	214	208
米州	14	6	6
欧州	13	2	2
合計	390	320	283

※ 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。

電気・蒸気等購入量の推移 (TJ)

	2018年	2019年	2020年
電気	7,663	7,923	7,952
熱	0	0	0
蒸気	140	149	177
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)

	2018年	2019年	2020年
天然ガス	9,123	8,936	8,579
軽油	1,331	1,405	1,334
ガソリン	135	123	99
その他	145	142	132
廃植物油(熱回収)	553	493	347

スコープ3 CO₂排出量の推移 (千t-CO₂e)

	2018年	2019年	2020年
1. 購入した製品・サービス	4,430	4,295	4,206
2. 資本財の建設・建造	269	342	259
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	27	30	59
4. 輸送、配送(上流)	253	254	249
5. 事業から出る廃棄物	60	56	65
6. 出張	4	4	4
7. 雇用者の通勤	21	17	18
8. リース資産(上流)	0	0	0
9. 輸送、配送(下流)	106	107	111
10. 販売した製品の使用者による加工	119	111	116
11. 販売した製品の使用	4,570	4,510	4,653
12. 販売した製品の使用者による廃棄	1,452	1,432	1,438
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	7	6
合計	11,319	11,165	11,184

※ 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するカテゴリ1・3・4・5・11・12に重点を置いています。

CDP*による評価

花王の環境への取り組みはCDPから高く評価されています。2020年、花王は日本で初めて気候変動、水、森林のすべての分野でA評価を獲得した企業となりました。2020年にトリプルAを獲得した企業はグローバルで10社、日本では2社のみです。

※ CDP

機関投資家の運営による、ロンドンに本部を置く非政府組織。気候変動、水、森林に関する情報開示を企業に求める活動等を行っている。

CDPによる評価

分野	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
気候変動	A-	A-	A-	A	A
森林(パーム油/木材)	A-/A-	A-/A-	A-/A-	A-/A-	A/A-
水	A	A-	A	A	A
サプライヤーエンゲージメント	B	A	A	A	A



→ CDP回答結果

CDP2020 気候変動 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2020-001.pdf

CDP2020 森林 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2020-003.pdf

CDP2020 水 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2020-002.pdf



具体的な取り組み

原材料購入における取り組み

緩和

ベンダーサミット

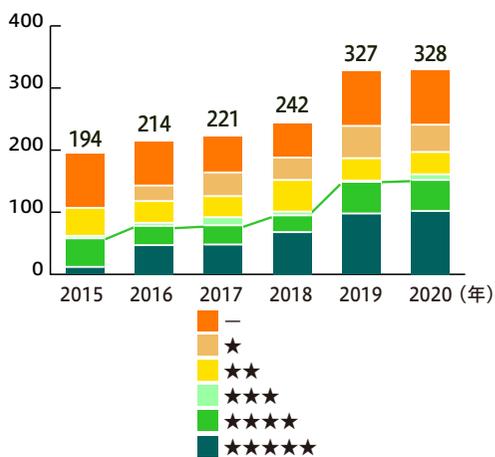
重要サプライヤーをお招きしたベンダーサミットを開催し、脱炭素への取り組みを含む花王のESGに関する取り組みを説明し、協力を要請しています。なお2020年は新型コロナウイルス感染症を受けて未開催となりました。

CDPサプライチェーンプログラム(気候変動)

花王は、2009年に日本企業として初めてCDPサプライチェーンプログラムに参加しました。2017年からは、サプライヤーに対し、CO₂削減活動をより積極的に進めていただくことを期待し、CO₂削減活動状況を評価し、その結果をサプライヤーにフィードバックする取り組みを行なっています。

2020年の調査の結果、「★★★★」以上の評価となったサプライヤー数は前年に比べ3社増加し、サプライヤーの活動レベルは向上していることがわかりました。一方、30%程度を占める非回答サプライヤーに対し、回答していただくようエンゲージメントを進めています。

サプライヤーの活動レベル(気候変動)

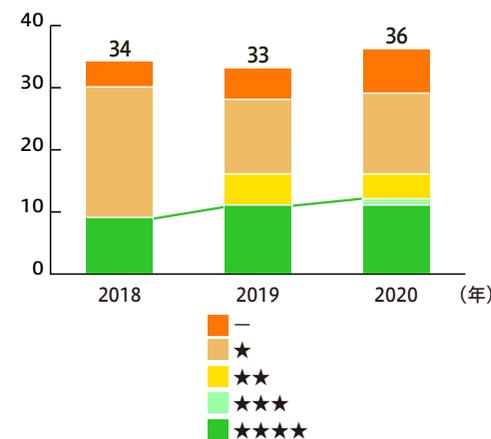


CDPサプライチェーンプログラム(森林)

花王は、2018年からCDPサプライチェーン「森林」に参加しています。パーム油や紙・パルプを提供いただいているサプライヤーに対し、森林破壊を防止した調達をはじめとする持続可能で責任ある調達を開始していただくことを期待しています。森林活動状況を評価し、その結果をサプライヤーにフィードバックする取り組みを行なっています。

2020年の調査の結果、「★★★★」以上の評価となったサプライヤー数は前年に比べ1社増加し、サプライヤーの活動レベルは向上していることがわかりました。一方、15%程度を占める非回答サプライヤーに対し、回答していただくようエンゲージメントを進めています。

サプライヤーの活動レベル(森林)



原材料の低炭素化

花王は、サプライヤーの協力のもと、リサイクル樹脂、植物由来樹脂、薄い段ボールなど、より低炭素な原材料の利用を積極的に進めています。これらは、製造時のみならず廃棄・リサイクル時における低炭素化に大きく寄与します。

また、原材料の納入量や納入頻度を最適化することで、原材料輸送におけるCO₂排出量の削減にも取り組んでいます。

製品ライフサイクルCO₂(LC-CO₂)算定における原材料負荷の精緻化

CO₂負荷の大きな原料を納入いただいているサプライヤーに原材料の調達および加工の過程で発生するCO₂排出量の回答に協力いただいています。この取り組みにより、原材料調達工程におけるCO₂排出量算定の精度の向上だけでなく、各サプライヤーのCO₂排出量削減の取り組みを評価することができ、花王の製品ライフサイクルCO₂排出量削減に反映しています。

花王が継続的に実施してきたサプライヤーとの取り組みが評価され、日本LCAフォーラム表彰において、最高賞である経済産業省 産業技術環境局長賞を受賞しました。



日本LCAフォーラム表彰



→ P79「思いやりのある選択を社会のために」> 責任ある原材料調達

適応

CDPサプライチェーンプログラム(水)

気候変動により、各地でさまざまな異常気象が発生しています。たとえば、短期的・局所的大雨が増加傾向にあります。大雨による河川の氾濫や下水道の氾濫に対しサプライヤーが水リスクに対する体制を整えることの重要性に気づいていただき、その対応を進めていただくことを主目的として、CDPサプライチェーン「水」に2015年から参加しています。



→ P122「よりすこやかな地球のために」> 水保全





開発における取り組み

緩和

花王は、新製品や改良製品の発売を決定する際に、「環境適合設計要領」で定めた環境に関する基準を満たすことを確認しています。同基準では全ライフサイクルCO₂排出量も評価しています。評価結果は発売の判断だけでなく、次期製品の開発に反映されます。

特に使用過程において水を使う製品では、家庭で使用する水道水を製造する浄水場と家庭で使用した廃水を処理する下水処理場で多くのエネルギーを要しCO₂も発生することを認識していることから、節水製品の開発を積極的に進めています。さらに、使用過程でお湯を使うシャンプーなどの製品はお湯を製造する工程でより多くのCO₂を発生することから、お湯を使用する製品の節水化はより効果的です。

また花王は、「Maximum with Minimum」すなわち、最小限の原材料で最高の品質を達成することをめざしています。この考えに基づき開発された活性剤がバイオIOSです。この活性剤は衣料用洗剤「アタックZERO」に利用されています。

さらに花王は、高い効率が期待される太陽光電池の作製技術の開発を、東京大学先端科学技術研究センター、九州工業大学とともに実施しています。

CO₂を花王製品で使用する原料に利用するための技術開発も進めています。



→ P122「よりすこやかな地球のために」>水保全」



→花王、東京大学、九州工業大学の産学連携の共同研究により、高エネルギー変換効率が期待される太陽電池の作製技術を開発
www.kao.com/jp/corporate/news/rd/2019/20190111-001/

適応

地球温暖化が進むと、気温上昇や晴れの日が多くなる傾向が明らかなることから、夏場に売り上げが増大するUVケア製品や制汗剤等の需要増が見込まれます。2020年は「熱気を放出させる」通気性メカニズムをもつ柔軟仕上剤「ハミング涼感テクノロジー」を上市しました。また渇水の発生確率が上がる傾向にあることから、節水製品の需要増も見込まれます。花王は、夏場の需要が増大する製品や節水製品の開発を積極的に進めています。

また、パリ協定実現に向け資源制約が今後顕著になることが予測されることから、食と競合せず現在利用されていないバイオマスの利用が求められています。花王は、食と競合しないバイオマスを利用し高い性能を有する界面活性剤(バイオIOS)を開発し、衣料用洗剤「アタックZERO」に使用しています。

2020年の気候変動対応をはじめとする環境対応研究開発の投資額と費用額はそれぞれ2,976百万円、6,192百万円でした。

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

緩和

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

2020年も前年に引き続き、冷凍機、空調機、コンプレッサーなどを、BPT (Best Practice Technologies) 機器に更新しました。空調機やコンプレッサーを複数台で最適制御し、変動する需要に応じた効率的運用も進めています。

また、照明のLED化をグローバルで進めています。2015年に公表した、日本の各工場・事務所、ロジスティクスセンター全体の計画を完了し、年間約4.65千トンのCO₂を削減しています。日本以外の関係会社各社でも積極的なLED化を推進しています。

・ムダなエネルギーの排除

2020年も前年に引き続き、ムダなエネルギーを見つけ出して必要最小限量に抑えたり、利用されないエネルギーを別のプロセスに有効利用するなどの対策を講じました。

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、タンクを保温する設定温度を低くしたり、運転時間を短縮するなど、消費エネルギーを最適化する現場の改善活動も積極的に推進しています。



事務所でもムダなエネルギーの排除に努めています。不要な照明の消灯の推進、人感センサ設置による自動点灯・消灯化、空調温度設定の最適化の推進、階段利用推進による不要なエレベーター利用の削減の推進などです。

2020年の省エネ活動は124件あり、CO₂削減量とコスト削減額はそれぞれ年間で約5,984トン、約2.0億円となりました。

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

花王所有の各施設で自家消費用太陽光発電設備の導入を推進しています。2020年はすみだ事業場、ピリピナス花王、花王オーストリア、花王台湾(売電専用)に設置した設備が発電を開始しました。2020年の総発電量は4,978MWhで、各拠点の総発電量は右の通りです。

再生可能電力の購入も推進しています。ドイツ花王化学、花王マニュファクチャリングジャーマニー、花王コーポレーション(スペイン)の3拠点、花王チミグラフ、モルトンブラウン、花王USA、花王(株)川崎工場、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)、中国の4工場(上海花王、

上海花王化学、花王合肥、花王フルダオ)^{*}では、すべての購入電力を再生可能電力に置き換えています。

そのほかにも、花王(株)栃木工場、鹿島工場、小田原工場、豊橋工場、花王製紙富士(株)で再生可能電力を購入しています。

^{*} 2020年から再生可能電力の購入を開始



栃木工場の太陽光発電設備

太陽光発電設備による総発電量(2020年)

社名・工場名	総発電量(MWh)
花王(株)栃木工場	1,656
花王(株)豊橋工場	405
花王サニタリープロダクツ愛媛(株)	415
花王ロジスティクス(株)	268
厚木ロジスティクスセンター	
花王ロジスティクス(株)	210
すみだ北ロジスティクスセンター	
花王(株)和歌山事業場	66
花王(株)すみだ事業場	5
花王インダストリアル(タイランド)	781
上海花王	336
花王(台湾)	303
ピリピナス花王	291
花王ペナングループ(マレーシア)	191
花王USA	47
花王(オーストラリア)	6

これらの再生可能エネルギー電力の利用により、131千トンのCO₂排出量を削減しました。

3. 冷媒等の温室効果ガス漏えい量の削減

空調機や生産に使用する冷凍機には、温暖化係数が非常に大きいフロンを充填し運転しています。フロンが機器から漏えいする量を削減するために機器の定期点検を強化しています。

4. オフィスビルのZEB Ready取得の取り組み

2020年8月、すみだ事業場(東京都墨田区)内に新しく建てたオフィスでは、ZEB(ゼロ・エネルギー・ビルディング) Ready 認定を取得しました。高断熱の外壁や水を利用した輻射式の空調など高効率な省エネルギー設備を設置することで、標準的な仕様の建物消費エネルギーを58%削減しています。また、屋上には太陽光パネルや非常用発電機を設置し、災害時の備えも準備しています。



従業員の声

地球と社員にとっての『すこやかオフィス』

すみだ事業場新棟
ZEB Ready
プロジェクトチーム



すみだ事業場(墨田区)は花王で一番古い事業場で、老朽化したビルが多くあり、再構築を進めています。その最初のステップとして、『Eco』『健康オフィス』『BCP』をキーワードに新棟建設を進めました。

環境面では、輻射空調やデシカント外調機、マイクロコージェネレーション※1、雨水利用、太陽光パネル等を組み合わせ、ZEB※2 Readyを取得することができました。

また、東日本大震災の経験や、海拔ゼロメートル地帯にあることを踏まえ、免震構造を採用し、バックアップ電源を確保するなど、災害時のBCP拠点としての機能も持っています。

今後は、緑地面積を拡大し、緑豊かな『すこやかオフィス』となることをめざしています。

※1 マイクロコージェネレーション
環境負荷の低い天然ガスやバイオガス等のクリーンエネルギーを用いてガスエンジン発電機により発電し、その際発生する熱を給湯や冷暖房に有効利用し、エネルギーロスを軽減すること

※2 ZEB(ゼロ・エネルギー・ビルディング)
標準的な使用の建物消費エネルギーを50%以上削減した建物

適応

夏場の気温上昇に伴い、日本では熱中症予防が必須となっています。特に屋外作業者に対し、当日の暑さ指数の共有、連続作業時間の短縮、飲料水の準備などの対策を行なっています。

また、気候変動に伴い台風の大型化や集中豪雨などのリスクが顕在化する可能性が高いことから、工場を対象に水リスク調査を毎年実施しています。



→ P122「よりすこやかな地球のために>水保全」



輸送における取り組み

緩和

2020年の日本国内における輸送時のCO₂排出量は101千トンとなり、排出量原単位は22%削減(売上高原単位、2005年比)となりました。新型コロナウイルス感染症の影響で売上高が減少し、原単位は悪化しました。

1. 一度に輸送する量の拡大

積載率の向上、製品のサイズ変更、車両の大型化などを積極的に進めています。

2. 輸送距離の短縮化

輸送ルートの見直し、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・船などの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。

4. 実車率の向上

輸送先で荷下ろし後トラックが戻るとき、空車でなく荷物を積むこと(=実車率の向上)が、さらなる輸送エネルギー、CO₂排出改善に寄与します。

内閣府が推進する戦略的イノベーション創造プログ

ラムに参加し、ライオン株式会社と協働してスマート物流に取り組み、2020年10月に定期輸送を開始しました。

花王の川崎工場(神奈川県)から坂出口ロジスティクスセンター(香川県)間の輸送と、ライオンのライオンケミカル坂出工場(香川県)から加須(埼玉県)・柏(千葉県)・相模原(神奈川県)にある各流通センターへの輸送を結合して往復輸送とし、トラック輸送の生産性向上とCO₂排出の削減をめざしています。

この取り組みにより、従来の輸送方法と比較してトラックの空車走行距離を短縮し、両社合計でCO₂排出量の45%、輸送費用の23%削減を見込んでいます。



ライオンとの共同配送

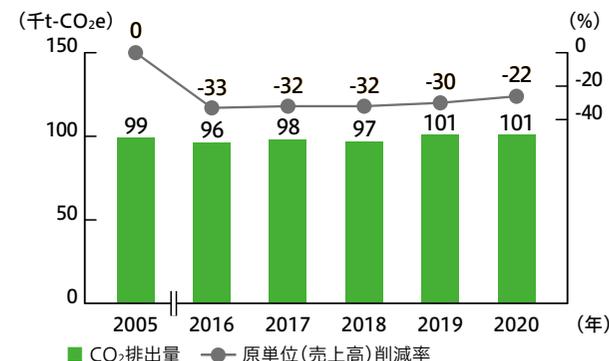
5. 日本以外の輸送エネルギー・CO₂排出量の見える化

2020年からの日本以外での輸送エネルギー、CO₂排出量の算出開始に向け準備を進めましたが、2020年の日本以外の輸送のCO₂排出量は推定により算出して報告しています。なるべく早期に実際の輸送実績に基づく量を報告できるよう準備を進めます。

適応

短期的・局所的大雨が激甚化することで、花王工場から顧客までのサプライチェーンが寸断され、製品をお届けできなくなったり、迂回ルートを長期的に採用することで環境負荷が増大するリスクが高まっています。花王の主要市場である日本においては、リスクが発現した場合に、短時間で適切な対応をとることができるよう、製品輸送の管理を子会社が担当しています。

輸送時のCO₂排出量の推移(日本)



※ 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年度は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。



使用における取り組み

緩和

花王は使用段階のCO₂の削減に貢献する幅広い製品群を提供しています。

代表的な製品としては、すすぎ1回を可能にした超濃縮タイプの衣料用洗剤、すすぎ時のお湯や水の使用量を削減するシャンプー、全身洗浄料、食器用洗剤などがあります。

衣料用洗剤では、洗たく1回当たりの全ライフサイクルCO₂排出量を約22%削減できる「アタックNeo」を2009年に発売し、2019年には、これまでの洗浄の概念を塗り替える、花王史上最高の洗浄基剤「バイオIOS」を主成分とした衣料用濃縮液体洗剤「アタックZERO」を、2020年に「アタック3X」を発売しました。日本では、いまや洗濯機に「すすぎ1回」ボタンが標準装備されるまでになり、洗濯スタイルそのものが変化しはじめています。すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤は、日本、台湾で提供しています。

そのほかにも、髪の毛のからまりを防ぎ、ドライヤーの風通りがよくなることで乾燥時間を短縮でき、ドライヤーの電力消費量を削減できるシャンプー等があります。

これら使用時のCO₂排出量削減に効果のある製品を正しくお使いいただくために、自治体や流通企業が主催する環境イベントに参加、生活者に取り組みを伝える冊子“Let's eco together”の作成・配布などを行なっ

ています。

産業界向け製品でも、顧客の皆さまが使用する段階のCO₂を削減できる幅広い製品群があります。低温で定着しコピー機の電力消費を削減するトナー、低温で鋼板を洗浄・リンスでき燃料のCO₂を削減する洗浄・リンス剤、洗浄工程の超純水や各種薬剤の使用量を減らしCO₂削減に寄与するウェハー洗浄剤、自動車で使用される電線の重量を削減し燃費向上に貢献する被覆材用添加剤、低燃費タイヤの性能を発揮するのに必要な素材の分散確保に必須の添加剤などです。



「十大新製品賞(主催:日刊工業新聞社)」を受賞した衣料用濃縮液体洗剤「アタックZERO」



エッセンシャル スマートブロードライ
髪の毛のからまりを防ぎ、ドライヤーの風通りがよくなることで乾燥時間を平均20%カット

適応

地球温暖化が進むことで、夏場に売り上げが増大する制汗剤等の需要期間が長くなり、需要増が見込まれることから、これらの製品開発を強化しています。また湯水の発生確率も上がる傾向になることから、節水型製品の需要増が見込まれます。

不幸にも自然災害が発生した場合、避難生活における衛生維持に役立つ製品の紹介を中心に、役立つ日用品などの情報も掲載したウェブサイト「そなえーる」を運営しています。



→花王「そなえーる」サイト
www.kao.co.jp/hisaiji/



廃棄・リサイクルにおける取り組み

緩和

廃棄・リサイクル段階のCO₂は、次の2種類から構成されています。一つは、生活者が使用した後の製品廃棄に関するものであり、包装容器やおむつ等の焼却や、洗剤成分など石油でつくられた成分が下水処理で分解して発生するCO₂です。もう一つは、焼却、リサイクル設備、下水処理などの設備運転に必要なエネルギー消費により発生するCO₂です。これらの発生量を同時に解決するには、廃棄・リサイクルの対象となる量を減らすことが最重要です。そして廃棄・リサイクルされる廃棄物は可能な限りリサイクルを進め、どうしても処理しなければならない廃棄物はカーボンニュートラル化するというアプローチを花王は採用しています。

この考えに基づき、使用量を削減する取り組みをリデュースイノベーションと名付け、包装容器や紙おむつの原材料、洗浄剤における洗剤成分において進めています。リサイクルする取り組みをリサイクルイノベーションと名付け、包装容器や使用済み紙おむつにおいて推進しています。

使用済み紙おむつを炭素化装置で炭素化し、環境浄化や植物育成促進に活用していきます。また炭素素材への変換をめざし、研究開発を進めていきます。

カーボンニュートラルすなわちバイオマスを利用したプラスチックや原料の利用も進めています。

リサイクル活動にさらに注力するため、2020年、研

究開発部門内に、リサイクル科学研究センターを設立しました。



→紙おむつリサイクル、ごみゼロ、Replaceの取り組みについて詳しくはP105「よりすこやかな地球のために>ごみゼロ」

適応

今後人口が増加していく一方、パリ協定実現に向け化石燃料の採掘が厳しく制約されたり、さまざまな資源の利用が制限されることが予測されます。原材料使用量を削減すること、使用済み製品は可能な限りリサイクルすること、どうしても処理しなければならない廃棄物はバイオマス由来であること、が脱炭素社会において必要なことと考えています。



→P105「よりすこやかな地球のために>ごみゼロ」

ステークホルダーとの主な協働事例

- ・気候変動に関する国際連合枠組条約(UNFCCC)が進めるキャンペーン「Race to ZERO」に参加。国際社会の一員として、ネットゼロに向かって協働
- ・Science Based Target イニシアティブが進める「Business Ambition for 1.5°C」に参画。多くのグローバルリーダー企業とともに活動
- ・環境省が運営する「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム」や「脱炭素経営ネットワーク」に参加し、花王のスコープ3に関する取り組み事例を提供し、企業のスコープ3排出量算定に貢献
- ・環境省が進める「COOL CHOICE」に賛同し、脱炭素に向けた生活者のライフスタイル変革に貢献
- ・「気候変動イニシアティブ」に参画し、国家政府以外の多様な主体が進める気候変動対策の情報発信や意見交換を実施
- ・一般社団法人日本化学工業協会のLCAワーキンググループに委員として参加。自社のカーボンライフサイクル分析(c-LCA)事例を公開し、化学製品によるCO₂削減貢献を社会に発信
- ・CDPが運営する、サプライチェーンプログラムに12年連続で参加。サプライヤーの認識向上、行動変容の促進に貢献
- ・TCFDコンソーシアムの企画委員として、気候変動関連情報の開示や対話の促進に貢献。2020年は脱炭素に関し、4件の講演、インタビューなどに対応。花王の脱炭素に関する取り組みの社会認知に貢献



シナリオ分析

2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響評価に加え、2019年に実施したシナリオ分析の課題を踏まえ、以下の項目について、より詳細な分析を実施しました。

新型コロナウイルス感染症の影響評価

新型コロナウイルス感染症により、社会全体で衛生意識が向上、外出規制、さらには自宅滞在の長時間化など、大きな社会変化が起こっています。これにより衛生関連製品の需要が増加する一方、サロン向け製品やメイクアップ化粧品の需要が低下しています。

脱炭素の領域においては、衛生製品や食器用洗剤の需要増により使用時のCO₂排出量が増加し、CO₂削減目標が未達となっているため、レピュテーションリスクが高くなっています。

エシカル消費の予測

生活者が思いやりのある選択を行ないKirei Lifestyleをおくるためには、エシカルな市場が形成されていることが必要であると考えています。調査の結果、エシカル消費に対する意識は世代間ならびに地域間により大きな差があることがわかりました。

世代間では、地域を問わずミレニアル世代・Z世代の意識が高いことを再確認しました。地域間では、欧州・米州で、エシカルを主張する製品が数多く存在しているとともに、特定分野に関心が強まりつつある状況で

あることを確認しました。日本・アジアでは、エシカル製品に対し一定程度の関心はあるがまだ導入期にあることを確認しました。

花王は、欧州・米州におけるトレンドに歩調をあわせるとともに、そこで得られる知識・経験を日本・アジアに展開していく体制をより強固なものにしていきます。

花王拠点における降雨影響評価

花王の重要拠点(本社、全工場、重要なロジスティクス拠点など)を対象に、自治体が公表しているハザードマップや水関連データベースの整理、さらには気候変動による降雨予測を詳細に評価することで、少雨、豪雨、高潮による被害を評価しました。

結果、少雨については現在降雨状況とほぼ同程度であることから、渇水については現在の対応の継続が重要であることが確認されました。豪雨については、数工場においてその頻度が上昇すること、高潮についても日本南岸ならびに日本海側に位置する工場においてその発生頻度が上昇することが確認されました。

これら情報を利用し、重要拠点の防災強化を図っていきます。

パームの育成に及ぼす影響調査

花王のパーム油の調達先であるマレーシア、インドネシアにおけるパームの育成に及ぼす気候変動の影響を評価するために、公開されている文献をレビューし直しました。その結果、気温が上昇するほど育成に適

した地域が減少すること、マレーシアでは現在よりさらに1℃気温が上昇することで収量が10%程度減少することなど、気温上昇によりパーム収量は減少する可能性が高いことを確認しました。

花王では、小規模パーム農園の支援を通じて収量増をサポートするとともに、大気中のCO₂を原料とした活性剤の開発を行なうなどの対策をとっています。

プラスチックに関する将来予測

資源循環の領域は、使用量の削減やリサイクルプラスチックの利用促進など気候変動と関連していると認識しています。2℃シナリオでは、再生プラスチックの使用の要求・規制が強まり、その価格は供給能力の増強次第ではあるものの低下もあり得ると予測します。4℃シナリオでは、化石由来バージンプラスチックの価格は堅調な需要により上昇すると予測します。

花王は、プラスチック使用量を削減することを第一目標として技術開発をしていることから、いずれのシナリオにおいても影響は最小化できると考えています。

今後の進め方

これらの結果より、K25・K30の達成において重大なリスクがあることは見出されませんでした。今後は、
・気候変動シナリオ分析結果の事業への組み込み強化
・気候変動以外の分野におえるシナリオ分析の実施を行ない、企業活動のレジリエンスを高めていきます。



ステークホルダー・エンゲージメント

花王はコーポレート・サステナビリティにおけるリーダーです



Dexter Galvin 氏
CDP
グローバル・ディレクター
(法人担当)

花王は2020年、気候変動対策、水セキュリティ対策、森林保全対応（パーム油）の3分野すべてのCDP開示において、最も権威あるA評価を取得しました。CDP評価対象の数千社のうち、このトリプルA評価を達成した企業は世界で10社しかありません。このことは、花王が、環境情報開示と環境行動において、日本のみならず世界のリーディングカンパニーの一つであることを示しています。

花王は、長年CDPを通じた環境情報開示に参加しています。また、2009年のCDP気候変動サプライチェーンの立ち上げ当初からの主要メンバーです。同プログラムを効果的に活用し、現在では、気候変動、水セキュリティ、森林保全に関して卓越したサプライヤー管理を確立し、サプライヤーのサステナビリティ目標達成に向けて、CDPを通じての情報開示や環境行動改善を広めています。

花王が、投資家、サプライヤー、生活者といった広範囲にわたるステークホルダーと一体となって環境活動を推進していることに大変勇気づけられます。

CDPは、フォレストプログラムにおいて、パーム油、木材、畜牛品、大豆などの最も森林減少の原因となりうるコモディティについて情報開示を求めています。たとえば花王は、他社と協働で、インドネシアの小規模パーム油生産農家がより持続可能な生産を行なえるように支援しており、その活動を通じ、パーム油の持続可能な調達を促進しA評価を獲得しています。一方で、木材についても製品や包装にFSC認証紙の使用を増やすことでA-評価を獲得しています。

今、世界の大手企業には気候科学に沿った行動が求められています。花王は、2030年までに2017年度比でスコープ1、2、3の温室効果ガス排出の22%削減を掲げるScience Based Targetを設定しています。これは、パリ協定の2°C目標に沿うものです。さらに花王は、消費財、化学メーカーとして、グローバルに再生可能エネルギーへの移行を積極的に進め、効率の良い投資を促すための社内カーボンプライシング制度も導入しています。

また、水セキュリティの分野では、自らのオペレーションだけでなく、バリューチェーン全体を考えて行動しています。製造過程における水効率の改善に努めるこ

とに加え、生活者の使用に際して節水が可能となるように家庭用製品を設計・デザインしています。

今後も、花王のサステナビリティ分野でのさらなる発展に大いに期待します。Science Based Targetを1.5°C目標に沿ったものに更新し、ネットゼロへの移行を率先して進めるべく、「Business Ambition for 1.5°C」[※]への参加が次のステップです。また、RE100に加盟して再生可能エネルギーへの100%の移行を支持することにより、花王の再生可能エネルギー調達を確かなものにすることを勧めます。花王のようなパイオニア企業は、持続可能な経済への脱炭素移行を先導する力を持っています。花王の継続的な取り組みとさらなるバリューチェーン改革の進展に大いに期待します。

2021年は、こうした移行において重要な年です。2030年までに、温室効果ガス排出を半減し、森林減少を食い止め、すべての人々のための水セキュリティを含む持続可能な開発目標を達成しなければなりません。行動の10年であり、立ち止まっている時間はありません。

※ Business Ambition for 1.5°C

気温上昇を2°Cではなく1.5°C未満に抑える企業誓約。国連グローバル・コンパクト、科学的根拠に基づく削減目標イニシアチブ(SBTi)、We Mean Businessが2019年に発表し、企業に署名を呼び掛けている。



原料やプラスチック等の使用量を、製品利用者が適正に使用できる範囲で可能な限り削減するとともに、使用済み容器等や使われなかった原料・製品を再利用・リサイクルし、資源循環型社会を積極的に推進します。

ESG キーワード

4つのR (Reduce, Replace, Reuse, Recycle)

気候変動の緩和と適応

循環型社会の実現

プラスチック使用量の削減

食品廃棄物の削減

製品と容器包装の両面からの取り組み

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

地球の資源は有限ですが、世界の人口は継続的に増加しているとともに、生活水準が向上することで必要な資源は増加の一途をたどっており、いままでの一方向の経済モデルでは、豊かな生活文化を将来にわたり実現していくことは不可能です。そこで、高いレベルでの経済成長と循環型社会の構築、すなわち高い資源生産性の実現の両立をめざしたサーキュラーエコノミーの取り組みが、世界中で加速しています。

家庭から出るごみを含む廃棄物発生量の増大に対応した社会基盤(廃棄物処理システム)が十分に整備されていない地域では、廃棄物の放置や処分場の管理が不十分なため、環境汚染を引き起こしている例が多くあります。また、消費後の生活者の不適切な行動により、陸上に投棄されたごみが海洋に流れ込みます。特にプラスチックは自然分解されないことから、海洋プラスチック廃棄物の量が増加し続け、2050年までに魚の重量を上回るプラスチックが海中に存在するといわれています。これら海洋プラスチックはすでに海洋生態系

に悪影響を与え始めています。

気候変動による気温上昇を1.5°C未満に抑制するためには、化石燃料使用量を現状より大幅に削減する必要があります。それに伴い、化石燃料からつくられるプラスチック生産量が現状より激減します。したがって、現在の化石燃料由来のプラスチックを多量に使用した包装容器は持続可能ではないと認識しています。

新型コロナウイルス感染症の影響により2020年の化石燃料の使用量は低減しましたが、経済活動の復興と脱炭素社会への移行を両立するためには、化石燃料使用量を抑えつつプラスチックの需要の高まりにも応えなければなりません。そのため、プラスチック使用量の削減と再利用の重要性がますます高まっていると認識しています。

プラスチックの製品や容器包装は安定的に供給され、経済的で、軽く、加工性に優れ、腐食しにくいことから、現在では生活者のKirei Lifestyleの実現に欠かせないものとなっていますが、その多くは化石燃料由来であり、

役目を終えた後に適切に処分されなければ環境問題が発生します。

また現在、世界の食料の約3分の1が廃棄されています。また、年間温室効果ガス排出量の約8%が食品廃棄物によって発生しているため、削減が求められています。



花王が提供する価値

発生する廃棄物を減らす活動、再利用する活動やリサイクルする活動といった、いわゆる3R活動を、工場、物流拠点や事務所、製品や包装容器で継続的に実施しています。

特にプラスチック包装容器の分野においては、6分の1程度のプラスチック使用量となるフィルム容器を継続的に開発利用しており、日本においてはこのフィルム容器を利用したつめかえ製品が一般化しています。この技術を海外グループにおいても展開することで、包装容器で使用されるプラスチック使用量を削減することが可能となります。もちろん、社外の方々にご利用いただくことでその効果は絶大なものとなります。

また、すでに環境中に流出した廃棄物を回収する取り組みは、海や陸域の生態系の保護等に大きく寄与します。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

項目	内容
政策・法規制	事業場から発生する廃棄物の処理に関する規制強化、プラスチック包装容器使用に関する規制強化(リサイクルプラスチック使用量義務化、課税)、プラスチック使用量情報開示の義務化など
技術	新製品製造に伴う事業場からの廃棄物発生量の増加、プラスチック使用量削減技術開発やリサイクルプラスチック利用技術開発失敗など
市場	社会全体における処理可能量を上回る廃棄物発生量の増加による処理費用上昇、生活者選好の変化、バージンプラスチック・リサイクルプラスチックのコスト上昇、コロナ禍により生活者の衛生意識が高まり衛生用品の容器使用量が増大するなど
評判	業界・個別企業への非難、ステークホルダーからの懸念上昇、生活者選好の変化など

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

項目	内容
資源効率性	事業場から発生する廃棄物発生量削減による処理費用削減、プラスチック使用量削減による容器費用削減、輸送効率の改善など
製品・サービス	省資源型製品の開発による廃棄物発生量の削減、省プラスチック包装容器製品の拡大、イノベーティブな包装容器開発による売上増と開発技術のライセンスアウトによる収入増など
市場	新規市場へのアクセス性向上による売上増、イノベティブ技術開発時における公的インセンティブの活用など
レジリエンス	プラスチック包装容器に対する積極的な3R活動を継続的に行なうことや、コロナ禍以前の状態に戻るのではなく、より環境に良いプラスチック包装容器を提供することによるレジリエンス向上

貢献するSDGs



方針

花王は、製品の開発から廃棄に至るすべての過程において、継続的に廃棄・リサイクルされる量は可能な限り少なくすべき、廃棄・リサイクルされる量のうちリサイクルされる量は可能な限り多くあるべき、リサイクルされずに処理される廃棄物は適正に処理されるべき、と考えています。

環境・安全の基本理念と基本方針において、「製品の設計段階で省資源、省エネルギー、廃棄物削減等に配慮した技術の開発に努める。生産活動においては、資源やエネルギー

の効率的な使用や廃棄物・副産物の削減、再使用、再生利用に努める」と掲げています。また花王レスポンシブル・ケア方針において、「廃棄物の削減、再使用、再利用を行ない、環境影響を継続的に改善する」と宣言しています。

さらに環境宣言において、「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品に関わるライフサイクルの中で生活者をはじめさまざまなステークホルダーの方と一しょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」と決意を表しています。

これらの方針を具体的に実現するために、2018年10月には、「私たちのプラスチック包装容器宣言」を公表し、日々改良を続け、画期的なイノベーションを起こすような取り組みを4つのR (Reduce、Replace、Reuse、Recycle)の視点から推進することを明確にしています。

2019年9月には、ESGよきモノづくりの取り組みの一環として、製品を発売して終わりではなく、廃棄(処理)まで責任を持って取り組むことと、プラスチック循環社会向けリデュースイノベーションとリサイクルイノベーションに注力することを発表しました。そして、2020年5月には、プラスチック資源循環モデルの事業開発を進めるため、研究開発部門に「リサイクル科学研究センター」を設立しました。花王の想いを実現するために、他企業や自治体、大学と連携しながら、循環型社会の実現をめざします。



また、花王事業に関連する食品廃棄物は飲料事業が関係します。食品廃棄物についても、発生量を可能な限り削減し、やむを得ず発生した廃棄物はリサイクルすることとしています。



→P117「リサイクリーション活動」



→私たちのプラスチック包装容器宣言
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/plastic-packaging-001.pdf

→未来に向けた「花王グループの新たな挑戦」
www.kao.com/jp/corporate/news/business-finance/2019/20190926-001/

→環境・安全の基本理念と基本方針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

→花王レスポンシブル・ケア方針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

→花王 環境宣言
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

原材料調達における取り組み

花王の工場が発生する廃棄物を削減するために、サ

プライヤーとともに納入原料の量・納入頻度適正化に継続的に取り組んでいます。これはサプライヤーが調達する包装材料の削減、原料輸送に伴うCO₂発生量の削減に寄与します。

製品における取り組み

花王は、紙おむつやシート製品など、お客さまの使用後に製品そのものが廃棄物になる製品を提供しています。花王は、製品機能を確保すると同時に、材料使用量を削減する技術の開発を通じ、製品に使用する原材料を削減することにより、製品使用後に発生する廃棄物の削減に取り組んでいます。これにより、処理に伴う費用やCO₂発生量も削減できます。

また、一部の製品にリサイクルプラスチックを利用しています。これにより、バージンプラスチックの使用量を削減でき、その原料である化石燃料の使用量の削減につながります。この活動は、プラスチック問題の解決や脱炭素社会の実現において重要な活動の一つであると認識しています。

また、製品にプラスして貼付しているプラスチック製のアテンションツール「プラスチック製アイキャッチシール」は、どうしても必要な場合は認証紙への変更を行いますが、それ以外は2021年末を目標に全廃します。

包装容器における取り組み

花王はISO18600シリーズ(環境配慮包装規格)に則った活動を進めています。具体的には、包装容器で使用

する材料の量を削減し、特に昨今大きな社会問題となっているプラスチック製の包装容器の使用量削減に、リデュースイノベーションとリサイクルイノベーションの視点で、4つのR (Reduce、Replace、Reuse、Recycle)でアプローチしています。

リデュースイノベーション

使用する化石由来バージンプラスチックを削減するための取り組みです。

・ Reduce

個別製品で使用するプラスチックを削減する取り組みで、容器・包装の薄肉化を継続的に実施しています。

・ Reuse

つめかえ・つけかえ化の取り組みを進めています。これは、フィルム製つめかえ容器におけるプラスチック量をボトルに比べ6分の1程度まで大幅に削減できるためです。フィルム容器の利用を拡大するために、生活者がつめかえやすいよう、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続けるとともに、革新的フィルム容器の社内・社外利用を推進しています。生活者が容器を店頭を持ち込み、そこで中身の製品のみを購入いただく販売方式の可能性も探っています。さらに、包装容器を、顧客から引き取り、花王内で洗浄し、再使用するというテイクバックシステムの取り組みも一部で実施しています。



・ Replace

化石燃料由来のプラスチックを、紙やガラスといった他の素材やリサイクルプラスチック、植物由来プラスチックに置き換える取り組みを進めています。さらに花王は、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、利用の拡大を図っています。

リサイクルイノベーション

使用済み包装容器を回収しプラスチックにリサイクルする取り組みです。

・ Recycle

Recycleは、リサイクルが容易な包装容器を開発する取り組みも含んでいます。これまで花王が培ってきた基盤技術をベースに、使用済みプラスチック容器の革新的リサイクル技術の構築、高品質・低価格な再生プラスチックの開発と活用、使用済みプラスチックから価値を創造する活動の推進、プラスチックごみの産業用途への利用等に取り組んでいます。また、複数種類のプラスチックを積層してあるつめかえパックを単一素材化する取り組みも行なっています。

使用済み包装容器を回収し、リサイクルする仕組みを構築しています。

開発・生産・販売における取り組み

花王は、工場や事務所から発生する廃棄物等の発生量を削減し、発生した廃棄物等については社内外での再利用、リサイクルを進めています。廃棄物等発生量の削減目標を掲げ、グループ全体で取り組んでいます。

工場では原材料ロス・製品ロスの削減を進めています。たとえば液体状の製品の場合、一つの生産設備で生産する製品を切り替える際、配合用・貯蔵用タンクの洗浄で排水汚泥が発生します。シート状製品の場合は、材料を交換する際に使い切れない部分が発生します。ロスの発生内容に応じた対策を常に検討し改善を重ね、削減を進めています。

販売店から返却された製品は、最終的に廃棄処理するため、資源のムダとなる、処理の過程でCO₂が排出される、大きな処理コストがかかるなどの負荷が発生します。販売店との連携のもと、商品の配荷や切り替え方法の見直しなど、廃棄物の極小化をめざしています。

あわせて、販促物についても使用後は廃棄されるため、デジタルを活用した情報発信に切り替えていきます。

廃棄物のリサイクルの強化

発生する廃棄物をゼロにすることは現時点の技術では困難です。そこで花王は、発生した廃棄物の分別を徹底し、より適切な方法を選定し、委託業者と協力してリサイクルを進めています。リサイクル量や最終処分量も発生量とあわせてモニタリングし、廃棄物処理方法全体の改善に取り組んでいます。

廃棄物の不法投棄防止

工場や事務所から排出される廃棄物の処理を処理業者に委託する場合、不法に投棄されるリスクがあります。花王は、このリスクを低減するため、定期的に処理業者を訪問し、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、廃棄物処理業者の契約情報や適正処理調査結果などをデータベース化し、不法投棄を防止しています。このシステムは「電子マニフェストシステム」に連動しており、あわせて不法投棄防止を確実なものにしています。

PCB廃棄物を適正に保管・処理

ポリ塩化ビフェニル(PCB)は、絶縁油として変圧器や安定器等で利用されてきましたが、難分解性のため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。花王は、PCB廃棄物を処理業者に処理委託するまでの間、法の定め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。

食品廃棄物の削減

飲料事業のお取引様とともに、消費期限が近い製品の返品ルールの見直しに取り組んでいます。返品された製品の一部はメタン発酵や堆肥化などで有効利用しています。これらの活動により食品廃棄物の削減に取り組んでいます。



教育と浸透

多くの花王の製品は使用後、廃棄物となります。その事実我真摯に向き合い、さまざまな機会を通じて事業活動や製品使用後に発生する廃棄物に関する知識を得、自主的・積極的に廃棄物発生量の削減活動に取り組むことが重要であると認識し、社員に対し教育の機会を多く設けています。

工場の廃棄物削減活動や、より少ない資源で製造できる技術開発に際し、社員の廃棄物に対する意識を向上することが花王の活動のレベルアップにつながります。また社員も生活者として、より適切な商品の選択や廃棄物の処理に取り組むことが必要です。

包装容器については、研究所、購買、SCM、事業部、ESG部門などが、花王の方向性や課題と解決策について、部門横断的な意見交換を定期的に行なっています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者がKirei Lifestyleを実現するために、花王は双方向のコミュニケーションを通じてさまざまなステークホルダーとの相互理解を深め、協働していくことが必要と認識しています。

生産における廃棄物の排出は地域社会に影響を与えるため、地域社会とのコミュニケーションが必要です。多くの工場では毎年環境報告書を作成し、地域の住民

とコミュニケーションを取っています。

事業活動に伴い発生する廃棄物や生活者・顧客による製品使用後に発生する廃棄物の処理は行政により規制がなされています。より多くの廃棄物をリサイクルできるように、また廃棄物の処理が容易となるように、業界団体と協働した働きかけが必要です。

サプライヤーに対しては、包装容器で使用するプラスチックを削減したり、リサイクル性を向上させるために、意見交換や共同開発をすることが必要です。

生活者のKirei Lifestyleの実現のためには生活者の行動変容が必要です。ミュージアムや工場の見学を通して、花王製品を題材に、Kirei Lifestyleを考えるきっかけを提供しています。見学コースでは、少ない資源で製造された製品の廃棄物の量を実感できる展示をしています。

体制

取締役会の監督のもと、事業活動に伴い発生する廃棄物の管理は内部統制委員会で、製品使用後に発生する廃棄物および包装容器の管理はESG委員会で行なっています。これら委員会の委員長はともに代表取締役社長執行役員が務めています。

内部統制委員会のもと経営サポート部門担当役員が委員長を務め、事務局を経営サポート部門レスポンシブル・ケア推進部が担うレスポンシブル・ケア推進委員会があります。同委員会は年2回開催され、世界中の全拠点の法規制遵守状況、廃棄物発生量、リサイクル状況などについて報告・討議し、翌年の目標設定も行なっています。レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は、毎月インパクトの大きい工場を中心に法遵守状況の確認や廃棄物発生量、リサイクル状況の把握などを行ない、レスポンシブル・ケア推進委員会委員長、各委員、内部統制委員会委員、監査役等に報告しています。

廃棄物に関する活動は、レスポンシブル・ケア推進委員会のもと、日本RCミーティング、グローバルRCミーティングで報告されています。花王の工場・事務所で発生する廃棄物の大半を占める工場を管理するSCM部門は、全工場の環境担当者が参加する環境部会を開催し、各工場の廃棄物削減やリサイクル活動に関する目標に対する進捗管理やベストプラクティスを社内展開しています。

内部統制委員会は、年1回以上開催され、レスポンシ



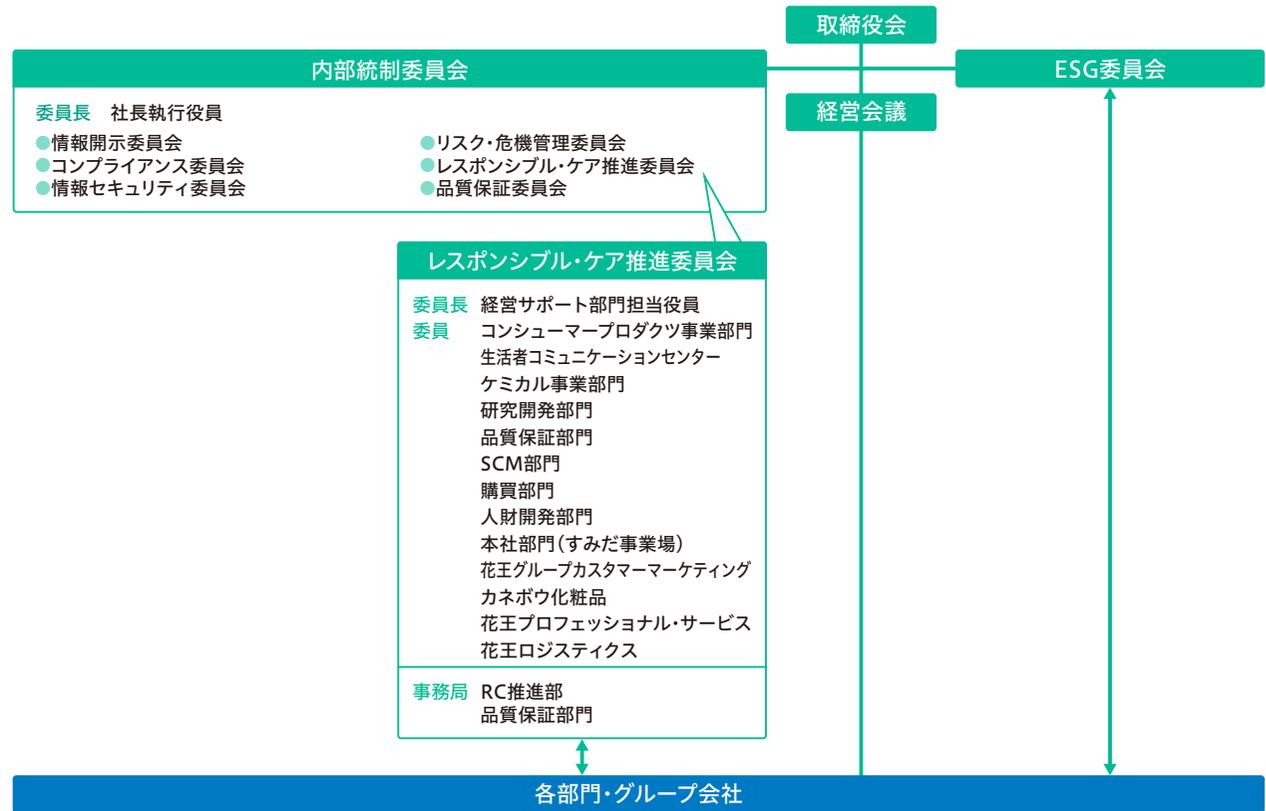
ブル・ケア推進委員会などの下部委員会活動状況の報告を受け、各委員会の活動内容の監督を行なっています。

製品使用後に発生する廃棄物の管理は年4回開催するESG委員会で実施しています。同委員会の委員は事業、販売、R&D、SCMなどの責任者が務め、事業との一体運営を行なっています。同委員会とその下部組織のESG推進会議は、包装容器廃棄物をはじめとする環境課題や、社会、ガバナンスの課題について討議しています。

廃棄物処理業者の現地確認は、SCM部門、購買部門、ロジスティクス部門、情報システム部門、販売部門、関係会社で協働し、計画的に実施しています。

また花王は、世界中の全拠点の環境関連データを一元管理するデータベースを用いて、データの信頼性を確保し、業務を標準化・効率化することで、的確な活動展開につなげています。

廃棄物および容器包装の管理体制



※2020年12月現在





中長期目標と実績

2020・2021年目標

項目	対象範囲	2020年目標	2021年目標
廃棄物等発生量 ^{※1}	花王グループ全拠点	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
プラスチックアイキャッチシール廃止率	花王グループの家庭用製品	—	100% (どうしても必要な場合は認証紙製を使用)

※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

2025年中期目標

項目	対象範囲	2025年目標
回収パウチを使用した革新的フィルム容器の実用化	花王グループ	上市

- ・単一素材からなるフィルム容器包装を開発する
- ・100%再生可能、再利用可能な容器包装にする
- ・再生プラスチック使用量を5倍にする
- ・植物由来プラスチック使用量を3倍にする
- ・日用品PETボトルを100%再生PETとする(日本)

2030年長期目標

項目	対象範囲	2030年目標
革新的なフィルム容器包装の普及量	花王グループおよび他社	3億本 ^{※1}
廃棄物量 ^{※2}	花王グループ全拠点	ゼロ

※1 年間普及量

※2 拠点から排出し、リサイクルされないもの

なお、次の目標を2022年に開示予定です。

- ・PET容器へのPCR(再生プラスチック)使用
- ・製品廃棄物・販促物廃棄物の削減

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

事業活動に伴う廃棄物等の量を抑制するためには、生産性の向上が必要です。生産性が向上すれば、製造原価を低減できます。またリサイクルが促進されることで、廃棄物処理費用の低減が期待できます。

革新的なフィルム容器が社内外に展開されプラスチック使用量削減目標が達成されると、新規市場での売上増やパテントアウトによる収入による利益増が期待できます。

再生樹脂や再生可能樹脂使用量が増加することにより、バージンプラスチック使用に伴う新規課税を回避する効果もあります。

社会的インパクト

事業活動に伴い発生する廃棄物等の発生量を抑制すること、リサイクルを推進し廃棄物をゼロにすること、プラスチック使用量の大幅な削減が可能な革新的なフィルム容器が社内外で広く使用される社会となることで、社会全体の資源生産性が大きく向上します。これにより、循環型社会の形成推進に貢献し、将来の資源制約社会においても生活者に清潔製品をお届けできます。これは、Kirei Lifestyleの実現、地球1個の暮らしの実現に向けた重要なアプローチです。



2020年の実績

実績

廃棄物等発生量

2020年は廃棄物発生量を2005年比33%削減目標として活動を行ないました。各事業場での削減活動の効果等で、廃棄物等発生量は210千トンとなり、前年より15千トン減少しましたが、売上高も減少したため、原単位(売上高)削減率は1%悪化して26%となりました。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。

廃棄物等発生量のうち有害廃棄物量は39千トン、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。

リサイクル

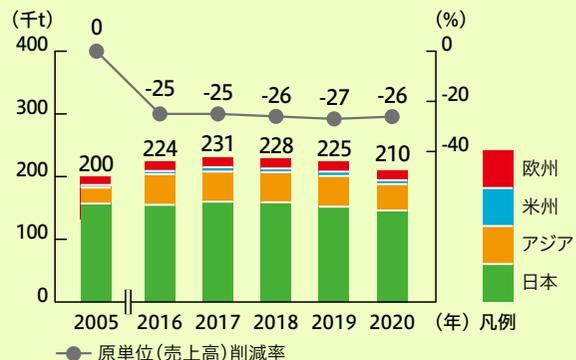
再使用・リサイクル*された廃棄物等は192千トン☑、リサイクル率は92%でした。

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16年連続で達成しています(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)。

2021年からは、新たなごみゼロ指標として、直接埋立・単純焼却率の集計を開始し、2025年までに1%未満にすることをめざします。

※ サーマルリサイクル(熱回収)を含む
保証対象は2015年以降の廃棄物量

廃棄物等発生量の推移☑(全拠点)



※ 集計対象拠点:2005年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、2005年度は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

食品廃棄物

2018年から食品廃棄物の削減活動に取り組んでいます。2020年に花王グループで廃棄した食品廃棄物は592トン、うちメタン発酵と堆肥化によって27トンを有効利用しています。また、お取引様とともに、消費期限が近い商品の返品ルールの見直しに取り組んでいます。

食品廃棄物の推移(トン)*1

項目	2017年	2018年	2019年	2020年
食品廃棄物発生量	4,031	1,081	251	592
有効利用(メタン発酵・堆肥化)*2	664	54	20	27
自社内処理	3,366	1,027	230	565

※1 集計対象範囲:花王の食品事業

※2 外部委託処理

処理業者施設の確認

2020年は新型コロナウイルスの影響で現地確認の件数は少なくなりましたが、書類による調査も含め70社の処理業者にご協力いただき86施設の確認を行ないました(日本)。その結果、花王の評価基準で不適格となった処理業者はありませんでした。

アイキャッチシール

プラスチック製アイキャッチシールの削減率は、73%でした。

単一素材からなるフィルム容器包装を開発

単一素材によるプラスチック製フィルム容器をフィルムメーカー、コンバーターと協働で開発中です。

100%再生可能、再利用可能な包装容器

日本における家庭向け製品で使用しているプラスチック製包装容器は、容器包装リサイクル法のもとリサイクルすることができる仕組みが整っているため、すでに100%再生可能となっています。

日本以外において、再生可能な包装容器の定義は国・地域によって異なり、また、再生可能性は地域のリサイクルシステムに依存する場合もあるため、包装容器の仕様だけではなく、その販売エリアについても確認を進めています。



再生プラスチック使用量

使用済みプラスチックからなる再生プラスチックは、花王台湾における各種シャンプー、コンディショナー、ボディ用洗剤、欧州のサロンで展開しているブランド「ケラシルク」や、アメリカで展開している「オリベ」などで使用しており、その使用量は427トン(2019年比1.3倍)となりました。

植物由来プラスチック使用量

メリットシャンプー・コンディショナー、セグレタシャンプー・コンディショナー、キュキュット1,380ml、ラクラクecoパック、andandシャンプー・トリートメントなどで使用しており、その使用量は519トン(2019年比1.1倍)でした。

革新的なフィルム容器の普及量

2020年の革新的なフィルム容器の数は、「らくらくスイッチ」、「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」、「Tube Like Pouch(チューブライクパウチ)」あわせて1百万個でした。

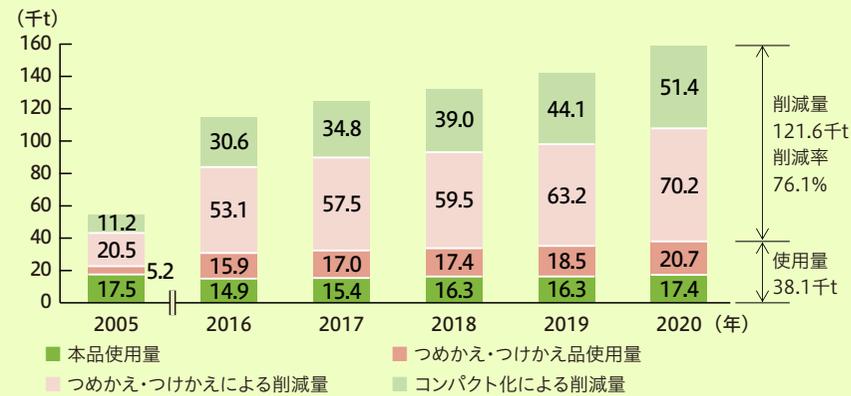
包装容器使用量

花王(株)におけるつめかえ・つけかえ製品の数370品目(2020年12月時点)、普及率は83%と最近では80%強で推移しており、特に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(本数ベース)。

また、つめかえ・つけかえ用製品によるプラスチック

削減量は70.2千トンとなりました。製品の濃縮化による効果を加味すると、プラスチック削減量は121.6千トンに上り、削減率は76.1%でした(全品が本品容器である場合との比較)。

つめかえ・つけかえ製品のあるカテゴリーのプラスチック使用量と削減量の推移



※ 集計範囲: 花王(株)

※ ボディ用洗剤、手洗い用洗剤、シャンプー・リンス、洗たく用液体洗剤、柔軟仕上げ剤、台所用洗剤、住居用洗剤、漂白剤、かびとり剤

※ 2019年のデータに誤りがあり修正しました。

製品1回使用あたりの包装容器プラスチック量

地域別の製品1回使用あたりの包装容器プラスチック使用量は、日本が0.36g、アジアは0.84g、欧米は0.78gでした。対象は、比較可能な一般家庭向けシャンプー・リンスカテゴリーです。

革新的フィルム容器や、つめかえ・つけかえ製品の普及を図ることにより、1回使用あたりの包装容器プラスチック量の削減をめざします。



具体的な取り組み

製品における取り組み

製品の材料使用量削減

生活者が製品を使用した後で廃棄物となる製品の材料使用量削減を継続しています。たとえば、テープタイプの紙おむつ「メリーズMサイズ」では、1990年の製品に比べ製品機能を上げつつ、37%製品重量を削減しています。

紙製湯道管

ケミカル事業部門が取り扱っている紙製湯道管は、パルプモールド成形技術と高温材料技術を融合させ、古紙を原料に利用しています。一般的な陶器製の湯道管に比べ、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。

リサイクル材を利用した製品

一部の製品にリサイクル材を利用しています。1960年代から粉末タイプの衣料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います。1987年に発売した衣料用洗剤「アタック」の計量スプーンには、リサイクルPP樹脂を、1994年発売のフロア用掃除道具「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PET樹脂をそれぞれ使用しています。

廃棄PETをアスファルト改質剤「ニュートラック 5000」に使用

ケミカル事業部門では、廃棄されるPET素材(廃棄PET)を花王独自の変性・配合技術によって新たなアスファルト改質剤「ニュートラック 5000」にポジティブリサイクルし、2020年末より本格販売を開始しました。

従来の改質剤の特長であるアスファルト舗装の耐久性向上に加えて、社会問題の一つである廃棄PETをアスファルト改質剤の原料として再利用することで、環境に配慮した高耐久アスファルト舗装が可能となりました。(舗装面積100m²中PETボトル約1,430本分相当の利用が可能)

使用済み紙おむつのリサイクル

使用済み紙おむつを炭素素材へ変換する実証実験を、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)のある愛媛県西条市の協力のもと、2021年1月から開始しました。リサイクル時に発生するCO₂を削減しつつ、殺菌・消臭しながら体積を減らす炭素化技術を開発。得られた炭素素材の産業利用、空気・水環境の浄化、植物の育成促進への活用を進めます。

リサイクルシステムの開発は、京都大学オープンイノベーション機構との共同研究です。

包装容器における取り組み

Reduceの取り組み

スマートホルダーとラクラクecoパック

花王は、つめかえやすい「ラクラクecoパック」を「つけかえ」することで、最後までムダなく使えて環境に配慮し、簡単な操作でユーザビリティをさらに向上させた専用ホルダー「スマートホルダー」を2017年から提案しています。これにより、プラスチック製の本品ボトルが不要になります。

これまでオンラインサイトのみでの販売でしたが、2020年4月より店頭での販売を本格的に開始しました。より多くの生活者が手に取りやすくなり、使用をさらに促進できると考えています。



スマートホルダーとラクラクecoパック



軽い力で押すだけでフィルム容器から一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」を実用化

2020年9月発売の『ビオレ u ザ ボディ ぬれた肌を使うボディ乳液』において、「ラクラクecoパック」につけて使うことで、軽い力で押すだけで一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」を採用。この容器はポンプ付きのボトル容器と比較して、プラスチック使用量を約50%削減。力が弱い人でも楽に使えるなどユニバーサルデザインの観点でも優れた特長を持っています。



らくらくスイッチ



→「らくらくスイッチ」については以下のページでも紹介しています。

P56「快適な暮らしを自分らしく送るために」>ユニバーサル プロダクト デザイン/らくらくスイッチとつりさげパックの使用イメージ」

P64「思いやりのある選択を社会のために」>サステナブルなライフスタイルの推進/「らくらくスイッチ」採用製品発売」

「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」を米国発売の「MyKirei by KAO」に採用

2020年4月に米国で発売した「MyKirei by KAO」では、花王が開発したフィルム容器「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」を初めて採用。フィルムは詰めかえ用容器に使われるやわらかい素材ですが、容器の外側に空気を入れて膨らませることで、自立する容器として使用することができ、プラスチックの使用量をポンプ型ボトルに比べ約50%少なくすることができます。また従来のボトルに比べて液残りが少なく最後まで使うことができます。



MyKirei by KAO



→「MyKirei by KAO」について詳しくは P72「思いやりのある選択を社会のために」>パーパスドリブなブランド/MyKirei by KAO(アメリカ、花王USA)」

フィルム容器「Tube Like Pouch」(チューブライクパウチ)を米国発売の「ジョン・フリーダ」に採用

2020年7月より期間限定で、花王が開発した容器「Tube Like Pouch」を、「ジョン・フリーダ」ブランドのヘアケア製品の一部において米国のWalmartおよびWalmart.comで発売しました。主に詰めかえ用の包装容器で使われているフィルム素材を本品容器として使うことで、従来の本品容器と比較して、プラスチック使用量を50%削減しており、液もほぼ最後まで使いきることができます。



Tube Like Pouch

プラスチック製アイキャッチシールの廃止

商品に貼付されるプラスチック製アイキャッチシールは、生活者の購入時に商品特徴や正しい使用方法などを的確に伝達できるメリットがある反面、プラスチック使用量が増え、プラスチックごみや廃棄時のCO₂排出量の増大につながるという課題があります。

そこで花王は、プラスチック製アイキャッチシールの廃止を始めています。2020年は日本で販売している

ごみゼロ 301-2,301-3,306-2(廃棄物2020)



製品のほか、海外ではベトナムで生産しているボディウォッシュ、中国で生産・販売している洗顔料(泡タイプ)、インドネシアで生産・販売しているメイク落としなどで実施を進めています。



ベトナムで製造しているボディウォッシュ



中国で製造・販売している洗顔料(泡タイプ)



インドネシアで製造・販売しているメイク落とし

Replaceの取り組み

リサイクルプラスチックの使用

花王は、世界各地でリサイクルプラスチックを包装容器に利用する動きを加速しています。

2020年、欧州のサロンで展開しているブランド「ケラシルク」や、アメリカで展開している「オリベ」で、新たにリサイクルプラスチックを使用した容器を上市しました。



台湾における「花王シャンプー」「花王ボディウォッシュ」「ビオレプライムボディ」「メンズビオレシャンプー」:
2016年から100%リサイクルプラスチックを使用した容器を採用



欧米のサロンで展開しているブランド「ケラシルク」:
2020年から再生ポリエチレンテレフタレート(PET)を50%使用したハンドウォッシュとハンドローションの容器を採用



アメリカで展開しているブランド「オリベ」のサロン向け商品「ザ・ファウンデーション」と「アンプリファイヤー」:
2020年から、アメリカでリサイクルされた再生ポリエチレンテレフタレート(PET)を100%使用し、繰り返し使うことができる店頭向けボトルを採用



日本における「クイックワイパー ウエットシート」:
リサイクルプラスチックを80%配合した袋を採用

植物由来プラスチックの使用

植物由来プラスチックを容器やフィルムに利用する技術開発を積極的に進め、2012年に初めて実装して以来、その利用品目と利用量は拡大し続けています。

たとえば、つめかえ用製品「ラクラクecoパック」において、植物由来プラスチックを重量ベースで15%取り入れています。



植物由来ポリエチレンを採用した製品群



Reuseの取り組み(つめかえ・つけかえ製品の推進)

つめかえ・つけかえ製品の提供やスマートホルダーの拡販を、引き続き実施しています。

店頭でのつめかえ

モルトンブラウンでは2019年のパッケージ削減の取り組み(オードトワレとオードパルファンの店頭つめかえ)に引き続き、2020年から、欧州および米州のオンラインストアおよび店頭で、繰り返し使えるガラスボトルと「ハンドウォッシュレフィル」の販売を開始しました。つめかえ用のパウチ1袋をつくるために使用するプラスチックの量は通常品の300mlボトル2本分と比べて80%少なく、使い捨てプラスチックの使用量、および廃棄量を削減することが可能です。



繰り返し使えるガラスボトルと「ハンドウォッシュレフィル」

プリンターヘッドのリファービッシュ

花王コリンズは、使えなくなったインクジェットプリンター用ヘッドをメンテナンスによって再生させる、“リファービッシュメントプログラム”を2012年から

一部ヘッドで開始しました。これにより、廃棄されるヘッドの数が減少し、環境負荷低減につながっています。

テイクバックシステムの構築

ケミカル事業部門においては、販売した製品容器を再利用する(テイクバックシステム)活動を進め、環境負荷の低減に努めています。2020年は顧客企業向けに使用している1トンコンテナ(IBCコンテナ)を、17,455基回収し、再使用しました。

つめかえ・つけかえ製品の普及による環境影響評価

2019年に、東京都市大学環境学部伊坪徳宏教授の協力のもと、LIME3手法を用いて、つめかえ容器が普及している日本の社会の環境影響評価を実施しました。その結果、つめかえ容器が普及した社会は本品ボトルをリサイクルする社会と比べ環境影響が低いことを確認しました。

Recycleの取り組み

リサイクリエーション活動

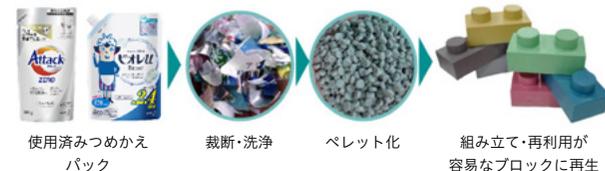
花王は、包装容器の新しい資源循環に向けた研究に取り組み、使い終えたものに、技術やさまざまな人の知恵・アイデアを加え、新たな価値を生み出す「リサイクリエーション」という考え方を提案し、これまでに5つの地域の皆さまと一っしょに検証を続けています。

実証実験では、地域の皆さまから洗剤やシャンプーなどの使用済みのつめかえパックを回収・リサイクルし、さまざまなモノ・価値をつくるという「クリエイション」を象徴

するブロックをつくり、新しいまちづくりや暮らしづくりに役立てようとしています。2020年9月より、ライオン株式会社とリサイクリエーションの協働を決定し、新たに東京都墨田区のイトーヨーカドー曳舟店において、つめかえパックの店頭回収とリサイクルの実証実験をスタートしました。将来的には、再びフィルム容器へ再生する水平リサイクルをめざしていきます。

→リサイクリエーション Facebook
www.facebook.com/RecyCreation.jp/

リサイクリエーション活動のイメージ



イトーヨーカドー曳舟店の使用済みつめかえパック回収ボックス(赤枠部分)



ワンウェイプラスチックの水平リサイクル^{※1}に向けた 資源循環型モデル事業の実証を開始

花王は2020年9月に、東京都による「プラスチックの持続可能な利用に向けた新たなビジネスモデル」公募の事業者採択されました。参加企業・団体とともに、「ワンウェイプラスチックの水平リサイクルに向けた資源循環型モデル事業」に取り組んでいきます。

今後、CLOMA^{※2}において積極的な発信と呼びかけを行なうことで、多様なステークホルダーの理解と協力を得て、社会全体の取り組みとして進めていきたいと考えています。

※1 同じ用途を持つ製品にリサイクルすること

※2 クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス

拠点における取り組み

廃棄物発生量の削減

花王は、液体製品を多く扱うため、製品切り替え時に実施するタンク洗浄による濃厚排水の処理で発生する汚泥の削減は大きな課題です。

花王インダストリアル(タイランド)では、排水のCOD濃度に応じて、別々の排水処理設備で処理することで排水処理場の汚泥発生量抑制に成功し、廃棄物削減に貢献しています。ファティケミカル(マレーシア)でも汚泥の脱水設備を導入して廃棄物量を削減しました。

また、小売業者における廃棄物発生量削減に貢献するために、小売業者の理解・協力のもと、製品を届ける際に使用する箱の利用量の削減を実施しています。

従業員からの声

花王インダストリアル(タイランド)の廃棄物削減活動

Dararat Insuwan

Manager of Compliance, Safety and Environment department
Kao Industrial (Thailand)



タイでは、これまで廃棄物の約65%が埋立処分されていました。廃棄物の埋立処分は他の方法よりも低コストですが、水質汚染や地下水汚染、大気汚染、気候変動、それらによる生態系の破壊が一因となるパンデミックなど、環境に多くの影響を与えます。そこで、私たち花王インダストリアル(タイランド)は、埋立処分される廃棄物を減らして「埋立処分ゼロ」を達成することを目標にしました。

埋立処分される廃棄物の削減に継続的に取り組む中で、その成功のカギは「分別」にあるということがわかりました。廃棄物の発生する場所で種類別に分別できれば、効率的に廃棄物を管理できます。分別する上で最も難しいのは、いかにして一人ひとりの理解と協力を得るかです。研修や一方的なコミュニケーションだけでは、十分ではありません。職場での社員の行動を観察

して、その行動を把握し、問題の根本的な原因を分析する必要があります。その上で議論によって解決策を見つけだし、その結果を関係者と共有して、頻繁にフォローアップすることも欠かせません。

また、分別することで、ある場所で発生した廃棄物を別のプロセスで活用できることもわかりました。発熱量の高い非有害廃棄物を分別し、セメントキルン設備で使用される代替燃料(RDF:ごみ固形燃料)または代替原料として利用したり、研究室試験から生じる不燃性廃棄物であるコンクリートくずを分別し、ガーデンデコレーション用の資材として自治体に寄付したりすることで、「埋立処分ゼロ」目標を達成しました。このような活動はすべて、社員全員の協力やチームワークの力なくして成功させることはできません。

私たちは「埋立処分ゼロ」を実現しましたが、ごみゼロのコンセプトに基づき、廃棄物を発生源から減らすことで、廃棄物管理の効率を継続的に向上させ、Kirei Lifestyle Planにおける2030年のごみゼロ目標の達成をめざします。



廃棄物のリサイクル強化

製造時の廃棄物のリサイクル

おむつや生理用品を製造する際に発生する廃棄物を、プラスチックパレットにリサイクルする取り組みを進めています。花王のマトリックス運営組織の強みを活かし、研究所など関連部門が協力し合い、花王の工場内でテスト運用を2016年から開始しました。

2020年までに772トンの廃棄物をプラスチックパレット49,620枚にリサイクルしました。

社内でのごみゼロ意識の浸透

グローバルRCミーティング

レスポンシブル・ケア活動の一環として、日本と工場を有する海外子会社のRC担当者が一堂に会する会議を年1回開催しています。各子会社の廃棄物削減を含むRC活動の活性化とレベルアップを目的としています。

2020年は残念ながら新型コロナウイルス感染症の影響で書面での開催となりました。

SCM部門RC環境部会

SCM部門ではRC環境部会を年2回開催し、日本の工場の廃棄物の発生抑制、リサイクル化を推進するために、各工場の実情把握、ベストプラクティスの共有などを図っています。

容器検討会

社内の理解と活動の推進のために、包装技術研究所では、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。

2020年は日本で54回、アジアで4回、いずれもオンラインで開催しました。



“いっしょにeco”を基盤としたステークホルダーとの協働

お客さまと“いっしょにeco”

花王エコラボミュージアムにおける啓発活動

プラスチック使用量を大幅に削減できるつめかえ・つけかえ製品をお客さまにより多く選択していただくよう、花王の包装容器の取り組み紹介を花王エコラボミュージアムやエコプロ展で行ないました。



包装容器のプラスチック使用量を実感できる展示

エコバッグを清潔に保つお手入れ方法や洗い方

環境に対する意識や関心の高まりや、レジ袋の有料化に備えることなどにより、スーパーで買い物をする人の88%がエコバッグを持参すると回答しました(2019年12月 花王調べ)。

2020年7月に全国でのプラスチック製の買物袋、いわゆるレジ袋の有料化が実施されたことを機会に、花王生活者研究センターでは、利用頻度が増えるエコバッグを清潔に保つためのお手入れ方法を「くらしの研究」サイトに掲載しました。

ビジネスパートナーと“いっしょにeco”

包装容器の開発や上市を行なう際には、材料メーカー、リサイクル樹脂メーカーや包装容器メーカーとの協働が欠かせないものであると認識し、広く共同開発を行なっています。

社会と“いっしょにeco”

クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス

海洋プラスチックごみ問題の解決に向けた取り組みを世界全体で推進することをめざし設立された「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス」に参加しています。花王(株)の取締役会長が会長を務めており、日本の企業をリードしています。



→クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス
cloma.net/archive/

容器回収活動

自然界に排出されてしまった包装容器などを回収する活動を外部団体とともに推進しています。

2020年9月に和歌山市と連携協定を締結し、海洋プラスチックをはじめとする陸上活動に起因する汚染から海を守るため、和歌山市内で回収した海洋プラスチックごみを再生樹脂に加工。さまざまな活用方法を検討しています。また、花王は独自に、海ごみや河川ごみ、市中ごみなどの回収活動を行なっています。

廃棄物セミナー等での事例紹介

日本では、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、処理業者で多く発生していると報告されています。

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な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、さまざまな廃棄物セミナーで事例紹介を行なっています。

これらの活動の結果2020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。



ステークホルダー・エンゲージメント

同業他社や小売店と協働した 国内つめかえ容器10,000トン回収に 向けた期待と提言



石川 雅紀 氏

NPO 法人ごみじゃぱん
代表理事
叡啓大学特任教授
神戸大学名誉教授

花王担当者より

2020年のメッセージでは、複合フィルムのマテリアルリサイクルに向けて、多様な主体との連携を期待いただきました。

これに対し、2020年9月にライオン株式会社と企業の枠を超えてフィルム容器リサイクルの技術的課題を共有する取り組みに着手し、11月に同社と共に株式会社イトーヨーカドー曳舟店(東京都墨田区)にて、つめかえパックの店頭回収を開始しました。

今後、回収に協力いただく自治体や企業・店舗の拡大を図り、フィルム容器リサイクルの社会実装を進めます。

ごみゼロをめざす花王の活動のポイント

1. 高いレベルのコミットメント
2. 同業他社との協働
3. 複合フィルムのマテリアルリサイクルへの挑戦
4. 市民、行政、小売、NPO等と連携しての活動

活動のさらなる深化と拡大に向けての期待と提言

1. 連携のさらなる拡大
 - 1.1. 水平および垂直協働の拡大
 - 1.2. スケールアップ可能な回収方式
2. 価値創造
 - 2.1. 誰にとつてのどんな価値創造をめざすか
 - 2.2. 資源価値以外の価値創造の追求
3. 製品設計と技術開発
 - 3.1. つめかえパウチ設計の業界としての標準化
 - 3.2. 中長期目標としての業界レベルでの単一素材化

花王の2020年の活動では、さまざまな前進があった。野心的な目標を宣言し、達成に向けてこれまでの活動を見直し、社内外の体制を整えた上で着実な前進を記録した。

最も重要なことは、2025年にリサイクリーション活動で国内つめかえ容器消費量の約20%程度に相当する10,000トンの回収を宣言したことである。さらに活動を製品市場で競合するライオン社と協働で行なうとの発表は、企業が社会的な価値を追求する活動として注目を集めており、両社の英断は賞賛に値する。

さらに、両社の本社、事業所などで縁のある東京都墨田区においてセブン&アイグループと連携し、イトーヨーカドー曳舟店において店頭回収の実証事業を開始した。このようなサプライチェーンの水平方向および垂直方向の連携は循環経済を実現する上で核となる要素である。言葉としてはこれまでも論じられてきたが、実現したことがすばらしい。実現させた両社およびセブン&アイグルー

プが今後さらに連携を深めることに加えて、水平方向および垂直方向への連携がさらに拡大することを期待する。

2019年までのリサイクリーション活動では、地域にあった多様な回収方式を実施してきたが、このアプローチだけでは年間10,000トンの回収は難しい。次のステップとしてスケールアップ可能な回収方式の開発が必要であり、小売店店頭での回収は有力な手段である。

10,000トン回収を持続可能な形で実現するためのハードルは3つあると思う。一つは、生活者の協力である。量を考えると行政による分別回収の可能性は低いので、生活者に回収拠点まで持ってきてもらう必要がある。二つ目は、生活者の利便性を考えるとあまり遠くまで持ってきてもらうことは現実的ではなく、回収拠点は地理的に分散するということだ。多数の回収拠点から運搬する二次物流の生産性をいかにしてあげるか。三つ目は、回収物の用途である。

生活者の協力を得るためには、持ってくる生活者に対し価値を提供する必要がある。可能であればその価値は、その生活者だけにとどまらず、たとえばコミュニティにとつても価値になるとすばらしい。アマタ社が南三陸町、生駒市で展開しているドロップオフ型のごみ・資源回収のモデルではこれが実現できることを実証している。

二つ目のロジスティクスの課題は企業間連携、またDXによる空き車両を活用する革新的な仕組みなどに解決の道があるのではないかと。

三つ目の課題の回収物の用途の課題は、中長期的にはつめかえ容器の単一素材化を業界全体で行なうことで用途を広げることができる。生活者コミュニケーションと需給の安定性を考えると、つめかえ容器の原料として使用することが望ましい。



節水効果の高い処方および製造工程を採用して、花王のすべての製品と業務に関わる水使用量を削減します。

ESG キーワード

水リスクの低減

適切な排水処理

製品のライフサイクル全体における水使用量の削減

“いっしょにeco”

水源別取水量・放流先別排水量の把握

CDPによる評価

3R

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

水は地球上のすべての動植物を育むためになくてはならないものです。また清潔な暮らしを営むためにはすべての人々が衛生的な水を持続可能な状態で利用することが必要です。たとえば日本では、家庭用水は洗浄を目的とするものが大部分を占めている^{※1}といわれています。また、日本のご家庭で花王製品を使用する際に使用された水量は生活用水使用量の15%程度を占めている^{※2}ことから、花王には大きな社会的責任があると認識しています。

現在、多くの地域において局所的な大雨や洪水、慢性的な渇水やそれに伴う長期間の乾燥などの問題が顕在化していますが、今後は人口増加や気候変動により、ますます深刻化することが予想されています。

さらに、水は地域的な資源であることから、たとえば、河川から同じ量の水を取水する場合でも、水資源が豊富な流域での取水と水ストレスの高い流域での取水では、水資源への影響という観点から、大きな違いがあります。そこで、花王が持続的な運営を行う上で、自社の水リスク低減と、地域環境・住民への配慮の双方が求め

られていることを認識しています。

※1 国土交通省水管理・国土保全局水資源部

※2 花王調べ

花王が提供する価値

製品ライフサイクルにおけるすべての段階で水の利用効率を大幅に改善することをめざしています。工場においては水使用量の削減目標を掲げ、継続的に取り組んでいます。これは工場が用水として利用する流域(河川やその水源)の保全につながると考えています。

また、製品使用時の水使用量を削減できる節水製品を開発し、グローバルに展開しています。これにより、水使用量に制限がある場合でも、生活者の清潔な暮らしを続けることができると考えています。

貢献するSDGs





「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会

気候変動により、すでに渇水や局所的大雨による影響が世界各地で表れています。政府・企業はCO₂排出量の削減に向けてさまざまな取り組みを進めていますが、今後、気温がさらに上昇することは必至で、これらの影響はさらに深刻化していくと理解しています。

また、世界の大都市の住民は増え続けています。都市の水関係インフラ能力が、増え続ける住民の需要を満たすことができなくなると、住民は十分な水を使用できない、排水処理が適切になされない状況となり、住民の清潔・衛生を脅かす可能性があります。また市水のコストアップがあると、工場運営コストが増加し利益減となるリスクがあります。さらに、工場においては、流域の環境・住民への配慮した行動が求められており、この対応を行わないことで、地域住民などからのレピュテーションリスクが発生すると考えています。

一方、気候変動に関連する節水意識や清潔・衛生意識の高まりは、花王の事業に深く関係することから、大きな機会があると考えています。また、上記の状況を見据えて工場における水使用量削減を継続的に実施していることは、コストダウン・利益増にもつながると考えています。

2020年は、新型コロナウイルス感染症により、新たなリスク、機会が発生しました。清潔意識の向上は、水を使用する洗浄製品の需要増となり、売上が増加する機会となりました。一方、ライフサイクル、特に使用場面での水使用量が増加しました。その結果、花王が掲

げる水削減目標が達成できない可能性が高まり、目標未達に対するレピュテーションリスクが発生すると考えています。洗浄意識が高まった状況で、渇水が発生すると、生活者が十分な洗浄行為ができなくなり、Kirei Lifestyleを維持することができなくなるリスクがあります。

方針

花王製品のライフサイクルを通じた水の使用量は、使用段階が90%程度、原材料工程が10%程度を占めています。そこで花王は、日本における消費財のトップメーカーとして、リーダーシップを発揮し、節水製品の積極的上市や行政・サプライヤー等とのエンゲージメントを図っています。

花王は、製品の開発から廃棄に至るすべての過程において、水に関する影響を最小化する活動を継続的に行なっています。

環境・安全の基本理念と基本方針において、「製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行ない、環境負荷が小さい製品の提供に努める」と掲げています。また花王レスポンシブル・ケア方針において、「環境負荷が小さく、生活者・顧客が安心して使用できる製品の技術開発とその提供に努める」「事業活動において、節水等を含めた省資源を進めるとともに、環境影響を継続的に改善する」と宣言しています。

さらに環境宣言において、「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品が関わるライフサイクルの中で生活者をはじめさまざまなステークホルダーの方と一しょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」と決意を表しています。



→環境・安全の基本理念と基本方針

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

→花王レスポンシブル・ケア方針

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

→花王 環境宣言

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

教育と浸透

製品ライフサイクルにおける水使用量の90%程度が使用段階であることから、節水に貢献する製品設計を行なうことが重要です。そのため、社員に対し教育の機会を多く設けています。

花王社員が工場の節水活動や、節水製品の研究開発



を担うにあたり、さまざまな機会を通じて水に関わる知識を得、自主的・積極的に水保全に対する活動に取り組むことが花王の活動のレベルアップにつながります。

また、花王社員は、製品を開発・提供する立場のみならず、会社を離れると一生活者であり、製品を選択する側となります。したがって、社員も生活者として、水保全に取り組む必要があります。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者がKirei Lifestyleを実現するために、花王は双方向のコミュニケーションを通じてさまざまなステークホルダーとの相互理解を深め、協働していくことが必要と認識しています。

生産における水使用は地域社会に影響を与えるため、地域社会とのコミュニケーションが必要です。多くの工場では毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーションを取っています。

各国・地域が抱える水問題を解決していくために、政府や自治体、NPOなどが進める活動に積極的に参加しています。中国においては節水キャンペーンを実施、また日本においては環境省 Water Project に参画しています。

水リスクが高いセクターに属するサプライヤーには、自らの水管理レベルの向上を理解し、行動をしていただく必要があります。毎年CDPサプライチェーンプロ

グラムを通し、回答を依頼しています。

生活者のKirei Lifestyleの実現のためには生活者の行動変容が必要です。ミュージアムや工場の見学を通して、すべての生活者が日々使用する水を題材に、Kirei Lifestyleを考えるきっかけを提供しています。たとえばエコラボミュージアムでは、生活水の量を実感できる展示をしています。

体制

取締役会の監督のもと、リスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESG委員会でなっています。これら委員会の委員長はともに代表取締役 社長執行役員が務めています。

内部統制委員会のもと、政策・法規制や技術リスクなどを管理するレスポンシブル・ケア推進委員会と市場、評判、急性リスクなどを管理するリスク・危機管理委員会があり、これら委員会の委員長はともに経営サポート部門担当役員が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会の事務局は、コーポレート戦略部門危機管理RC推進部が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会は年2回開催され、法規制遵守状況、水使用量削減状況などについて報告・討議がなされ、翌年の目標設定も行なっています。レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は、毎月、法規制遵守状況の確認や水問題についてのインパクトの大き

い工場を中心に水使用量実績の把握などを行ない、レスポンシブル・ケア推進委員会委員長、各委員、内部統制委員会委員、監査役等に報告しています。リスク・危機管理委員会は年4回開催され、自然災害やレピュテーションなどのリスクを管理しています。

内部統制委員会は、年1回以上開催され、レスポンシブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会などの下部委員会の活動状況の報告を受け、各委員会の活動内容の監督を行なっています。

水に関する機会管理は年4回開催するESG委員会で実施しています。同委員会の委員は事業、販売、R & D、SCMなどの責任者が務め、事業との一体運営を行なっています。同委員会とその下部組織のESG推進会議は、水をはじめとする環境課題や、社会、ガバナンスの課題について討議しています。同委員会はその活動状況を年1回以上取締役会に報告し、取締役会の監督を受けています。

水資源に関するリスクと機会の管理体制は、気候変動に関する管理体制と同じです。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」



中長期目標と実績

2020年目標

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、毎年1%の削減を目標とし、2013年に設定しました。

日本花王グループ製品使用段階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。(いずれも2005年比)

項目	対象範囲	2020年目標
水使用量 (売上高原単位)	花王グループ全拠点	40%削減
	日本花王グループ生活者向け製品使用時	30%削減

2030年長期目標

項目	対象範囲	2030年目標
水使用量 (売上高原単位)	花王グループ全拠点	45%削減(2005年比)
	花王グループ製品ライフサイクル全体	10%削減(2017年比)
	湧水地域における製品ライフサイクル全体	40%削減(2017年比)

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

花王グループ全拠点の水使用量目標を達成することで、事業運営費の低減に寄与し、利益増に貢献します。製品使用時の水使用量目標と製品ライフサイクル全体の水使用量目標を達成するには、節水製品の売上増が必須のため、目標達成により売上増が期待できます。

花王グループ全体の2030年における水使用量は、何も削減策を講じないと2017年比1.66倍となると見込まれ、市水のコストが20%上昇する^{*}と、コストが771百万円増加することが見込まれます。一方花王は2030年に水使用量を2005年比45%削減する目標を掲げていることから、市水のコスト増を51百万円抑制することができると見込まれます。

^{*} 出典:水道事業の将来予測と経営改革(日本政策投資銀行、2017年)

社会的インパクト

花王グループ全拠点の水使用量目標を達成することで、工場が使用する水の取水源がある流域の淡水の持続可能性に寄与し、生態系の保全に良い影響を与えていると考えています。また、製品使用時と製品ライフサイクル全体の水使用量目標を達成することで、水道に関わるインフラ維持の負荷が低減されたり、生活者の水使用量が削減されることで上下水道料金負担の軽減にもつながります。



2020年の実績

実績*

水使用量(取水量)の推移(全拠点)



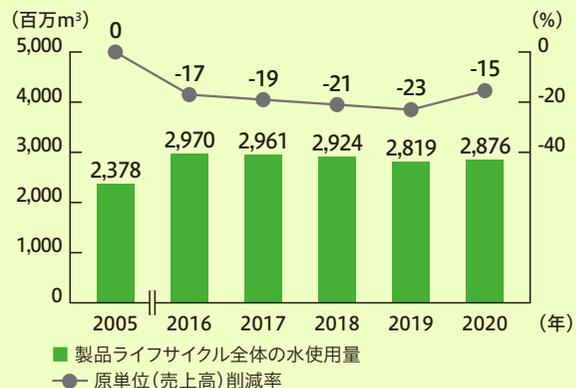
※ 集計対象は2005年は花王グループ全生産拠点、日本国内の非生産拠点が対象。2016年以降はすべての非生産拠点を含まず。
 ※ 保証対象は水使用量(取水量)

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、主に日本国内の生活者向け製品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

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製品単位数量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)を通じた水使用量に当該製品の年間の売上数量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、産業界向け製品は、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、2005年度は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

水源別取水量の推移(百万m³)*

	2018年	2019年	2020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)	5.3	5.1	5.1
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	12.5	12.5	11.8
他の組織からの排水	0.02	0.07	0.1

※ 集計対象拠点:花王グループ全拠点

放流先別排水量の推移(百万m³)*

	2018年	2019年	2020年
河川・湖沼	2.4	2.5	2.7
半塩水取水源・海	6.4	6.3	5.7
地下水	0.0	0.0	0.0
下水道	2.9	2.8	2.8
他の組織への排水	0.0	0.0	0.0
合計	11.7	11.7	11.2

※ 集計対象拠点:花王グループ全拠点



→ CDPによる評価はP94「よりすこやかな地球のために」> 脱炭素/2020年の実績:CDPによる評価

実績に対する考察

水使用量(全拠点)は、前年より微減の17.1百万m³で、売上高が減少したため原単位(売上高)削減率は昨年より悪化して39%となり、2020年目標の40%を達成できませんでした。また、取水リスクのある生産拠点の水使用量は3.1百万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57百万m³、38百万m³増加し、原単位(売上高)削減率は前年より8ポイント悪化の15%削減(2017年比5%増加)、前年より3ポイント悪化の26%削減となりました。新型コロナウイルス蔓延の影響による売上の減少と、一方でハンドソープや衣料用洗剤などの水の原単位の大きい洗浄剤の売上の増加に起因します。

課題は使用段階での水使用量の低減です。節水型製品のさらなる拡大を進めていきます。



具体的な取り組み

原材料購入における取り組み

2015年、CDPサプライチェーンプログラムに参加し、水リスクが高いセクターに属するサプライヤーに対して、自らの水管理レベルの向上を促しています。具体的には、CDPの質問書に回答いただき、花王独自の評価法によりサプライヤーの水管理状況等を評価し、結果をフィードバックしています。

2020年の調査の結果、「★★★★」以上の評価となったサプライヤーは前年に比べ1社増加し、サプライヤーの活動レベルが向上していることがわかりました。一方、30%程度を占める非回答サプライヤーに対し、回答していただくようエンゲージメントを進めています。

サプライヤーの活動レベル(水)



開発・生産・販売における取り組み

水使用量削減の取り組み

花王の各工場では、製品への配合や設備の洗浄・冷却などに水を利用しています。工場ごとに水使用量の削減目標を設け、3R (Reduce、Reuse、Recycle) の視点で水使用量削減や再利用に取り組んでいます。

Reduce

ボイラー用水や冷却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

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。

Recycle

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利用する活動を多くの工場で行なっています。

3Rの取り組みの例

会社名	内容
上海花王化学	一部の製品の反応プロセスで使用した水を、別の製品の製造プロセスに再利用し、水使用量を削減
花王(ベトナム)	タンクの洗浄・滅菌プロセスにスプレーを利用した方式を導入し、水や蒸気を削減
花王インダストリアル(タイランド)	冷却水のオーバーフローを冷却水プールに戻して、水使用のムダを削減
キミ花王(メキシコ)	地元自治体と、自治体の浄水設備から多くの再生水を受け入れる協定を締結。逆浸透膜による下水の有効利用により、購入した再生水をよりきれいな水にし、生産に使わない残りの水を市の施設を介して川に放流することで、地域の水循環に貢献



気候変動シナリオ分析

気候変動による降水量の変化や海面水位の上昇は世界で均一ではなく、地域差が大きいことが報告されています。将来の年平均降水量は、RCP8.5モデルの2080年から2100年の期間で、高緯度域および太平洋赤道域では増加、中緯度や亜熱帯の乾燥地域では減少すると報告され、海面水位上昇量は同モデル・期間において世界平均では0.71mですが、その幅は0.51mから0.92mと大幅に異なっています。

そこで花王は、事業場・工場・物流拠点を対象に、気候変動による水リスクの評価を行ないました。

一次スクリーニングとして、立地条件の把握(主に洪水/高潮の観点で近傍の河川、海岸線、標高等の確認)、既存ツールによる確認(Aqueduct、ハザードマップなど)、過去事例の確認(過去の水害その他自然災害の有無)を行ないました。次いで、一次スクリーニングで抽出された拠点について、気候モデルで豪雨、少雨、高潮のリスクを現在気候(1951~2011年)と比較しました。

結果、少雨の発生頻度は全拠点において現在気候と同程度であること、豪雨と高潮の発生頻度は、現在気候より増加する拠点があること、浸水の被害は花王のこれまでの想定ほぼ同一であることが分かりました。

今後、詳細な解析を実施し、必要な対応を行なっていきます。

使用における取り組み

使用段階の水使用量が全ライフサイクルでの水使用量の90%程度を占めていることから、節水型製品の提供とその使用方法のコミュニケーションに取り組んでいます。

花王は、すすぎ1回を可能にした衣料用洗剤「アタックNeo」を2009年に日本で発売。2019年には、洗浄力・消臭力・洗剤残りゼロを両立した「アタックZERO」を発売しました。水使用量の少ないドラム式洗濯機専用の製品もラインナップされています。また、すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤は、日本、台湾で提供しています。花王は、洗たくにおけるすすぎ1回のあたりまえ化をめざしています。

花王は、泡に着目した本質研究により、他の製品群においてもすすぎ水を削減することに成功しています。2010年には従来品よりすすぎ水を20%減らすことができる「メリットシャンプー」を、2014年にはすすぎ水を20%減らすことができる食器用洗剤「キュキュット」を、2015年にはすすぎ水を10%減らすことができる浴室用洗剤「バスマジックリン」などを上市しました。引き続き本質研究に基づく節水型製品の展開を図っていきます。

節水方法についても、さまざまなアプローチで生活者に伝えていきます。たとえば、より少ない水で洗髪できる「エコシャンプー術」を開発し、生活者への啓発も行なっています。節水型製品の提供と同時に、節水方法をお伝えしていくことは、「環境宣言」のスローガン“いっしょにeco”をまさに具現化した取り組みです。

“いっしょにeco”のもとで推進する教育と活動

社員

- ・レスポンシブル・ケア活動に基づく社員教育において、全社員を対象に教育を実施
- ・ISO14001を取得している工場・研究所において、対象事業場で働く全社員を対象に教育を実施
- ・花王エコラボミュージアムにおいて社員向け説明会を実施
(2020年は新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、社員向け「オンライン見学会」を実施)

お客さま

- ・花王エコラボミュージアムで節水に関する展示を実施(2020年は新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、一般向け見学は中止。小学校向けの「オンライン見学」にて暮らしと水について説明を実施)

ビジネスパートナー

- ・重要サプライヤーをお招きしたベンダーサミット(2020年は新型コロナウイルス感染症の影響を受けて中止)
- ・CDP質問書への回答を要請



地域社会

- ・多くの工場で毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーション

行政／自治体

- ・中国において節水キャンペーンを実施
- ・日本において環境省 Water Projectに参加

中国清潔・節水全国運動—節水キャンペーン9年連続実施

花王(中国)投資は、中国生態環境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。2020年の活動は9月から12月まで行ないました。

中国国内での一般市民および大学生の節水意識を喚起する活動として、これまで「節水」をメインで展開してきましたが、今年からさらに「生物の多様性、プラスチック削減、低炭素、ゴミのリサイクル」など、幅広い環境保護の視点に拡大しました。

新型コロナウイルス感染症の影響もありましたが、各地の大学生が中心になって活動を展開し、約4カ月間で中国全土21の省・市にある67カ所の大学から100件以上の提案がありました。その中から19のプロジェクトを選出し、実行を支援しました。

2020年12月には、北京にある生態環境部宣伝教育センターのホールで閉幕式が行なわれました。全国の大学生の方々が自らの活動を実践することによって積

極的に環境保護に取り組み、さらに周りの方々に環境意識を向上させるために行なったさまざまな活動に対し、各地の大学生代表がリモートで参加して受賞しました。



北京で行われた閉幕式の様子

従業員の声

継続は力になる

王丹

花王中国
CSR担当



花王は、中国生態環境部宣伝教育センターと連携し、2012年から9年間、連続した活動を展開してきました。最初は一般市民に向けた「節水」「省エネ」「環境保護」などの活動でしたが、2015年から全国の大学生に向けた活動にしました。そうすることで、大学生の中で環境保護の意識を高めることができただけでなく、彼らの持っている環境に関する知識が発揮でき、環境の分野に関する幅広い提案や、提案の実行が実現できました。

私は担当として、花王の環境保護の理念を大学生の中で浸透させる活動を通して若い大学生の情熱を感じ、大学生と一緒に成長していることを実感しました。

継続的な活動を通して、多くの大学生が「花王」ファンになってくれました。

ステークホルダー・エンゲージメント

ライフサイクルの視点から世界の 水問題解決に取り組む花王への期待



伊坪 徳宏 氏

東京都市大学
環境学部 教授
環境情報学研究科長

巨大都市を含む世界が水問題の深刻化に喘ぐなか、生活用水の使用に強くかかわる花王の役割は極めて重要である。

人口一千万人でインド第四の都市チェンナイは、洪水と干ばつの双方で多大な被害を受けている。2015年では、一日降水量が494mmの大雨により新築のオフィスビルは二階まで浸水し、180万人が移住する事態となった。その4年後の2019年は大干ばつにより、貯水量が底をついた。毎日10,000m³の生活用水をトラックで運び、人々は水を受け取るために長蛇の列をなし、水を強奪するものも現われた。都市の急速な拡大による水需要の急増に上下水道の整備が追い付かず、湖などの水源の面積は10年前の1/4になり、汚染はさらに深刻になっている。これに気候変動が状況をさらに悪化させている。

都市の水環境の急速な悪化はチェンナイに限らない。

サンパウロ、北京、カイロ、ジャカルタといった世界の大都市が深刻な水不足に陥っている。国連によれば、現在22億人が安全な飲用水を利用できず、42億人がトイレ等の衛生設備が不十分な状況である。30億人が自宅で手洗いができず、新型コロナウイルス感染症の感染予防の基本行為すら難しい状況にある。2030年のSDGs達成が危ぶまれている。

花王グループでは、一年間に販売する製品がライフサイクル全体で関わる水消費量は実に28億m³であり、日本一年間の生活用水量150億m³の約2割を占める。その大半は商品の使用段階、つまり風呂・シャワー、トイレ、台所等で使用される水が占めているが、花王がこの15年で売上当たりの水使用量を3割削減することに成功したことは特筆に値する。洗剤やシャンプーの主力商品を節水型に大胆に切り替えるとともに、生活者への啓発活動を盛んに行なっている成果が着実に表れている。

花王は渇水地域における2030年のウォーターフットプリントを2017年から4割削減することを目標にしている。これが達成されれば、チェンナイをはじめとした世界の各都市の多くの人々が救われるだろう。

気候変動対策が「低炭素」から「脱炭素」へとシフトしたように、今後の渇水地域における都市の水対策は「節水」から「無水」へとトランスフォームするのかもしれない。2050年には世界の50億人が水不足による影響を受けると予測されている。花王のイノベーション技術を通して、この予測を覆していただくことを期待している。



製品の製造中または使用時に、大気や水系への放出による人や環境への影響を最小化するように配慮します。

ESG キーワード

VOC、COD 排出量の開示と低減

PRTR 法対象化学物質の排出量の低減

環境法規制の遵守

環境配慮型製品

地下水・土壌汚染の調査

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

大気汚染、水質汚染、土壌汚染が人の健康、農作物や大気汚染、水質汚染、土壌汚染が人の健康、農作物や植物、生態系へ悪影響を及ぼすことはいまでもありません。

窒素酸化物 (NOx)、硫黄酸化物 (SOx)、粒子状物質 (PM) や揮発性有機化合物 (VOC) などの大気汚染物質は、喘息などの肺疾患の有症率を上げることが知られています。これら大気汚染物質の多くは化石燃料の燃焼や有機溶剤の使用が原因です。大気汚染が原因の早期死亡者数は全世界で年間880万人、欧州では79万人に上るといわれています(ドイツ、マインツ大学)。また、近年では家庭におけるエネルギー効率を高めるために、室内の気密化が高まっており、室内で発生する化学物質が室内に長時間留まり、その濃度が高まることで、健康に影響を与えるという報告もあります(日本、横浜国立大学)。

人を含むほとんどの生物は水がないと生きていくことができません。また、清潔な暮らしを営むためには衛生的な水を利用することが必要です。水質汚染は、工場や生活排水に含まれるさまざまな物質が主な原因

となっています。

土壌汚染は、たとえば人の健康への影響としては、汚染土壌に直接触れたり口にする直接摂取による影響と、汚染土壌から溶出した有害物質で汚染された地下水を利用するなどの間接影響があります。土壌汚染は、一度発生すると、有害物質が蓄積され汚染が長期にわたること、大気汚染や水質汚染と比較して汚染状態を体感しづらいことなどの特徴があります。

2030年までにSDGsを達成するには、取り組みのスピードを速め、規模を拡大しなければならず、国連では2020年1月、SDGs達成のための「行動の10年 (Decade of Action)」をスタートしています。

花王が提供する価値

花王では、花王の工場から排出されるNOxやSOx、VOCなどの大気汚染物質の排出量や、工場排水中に含まれる有機物等の低減に努め、各国・地域の法令を遵守し、法令を上回る基準値を定めて厳しく管理することで、工場周辺地域の大气汚染・水質汚染を防止しています。

大気汚染に関し、世の中の働く人の健康維持にも配慮しており、ケミカル事業においてさまざまな製品を

提案しています。

水質汚染に関し、各工場では、地域で利用されている地下水が汚染されていないことを確認するために、土壌の状況を定期的に調査しています。

また、家庭用製品、業務用製品、ケミカル製品のすべての事業において水質汚染防止に貢献するさまざまな製品を提案しています。

貢献するSDGs





「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会

項目		内容
リスク	移行リスク	政策・法規制 大気や水質に関わるさまざまな政策・法規制が制定され、それに対応するために管理コストが増大する可能性があります。また、対応のため設備増強や新技術開発に投資することで設備費や運用費が増加し、利益減となるリスクがあります。さらに、工場立地エリアの大気汚染状況や、工場排水を排出する水域の水質汚染状況によっては、政府や自治体から操業の制限を要請され、生産が予定通りに行なわれず売上減となるリスクがあります。 想定される政策・法規制の例 ・大気汚染物質に対する規制 ・オゾン層を破壊する物質に対する規制 ・工場排水に対する規制 ・製品の化学物質使用に関する規制 ・製品の水関連環境性能や化学物質に関する表示制度
		技術 大気や水質に関わるリスクに対応するための製品研究開発費用が増大することで、運用費増加による利益減となるリスクがあります。さらに当該技術開発が失敗した場合、売上増を達成できなくなるリスクがあります。
		市場 国・地域レベルで大気汚染物質に対する規制が強まると、大気汚染の原因となる物質(有機溶剤など)の含有量が少ない、あるいは含まないケミカル製品の需要が増大する一方で、従来型のケミカル製品の売上が減少するリスクがあります。国・地域レベルで水質汚染物質に対する規制が強まると、水質汚染の原因となる物質(アルカリなど)の含有量が少ない、あるいは含まない業務用製品の需要が増大する一方で、従来型の業務用製品の売上が減少するリスクがあります。開発している製品等の技術レベルが市場の要求レベルに合致しなかった場合、売上減となるリスクがあります。
	評判 柔軟剤などの香りによるいわゆる香害により、ブランドオーナーに対するレピュテーションが低下するリスクがあります。	
	物理的リスク	急性 森林火災による大気汚染や、オイルタンカーの事故による水質汚染などにより、自社工場運営が停止し製品製造を継続できなくなるリスクがあります。同事象がサプライヤーの工場で発生することで、必要な原材料調達ができなくなり、結果として製品製造を継続することができなくなるリスクがあります。また、サプライヤーから花王工場まで、花王工場から顧客までのサプライチェーンが寸断されるリスクもあります。これらリスクは製品を市場に供給できなくなることから売上減となったり、リスクが顕在化したとき特別な対応を要することでコストが増加し利益減となります。さらには、大規模な大気汚染や水質汚染により生活者の暮らしに大きな制限が発生すると消費活動が落ち込み、売上が減少するリスクがあります。
	慢性 大気汚染や水質汚染が重篤化する可能性のあるエリアに自社工場やサプライヤー工場が存在することにより、今後の成長に必要な生産量増に対応できなくなるリスクがあります。	
機会	資源効率性	物流を最適化してトラックの空車走行距離を短縮することは、大気汚染物質の排出削減のみならず輸送費用の低減につながり、利益増にもつながります。
	製品・サービス	大気汚染物質の一つである粒子状物質(PM)は、健康被害をもたらすだけでなく、美容の観点では肌のくすみの原因になることがあります。今後、温暖化ガス排出削減を目的として石炭火力発電が減少し、大気中のPMの量は中長期的には少なくなると予想されますが、世界のすべての地域でPMがなくなるまでは一定の時間を要すると予想され、ビューティケア事業やファブリック&ホームケア事業においてはPM対応商品の機会があります。産業界では、現場の大気汚染の原因となる有機溶剤や粉じんを減らすケミカル製品の機会があります。多くの花王の製品は使用后、水環境に排出されます。界面活性剤の使用量を低減できる界面活性剤や、生分解性の高いポリマー、アルカリフリーの業務用洗剤は、水環境の改善という環境価値を提供します。
	市場	粒子状物質(PM)による大気汚染が顕在化することでPM対応型生活者向け製品が注目され、その売上が増加する機会があります。現場の有機溶剤や粉じんの規制が強化されることにより、対応するケミカル製品の需要が伸びる機会があります。
	レジリエンス	工場で大気汚染や排水汚染の対策を継続的に行なっていることは、製品製造の面で大気・水質問題に対するレジリエンス向上に役立っています。また60年以上の生活者相談対応と、40年以上にわたり構築したデータベースにより生活者動向を予測し新製品の提案をする活動は、事業のレジリエンス向上に必要です。

方針

花王は、家庭用製品から工業用製品まで幅広く化学物質を扱っており、開発から廃棄に至るすべての過程において、化学物質による影響を最小化する活動を継続的に行なっています。

環境・安全の基本理念と基本方針において、「製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行ない、環境負荷が小さい製品の提供に努める」と掲げています。また花王レスポンシブル・ケア方針において、「環境負荷が小さく、生活者・顧客が安心して使用できる製品の技術開発とその提供に努める」「事業活動において、廃水・排ガスの適正処理を行ない、環境影響を継続的に改善する」と宣言しています。

さらに環境宣言において、「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品に関わるライフサイクルの中で生活者をはじめさまざまなステークホルダーの方と一しょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」と決意を表しています。



→環境・安全の基本理念と基本方針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

→花王レスポンシブル・ケア方針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

→花王 環境宣言
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

教育と浸透

化学物質を取り扱う会社の社員として、さまざまな機会を通じ事業活動と製品の空気および水質への影響に関する知識を得、自主的・積極的にこれら汚染防止活動に取り組むことが重要であると認識し、教育の機会を多く設けています。

工場の空気および水質汚染防止活動や、低 VOC 製品、生分解性の高い製品の研究開発を担うのは社員です。社員の空気や水質に対する意識を向上することが花王の活動のレベルアップにつながります。また、社員も生活者として、空気および水質汚染防止に取り組む必要があります。

具体的には、レスポンシブル・ケア活動において、全社員を対象に空気および水質汚染防止を含む環境教育を実施しています。また、ISO14001ないしRC14001を取得している工場・研究所では、対象事業場で働く全

社員を対象に、空気および水質汚濁に関する法規制遵守の重要性を含む教育を実施しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者が Kirei Lifestyle を実現するために、花王は双方向のコミュニケーションを通じてさまざまなステークホルダーとの相互理解を深め、協働していくことが必要と認識しています。

生産における空気および水質の汚染につながる物質の排出は地域社会に影響を与えるため、地域社会とのコミュニケーションが必要です。多くの工場では毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーションを取っています。

事業活動により空気および水質の汚染につながる物質の排出は行政により規制がなされています。花王は、規制値より厳しいレベルの自主管理値を設定し、それを監視、遵守しています。また、水質の調査を花王単独だけでなく、業界団体としても継続して行なっています。

物流の取り組みにより、空気汚染の改善に貢献することが必要です。内閣府のプログラムに同業他社と共同で参画しています。

生活者の Kirei Lifestyle の実現のためには生活者の行動変容が必要です。ミュージアムや工場の見学を通して、すべての生活者が日々使用する水を題材に、Kirei Lifestyle を考えるきっかけを提供しています。

たとえばエコラボミュージアムでは、生活排水と下水処理に関する展示をしています。

ライオン株式会社と協働したスマート物流

内閣府が推進する戦略的イノベーション創造プログラムに参加し、2020年10月より花王とライオン株式会社の拠点間定期往復輸送を開始しました。この取り組みにより、従来の輸送方法と比較してトラックの空車走行距離を短縮し、両社合計で空気汚染物質排出量の45%削減を見込みます。

体制

事業活動に伴う空気および水系に対する汚染物質の排出量や進捗状況は、レスポンシブル・ケア推進体制のもと管理がなされています。



→レスポンシブル・ケア活動／体制
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=28



→ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」



中長期目標と実績

2025年中期目標

項目	対象範囲	2025年目標
VOC、COD 排出量を 開示する工場の比率	花王グループ全拠点	100%開示

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

事業活動に伴うVOC、COD排出量を開示することで、労働安全対策や公害対策の透明性が向上します。従業員の健康が維持され、公害発生リスクが低減することで、事業運営費の低減が図れ、利益増に貢献します。

社会的インパクト

事業活動に伴うVOC、COD排出量を開示し、同时对話を重ねることで、工場周辺住民とのコミュニケーションが向上し、ひいては社会全体のVOC、CODの排出量のレピュテーションリスクの低減につながると期待しています。

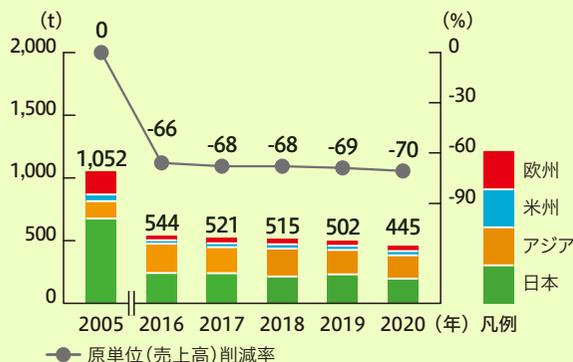


2020年の実績

実績*

* 売上高原単位は、2005年度は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

NOx 排出量の推移 (全生産拠点)



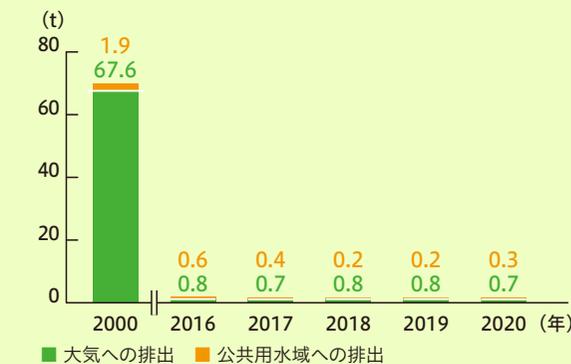
※ 集計対象は花王グループの全生産拠点
 ※ 保証対象はNOx 排出量

SOx 排出量の推移 (全生産拠点)



※ 集計対象は花王グループの全生産拠点

PRTR法対象化学物質の総排出量の推移



※ 集計対象は日本花王グループの全生産拠点

揮発性有機化合物(VOC)の排出量

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。現在は活動を維持することを目標とし、管理しています。

日本花王グループの工場で2020年に1トン以上取り扱ったVOCは33種であり、大気中への総排出量は6.2トンでした。

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

環境法規制の遵守

2020年は川崎工場で廃棄物処理施設(汚泥脱水施設)の軽微変更の届出漏れ、花王スペシャルティーズアメリカズで集塵機の定期点検漏れとスクラバー水の流量不足(罰金146千円)、キミ花王でスクラバーからのアンモニア水漏洩(罰金460千円)がありました。

環境法規制 遵守状況

区分	単位	2018年	2019年	2020年
逸脱件数 ^{※1}	件	4	0	4
内漏出	件	1	0	1
罰金総計 ^{※2}	千円	644	0	607
内漏出	千円	0	0	460

※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



具体的な取り組み

大気汚染防止への取り組み

工場における取り組み

規制の遵守

大気に放出される汚染物質の量や濃度は行政により規制されています。花王は、規制値より厳しいレベルの自主管理値を設定し、それを監視、遵守しています。

よりクリーンな化石燃料の利用

NOx、SOx、PMなどは燃料の燃焼に伴い発生することから、花王はクリーンな化石燃料である天然ガスを、インフラの整っているすべての工場で使用しています。石炭を使用している工場はありません。

PRTR法対象化学物質の排出削減

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年度にその目標を達成しています。その後、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2020年に1トン以上取り扱ったPRTR法対象化学物質は72種で、大気および公共用水域への総排出量は1.0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を把握し管理しています。

VOC(揮発性有機化合物)の排出削減

日本以外の工場の中には、まだVOC排出量を把握できていない工場や、排出量の多い工場があります。これらの工場の排出量の把握、削減を進めていきます。

物流における取り組み

ライオン株式会社と協働したスマート物流

内閣府が推進する戦略的イノベーション創造プログラムに参加し、2020年10月より花王とライオン株式会社の拠点間定期往復輸送を開始しました。この取り組みにより、従来の輸送方法と比較してトラックの空車走行距離を短縮し、両社合計で大気汚染物質排出量の45%削減を見込みます。

製品における取り組み

水性インクジェット用顔料インク LUNAJET

花王が培ってきた「顔料ナノ分散技術」を応用した世

界初の水性インクジェット用顔料インク「LUNAJET(ルナジェット)」は、VOCレス設計※で、印刷時に放出されるVOCが極めて少なく、大気汚染防止のみならず印刷作業労働者の作業環境にも大きく貢献します。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。

※ 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: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。

コンクリート吹付け工食用増粘剤 ビスコトップ UT

山岳トンネル工事のコンクリート吹付け時に発生する粉じんを大幅に軽減する増粘剤「ビスコトップ UT」を開発、本格的に販売を開始しました。「ビスコトップ UT」は、粉じんが飛散しやすい、「粉体急結剤」を使用しても粉じんの発生を大幅に軽減できる特長があり、一般的な粉じん低減剤の半分の使用量で、粉じん濃度2mg/m³以下(2021年4月から運用が開始された粉じんガイドライン)の達成が期待できます。NETIS(新技術提供システム)※にも登録済み(番号 KT-200035-A)で、国や地方公共団体などが発注するさまざまなトンネル工事で採用されることが期待できます。

※ NETIS:国土交通省が新技術に関わる情報を共有、および提供する目的で運用されているデータベースシステム



水質汚染防止への取り組み

製品開発における取り組み

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。今後はAIなどの技術も積極的に使い、環境適合性の高い化学物質の探索を進めていく予定です。

工場における取り組み

排水規制の遵守

河川や海、下水道に放出される汚染物質の量や濃度は行政により規制されています。花王は、多くの工場に排水処理設備を設置し、高いレベルで維持管理し、適切に処理した後、場外へ排出しています。花王は、規制値より厳しいレベルの自主管理値を設定し、それを監視、遵守しています。

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。

製品使用後の排水への取り組み

花王は、製品使用後の廃水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を継続して行なうことにより、化学物質の生態リスクを把握することに努めています。

これまで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の予測についてシミュレーションモデルの有用性検証や新モデル開発を専門家と協働で進め、各地域の環境に配慮した事業活動をめざしてきました。近年は日本において、生態モニタリングと河川環境モニタリングのデータを活用し、化学物質の生態系への影響を詳細に解析しています。

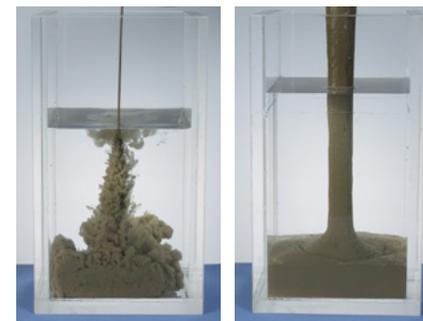
さらに、日本石鹼洗剤工業会が1998年から実施している環境モニタリングに花王も参加しています。現在、代表的な4種の界面活性剤を対象として都市河川にて実施し(4河川7地点、年4回測定)、生態系に及ぼす環境リスクを評価しています。その結果、これまでの調査ではこれらの界面活性剤の水生生物に対するリスクは定常的に低いことが示されています。

製品における取り組み

高機能特殊増粘剤ビスコトップ

河川や海岸などの水辺で行なわれる工事では、環境に配慮し、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、水中不分散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、水辺の環境を汚染することなく施工が可能です。ビスコトップは福島第一原子力発電所の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。



ビスコトップ未添加系

ビスコトップ添加系

大気および水質汚染防止

アルカリフリーの業務用洗剤スマッシュ

落としづらい厨房の油汚れに用いられるアルカリ洗剤は、水質汚染を防ぐため洗浄液の排水時にpHを調整（中和）しなければならず、一方でアルカリを含まない中性洗剤は一般的に十分な洗浄効果が得られません。

新たに販売を開始した厨房油汚れ用洗剤「スマッシュ」は、アルカリ洗剤と同等の洗浄力を持ちながら中性処方なので安全に作業でき、素材にも優しく、水質汚染防止に貢献します。



厨房油汚れ用洗剤「スマッシュ」

従業員の声

食の現場で働くすべての人の 安全・安心のために



松尾 登 (写真左)

花王株式会社
ハウスホールド5研

以前、研究員が厨房現場に訪問した際、アルカリによる薬傷（化学熱傷）リスクを知ることなく不慣れな外国人ワーカーが洗浄作業をしているのを目の当たりにし、「だれが従事しても安全に洗浄作業ができ、しかもキレイに仕上がる」、そんな新しい洗浄剤の開発を決意しました。その強い想いが地道な研究に乗り移り、幾多の技術ハードルを突破し「スマッシュ」を生み出すことができました。

今後も、食の現場で働くすべての人の安全・安心に配慮し、すべての洗浄・衛生作業において、アルカリを中性化していく挑戦をし続けます。





ステークホルダー・エンゲージメント

花王の大気および水質汚染防止に関する 取り組みへの評価と期待



古川 憲治 氏

熊本大学
名誉教授

花王サステナビリティ データブックを読み、花王が企業理念に基づいて、大気、水質汚染防止に真摯に取り組んでいることを知ることができた。以下、花王の大気および水質汚染防止に関する取り組みについてコメントしたい。

大気汚染防止への取り組みについて

生産活動の中で化石燃料を使うと、排ガス対策が必要になる。NOxは着実に削減されているが、SOxはアジアの生産拠点で増減しているのが気にかかる。

揮発性有機化合物 (VOC) については、自主的に削減目標を掲げ、2000年に比べ劇的にVOC排出量を削減している。国外の工場でのVOC対策はこれからとのことで、早急な対応を期待したい。

水質汚染防止への取り組みについて

花王では工場排水を排水処理施設で排出基準以下に処理した後、公共用水域に排出している。排出先が閉鎖性水域であればCOD、窒素、リンに関して総量規制がかけられる。花王では規制値よりも厳しい自主管理値を設定し、それをクリアしている。

他種多様な化学品を扱う企業として、花王には工場排水を再利用できるレベルまで処理することが求められる。わが国においては水資源不足の懸念は低いが、将来、気候変動に伴って起こりうる渇水対策として処理水の再利用を考えておくべきである。

イトミミズによる汚泥減容について

工場排水の処理に採用される活性汚泥処理では、流入有機物の半量は活性汚泥微生物の異化作用で炭酸ガスに、残り半量は同化作用で汚泥に変換される。活性汚泥を沈殿池で固液分離できる濃度に維持するため、沈殿汚泥の一部は余剰汚泥として系外に引き抜かれる。花王では、この余剰汚泥を脱水後、焼却処分している。余剰汚泥の処理には、排水処理にかかると同程度の費用を要することから、余剰汚泥量を減らす(汚泥減容)さまざまな方策が取られている。

花王は、和歌山県工業技術センターで開発された、活性汚泥法処理における食物連鎖の頂点に位置するイトミミズを、活性汚泥槽内に設置する和歌山県特産のパイル繊維シート内に棲息させることで汚泥を減容する方法に

着目し、和歌山県工業技術センターと共同で和歌山工場にてベンチスケールでの処理試験を行なっている。すでに有効性を確認しているとのことで、費用対効果の検証を行なった上で、実用化に結び付けることを期待したい。

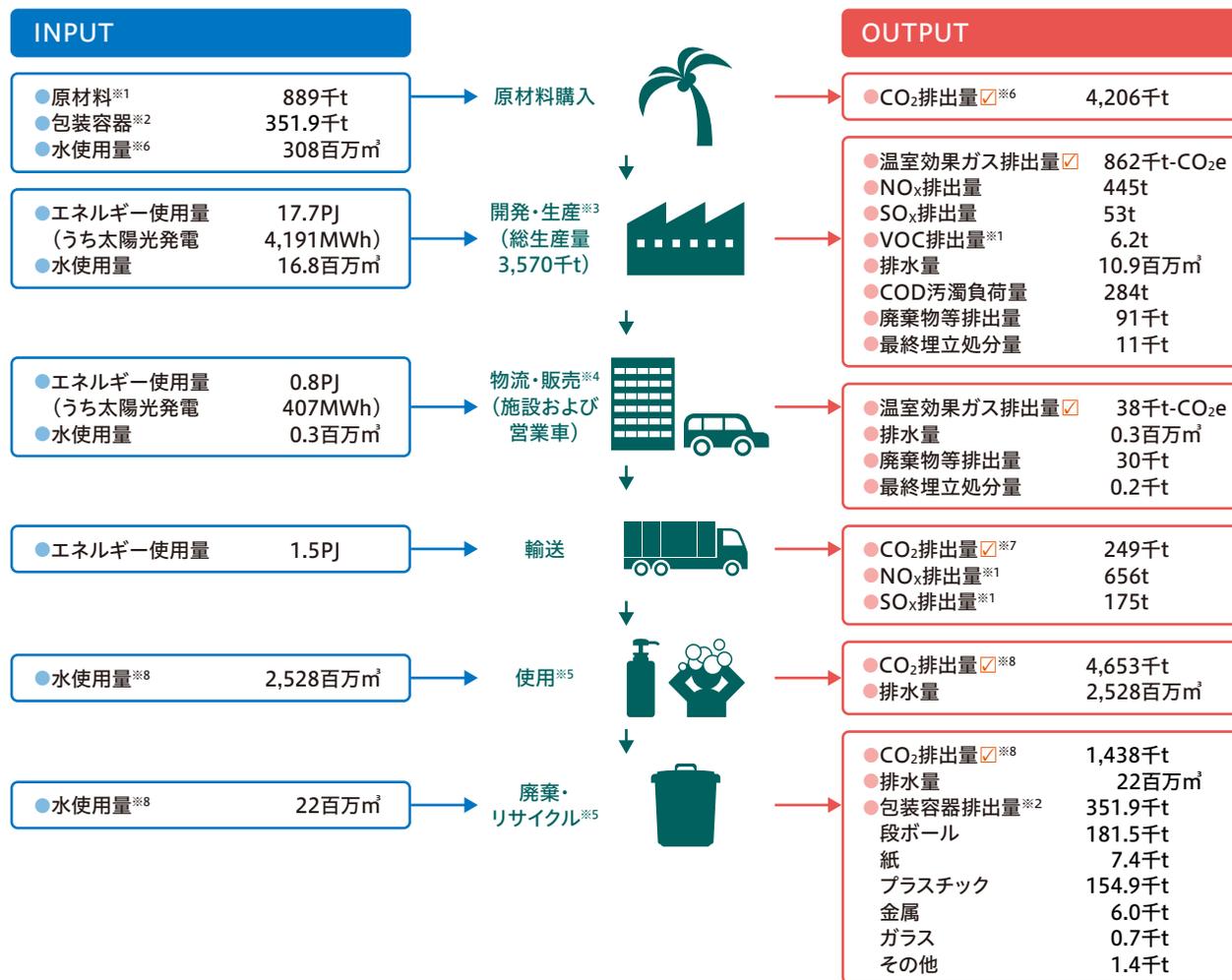
最後に

昨今、Z世代では、価格が少々高くてもESGを重視した商品を購入する(コンシャス消費)傾向が高まっている。この傾向を考慮した上で、これまで以上に環境負荷の少ない商品開発を進めることを期待したい。

製品ライフサイクルと環境負荷 301-1,302-1,303-3(水と廃水2018),303-4(水と廃水2018), 303-5(水と廃水2018),305-1,305-2,305-3,305-7

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。

2020年の事業活動と環境負荷



集計範囲

- ※1 日本花王グループ
- ※2 生活者向け製品を対象として、製品1個当たりの包装容器使用量に当該年度の販売数量を乗じて算定しています。
- ※3 全生産拠点
- ※4 全非生産拠点(研修所、寮等を含む)
- ※5 生活者向け製品
- ※6 生活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排出量および水使用量に当該年度の販売数量を乗じて算出しています。
- ※7 集計対象は生活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 生活者向け製品を対象として、製品1個当たりの使用時CO₂排出量および水使用量もしくは製品1個当たりの廃棄時CO₂排出量および水使用量に当該年度の販売数量を乗じて算定しています。

Kirei Lifestyle Plan

適切な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

目次 | 編集方針 | トップメッセージ | Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 | 独立保証報告書

製品ライフサイクルと環境負荷

301-1,302-1,303-3(水と廃水2018),303-4(水と廃水2018),
303-5(水と廃水2018),305-1,305-2,305-3,305-7,417-1

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、包装容器材料、燃料などは含まない)
- **包装容器**
販売された製品に使用した包装容器の量(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(太陽光発電量の集計対象は自家発電分のみ)
- **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(太陽光発電量の集計対象は自家発電分のみ)
- **エネルギー使用量[輸送]**
生活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

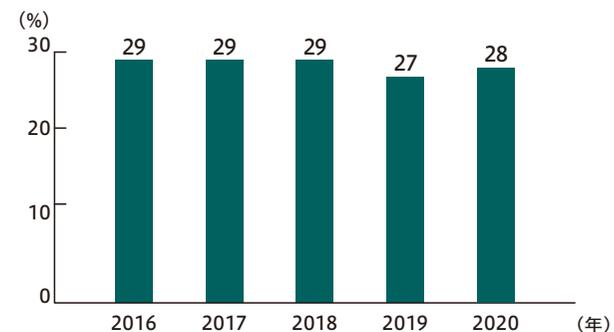
- **温室効果ガス排出量**
拠点から排出された温室効果ガス(京都議定書で定められた7ガス)の量
(CO₂換算値・スコープ1+2)
- **CO₂排出量**
原材料の製造、エネルギーの使用と成分分解等に伴い排出した量
- **NO_x排出量**
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- **SO_x排出量**
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- **VOC排出量**
生産拠点からの大気へのVOC(揮発性有機化合物)排出量
- **排水量**
各拠点からの排水量と生活者向け製品の使用に伴い排出された水の量
- **COD汚濁負荷量**
排水中のCOD汚濁負荷量
- **廃棄物等排出量、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した量
- **包装容器排出量**
販売された製品に使用した包装容器の量(段ボールを含む)

“いっしょにeco”マーク表示製品の拡大

花王は、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。

2020年の“いっしょにeco”マーク表示製品の売上比率(国内・生活者向け製品)は28%となり、前年より増加しました。

“いっしょにeco”マーク表示製品売上比率 (国内・生活者向け製品)



→ “いっしょにeco”マークの表示基準

→ “いっしょにeco”マーク表示製品一覧

環境会計

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。

2020年の環境会計報告

- 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。
- 集計範囲は、国内花王グループ^{※1}および主要海外子会社^{※2}です。
- 期間は2020年1月1日から2020年12月31日までです。



環境保全効果(物量効果)は、以下をご覧ください。
 → P140「よりすこやかな地球のために>製品ライフサイクルと環境負荷」

※1 花王(株)、花王クエーカー(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株)、(株)エキップ、花王プロフェッショナルサービス(株)、ゴールドウェルジャパン(株)、モルトンブラウンジャパン(株)、花王製紙富士(株)、花王ビジネスアソシエ(株)、花王ロジスティクス(株)、花王システム物流(株)、花王フィールドマーケティング(株)、花王クリエイティブハウス(株)、(株)消費生活研究所、花王ピオニー(株)、ヘルスケア・コミッティー(株)、花王コスメプロダクツ小田原(株)

※2 Kao Chemical Corporation Shanghai, Kao (Taiwan) Corporation, Kao Vietnam Co., Ltd., Pilipinas Kao, Incorporated, Kao Industrial (Thailand) Co., Ltd., Kao Soap (Malaysia) Sdn. Bhd., Fatty Chemical (Malaysia) Sdn. Bhd., Kao Plasticizer (Malaysia) Sdn. Bhd., Kao Oleochemical (Malaysia) Sdn. Bhd., PT. Kao Indonesia Chemicals, Kao Specialties Americas LLC, Quimi-Kao, S.A. de C.V., Kao Corporation S.A., Kao (Hefei) Co., Ltd., Kao Chemicals GmbH, PT Kao Indonesia, Kao Manufacturing Germany GmbH, Kao (Shanghai) Chemical Industries Co., Ltd., Kao USA Inc., Molton Brown Limited, Kao Corporation Shanghai, Huludao Jinxing Casting Materials Co., Ltd.

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		アジア・米州・欧州	
		投資額	費用額 ^{※1}	投資額	費用額 ^{※1}
(1)事業エリア内コスト		991	4,419	1,673	5,267
内訳	①公害防止	106	1,913	413	1,657
	②地球環境保全	265	399	360	817
	③資源循環	620	2,107	900	2,793
(2)上・下流コスト	環境対応製品生産設備、包装容器リサイクル	0	2,375	0	1,232
(3)管理活動コスト	EMS取得・維持、環境広報、事業場内緑化	0	1,305	0	231
(4)研究開発コスト	環境対応研究開発	2,971	6,076	5	116
(5)社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	1	111	12	10
(6)環境損傷コスト		0	0	0	10
合計		3,963	14,286	1,690	6,866

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		アジア・米州・欧州	
		投資額	費用額 ^{※1}	投資額	費用額 ^{※1}
①地球温暖化対策に関するコスト	省エネルギー	265	399	129	434
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	231	363
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	8	522	305	578
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	0	5	2	66
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	98	1,387	85	1,002
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	620	4,482	900	2,877
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	2,971	6,076	5	116
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	1	110	33	94
⑨その他コスト	EMS取得・維持、環境広報、事業場内緑化	0	1,305	0	1,336
合計		3,963	14,286	1,690	6,866

環境保全対策に伴う経済効果^{※2}

(単位:百万円)

効果の内容	日本	アジア・米州・欧州
	金額	金額
収益	423	166
費用節減 ^{※3}	有価物、固定資産の売却金額	104
	省エネルギーによる費用節減金額	1,366
	省資源による費用節減金額	215
合計	2,108	2,015

※1 費用額には減価償却費を含んでいます。

※2 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。

※3 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。

2020年の活動報告

正道を歩む

実効性のあるコーポレートガバナンス	144
徹底した透明性	157
人権の尊重	164
人財開発	174
受容性と多様性のある職場	186
社員の健康増進と安全	199
責任ある化学物質管理	219



Kirei Lifestyle Plan

目次 | 編集方針 | トップメッセージ | Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 | 独立保証報告書

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

実効性のあるコーポレートガバナンス 102-15,102-16,103-1

花王は、「グローバルで存在感のある会社」となるために、コーポレート・ガバナンスのあり方を随時検証するとともに、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い、ESG戦略を着実に実行していきます。



経営体制に関するコーポレート・ガバナンスの活動は以下をご覧ください
→花王サステナビリティ データブック 2021「コーポレート・ガバナンス」
→統合レポート2021「コーポレート・ガバナンスの取り組み」
→コーポレート・ガバナンスに関する報告書

ESG キーワード

インテグリティ

コンプライアンスリスクの低減

ハラスメント防止

内部通報制度

花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)

「World's Most Ethical Companies®」選定

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

2020年の新型コロナウイルス感染症の拡大により、社会のニーズや事業環境の急激な変化が生じています。これに対応するためには、社員一人ひとりの個性を尊重し合いいきいきと働くことができる職場環境の構築と、ワンチームとしてこのような変化にすばやく対応できる職場の実現が必要です。

近年、製造業におけるデータ改ざん等の報道を受けて、競争力を維持・向上させるうえで、法令や倫理を遵守した“よきモノづくり”がますます求められています。さらにその多くは、不正が長年問題視されずに放置されてきたことから、不正を発見した場合にすぐ経営層へ報告され適切な対応が迅速にとられる、風通しの良い職場の実現が大きな課題であると考えます。

また、多様な社員の増加する一方で、古い価値観に基づいたマネジメントや、コロナ禍におけるリモートワ

ク等新しい働き方の環境下における見えにくいパワーハラスメントや相手への配慮を欠いたセクシュアル・ハラスメント等が発生している現代の社会傾向を認識しています。これを防止し、すべての働く人に平等で働きやすい、効率的で生産性の高い職場を実現することが社会の発展のために重要と考え、ハラスメント防止徹底への活動をさらに継続します。

花王が提供する価値

花王は創業以来「正道を歩む」(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)を事業活動が貢献するSDGsの根幹として、“よきモノづくり”を通じた社会への貢献を使命にしてきました。今後も法令や倫理を遵守した“よきモノづくり”をさらに徹底していきます。

また、優秀な人材が十分に能力を發揮できるように平等で、風通しの良い働きやすい職場づくりを実践し

ています。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

世界的競争激化の中で、製品の差別化の困難、発売スケジュール・製品の納期の遵守、利益向上等の不正を働く誘因がますます高まることが懸念されます。また、世代間の価値観の相違や社員の多様化により、ハラスメント等のリスクが増加しています。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

「正道を歩む」を最も重要な価値観の一つとして事業を進めてきた結果、社会からサステナビリティやコンプライアンスに関して高い評価を得ています。これは、今後ますます生活者や株主等のステークホルダーの花王製品や会社への信頼につながるものであり、また優秀人材の採用・維持にもつながります。

貢献するSDGs



方針

花王は、前述の「正道を歩む」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応えていくための指針としています。

そして「正道を歩む」を具体化した「花王 ビジネスコンダクト ガイドライン(BCG)」をより効果的に徹底するために、重大なコンプライアンスリスクの低減にフォーカスした活動を推進するとともに、不正を発見した場合、すぐ経営層へ報告され適切な対応が迅速にとられるような、風通しの良い職場の実現をめざした活動を実施しています。

BCGにも贈収賄防止を明記し、さらに「花王贈収賄防止ガイドライン」を定め、具体的に接待・贈答の提供・受領金額の基準や事前報告を義務付けるほか、取引先選定時・契約更新時の贈収賄リスクの評価等、贈収賄防止に向けた運用を規定しています。

社員一人ひとりが、コンプライアンスを「自分ごと」と捉え、BCG等に明記された行動を意識して、業務の中でコンプライアンスリスク防止を意識した行動をとり、相手に配慮した働きやすい職場を実現できるよう、経営トップからのメッセージを含めた教育活動を継続していきます。

教育と浸透

社員一人ひとりがコンプライアンス違反を起こさないとの確固たる意識を持つとともに、コンプライアンス違反を発見した場合にはすみやかに報告され適切な対応がとられる風通しの良い職場の実現、そして、相手の立場に配慮した働きやすい職場の実現を「2030年までに達成したい姿」と考えています。

これを達成するためには、社員一人ひとりがコンプライアンス違反による損害の発生や花王への信頼の失墜等の影響を自覚すること、管理者が自らの職場で起

きるコンプライアンスリスクを自ら認識し、これを低減するための活動を実践すること、働きやすい職場を実現するためにともに働く人々の多様性を受容し、相手に配慮した言動が重要なことを自覚することが求められます。そこで、下記の研修体系のもとで適宜教育を実施しています。教育により、社員に気づきの機会を提供し、「自分ごと」化につなげています。また、判断に迷った場合にはコンプライアンス通報・相談窓口を活用するよう促しています。

花王のコンプライアンス研修

地域	テーマ	対象者	目的	頻度
グローバル共通	入社オリエンテーション	入社者	花王のコンプライアンスの考え方、BCGを学ぶ	入社時
	管理職向け研修	日本:新任管理職 海外:管理職	グループワークを通じ管理職がコンプライアンスリスク低減を意識する	日本:管理職昇格時 海外:3年ごと
	部門責任者による研修	管理職・一般社員	部門責任者から直接社員にメッセージを伝えることにより、コンプライアンスを自分ごと化する	2年に1回(日本・海外隔年)
	BCG確認テスト+コンプライアンス意識調査	役員・管理職・一般社員	BCGを学び直すとともに、コンプライアンスリスクの高い部門を抽出する	2年に1回(日本・海外隔年)
	コンプライアンス月間	管理職・一般社員	コンプライアンスの重要性を定期的に再認識する	年に1回(毎年10月)
	BCGケースブック	管理職・一般社員	具体的事例を通じてBCGを学ぶ	BCG改定後に見直し
	コンプライアンスケーススタディ	全員	自社や他社の事例を通じてコンプライアンスに関する留意事項を学ぶ	日本:毎月 海外:年2回(4月、10月)
日本	①基本講座 ②リーディングスタッフ層まとめ研修	①3年目社員 ②リーダー	①SCM部門の業務において特に留意すべきコンプライアンスやBCGの内容を学ぶ ②具体的事例を通じて学ぶ	①入社3年目 ②昇格時
	役員研修会	執行役員以上の役員	経営視点のコンプライアンスリスクを学ぶ	年1回
海外	インテグリティ ワークショップ	入社者	BCGの内容を各項目に関連する事例とともにグループディスカッション形式で学ぶ	入社から3年以内

入社時、マネジャーへの昇格時、海外子会社の責任者としての赴任時等、役割が大きく変わる際に、その役割に応じたコンプライアンス研修を受講します。

また、全社員に向けて、コンプライアンスを振り返る機会を定期的に設け、継続的に意識付けを行なうため、部門責任者による研修やBCG確認テスト等を実施しています。さらに、年1回コンプライアンス月間と称して、思いやりを持った言動や風通しの良い組織風土の重要性等を発信しています。各法令に関わる教育は、個別に定められた主管部門により企画・実施されます。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

BCGには、取引先に対してもBCGの理解と共感を得るとともに、それに基づく行動を促すことを明記しています。

取引先のコンプライアンス違反が花王製品の品質・信頼の失墜につながることで大きなリスクと考え、まず原材料のサプライヤー、製品の製造委託先、花王グループ構内で製品の製造業務を委託している取引先を優先して取り組みを進めています。

特に、取引先で社員の人権が守られずに不満を持つことがコンプライアンス違反の誘因となることが多いため、人権の尊重を優先して推進しています。具体的な活動は以下の通りです。

- ・年に一度、Sedex等の人権に関する調査への協力を依頼し、その結果を取引先選定の際の考慮要素としています。
- ・年に一度開催される取引先との会議において、BCGの内容の説明やコンプライアンスに関する有識者の講演を実施しています。
- ・年に2回開催されるサプライヤー危機管理懇話会において、花王グループの人権に対する方針の説明等を実施しています。
- ・原材料のサプライヤー等に対し、人権の尊重を含めた実地での監査を実施予定です。

体制

コンプライアンスのPDCAを推進するために、また通報に適切に対応するために、以下の推進体制を整備しています。PDCA推進体制としては、各部門の責任者等で構成されるコンプライアンス委員会およびその事務局が方針や年間計画ならびにこれを実行するための具体的な活動内容を作成し、この実行を各部門や子会社の責任者等に指示します。取締役会等から活動の評価を受け、これを改善活動につなげています。通報対応体制としては、グループ共通の通報窓口を設置しコンプライアンス委員会が受け付け、自ら、または各子会社のコンプライアンス推進責任者を通じて調査し、必要な是正措置をとり解決を図っています。

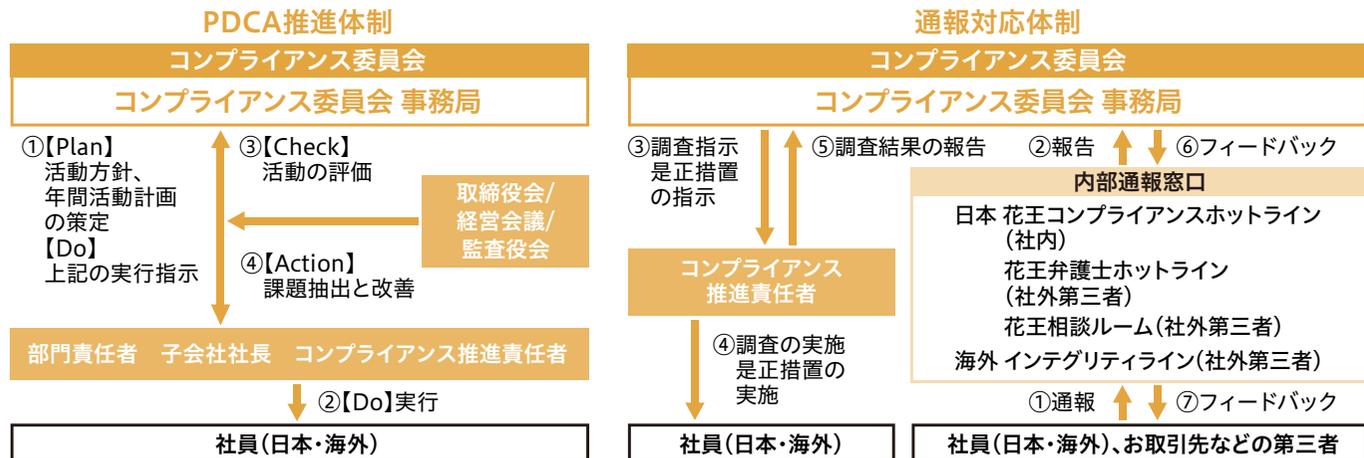
また、コンプライアンス違反やその疑いが発生した場合の第一報告ルールを明確化し、現場の各部門からの報告を促し、早期解決に結びつける体制を整備しています。



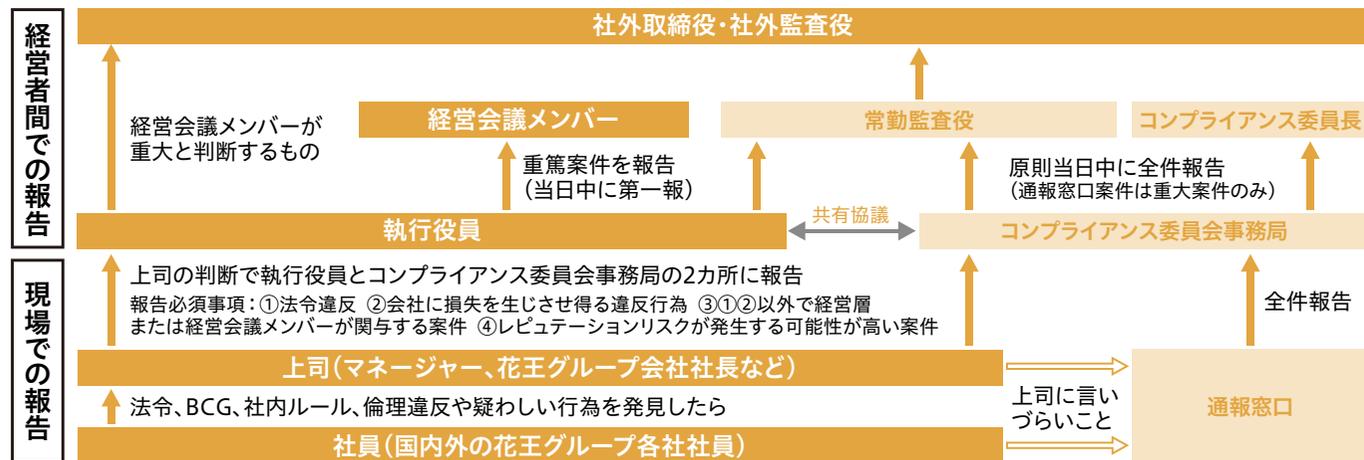
→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

実効性のあるコーポレートガバナンス 102-20,103-2

PDCA推進体制と通報対応体制



第一報の報告ルール



Kirei Lifestyle Plan

目次 編集方針 トップメッセージ Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 独立保証報告書

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

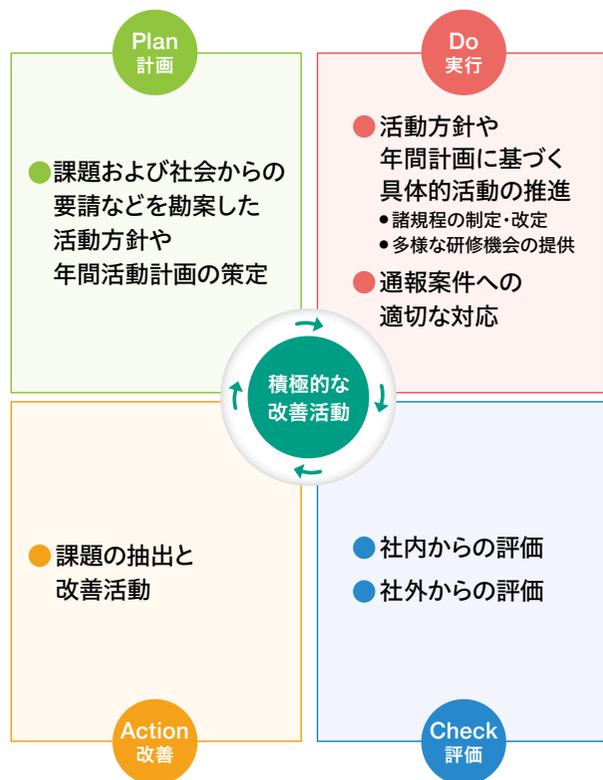
よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

実効性のあるコーポレートガバナンス 103-2,103-3

コンプライアンスの継続的改善のためのPDCA

下記に示したPDCAサイクルで、コンプライアンス推進活動を実施しています。コンプライアンス委員会が、方針や年間の計画を作成し、コンプライアンス委員会事務局がこれを具体的な活動に落とし込み推進します。実施した活動については評価を行ない、課題の抽出・改善をまとめて翌年以降の計画の策定につなげます。



Plan(計画) / Do(実行)

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。

同委員会は半年ごとに実施され、重大なコンプライアンスリスクの低減に向け、「正道を歩む」を徹底するために、以下の活動の検討・推進活動の策定を実施しています。

1. 「正道を歩む」を徹底するための活動方針の決定
2. 「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・改定の決定
3. 「正道を歩む」の浸透・定着のための国内外での教育啓発活動などの年間計画の決定
4. コンプライアンス通報・相談窓口の運営・対応状況の確認

取締役会に対しても必要な規程改定の提案や年次活動報告を実施しています。

また、同委員会にはコンプライアンス推進部を中心とした事務局を置き、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・相談への対応の妥当性を全件確認・検討するほか、上記委員会での決定に従い、具体的な活動の企画立案・活動の推進などを行なっています。

Check(評価)

社内からの評価

●取締役会からの意見

四半期ごとに通報・相談案件を含め発生したコンプライアンス案件の概要報告を経営会議において行なうほか、取締役会においても上記の経営会議報告の概要報告および年次活動報告を実施しています。

取締役会はこれらの活動に対しモニタリングや評価も行ない、この評価や意見はPDCAサイクルによる改善に活用されています。

●通報・相談からの課題

案件の傾向を定期的に分析し、その傾向に沿って、必要な体制変更、社内教育や注意喚起等の対応を実施しています。

●リスク調査からの課題

花王では、コンプライアンスリスクも含めたリスク調査を毎年実施しており、その結果を踏まえたリスク分野や具体的なリスクシナリオの抽出に基づき、関連部門と連携しながら、必要な対応を実施しています。

●社員の声を聴く活動

研修実施時などに国内外グループ会社の社員との対話の機会を設け、既存の取り組みへの意見や新たな取り組みへの要望などを収集しています。

●社員意識調査

コンプライアンス委員会による各組織の風通しの良さなどに関する調査を、隔年で行なっています。

●風土活性化・改革に向けた新しい取り組み

新しい社員活性化策として2021年より導入したOKRにおいては、社員一人ひとりがめざす姿・ありたい姿を表明し、上司・同僚などと対話を繰り返し目標を設定し、挑戦を促進します。

このOKRの中では、各組織に対して社員が望む姿をめざすための活動を目標として設定することもできます。このような目標設定と日常的な対話のプロセスを通じて、従来の意識調査に代わり各組織の課題解決・風土改革を進めて社員同士の結束を高めていきます。

社外からの評価

●第三者機関、外部評価機関等からのフィードバック

社会的要請が盛り込まれているSRI アンケート項目への回答や他社との情報交換を通じて、花王として未実施の項目について、必要に応じて翌年への活動に反映しています。

中長期目標と実績

中長期目標

1. 「正道を歩む」を貫くことによる、“よきモノづくり”への貢献と損害発生の未然防止
2. 不正の早期報告、適切な対応が可能となる風通しの良い職場の実現による損害の最小化
3. 相手の立場に配慮した言動を徹底し、すべての働く人に平等で働きやすい職場の実現による人財の最大活用

2030年長期目標

- ・ “よきモノづくり”を徹底するための国内外での法令遵守体制の確立・維持
- ・ 効率的に重大コンプライアンス違反を防止するためのリスクの高い領域にフォーカスした活動の実施
- ・ 不正の早期報告、適切な対応を推進するための報告ルールの明確化およびその周知・徹底
- ・ 働きやすい職場の実現のためのハラスメント防止に関するポリシーその他必要な社内規程の整備およびこの周知・遵守の徹底

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

- ・ 不正による損失発生および花王製品への信頼低下の回避
- ・ 不正の早期発見、適切な対応の実施で影響の拡大・長期化を回避し、損害を最小化

期化を回避し、損害を最小化

- ・ 従業員が働きやすい職場の実現による、より効率的で質の高い成果の実現および優秀人財の維持・採用・最大活用

社会的インパクト

- ・ 不正の防止や、より質の高い成果の実現による、環境視点も重視した、さらなる“よきモノづくり”の実践を通じた製品・サービスの提供
- ・ 上記製品・サービスの提供による清潔で心豊かな生活の実現、さらに環境保全等のSDGsの実現への貢献
- ・ 株主・社会をはじめとするステークホルダーから信頼の維持・向上

2020年の実績

実績

1. コンプライアンスリスク低減活動

法令遵守体制の再整備

日本の事業に適用される約250法令について、この遵守を推進する責任のある主管部門を明確にしています。2020年は、特に重要な45法令について、主管部門の法令遵守推進計画の実施状況が適切にモニタリングできているかを重点的に確認・徹底しました。また、グローバルな遵守体制を整備しました。

要注視案件の真因分析と再発防止策の徹底

同種のコンプライアンス違反が継続して発生していることから、その真の原因(真因)を分析し、再発防止策の徹底を図るための取り組みを開始しました。



→詳細はP152「具体的な取り組み:コンプライアンスリスク低減活動」

2. コンプライアンス意識の醸成・定着のための諸活動「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)ケースブック」の改定

2019年4月に改定されたBCGの理解を助けるものとして、各テーマに関連する最近数年において花王グループで発生した案件を加えるなどの見直しを行ない内容を改訂しました。グループ全体で周知・徹底するため、現地語への翻訳の後、各社のイントラネットへ掲載するなど

により社員へ告知しました。



→詳細はP152「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) ケースブック』の改定とコンプライアンス関連規程の運用」

コンプライアンス教育活動

- ・ハラスメント防止研修の実施
パワーハラスメント防止に関する法律の施行に合わせて、ハラスメント防止研修をeラーニングで日本国内全社員を対象に実施
- ・コンプライアンス委員会委員長によるコンプライアンス講話を、オンラインで実施
- ・日本において新任マネージャー研修にて、コンプライアンス研修を実施
- ・海外において、BCG 確認テストと意識調査をあわせて実施
- ・タイの複数拠点の管理職に対して、コンプライアンス研修をオンラインで実施
- ・例年通り10月をコンプライアンス月間と定め、コンプライアンス月間ポスターの掲示、その他情報発信を実施



→詳細はP153「具体的な取り組み:コンプライアンス教育/コンプライアンス月間」

3. コンプライアンス推進体制の整備

下記の取り組みにより、コンプライアンス問題の早期報告・適切な解決によるリスク低減が図れる体制を整えました。

- ・重大なコンプライアンス案件について、定期的にコンプライアンス委員会、経営会議、監査役および取締役会などに報告し、対応の妥当性について評価を受けました。
- ・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・相談規程の運用を開始。公益通報者保護法改正も踏まえ、改めて通報・相談者の秘密の保護の徹底、通報・相談者を探し出さないことに加え、不利益取扱いを行わない旨を周知しました。



→詳細はP154「具体的な取り組み:コンプライアンス通報・相談窓口」

4. 評価活動

- ・海外において、コンプライアンス活動の浸透度と職場の風土についての意識調査を実施
- ・他社との情報交換や外部アンケート調査への回答を通じて、課題洗い出しと改善活動を実施



→詳細はP155「具体的な取り組み:評価活動」

5. 外部評価

2020年も「World's Most Ethical Companies®(世界で最も倫理的な企業)」の一社に選定されました。



→詳細はP155「具体的な取り組み:『World's Most Ethical Companies®(世界で最も倫理的な企業)』に15年連続選定」

実績に対する考察

中長期目標に対する課題と対策

1. 「正道を歩む」を貫くことによる、“よきモノづくり”への貢献と損害発生 の未然防止

重大コンプライアンス違反低減に向けた法令遵守活動の推進に加えて、重大な法令違反に結び付きやすい要注視案件の真因分析と再発防止策の徹底を今年から開始しました。具体的な対策を対応部門自らが検討することで自分ごと化する活動を進めているが再発している案件もあり、重点的に課題を定め継続して対応していきます。

2. 不正の早期報告、適切な対応が可能となる風通しの良い職場の実現による損害の最小化

コンプライアンス案件発生時にすみやかに報告するよう指導してきましたが、報告が遅延する案件が発生しているため、第一報報告ルールの周知・遵守の再徹底を行ないました。

3. 相手の立場に配慮した言動を徹底し、すべての働く人に平等で働きやすい職場の実現による人材の最大活用

パワーハラスメント等については、重点的に再発防止を図る取り組みを実施してきたにも拘らず、重大な案件を含め継続的に発生しています。そこで、上記1にも記載している要注視案件の真因分析と再発防止策の立案・実施を徹底し、必要に応じた取り組みの見直し・強化を行ないました。

これら取り組みにより、発生した案件の発生部門内での問題意識の向上と対策の推進の実行、同様の発生の可能性がある組織に対する教育等防止策を講じることによる未然防止を図りました。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

具体的な取り組み

コンプライアンスリスク低減活動

重大なコンプライアンスリスク低減に向けて、2020年は、2019年に引き続き法令遵守体制の整備と、法令遵守活動でカバーされない重大コンプライアンスリスクへの適切な対応を実施しました。

法令遵守体制の強化(推進活動のモニタリング強化)

花王は2018年に、法令遵守を執行役員である部門統括が自らの責務とする法令遵守体制を再整備しました。具体的には、日本の事業に適用される約250法令について、法令の遵守を推進する主管部門を決定しました。また、そのうち特に重要な45法令について、年次遵守推進計画の策定と実施状況の報告を求め、遵守推進活動のモニタリングを実施しました。

2020年は、日本の法令遵守体制の運用を徹底するため、各重要法令に対する主管部門の活動について他部門・他機関などによるモニタリングができていたかを確認しました。さらに、海外法令遵守について、各国・各地域の活動を把握する体制のあり方について現地の法務責任者とも意見交換を行ないました。

要注視案件の真因分析と再発防止策検討

同種のコンプライアンス違反が継続して発生していることから、他部門においても発生する可能性のある案件、法令違反、内部統制上の問題を含む案件を要注視案件として選定し、発生部門において案件が発生した真の原因(真因)を分析し、再発防止策を立案しています。それをコンプライアンス事務局会議等で多面的に検討し、そこで出た意見を発生部門にフィードバックすることにより、再発防止の徹底を図るものです。

さらに、同種の違反が他部門・他子会社でも生じる可能性がある場合には、再発防止策を他部門等でも実施しています。

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)ケースブック」の改定とコンプライアンス関連規程の運用

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」は、経営理念である「花王ウェイ」を実践するための行動規範です。社会の要請や自社の状況等を踏まえて定期的に内容を見直しており、2019年4月に改定しました。

2020年は、改定したBCGに関連する事例をQ & A形式でまとめた「BCG ケースブック」を日本語・英語のほ

か17言語で作成し各社に共有しました。

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BCGに明記し、さらに花王では政治献金を行わないことをBCGおよび「寄付ガイドライン」で定めています。また、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ルール、公務員を招請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」を海外グループ会社も含めて導入しています。

上記に加え、花王グループ会社との競業行為、取引行為に個人的に関与する場合、これらを行なう会社へ投資する場合、花王グループ会社との金銭貸借などの場面および近親者がこれらの行為をする場合において、許可・届出など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、国内外グループ会社に導入しています。

年次確認

毎年1回、役員・社員を対象に、「利害の対立の回避に関するガイドライン」「贈収賄防止ガイドライン」に該当する事項のコンプライアンス委員会事務局への届出状況を確認しています。

また、輸出代理店や仲介者の選定・契約更新時に確認

している「贈収賄防止チェックリスト」の運用状況について点検しています。

コンプライアンス教育

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、海外グループ会社管理職を含む社員等を対象に集合研修を実施しています。また、隔年で、BCGの内容を振り返る確認テストを実施しています。

2020年は、コンプライアンスを自分ごととするために自らの職場で発生する可能性のあるコンプライアンス違反事例およびその原因と対策をグループディスカッションを通じて考える教育プログラムを、オンライン形式で日本とタイにおいて実施しました。

ハラスメント防止研修の実施

以前からハラスメントを会社として重要なコンプライアンスリスクと捉えています。職場でのパワーハラスメントを防ぐために必要な措置を事業主に義務付ける、いわゆるパワハラ防止法が折しも2020年6月に施行されたことから、2020年6月下旬より日本の全社員に対して、ハラスメント防止研修をeラーニングで実施しました。(約26,000人)

コンプライアンス委員会委員長による講話

コンプライアンス委員会委員長によるコンプライア

ス講話「現場事例からの危機感共有とプロへのお願い」を6つの部門および花王グループ会社に向けて、オンラインで実施しました。最近のコンプライアンス違反事例を紹介して危機感の共有を図り、コンプライアンスの再徹底を説くとともに、風通しの良い組織風土の醸成に向けたマネジメントのあり方を説明しました(約500人)

「花王ウェイ」と連携したコンプライアンス研修

経営理念である「花王ウェイ」の研修と連携し、タイの複数拠点の管理職に対して、オンラインで各自の職場において発生可能性の高いコンプライアンスリスクを抽出し、その原因と対策をグループディスカッションを通じて考える研修を実施しました。(参加者:計約200人)

新任マネジャー研修

日本の新任マネジャー研修において、上記と同様の研修を実施しました。

参加者からは、「ディスカッションを通じて自分たちの職場で生じうるコンプライアンスリスクやその防止策を深く考えることができたので、職場に戻って実践したい」といったフィードバックが多く寄せられています。(参加人数:約330人)

海外子会社によるBCG確認テストの実施

国内、海外隔年で実施しているBCG確認テストとコンプライアンス意識調査をセットで海外子会社において行ない、BCGの内容を振り返る機会とするとともに、花

王グループのコンプライアンス活動へのご意見、ご自身の職場における状況の振り返り等を行ないました。

コンプライアンス月間

コンプライアンス活動を身近に自分ごととして捉えるきっかけとして、10月をコンプライアンス月間と定め、国内外の活動の浸透を図っています。

2020年は、「人を敬う心が集うワンチーム」というコンプライアンス委員会委員長のメッセージを掲げ、相手に配慮した職場内のコミュニケーションを意識付けることにより、いきいきと働ける職場風土の実現に向けた活動を推進しました。

また、例年通り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、海外の各リージョントップ・各社社長のメッセージポスター等によるコンプライアンスメッセージ発信、ケーススタディ発信等を実施しました。



コンプライアンス月間ポスターを各国・地域の事業場に掲示

従業員の声

コンプライアンス意識向上のために

Gwendolyn P. Glover

Manager, Human Capital
Development (HCD)
Kao Specialties Americas LLC



コンプライアンス月間である10月はもちろん、年間を通じて企業文化をリアルタイムで理解するためには、コンプライアンス教育を楽しく魅力的なものにすることと、マネジメント手法の向上に焦点を当てるのが非常に重要と捉えています。

創業者 長瀬富郎の言葉、「天祐は常に道を正して待つべし」を基に、インテグリティを意識した行動と必要な知識を得て、「ワンチーム」としてグローバルに活動していきます。

コンプライアンス通報・相談窓口

花王では各国・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・相談者の望む対応内容を確認したうえで、通報・相談者のプライバシーを保護し、通報・相談したことで報復や不利益を被ることがないように最大限の配慮をしています。また、関係者に調査を行なう場合も、原則として、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、調査に限界があることから、できるだけ実名で相談することを奨励しています。

2020年は、マネジメントラインからの報告も含め304件(海外グループ会社含む)の通報・相談が寄せられました。そのうち、対応状況が継続中または未報告なものを除き、事務局からの回答または通報・相談者のみへの面談等により解決・終了に至った軽微なものが5割強、残り4割弱が複数関係者への面談等の調査により対象者への注意など何らかの対応を行なったものでした。

なお、通報・相談申し出内容の内訳は、パワー・ハラスメントなどのハラスメント等に関連するものが約3割、職場におけるコミュニケーションの問題や労働条件・勤務等に関する通報・相談が約4割と、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。

国内花王グループの対応体制

日本では、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。社員を対象として、匿名で通報・相談ができるだけでなく、フィードバックを受けることも可能な窓口の運用も実施しています。

海外花王グループの対応体制

海外花王グループに社外の委託会社が運営する「Integrity Line」を設置し、24時間365日、母国語で相談を受け付けています。さらに一部の子会社を除き、各社の人事部長などに相談できる社内窓口を設置し、運営しています。2020年は、各社のコンプライアンスセミナーやコンプライアンス月間などを通じて、窓口の周知を実施しました。

コンプライアンス違反時の対応 および2020年の法令違反

2019年4月に公表されたKirei Lifestyle Planの「正道を歩む」の項目において、「重大なコンプライアンス違反件数」をゼロとする指標を設定しました。

この、「重大なコンプライアンス違反」とは、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い、違反行為の悪質性(違反法令の重要性/重大性、故意性、継続性、組織性)と社内外への違反の影響などを踏まえて、コンプライアンス委員会、経営会議での審議を踏まえて決定し、取締役会に報告します。

2020年は、上記に該当する重大なコンプライアンス違反の発生はありませんでした。

また、業界団体の委員会、ワーキンググループ等への参加を通じて法律の制定・改定に影響を及ぼす可能性のある意見を政府に伝えています。これらの業界団体への年会費を除き、政治キャンペーン、政治団体、ロビー活動、業界団体、非課税団体、または政治キャンペーンや公共政策や法律に影響を与える役割を果たすその他の団体への献金を行っていないことを確認しました。

一方で、上記公表基準に及ばない法令違反は発生しているため、発生部門等が作成した再発防止策の妥当性をコンプライアンス委員会事務局会議等で検証するなどにより再発防止に努めています。

社員個人による窃盗・横領などの不正行為、ハラスメントおよび暴行行為等により懲戒解雇または諭旨退職に至った事案は国内外合わせて10件発生しました。

さらに、コロナ禍におけるリモートワーク開始による労働環境の変化に起因したコンプライアンス違反が発生しました。そのため、イントラネット、メール、オンライン研修を通じこれらの防止のための留意点を周知しました。

「World's Most Ethical Companies® (世界で最も倫理的な企業)」に15年連続選定

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2021年2月に発表した「World's Most Ethical Companies 2021」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、15年連続となります。15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企業市民としての責任ある活動、③倫理的企業風土、④コーポレートガバナンス、⑤リーダーシップ・イノベーション・社会からの評価の5軸から評価を行なうものです。

この受賞は、花王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)」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。



評価活動

2020年は、海外において、コンプライアンス活動の浸透度と職場の風土についての意識調査を実施しました。(約7,000名)

また、2020年はコンプライアンス活動に関して3社との情報交換や8件の取引先・外部機関からのSRI等に関する外部アンケート調査への回答を実施しました。これらの回答を通じて、花王としての課題洗い出しと今後に向けた対応について検討し、2021年への課題として盛り込んでいきます。

コンプライアンスに対する 花王の知見を社外に発信・交流

2020年は、法務・コンプライアンス部門の責任者が、国際法務協会(4月)、(株)プロネッドの「ガバナンス研究会」(10月)、石鹼洗剤工業会の法務・労務委員会(11月)において、「花王のコーポレート・ガバナンスの取り組み～取締役会の運営を中心に～」をオンラインで講義を実施しました。

また、2020年6月に、同志社大学において、法務・コンプライアンス部門責任者が、コンプライアンス・コーポレートガバナンスも含めた企業法務の役割について講演を行ないました。

ステークホルダー・エンゲージメント

花王相談ルームからみた 花王社内の意識向上と課題



野原 蓉子 氏

(株)日本産業カウンセリング
センター
理事長
(花王相談ルーム窓口)

花王の外部相談窓口「花王相談ルーム」として、当センターは花王社員の悩みを長年受けとめ、外部の視点や専門家の判断を伝えてきました。そのような時、花王は多様な意見としてまず聞いてから、その後に会社としての最終判断を下すというスタイルで今日に至っています。

2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響で2月最終週から在宅勤務に入られましたが、某大手企業にわずか1歩遅れたことを悔しかったという話を聞き、そこにトップをめざす会社の意気込みを感じました。「社員が大切であるという経営理念が活かされていて、こういう会社に入れられてよかった」と多くの社員が思っています。

2019年の『日経ウーマン』誌では「女性が活躍する会社ベスト100」で首位となりました。2019年12月に発売した極薄の「人工皮膚」を作って肌をケアする「次世代の美容機器」は、肌の悩みを訴える人への朗報でした。その結果、花王は2021年も「世界で最も倫理的な企業」の1社となり、連続15年選出されています。

花王には「この会社は伸びる」と信じて入社した社員が多く、そういう人たちは今の花王を見て誇りに思っているでしょう。一方、現在の大多数の社員には今の花王が当たり前で、世代間におけるギャップを感じるがあります。

たとえば性別役割分担意識に基づくジェンダーハラスメントです。「花王は女性が使う商品が多いのに職場は男性優位に感じる。女性の活躍を推進しているという外部評価を喜べない」と退職した例もあります。2020年6月のいわゆる「パワハラ防止法」成立後は、パワハラへの考え方が厳しくなっています。花王は対応に力を入れていますが、上司のなかにはパワハラへの意識が低く、パワハラを恐れては仕事ができないと、部下に威圧的な態度をとり自分の思い通りにしたがる人もいます。「優良企業だから多少のことは問題にならないだろう」という意識が一

部でも続くと、社員から訴えられるリスクが高くなります。

現在のコロナ禍ではコミュニケーションが難しくなっています。職位にとらわれず自由に意見を言える人間関係ができていますでしょうか。外圧で変わる会社よりも社員の切実な声を無視しない会社を社員は信頼すると思います。

花王は、製品に関する透明性を高め、正しい情報を適切にわかりやすくお伝えしていくことが、生活者の正しい選択や快適な暮らしにとって重要であると考えています。ウェブサイトやさまざまなステークホルダーとの交流の場を通じて、タイムリーに情報を開示しています。

ESG キーワード

科学的根拠にもとづく情報開示

香りに関する方針と香料成分名の開示

社会的に関心が高い成分の方針開示

サプライチェーンにおける透明性

化学物質の有用性と安全性に関する情報開示

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

現代の社会生活においては、個人にとって必要なあるいは重要な情報を得たいというニーズが高まるとともに、IoTの発達により多くの情報を手軽に入手できるようになっています。生活者においては、環境や社会に配慮した製品やサービスを選んで消費する「エシカル消費」が広がりを見せており、個々の製品の品質はもちろんのこと、信頼できる企業から製品を購入したいという考えが広がりつつあります。

しかしながら、企業やモノの情報はまだ断片的であることが多く、生活者は正しい選択ができないのが現状です。また、企業は、正しい情報を適切に開示することで、生活者や他のステークホルダーとの対話を促進することが求められるようになっていきます。

花王は、社会やモノのつながりが透明となり、誰もがよりよい社会構築に参画できること、よりよい社会構築という目的と意志の下に、企業とステークホルダーそれぞれが所有する情報や考えを裏表なく共有し、対話できることをめざしています。また、正道を歩む

社であるとともに、科学的根拠に基づいた、生活者に役立つ商品を提供し続けたいと考えています。

また、企業には消費者・生活者への説明責任のみならず、それ以外のステークホルダーに対しても、透明性や説明責任が一層求められています。各種の法や規則等を順守することはもちろん、社会的に有用と考える情報を適時・正確かつ公平に開示することをめざして、株主、投資家、社外評価機関に対しても対話と情報開示コンテンツの充実を図っています。

私たちは、生活者の皆さまが直接触れることが多い、製品に関わる情報をお届けすることを第一優先と捉え、活動を進めています。

花王が提供する価値

生活者が正しい情報を入手することで、安全・安心な商品・サービスを選びやすくなり、快適な暮らしを送ることができます。また、生活者個人の選択が、本人が意識することなくSDGsに貢献することになり、これらの活動による環境影響が、地球が許容できる範囲内に

留まることが大切だと考えています。

その結果、生活者と社会が互いの信頼に満ちあふれ、持続可能な成長やイノベーションの創出、新しい価値の提供、新しい市場や雇用の創出がなされる世界が生まれると信じています。

貢献するSDGs



方針

透明性に関しては、花王ウェイ、花王 ビジネス コンダクト ガイドラインを基本に、個人・社会・地球に対して正しい選択をするために、必要な人が必要とされる情報を必要な時に簡単に入手できること、そして、その正しい情報をもとに、ステークホルダーとの対話がより発展していけるよう、活動を推進しています。

教育と浸透

「正道を歩む」は、花王ウェイに記載されており、「My Kirei Lifestyle」の基盤でもあります。法や規則等の遵守はもちろん、個人個人が倫理に則って社会的に正しい行動をとることがとても重要視されています。この考え方は、研修など特定の機会のみならず、日常の業務を通して社員の間浸透され、仕事を離れた日々の生活においても徹底されています。

また、同じく花王ウェイに記載された「消費者起点」や「グローバル視点」の考え方に則り、世界中の生活者のために必要な情報とは何かを各ステークホルダーとの対話を通して学んでいます。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

製品関連情報に対して生活者から直接お問い合わせいただくご相談、ご意見のみならず、流通、NPO / NGOとの対話の中から、社会と市場からのニーズをくみ取るようにしています。

また、製品の透明性向上のためには、サプライヤーとの協力が不可欠であり、業界団体とも連動して、製品情報開示の動きを進めています。

さらに、アカデミアとの交流を通じて、常に最新の科学的知見の収集を行なっています。

体制

私たちは、すべてのステークホルダーに花王のありのままの姿をお伝えすることが徹底した透明性につながると捉えています。これまでも各主管部門が透明性向上の活動を進めてきました。

その中でも特に注力すべきものとして、生活者の皆さまが直接触れることの多い、製品に関わる情報に関しては、日本よりも欧米の生活者からの要望が強く、グローバルかつ部門横断的な活動を加速することが必要と考えました。

そこで、2019年に、ESG 委員会の下部組織であるESG 推進会議内に製品情報開示のためのタスクフォースを設置し、まずは世界的に見て開示要求が強い香料

成分の開示に的を絞り活動を開始しました。タスクフォースでは、日欧米からの選抜メンバーによって、情報収集と整備を担うチーム、IT他インフラを整備するチーム、欧州、米州各リージョンで活動を担うチームなど、5つのワーキンググループが設定されています。2020年は2～3カ月に1回の頻度で、日米欧の互いの進捗と課題を確認する全体会議を開催し、その結果はESG 推進会議で報告しました。

当初は欧米中心のパイロットプロジェクトとしてスタートしましたが、2020年はこのプロジェクトを進めつつ、開示対象のブランドを日本やアジアの家庭品、ならびに化粧品に広げていくための準備チームを設立するとともに、互いの進捗や課題を共有化する場を設けています。これによって、地域、分野限定の活動から全社的な活動へと一歩踏み出すことができました。

各準備チームでは、開示するブランドの優先順位を設定し、香料情報の収集ならびに事業分野固有の課題がないかの検討を進めました。また、情報開示をより正確に、タイムリーに進めるためのITシステムの検討も開始しています。IT整備チームは、2020年夏以降ほぼ1回/週の頻度でミーティングを開催しており、早期のシステム稼働をめざして邁進しています。



→ ESG 推進体制について詳細はP18「ESG 推進体制」

中長期目標と実績

2030年長期目標

私たちは、必要な情報(量・質)が入手できるブランドを「透明ブランド」と定義し、2030年までに花王が所有し、販売しているすべての家庭用品ブランドが「透明ブランド」となることを目標としています。そして、生活者の皆さまがより簡単でわかりやすいと感じていただける情報の開示方法も検討していきます。

中長期目標を達成することにより期待できること

製品の持つ情報に対する企業と生活者の非対称性が解消し、製品を選ぶ選択軸が増えることが期待できます。その結果、生活者と企業が共通の情報を介して、ともに、「ESG視点のよきモノづくり(ESGよきモノづくり)」、よりよい社会構築に参画できるようになると考えています。

事業インパクト

生活者が必要とする情報を獲得し、生活者にとって意味のある製品や安全で安心な製品を選べることは、市場拡大の機会となり、花王が正しい行動と商品開発を行なうことにつながると考えています。

また、一部流通では、香料のみならず、用いられている成分や環境インパクト等の情報をもとに、取り扱う商品の選別も進められています。花王にとって、環境や生物多様性に配慮した持続可能なモノづくりと、製

品情報の公開を進めていくことがますます重要となっていきます。

ある調査*によれば、現代およびこれからの市場を支配する、ミレニアル世代・Z世代の約4割が環境・社会への好影響を与える製品を選択的に購入しているとの結果があり、これらの世代の要求に応えることが必要であると考えています。

※ デロイトミレニアルサーベイ(2019)

社会的インパクト

生活者が正しい情報をもとに、生活者にとって意味のある製品や安全で安心な製品を選ぶようになることは、花王のみならず他の企業にとっても行動変容の機会となります。それは、社会全体が環境や生物多様性などに配慮した持続可能な生活と商品、サービスを選ぶことにつながると考えています。

そこに発生した課題もまた情報として世の中に発信され、見える化が進むことで、その課題の解決手段を有する個人や企業、団体等の参入による新たな協働が生まれる社会が形成されると考えています。

2020年の実績

花王の「香りに関する方針」を日本およびグローバルサイトに公開するとともに、日本およびアメリカの合計11のブランドで香料成分名を公開しました。また、社会的に関心が高い成分である防腐剤、パラベン類、マイクロプラスチックビーズ、シリコン、紫外線吸収剤の5つの成分についての考え方を、日本およびグローバルサイトに公開しました。

実績に対する考察

今回、香料成分に関する情報開示がスタートできたのは、製品の透明性向上について共感いただいた香料サプライヤーのご理解とご協力があったことです。一方、2020年に開示ができたのはごく一部のブランドにすぎず、引き続き、より多くの香料サプライヤーと密接な連携を図っていくことが重要であると感じています。

2020年の活動を通じて、サプライヤーとの交渉や契約、情報の入手と整理、情報開示後の問い合わせ体制の準備など、一連の作業量や課題を把握することができました。今後さらに情報公開するブランドを拡張するとともに、よりタイムリーに情報をお伝えするには、社内の各種データベースやシステムの連携が不可欠であることもわかりました。すでに一部システムの機能増強や自動化に着手しており、2021年内の稼働をめざしています。

また、最近では、香料のみならずその他の成分情報、

環境へのインパクト、サプライチェーン全体の透明性が求められ、お伝えすべき相手も生活者の他にさまざまなステークホルダーが対象になります。そのためにはさらなる社内体制の強化、各データベースの充実とシステム間の連動、社内外の連携を進め、2030年までの100%「透明ブランド」化の目標を前倒しで実行していきたいと考えています。

具体的な取り組み

ウェブサイト「製品カタログ」や各種製品サイトにおける配慮

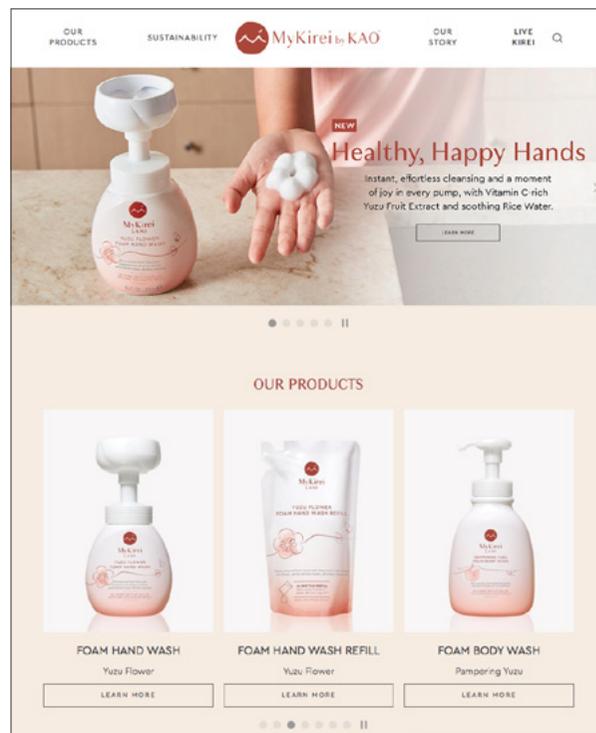
お客さまがこれから購入しようとしている製品や、すでにお手元にある製品が、安心して購入・使用できるかの判断に必要な情報を開示しています。

ウェブサイトにある「製品カタログ」や各種製品サイトを通して、製品の特徴や製品に用いられている成分に関する情報を科学的根拠に基づいて掲示しています。

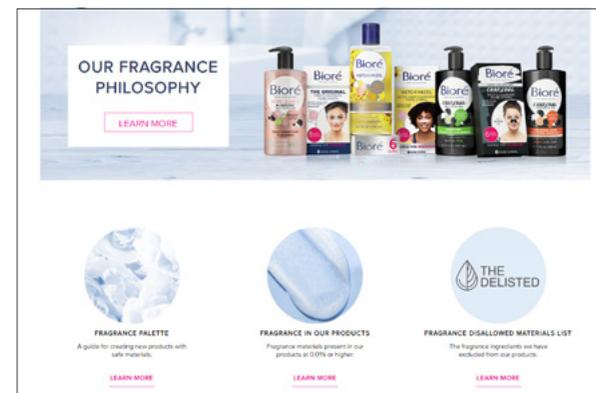
2020年は、エシカル消費意識の高いお客さまに向けて、アメリカのMyKireiとBioréブランドで、また、日本のファブリック&ホームケア商品の一部で製品中の香料成分に関する情報公開をスタートしました。



→製品カタログサイト
www.kao.com/jp/products/



→MyKirei by Kao ブランドサイト
www.mykirei.com/en-us/



→US Bioré ブランドサイト
www.biore.com/en-us/fragrance/

香りに関する方針ならびに香料成分名の開示

2020年5月に公開した「香りに関する方針」では、香りを通した“よきモノづくり”への思いや提供したい価値、香りに関する研究事例などを紹介しています。また、製品中に0.01重量%以上配合されている香料成分情報を開示していくことを記載しています。

この基本方針の下、さらに業界の動きにも連動しながら、日本およびアメリカの合計11のブランドで、香料成分名の公開を開始しました。

社会的に関心が高い成分の方針開示

2020年12月に開示した社会的に関心が高い防腐剤、パラベン類、マイクロプラスチックビーズ、シリコーン、紫外線吸収剤の5つの成分については、科学的根拠を踏まえた花王としての使用方針や考え方を開示しています。



→詳細はP57「快適な暮らしを自分らしく送るために > より安全でより健康な製品」

サプライチェーンにおける透明性

サプライチェーンにおいても透明性を高める活動を推進しています。資源保護、環境保全や安全、人権などに配慮した原材料を調達するとともに、トレーサビリティの確保に努め、サプライヤーとの対話を通じ、よりサステナブルな原料調達をめざしています。

2020年には花王が購入しているパーム油脂の搾油ミルリストを公開しています。



→2020年度ミルリスト
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/procurement/procurement-progress/progress-2020/



→詳細はP79「思いやりのある選択を社会のために > 責任ある原材料調達」

化学物質の有用性と安全性に関する情報開示

SAICM推進の基本方針のもと、「責任ある化学物質管理」の一環として、生活者と社会に対して、これまで行ってきた化学物質の安全性に関する情報のわかりやすい開示に加え、有用性情報発信の取り組みを開始しました。



→詳細はP219「正道を歩む > 責任ある化学物質管理」

従業員の声

グローバルで推進する香料成分開示

森 厚人

花王株式会社
技術法務センター 主席部員



ESG戦略の一環として、香料成分開示のプロジェクトをグローバルに進めています。家庭用製品における香りは、製品の魅力を高めるのに必要なものです。香料はその繊細な香りを表現するためにいろいろな原料を組み合わせられていますが、通常は香料成分の情報は開示されないため、生活者の香りへの安心感を得るまでには至っていません。

香りの成分に対する興味は、地域や人によって大きく異なり、グローバルに基準を統一して開示を進めていくのは容易ではありません。現在、欧米のメンバーが積極的に課題解決に取り組んでいます。わかりやすい方法で積極的に成分を開示していくことによって、すべての生活者の安心感を高め、幸せな生活に貢献できると信じています。

成分開示が生活者の正しい選択のカギ

Chrysann Wallace

Human Capital Development, Americas,
Mass ESG, Senior Manager



花王は、Kirei Lifestyle Planの取り組みのひとつ、「徹底した透明性」の一環として、製品の成分情報を適切にお伝えすることが、生活者の正しい選択に重要であると考えています。香料に関する透明性の向上は、新たな試みのひとつです。この取り組みにより、花王と、花王製品をご愛用いただく世界中の皆さまがきめ細かなコミュニケーションを取り、信頼関係を保ち続けることができると信じています。

この情報化の時代には、確かなデータを有意義な方法で生活者の皆さまにお伝えすることが重要です。花王は製品開発のすべての段階において、製品の安全性を第一に考えています。生活者の皆さまにそのことを知っていただき、安心して製品をご使用いただければうれしく思います。

人体や環境に影響のない 原材料の選択と開示

Dr. Frank Golinski

Kao Europe Research Laboratorie
Hair Beauty Care, Director



私たちの顧客が知りたいと思っているのは花王製品の調合方法、成分の由来、製造方法、そして人体や環境への影響についての情報です。

研究開発における私たちの使命は、最大限の効果があがる一方で、人体に悪影響がなく、環境への影響を最小限に止めるような原材料を慎重に選ぶことであり、同時にこういった努力を可能な限り公開することなのです。

花王は、人権に関する国際規範を支持、尊重し、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、企業活動全体において人権侵害ゼロの実現に向け取り組みを進めています。「花王人権方針」は、経営会議の承認を受け、2015年に公表しています。

ESG キーワード

人権リスクの予防・軽減

各国・地域の現代奴隷法への対応

サプライチェーンにおける人権尊重

人権デュー・ディリジェンス

花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)

広告や表示における人権尊重

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

人権は最も基本的な権利であり、多様な価値観があるなかで、互いに人権を尊重し、誰ひとりとして差別や格差で苦しめない社会の達成が望まれます。

企業活動は、社員、お取引先、顧客など、さまざまな人の人権と密接にかかわっています。そのなかで、人権侵害が生じる可能性はゼロとはいえません。たとえば、企業活動のグローバル化の進展により、途上国のサプライヤーでの強制労働が生じるリスクが指摘されています。職場内においても、多様な社員の働き方を支える仕組みや差別が生じないような工夫も求められています。広告表現により生活者の人権侵害につながったり、生活者が人権侵害につながる内容を含む広告等をSNSに転載するなどした場合には、間接的に人権侵害に加担する可能性も排除できません。また、コロナ禍においては、在宅勤務の増加によるコミュニケーション不足や長時間労働、出勤せざるを得ない勤務体系の社員との差など、新たな人権リスクの可能性も考えられます。

「ビジネスと人権に関する指導原則」では、企業には人権尊重の責任があるとされ、「英国現代奴隷法」では奴隷労働や人身売買がないように取り組み、それを開示することが求められるなど、企業の人権への取り組みがますます重視されてきています。企業は、人権侵害のリスクを把握し、人権侵害が発生したときの是正や、発生防止への努力を続けなければなりません。

花王では、企業活動全体において、人権侵害をゼロにし、図らずも問題が起きた場合は速やかに問題解決することをめざし、特にパーム油をはじめとするサプライチェーンと、社員の人権のリスクが高いと認識し、重点的に取り組みを進めています。これらのリスクの見直しは、定期的に行なっています。

また、2030年までにSDGsを達成するには、取り組みのスピードを速め、規模を拡大する必要があると認識し、2020年1月、SDGs達成のための「行動の10年(Decade of Action)」をスタートさせています。

花王が提供する価値

花王では、事業活動全体を通じて人権配慮を進めていくことを「花王人権方針」でうたっています。花王グループの企業行動指針である「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」でも、すべての取引を公正・誠実・適正に行なうこと、企業活動全体を通じて人権を尊重すること、社員の多様性を尊重することをうたっています。購買活動では、公正・公平な活動を推進しており、調達先ガイドラインで花王と同様の取り組みをお取引先にも求め、サプライチェーン全体で“よきモノづくり”を追求しています。

図らずも問題が起きた場合には速やかに問題解決することをめざし、ステークホルダーからの意見を取り入れるコンプライアンス通報・相談窓口などを設置し、顕在化した事象には関係部署が協力して取り組みます。

花王だけでなく、多様なステークホルダーと連携して人権尊重の取り組みを進め、人権リスクの予防・軽減に努めることで、人権侵害ゼロに少しでも近づき、「花王ウェイ」で使命とする「世界の人々の豊かな生活文化の実現」に貢献します。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

昨今、生活者のエシカル意識の高まりとあいまって、企業の人権への対応についての関心が世界的に強まっており、人権への配慮が十分になされないことは、レピュテーションリスクにつながります。

事業活動においては、花王社内・サプライヤー・委託先の別を問わず、強制労働など劣悪な労働環境下での製品の製造は品質上の問題を引き起こす可能性があります。また、人権リスクにより花王の信用が毀損されれば、サプライヤーと信頼関係が損なわれて購買行動にもマイナスの影響が出たり、生活者からの信頼を失うことで売り上げ減少につながることも考えられます。社員のモチベーションやロイヤリティが低下し、生産性への悪影響や、離職が進む可能性もあります。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

企業活動全体を通じて人権を尊重する花王の姿勢や取り組みが広く社会の共感を得られ、同じような取り組みが増えれば、取引先でも人権尊重の取り組みが推進されて活動のレベルが向上し、社会全体での人権への意識が高まり、人権侵害ゼロへの貢献につながります。

花王では、人権を尊重し、公正な調達を推進しています。これは、企業姿勢への生活者の共感を喚起し、取引先との良好な信頼関係の構築・維持に寄与します。特にエシカル消費に関心の高いミレニアル世代、Z世代からの共感を得られれば、製品のさらなる購買につながり、採用において優秀人財の獲得機会を増進する可能性が

あります。社内においても、人権の尊重の取り組みを進めることで社員のロイヤリティを向上させることができ、生産性の向上や離職率の低下につながります。

貢献するSDGs



方針

花王は、企業活動全体において、人権侵害をゼロにし、図らずも問題が起きた場合には速やかに問題を解決することをめざします。

花王は2015年に「花王人権方針」を制定・公表し、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「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、人身売買、強制労働を行わないことを明記しています。

サプライチェーンにおいても、「調達基本方針」で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」で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。

さらに、「原材料調達ガイドライン」では、人権を含む持続可能な開発における課題について認識し、持続可能な原材料の調達に取り組むことを明記しており、「持続可能なパーム油」の調達ガイドライン、「持続可能な紙・パルプ」の調達ガイドラインを策定しています。

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、およびCGF※の強制労働撲滅に向けた決議および優先業界原則を支持しています。法令遵守に加え、国際的に認められた人権と各国や地域の法令の間に矛盾がある場合、国際的な人権の原則を尊重するための方法を追求していきます。

図らずも問題が起きた場合に速やかに対応するために、相談窓口を設置し、社内外からの通報・相談を受けています。いただいた通報・相談は、コンプライアンス委員会を中心に議論・調査し、必要に応じた対応を行っています。

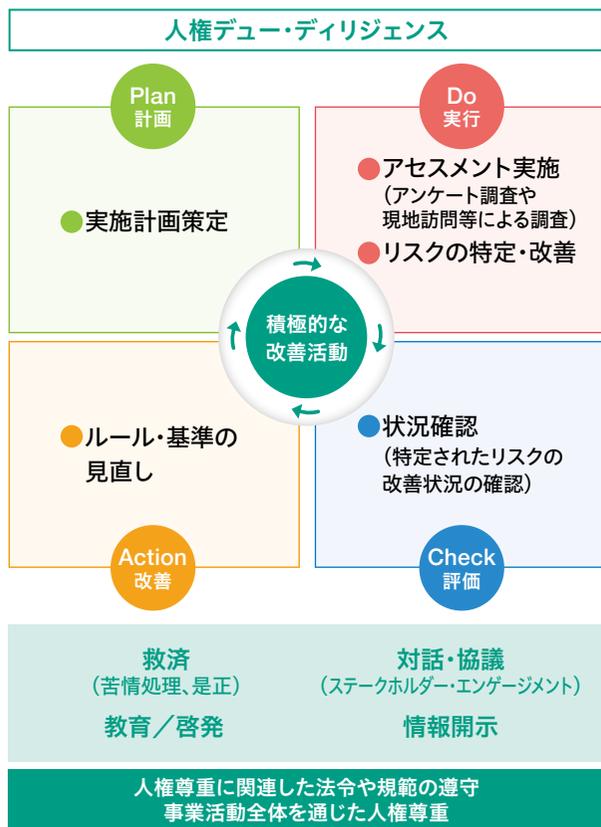
※ CGF(The Consumer Goods Forum)
消費財メーカーと流通業のグローバルなネットワーク。花王はメンバー企業として参加している。



→ P144「正道を歩む>実効性のあるコーポレートガバナンス」

人権の尊重 103-2,103-3

人権方針に示した取り組みの全体像



→花王人権方針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/kao-humanrights-policy.pdf

→花王 ビジネス コンダクト ガイドライン
www.kao.com/jp/corporate/about/policies/compliance/business-conduct-guideline.html

→調達基本方針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-policy.pdf

→調達先ガイドライン
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-supplier-guidelines.pdf

→原材料調達ガイドライン
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-raw-materials-guidelines.pdf

花王グループにて想定されるリスク(顕著なリスクに下線を引いています)

	研究開発	調達	生産	マーケティング	物流	販売	コーポレート (業務支援)
ともに働く人々(花王社員、協力会社社員、サプライヤー社員)	・強制労働 ・あらゆる差別(年齢、出身地、国籍、外国人・移民労働者、人種、性別、LGBT差別、障がい・病气、妊娠婦)	・不衛生な会社提供住居 ・パーム農園における劣悪な労働環境・強制労働・児童労働	・不衛生な会社提供住居				・社員のプライバシー侵害 ・採用活動における差別
ビジネスパートナー	・花王による優越的地位の乱用によりビジネスパートナーの労働環境が悪化						
生活者・顧客	・商品設計上の事由による健康・安全への悪影響			・顧客のプライバシー侵害 ・不適切な広告・宣伝による未成年者・高齢者・女性への悪影響			・顧客のプライバシー侵害 ・虚偽説明による誤認 ・不適切なパッケージング・ラベル表示
地域社会		・工場等建設に伴う先住民族の文化・伝統・生活の侵害 ・工場等建設、運営に伴う生態系や地域社会へのダメージ(工場設置、水供給、排水・排ガス等による健康被害など含む)	・工場等建設に伴う先住民族の文化・伝統・生活の侵害 ・工場等建設、運営に伴う生態系や地域社会へのダメージ(工場設置、水供給、排水・排ガス等による健康被害など含む)		・輸送時の有害物質の漏洩による健康被害	・製品の誤使用による健康被害、生活への悪影響	・国際的に認められた人権を下回るような事業慣行

教育と浸透

企業活動のあらゆる側面において人権リスクを予防・軽減するためには、社員一人ひとりが人権について理解を深め、人権尊重の取り組みを進めることが大切です。このため、花王人権方針に沿った情報発信や教育・研修を行なうとともに、コンプライアンス、責任ある調達、職場の安全・安心、人財の多様性など、個別のテーマごとの教育・研修も、さまざまな機会をとらえて実施しています。



→ P79「思いやりのある選択を社会のために」> 責任ある原材料調達

→ P144「正道を歩む」> 実効性のあるコーポレートガバナンス

→ P186「正道を歩む」> 受容性と多様性のある職場

→ レスポンシブル・ケア活動
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=27

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

花王は、企業活動全体で人権尊重の取り組みを実施しています。関連するステークホルダーは、社員、サプライヤー、生活者など幅広く、これらステークホルダーとの対話を通じて活動のレベルアップを継続していくことが重要と認識しています。このため、社員、サプライヤー、生活者・株主、取引先、地域社会・行政機関などに対して、さまざまな機会・手段を通じてコミュニケーションをとり、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。

社員に対しては、2年に一度実施する社員の声・意識調査「Find」で社員の意識の把握に努めています。サプライヤーとは、ベンダーサミットで活動の紹介に加え意見交換を行なっています。地域社会に対しては、工場でサイトレポートを発行し、活動を地域の方に紹介しています。

活動の改善のために、今後、人権問題について専門的知見を持つNPO／NGOとの意見交換の場を設け、連携を進める予定です。

体制

花王グループ全体の人権の取り組みは、Kirei Lifestyle Planの19の重点取り組みテーマの一つとして、ESG推進体制のもとに進めています。

人権の問題は多岐にわたるため、ステークホルダーごと、テーマごとにさまざまな部門が取り組みを行なっています。社員への取り組みであれば、職場の安心・安全についてコーポレート戦略部門が、受容性と多様性のある職場について人財開発部門が中心になって取り組みを進めていますし、サプライヤーへの取り組みは主に購買部門が担っています。生活者に最も関係するのは広告表現における人権配慮であり、これは事業部門や作成部門が担当しています。また、社内外からの声が広く集まる相談窓口は、法務・コンプライアンス部門などが担当しています。

これら個別の取り組みについて全体を把握し、推進していくのがESG部門であり、人権の取り組みは、ESG部門を統括する執行役員が責任者となっています。取り組みの全体把握のために、経営サポート部門、人財開発部門、法務・コンプライアンス部門、購買部門、ESG部門で人権推進チームを設け、年4回の定期的な情報共有を行なっています。その他の部門とも、必要に応じて連携しています。

人権の取り組み全体については、ESG部門から年1回、経営会議とその下部組織であるコーポレートコミティで報告を行なっています。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

中長期目標と実績

中長期目標

花王は、“よきモノづくり”のプロセス全体において、人権侵害をゼロにし、凶らずも問題が起きた場合には速やかに問題を解決することをめざします。

このために、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。

人権の問題は多岐にわたるため、幅広いステークホルダーにインパクトを与える可能性があります。花王では、ステークホルダーごとにどのような人権リスクがあるかを検討し、そのリスクが顕在化したときにステークホルダーに与えるインパクトが深刻なものと、花王の事業活動に与える影響の大きいものから優先して対応しています。

最も優先度の高いステークホルダーとして、社員とサプライヤーを選定しています。2030年までに、これらのステークホルダーへのリスクアセスメント調査実施率100%をめざしており、社員に対するリスクアセスメントとして、花王グループ拠点および委託先(花王グループ事業場内)を対象に、また、サプライヤーに対しては各社ごとにリスクアセスメント調査を行ないません。



P144「正道を歩む>実効性のあるコーポレートガバナンス」

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

ひとたび人権侵害が起これば、企業は、直接的な訴訟リスクにさらされ、訴訟費用、回収費用などの経済的負担を強いられます。また、企業イメージも大きく損なわれ、生活者のレピュテーションや社員のロイヤリティを低減させ、取引先との信頼関係も毀損する可能性が高くなります。

花王の事業活動において、人権リスクの特定・防止・軽減を継続して行なうことは、直接的な経済損失を回避するだけでなく、企業姿勢への共感を通じた生活者の花王製品選択機会の増加、取引先との信頼関係強化による調達リスクの低減、優秀人財の獲得機会の増進、社員のロイヤリティ向上による生産性向上と離職率低下による採用コスト低減などに寄与します。

社会的インパクト

企業による人権尊重の取り組みが拡大することは、社会全体で人権意識を高めることに貢献し、花王の取り組みは、その一助となります。たとえば、ステークホルダーの理解が深まることで、社会全体の人権への意

識が高まり、強制労働などの人権問題を軽減するとともに、途上国での乱開発が減少し環境リスクも防ぐことができます。

また、人権に配慮した製品の提供は、生活者が間接的に人権侵害に関与する機会を減らし、社会全体の人権侵害を軽減することにもつながります。

2020年の実績

実績

人権デュー・ディリジェンス

社内

①リスクアセスメント

- ・花王グループ会社を対象に「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(42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%)
- ・委託先については、次年度より調査を実施できるよう準備中

②リスクの特定・改善

花王グループ拠点のリスクアセスメントの結果、花王が人権に対する負の影響を引き起こした、あるいはこれを助長したという事実は発見されませんでした。よって、深刻な人権侵害につながるリスクはなく、改善を行なった事案はありません

③状況確認

本年はリスクアセスメントを通じたリスクの特定を行なったのみで、監査は実施しておりません

④ルール・基準の見直し

作成から3年を迎えるため、「人権チェックリスト」の内容について2021年に見直しを行なう予定です

※ 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

サプライヤー

- ・昨年に引き続き、サプライヤーに対しSedex登録を働きかけ
- ・2020年12月時点でアクセス権が設定されたサイトに対してリスクアセスメントを実施



→ P79「思いやりのある選択を社会のために」> 責任ある原材料調達」

救済、苦情処理

すべてのステークホルダーからの通報・相談を受けられるよう、広く門戸を開放しています。社員・サプライヤー・委託先からの通報・相談はコンプライアンス通報・相談窓口、生活者からの通報・相談は電話やe-mailなどの相談窓口で受けています。また、担当者に直接寄せられた声も、必要に応じて関係部署に共有し、対応しています。

たとえば2020年に実施した「ロリエ Kosei-ful キャンペーン」では、月経の多様な側面を伝えようとしていましたが、真意が伝わりにくい表現に対して、社外から配慮不足との声をいただき、プロジェクトの見直しを決定しました。

また、花王は、パーム農園と直接的な契約がないため、油脂サプライヤーに対し効果的な苦情処理メカニズムの構築を依頼し、監査等を通じた現状把握と改善要求を進

めます。2020年10月、小規模パーム農園と花王が直接対話をする場を設け、課題をヒアリングし、油脂サプライヤーに改善を求める活動「SMILE」を行なうことを発表しました。



→ P144「正道を歩む」> 実効性のあるコーポレートガバナンス」

→ P79「思いやりのある選択を社会のために」> 責任ある原材料調達」



→花王、アピカルグループ、アジアナグリがインドネシアの小規模パーム農園の支援プログラム「SMILE」を開始

www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2020/20201014-001/

教育・啓発

取引先

- ・サプライヤーとの懇話会において、花王より人権リスクについて啓発を実施

社員

- ・イントラネットに人権にまつわる話題を提供し、社員の関心を喚起

- ・「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の研修や確認テストを通じ、人権尊重の考え方を啓発
- ・多様な社員の活躍推進と多様なお客さまを理解していくことの一端として、LGBTに関する勉強会や理解者(ALLY)募集を継続して実施
- ・人種差別問題について研修を実施



→P79「思いやりのある選択を社会のために>責任ある原材料調達」

→P144「正道を歩む>実効性のあるコーポレートガバナンス」

→P186「正道を歩む>受容性と多様性のある職場」

対話・協議

- ・サプライヤーとの懇話会をオンラインで実施。サプライヤー38社が参加し、意見交換を実施
- ・グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、コンシューマー・グッズ・フォーラムの人権部会に参加し、他企業、NPO、国際機関、官庁の有識者との情報交換を実施

情報開示

- ・花王の取り組みについてウェブサイト等を通じて情報発信
- ・人権尊重の取り組みをウェブサイトやサステナビリティデータブックで報告
- ・2015年に英国において制定・施行された、「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)[※]に対応し、花王における取り組みを記載した声明をウェブサイトに掲載

※ 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



→詳細は「英国法“Modern Slavery Act 2015”への対応」

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/humanrights/modern-slavery-act-statement/

その他

新型コロナウイルス感染拡大により原則在宅勤務などの外出規制対策を実施している間に、生産・物流・販売等の事業継続のために出社を要請した社員には、「特別要請手当」を支給

実績に対する考察

人権の取り組みは、2030年までに花王グループ、サプライヤー、委託先(花王グループ事業場内)を対象に、人権デュー・ディリジェンスの調査実施率を100%にすることを目標にしています。2020年の調査実施率は、花王グループが100%、サプライヤーが、グローバルの取引の83%(金額ベース)で、順調に推移した一方、委託先への調査は実施できず、来年からの実施に向けた準備にとどまりました。

調査の結果、花王グループでは深刻な人権リスクは発見されませんでした。状況は毎年変化するため、次年度以降も継続して調査を行ない、人権リスクの特定・防止・低減に努めます。

サプライヤーでは、今後さらにSedex への加盟を求めるとともに、アセスメント結果が低いサプライヤー(B評価、C評価)には改善を求めています。



→サプライチェーンにおける人権について詳細はP79「思いやりのある選択を社会のために>責任ある原材料調達」

具体的な取り組み

人権デュー・ディリジェンス プロセス

花王では、強制労働、職場の労働環境や差別など、花王をとりまく人権リスクの調査・特定に向けて、取り組みを行なっています。

毎年、社内、サプライヤー、委託先を対象としたリスクアセスメントを実施し、結果のレビューとリスク特定を行なうことで、人権の負の影響を特定、防止、軽減することに努めています。

1. 社内での取り組み

毎年、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っています。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、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回答しています。

2020年は、42工場がSedexの自己評価アンケートに、人権チェックリストには57のグループ会社が回答し、回答率は100%となりました。これらの結果、工場、花王グループ各社において、人権侵害に関連するリスクは発見されず、改善を実施している事案はありません。

2020年はリスクアセスメントを通じたリスクの特定を行なったのみで監査を実施していません。次年以

降、監査の実施、また作成から3年を迎える「人権チェックリスト」の内容の見直しを行なう予定です。

2. サプライチェーンでの取り組み

取引基本契約に環境や人権に配慮する条項を追加

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。

セルフアセスメントの要請とモニタリング

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に関する説明を行ない、さらにSedexへの加盟、質問への回答、データへのアクセス権の設定の要請を進めています。2020年末時点でグローバルの取引の83%(金額ベース)がSedex加盟会社(代替プログラム※、

花王SAQ 含む)との取引となりました。

※ EcoVadis 等 Sedex に代わる調査プログラム



→ P79「思いやりのある選択を社会のために>責任ある原材料調達」

社内での人権教育

BCGを通じた人権尊重の考え方の啓発(グローバル)

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の教育活動を行なっています。2020年には、BCGの理解を深めるためのケースブックを改訂し、翻訳版を各社のイントラネットへ掲載し、社員へ告知しました。日本では、全社員に向けたeラーニングによるハラスメント防止研修、コンプライアンス委員会委員長によるオンライン講話、入社者、新任マネージャーに向けたコンプライアンス研修などを実施し、海外子会社においてはBCG確認テストを実施するとともに、グループ全体として、10月のコンプライアンス月間では相手に配慮した職場内のコミュニケーションを意識付けることにより、いきいきと働ける職場風土の実現に向けた活動を推進しました。



→ P144「正道を歩む>実効性のあるコーポレートガバナンス」

イントラネットを通じた人権尊重の考え方の啓発(日本)

社員の関心喚起につなげるため、人権に関連する話題をイントラネットに投稿しています。

2020年には、動画でわかるD&Iシリーズを公開しました。LGBT、異文化、聴覚障がい、差別的言動やハラスメントなどをテーマとして取り上げ、基礎的な知識を紹介し、D&Iへの理解を深めています。多様な背景を

持つ人とのコミュニケーションについて学ぶことで、人権への配慮が進む内容となっています。

また、12月の人権デーによせて、「世界人権宣言」や国連「ビジネスと人権に関する指導原則」について紹介する動画をイントラネットに掲載しました。



→ P186「正道を歩む>受容性と多様性のある職場」

広告や表示における人権尊重(日本)

広告やパッケージ等における人権視点での確認について自主的にチェックする体制があります。人権侵害とみなされるような内容を含んだ表現かどうかの判断を行なうにあたっては、複数の目で確認することも重要であるため、事業部の担当者と上長で人権侵害とみなされるような内容を含まないかを確認し、同時に社内クリエイティブ部門(コミュニケーション作成部)と情報共有しています。

また、コミュニケーション作成部内に人権マイスター[※]を養成し、部内で共有・相談したり、主体的に改善できるように体制を設けています。判断しにくい案件に関しては、ESG部門へ相談・確認を行ない、対応しています。

[※] 人権マイスター

コミュニケーション作成部内で人権配慮リテラシーの向上に努め、部を牽引する人材

人種差別問題への理解を深める取り組み

2020年は、米国で人種差別への抗議運動「Black

Lives Matter」が大きな話題となりました。花王グループでも、人種差別問題への理解を深めるため、啓発活動に取り組みました。

- ・ 6月19日、花王ウェイ研修「米州における人種差別問題の本質と背景」を開催。歴史学者でラトガース大学在籍の北田依利さんとイリノイ大学在籍の高内悠貴さんから、人種差別の社会的構造、植民地主義と奴隷制の歴史的ルーツについて講義を受け、それを踏まえた社内での議論を実施
- ・ 8月31日のESG推進会議にて、アメリカの奴隷制度と奴隷解放についての博物館であるシンシナティのNational Underground Railroad Freedom Center シニアディレクターのクリス・ミラー氏の提言を動画にて視聴。後日、イントラネットで全社員にも公開
- ・ 米州において有識者を招いてディスカッションを行ったり、人種差別への理解を深めるワークショップを開催

新型コロナウイルス流行下における人権尊重の取り組み

- ・ イン트라ネットに特設ページを設け、感染対策や在宅勤務時の働き方のコツなどの情報を提供。また、CEOメッセージで人権尊重についても言及
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大により原則在宅勤務などの外出規制対策を実施している間に、生産・物流・販売等の事業継続のために出社を要請した社員には、「特別要請手当」を支給



ステークホルダー・エンゲージメント

花王の調達活動における 人権尊重の取り組み



石田 寛 氏

経済人コー円卓会議
日本委員会
事務局長

世界動向・E×S×G = レジリエンス企業をめざすこと

欧州をはじめ人権デュー・ディリジェンスに関する法制化の動きが厳格化している。今後企業に求められるのは、サプライチェーンにおいてサンプリングにより直接ワーカーとの対話を行ない、人権侵害を受けているワーカーを特定し、対処できるかどうかである。

またESG関連投資家が投資判断する“ものさし”は、今後経営マネジメントの浸透を図る意味で、E、SとGを個別に対応するのではなく、この3つをビジネスオペレーションに関連付けて説明でき、コロナ禍においてもレジリエンスな強さを持続的にめざすことができるかどうかを問うている。

花王の活動で評価できること

花王は、ESGに関する方針やマネジメント体制(人権デュー・ディリジェンス)の仕組みをすでに構築できている。特に、ステークホルダーからの懸念の声(パーム油、紙・パルプを含めた持続可能な天然原料の調達)などの取りこぼしをしないようにするために、ESG活動推進部を中心に関連部署を集めた人権推進チームにおいて、組織横断的に対応する仕組みが構築されており、すばらしい。

今後花王に期待していること

- ・ ESG戦略として経営と合致したランドデザインを描き、今後めざす方向性を定量・定性的に示していただきたい。
- ・ E×S×G = 企業のレジリエンス
E: 2030年、2050年のカーボンニュートラルに向けたランドデザインの構築
S: 国内外の外国人ワーカーの特定、原料(パーム油)の直接人権侵害有無の確認+苦情受付窓口の取り組み
G: ESG委員会や人権推進チームでどのようなことが議論され、意思決定がなされたかプロセスの開示(透明性と多様性の観点で情報開示)

- ・ まだUNGPsに準じた人権デュー・ディリジェンスや苦情処理メカニズムのレベルに達していないため、早急な対応が望まれる。特にサプライチェーン上の外国人ワーカーの把握、パーム油における小規模農家の直接人権課題の特定が急務である。
- ・ こうした上記のプロセスに則って有識者などとのダイアログを通じ、合意形成していくことで“Quality Relationship”が高まり、信頼性や正当性の担保を得ることができるフレームワークが完成するので、極めて重要である。

「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、大きな活力を生み出すとともに、その活力を組織として最大限に活かすことをめざします。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。

ESG キーワード

ありたき組織像と求められる人財像

報酬水準

社員との対話

人材育成プログラム

キャリア開発支援

エンゲージメントサーベイ「Find」(社員の声・意識調査)

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

デジタル革命、ESG経営、日本における超高齢社会の到来といった潮流の中で、人々の暮らしや社会システムに関わる社会課題が複雑化し、仕事のあり方が大きく変わりつつあります。2020年に拡大した新型コロナウイルス感染症は、これらの変化を加速させ、厚生労働省のデータによると、コロナ禍において、従業員1,000人以上規模の企業におけるテレワークの実施率は74.7%におよび、実施企業数もコロナ禍以前の倍以上になるなど、さらに新たな変化をもたらしました。

このような潮流の中で、花王が社会とともに継続的に成長するためには、持てる資産を連携と協働により最大活用し、イノベーションをベースにKirei Lifestyle Planの活動を通じて社会に貢献することが重要です。

雇用や人財マネジメントのあり方も変革期を迎えています。社員の活力を最大化し、変化を先導し社会に貢献する人財戦略を進めます。

花王が提供する価値

育児・看護・介護支援施策の拡充、女性の活躍推進、ノーマライゼーションの促進(障がい者の採用拡大と活躍推進)、定年退職後のシニア世代の継続雇用と活躍の場の拡大、柔軟な働き方の推進、業務効率化と意識改革による生産性の向上に取り組んでいます。

同時に、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。

 → P199「正道を歩む」> 社員の健康増進と安全

そして、社員一人ひとりの多様な個性と能力を最大限に発揮できるよう、ダイバーシティ&インクルージョンをグローバルで推進しています。



→ P186「正道を歩む」> 受容性と多様性のある職場

企業活動を通じて広く社会に貢献できる人財を育成するための施策をグローバルで強化・推進しています。

また、企業の成長と社員の働きがいの両立を図る上で、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。それにより、社員自らがさらに創造性を発揮し、より質の高い商品やサービスを提供できます。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

大きな環境の変化を先取りした人財の採用、育成、配置を計画的に推進しないことによる優秀な人財確保の困難、それによる事業の停滞などのリスクがあります。

良好な労使関係が健全に維持できないと、社員エンゲージメントが低下し、「2030年までに達成したい姿」の実現のために計画した事業目標を達成できないリスクがあります。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

変化を先導する次世代リーダーの育成を強化し、多様な社員一人ひとりが健康で働きがいを持って業務を行ない、仕事の達成や社会への貢献を通じて成長することで、持続的に成長する会社、グローバルで存在感のある会社を実現します。

良好な労使関係を維持・発展させることにより、社員エンゲージメントが向上します。そして社員自らがさらに創造性を発揮し、「2030年までに達成したい姿」の実現のために計画した目標を上回る成果の達成も期待できます。

貢献するSDGs



方針

花王では、多様な人財が集い、それぞれが能力と個性を最大限に発揮して個の成長を追求することが、組織としての成長に結びつき、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、採用の段階から求められる人財像に沿って募集選考を行なうとともに、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。

また、役割・職責を明確にし、一人ひとりの実績を公

人財開発基本方針

花王グループが“よきモノづくり”を行な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)**

正に定期的に評価し報酬に反映させることで、雇用形態や性別等、属性による差別のない公正な評価・処遇を行なっています。

2030年までに達成したい姿「グローバルで存在感のある会社『Kao』」を実現するために、花王ウェイにある「絶えざる革新」の風土をさらに高め、社員一人ひとりが失敗を恐れずに挑戦する仕組みと風土醸成をめざします。
※ 社員の報酬については自社の実力や成長に見合った水準とすることとし、外部市場等の検証を通じて市場競争力を有する水準を担保しています。また報酬水準については、その検証を通じて生活賃金にも十分な配慮を行なっています。

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)

教育と浸透

「人財開発基本方針」や人財開発のビジョンである「ありたき組織像」「求められる人財像」は、常に社員が確認できるよう、社内のイントラネットに掲載しています。また、新たにマネジメントを担う社員に向けた研修、グローバルリーダーを育成する研修など、さまざまな研修の場面でこのビジョンを共有することで、広く浸透させるよう取り組んでいます。

さらに、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を醸成することをねらいとして、社員との対話の機会を設けています。経営層から社員へ、会社の現状と方針・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。これにより、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の改善等につなげます。

花王(株)の和歌山工場、酒田工場の単位組合や関係会社の労働組合とは、経営層や人事責任者との定期的な対話の機会があり、組合からの提案や要望に応えるとともに、経営層と社員の間で会社の現況や今後の方針を共有しています。

これらの活動を継続的に進め、花王の進むべき方向や課題を幅広く社員と共有し浸透させてきました。2020年はコロナ禍の影響で対面による活動は制限されましたが、オンラインや動画配信等による活動を進めました。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

経営層と社員との対話の機会として意見交換の場を設けることにより、社員のエンゲージメントの向上につなげています。

花王フォーラムや社員懇談会は、会社の方針を共有するとともに、社員の考えや意見を経営層に直接伝え議論し、社員と経営層が一体となって花王の現状と将来を考える場となっています。

また、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「Find」を実施しています。各組織の状況を数値データで可視化することで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。

2018年実施の「Find」では、グローバルでの回答率が70%、「会社／仕事への満足」における肯定的回答率は66%、「人財育成の仕組み・風土」における肯定的回答率は52%です。

※ 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

人財開発の推進体制

「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、グローバル共通の仕組みを導入し、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、グローバル共通の等級制度・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、人財開発部門統括を責任者とし、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、日本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・コーディネーターを配置しています。

主要部門および日本グループ各社の人財開発責任者をメンバーとする人財開発会議を毎月開催、海外の人財開発責任者との会議を年に1回開催し、花王全体の人財開発の方針、グループ各社の活動状況等について共有・議論しています。

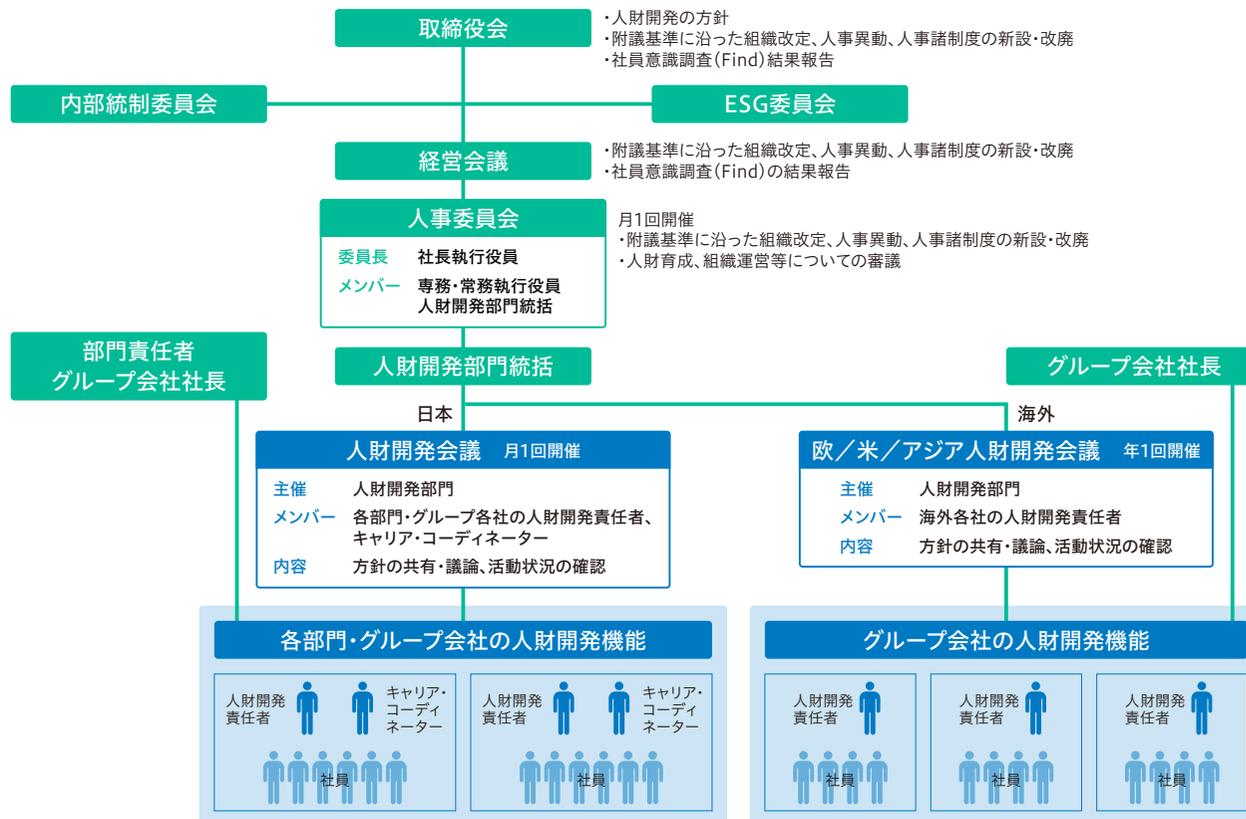
重要な組織改定・人事異動・人事諸制度の新設・改廃は、附議基準に沿って取締役会、経営会議、人事委員会で審議しています。

上記以外に取締役会では、人財開発部門担当役員が人財開発の方針、社員意識調査(Find)の結果を報告し

ています。

経営トップをメンバーとする人事委員会は毎月開催し、附議基準による審議案件以外にも人財育成、組織運営等について議論しています。

人財開発の推進体制



※2020年12月現在

社員との対話に関する体制

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、花王全体の花王フォーラムを設けています。

花王フォーラムは日本と欧州で実施しており、日本の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)、花王プロフェッショナル・サービス(株)(KPS)、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)の社員代表が参加します。

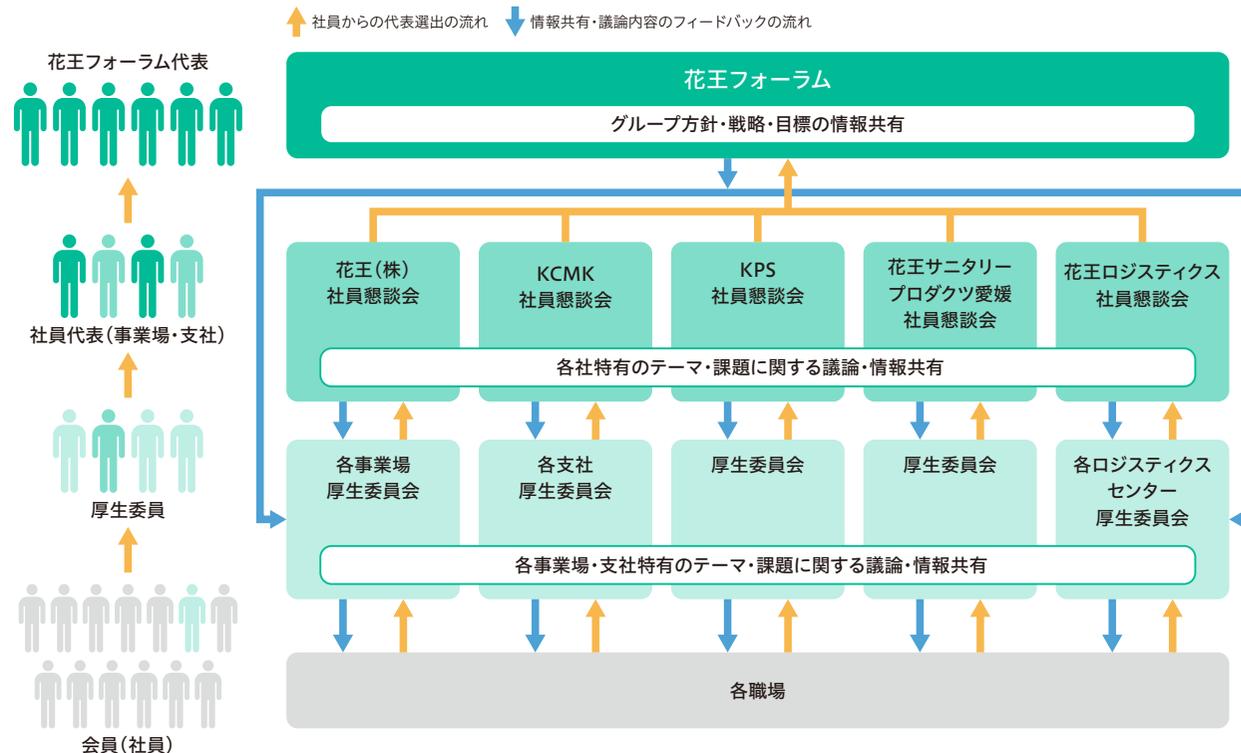
厚生委員会は月1回実施、社員懇談会・花王フォーラムは年2回実施しています。それぞれの会で議論・共有した内容は社員代表や厚生委員を通じて、社員への継続的・相互的な情報共有を実施しています。なお、労働組合に加入している従業員は全体の34%です。*

※労働組合加入率は、情報保護・結社の自由の観点から、会社側から組合加入の有無について確認ができない国があるため、従業員の組合加入有無を把握していない会社を除外しています



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

社員の対話に関する体制



中長期目標と実績

中長期目標

社員一人ひとりが本来持っている「物事の本質を追求する力」「新しい価値を生み出す創造性」「自ら学ぶ主体性」を尊重し、引き出し、発揮するために、多面的な視点で個々の可能性を見極め、各人の能力、知識・スキル、経験を継続的に磨くことを支援します。

また、社員意識調査の定期的な実施と組織改善に向けたRPDCAサイクルを強化・徹底します。

今まで進めてきた諸施策を継続・強化するとともに、中期経営計画K25に向けて、新たな施策を検討・推進していきます。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

社員の能力、働きがいの向上と人財の定着が促進され、社員一人ひとりが持てる力を最大限に発揮し、組織全体として高いパフォーマンスを生み出すことや、対話の機会を適切に確保することによる社員エンゲージメントの向上は、計画した成長目標の達成、もしくは目標を上回る成果の実現をもたらす、収益の確保・拡大につながります。

また、社員の離職率低下により、採用コストの低減および人財投資効果の向上が期待できるだけでなく、エンプロイヤーブランド価値の向上が期待できます。

社会的インパクト

社員エンゲージメントが向上し、働きがいのある職場で社員が変化を恐れず創造性を発揮しながら果敢にチャレンジすることは、社会課題を解決し得るアイデアを生み出し、生活者の満足度を向上させる製品・サービスの提供や、サステナブルな社会の実現に向けたよりよい製品・サービスの提供につながります。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

2020年の実績

実績

自ら学び、変化を先導することを促す研修プログラムの実施

- ・ コロナ禍での研修プログラムの実施

研修を受講する社員（および職場や家族）の安全・安心を優先しつつ、研修の効果（内容と時期）を鑑み、従来は集合して実施していた各種の研修をオンライン化して実施しました。

それぞれの研修の目的・内容・参加者に応じて、新たに作成した動画や資料のオンライン配信・eラーニング、オンライン会議ツールを活用した双方向型研修、これらを併用して研修を実施しましたが、従来の集合型研修と遜色のない効果・参加者からの評価が得られています。今後、新型コロナウイルス感染状況、学習内容・効果などから研修形態の最適化を図ります。

- ・ 自ら育つ環境づくりー学びを楽しむ文化の醸成ーに向けて

社員一人ひとりの興味に応じて、ウェブ学習コンテンツを自動的に集め、社員間で容易に共有することもできる新しいコンセプトのウェブラーニングプラットフォームを導入しました。これにより、効率的に社員がコンテンツの収集と記録を行なうことができます。社員間の共有も容易になるため、教え合い学び合う相互連鎖や相乗効果が期待されます。今後、利用定着が課題であり、そのための施策を行なっていきます。

- ・ 社員への多様な育成支援

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、50歳社員を対象とした「50歳キャリアセミナー」を2017年から実施しています（花王（株）から導入）。

社員との対話

- ・ 社員意識調査とその結果へのアクション

2018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継続実施しました。

- ・ 社員コミュニケーション

2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響があり、花王グループ各社社員懇談会、花王フォーラムの開催は中止しました。欧州地域のKao European Forumは11月にオンラインで実施し、欧州地域の従業員代表19人が参加しました。経営トップと社員とがface to faceでのコミュニケーションをとることが難しくなった1年でしたが、社内イントラネットを通じて定期的にメッセージを発信し、戦略、方針等について共有する機会を増やしています。今後は、オンライン会議ツール等を活用した、新しい形式でのコミュニケーションを検討し、コミュニケーションを充実させていきたいと考えています。

- ・ 在宅勤務制度

2020年は、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、育児や介護等の事由を問わない在宅勤務の特例措置をとりました。ニューノーマル（新しい生活様式）に向け、新しい働き方の意見交換や議論を進めています。

- ・ 定年退職し再雇用した社員のキャリアサポート

業務の選択肢拡大について、進捗報告および意見交換を実施しています。

人財開発投資

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
平均研修時間	—	13.0 時間	12.6 時間	14.1 時間	9.2 時間
社員1人当たり教育訓練費（連結）	66,000 円	58,000 円	56,000 円	51,000 円	27,000 円

実績に対する考察

自ら学び、変化を先導することを促す研修プログラムの実施

2021年以降は、K25の達成に向けてグローバルにビジネスをリードする次世代経営者の育成支援プログラムを強化します。さらに、リベラルアーツをより早期に学ぶ機会をつくります。また、ラインマネジメントを強化するための『マネージング・ヒューマン・パフォーマンス・プログラム』をさらに充実したものとします。自ら学び変化し成長し続ける意欲の高い人財が、自ら手を挙げチャレンジできるような、一人ひとりのニーズに応える学びの機会を拡充します。

社員との対話

2020年は、2018年に実施した社員の声・意識調査「Find」の調査結果から見出された課題に対して策定したアクションプランを継続し、課題の解決に取り組みました。花王全体の取り組みの方向性として、「コミュニケーション」や「チャレンジ」などを掲げた上で、各組織の課題に沿って具体的なアクションプランを推進しました。

また今後は、中期経営計画(K25)の中に「社員活力の最大化」を掲げ、OKR(Objectives and Key Results)を導入する事で、チャレンジを促し、活動生産性を2倍にしていく事を目標にしています。社員一人ひとりが高い目標を掲げ、チームや組織単位で一丸となって取り組めるように支援していく予定です。

具体的な取り組み

人財育成プログラム

コロナ禍での研修プログラムの実施

2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、集合研修を中止し、各種の研修をオンライン化して実施しました。

それぞれの研修の目的・内容・参加者に応じて、オンライン研修の形態を選択するとともに、最新のオンライン会議ツールの活用や事前・事後課題の拡充により、従来の集合型研修と遜色のない効果・参加者からの評価が得られました。

社員への多様な育成支援

- ・「花王ウェイ」やインテグリティ意識の浸透、ビジネススキルの習得のために、各拠点で社内講師を養成し、スピーディできめ細かい展開を行ないました。
- ・キャリアの節目における異業種交流の機会を拡充し、視野の拡大とネットワークの構築を通じて、知的創造活動への刺激を高めました。
- ・eラーニングやインターネットを使った語学学習等の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した。

- ・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、中高年の社員を対象としたライフプランセミナー等を実施しました。

キャリア開発支援

- ・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ています。
- ・“能力・キャリア開発支援(SeEDS: Self Education & Development Scheme)”を導入し、本人の希望するキャリアの方向性を確認の上で、人財育成・適所適材の視点で個別キャリア開発を推進しています。

評価制度を通じた人財の育成

- ・公正かつ納得性の高い評価制度を運用する中で、挑

戦への取り組みや目標を達成する過程から個人のやりがい・誇り・成長を引き出し、短期のみならず中長期かつ計画的に人財を育成します。

- ・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・仕組みでインフラを整備・稼働しています。①目標の設定から課題遂行、②遂行状況の随時レビューとフォローアップ、③結果確認から評価の決定、④フィードバック面談を通じた能力開発の検討、までを一連のプロセスとして、年間サイクルで運用しています。

人財開発 404-2

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	Executive Business Leader			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	Leader II Program	Supply Chain Development Program - Advanced Course	主幹・主席フォーラム 専門塾	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
LS 職層	マネージング・ヒューマン・ パフォーマンス(MHPP)	Leader I Program	・花王テクノスクール ・花王エンジニア スクール ・高圧塾 ・品質OJT ・SHIC		基礎科学塾
	海外赴任者研修	MK Univ. (マスター)		Business skill smart Learning	
S 職層	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 Univ. (ベーシック)	販売研修 (アドバンスト)	フレッシュマン フォーラム	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
	花王ウェイ インテグリティ	MK基礎II	販売研修 (ベーシック)		
	入社オリエンテーション	MK基礎I			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

自分らしく暮らしを
快適に送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

エンゲージメントサーベイの実施とアクションプラン策定

エンゲージメントサーベイ「Find」を2年に一度、定期的実施しており、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。

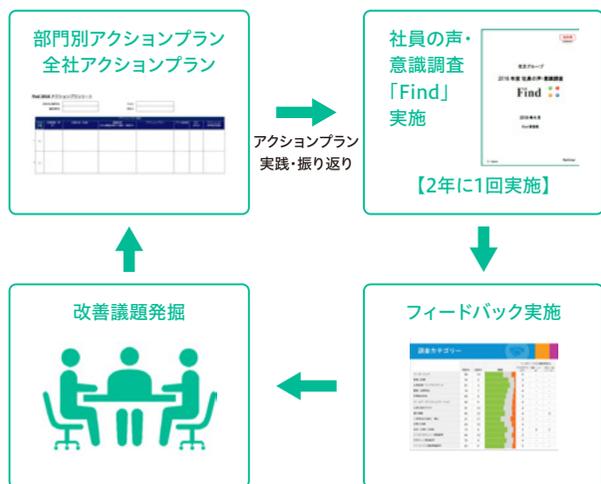
2020年は、2018年に実施した「Find」の調査結果をもとに策定したアクションプランを、全社一丸となって

推進しました。花王全体のアクションの方向性として、「K20に向けた大きなチャレンジの推進」「『花王ウェイ』の原点へ立ち戻る『生活者・顧客をもっとよく知る企業に』」などの5項目を掲げました。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

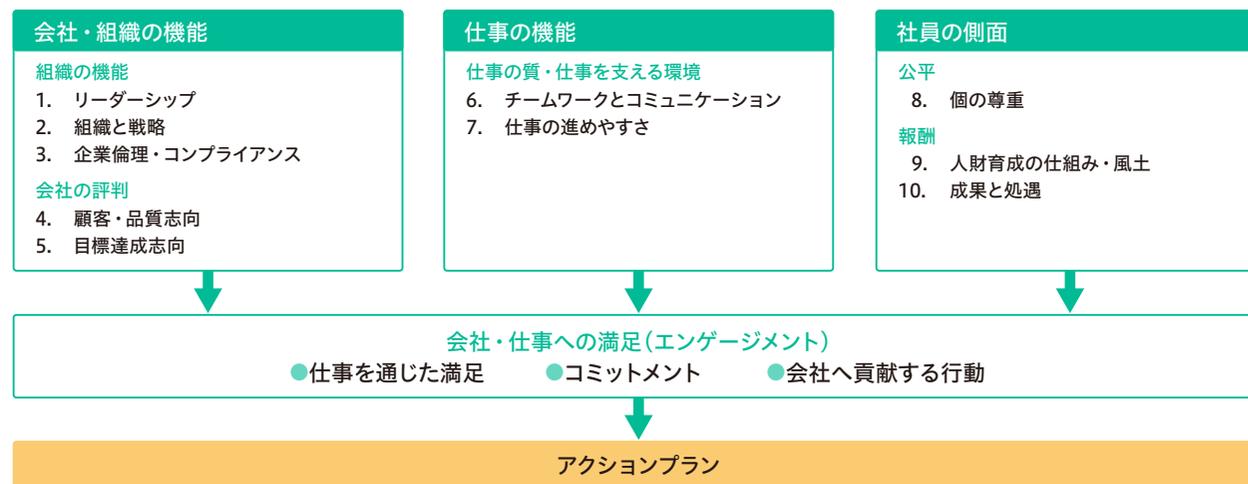
捗状況を会社と社員双方が定期的に確認しました。

今後は、より効果的な取り組みにつながるよう調査実施方法を再検討し、2021年に調査を実施する予定です。今後も花王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



Kirei Lifestyle Plan
 目次 編集方針 トップメッセージ Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 独立保証報告書
 快適な暮らしを自分らしく送るために
 思いやりのある選択を社会のために
 よりすこやかな地球のために
 正道を歩む

従業員の声

コロナ禍による研修のオンライン化

星野 匡秀

花王株式会社
人財開発部門 智創部



新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、2020年は集合研修を中止せざるを得ませんでした。 「学びを止めてはいけない」との強い思いによる各研修担当者の頑張りと関係者の多大な支援により研修をオンライン化して実施することができました。

研修参加者からは「他の参加者と会って話し合いがしたかった」との声がある一方で、「移動や宿泊の必要がなく良かった」との声もありました。

今後は、ウィズ・コロナ、アフター・コロナのニューノーマルにおける研修のあり方や実施形態をさらに検討していきます。

ダイバーシティから生まれる活力が事業の発展を支えるとの認識にたち、多様な社員それぞれが能力と個性を最大限に発揮し、個人と企業がともに成長できる環境と風土づくりをめざします。

ESG キーワード

D&I

多様な人財の活躍

ノーマライゼーションの推進

シニア人財の活躍

多様な働き方

育児・看護・介護と仕事の両立

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

社会の価値観や人々の暮らしは大きく変化し、多様化しています。また、ビジネスはグローバル化しており、経済や社会情勢の不確実性は高まっています。変化する社会の中で、事情を抱えて働く社員、さまざまな働き方を求める社員も増加しています。

企業が継続的に成長するためには、多様な社員が活躍できる環境を整え、社会の変化に積極的にアプローチしていくことが必要不可欠です。

花王が提供する価値

仕事と育児・看護・介護等の両立支援、属性(国籍、性別、性的指向、性自認、年齢、障がいの有無等)に関わらず活躍できる環境整備を進めることで、社員一人ひとりの働きやすさの向上と業務における成果の最大化に取り組んでいます。それにより、多様な背景を持つ社員が活躍し、組織の創造性や革新性が高められ、多様なお客さまに、価値観や暮らしの変化に合わせた今まで以上にご満足いただける商品やサービスを、スピード感を持って提供し続けることができるとともに、社会

におけるダイバーシティ&インクルージョン(D&I)の意識向上を牽引することができます。

貢献するSDGs



方針

花王では、企業理念の「花王ウェイ」において、ダイバーシティから生まれる活力が事業の発展を支えるとの認識に立ち、多様性の尊重を明記しています。

個人と企業がともに成長するために、多様な人財が集い、一人ひとりがお互いに個人として認め合い、多様な視点や考え方を受け止めそれを組織の力とすること、一人ひとりが能力と個性を最大限発揮できる環境を整えることをめざします。

教育と浸透

ダイバーシティを組織の力とするために、その意義の浸透と実践に向けた知識や情報の提供を行なっています。特にダイバーシティを活かすために重要な役割を担うマネジメント層への研修(eラーニング)や、事情を抱えて働く社員の周囲者への啓発に取り組んでいます。さらに、花王(株)の各部門・国内グループ会社における多様性の状況と課題が大きく異なるため、個別に課題を把握するとともに、Diversity推進計画を立案実行しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

ダイバーシティを組織の力とするためには、社員一人ひとりがD&Iの重要性を理解し実践することが必要不可欠です。また、消費者、株主、取引先、地域社会などに、花王の考え方や取り組みを知っていただき、ともに意識を高めることが重要です。

そこで、社内外の理解促進および意識向上に向け、社外の社会機運を高める活動のうち、その意義に賛同できる場合は率先して参加するよう努めています。また、行政や諸団体の研究会メンバーとして議論に参加したり、可能な場合は講演会・セミナーでの企業事例紹介、特例子会社での見学などの受け入れも実施しています。

体制

グループ全体へD&Iを浸透、定着させるために、花王(株)に専任組織(D&I推進部)を置いています。花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK)グループの専任組織や花王(株)の各部門・国内グループ会社の人事責任者と連携し、人財開発会議や個別の会議を通じて、広く情報共有と意見交換、議論を行なっています。

多様性の促進に関する重要な案件については、役員をメンバーとする人事委員会で議論しています。

花王(株)の9事業場と主要関係会社の人事責任者・担当者は、D&I推進に関する情報発信やサポートを必要とする社員の個別支援、受け入れ、定着のためのインフ

ラ整備を担当しています。

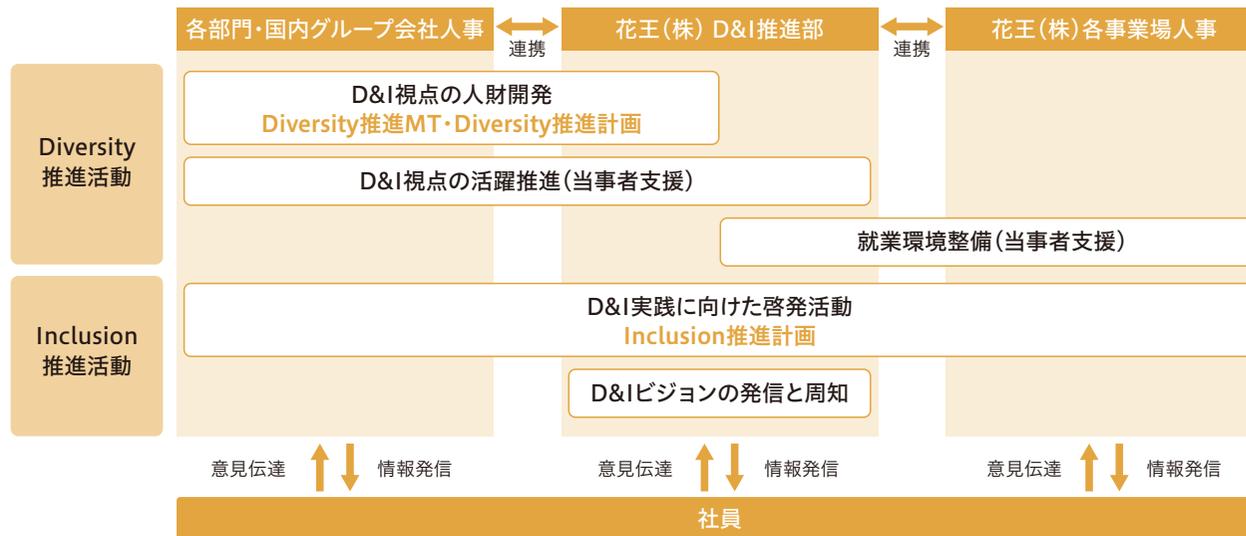
花王CPアメリカズでは、人財開発部門がD&I推進活動を実施するだけでなく、人財開発部門と連携してD&Iの観点での組織変革を推進する組織として人財開発部門以外の社員をメンバーとするInclusion & Diversity Advisory Boardを設置しています。

EMEAでは、各国でD&Iを組織に浸透させる活動の推進組織として、各地の社員をメンバーとするEMEA Diversity & Inclusion Taskforceを設置しています。



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

D&I推進活動の体制(国内のみ)



※2020年12月現在

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

中長期目標と実績

中長期目標

D&Iを社員が実践するためには、社員一人ひとりがその本質をしっかりと理解することが必要です。そのために、花王が考えるD&Iの目的と意義をすべての社員に周知するとともに、多様な社員が活躍できる環境整備と風土醸成に取り組みます。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

- ・社員の働きがいの高まりによる個人と組織の活力の向上
- ・多様な視点によるアイデアや革新により、お客さまにより良い商品・サービスを提供
- ・より魅力ある会社になることで社員の定着が促進され、採用における市場優位性が向上

社会的インパクト

企業によるD&Iの取り組み拡大による、社会全体のD&Iに関する意識向上

2020年の実績

実績

日本においては、効果的にD&I推進活動を進めるため、推進体制における花王(株)のD&I推進部、各部門人事、事業場人事、国内グループ会社人事の役割を明確化しました。

D&I視点の活躍推進について、花王(株)の各部門・国内グループ会社人事が花王(株)のD&I推進部と個別にDiversity推進ミーティングを実施し、それぞれの課題を議論した上で、Diversity推進計画を策定しました。

社員のD&I実践に向け、花王(株)のD&I推進部がInclusion推進計画を策定し、それに基づく啓発活動として啓発動画の発信、D&Iポータルサイトの改良、介護に関するセミナー、社内D&I好事例の発信を行いました。発信は新型コロナウイルス感染症拡大防止および場所や時間の制約なくすべての社員に情報を届けることを目的として、イントラネットやオンラインを活用して実施しました。

花王CPアメリカズでは、毎月、ダイバーシティ&インクルージョンに関連するトピックスをイントラネットに掲載しました。1年を通じて、Inclusiveな職場環境の形成促進に向け、人種的な背景の理解のためのBlack History Monthに合わせた講演会の実施、職場に影響を及ぼす可能性のある偏見に対する理解と意識を高めるための5回のアンコンシャス・バイアス研修を実施しました。また、女性や若い専門職など特定の従業員の

ニーズに対応するERG(Employee Resource Groups)の活動を行ないました。ERGは、熱心な従業員が積極的に参加し、さまざまな背景、経験、視点を持った優秀な社員がつながりを持ち、評価され、尊重されていると感じることができるような文化を醸成するのに役立っています。

EMEAでは、D&I Taskforceの今後の取り組みについて議論を開始し、まずは活動開始時点での各地の社員のニーズを把握することを検討しました。

実績に対する考察

2020年は、日本においては、社員にD&Iをより自分事として捉えてもらえるよう、啓発活動に注力しました。オンラインの活用により、働いている場所や時間の制約に関わらず、より多くの社員にD&I実践に役立つ情報を届けることができました。2021年は社員のD&Iに対する意識をさらに高めるために、啓発活動を継続するとともに、新たに花王グループにおけるD&Iの目的と意義を浸透させる取り組みを展開します。欧米では、それぞれの特性を踏まえた活動を進めました。今後日米欧の取り組みを共有することで、それぞれの活動のより一層の充実と促進を図ります。

具体的な取り組み

多様な人財の活躍推進

性別・属性によらない選抜と育成

属性によらない個人の能力に基づく評価・登用を徹底しています。性別においては、社員比率と管理職比率との差の解消を加速させるために、各部門・国内グループ会社ごとの課題をDiversity推進ミーティングで議論し、Diversity推進計画を策定しました。基幹人材選抜では、社員構成に応じた目安を設け、属性に偏らない選抜と育成を着実に進めています。役員による人事に関する会議でも、上級職候補者に女性が含まれているかを確認しながら議論が進められています。

男性に比べて女性のロールモデルが少ないため、ポジティブアクションの一環として、複数の外部異業種勉強会に女性管理職層の参加を推進しています。NPOや公益社団法人主催の勉強会等の他、社内の女性役員が他社の役員と連携して自主的に企画・実施している会もあります。

Diversity推進ミーティング

2020年は新たな試みとして、「Diversity推進ミーティング」を実施しました。「D&I視点の人財開発(採用、評価、教育、登用等)」という大テーマの中で、2020年

は特に障がいのある社員と女性社員にフォーカスし、花王(株)の各部門・国内グループ会社の人事責任者・キャリアコーディネーターとの個別セッション(全16回)を実施しました。その中で、固有の現状と課題を把握するとともに、各部門・グループ会社が今後推進するアクションプランと目標を明確化するための意見交換を行ないました。今後はこの「Diversity推進ミーティング」を花王(株)D&I推進部と各組織との間の定期的な意見交換の場と位置付け、2021年のアクションプラン進捗状況を確認するほか、花王グループ全体のD&I推進活動のさらなる充実をめざし一層連携を強化していきます。

ツールの工夫によるInclusion推進活動の加速

従来のD&I啓発活動は、花王(株)各事業場・グループ会社ごとに当事者社員を主な対象として実施してきましたが、2020年より、花王(株)D&I推進部が推進主体となりInclusion推進計画を策定するとともに、対象を周囲者(上長や同僚など)へも拡充するスタイルへ転換することで国内花王グループ全体でのInclusion推進活動の加速をめざしています。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で従来のような

集合研修形式での施策が難しくなったことを一つの契機と捉え、オンラインツールの有効活用により時間や場所の制約をなくし、より多くの社員に簡便に高頻度に各施策を届けられるように工夫をしました。

たとえば、介護セミナーはオンライン会議ツールによるライブ配信と録画視聴を可能とするとともに、30分ごとに3つのテーマから希望に応じて受講できる体制としました。

育児両立、障がい、LGBT、異文化などの各テーマに関する基礎知識の習得と理解促進を目的とした啓発コンテンツは、従来のような資料配布ではなく、小テーマごとに5~7分程度の短編動画を配信する方法に切り替え、すきま時間に視聴できる手軽さとわかりやすさから好評を得ています。

また、ガイドラインやハンドブックなど社員向けに発信している情報をより見やすく簡便にアクセスしてもらえよう、D&Iポータルサイトも全面的にリニューアルを行ないました。

今後もInclusion推進活動を継続的に展開し、社員一人ひとりの働きやすさの実現とよりよい組織風土づくりを推進します。



ポータルサイトトップページと各種啓発コンテンツ

日本になじみの薄い社員と職場へのコミュニケーション施策の展開(花王(株))

花王(株)では、日本になじみの薄い社員が日本の職場で働くケースが増える中で、「コミュニケーションシート - 日本になじみの薄い社員用」を作成し、当該職場へトライアルとして配布しています。

これは、日本になじみの薄い社員と受け入れ職場の上長、メンバーが仕事や日常での生活における習慣や価値観を事前に共有することで、お互いに心地よく働ける環境づくりにつなげるとともに、相互理解の促進、職場でのコミュニケーション活性化をめざすツールです。

2021年の本展開に向けて、配布職場へヒアリングを実施し、内容の改善に努めています。

LGBT研修(花王(株))

LGBTに関する社員の理解促進のため、LGBTに関する基礎資料をD&Iポータルサイトに公開し、社員がい

つでも確認できるようにしています。

また、啓発動画でALLY(アライ)^{*}について情報提供するとともに、ALLYの募集を継続して行っており、これまでに約425人の社員から表明がありました(2020年12月現在)。ALLY表明者にはストラップを配布し、着用を推奨しています。

^{*} ALLY(アライ)
自身はLGBTではないが、LGBTを理解し、支援する人

LGBTs 講義(KCMKグループ)

KCMKグループでは、より実践的な接客対応を学ぶ研修として、2020年に認定行動分析士(BCBA)上級マスター研修内でLGBTs講義を実施しました。

講義ではグループワークもあり、店頭での対応の仕方など活発な議論が交わされました。また、オンライン会議ツールにてLGBT社員との交流・情報交換の場を作り、さまざまな意見交換を実施し、環境改善に努めています。

EYPIC活動(花王CPアメリカズ)

ERG活動のひとつである、EYPIC(Empowering Young Professionals - Inspiring Change)は、若手社員のスキルや考え方に合わせて個人的、また専門的なエンパワーメントを促進するために若手のネットワークを創ることをめざして設置されました。

これは、職場におけるミレニアル世代と他の世代との世代間格差を埋めること、活動を通じて若手を育成

すること、さまざまな部署のミレニアル世代同士がつながれるようにすること、ミレニアルや若手の技能を活かし、花王として地域への参加を拡大することを目的としています。

「EYPIC ニュースレター」では、企業広報と連携し、動物保護施設でのボランティア活動や、青少年スポーツチームの指導、人種差別への抗議活動を行っている社員の声を発信しています。

メンタリングプログラムの実施(EMEA)

EMEAにおけるメンタリングプログラムは、上級管理職人材のキャリア開発を後押しすることを目的として2014年に設立されました。このプログラムにより、専門知識や社内知識の伝達、ネットワーキング形成、次世代育成計画などが具体的に推進されており、成功したリーダーから付加価値の高い活動として認識されています。

性差なく上級職でのキャリアを追求するよう奨励されており、2020年は、26名のメンターとともに活動しました。

受容性と多様性のある職場 405-1

障がいへの理解と雇用の促進

花王では障がいを多様性の一つと捉え、「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」という基本方針を掲げています。

ノーマライゼーションの推進

- 障がいのある社員に対して、障がいの状況や職場で困っていることについて毎年アンケートを実施し、確認しています。内容により、必要に応じて社内関係者と連携し解決を支援しています。
- 社員向けの相談窓口として、全国の拠点に「障がい者サポーター」を配置しています。年1回、「障がい者サポーターミーティング」を開催し、サポーターのスキルアップとサポート体制の強化を図っています。
- 障がいのある社員と周囲の相互理解を促進するため、「障がい者雇用ガイドブック」や「コミュニケーションシート」などを作成し、D&Iポータルサイトで提供しています。
- 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、音声認識アプリ「UDトーク」を導入しています。
- 障がいのある内定者へ、会社の障がい者支援に関する情報を入社前に提供し、必要な支援方法を事前に確認し対応することで、入社後の不安解消に努めています。
- 全社員を対象とした障がいを理解するためのセミナー

や特例子会社の見学会などを定期的に開催していま
す。2020年は新型コロナウイルス感染への対応とし
てマスク着用やソーシャルディスタンス確保が推進
される中、コミュニケーションの場面で深刻な課題
を抱える聴覚障がいのある社員への配慮と対応事例
をイントラネットで紹介しました。

- 2020年4月1日、和歌山県和歌山市の社会福祉法人スミヤより和佐福祉工場を譲受し、花王和歌山工場の組織として運営を開始しました。

和佐福祉工場は、和歌山県・和歌山市の指導・助成および医療機関の協力のもと、障がい者に業務を提供し、生活指導と健康管理を行ない、経済的・精神的な自立と社会参加を支援する場として、1993年4月に設立されました。現在は22名の障がい者を含む合計28名の従業員が、花王の旅行セットの詰め合わせやシャンプー、リンスのミニボトル充填を行なっています。

M2Mプロジェクト(KCMKグループ)

KCMKグループでは障がいのある社員自らが考え、多様性が生む活力の発現をめざし、「M2Mプロジェクト(minority ⇄ majority)」を立ち上げました。プロジェクト内では、障がいのある社員が存在感を向上させ、適性・能力を十分に発揮し活躍するために、さまざまな視点から議論が交わされ、12月の障がい者週間に2施策を実施しました。2021年以降も拡大展開していきます。

特例子会社での取り組み

特例子会社花王ピオニーは、2005年の設立以来、知的障がい者を中心に、重度知的障がい者についても積極的に雇用しており、プロダクション部門では健常者による通常ラインと同等の生産量を実現しています。また、2017年に立ち上げたオフィスサポート部門では、業務内容と雇用の拡大に努めており、2021年1月現在、障がいのある社員57人を含む73人が働いています。

コロナ禍での在宅勤務の試み

2020年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により働き方の多様化が進む中、オフィスサポート部門にて、知的障がいのある社員の在宅勤務を導入し、障がいの度合いに関わらず全員が永続的に出勤と在宅のハイブリットな働き方ができる環境を整えました。

社員の業務遂行能力・習熟度に応じて自宅でのパソコン業務と手作業を組み合わせ、手作業では新たに折り紙作品の制作を行ない、社内でのESG関連のキャンペーンに活用しました。

具体的には、ピンクリボンキャンペーンのPRパネルの作成に折り花を活用し、全国8カ所の事業場で展示。パネルを見た社員からは「温かみや丁寧さが感じられ、コピーにぴったりだと思いにジーンときました」など好意的な意見が多く寄せられました。



展示したPRパネル(鹿島事業場) ※撮影時のみマスクを外しています。

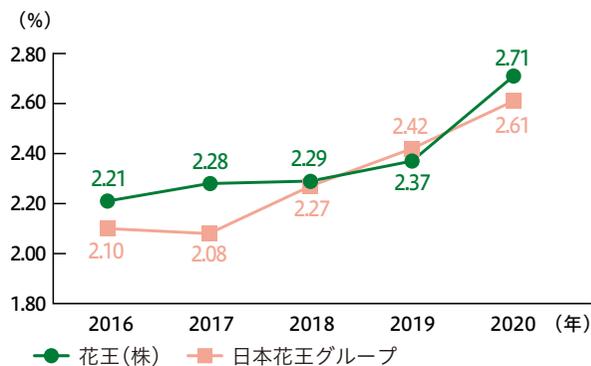


→社会貢献活動:ピンクリボンキャンペーンを通じ、がん教育を支援
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=98

障がい者雇用率(日本)

日本花王グループの障がい者雇用率は2.61%となっており、法定雇用率を上回っています(2020年6月現在)。

花王グループ 障がい者雇用率※



2020年6月1日時点

※ 集計範囲

障がい者雇用義務のある日本国内の関係会社13社(花王(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)、ソフィーナビューティカウンセリング(株)、カネボウビューティカウンセリング(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))

シニア人財の活躍

人生100年時代を迎える中、多様な人財が一層活躍できる社会をめざして、日本では関連法改正等の雇用・就業環境整備が進められています。日本花王グループでは、人事制度改定の中でシニア関連の雇用制度拡充を図っており、以下の2つを骨子として取り組んでいます。

シニア人財の活躍の場の拡大

2016年から花王(株)では55歳以上の公募制を行なっています。経験や専門性、強みが活かせる活躍の場を、社内

だけでなくNPO/NGOの中間支援組織など社外にも広げながら、人財と職務のマッチングを推進しています。また、2018年にイントラネット内に開設した専用ページでは、情報発信や個別キャリア相談への対応も行なっています。

キャリア自律サポート

花王(株)では45歳・50歳・55歳の社員を対象にライフプランやマネープランなどの視点から「今後どのような生き方・働き方をしたいのか」を考えるための3つのセミナーを任意参加の形で開催しています。将来に向けた意識・行動の変化、学び直しや準備の必要性について早期に気づいてもらうことをサポートするために、55歳人事キャリア面談とあわせて実施しています。

2020年は新型コロナウイルス感染防止のため、セミナーを集合開催からオンライン開催へ切り替えました。セミナーを受講した社員からは「自分の考えを、書き出すことや対話することによって明らかにできた」「他の参加者の考えを聞いてとても有意義だった」などの声が多く聞かれています。今後は受講率の向上によって、さらに多くの社員に今後の働き方や生き方を考える機会を提供していきたいと考えています。

花王グループカスタマーマーケティング(株)や(株)カネボウ化粧品でもセミナーや面談が行なわれており、グループ全体での展開を図っています。

今後も働き方の選択肢を増やし、シニア人財が花王で培った経験や専門性等を活かして活躍・貢献できる場を社内外に広がっていきます。

多様な働き方の実現

多様な社員がさまざまな職場で活躍できることをめざし、職場の改善と、より柔軟な働き方の実現に向けて、環境と各種人事制度の整備などを進めてきました。

特に2020年は新型コロナウイルス感染症対策として在宅勤務の利用拡大やそれに伴うリモートワーク環境の整備に努め、オフィス内においてもマスク着用や消毒液の設置と手洗い、消毒の徹底など可能な限りの感染症対策に取り組みました。

今後は、感染防止対策と事業の両立を図り、各部門や職種に適した業務遂行体制を模索し、人事制度の見直しとあわせて、新たな働き方の実現をめざしていきます。

多様な働き方を実現する制度

日本花王グループでは、時間と場所の選択肢を増やした多様な働き方を推進しています。制度としては、コアタイムなしのフレックスタイム制、在宅勤務制度を導入してきました。職種や業務の特性を踏まえた、より多様かつ効果的な働き方についての検討・試行をグループ全体で進めています。



→詳しくはP196「多様な働き方のための主な就業制度(花王(株))」

コロナ禍での働き方

2020年は、新型コロナウイルス感染症拡大への対応策として、本来は育児や介護等の特定事由を対象としていた在宅勤務制度を、生産や販売等の一部職種を除いた全社員を対象にする特例措置を実施しました。2021年は、新型コロナウイルス感染症の状況も考慮しながら、従来の在宅勤務制度の見直しを含むリモートワーク関連制度の検討を進めています。

休暇取得促進

2018年から日本花王グループでは「平均取得率:80%以上」「各人最低取得率:50%以上」をチャレンジ目標として活動を進めています。しかし、2020年は新型コロナによる外出自粛などの影響から、休暇取得率のグループ平均は前年を下回る結果になりました。勤務場所や時間帯など柔軟な働き方が進む中においても、心身のリフレッシュやメリハリのある働き方を実現するため、引き続き休暇取得率の向上に努めていきます。

コアタイムを設けない柔軟な労働制度(花王(ドイツ))

花王(ドイツ)では、より仕事と家庭の両立をしやすくするために、コアタイムを設けない柔軟な労働制度を設けています。これは、花王(ドイツ)全地域の主要な事業場で適用しています。

仕事と育児・介護の両立支援

育児休職復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)

日本花王グループで育児休職からの復職予定者を対象に、育児休職者復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)を毎年実施しています。セミナーでは、復職に向けた準備や心構え、意識の向上を図るとともに、家庭生活やキャリア形成においてパートナーとの協力関係を築くことの大切さを伝え、パートナー同伴での参加を推奨しています。

例年は、花王(株)茅場町本社で実施する内容を全国へ同時中継し、各地の事業場や(株)カネボウ化粧品をはじめとするグループ会社の社員がそれぞれの拠点で講義とグループワークを受講する集合研修形式で運営していました。2020年は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、集合研修での実施を急遽中止とし、代替手段としてオンライン会議ツールによる録画配信を行いました。オンライン受講により各自が都合に合わせて受講しやすいメリットもあることから、2021年以降は内容と運営方法を見直し、完全オンラインでのセミナー実施へ転換する方向としています。

KCMKグループでの取り組み

KCMKグループではWith コロナ時代において、ニューノーマルな復職支援の構築を進めています。2021年は多様な復職者のニーズに合わせて自ら選択できる支援への進化、および復職後フォローの強化へ取

受容性と多様性のある職場 404-2

り組みをシフトしていきます。復職前の事前準備、不安払拭、復職後の悩み相談に必要な支援を充実する予定です。また男性育児休職の促進に向けて、取得体験者による体験談会を計画しています。

男性の育児参加に関するアンケート実施

2010年から定期的に、子どもが生まれた花王グループの男性社員に対し、育児参加に関するアンケートを実施しています。

2020年も、育児両立支援制度の利用のしやすさや育児を取得した感想等、男性社員が積極的に家事育児に参加するために、現状および課題の把握を目的として実施しました。今後、アンケート結果も参考に男性が育児参加しやすい環境の整備に努めていきます。

子育てサポートに関する外部評価

「プラチナくるみん」「くるみん」認定を取得

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年に「プラチナくるみん」認定を取得しました。また、(株)カネボウ化粧品、花王カスタマーマーケティング(株)、花王ロジスティクス(株)では、それぞれ2009年、2011年、2019年に「くるみん」の認定を取得しています。



介護支援の取り組み

「一人ひとりが自ら主体的に行動できる」「お互いさま意識を持って助け合える」を基本方針に、介護離職防止の啓発や職場における相互理解の促進に取り組んでいます。2020年は全国の社員を対象に、初のオンラインセミナーを実施しました(受講者数 291人)。2021年は録画配信を実施し、当日視聴できなかった社員にも広く情報提供する予定です。

その他、介護ハンドブックの紹介を含めた情報提供や相談対応も適宜行なっています。

主な仕事と育児の両立支援

- 休職前・復職前面談の実施
- 育児休職報告書による休職者と職場上司のコミュニケーション促進
- 育児休職者復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)の開催
- 企業内託児施設(メリーズガーデン)の設置
- 男性社員向け両立支援制度案内リーフレットの配布
- 男性の育児参加に関するアンケート実施
- eラーニング「ダイバーシティマネジメント」(マネジャー向け)

主な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
- 人事担当者の介護相談対応スキルの強化
- 社外介護相談窓口の設置

共通の取り組み

- 休業制度利用前の個別ガイダンス
- 各種補助サービスの活用促進
- 仕事と家庭の両立支援ガイドブックの提供

ステークホルダーとの協働の具体例

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「女性のエンパワメントのための指針」に署名しました。

2019年には、役員における女性比率30%をめざすキャンペーン(「30% Club」)および内閣府 男女共同参画局主催の「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言、また、障がい者がビジネスや社会、経済などの場で活躍できる環境づくりへ企業が率先して取り組むために設立された国際イニシアチブ「The Valuable 500」の考えと取り組みに賛同し、社長が署名しました。

2020年の主な事例紹介

- ・30% ClubのTOPIX社長会に社長が参加して意見交換するとともに、TOPIX社長会PMチームにて進めている若手女性および幹部候補女性のメンタリングプログラムに社員が参加しました。また各社の幹部候補女性を集めて社長がメンタリングプログラムの交流会を実施しました。
- ・「The Valuable 500」について、2020年は加盟企業向けグローバル調査への回答、社内関係部署との状況共有・意見交換の実施などに取り組みました。



- P191「具体的な取り組み:障がいへの理解と雇用の促進」
- P51「快適な暮らしを自分らしく送るために>ユニバーサルプロダクトデザイン」

- ・特例子会社花王ピオニー(株)において、職場見学や特別支援学校生の職場訓練を受け入れ、障がいのある人の就労を支援しました。
- ・社会全体のD&I推進に貢献するために、行政や諸団体での企業事例の紹介を実施しました。
- ・茨城県令和元年度女性活躍推進トップセミナーにて花王におけるD&I推進の取り組みを紹介しました。

外部からの評価

ブルームバーグ社「2020年男女平等指数」に選定

2020年1月、花王は、ブルームバーグ男女平等指数(GEI:Gender Equality Index)の企業に2019年に引き続き選定されました。GEIは、ジェンダーレポートにおける情報開示の透明性の向上と職場における男女平等の推進に積極的に取り組んでいる企業を評価するもので、2020年は世界42か国・地域の325社が選定されています。

経済産業省「なでしこ銘柄」に選定

2020年3月、花王は女性活躍推進企業として、「なでしこ銘柄」に選定されました。「なでしこ銘柄」は、政府が「成長戦略の中核」とする「女性活躍推進」の取り組みを加速させるために、経済産業省と東証が共同で、女性が働き続けるための環境整備を含め、女性の活躍を積極的に進めている企業を選定し、公表するものです。花王では、多様で柔軟な働き方を推進するため、コアタイムなしのフレックスタイム制や時間単位休暇制度、育児や介護などの家庭の事由との両立を図れるよう、時短勤務や休業制度、在宅勤務制度等を整備し、利用が進んでいます。これらの取り組みと財務面での業績等が総合的に評価されました。



受容性と多様性のある職場 401-3

多様な働き方のための主な就業制度(花王(株))

主な制度	内容	
	育児関連	看護・介護関連
休職	原則、子の1歳4月末日まで取得が可能 育児休職開始日からの5日については、有給扱い	最長1年間まで取得が可能 なお、取得可能期間内であれば、最大3回まで分割して取得が可能
短時間・時差勤務	子の小学校3年生修了まで取得可能 1日当たり2時間までの所定就業時間の短縮、もしくは所定就業時間の開始・終了時間の変更が可能	フレキシブル勤務とあわせて最長3年間取得が可能、また3年間のうちに最大2回まで分割して取得が可能 1日当たり2時間までの所定就業時間の短縮、もしくは所定就業時間の開始・終了時間の変更が可能
フレキシブル勤務	原則、子の1歳4月末日までの間で会社が要請した場合に実施可能 週3日の勤務もしくは、週5日の半日勤務が可能	短時間・時差勤務とあわせて最長3年間取得が可能、また3年間のうちに最大2回まで分割して取得が可能 週3日の勤務もしくは、週5日の半日勤務が可能
所定外労働の制限	小学校1年生の4月末日まで、時間外勤務・休日勤務・深夜勤務が制限および免除できる	2週間以上の看護・介護を要する家族を有する場合、必要な期間において、時間外勤務・休日勤務・深夜勤務が制限および免除できる
看護・介護特別休暇	家族の看護や介護の事由が発生した際に取得できる特別休暇(年間40日もしくは20日付与)	家族の看護や介護の事由が発生した際に取得できる特別休暇(年間40日もしくは20日付与) 終日・半日・時間の単位での取得が可能

主な制度	内容	
	共通	
フレックスタイム制	事由は問わず、一部交替・シフト勤務者を除き全社員が適用 コアタイムは設定せず、フレキシブルタイム(7:00~20:00)を設定しており、この範囲内で始業・終業を設定 清算期間は1カ月単位に設定	
在宅勤務制度	一部交替・シフト勤務者を除き全社員に適用 看護・介護、子女(小学校3年生修了まで)の育児、社員本人の傷病での通院時、業務都合の4事由での利用を認める 居住する自宅、看護・介護先の住居、単身赴任者の家族住居での就業が可能 利用回数は1週間に2回までとし、形態は、勤務日に対し、終日在宅勤務と一部時間帯在宅勤務の選択が可能	
年次有給休暇の時間単位取得	年間5日分を上限に年次有給休暇の1時間単位での取得が可能 取得に際しての事由は問わない	
海外赴任同行休職	配偶者の海外赴任時に赴任先への帯同に際し、最短1年間から最長2年間の間で取得が可能	
私傷病特別休暇	自身の私傷病の際に取得できる特別休暇(年間40日もしくは20日付与) 原則、8日以上休業を要する場合に取得が可能	
ボランティア特別休暇	会社が認めたボランティアに参加する際に取得できる特別休暇(年間5日付与) 1日もしくは半日の単位での取得が可能	
リフレッシュ休暇	勤続10・20・30・40年に到達した際に付与される(年間5日付与)	

受容性と多様性のある職場 102-8,401-1,405-1

花王グループ社員数(正社員)*

	2019年	2020年
合計(人)	33,603	33,449
男性(人)	16,946	16,814
女性(人)	16,657	16,635
女性比率(%)	49.6	49.7
日本	22,101	22,038
男性(人)	10,809	10,715
女性(人)	11,292	11,323
女性比率(%)	51.1	51.4
アジア・オセアニア(日本を除く)	7,170	7,202
男性(人)	3,900	3,914
女性(人)	3,270	3,288
女性比率(%)	45.6	45.7
欧州	—	2,830
男性(人)	—	1,514
女性(人)	—	1,316
女性比率(%)	—	46.5
米州	—	1,379
男性(人)	—	671
女性(人)	—	708
女性比率(%)	—	51.3

* 国内取締役、監査役含まず

花王(株)の状況(正社員)*

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
正社員(人)	7,195	7,332	7,655	7,905	8,135
男性	5,568	5,631	5,831	5,979	6,077
女性	1,627	1,701	1,824	1,926	2,058
女性社員比率(%)	22.6	23.2	23.8	24.4	25.3
女性管理職比率(%)	14.0	15.5	16.8	18.2	20.1
女性管理職数(人)	336	381	432	479	546
女性役員比率(%)	8.8	8.6	5.7	8.3	8.3
女性役員数(人)	3	3	2	3	3
平均年齢(歳)	41.2	41.0	41.8	40.6	40.5
男性	42.0	41.7	42.6	41.2	41.0
女性	38.5	38.6	39.4	38.8	38.9
平均勤続年数(年)	18.3	17.4	17.8	17.7	17.4
男性	19.4	18.4	19.2	18.7	18.3
女性	14.5	13.9	13.5	14.6	14.7
新卒採用者数(人)	283	269	304	306	264
男性	214	196	214	218	176
女性	69	73	90	88	88
離職率(%)	0.5	0.6	0.7	0.9	0.7

* 取締役、監査役含まず。役員には取締役、監査役、執行役員を含む。

花王グループ 女性社員の状況*

		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
女性従業員						
グローバル	比率(%)	49.2	49.4	49.8	49.6	49.7
	人数(人)	16,332	16,590	16,748	16,657	16,635
日本	比率(%)	50.6	51.3	51.4	51.1	51.4
	人数(人)	11,130	11,399	11,464	11,292	11,323
アジア・オセアニア (日本を除く)	比率(%)	—	—	—	—	45.7
	人数(人)	—	—	—	—	3,288
欧州	比率(%)	—	—	—	—	46.5
	人数(人)	—	—	—	—	1,316
米州	比率(%)	—	—	—	—	51.3
	人数(人)	—	—	—	—	708
女性管理職						
グローバル	比率(%)	25.4	25.1	27.3	29.4	28.8
	人数(人)	1,700	1,618	1,799	1,991	1,872
日本	比率(%)	13.1	14.6	18.4	21.2	19.2
	人数(人)	573	648	847	1,006	865
アジア・オセアニア (日本を除く)	比率(%)	—	—	—	—	49.7
	人数(人)	—	—	—	—	545
欧州	比率(%)	—	—	—	—	48.4
	人数(人)	—	—	—	—	278
米州	比率(%)	—	—	—	—	55.4
	人数(人)	—	—	—	—	184
女性役員						
グローバル	比率(%)	6.7	7.7	8.0	8.0	9.4
	人数(人)	11	14	16	16	19
日本	比率(%)	4.1	4.5	6.0	5.7	6.0
	人数(人)	5	6	10	10	10

* 国内取締役、監査役含まず。役員には取締役、監査役、執行役員を含む。

花王(株)再雇用者数

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
定年退職者数*(人)	104	93	109	129	174
うち、再雇用者数(人)	86	73	92	110	144
再雇用者比率(%)	82.3	78.5	84.4	85.3	82.8

* 定年退職者数 = 定年退職者 + 再雇用者数

就業制度の利用状況(花王(株))

就業状況(制度利用状況)	開示データ			単位
	2018年	2019年	2020年	
所定外労働時間平均(月)	18.7	17.7	14.4	時間
年次有給休暇 平均利用日数	15.1	14.4	13.3	日
年次有給休暇 平均取得率	78.8	74.6	69.6	%
時間単位休暇取得実績 平均取得時間	3.30	2.98	2.41	時間
育児休職取得者数(男性)	124	115	108	人
育児休職取得者数(女性)	113	84	100	人
育児による時短・時差勤務取得者(男性)	12	1	3	人
育児による時短・時差勤務取得者(女性)	102	122	68	人
看護・介護休職取得者(男性)	2	0	0	人
看護・介護休職取得者(女性)	2	2	0	人
看護・介護による時短・時差勤務取得者(男性)	1	0	0	人
看護・介護による時短・時差勤務取得者(女性)	0	0	0	人
海外赴任同行休職取得者(男性)	0	0	0	人
海外赴任同行休職取得者(女性)	8	8	3	人
ボランティア特別休暇取得実績 平均取得日数	1.9	1.0	1.0	日
ボランティア特別休暇取得実績 取得のべ人数	9	30	9	人
在宅勤務制度利用実績	308	584	7,218	人

従業員の声

社員一人ひとりの当事者意識の向上のために

荒川 真理子

花王株式会社 人材開発部門 D&I 推進部



花王グループのD&I推進のカギは、社員一人ひとりの当事者意識にあると考えています。ニューノーマルを踏まえた日本での啓発活動の注力点は、①周囲者(上長、同僚)の巻き込み、②意識と行動変容につながる具体的な情報提供、③オンライン化によるアクセシビリティ強化の3点としました。

実施方法として10分未満の短編動画に着目。チームで初めての試みでしたが、各テーマの担当者がこれまでの知見をもとに内容を編成し、2020年下期に育児両立、障がい、LGBT、異文化のテーマで5本の啓発動画(日英)を制作しました。この「動画でわかるD&Iシリーズ」は気軽に学べるスタイルと、実践の後押しとなる内容が好評で、さまざまな年代・職種の社員により視聴されています(各動画は掲載2カ月間で約1,000回再生)。アンケートでは「学びを仕事や生活で活かしていきたい」「コミュニケーションの重要性を再認識した」との声が多く寄せられ、2021年以降もD&Iに関わる幅広いテーマを取り上げ発信予定です。

今後も状況に応じて啓発のあり方を変化させながら、よりよい職場環境の実現に向けてチーム一丸となって啓発活動を継続していきます。

自分らしく暮らすを
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

社員の健康増進と安全 102-15,103-1,403-6(労働安全衛生2018)

花王の事業活動の源泉は、いきいきとした社員(= GENKIな社員)であり、そのベースは社員の健康です。

GENKIな社員が社会活動に邁進できるよう、私傷病や就業制限がある社員の不安をできるだけ軽減・解消して、人財力を最大発揮できる環境整備に努めています。

社員の健康増進

ESG キーワード

健康宣言

中長期健康目標(KAO 健康2020)

GENKIプロジェクト

新型コロナウイルス感染症対策

ヘルスケア研究知見を活かした社内外健康イベント

メンタルヘルスケア

歯の健康

禁煙支援

女性の健康

長時間労働の是正と健康管理

特定不妊治療支援

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

世界的な高齢化の進展により、慢性疾患を抱える人の割合が増加しています。また、高齢者においては、病気や関節・筋肉の衰えにより要支援・要介護となるケースが多くみられます。日本では、それらを背景に医療費は増大の一途をたどっており、企業の健康保険組合の財政も急速に悪化しています。^{※1}

また、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴う外出制限により、生活習慣の悪化、肥満者の増加がみられており、医療機関への受診控えもみられることから、重症疾患の見逃しのリスクが高まっています。

さらに、就業年齢の引き上げや働く女性の増加などを背景に、がん患者の約3割が就労世代でがんを発症するといわれています。^{※2}今後も、病気を抱えながら仕事

をする事例はさらに増加することが予想されます。

ニューノーマルに対応した生活習慣改善支援を行ない、病気の予防や早期発見・治療に加えて、疾病を抱える労働者へのより一層の支援を行なっていきたいと考えています。

^{※1} 健康保険組合連合会2020年11月5日プレスリリース

^{※2} 「平成28年全国がん登録罹患数・率報告」厚生労働省健康局がん・疾病対策課発行資料より

花王が提供する価値

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んでいます。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。

生活習慣改善の奨励、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も注力しています。

慢性疾患のみならず、がんを含むさまざまな疾患を抱える社員に対しては、疾患と仕事との両立を図るため、画一的な対応ではなく、個々の社員の実情に応じた支援を行なっています。

また、社内のヘルスケアに関する研究知見を活かした取り組みを積極的に推進し、好事例があれば、GENKIプロジェクトを通じて社外にもヘルスケアサービスを提供しています。

「2030年までに達成したい姿」

70歳現役社会をめざし、個々人が自己の健康課題を適切に認識し、自分のベストな状態を保つためのさまざまな生活習慣改善活動に、楽しみながらいきいきと取り組める社会の実現

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

社員の高齢化により、生活習慣病だけでなく、がんや筋骨格系などの疾病を抱える労働者が増加するリスクがあります。就業制限のある社員の増加は、生産性に影響を及ぼす可能性があります。また、高齢化に伴い免疫機能は低下していくため、新型コロナウイルス感染症のような未知の感染症流行時の社員や家族の健康への影響が懸念されます。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

ヘルスリテラシーのある社員が自己・自律で健康増進することを会社が後押しするのがありたい姿です。

また、社員の健康維持増進に活用しているプログラムは、社外にもサービス提供しており、地域や職場の健康維持増進活動に活用されています。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貢献できることを期待しています。

貢献するSDGs



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

教育と浸透

日本では「花王グループ健康宣言」を全社員に配布し、トップメッセージを伝えることで、健康宣言の浸透をはかっています。

コロナ禍における社長メッセージでは、経営は、花王グループメンバーや家族の健康と安全の確保を第一に考えていること、社員の健康、安全の担保なしには事業活動は成し得ないことを、折に触れ伝えました。

また、「健康づくり」の5つの取り組みを中心に社内ですさ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。

このような取り組みの結果、生活習慣改善に取り組んでいる社員は男性27.3%、女性18.6%となっています。

※ 2019年定期健康診断時の問診より

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

健康診断は一般財団法人日本予防医学協会に一括委託し、健診業務の効率化を図り、高い品質と精度を担保しています。

メンタルヘルスケアにおいては、外部EAP(従業員支援サービス)と連携し、社員と家族の相談対応をいただいています。

健康関連システムや健康白書の作成については(株)インテジテクノスフィアと連携し、システム構築、データ分析を進めています。

また、社外の職域の健康推進担当者や地域の行政担当者のニーズを踏まえ、花王で開発した効果的なサービスを社外にも提供し、メタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)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。

新たな健康価値創造のために、外部機関との共同研究も推進しています。



→詳しくはP210「ステークホルダーとの協働の具体例」

体制

健康づくり推進体制の「組織化」

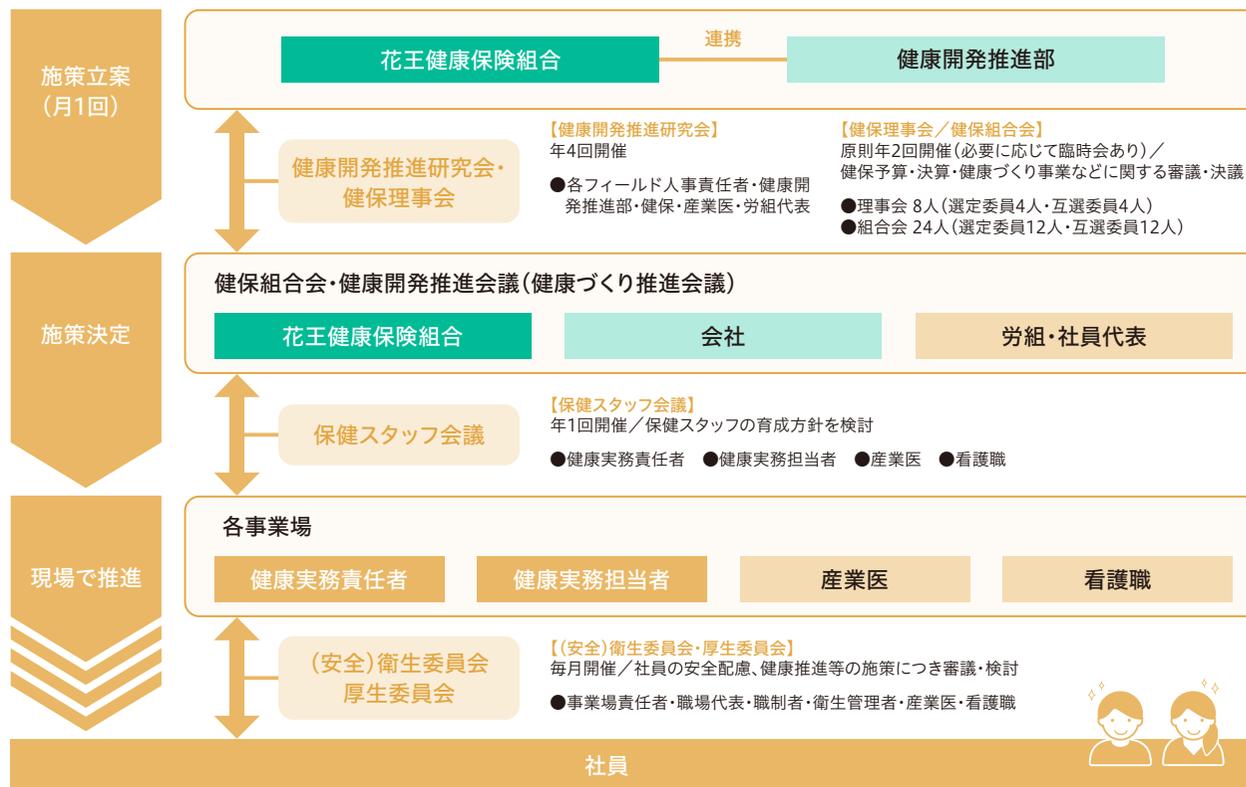
健康づくり施策は、コラボヘルスを推進し、施策の立案は、会社と健康保険組合が一体となっていない、月に一度、定期的なミーティングで議論しています。

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。花王には専門知識をもった保健スタッフが適切な人数常駐しており、保健スタッフが各種健康づくりの施策を推進しています。

そして、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・看護職とともに取り組んでいます。海外に対しては日本の推進状況を情報共有し、具体的な健康管理は各国・地域の行政の方針に従い推進しています。

健康づくり推進体制(日本)



社員の健康増進と安全 103-2,403-6(労働安全衛生2018),404-2

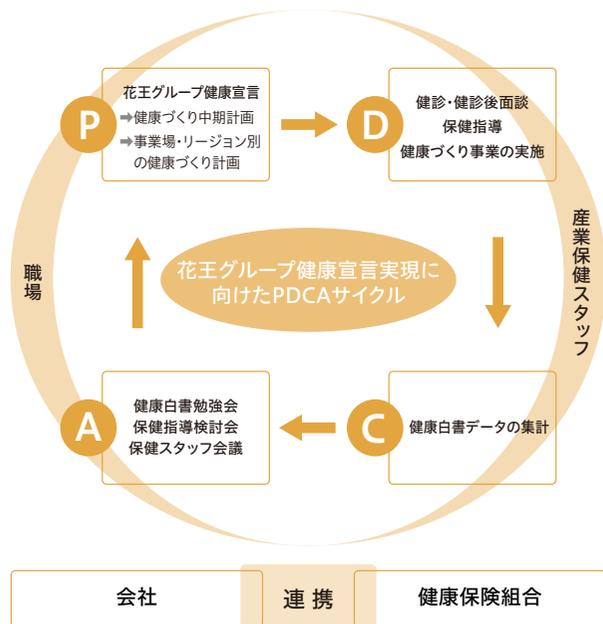
健康づくりマネジメントシステムの「見える化」

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、全国19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とも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は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



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

保健スタッフの育成と社内情報共有

臨時保健スタッフ会議を4月と7月の2回開催し、主にコロナウイルス感染症対応について議論しました。単に社内ルールや対応を決めるだけでなく、「社員への寄り添い」をテーマに情報発信したり、健康相談室ごとに寄り添いメールを配信することで、社員へのきめ細かな対応を行なっています。

また、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8月にオンラインで開催し、全社方針に対する意思統一と情報交換を図りました。あわせて、社内の好事例を共有し、他の事業場・支社への横展開を図りました。ベストプラクティスとしては、栃木事業場の「特定保健指導対象者および予備群に対する食事選択調査と質問表調査を用いた指導」と鹿島事業場の「鹿島工場食堂でスマートミールの認証取得/スマート和食®キャンペーンの実施」が選ばれました。グッドプラクティスとしてはKCMK中四国支社の「働き方改革と動画による卒煙情報の提供」が選定されました。

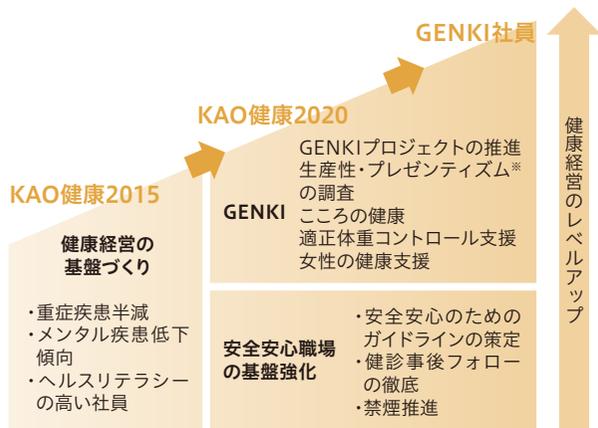
また、看護職の保健指導力向上を目的とした「保健指導検討会」を1月に実施しました。保健スタッフ会議や保健指導検討会においては、単に施策に関する議論だけでなく、健康データの見方や産業保健計画の立案方法を学ぶ勉強会も同時に行なっています。

中長期目標と実績

中長期目標(KAO健康2020)

2017年、花王は健康に関する中期計画「KAO健康2020」を策定しました。健康経営のさらなるレベルアップ、「GENKI社員」の育成をめざします。

KAO健康2020



変化を先導する元気な社員づくりと安全安心職場の基盤強化で、健康経営のさらなるレベルアップをめざす

※ プレゼンティズム

何らかの疾患や症状を抱えながら出勤し、業務遂行能力や労働生産性が低下している状態

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

- ・ 長期休業者の低減による労働力の損失の防止
- ・ 特定保健指導対象者の減少による特定保健指導コストの削減
- ・ モチベーションの高い社員の増加による生産性の向上

社会的インパクト

- ・ 生産性が向上し、よりよい商品・サービスを社会に提供
- ・ 健康経営の推進状況を優良事例として社会に提供
- ・ 自社の社員、家族が健康であることにより、国や地域の社会保障負担を減少

2019年の実績※

実績

国内花王グループ社員の主な健康指標

項目	2017年	2018年	2019年
定期健診受診率	100%	100%	100%
健診有所見者の再検査受診率	91.3%	93.9%	94.9%
朝食を週3回以上食べる社員	男性77.2% 女性74.3%	男性77.6% 女性75.5%	男性77.1% 女性76.1%
運動を週1回以上する社員	男性55.9% 女性31.8%	男性56.4% 女性35.0%	男性57.5% 女性36.5%
1日あたり60分以上歩く社員	男性57.1% 女性63.5%	男性53.9% 女性60.7%	男性56.0% 女性61.7%
ぐっすり眠れている社員	男性68.4% 女性63.7%	男性64.0% 女性62.2%	男性63.0% 女性61.9%
たばこを吸わない社員	男性70.5% 女性80.0%	男性72.3% 女性80.8%	男性72.6% 女性81.6%
BMI25以上の社員	男性24.9% 女性12.3%	男性25.5% 女性13.4%	男性26.7% 女性14.0%
メタボリックシンドローム該当者予備群(35歳以上)	男性30.8% 女性6.4%	男性30.6% 女性6.6%	男性32.3% 女性7.4%
特定保健指導対象者(40歳以上)	男性18.4% 女性7.3%	男性18.3% 女性7.8%	男性19.0% 女性7.9%
特定保健指導実施率(40歳以上)	73.5%	72.2%	71.6%

※ 2020年の健診・問診結果は次年度に掲載

実績に対する考察

健診有所見者の再検査受診率が上昇しており、早期発見・早期治療につなげることができています。啓発活動やさまざまなプログラム提供の結果、運動を週1回以上行う社員やたばこを吸わない社員は増えつつあります。一方で、朝食を食べない社員は横ばい、ぐっすり眠れる社員は減少傾向にあり、今後は個人個人のライフスタイルに合わせ生活リズムを整える支援が必要であると考えています。また肥満者も増加傾向にあるため、引き続きポピュレーションアプローチと個別アプローチの双方向で減量支援も行なっていきます。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

具体的な取り組み

新型コロナウイルス感染症対策(日本)

体制と規程の整備

新型コロナウイルス感染症対策として、2020年1月に感染症対策チームを立ち上げ、感染症対策に着手するとともに、体調不良者情報の収集に着手しました。また2月には体調不良時の対応を社員向けに周知しました。3月下旬からは安否確認システムを用いた健康状況調査を毎週月曜日に行ない、体調不良者には看護職が体調フォローを実施しました。

また、「新型コロナウイルス感染症発症時の人事取扱い」を定め、体調不良者、検査受検者、感染者、濃厚接触者への対応や消毒等の取り扱いを定義しました。

健康情報の配信

在宅勤務者が増えたことに伴い、健康上の留意点や自宅でできるストレッチ情報、メンタルヘルスケア等の情報配信をオンラインにて定期的に行ないました。

3月には「自分でできる新型コロナウイルス感染症予防セルフチェック」を社員全員に配信し、ご家族も一緒に予防行動をとれるよう啓発活動を行ないました。

6月には「感染予防を組み込んだNewWorkStyle」を人事・産業保健スタッフ向けに配信し、通勤、出社に伴

う職場での予防策を示しました。

7月には厚生労働省の接触確認アプリ「COCOA」のインストールを推奨し、COCOAにて接触の通知を受けたが行政検査が受検できず、本人が受検を希望する場合に産業医が検査する体制を整えました。

現在は、社内の感染症リスクアセスメントプロジェクトと連携し、予防活動を推進しています。

海外駐在者の健康管理

日本国内から海外に駐在する社員については、海外赴任者の健康管理ガイドラインに基づき、健康状態のGradingが行われ、海外駐在の可否が決められています。また、厚生労働省検疫所FORTHの基準に基づき必要な予防接種を受けたうえで、海外駐在となります。

海外駐在中の健康管理については、要フォロー対象者には健康相談室がこまめな健康フォローを行なうとともに、健診結果に基づく産業医面談を実施しています。健康診断は年に一度日本に帰国して受診することを原則としていましたが、2020年は現地の健診機関での健診受診が可能であれば、切り替えを行なっています。

鳥インフルエンザ流行地域においては、毎年出張者、駐在者にインフルエンザ予防接種を推奨していましたが、2020年はインフルエンザ予防接種が希望者全員に全額補助可能となったため、その中で予防接種の推奨を行なっています。

生活習慣改善への取り組み

イベント活動

スマート和食*

「スマート和食*」は、花王が研究した内臓脂肪をためにくい食事法です。食事の量ではなく、①たんぱく質/脂質の比、②食物繊維/糖質の比、③オメガ3/脂質の比という3つのポイント(質)にこだわることで、ごはんを楽しくしっかり食べながら、内臓脂肪がたまりにくい食事ができるというものです。

- ・緊急事態宣言の期間中、「お家で実践！スマート和食*(3回)」 「知っておきたい 免疫力に必要な食事のコツ」をオンラインにて発信し、在宅勤務の社員の食育として活用。約5,000名が閲覧
- ・毎月8日を「スマート和食*の日」と設定。「スマート和食*」の考え方、実践法をオンラインにて動画配信。また9月より、レシピ動画も併せて配信し、スマート和食*への理解を深めるとともに、毎日の食生活で実践してもらうことを狙いとした。毎月約4,400名がアクセス
- ・スマート和食*オンラインセミナーを6カ所の事業場・支社で実施。社員1,272名が参加。(テキストとして、書籍「おなか痩せの黄金『比』レシピ」(文藝春秋刊)を配布)
- ・花王石鹸誕生130周年イベントのチャレンジプレゼントにおいて、社員約500名に書籍「おなか痩せの黄金『比』レシピ」(文藝春秋刊)を贈呈。また、社員と家族に向けてレシピ動画を配信。のべ760名が閲覧



社員向けに健康レシピ動画を配信

歩行測定会・ホコタッチ

歩き方を分析して「歩行年齢」や将来の「生活機能リスク」を知ることができる歩行測定会や、日々の生活習慣改善を促す花王オリジナルの歩行計「ホコタッチ」の貸し出しを行なっています。

- ・ホコタッチを98スポットで10,962人に貸し出し
- ・継続利用率23.9%、そのうち39.4%が歩数も歩行スピードも多いAランクを1日以上マーク

ヘルシアを用いた健康イベント

日本事業場で運動や健康にまつわるイベント参加を推奨しています。2020年はヘルシアのLINEアプリ「モニタリングヘルス」を利用して、内臓脂肪レベルを測定し、1カ月間で体脂肪率-1.0%、または体重-1.5kgをめざしました。

- ・イベント参加者
- ・モニタリングヘルスコース:267名(うち達成者106名)
- ・体重測定コース:577名(うち達成者171名)

情報発信・キャンペーン活動

在宅環境下でも健康づくりに取り組めるよう、全社キャンペーンや啓発活動を行なっています。

在宅勤務期間における生活習慣アンケート

在宅勤務時の社員の健康維持・増進を目的にイントラネットを用いて在宅勤務における意識・生活の変化をアンケート調査し、そのデータに基づく健康情報を提供しました。



在宅勤務期間における生活習慣アンケート結果

社内アンケート結果に基づく情報発信例

アンケート調査は約2,600人から回答を得、間食が増え、運動不足を自覚し、目の疲れ、肩こり、腰痛などの悩みを抱えている社員が増えていることが分かりました。また、一人暮らしで誰とも話をしないことで孤独を感じる社員がいる一方、家族で共に過ごす時間が増え、夕

Kirei Lifestyle Plan

目次 編集方針 トップメッセージ Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 独立保証報告書

快適な暮らしを自分らしく送るために

思いやりのある選択を社会のために

よりすこやかな地球のために

正道を歩む

社員の健康増進と安全 403-6(労働安全衛生2018)

食が早い時間になったり、睡眠時間が長くなるなどのメリットもあることも分かりました。これらの結果はイントラネットで報告し、社員にアンケート回答者全体の動向をお知らせしています。

アンケート結果から分かった社員の困りごとについて、自社製品を活用し、より健康になるための提案を行っています。

アンケートは同一人物を対象に3月と5月の2回実施したため、在宅勤務の長期化による意識・生活の変化も把握できました。その内容は全国の保健スタッフとも共有しています。

GENKI もりもり通信

毎月25日をGENKI もりもりの日とし、健康に関する情報発信をイントラネットで行なっています。社員が知りたい情報(免疫力UP、感染予防、在宅勤務での時間管理など)をタイムリーに関連部門、研究所と協働でわかりやすく表現しています。また、GENKI もりもりコミュニティを設け、社員の健康にまつわる情報交換の場としています。

42日間減量チャレンジ

2月1日～3月13日の42日間で2kgの減量に取り組むキャンペーン(BMI19未満対象外)です。

2020年はオンラインコミュニティで減量に役立つ知識を得ながら、参加者が体験談を披露したり、お互いに励ましあって減量に取り組みました。

- ・2,407人参加(参加率11%)、マイナス2kg達成者784人(32.6%)
- ・減らした脂肪量2.4トン

健診前減量チャレンジ(2019年の特定保健指導対象者とその予備群限定)

健診2カ月前から42日間の減量に取り組むキャンペーンです。2020年の参加者には、「スマート和食®」の動画を配信し、「おなか痩せの黄金『比』レシピ」を配布、内臓脂肪を溜めない食事法やくらし方の知識を得て、無理せず減量することをめざしました。

- ・計4回実施、664人参加、マイナス2kg達成者187人(28.2%)

ウォーキングチャレンジ

10月1日～11月30日の61日間、ウォーキングを実践するキャンペーンです。2020年はオンラインコミュニティを活用し、参加の様子や景色、感想などの情報交換を行ないました。

- ・2,715人参加(参加率10.2%)



オンラインラジオ体操の旅

2020年8月20日～9月2日の2週間、GENKI Webを活用したイベントを開催。「本気のラジオ体操動画」を毎日配信しました。期間中はオンラインラジオ体操同

好会を一日2回開催し、毎日大勢の方に参加いただきました。オンラインコミュニティではラジオ体操の動画や写真を投稿できるようにし、いいね賞、いいね大賞を贈りました。

- ・GENKI Webエンターリー者:1,657名
- ・ラジオ体操同好会参加者:3,244名



メンタルヘルスケア(こころの健康)

日本におけるストレスチェック制度は2020年で5年目を迎え、その結果はメンタルヘルスケアに積極的に活用しています。回答結果から早期対応が必要と判断される方には、産業医や看護職が速やかにフォローを実施し、やや高ストレスと判定された方には個別メールでフォローしています。

組織に対しては、ストレスチェックの集団分析を踏まえた報告会を会社単位/部門単位/事業場・支社単位で実施し、優先対応職場を定め職場環境改善の取り組みを進めています。たとえば、急激な業務の拡張などに伴いストレス度が高まった職場に対しては、従業員への個別対応にとどまらず、より徹底的な分析を行ない要因推定しており、組織体制の見直しやコミュニケーション方法の改善などにつなげて活動しています。

また、研修や情報提供を通じて従業員一人ひとりのメンタルヘルス対応能力の向上を図っています。メンバーや職場の仲間、自分自身のちょっとした変化に気づく力をつけ、早期に対処し、苦しい時に助け合う風土づくりにつなげています。

また、長期に休業となった場合でも円滑な職場復帰が実施できるようガイドラインを活用しています。不調に陥らない、不調になっても早期に対処していく活動を社員にも組織にも働きかけて、より生産性の高い活力あふれる職場づくりを推進しています。

2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大状況も勘案し、全社員へストレスセルフケアの案内を配信、在宅勤務・外出自粛中におけるラインケア・コミュニケーションに関するマネジメント研修を行ない、状況に適したメンタルヘルスケアを推進しています。

社外活動としては、「オンラインメンタルヘルスセミナー(コロナ禍におけるメンタルヘルスへの取り組み)」において企業事例を紹介し、専門家と意見交換する場に積極的に参画しています。

全社メンタルヘルスケア活動展開

項目	2020年実績
活性化職場比率	60.5%
ストレスチェック受検率	98.4%
高ストレス者率	1.9% 良化
管理者向け研修	11回開催1,591名参加
セルフケア研修	18回開催1,041名参加
外部EAPの利用率(件数/対象社員)	電話198件+メール1,510件/710人=6.5%
社内カウンセラーによるカウンセリング(キャリア面談中心)	12,340人

歯の健康支援

日本におけるコロナ禍における歯の健康支援として、「歯科医による動画」を8~12月の期間中毎月配信しました。その内容は、一般的な口腔衛生の講話に留まらず、コロナ禍の社員の生活実態に即したアドバイス(間食増加、感染予防対策)となっています。また動画の内容とリンクするエビデンスデータをパーソナルヘルス

ケア研究員のわかりやすいコメントとともに情報発信し理解を深めています。

禁煙への取り組み

禁煙推進(日本)

2018年1月から就業時間内禁煙を推進しています。2020年4月からは「屋内禁煙」と「喫煙者への配慮」について、経営と合意し、イントラネットを通じ社員へ明示し、受動喫煙防止および禁煙推進を強化しています。

喫煙者には、卒煙を支援する個別相談、禁煙セミナー等を通じて、卒煙を促す活動に誘導しています。

- 花王グループ禁煙マラソンを実施し、卒煙を支援しています。
1月実施:79名参加(うち禁煙達成者29名)
4月実施:68名参加(うち禁煙達成者34名)
5月実施:98名参加(うち禁煙達成者56名)
- 花王健康保険組合による禁煙達成者への禁煙治療費用補助:8名に支給
- 花王健康保険組合より、オンライン禁煙プログラムを実施
春のオンライン禁煙プログラム:45名参加
秋のオンライン禁煙プログラム:47名参加

女性の健康

日本において「女性の健康相談窓口(メール相談)」を設け、社員の健康に関する相談に、産業医が回答しています。

女性の健康に関する情報(Women's Health News)をイントラネットで定期的に(3カ月に一度)配信し、女性の健康に関する理解を深めています。

また、女性の健康セミナーを開催し、女性社員がライフステージに応じた自身のケアおよびいきいきと働ける身体づくりを支援しています。

長時間労働者の健康チェックの拡大

花王では長時間労働の削減を推進していますが、現状では繁忙期に長時間労働となってしまう社員がみられます。社員が長時間労働で受けた過労・ストレスについて、予兆や潜在的SOSを早期に察知するため、以下の通り長時間労働者の健康チェックをよりきめ細かに実施しています。

2020年の長時間労働者健康チェック実績

活動内容	2020年実績(8月まで)
産業医面談	対象者:時間外労働1カ月80時間超 面談対象89人・実施88人(実施率99%)
ウェブ健康チェック(簡易診断)	対象者: 1)時間外労働2~6カ月平均80時間超 面談対象6人・実施6人(実施率100%) 2)2~6カ月平均60時間超 ウェブ問診回答855人 うち産業医判断により面談対象とされた229人 全員が面談を受けた

特定不妊治療支援

花王は、日本において2009年から特定不妊治療への支援を行なっています。

当初は花王健康保険組合が補助をしていましたが、2013年からファミリー会(共済会)に移管しました。その後見直しを重ね、2017年には男性不妊治療補助を追加、2020年は支援対象会社を追加したことにより、日本花王グループ全社が支援対象となりました。

支援対象の増加に伴い、2020年の実績は175件(内、男性0件)で、前年比148%となりました。

仕事と治療の両立に向けては、各種就業時間制度(フレックスタイム制度・在宅勤務制度・時間単位休暇)を活用しながら両立を図ることができるよう、環境を整備しています。

特定不妊治療支援の内容(日本)

項目	詳細
対象者	会員本人、配偶者 (夫婦とも会員の場合どちらかお一人に支給)
補助金	1回の治療につき、自己負担額の60%(上限12万円) 1夫婦あたり上限100万円(公約助成等他の補助を控除した自己負担額が対象)

健康推進活動の全社展開

全社健康推進活動展開(日本)

活動内容	2020年実績
42日間減量チャレンジ	2,407人参加
健診前減量チャレンジ	664人参加
チャレンジヘルシア	835人参加
オンラインラジオ体操	1,657人参加
禁煙マラソン	245人参加
ヘルシアウォーキング	2,715人参加
Women's Health News	4回配信
在宅勤務期間中のイントラネット情報発信(3月~6月)	13回配信 (69,891アクセス)
GENKI もりもり通信(7月~継続中)	6回配信 (平均アクセス数4,423)
スマート和食*通信	6回配信 (平均アクセス数4,400)

各事業所での健康推進活動展開(日本) (イベント型/セミナー型/キャンペーン型を企画)

活動内容	2020年実績
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	70回開催、のべ17,051人参加
禁煙	7回開催、のべ727人参加
女性:女性の健康、更年期セミナー等	5回開催、のべ1,397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	36回開催、のべ3,043人参加
健康講話等	9回開催、のべ456人参加
休息・快眠セミナー	6回開催、610名参加

GENKIプロジェクトの推進(日本)

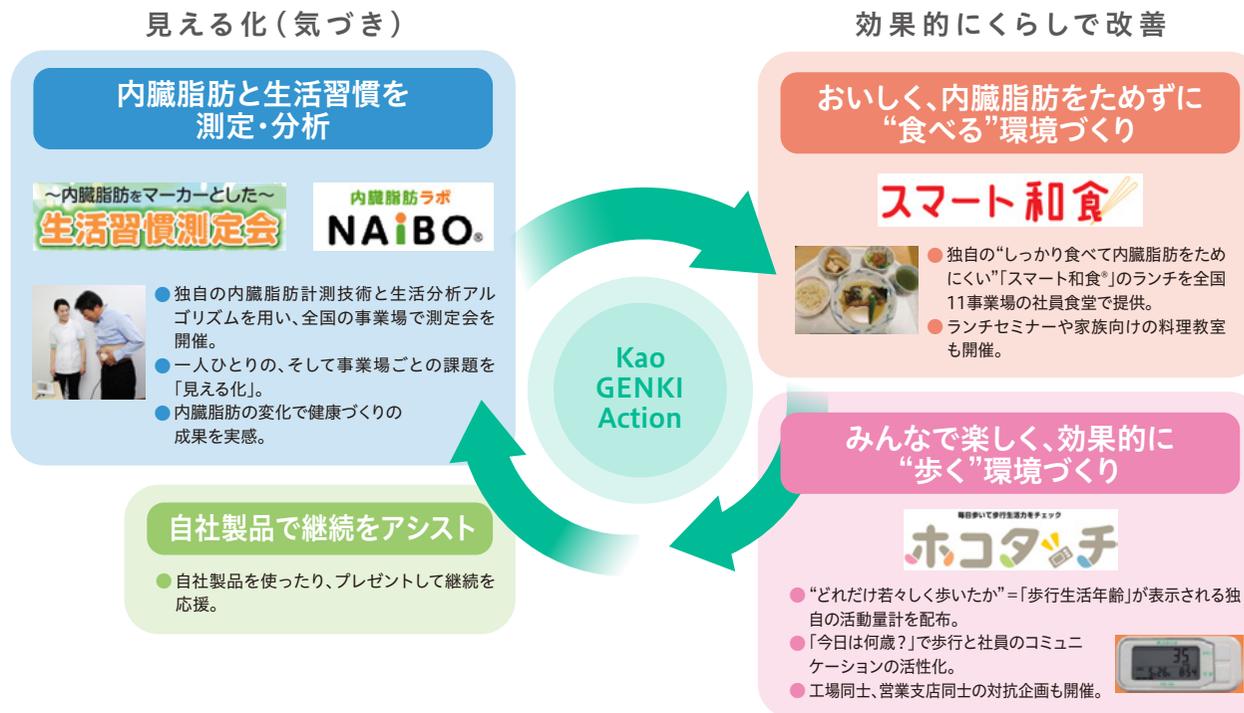
中期経営計画「K20」推進プロジェクトの一つであった「社員と家族の健康維持」プロジェクト(通称「GENKIプロジェクト」)が2020年1月に組織化されました。花王のヘルスケアの知見や技術・製品を健康ソリューションとして社員やその家族に提供しています。

GENKI-Action

花王はヒューマンヘルスケア事業において、「内臓脂肪と“くらし”に関する研究」、「歩行と健康に関する研究」などに長年取り組んできました。その過程で得られたさまざまな知見は、製品開発だけでなく、健康増進プログラムとして社員と家族の健康づくりに活用されています。この独自の健康づくりを「Kao GENKI-Action」と呼んでいます。「Kao GENKI-Action」の特徴は、健康状態や生活習慣を“見える化”し、それによって健康への意識を高めたうえで、“くらし”を通じて効果的に改善することです。健康につながる“くらし”を無理なく、楽しく継続できるよう、健康的な環境づくりの支援や自社製品を使った応援を行なっています。

また、「Kao GENKI-Action」のプラットフォームとして花王社員向けの健康コミュニティサイトGENKI Webを活用し、日々の生活記録や、健康イベント等を実施しています。

GENKI-Action



※「NAiBO®」「スマート和食®」「ホコタッチ」は花王(株)の登録商標です。

Kao みんなのGENKI プロジェクト

花王グループでは、社員と家族の健康づくりを、積極的に行なうと同時に、そのノウハウを自治体、企業、高齢者施設など社外にも提供し、健康増進をサポートしています。

活動内容はKao みんなのGENKI プロジェクトのウェブサイトから広く社会の皆さまにお伝えしています。



→ Kao みんなのGENKI プロジェクト
www.kao.co.jp/genki/

ステークホルダーとの協働の具体例

日本花王社内で推進している健康増進の取り組みやサービスを、生活者をはじめとする社外の皆さまにも提供しています。

健康サービスの社会・地域への波及

内臓脂肪プチラボ NAiBO®

コロナ禍において、新たな試みとして、ご自身で内臓脂肪量推定値を算出し、生活習慣改善への気づきを提供するサービスを社外に提供しました。

・参加事業所12ヶ所、対象人数:17,340人



生活習慣測定会(生活習慣分析と内臓脂肪測定)

生活習慣に関するアンケートと生活習慣に影響を受けやすい内臓脂肪を測定し、結果を数値化して提示することで生活習慣改善への意識を高めるサービスです。

・社外9回・563人参加(2020年1~2月)

「スマート和食®」の普及

しっかり食べて内臓脂肪をためない食事法「スマート和食®」の普及にも取り組んでいます。

- ・保健師・栄養士など専門職向けのオンラインセミナー「スマート和食® マスター講座 e-ラーニング」:社外3回・212人参加
- ・マスター講座修了生を対象にフォローアップ交流会をオンラインで実施、24名が参加。活動事例やトピックスを紹介
- ・ABC キッキングスタジオ(運営:株式会社 ABC Cooking Studio)での「スマート和食® オンライン料理教室」を実施:社外(岩手県)2回・16人参加
- ・自治体でのスマート和食® 日替わり弁当の提供:愛知県豊橋市

歩行促進プログラム

職場や地域で楽しく効果的に「歩く」環境を提供するプログラムとして、花王オリジナルの歩行計「ホコタッチ」の提供や、歩行の「質」を詳細に分析する「歩行基礎力測定会」を実施しています。

- ・ホコタッチ:社外の企業・法人・自治体などの事業場64ヶ所にて約8,200人参加
- ・歩行基礎力測定会:社外7回・444人参加
- ・農林水産省「和食の日」イベントに参加。健康美講座の中でスマート和食® オンラインセミナーを実施

総合的な取り組み

以上の健康づくりソリューションを総合的に組み合わせた取り組みを自治体や大学と連携して提供しています。

社員の健康増進と安全 102-43,403-6(労働安全衛生2018)

岩手県「県民主体の健康度アップ支援事業」

2018年より3年間にわたり、県内の健康経営を志向する企業に内臓脂肪測定、生活習慣分析、ホコタッチによる歩行支援、スマート和食®による食生活改善支援を総合的に提供。2020年は16企業625人を対象に実施しました。

福島県「民間企業と協働した健康づくりプログラム」

3年連続で福島県「民間企業と協働した健康づくりプログラム」に取り組んでいます。

4自治体より歩行改善(推進)プログラム、1事業場より食事改善プログラムを受託しました。

2020年は新型コロナウイルス感染症拡大予防のため、結果説明をオンラインに切り替えたり、会場運営に分身ロボット OriHime を導入するなど安全安心面を確保しながら、ホコタッチ提供と歩行基礎力測定会に各々約310名が参加されました。

外部団体との情報交換

「健康と経営を考える会」に参画し、自社の取り組み事例を紹介するとともに、他社の健康経営の取り組みを学んでいます。また、「健康いきいき職場づくりフォーラム」に参画し、快適な職場づくり施策やメンタルヘルスに関する情報を得ています。人事・保健スタッフの産業保健事例に関する意見交換は、参画する「さんぽ会」にて行なっています。

「シニア層を中心としたコンソーシアム事業」自治体への展開

日本石鹼洗剤工業会に所属する企業5健保で実施したコンソーシアム活動「シニア層の健康促進と自治体へとつなぐ健康事業」(主幹:花王健保)の成果物は、本年3月に厚労省データポータルサイトに掲載され、全国の組合健保や協会けんぽ・自治体などの健康づくりの有効事例として活用・横展開されています。

今後も継続的な共同展開をめざして活動を推進していきます。

弘前大学 COI 研究推進機構との共同研究

サステナブルな健康社会に貢献するため、「寿命革命」に取り組む弘前大学 COI 研究推進機構と共同研究を進めています。日本一の短命県である青森県をフィールドとして、メタボリックシンドロームの予防をめざして、内臓脂肪を減らす基盤研究および内臓脂肪の測定と食事・運動習慣を組み合わせた社会実装研究を実施しています。

2020年は、コロナ禍における動くことの重要性をビッグデータ解析し、不活動時間を少なくするために、家事などの軽度の運動と50歳以上の方には歩くスピードを上げることが、内臓脂肪をためないコツであることを明らかにしました。こうした成果は県内市町村住民や企業従業員の健康づくりへフィードバックされています。

また、2020年は県内企業・市町村を対象とした啓発

型健診「QOL 健診」において内臓脂肪測定を実施。健診後のフォローアップとして418名にホコタッチを提供しました。

他企業健保との情報交換

一般社団法人 保険者機能を推進する会主催の会議・研究会にて、各健保の抱える課題の抽出、検討、改善事例の紹介など、参加健保間での情報交換を実施しています。

社員の安全

ESG キーワード

労働災害の撲滅

快適な職場環境の形成

死亡、機能損失災害

休業度数率

全災害度数率

強度率

業務上疾病による休業者数

化学物質のリスクアセスメント

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

化学プラントでの事故や、自然災害が多く発生している昨今、大規模化学プラントを有する企業に対する安全操業への要求はますます高まっています。

このような状況の中、社員が安全に働ける労働環境を提供することは企業の必然的な課題です。

花王が提供する価値

花王レスポンシブル・ケア(RC)方針に「労働安全衛生」の活動方針を定めており、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、花王で働くすべての人の安全・健康の確保に努めます。

健康・安全で快適な職場環境を形成することで働きがいのある職場を提供し、従業員本人や家族に安心を提供します。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

- ・重篤な災害や作業環境不良により発生する業務上疾病による操業停止リスク
- ・上記による社会からの信頼損失リスク

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

徹底したリスクアセスメントにより、すべての社員の労働安全衛生を脅かす要因を積極的に排除し、安全で安心して健康に働ける職場づくりを実践します。

貢献するSDGs



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
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

教育と浸透

安全に業務を行なうため、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、入社時・配転時の配転先での教育を行なっています。また、特別に教育の必要な業務を特定し、必要な社員に対し教育を実施しています。

教育を行なうことで、職場での安全衛生に関する情報を共有し、安全衛生の目標に向けて活動することができます。

また、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努めています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

社員が日々安全・安心に働けるよう職場づくりに努めています。

また、事業場でともに働く協力会社の社員の安全も確保するため、協力会社と協働で安全・防災行事を行っています。毎月、協力会社との間で、花王内の労働災害事象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安全で安心な企業となるよう努めています。

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、下記に掲載しています。



→レスポンシブル・ケア活動
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2021-all.pdf#page=27



→ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

中長期目標と実績

中長期目標

花王は2030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、協力会社ともに、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2030年目標としています。

この目標を達成するため、バックカastingした目標や活動を毎年のRC目標として掲げ着実に推進しています。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

すべての従業員が健康に働くことで、事業活動が正常に行なわれることは、不要な経費発生を抑え総合的なコストの低減、収益拡大につながります。

社会的インパクト

すべての従業員が健康に働くことで、事業活動が正常に行なわれ、安定した商品供給ができます。また、製品価格の安定化に貢献できます。

社員の健康増進と安全 103-1,103-2,103-3,403-9(労働安全衛生2018)

2020年の実績

「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、ヒヤリハット報告による改善の推進、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。

2020年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象	2018年	2019年	2020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	—	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)☑	0.77	0.78	0.1以下	0.53	
		内訳	日本	0.54	0.67	—	0.41
			アジア	0.19	0.25	—	0.07
			米州	4.18	3.21	—	2.03
			欧州	4.66	3.30	—	2.85
		参考:日本化学工業協会加盟会社 社員+派遣社員	0.31	0.42	—	—	
		協力会社(花王グループ)☑	0.40	0.24	0.1以下	0.66	
内訳	日本	0.55	0.66	—	0.85		
	アジア	0.11	0.06	—	0.14		
	米州	0.00	0.00	—	5.51		
	欧州	7.06	4.18	—	7.88		
参考:日本化学工業協会加盟会社 協力会社	0.52	0.57	—	—			

※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)

社員の健康増進と安全 103-1,103-2,103-3,403-9,403-10(労働安全衛生2018)

2020年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象	2018年	2019年	2020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)	2.43	2.33	0.56以下	1.90	
		内訳	日本	2.20	2.47	—	2.00
			アジア	1.37	0.49	—	0.34
			米州	8.36	6.02	—	4.05
			欧州	6.86	5.78	—	4.98
		協力会社(花王グループ)	1.21	0.75	0.56以下	1.43	
		内訳	日本	2.11	1.87	—	2.18
			アジア	0.40	0.18	—	0.55
			米州	0.00	0.00	—	5.51
			欧州	10.59	16.70	—	7.88
	強度率 ^{※4}	社員+派遣社員(花王グループ)	0.05	0.01	—	0.04	
		内訳	日本	0.03	0.01	—	0.05
			アジア	0.14	0.01	—	0.00
			米州	0.06	0.02	—	0.03
			欧州	0.07	0.05	—	0.08
		参考:日本化学工業協会加盟会社 社員+派遣社員	0.03	0.01	—	—	
		協力会社(花王グループ)	0.01	0.01	—	0.03	
		内訳	日本	0.01	0.04	—	0.06
			アジア	0.01	0.01	—	0.01
			米州	0.00	0.00	—	0.17
欧州	0.19		0.03	—	0.06		
参考:日本化学工業協会加盟会社 協力会社	0.07	0.03	—	—			
業務上疾病による休業者数(人) ^{※5}	社員+派遣社員(花王グループ) <input checked="" type="checkbox"/>	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	
交通事故	過失100%人身事故(件)	16	5	ゼロ	1		
	過失0%以外百台率 ^{※6}	6.43	6.48	3.8以下	3.68		

※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 業務上疾病による休業者数は2018年からのグローバル目標
 ※6 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

実績に対する考察

2020年は一部、前年より安全指標に関する成績が良好になりましたが、これは新型コロナウイルス感染症のため、在宅勤務者が多くなったことが原因の一つです。

社員の健康増進と安全 103-1,103-2,103-3

2021年の目標

2030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となるため、
 事故・災害の発生防止に努める目標を立て、そこからバックキャストした2021年の事故・災害防止目標で活動します。
 なお、交通事故の目標は日本のみです。

2021年の目標(花王グループ)

項目	対象	指標	2021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}	0.45以下
		全災害度数率 ^{※3}	1.35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}	0.21以下
		全災害度数率 ^{※3}	0.63以下
社員	業務上疾病による休業者数(人)	ゼロ	
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}	8.8以下

※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

自分らしく暮らしを
 快適な暮らしを
 送るために

思いやりのある選択を
 社会のために

よりすこやかな
 地球のために

正道を歩む

具体的な取り組み

労働災害発生状況

2020年の社員・派遣社員の労働災害による被災者数は144人でした。そのうち休業被災者数は40人で、業務上の休業疾病はありませんでした。また、協力会社社員の労働災害による被災者数は37人で、そのうち休業被災者数は17人でした。

社員・派遣社員の労働災害の主な要因は、不注意や確認不足による「転倒・転落」が42人、次いで「動作反動」によるものが16人、「激突」によるものが9人でした。近年、「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。

化学物質のリスクアセスメント

花王の生産工場ではさまざまな種類の化学物質を取り扱っていることから、人体や自然環境汚染のリスクはゼロではありません。そこで、人や環境に及ぼす影響評価をし、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や原料が変更される際、事前に人や環境に及ぼす影響を評価しています。

これらはSAICMプロジェクトにて対応しています。



P219「正道を歩む>責任ある化学物質管理」

休業無災害表彰制度による安全意識の向上

2016年より休業無災害表彰制度の、さらなる安全意識向上を図るために海外の工場まで拡大しました。

2020年は、国内1工場、海外4工場が表彰されました。今後、販売会社やロジスティクス会社にも無災害表彰制度を拡充し、安全意識の向上を図っていきます。

休業無災害表彰(2020年)

地域	社名・工場名	ステージ
日本	川崎工場	ステージ1(3年)
中国	上海化工	ステージ2(5年)
	花王葫芦島	ステージ2(5年)
インドネシア	花王インドネシア	ステージ1(3年)
タイ	花王インダストリアル(タイランド)	ステージ1(3年)

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



ステージ2を達成した上海化工(中国)



ステージ2を達成した花王葫芦島(中国)

グローバルで安全スローガンを共有

グローバルでの安全意識の向上を目的に、2017年より安全スローガンを海外拠点で現地語に翻訳し、社長が登場する安全ポスターとして国内・海外拠点に展開し、グローバルで共有しています。

2018年からは安全ポスターの標語をグローバルで募集し選定しています。

2020年は、花王スペシャルティーズアメリカズ(米国)の標語が最優秀作に選定され、この安全標語で安全ポスターを作成し、日本および海外の関係会社に配布、掲示しました。

グローバルでの安全意識向上のため、今後も引き続き本活動を推進していきます。



社長が登場する安全ポスターを11カ国語で展開
(左上から時計回りに日本語、英語、中国語(簡体字)、タイ語)



最優秀賞の表彰(花王スペシャルティーズアメリカズ)

従業員の快適な職場環境

すべての職場を快適な職場環境にするよう努めるとともに、各国の作業環境基準や法令を遵守するため、定期的に作業環境を測定し、職場環境の改善・維持管理を行なっています。

安全意識アンケートの実施

従業員の安全に対する意識を調査し、今後の安全活動に役立てるため、独自の「安全意識アンケート」を2018年より実施しています。2018年は日本のSCM部門で実施し、職場ごとに本アンケート結果に対するアクションプランを立案・実行することで、安全意識のさらなる向上をめざしました。

2019年以降は本アンケートを日本国内の他部門に展開するとともに、海外グループ会社にも拡大実施し

ています。2020年は、花王インダストリアル(タイランド)、花王コーポレーション(スペイン)で実施しました。今後も本アンケート調査を実施し、安全意識のさらなる向上をめざします。

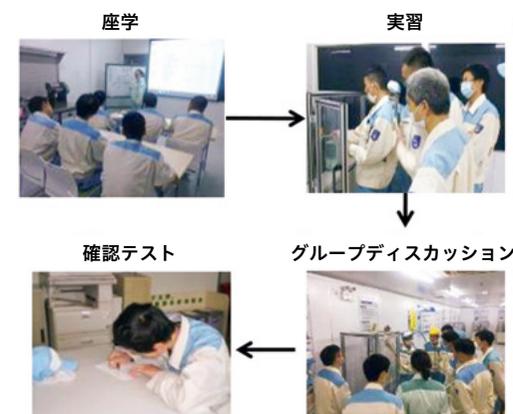
危険予知設備の充実

上海花王(中国)では、2020年に危険体感ができるデモ設備を導入し、従業員の設備への危険性理解と安全意識の向上を図っています。回転体、重量物、高温物など11種類の危険体感できる設備を自作し講座で用いています。

危険体感教室では現場オペレーターと安全担当メンバーの全員が座学を含む講座を順次受講しています。



危険体感の設備



危険体感講座の流れ

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ことを目的に、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、Kirei Lifestyle Planのもと、責任ある化学物質管理を推進して社会のサステナビリティに貢献していきます。

ESG キーワード

SAICM

化学物質のリスク評価

化学物質のライフサイクルでの管理

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

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

化学物質は私たちの生活を育み、世界の人々の豊かな生活文化の実現に不可欠です。その反面、化学物質が人と環境に負の影響を与える側面もあります。

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)」において、「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(化学物質の)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」との国際目標が合意されました。

この目標の達成に向けて2006年に国連環境計画において承認された「国際的な化学物質管理のための戦略的アプローチ(SAICM※2)」に沿って世界が取り組んできましたが、世界の化学市場は2030年までに2017年に対して倍増すると言われており、より一層の取り組みが求められています※3。

- ※1 WSSD
World Summit on Sustainable Development
- ※2 SAICM
Strategic Approach to International Chemicals Management
- ※3 Global Chemicals Outlook II (UNEP, 2019)
世界化学物質アウトLOOK第2版(国連環境計画、2019年)より

花王が提供する価値

花王は、「ESG視点のよきモノづくり(ESGよきモノづくり)」のもと、原料から製品の製造、使用、廃棄に至る製品ライフサイクルの中で、人健康や環境への負の影響の低減を図り、サステナブル社会の実現に貢献していきます。

責任ある化学物質管理のために、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年には全社体制として「SAICM推進委員会」を発足させ、これまでに開発・運用していた独自の「化学物質総合管理システム」の深化を含め、化学物質の管理を強化しています。

貢献するSDGs



「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスク

化学物質を適切に管理しない場合、人健康や環境への問題を引き起こす場合があり、事業の継続が困難になります。

「2030年までに達成したい姿」の実現に関わる機会

「責任ある化学物質管理」を推進することで、サステナブルな社会実現に貢献し、社会的信頼を得る機会となります。

方針

花王は、工業用製品から家庭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。国際的に合意されたSAICMに沿って策定した「SAICM推進の基本方針」のもと化学物質管理を推進・強化しています。

2020年以降については、花王としてのめざす姿と実現するためのアプローチを新たに設定し、2020年4月に公表しました。2021年よりこのアプローチを通じて、「責任ある化学物質管理」を推進していきます。

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. 化学物質に関する法規制・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」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/saicm-policy.pdf

教育と浸透

化学物質管理の意識を高め、より正しい理解を深めるために、化学物質を取り扱う研究員を含む作業者を中心に、講習や外部有識者の講演会等を継続的に行なっています。今後は、「2030年までに達成したい姿」実現に向けて、より幅広い社員への教育も進めていきます。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

製品を安全に安心してお使いいただくため、ステークホルダーとの双方向コミュニケーションの一環として、顧客や消費者に製品の安全性にも関わる化学物質の情報を伝えています。また、社会のより安全な化学物質利用に貢献するために外部有識者や外部専門家等との意見交換も行ない、行政や産業界とともに化学物質管理を推進していきます。

体制

花王は、SAICMの目標達成に向けた取り組みを具体的に加速させるため、社長執行役員が委員長を務めるサステナビリティ委員会（現：ESG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推進委員会は、品質保証部門担当常務執行役員が委員長を務めています。

委員は主要な部門から選出されており、提案された取り組みは花王グループ各部門の日々の業務に反映されています。

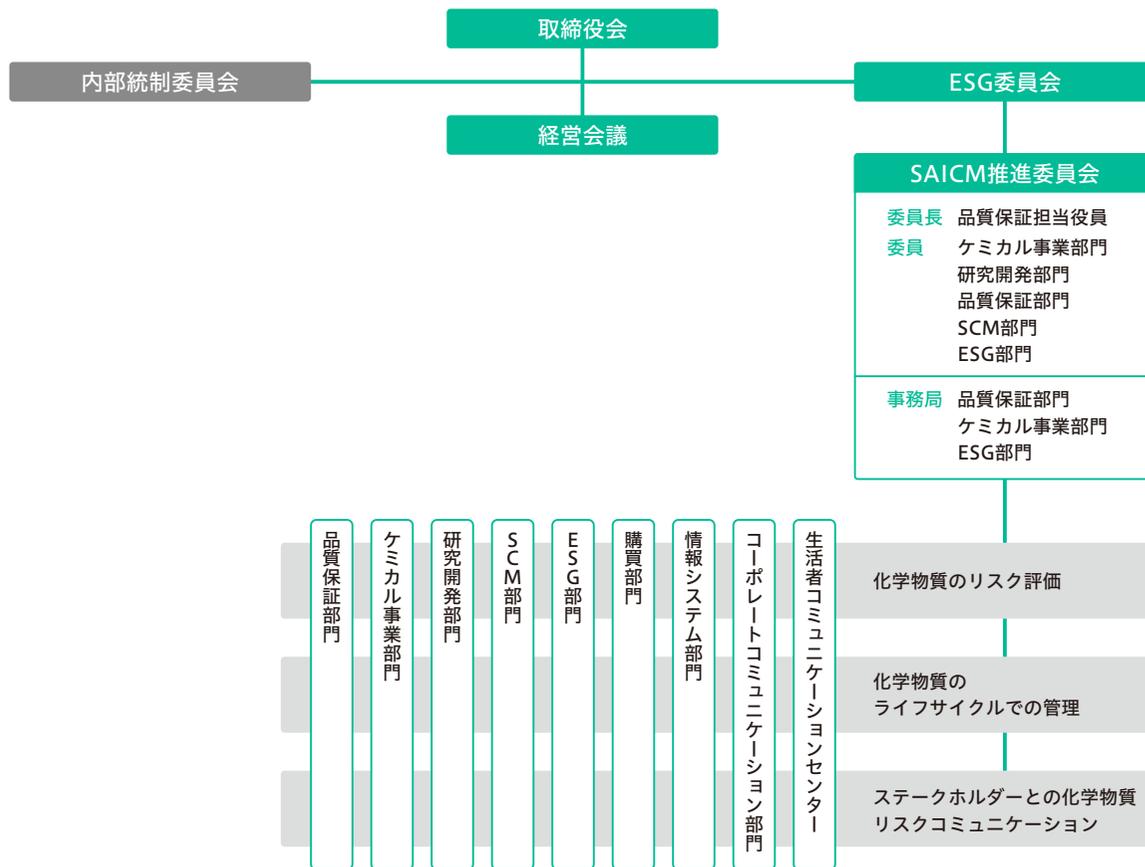
主として；

- (1) 化学物質のリスク評価
- (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つを主なSAICM推進活動として掲げ、それぞれに対応するプロジェクトを設置して活動を推進してきました。各プロジェクトのミーティングに加え、年に3-4回開催されるSAICM推進委員会では、計画、進捗報告、見直しのほか、外部有識者を招いた講演会も開催しています。

責任ある化学物質管理 103-2

SAICM活動推進体制



※2020年12月現在



→ ESG推進体制について詳細はP18「ESG推進体制」

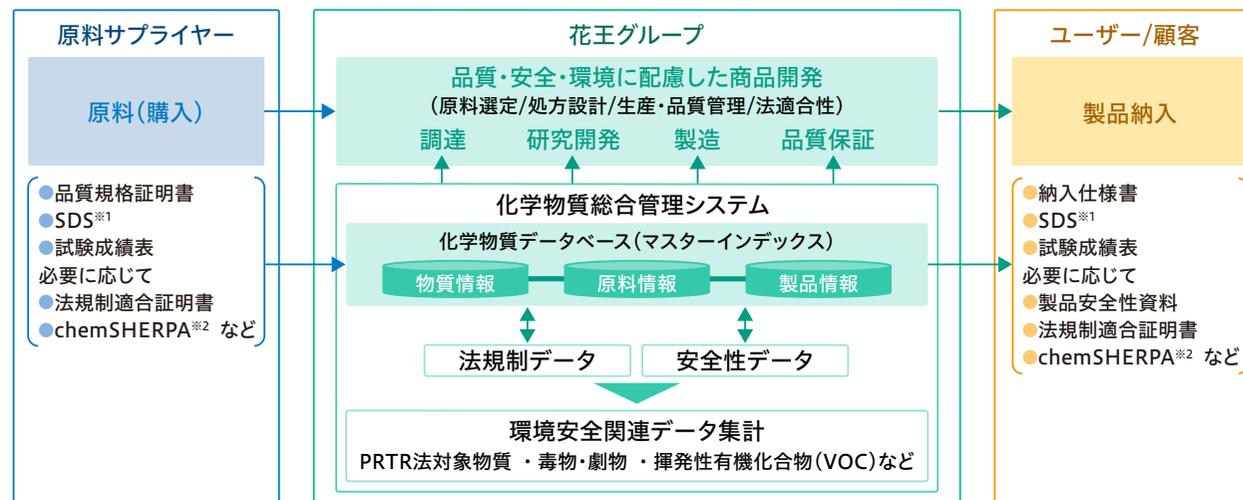
化学物質総合管理システム

花王はSAICM活動推進体制を中心とした化学物質管理の強化に加え、サポートツールとして高度なITシステム「花王化学物質総合管理システム」を開発し、グループ全体での利用を推進しています。

このシステムでは、工業用製品から家庭用製品に至るまでの多様な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データベース化し、製品ごとにどのような品質、安全性、防腐性、法規制情報などを持った原料が使われているかを確認できます。万一、原料に問題が発生した場合、あるいは新たな懸念物質などが発生した際は、影響範囲を迅速に特定し、適切な対応ができるようになっています。

化学物質に対する規制のグローバルでの変化や、事業分野・エリアの拡大に対応すべく、製品中の化学物質に関わる最新の情報管理をめざした化学物質総合管理システムのさらなる機能強化を継続しています。

花王化学物質総合管理システム



- ※1 SDS
Safety Data Sheet
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。
- ※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>

中長期目標と実績

2020年中期目標

1. 化学物質のリスク評価

花王は、製造・使用数量、人や環境への曝露量や、企業活動における重要性などを考慮して「花王優先評価物質」を選定しています。それらの物質について、リスク評価の基本方針に基づいて環境への影響が予想される範囲も含めて評価し、適切に管理しています。



→リスク評価の基本方針
chemical.kao.com/jp/sustainability/saicm/article_03/

化学物質のリスク評価は以下を目標にしています。

- 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



→花王優先評価物質の安全性要約書
chemical.kao.com/jp/sustainability/saicm/article_05/

19カテゴリーの例

- ・アルキルグリコシド(非イオン界面活性剤): 台所用洗剤、住居用洗剤、身体洗浄料、シャンプー等一般家庭で幅広く使用
- ・ポリオキシアルキレンアルキルエーテル(非イオン界面活性剤): 衣料用洗剤、台所用洗剤、住居用洗剤、シャンプー、漂白剤等一般家庭で幅広く使用
- ・直鎖アルキルベンゼンスルホン酸ナトリウム(陰イオン界面活性剤): 衣料用洗剤、台所用洗剤等一般家庭で幅広く使用
- ・トナー用ポリエステル樹脂(トナーバインダーとして使用されるポリエステル樹脂)

2. 化学物質のライフサイクルでの管理

化学物質を取り扱う現場で化学物質が作業者の健康に悪影響を及ぼさないように、以下の目標を設定しています。

- 化学物質を取り扱う現場でのリスクアセスメントおよび対策の2020年までの実施と、新規取り扱い物質のリスクアセスメントおよび対策の継続

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

製造・販売している化学物質の安全性情報をサプライチェーン全体に伝達し、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、以下の目標を設定しています。

- 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

※ 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・加工の取り扱い条件、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も利用される。

中長期目標を達成することにより期待できること

事業インパクト

- ・ 中期目標達成に伴う花王事業への顧客信頼性向上と円滑な事業活動への貢献
- 2011年以来、花王の事業活動に重要な化学物質19カ

テゴリーを花王優先評価化学物質として選定し、リスク評価を行なって安全性を証明し、安全性要約書(22件)・GPS安全性要約書(177件)として公開しました。これにより、消費者、顧客、従業員、行政などのステークホルダーの花王製品やその原料となる化学物質への理解が深まり、花王への信頼性を高め、事業活動を円滑に推進することができました。

- ・ 長期目標達成に期待されるさらなる信頼性向上と事業成長

今後、安全性と有用性を両立した化学物質を成分とする製品と情報をステークホルダーに提供し続けることで、一層の信頼を得て、事業の成長につながります。

社会的インパクト

- ・ 中期目標達成に伴う化学物質評価手法の技術進歩、および行政の化学物質管理の効率化への貢献
- 化学物質のリスク評価結果の公開を通じ、社会全体の化学物質管理の効率化に寄与しました。また、花王が高精度化したリスク評価手法の検証や普及を目的として行政関連機関、業界団体への開示と共同研究を進め、化学物質管理のレベルアップという社会課題の解決に寄与しました。
- ・ 長期目標達成に期待される社会における安全・安心の確保と環境問題の解決
- 今後、この成果を社会実装し世界の人々の安全・安心を確保することで、「社会の公器」の役割を果たし、地球と社会の課題解決に邁進します。

2020年の実績

SAICM 推進委員会は、2020年の各プロジェクトの目標として以下を掲げ、計画通り活動しました。

2020年の目標

1. 化学物質のリスク評価

- ①花王優先評価物質のリスク評価および評価書の作成(3 カテゴリー)
- ②リスク評価手法の最適化への貢献(学会で議論、論文化)
- ③2030年めざす姿を実現するための取り組み:評価物質選定基準の見直し等
- ④化学物質総合管理システムのグローバル基盤構築、日本における機能運用開始

2. 化学物質のライフサイクルでの管理

- ①化学物質を取り扱う現場でのリスクアセスメントに基づいたリスク低減対策:日本以外の地域における展開推進、研究所のリスクアセスメント推進
- ②作業場 GHS*表示の日本以外の工場への展開継続

* GHS

Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals

化学品の分類および表示に関する世界調和システム

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

- ①SAICM 推進活動成果物の一般公開、発信と資産有効活用
花王優先評価物質の安全性要約書3件、ケミカル製品

のGPS安全性要約書18件

- ②双方向コミュニケーションの実施と戦略立案/継続
ステークホルダー:消費者、顧客、行政、産業界

実績に対する考察

花王の化学物質に関する取り組みにおいて、全プロジェクトで2020年までの目標を達成しました。

ステークホルダーとのコミュニケーションも含めた化学物質管理の取り組みが地球・社会の課題解決に不可欠と再認識しました。取り組みを通じて再認識した課題は委員会で共有し、2021年以降の活動に盛り込み対応していきます。

2030年の中長期ビジョンである、めざす姿を実現するための議論を引き続き進めています。

具体的な取り組み

化学物質に関する社内教育

2020年は、以下の活動に取り組みました。

- ・製品開発段階からの化学物質管理啓発のため、品質保証部門と研究開発部門が中心となり化学物質管理の社内説明会と外部有識者講演会をオンラインで開催し、約400人が参加しました。
- ・製造現場での事故防止や環境保全意識等の向上に努めるため、SCM部門は入社時・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います。その中で化学物質の危険性・有害性に関する教育を行ないました。

ステークホルダーとの化学物質に関するコミュニケーション

SAICM推進の基本方針を踏まえ、以下の活動に取り組みました。

花王は、化学物質のリスクに関する情報を関わる人々と共有し相互理解すること(リスクコミュニケーション)で、化学物質をより安全に使用し、お互いの信頼と安心を育てられるよう、継続的に取り組んでいます。

1.生活者との連携/コミュニケーション

工場周辺の住民の皆さまを含む生活者に信頼していただくため、化学物質のリスクに関する情報についてコミュニケーションを継続しています。

2020年の主な活動は以下の通りです。

- ・日本化学工業協会レスポンシブル・ケア地域対話への参加や、各事業場のサイトレポート公開を通じて、環境・安全・健康に関する取り組みを紹介しました。
- ・大学の講座「リスク社会とコミュニケーション」に協働し、花王の取り組み紹介を通じて地域社会とのコミュニケーションの重要性について、学生と意見交換を行ないました。



→横浜国立大学の講座「リスク社会とコミュニケーション」に協働

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics/sustainability-20200225-001/

- ・社会における化学物質管理への理解向上および管理能力の啓発のために、花王のSAICM推進活動を「月刊化学物質管理」(情報機構)で紹介しました。



→月刊化学物質管理 2020年2月号

johokiko.co.jp/publishing/BM160800_2002_index.php

2.代理店・顧客との連携

花王は、サプライチェーンを通じて化学物質を安全に取り扱い、化学製品がもたらすベネフィットを最大限に引き出すため、顧客・販売代理店と情報共有に取り組んでいます。

含有化学物質情報の提供

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、顧客へ情報提供しています。

顧客への製品含有化学物質情報の提供に関して、経済産業省が主導して開発した製品含有化学物質情報伝達スキーム「chemSHERPA」を業界に先駆けて採用し(2017年9月)、最新版のchemSHERPA-CI^{*}を花王のウェブサイトに継続的に公開(日本語・英語・中国語)し、日本およびアジアの関係会社を中心になって顧客に配布しました。

^{*} chemSHERPA-CI
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およびその帳票

SDSおよび製品ラベルのGHS対応

ケミカル製品に係わる最新化学物質関連情報を顧客等に提供するため、各国のGHS規則に対応したSDSの発行、製品ラベルの貼付を推進しています。

2020年は、GHS導入国の最新GHS規則に準拠したSDSおよび製品ラベルを迅速に作成・管理する機能を持つ化学物質総合管理システムが稼働しました。このシステムも利用して日本およびアジアの拠点からGHS運用国・地域(日本、アジア、欧州、米国)へ新規に販売する製品について、GHSラベルの作成と貼付を行いました。また、各国・地域の法規動向を確認し、必要に応じてSDSやラベルの更新を行ないました。

さらに日本においては、新JIS^{*}に対応したSDSとラ

ベルの改訂を進めています。

^{*} JIS
Japanese Industrial Standards, 日本産業規格

販売代理店との連携

ケミカル事業部門は、販売代理店との専用ネットワークを活用し、SDSやchemSHERPA-CIなどの情報を共有し、サプライチェーン上での化学物質管理を協働で推進しています。

2020年は、これらの改訂情報や化学物質関連法規制、輸出入管理に関する最新情報を掲載して顧客への対応を依頼しました。

また、10月には主なケミカル製品販売代理店の参加のもとオンラインで情報交換会を開催し、コロナ禍における国際物流のあり方について情報交換しました。さらに、12月にも主な販売代理店に対し世界の化学品法規制を含む最新動向や対応等についてオンラインで情報交換を行ないました。

3. 行政との連携

日本では、化学物質に関わる規制当局の信頼を深め、化学物質を取り扱う企業としてより適正な化学物質管理に取り組むため、行政関係者とオンライン等で4回の情報交換を行ないました。

4. 産業界との連携

産業界の化学物質管理の取り組みに貢献するため

種々の活動に参加しています。

日本の化学工業界がSAICMに貢献するために化学物質管理を強化する自主的な活動であるJIPS^{*1}に積極的に参加しています。また、欧米の化学業界と共に日本化学工業協会が推進するLRI^{*2}にも引き続き積極的に参加して、研究の支援を行ないました。

2020年10月に公表された欧州の化学政策の方向性に関するEU Chemical strategy for sustainabilityは、世界的な化学関係産業に影響を与える可能性があることから、日本の化学工業界と共に注視して情報収集に努めました。

日本石鹼洗剤工業協会(石洗工)では、製品や原料のヒトおよび環境安全性について議論する環境・安全専門委員会の主要なメンバーとして活動しました。化審法などの化学物質規制で用いる環境リスク評価手法をさらに精緻化するため、行政の検討会等で積極的に意見を交わしました。

^{*1} JIPS
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。

^{*2} LRI
Long-Range Research Initiative
化学物質が人の健康や環境に及ぼす影響に関する研究を長期的に支援する国際的な取り組み。

快適な暮らしを
自分らしく送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

中期目標に対する2020年の実績

2020年の中期目標に対する2020年の実績は以下の通りです。

1. 化学物質のリスク評価

- ①花王優先評価物質のリスク評価および評価書の作成（3カテゴリー）と公開
- ・計画通りリスク評価を終了（累計24カテゴリー）。3カテゴリーともにリスクは許容可能レベルを確認
 - ・2020年は、2018年に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3件を公開
 - ・ケミカル製品についてGPS安全性要約書を18件作成（日本語版と英語版）し、公開。グローバル公開件数は累計177件

2020年公開

アミドアミン、アルキル硫酸エステル塩、ポリエチレングリコール類



→花王優先評価物質の安全性要約書
chemical.kao.com/jp/sustainability/saicm/article_05.html

→GPS安全性要約書
chemical.kao.com/jp/sustainability/saicm/article_06/

- ②リスク評価手法の最適化への貢献（学会での議論による専門家とのリスク評価手法の理解の深化）
- ・『生活関連化学物質のヒト健康および環境影響に関するリスクアセスメント - 消費者製品の使用を考慮したアミドプロピルピタインの安全性評価 -』日本毒性学会にて発表

- ③2030年めざす姿を実現するための取り組み：以下を議論

- ・花王 SAICM 推進活動における方針（新方針含む）
- ・花王優先評価物質の選定基準の作成および評価候補物質の選定

- ④化学物質総合管理システムのグローバル基盤構築（加速する社会／環境の変化、事業分野／展開国拡大への対応を強化）

- ・2020年1月より日本を含むアジア地域での本格運用を開始

実績を通じた成果：

- 3カテゴリーのリスク評価結果を安全性要約書として公開し、お客様へ安全性情報を的確に伝えることで安全性向上と信頼の醸成に貢献
- リスク評価結果の専門家との議論で花王の技術力と製品の安全性向上に貢献
- 各国の法要求を遵守する体制を強化
 - ・JIS改正（GHS6版対応）に伴う日本版 SDS / ラベ

ル改訂着手

- ・アジア各国の要件に合致したSDS提供を開始
- ・物質ごと/目的ごとの数量集計を可能にする新機能のリリース（欧州 REACH、韓国 REACH、台湾年次数量報告などに活用）

2. 化学物質のライフサイクル管理

- ①化学物質を取り扱う現場でのリスクアセスメントに基づいたリスク低減対策

化学物質を取り扱う現場における作業者のための健康安全確保に関する主な活動：

- ・健康リスク評価の必要な製造作業の抽出とその詳細検討によるリスク低減推進（日本）。これらは、国際的に使用されている評価手法を基に、花王で開発したより効率的なリスク評価支援ツールを使用
- ・日本で実施している化学物質リスクアセスメントのアジア展開を可能にするため、アジア12工場でSDSの最新版再取得を推進
- ・日本ではJIS改正に伴い、最新版 SDS 入手を開始

- ②作業場 GHS 表示の日本以外の工場への展開継続

日本以外のグループ会社22工場のうち、アジアの12工場で作業場 GHS 表示の強化・維持を推進（参考：日本10工場）

- ・作業場 GHS 表示の日本自社工場での維持・継続および日本以外の自社工場への展開・強化を継続
- 実績を通じた成果：

- ・花王開発のリスク評価支援ツールによるリスクを持つ作業抽出と改善を継続。2020年11月時点で約20,000件の作業について評価を完了。リスクを持つと推定される作業のリスク低減措置検討と改善の推進を開始
- ・アジア12工場で購入する原料のSDSでGHS化の必要性を確認し、約180件のSDS再取得を完了



作業所 GHS 表示の例 (左から貯蔵タンク、原料受入れ口、分析室)

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

- ① SAICM 推進活動成果物の一般公開、発信と資産有効活用
 - ・花王優先評価物質の安全性要約書3件、ケミカル製品のGPS安全性要約書18件



→詳細はP227「花王優先評価物質の安全性要約書」
「GPS安全性要約書」

- ② 双方向コミュニケーションの実施と戦略立案/継続
ステークホルダー:消費者、顧客、従業員、行政、産業界



→詳細はP225「ステークホルダーとの化学物質に関するコミュニケーション」

実績を通じた成果:

- ・化学物質の安全性情報をGPS安全性要約書を通じてサプライチェーン全体に伝達し、安全の確保と適切な使用の啓発に貢献
- ・日本化学工業協会のJIPS大賞を2年連続で3回目の受賞。その成果は日化協アニュアルレポート2020にも紹介



→日化協アニュアルレポート2020
www.nikkakyo.org/news/page/8356

- ・ステークホルダーごとの双方向コミュニケーションを通じて、信頼醸成に努め、環境省 PRTR ガイドブックや業界向け雑誌で花王の化学物質管理に関する取り組みを社会に紹介
- ・行政、自治体、大学からの要望を受け化学物質管理に関する対話を行ない、花王の取り組みの行政や教育の場での活用に貢献



→PRTRデータを読み解くための市民ガイドブック
www.env.go.jp/chemi/prtr/archive/guidebook.html

→月刊 化学物質管理 2020年2月号
johokiko.co.jp/publishing/BM160800_2002_index.php

新型コロナウイルス感染症による社会と環境変化への対応

アルコールを配合した手指消毒剤ニーズの急速な高まりに迅速に応え、大幅な増産と供給が可能となっています。

従業員の声

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



長谷部 恵子

花王株式会社 ESG 部門*

化学物質に関しては、対象とするステークホルダーにより、その理解が大きく異なるため、各々の対象者とのコミュニケーション内容や手法について、社内関係者とともに議論を重ねています。

特に、一般の生活者や工場周辺住民に向けては、極力専門用語を使わずに、いかにわかりやすく化学物質の有用性とリスクを伝えられるかがポイントで、家庭用製品など生活に身近な製品のメーカーでもある花王だからこそできることがあるとの想いで工夫しています。

一方で、大学関係、有識者や行政の方々には、花王の活動の見える化をどのように行なうべきかを検討し、意見交換の機会、ウェブサイトや関連情報誌への投稿などを積極的に行ないました。

今後も、ひとりでも多くの方に化学物質に関する正しい理解を広め、安全で安心できる社会の実現に貢献する活動を継続していきます。

* 所属は2021年1月現在

グローバルな化学品法規制への適合

世界的な人健康や環境への関心の高まりに伴い、化学品法規制が強化されつつあります。

花王は、SAICM 推進の基本方針に従い、製造もしくは直接・間接的に輸出している製品中の化学物質について、対象国や地域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と管理を実施しています。

2017年よりケミカル関連会社に輸出入時の法規制チェックが行なえるシステムを導入し、法遵守の徹底に努めています。

1. 日本

化学物質の審査および製造等の規制に関する法律(化審法)に基づき、サプライチェーン連携を通じて既存化学物質の用途情報を調査し、確実に報告しました。

また2020年度から制度化された、中間物等に係る実績報告書の電子提出を迅速に導入し、実施しました。

2. オーストラリア

2020年7月に改正された化学法(AICIS^{※1})が施行されました。一部の化学物質には旧法からの移行期間が設けられており、Kao Australiaは各国の拠点とも連携して、新法への対応に着手しました。

※1 Australian Industrial Chemicals Introduction Scheme

3. 中国

新化学物質環境管理弁法に基づき、現地法人と連携し、自社製品に含まれる新規化学物質について製造・輸入前の届出・登録および数量報告を行ないました。2021年1月から施行される改正法(第12号令)について事業インパクトを調査し花王グループ内でのコンプライアンス啓発に努めました。

4. 韓国

2019年1月1日施行の改正化評法(K-REACH)^{※2}に基づき、花王として選定した登録対象物質すべての事前申告をすでに完了しています。2020年は、そのうち2021年末までに登録完了が必要な物質について、協議体の中心的役割を担って登録作業を進めました。

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

5. ベトナム

ベトナムでは化学品法の下、既存化学物質のリスト(国家化学物質インベントリー:NCI)の作成が進められています。花王はNCI草案に未収録で収録が必要な物質について、追加収録の申請を実施しました。

6. その他

米国ではTSCA^{※3}で4年ごとに求められる情報をKao Specialties Americas LLCが適切に報告しました。

さらに、化学品管理制度を導入している欧州、北米、

東・東南アジア、オセアニアの各国・地域の現地法人と連携して製造・輸入に必要な届出や管理を確実にを行い、規制の新たな動きの情報収集にも努めました。

※3 TSCA
Toxic Substances Control Act
米国において、人健康や環境に対して不合理なリスクのある化学物質を規制する法律

Topic 花王が「JIPS賞」大賞を受賞

花王は、SAICM 推進活動の成果として、安全性科学研究所、品質保証部門、ケミカル事業部門と協働でGPS安全性要約書を作成し、2012年から積極的に公開しています。花王はGPS安全性要約書を昨年日本で最多の18件公開したことから、2020年3月に前年に続き最優秀の「JIPS大賞」を受賞しました。大賞は3度目の受賞です。

「JIPS賞」は、日本化学工業協会の化学品管理委員会が2017年に創設した制度で、化学品管理の自主活動であるGPS安全性要約書の公開について、顕著な取り組みを行った企業に対して毎年授与しているものです。

2012年～2020年中期目標に対する活動総括

SAICM推進委員会は2012年の発足当時から、2009年の「環境宣言」で公開した「SAICMに沿って積極的に化学物質管理に努める」に沿って、SAICM推進の基本方針を掲げ、以下3つのプロジェクトで活動を推進し、目標を達成しました。

①化学物質のリスク評価

- ・花王優先評価化学物質(評価対象物質)を選定(19カテゴリー)しリスク評価を実施。その結果を安全性要約書として22件、その物質を含むケミカル製品のGPS安全性要約書を177件公開しました。これら活動は日本化学工業協会のJIPS/GPS活動においてJIPS大賞(2016年、2018年、2019年)、JIPS優秀賞(2017年)を受賞し、業界で認められました。
- ・各国・地域ごとに管理していた化学物質の法規情報および数量を迅速かつグローバルに管理するため、従来の機能を集約した一元管理システムを新たに開発し、2020年より運用を開始しました。

②化学物質を取り扱う現場でのリスクアセスメントおよび対策の実施

日本の全工場の取り扱い現場における作業工程について、評価と安全対策が完了しました。日本以外のグループ工場では実態把握を進め、情報収集と体制構築を開始し、2030年に向けて継続して対応します。

③ステークホルダーとのコミュニケーション

花王のウェブサイトで活動を紹介する情報発信や、取り扱い物質の安全性要約書の公開を行ないました。また、研究機関や行政、工業会とも連携し、化学物質管理の推進を進めています。

さらに、わかりやすい発信と対話による信頼を醸成するため、生活者などさまざまなステークホルダーごとにコミュニケーション方法を整理し、それぞれが望んでいる情報を精査し、継続的なコミュニケーション活動を実施しています。

一方、SAICMの目標とする「リスクを最小化した製造・使用」「持続可能な社会の実現」への貢献を振り返り、工業会や行政にも認めていただける化学物質管理活動を推進してきました。しかしながら個社の取り組みだけでは達成できないこと等、課題も見えてきました。

花王にとって最大のステークホルダーは生活者であることを再認識し、生活者にとって最適な化学物質管理とは何か、生活者が安心して暮らせる日常と未来の実現にはどのようなコミュニケーションが必要なのか、という視点で2030年までの活動を推進していきます。

2030年長期目標に向けた実績

2030年めざす姿を実現するための新体制運用(2021年～)に向けた議論

2030年めざす姿

私たちは、世界の人々が化学物質の恩恵を享受し、リスクが適切に管理される安全・安心な社会の構築に貢献したいと考えます。この社会の実現に向けて、花王は、ESG活動を通じて「責任ある化学物質管理」を先導していきます。

2030年めざす姿を実現するための5つのアプローチと体制

今後、花王がめざす姿を実現するための5つのアプローチごとにチームを編成し「責任ある化学物質管理」を花王グループ全体で推進していきます。

1. 製品ライフサイクル全体で環境負荷を最小化
2. 化学物質による事故ゼロの実現と、地域社会の安全確保・安心の醸成
3. 化学物質のリスク評価手法の適正化と、管理効率の向上
4. 化学物質の有用性と安全性に関する情報をわかりやすく開示
5. 社会から信頼される企業になるためのコミュニケーション

ステークホルダー・エンゲージメント

リスクコミュニケーションから 新たなコミュニケーションへの転換を



北野 大氏
秋草学園短期大学

「SAICM 推進委員会」の下、(1)化学物質のリスク評価 (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つのプロジェクトが当初の目標以上の成果を上げたこと、また2030年に向け新たなプロジェクトが発足することに対し心から敬意を表します。

ここでは今後の貴社のリスクコミュニケーションについて、当方からのお願いと期待を述べさせていただきます。上記のプロジェクト(3)においては、一般市民、工場周辺住民、規制当局等を対象に化学物質のリスクコミュニケーションを行ってきました。リスクコミュニケーションといいますと、どうしてもコミュニケーションの対象が化学物質のリスクにほぼ限定されます。私はリスクに限定せず化学物質の有用性も含め化学物

質のライフサイクル全体を対象としたコミュニケーションが今後必要であると思います。

そこで、お願いしたいのは、工場近辺の地域住民や生活者を対象とし、貴社が主体性をもって行なう新しい形のコミュニケーションの開催、また小学校や中学校生徒を対象とした化学物質安全教育です。

このコミュニケーションの中で、貴社の工場が立地していることが地域住民にとっても望ましいことであり、また適量使用が経済的にも環境的にも重要なことであるとの認識などを持ってもらうことです。良い会社とは顧客に愛され、従業員に愛され、地域から愛されそしてステークホルダーからも愛される会社です。

さてコミュニケーションで最も大切なことは相互の信頼です。この信頼は担当者の能力への信頼と人柄への信頼から成り立ちます。貴社が皆さまから信頼されるコミュニケーションを養成することをぜひとも期待する次第です。

今後途上国の生活レベルが上がり、従来以上に貴社製品が途上国でも使用されるようになります。日本で培った新たなコミュニケーションの経験をぜひ途上国でも活かしていただき「諸刃の剣」でもある化学物質の有用性をさらに活かした賢い使用方法が世界で広く行き渡よう、貴社がそのリーダーになることを期待しています。

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 103-1,103-2,103-3

P27～28に掲載しているKirei Lifestyle Plan 中長期目標について、各指標を構成する数式と因子、対象範囲は以下の通りです。

快適な暮らしを自分らしく送るために

重点取り組みテーマ	指標			目標値	目標年
	数式	因子	範囲		
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			10億人	2030
	2022年開示予定				
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			70億個	2030
	A(個)	・A:花王が定める基準により、QOL向上に貢献すると認定したブランドの製品の売上個数	・花王グループの家庭用製品		
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)			1億人	2030
	A(人)	・A:清潔で美しくすこやかな習慣を身につけるための“Kirei”啓発活動で到達した累積人数 ・花王の社員による活動、製品/サービスによる啓発活動の到達数 ・各種啓発情報発信活動(ウェブサイト/SNS等含む)の到達数	・花王グループ ・対象期間:2016年以降		
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			100%	2030
	A / B × 100 (%)	・A:適合基準を満たす製品数(個) ・B:すべての製品数(個)	・花王グループの家庭用製品 ・新規製品、改良製品		
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			100%	2030
	A / B × 100 (%)	・A:考え方について公開した懸念物質数(個) ・B:設定した懸念物質数(個)	・花王グループ		

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 103-1,103-2,103-3

思いやりのある選択を社会のために

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子		
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		100%	2030
	2022年開示予定			
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)		1億人	2030
	A(人)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:サステナブルライフスタイルを実現するための環境啓発活動で到達した累積人数 ・ 花王の社員による活動、製品/サービスによる啓発活動の到達数 ・ 各種啓発情報発信活動(ウェブサイト/SNS等含む)の到達数 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 花王グループ ・ 対象期間:2016年以降 	
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		100%	2030
	2022年開示予定			
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)		10件以上	2030
	A(件)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができるイノベーションが盛り込まれた製品に関する累積発表数(件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 花王グループの家庭用製品、産業向け製品 ・ 対象期間:2019年以降 	
	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)		10件以上	2030
	A(件)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができる事業、しくみに関する累積発表数(件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 花王グループの事業やしくみ ・ 対象期間:2019年以降 	
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		100%	2025
	A / B × 100 (%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:花王グループの家庭用製品に使用した認証紙製品・パルプ(FSC、PEFC、SFI)の重量(t) ・ B:花王グループの家庭用製品に使用した紙製品・パルプの重量(t) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 花王グループの家庭用製品に使用した紙製品・パルプ ・ 花王グループで使用した事務用紙など 	
	小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認		完了	2025
	A(カ所)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:トレーサビリティを確認した小規模パーム農園数(カ所) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小規模パーム農園 	

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 103-1,103-2,103-3

よりすこやかな地球のために

重点取り組みテーマ	指標			目標値	目標年
	数式	因子	範囲		
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			100%	2030
	2022年開示予定				
	外部評価機関による評価レベル			最高レベル	毎年
	—	CDPの気候変動、水、森林のそれぞれで、同時にA評価を取得	・花王グループ		
脱炭素	ライフサイクルCO ₂ 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)			22%	2030
	$(1 - A / B) \times 100 (\%)$	・ A:対象年の年間ライフサイクルCO ₂ 排出量(t-CO ₂) ・ B:基準年の年間ライフサイクルCO ₂ 排出量(t-CO ₂) ※基準年:2017年	・ 花王グループの家庭用製品の全ライフサイクル工程 ・ 花王グループの産業界向け製品の原材料調達、生産、 輸送工程		
	スコープ1+2 CO ₂ 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)			14%	2025
				55%	2030
	$(1 - A / B) \times 100 (\%)$	・ A:対象年の年間スコープ1+2 CO ₂ 排出量(t-CO ₂) ・ B:基準年の年間スコープ1+2 CO ₂ 排出量(t-CO ₂) ※基準年:2017年	・ 花王グループが保有する工場、物流拠点、オフィス、営業車		
	使用電力における再生可能電力の比率			100%	2030
$A / B \times 100 (\%)$	・ A:使用電力における再生可能電力量(kWh) ・ B:使用電力量(kWh)	・ 花王グループが保有する工場、物流拠点、オフィス			
ごみゼロ	革新的なフィルム容器の年間普及量(花王+社外)			3億個	2030
	A + B (個)	・ A:革新的なフィルム容器販売数(花王グループ)(個) ・ B:花王の技術を使用・応用した革新的なフィルム容器販売数(他社)(個)	・ 花王グループおよび他社		
	回収パウチを使用した革新的フィルム容器の実用化			上市	2025
	上市	・ 回収パウチを使用した革新的なフィルム容器の上市	・ 花王グループ		
	PET容器へのPCR(再生プラスチック)使用			2022年 開示予定	2022年 開示予定
	2022年開示予定				
	廃棄物量(全拠点から排出し、リサイクルされないもの)			ゼロ	2030
2022年開示予定					

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 103-1,103-2,103-3

よりすこやかな地球のために

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子		
よりすこやかな地球のために				
ごみゼロ	製品廃棄物・販促物廃棄物の削減		2022年 開示予定	2022年 開示予定
	2022年開示予定			
	プラスチックアイキャッチシール廃止率		100%	2021
	$A / B \times 100 (\%)$	・ A: 廃止済み個数 ・ B: 該当製品個数	・ 花王グループの家庭用製品	
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)		10%	2030
	$[1 - (A_1/A_2) / (B_1/ B_2)] \times 100 (\%)$	・ A ₁ : 対象年の年間ライフサイクル水使用量(百万 m ³) ・ A ₂ : 対象年の売上金額(億円) ・ B ₁ : 基準年の年間ライフサイクル水使用量(百万 m ³) ※基準年:2017年 ・ B ₂ : 基準年の売上金額(億円)	・ 花王グループの家庭用製品の全ライフサイクル工程 ・ 花王グループの産業界向け製品の原材料調達、生産、 輸送工程	
	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)		40%	2030
	2022年開示予定			
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		100%	2025
	$A / B \times 100 (\%)$	・ A: VOC 排出量・COD 排出量を開示している工場数(カ所) ・ B: 全工場数(カ所)	・ 花王グループが保有する工場	

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 103-1,103-2,103-3

正道を歩む

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子	範囲	
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	毎年
	選定	「World's Most Ethical Companies*(世界で最も倫理的な企業)」(Ethisphere Institute)に選定	・花王グループ	
	重大なコンプライアンス違反件数		ゼロ	毎年
	A (件)	・重大なコンプライアンス違反案件とは、経営に重大な影響を与え、企業価値を大きく毀損する案件をいう ・該当案件については、違反行為の悪質性と社内外への違反の影響などを踏まえて、コンプライアンス委員会および経営会議での審議を踏まえて決定し、取締役会に報告する	・花王グループ	
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)		100%	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: 次の要件を満たすブランド数(件) 設定した成分について、規定量以上の成分名を開示したブランド ・ B: 花王が保有し上市しているすべてのブランド数(件)	・ 花王グループの家庭用製品 ※各年12月末時点のブランド数 ※食品、道具を除く	
人権の尊重	人権デュー・ディリジェンス対応実施率(社内におけるリスクアセスメント)		100%	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: アセスメントを実施した工場(カ所)および花王グループの会社数(社) ・ B: 花王グループ全工場(カ所)および花王グループの全会社数(社)	・ 花王グループが保有する工場および事業所	
	人権デュー・ディリジェンス対応実施率(サプライヤーにおけるリスクアセスメント)		100%	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: 当該年より3年以内にアセスメントを実施したサプライヤー数(社) ・ B: 当該年に取引のあったサプライヤー数(社)	・ 花王グループの直接材のサプライヤー	
	人権デュー・ディリジェンス対応実施率(委託先におけるリスクアセスメント)		100%	2030
受容性と多様性のある職場	社員エンゲージメント調査における“受容性と多様性に関する設問”における肯定的回答率		75%	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: 社員エンゲージメント調査における“受容性と多様性に関する設問”の肯定的回答数(件) ・ B: 社員エンゲージメント調査における“受容性と多様性に関する設問”の回答数(件)	・ 花王グループ社員	
	女性管理職比率		全社員女性比率に同じ	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: 女性の管理職人数(人) ・ B: すべての管理職人数(人)	・ 花王グループ社員 ・ 管理職全体	

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 103-1,103-2,103-3

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子		
正道を歩む				
社員の健康増進と安全	休業災害度数率(100万時間当たり)		0.1	2030
	$A / B \times 1,000,000$ (人/百万時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A: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者)(人) ・ B:年間のべ総実労働時間(時間) 	・ 花王グループ社員	
	平均長期休業日数(日/人) ※日本から開始		105	2030
	$(A_1 + A_2 + \dots + A_n) / B$ (日/人)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:次の要件を満たす休業日数(日) <ul style="list-style-type: none"> ①層で連続30日以上長期休業 ②私傷病休暇、欠勤、退職を対象とし、有給休暇は対象外とする ③対象となる疾病:私傷病 ・ B:休業総人数(人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本の花王グループ社員 ※将来は、日本以外を含む花王グループへ展開 	
	長期休業者率(千人率) ※日本から開始		0.12	2030
	$A / B \times 1000$ (%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:次の要件を満たす長期休業者人数(人) <ul style="list-style-type: none"> ①層で連続30日以上長期休業 ②私傷病休暇、欠勤、退職を対象とし、有給休暇は対象外とする ③対象となる疾病:私傷病 ・ B:社員数総数(人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本の花王グループ社員 ※将来は、日本以外を含む花王グループへ展開 	
人財開発	社員エンゲージメント調査における“人材育成の仕組み・風土”における肯定的回答率		75%	2030
	$A / B \times 100$ (%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:社員エンゲージメント調査における“人材育成の仕組み・風土に関する設問”の肯定的回答数(件) ・ B:社員エンゲージメント調査における“人材育成の仕組み・風土に関する設問”の回答数(件) 	・ 花王グループ社員	
	社員エンゲージメント調査における“会社/仕事への満足”における肯定的回答率		75%	2030
	$A / B \times 100$ (%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:社員エンゲージメント調査における“会社/仕事への満足に関する設問”の肯定的回答数(件) ・ B:社員エンゲージメント調査における“会社/仕事への満足に関する設問”の回答数(件) 	・ 花王グループ社員	
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		100%	2030
	$A / B \times 100$ (%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:リスク評価・安全性評価書作成・同ウェブサイト公開を行なった化学物質数(個) ・ B:生産量、排出量、社会的関心に基づき2020-2030年に選定する花王優先評価物質数(個) 	・ 花王グループが取り扱う物質	
	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		100%	2030
	$\frac{(A_1 + A_2 + \dots + A_c)_1 + \dots + (A_1 + A_2 + \dots + A_c)_D}{(B_1 + B_2 + \dots + B_c)_1 + \dots + (B_1 + B_2 + \dots + B_c)_D} \times 100$ (%)	<ul style="list-style-type: none"> ・ A:化学物質に係るリスクアセスメント実施項目数(件) ・ B:化学物質に係るリスクアセスメント対象項目数(件) ・ C:工場数(カ所) ・ D:リスクアセスメント対象項目数(①作業場 GHS表示、②SDSメンテナンス、③アセスメント(定性)、④リスク低減措置) 	・ 花王グループが保有する工場	

Kirei Lifestyle Plan
 目次 編集方針 トップメッセージ Kirei Lifestyle Plan 中長期目標解説 独立保証報告書
 快適な暮らしを
 自分らしく送るために
 思いやりのある選択を
 社会のために
 よりすこやかな
 地球のために
 正道を歩む

外部評価・外部表彰

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。

SRI インデックスへの組み入れおよび評価

<p>Member of Dow Jones Sustainability Indices Powered by the S&P Global CSA</p>				
 <p>FTSE4Good</p>  <p>FTSE Blossom Japan</p>	<p>2020 CONSTITUENT MSCI ジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数</p> <p>2020 CONSTITUENT MSCI 日本株 女性活躍指数 (WIN)</p>			



→ SRI インデックスへの組み入れおよび評価(随時更新します)
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/recognition/

外部評価・外部表彰

外部機関からの評価・外部機関との活動

社会への宣言



→国連グローバル・コンパクトへの支持表明
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/globalcompact/

→消費者志向宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/customer-first/

外部評価・外部表彰

主な表彰

環境

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2020/01	花王インドネシア化学	環境管理に関して、大気汚染対策(大気排出量規制)、水質汚染防止、有害汚染物質管理等におけるインドネシア政府の監査基準を100%達成し、Environment Government audit 2020の環境管理評価公表制度で「Blue Grade」に認定されました。	インドネシア環境・林業省
2020/01	花王(株)	第2回エコプロアワードにおいて、優秀賞の「エコプロ2019実行委員長賞」を受賞しました。洗剤やシャンプーなどの使用済みのつめかえパックを回収して再生樹脂に加工し、まちづくりや暮らしに役立てることをめざすリサイクルエシジョンの活動が高く評価されたものです。	産業環境管理協会
2020/03	花王(株)	小田原事業場は、花王グループ環境方針のひとつ「地域の生物多様性に配慮した活動推進」の一環として、いきもの共生事業推進協議会(ABINC)の認証を2020年2月28日に取得しました。	いきもの共生事業推進協議会(ABINC)
2020/04	花王(株)	JIPS賞は、化学品管理の自主活動「安全性要約書(GSS)」の公開について、顕著な取り組みを行なった企業に対して、2017年から毎年授与しているものです。花王は2020年3月、昨年国内最多の18件を公開したことから、前回に続き最優秀の「JIPS大賞」を受賞しました。大賞は3度目の受賞です。	日本化学工業協会

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2020/05	上海花王、上海花王化学	節水活動が評価され「Water-saving Company in Shanghai」に認定、優秀賞を受賞しました。	Shanghai Water Management Office
2020/08	上海花王	環境保護、節電活動、ゴミ削減活動が評価され「Green Manufacturing Factory」に認定、優秀賞を受賞しました。	中華人民共和国工業情報化部
2020/09	花王インダストリアル(タイランド)	持続可能な発展に向けて業務から生じる温室効果ガスを削減する活動に自発的に取り組み、組織のカーボンフットプリント(CFO: Carbon Footprint of Organization)の基準値を達成し、CFO認証を取得しました。	タイ温室効果ガス管理機構(TGO)
2020/12	花王(台湾)	「第13回TCSA台湾コーポレートサステナビリティアワード」で、2020年度の「台湾サステナビリティモデル外国企業賞」を受賞し、第2位に選出されました。台湾コーポレートサステナビリティアワードは、2008年にスタートした台湾で最も大規模で重要なCSR表彰のひとつです。	財団法人台湾持続可能エネルギー研究財団(TAISE)
2020/12	花王インダストリアル(タイランド)	持続可能な発展における優れた廃棄物管理が評価され、3年連続となる「AMATA Best Waste Management Award Level 3(プラチナ)」を受賞しました。	アマタシティ工業団地、タイ工業団地公社(IEAT)

外部評価・外部表彰

社会

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2020/01	花王(株)	令和元年度消費者志向経営優良事例表彰において、「消費者庁長官表彰」を受賞しました。この賞は、「消費者志向自主宣言」を公表し、宣言に基づいて優れた取り組みを行なっている企業を表彰するもので、花王は前年度の「内閣府特命担当大臣表彰」に続き、2年連続の受賞となります。	消費者庁
2020/02	花王インダストリアル(タイランド)	労働省労働安全衛生管理の基準を満たした工場に与えられる、「Thailand Labour Management Excellence Award」を2年連続で受賞しました。	タイ労働省
2020/03	花王(株)	令和元年度「第16回LCA日本フォーラム表彰」において、「サプライヤー様といっしょにeCO」の活動で、最高賞である「経済産業省 産業技術環境局長賞」を受賞しました。サプライヤーと一緒に実施している、環境負荷が大きい原材料調達過程における環境負荷低減の活動と、LCA評価の精度向上が評価されたものと考えています。	経済産業省
2020/05	上海花王	Shanghai Health & Safety Contestで、マネジャーと社員の優れた安全知識が評価されました。	Shanghai Health and Safety Bureau
2020/06	花王(株)	「アタックZERO ワンハンドタイプ」が、日本印刷産業連合会が主催する第59回 2020 ジャパン パッケージングコンペティション(JPC)で、社会・経済的に最も価値がある商品に授与される最高賞「経済産業大臣賞」を受賞しました。誰でも片手で簡単に計量・洗濯機への投入ができること、取っ手部分をフックなどにひっかけられ置き場をとらないことなど、生活者視点のさまざまな工夫が高く評価されました。	日本印刷産業連合会
2020/06	上海花王化学	化学物質安全性の理論と実践における優れた技能が認められ、Chemical Safety Skill Competitionで「Group Award」を受賞しました。	金山区应急管理局
2020/06	花王インダストリアル(タイランド)	労働省労働安全衛生管理の基準を満たした工場に与えられる、「National Occupational Safety & Health Award」を2年連続で受賞しました。	タイ労働省
2020/09	花王(株)	パッケージングコンテストで、「アタックZERO ワンハンドタイプ」と「ピオレu泡スタンプハンドソープ」が「ワールドスター賞」を受賞しました。「アタックZERO ワンハンドタイプ」は、片手でのプッシュ回数で計量ができ、子どもやシニアにも簡単に使えるストレスフリーな点が評価されました。「ピオレu 泡スタンプ ハンドソープ」は、かわいなお花の形の泡を手にとれる楽しさと片手で操作できるユニバーサルデザイン(UD)を両立した容器です。水がたまりず抜ける構造のため衛生的な習慣化を実現した点が評価されました。	世界包装機構(WPO)主催

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2020/12	花王(株)	がんを治療しながら働く「がんと就労」問題に取り組む民間プロジェクト「がんアライ部」(発起人: 機能聡子、岩瀬大輔)が主催する、第3回「がんアライアワード2020」において、このたび、ゴールドを受賞しました。今回の受賞は、がんに対する理解を促す風土づくりを進めるため、花王社員とその家族の健康度を上げていく「健康経営」の取り組みと制度の中心にがんを取り入れていることや、これらの社内の枠を越えた取り組みが評価されたものです。	「がんアライ部」(発起人: 機能聡子、岩瀬大輔)

ガバナンス

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2020/02	花王(株)	環境省が主催する「ESGファイナンス・アワード」(環境大臣賞)の環境サステナブル企業部門において、金賞を受賞しました。同賞は、ESG金融の普及・拡大に向け、環境省が新たに創設したものです。経営にESGの視点を導入し、事業を拡大するとともに生活者や社会へよりよい製品・サービスの提供を推進する取り組みや、花王のビジネスに及ぼす機会やリスクについての積極的な開示が評価されました。	環境省
2020/05	花王(株)	「The 2020 All-Japan Executive Team」(ベストIR企業ランキング)のHousehold、Cosmetics & Personal Careセクターにおいて、「Best CEOs」「Best CFOs」「Best IR Professionals」「Best IR Team」「Best IR Programs」「Best ESG」の6部門で1位となり、Most Honored Companyに選ばれました。このランキングは世界の機関投資家・アナリストの投票をもとに、優れたIR活動を行なう日本企業をセクターごとに選出するもので、2020年は189の機関に所属する約350人の投資家・アナリストが投票しました。	米金融専門誌「Institutional Investor」
2020/05	上海花王	Shanghai Health & Safety Contestで、マネジャーと社員の優れた安全知識が評価されました。	Shanghai Health and Safety Bureau
2020/09	花王(台湾)	職場安全管理において、「第9回New Taipei City Industrial Safety Award」を受賞しました。	新北市政府勞工局



独立した第三者保証報告書

2021年5月13日

花王株式会社
代表取締役 社長執行役員 長谷部 佳宏 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一丁目9番7号
代表取締役 

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 Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2021(以下、「プログレスレポート」という。)に記載されている2020年1月1日から2020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
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。プログレスレポートに記載。)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」及び ISAE3410「温室効果ガス情報に対する保証業務」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、主としてプログレスレポート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。

- プログレスレポートの作成・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和歌山工場に対する現地往査の代替的な手続としての質問及び証拠等の文書の閲覧
- 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、プログレスレポート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

花王サステナビリティ データブック Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2021 は環境関連データと労働安全衛生関連データに関して、より高い透明性を確保して情報公開を行なうために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。

保証対象データ

カテゴリー	データ	該当ページ
責任ある原材料調達	紙・パルプの認証品比率(花王製品に使用する紙・パルプ[一部製品を除く])	P82
	認証油購入実績(花王グループ)	P83
脱炭素	エネルギー使用量の推移(全拠点)	P93
	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)	P93
	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)	P93
	温室効果ガス排出量の推移(全拠点)	P93
	スコープ1 CO ₂ 排出量の推移	P94
	スコープ2 CO ₂ 排出量の推移	P94
	スコープ3 CO ₂ 排出量の推移※1,4,11,12のみ	P94
ごみゼロ	輸送時のCO ₂ 排出量の推移(日本)	P100
	廃棄物等のうち再利用・リサイクルされた量(全拠点)	P112
	廃棄物等発生量の推移(全拠点)	P112
水保全	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)	P126
	製品使用時の水使用量の推移(日本花王グループ)	P126
	水使用量(取水量)の推移(全拠点)	P126
	水源別取水量の推移	P126
	放流先別排水量の推移	P126
大気および水質汚染防止	NOx 排出量の推移(全生産拠点)	P135
	揮発性有機化合物(VOC) 排出量(日本花王グループ)	P135
	COD 汚濁負荷量の推移(全生産拠点)	P135
製品ライフサイクルと環境負荷	OUTPUT: 原材料購入-CO ₂ 排出量	P140
	OUTPUT: 開発・生産-温室効果ガス排出量	
	OUTPUT: 物流・販売(施設および営業車)-温室効果ガス排出量	
	OUTPUT: 輸送-CO ₂ 排出量	
	OUTPUT: 使用-CO ₂ 排出量	
社員の健康増進と安全	OUTPUT: 廃棄・リサイクル-CO ₂ 排出量	
	社員+派遣社員(花王グループ)の休業度数率	P214
	協力会社(花王グループ)の休業度数率	P214
	社員+派遣社員(花王グループ)の業務上疾病による休業者数	P215

環境・労働安全衛生関連データの集計範囲

花王株式会社および子会社を集計範囲としています。集計範囲が異なる場合は、グラフの注釈および文中に明記しています。

GRI Standards 対照表 102-55

本データブックはGRIサステナビリティ・レポート・スタンダードを参照しています。
 「サステナビリティ データブック2021での該当箇所」をクリックすると、該当ページを表示します。

一般開示事項

100: 共通スタンダード			
GRI 102: 一般開示事項 2016			
1. 組織のプロフィール	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)		
102-1	組織の名称	●花王グループ概要(レポート外)	—
102-2	活動、ブランド、製品、サービス	●花王グループの事業分野(レポート外)	—
102-3	本社の所在地	●花王グループ概要(レポート外)	—
102-4	事業所の所在地	●花王グループ概要(レポート外)	—
102-5	所有形態および法人格	●花王グループ概要(レポート外)	—
102-6	参入市場	●花王グループ会社一覧(レポート外)	—
102-7	組織の規模	●花王グループ概要(レポート外)	—
102-8	従業員およびその他の労働者に関する情報	●人財開発:体制 ●受容性と多様性のある職場:人財データ	P177 P197
102-9	サプライチェーン	—	—
102-10	組織およびそのサプライチェーンに関する重大な変化	—	—
102-11	予防原則または予防的アプローチ	●責任ある化学物質管理:社会的課題と花王が提供する価値 ●責任ある化学物質管理:化学物質総合管理システム ●責任ある化学物質管理:中長期目標と実績 ★情報セキュリティ:社会的課題と花王が提供する価値 ★保安防災:方針 ★保安防災:大規模災害に備えた緊急事態対応訓練 ★保安防災:保安・防災の強化	P219 P222 P223 ★ ★ ★ ★
102-12	外部イニシアティブ	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:SDGsへの貢献 ●各報告の「貢献するSDGs」 ●責任ある原材料調達:花王ベンダーサミット ●脱炭素:ステークホルダーとの協働/エンゲージメント ●脱炭素:原材料購入における取り組み ●脱炭素:ステークホルダーとの主な協働事例 ●水保全:原材料購入における取り組み ●水保全:中国清潔・節水全国運動—節水キャンペーン9年連続実施 ●受容性と多様性のある職場:ステークホルダーとの協働の具体例 ★生物多様性:社会的課題と花王が提供する価値	P32 P86 P90 P95 P102 P127 P129 P195 ★
102-13	団体の会員資格	●より安全でより健康な製品:業界活動/コミュニケーション(日本化粧品工業連合会、日本石鹸洗剤工業会、日本化学工業協会) ●責任ある原材料調達:ステークホルダーとの協働/エンゲージメント(SUSTAIN、JaSPON) ●責任ある原材料調達:持続可能なパーム油・パーム核油の調達の取り組み(RSPO) ●責任ある化学物質管理:ステークホルダーとの化学物質に関するコミュニケーション(JIPS、LRI) ★租税戦略:一般社団法人 日本化学工業協会との協働 ★生物多様性:国際的な取り決めの遵守	P59 P80 P83 P226 ★ ★

GRI Standards 対照表 102-55

100:共通スタンダード			
GRI 102: 一般開示事項 2016			
2.戦略		サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
	102-14	上級意思決定者の声明	●トップメッセージ ●ESG部門統括メッセージ P4 P5
	102-15	重要なインパクト、リスク、機会	●新型コロナウイルス感染症への対応 P7 ●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:Kirei Lifestyleの実現による事業成長 P12 ●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:花王グループ中期経営計画「K25」 P15 ●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:2020年の実績 P29 ●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:変化するビジネス環境と花王の対応 P30 ●各報告の「社会的課題と花王が提供する価値」 P103 ●脱炭素:シナリオ分析 P222 ●責任ある化学物質管理:化学物質総合管理システム ★ ★リスクと危機の管理:社会的課題と花王が提供する価値 ★ ★リスクと危機の管理:体制 ★ ★リスクと危機の管理:中長期目標と実績 ★ ★知的財産:具体的な取り組み ★ ★保安防災:大規模災害に備えた緊急事態対応訓練 ★
3.倫理と誠実性			
	102-16	価値観、理念、行動基準・規範	●花王の企業理念 P10 ●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略- P11 ●企業理念の実践 P37 ●実効性のあるコーポレートガバナンス:社会的課題と花王が提供する価値 /方針 P144
	102-17	倫理に関する助言および懸念のための制度	●実効性のあるコーポレートガバナンス:コンプライアンス通報・相談窓口 P154
4.ガバナンス			
	102-18	ガバナンス構造	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:ESG推進体制 P18 ★コーポレート・ガバナンス:コーポレート・ガバナンス体制 ★ ★コーポレート・ガバナンス:取締役および取締役会 / 監査役および監査役会 ★
	102-19	権限移譲	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:ESG推進体制 P18
	102-20	経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:ESG推進体制 P18 ●責任ある原材料調達:体制 P81 ●脱炭素:体制 P91 ●ごみゼロ:体制 P109 ●水保全:体制 P124 ●実効性のあるコーポレートガバナンス:体制 P146 ●人権の尊重:体制 P167 ●人財開発:体制 P177 ●責任ある化学物質管理:体制 P220 ★リスクと危機の管理:体制 ★ ★レスポンシブル・ケア活動:体制 ★ ★品質保証:体制 ★ ★情報セキュリティ:体制 ★ ★デジタル先端技術戦略:体制 ★ ★知的財産:体制 ★ ★保安防災:体制 ★
	102-21	経済、環境、社会項目に関するステークホルダーとの協議	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:ESG推進体制 P18

GRI Standards 対照表 102-55

100: 共通スタンダード			
GRI 102: 一般開示事項 2016			
4. ガバナンス		サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
	102-22	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成	★コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス体制 ★コーポレート・ガバナンス: 取締役会、監査役会、委員会出席メンバー ★コーポレート・ガバナンス: 取締役会、監査に関する取り組み
	102-23	最高ガバナンス機関の議長	★コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス体制
	102-24	最高ガバナンス機関の指名と選出	★コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス体制
	102-25	利益相反	★コーポレート・ガバナンス: 取締役会、監査役会
	102-26	目的、価値観、戦略の設定における最高ガバナンス機関の役割	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: ESG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 ★コーポレート・ガバナンス: 取締役会、監査に関する取り組み
	102-27	最高ガバナンス機関の集会的知見	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: 各組織体の役割、構成、開催頻度
	102-28	最高ガバナンス機関のパフォーマンスの評価	★コーポレート・ガバナンス: 取締役会の実効性評価
	102-29	経済、環境、社会へのインパクトの特定とマネジメント	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: ESG推進体制 ★リスクと危機の管理: 体制
	102-30	リスクマネジメント・プロセスの有効性	★リスクと危機の管理: 方針 ★リスクと危機の管理: 体制 ★リスクと危機の管理: 2020年の実績
	102-31	経済、環境、社会項目のレビュー	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: ESG推進体制
	102-32	サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割	—
	102-33	重大な懸念事項の伝達	★リスクと危機の管理: 体制
	102-34	伝達された重大な懸念事項の性質と総数	—
	102-35	報酬方針	★コーポレート・ガバナンス: 役員報酬制度
	102-36	報酬の決定プロセス	★コーポレート・ガバナンス: 役員報酬制度
	102-37	報酬に関するステークホルダーの関与	★コーポレート・ガバナンス: 役員報酬制度
	102-38	年間報酬総額の比率	—
	102-39	年間報酬総額比率の増加率	—

GRI Standards 対照表 102-55

100:共通スタンダード			
GRI 102: 一般開示事項 2016			
5.ステークホルダー・エンゲージメント		サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
	102-40	ステークホルダー・グループのリスト	●ステークホルダー・エンゲージメント P34
	102-41	団体交渉協定	—
	102-42	ステークホルダーの特定および選定	—
	102-43	ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ方法	<ul style="list-style-type: none"> ●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:社員エンゲージメント P25 ●ステークホルダー・エンゲージメント P35 ●各報告の「ステークホルダーとの協働/エンゲージメント」 P46 ●QOLの向上:ピンクリボン活動を通じて女性の活躍を支援 P50 ●清潔で美しくすこやかな習慣:清潔で美しくすこやかな習慣づくりのための教育プログラム P56 ●ユニバーサル プロダクト デザイン:高齢者の誤飲防止のための取り組み P59 ●より安全でより健康な製品:業界活動/コミュニケーション P66 ●サステナブルなライフスタイルの推進:サステナブルライフを提案する情報発信 P68 ●サステナブルなライフスタイルの推進:社会や団体・公的機関とともに行動する啓発活動 P83 ●責任ある原材料調達:持続可能なパーム油・パーム核油の調達の取り組み P86 ●責任ある原材料調達:花王ベンダーサミット P86 ●責任ある原材料調達:サプライヤーへの満足度を調査 P95 ●脱炭素:原材料購入における取り組み P102 ●脱炭素:ステークホルダーとの主な協働事例 P114 ●ごみゼロ:具体的な取り組み P127 ●水保全:具体的な取り組み P137 ●大気および水質汚染防止:水質汚染防止への取り組み P155 ●実効性のあるコーポレートガバナンス:評価活動、コンプライアンスに対する花王の知見を社外に発信・交流 P184 ●人財開発:エンゲージメントサーベイの実施とアクションプラン策定 P195 ●受容性と多様性のある職場:ステークホルダーとの協働の具体例 P210 ●社員の健康増進と安全:ステークホルダーとの協働の具体例 P225 ●責任ある化学物質管理:ステークホルダーとの化学物質に関するコミュニケーション ★生物多様性:他団体との連携 ★ ★生活者とのコミュニケーション:具体的な取り組み ★ ★社会貢献活動:ピンクリボンキャンペーンを通じ、がん教育を支援 ★
	102-44	提起された重要な項目および懸念	<ul style="list-style-type: none"> ●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ P20 ●脱炭素:ステークホルダー・エンゲージメント P104 ●ごみゼロ:ステークホルダー・エンゲージメント P121 ●水保全:ステークホルダー・エンゲージメント P130 ●大気および水質汚染防止:ステークホルダー・エンゲージメント P139 ●実効性のあるコーポレートガバナンス:ステークホルダー・エンゲージメント P156 ●人権の尊重:ステークホルダー・エンゲージメント P173 ●人財開発:社員との対話 P180 ●責任ある化学物質管理:ステークホルダー・エンゲージメント P231

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

GRI Standards 対照表 102-55

100: 共通スタンダード			
GRI 102: 一般開示事項 2016			
6. 報告実務		サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
	102-45	連結財務諸表の対象になっている事業体	—
	102-46	報告書の内容および項目の該当範囲の確定	—
	102-47	マテリアルな項目のリスト	● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: 花王のESGコミットメントとアクション P14
	102-48	情報の再記述	● ごみゼロ: つめかえ・つけかえ製品のあるカテゴリーのプラスチック使用量と削減量の推移 P113
	102-49	報告における変更	—
	102-50	報告期間	● 編集方針 P3 ★ 編集方針 ★
	102-51	前回発行した報告書の日付	● 編集方針 P3 ★ 編集方針 ★
	102-52	報告サイクル	● 編集方針 P3 ★ 編集方針 ★
	102-53	報告書に関する質問の窓口	裏表紙
	102-54	GRIスタンダードに準拠した報告であることの主張	— (本データブックはGRIスタンダード2016、GRI 207 租税2019、GRI303: 水と廃水2018、GRI 306: 廃棄物 2020、GRI 403: 労働安全衛生2018を参照しています)
	102-55	GRI内容索引	● GRI Standards 対照表 P243
	102-56	外部保証	● 編集方針 P3 ● 独立保証報告書 P242
GRI103: マネジメント手法 2016			
	103-1	マテリアルな項目とその該当範囲の説明	● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: 中長期目標 P27 ● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: バリューチェーンを通して社会に及ぼす影響 P33 ● 各報告のマネジメントパート ● Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 P232
	103-2	マネジメント手法とその要素	● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: 重点取り組みテーマの選定プロセス P16 ● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: 中長期目標 P27 ● 各報告のマネジメントパート ● Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 P232 ★ 花王サステナビリティ ステートメントの成果と課題 ★
	103-3	マネジメント手法の評価	● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: 重点取り組みテーマの選定プロセス P16 ● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -: 中長期目標 P27 ● 各報告のマネジメントパート ● Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 P232 ★ 花王サステナビリティ ステートメントの成果と課題 ★

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らすを
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

GRI Standards 対照表 102-55

マテリアルな項目

200:経済に関するスタンダード				
経済パフォーマンス		サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)		第三者保証 対象指標 (Z)
GRI 201: 経済パフォーマンス 2016	201-1	創出、分配した直接的経済価値	—	
	201-2	気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会	●脱炭素:シナリオ分析	P103
	201-3	確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度	—	
	201-4	政府から受けた資金援助	—	
地域経済での存在感				
GRI 202: 地域経済での存在感 2016	202-1	地域最低賃金に対する標準新人給与の比率(男女別)	—	
	202-2	地域コミュニティから採用した上級管理職の割合	—	
間接的な経済的インパクト				
GRI 203: 間接的な経済的インパクト 2016	203-1	インフラ投資および支援サービス	★社会貢献活動:中長期目標と実績 ★社会貢献活動:2020年の実績 ★社会貢献活動:具体的な取り組み	★ ★ ★
	203-2	著しい間接的な経済的インパクト	—	
調達慣行				
GRI 204: 調達慣行 2016	204-1	地元サプライヤーへの支出の割合	—	
腐敗防止				
GRI 205: 腐敗防止 2016	205-1	腐敗に関するリスク評価を行っている事業所	—	
	205-2	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	●実効性のあるコーポレートガバナンス:教育と浸透 ●実効性のあるコーポレートガバナンス:コンプライアンスリスク低減活動、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」の改定とコンプライアンス関連規程の運用	P145 P152
	205-3	確定した腐敗事例と実施した措置	—(P154「コンプライアンス違反時の対応および2020年の法令違反」:対象となる事例なし)	
反競争的行為				
GRI 206: 反競争的行為 2016	206-1	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	—(P154「コンプライアンス違反時の対応および2020年の法令違反」:対象となる事例なし)	
租税				
GRI 207: 租税 2019	207-1	税務アプローチ	★租税戦略:マネジメントパート	★
	207-2	税務ガバナンス、管理、およびリスク管理	★租税戦略:マネジメントパート	★
	207-3	ステークホルダーの関与と税に関する懸念の管理	★租税戦略:ステークホルダーとの協働/エンゲージメント	★
	207-4	税管轄区域ごとの納税状況報告	★租税戦略:事業実績と納税実績	★
300:環境に関するスタンダード				
原材料		サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)		第三者保証 対象指標 (Z)
GRI 301: 原材料 2016	301-1	使用原材料の重量または体積	●製品ライフサイクルと環境負荷	P140
	301-2	使用したリサイクル材料	●サステナブルなライフスタイルの推進:PET樹脂使用ボトルに再生PET使用 ●ごみゼロ:2020年の実績 ●ごみゼロ:製品における取り組み/包装容器における取り組み	P65 P112 P114
	301-3	再生利用された製品と梱包材	●ごみゼロ:製品における取り組み/包装容器における取り組み	P114

GRI Standards 対照表 102-55

300:環境に関するスタンダード					
エネルギー			サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	第三者保証 対象指標(☑)	
GRI 302: エネルギー 2016	302-1	組織内のエネルギー消費量	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P92 P93 P140	
	302-2	組織外のエネルギー消費量	—	—	
	302-3	エネルギー原単位	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績	P92 P93	
	302-4	エネルギー消費量の削減	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績 ●脱炭素: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	P92 P93 P97	
	302-5	製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績	P92 P93	
水					
GRI 303: 水と廃水 2018	303-1	共有資源としての水との相互作用	●水保全:社会的課題と花王が提供する価値 ●水保全:方針 ●水保全:中長期目標と実績 ●水保全:2020年の実績	P122 P123 P125 P126	
	303-2	排水に関連するインパクトのマネジメント	●水保全:方針 ●水保全:中長期目標と実績 ●水保全:2020年の実績 ●大気および水質汚染防止:方針 ●大気および水質汚染防止:2020年の実績 ●大気および水質汚染防止:水質汚染防止への取り組み	P123 P125 P126 P132 P135 P137	
	303-3	取水	●水保全:中長期目標と実績 ●水保全:2020年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P125 P126 P140	☑
	303-4	排水	●水保全:中長期目標と実績 ●水保全:2020年の実績 ●大気および水質汚染防止:2020年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P125 P126 P135 P140	☑
	303-5	水消費	●水保全:中長期目標と実績 ●水保全:2020年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P125 P126 P140	☑
生物多様性					
GRI 304: 生物多様性 2016	304-1	保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイト	★生物多様性:地域の生態系に配慮した事業活動	★	
	304-2	活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト	★生物多様性:事業と生物多様性との関わり方の把握 ★生物多様性:地域の生態系に配慮した事業活動	★ ★	
	304-3	生息地の保護・復元	★生物多様性:地域の生態系に配慮した事業活動 ★社会貢献活動:タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト ★社会貢献活動:花王・みんなの森づくり活動	★ ★ ★	
	304-4	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストならびに国内保全種リスト対象の生物種	—	—	
大気への排出					
GRI 305: 大気への排出 2016	305-1	直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1)	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P92 P93 P140	☑ ☑

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らしを
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

GRI Standards 対照表 102-55

300:環境に関するスタンダード					
大気への排出			サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)		第三者保証 対象指標(☑)
	305-2	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2)	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P92 P93 P140	☑ ☑
	305-3	その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ3)	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績 ●脱炭素:輸送における取り組み ●脱炭素:使用における取り組み ●脱炭素:廃棄・リサイクルにおける取り組み ●製品ライフサイクルと環境負荷	P92 P94 P100 P101 P102 P140	☑(1,4,11,12) ☑
	305-4	温室効果ガス(GHG)排出原単位	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績	P92 P93	
	305-5	温室効果ガス(GHG)排出量の削減	●脱炭素:中長期目標と実績 ●脱炭素:2020年の実績	P92 P93	☑
	305-6	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	●脱炭素:3.冷媒等の温室効果ガス漏えい量の削減	P98	
	305-7	窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、およびその他の重大な大気排出物	●大気および水質汚染防止:2020年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P135 P140	☑
排水および廃棄物					
GRI 306: 廃棄物 2020	306-1	廃棄物の発生と廃棄物関連の重大な影響	●サステナブルなライフスタイルの推進:社会的課題と花王が提供する価値 ●ごみゼロ:社会的課題と花王が提供する価値 ●ごみゼロ:方針 ●ごみゼロ:2020年の実績	P61 P105 P106 P112	
	306-2	廃棄物関連の重大な影響の管理	●サステナブルなライフスタイルの推進:方針 ●サステナブルなライフスタイルの推進:中長期目標と実績 ●サステナブルなライフスタイルの推進:モノづくり、製品そのものからの提案 ●パーパスドリブンなブランド:2020年に発売した「Kirei Lifestyle」を体現するブランド ●ごみゼロ:方針 ●ごみゼロ:体制 ●ごみゼロ:中長期目標と実績 ●ごみゼロ:2020年の実績 ●ごみゼロ:具体的な取り組み	P62 P63 P64 P72 P106 P109 P111 P112 P114	
	306-3	発生した廃棄物	●ごみゼロ:2020年の実績	P112	
	306-4	処分されない廃棄物	●ごみゼロ:2020年の実績	P112	
	306-5	処分される廃棄物	—	—	
環境コンプライアンス					
GRI 307: 環境コンプライアンス 2016	307-1	環境法規制の違反	—(P135「環境法規制の遵守」:対象となる事例なし)	—	
サプライヤーの環境面のアセスメント					
GRI 308: サプライヤーの環境面のアセスメント 2016	308-1	環境基準により選定した新規サプライヤー	—	—	
	308-2	サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置	●責任ある原材料調達:持続可能なパーム油・パーム核油の調達の取り組み ●責任ある原材料調達:サプライヤーのモニタリングにSedexを活用 ●脱炭素:原材料購入における取り組み ●ごみゼロ:“いっしょにECO”を基盤としたステークホルダーとの協働 ●水保全:原材料購入における取り組み	P83 P85 P95 P120 P127	

GRI Standards 対照表 102-55

400:社会に関するスタンダード					
雇用			サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	第三者保証 対象指標(☑)	
GRI 401: 雇用 2016	401-1	従業員の新規雇用と離職	●受容性と多様性のある職場:人財データ	P197	
	401-2	正社員には支給され、非正規社員には支給されない手当	—	—	
	401-3	育児休暇	●受容性と多様性のある職場:多様な働き方のための主な就業制度(花王(株)) ●受容性と多様性のある職場:就業制度の利用状況(花王(株))	P196 P198	
労使関係					
GRI 402: 労使関係 2016	402-1	事業上の変更に関する最低通知期間	—	—	
労働安全衛生					
GRI 403: 労働安全衛生 2018	403-1	労働安全衛生マネジメントシステム	●社員の健康増進と安全:体制 ★レスポンシブル・ケア活動:環境・安全データベースなどを活用 ★レスポンシブル・ケア活動:国際マネジメントシステム認証状況 ★保安防災:体制	P213 ★ ★ ★	
	403-2	危険性(ハザード)の特定、リスク評価、事故調査	●社員の健康増進と安全:中長期目標と実績 ●社員の健康増進と安全:労働災害発生状況/化学物質のリスクアセスメント ●社員の健康増進と安全:従業員の快適な職場環境 ★レスポンシブル・ケア活動:RC事務局監査実施状況 ★レスポンシブル・ケア活動:国際マネジメントシステム認証状況 ★保安防災:保安・防災の強化/「保安カグラウンドデザイン」を策定/高圧ガスの保安	P213 P217 P218 ★ ★ ★	
	403-3	労働衛生サービス	—	—	
	403-4	労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション	●社員の健康増進と安全:中長期目標と実績 ●社員の健康増進と安全:休業無災害表彰制度による安全意識の向上 ●社員の健康増進と安全:グローバルで安全スローガンを共有 ★レスポンシブル・ケア活動:RC活動に関する教育	P213 P217 P218 ★	
	403-5	労働安全衛生に関する労働者研修	●社員の健康増進と安全:教育と浸透 ★レスポンシブル・ケア活動:教育と浸透 ★レスポンシブル・ケア活動:RC活動の標準化 ★レスポンシブル・ケア活動:RC活動に関する教育 ★保安防災:教育と浸透 ★保安防災:大規模災害に備えた緊急事態対応訓練 ★保安防災:保安防災教育プログラム	P213 ★ ★ ★ ★ ★ ★	
	403-6	労働者の健康増進	●社員の健康増進と安全:社員の健康増進パート	P199	
	403-7	ビジネス上の関係で直接結びついた労働安全衛生の影響の防止と緩和	●脱炭素: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/適応	P99	
	403-8	労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者	—	—	
	403-9	労働関連の傷害	●社員の健康増進と安全:中長期目標と実績 ●社員の健康増進と安全:2020年の実績 ★保安防災:2020年の実績	P213 P214 ★	☑(一部データ)
	403-10	労働関連の疾病・体調不良	●社員の健康増進と安全:中長期目標と実績 ●社員の健康増進と安全:2020年の実績	P213 P215	☑(一部データ)

GRI Standards 対照表 102-55

400:社会に関するスタンダード					
研修と教育			サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	第三者保証 対象指標 (Z)	
GRI 404: 研修と教育 2016	404-1	従業員一人あたりの年間平均研修時間	●人財開発:2020年の実績	P180	
	404-2	従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	●Kirei Lifestyle Plan –花王のESG戦略-:社員エンゲージメント ●各報告の「教育と浸透」 ●企業理念の実践:目標達成に向けて ●ユニバーサル プロダクト デザイン:社員のUD理解の促進 ●責任ある原材料調達:教育と浸透の例 ●ごみゼロ:社内でのごみゼロ意識の浸透 ●実効性のあるコーポレートガバナンス:2020年の実績 ●実効性のあるコーポレートガバナンス:コンプライアンス教育 ●人財開発 ●受容性と多様性のある職場 ●責任ある化学物質管理:化学物質に関する社内教育 ★品質保証:品質保証教育プログラムの強化 ★情報セキュリティ:「第27回TS・個人情報保護推進会議」を開催	P25 P41 P56 P86 P119 P150 P153 P174 P186 P225 ★ ★	
	404-3	業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	●人財開発:人財育成プログラム	P182	
ダイバーシティと機会均等					
GRI 405: ダイバーシティと機会均等 2016	405-1	ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	●受容性と多様性のある職場:障がいへの理解と雇用の促進 ●受容性と多様性のある職場:シニア人財の活躍 ●受容性と多様性のある職場:人財データ	P191 P192 P197	
	405-2	基本給と報酬総額の男女比	—	—	
非差別					
GRI 406: 非差別 2016	406-1	差別事例と実施した救済措置	—	—	
結社の自由と団体交渉					
GRI 407: 結社の自由と団体交渉 2016	407-1	結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー	—	—	
児童労働					
GRI 408: 児童労働 2016	408-1	児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	—	—	
強制労働					
GRI 409: 強制労働 2016	409-1	強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	—	—	
保安慣行					
GRI 410: 保安慣行 2016	410-1	人権方針や手順について研修を受けた保安要員	—	—	
先住民族の権利					
GRI 411: 先住民族の権利 2016	411-1	先住民族の権利を侵害した事例	—	—	

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

GRI Standards 対照表 102-55

400:社会に関するスタンダード				
人権アセスメント		サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)		第三者保証 対象指標(☑)
GRI 412: 人権アセスメント 2016	412-1	人権レビューやインパクト評価の対象とした事業所	●人権の尊重:中長期目標と実績 ●人権の尊重:2020年の実績 ●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P168 P169 P171
	412-2	人権方針や手順に関する従業員研修	●人権の尊重:中長期目標と実績 ●人権の尊重:2020年の実績 ●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス ●人権の尊重:社内での人権教育	P168 P169 P171 P172
	412-3	人権条項を含むもしくは人権スクリーニングを受けた重要な投資協定および契約	●人権の尊重:中長期目標と実績 ●人権の尊重:2020年の実績 ●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P168 P169 P171
地域コミュニティ				
GRI 413: 地域コミュニティ 2016	413-1	地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	●責任ある化学物質管理:ステークホルダーとの化学物質に関するコミュニケーション ★社会貢献活動:教材提供による学校教育支援 ★社会貢献活動:工場・ミュージアム見学を通じた学校教育支援 ★社会貢献活動:中国節水キャンペーン「清潔美麗青春行」	P225 ★ ★ ★
	413-2	地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト(顕在的、潜在的)を及ぼす事業所	—	—
サプライヤーの社会面のアセスメント				
GRI 414: サプライヤーの社会面のアセスメント 2016	414-1	社会的基準により選定した新規サプライヤー	●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P171
	414-2	サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置	●責任ある原材料調達:持続可能なパーム油・パーム核油の調達 の取り組み ●責任ある原材料調達:サプライヤーのモニタリングにSedexを 活用 ●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P83 P85 P171
公共政策				
GRI 415: 公共政策 2016	415-1	政治献金	—(P152「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)ケースブック」の改定とコンプライアンス関連規程の運用」にて政治献金を行わないことを報告)	—
顧客の安全衛生				
GRI 416: 顧客の安全衛生 2016	416-1	製品およびサービスのカテゴリーに対する安全衛生インパクトの評価	●ユニバーサル プロダクト デザイン:中長期目標と実績 ●ユニバーサル プロダクト デザイン:2020年の実績 ●より安全でより健康な製品:中長期目標と実績 ●より安全でより健康な製品:安全・安心な成分の使用と情報開示 ●パーパストリブナブランド:2020年に発売した「Kirei Lifestyle」を体現するブランド ●暮らしを変えるイノベーション:中長期目標と実績 ★品質保証:商品ライフサイクル全般にわたる安全性の確保 ★品質保証:消費者・顧客起点の全社品質保証活動 ★品質保証:監査・自己点検による品質保証活動の確認	P53 P54 P58 P59 P72 P76 ★ ★ ★
	416-2	製品およびサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例	—(別紙「品質保証」の「直近4年間のリコール状況」にて、直近4年間でリコールがない旨を報告)	★

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

GRI Standards 対照表 102-55

400:社会に関するスタンダード				
マーケティングとラベリング			サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	第三者保証 対象指標 (Z)
GRI 417: マーケティングとラベリング 2016	417-1	製品およびサービスの情報とラベリングに関する要求事項	<ul style="list-style-type: none"> ●ユニバーサル プロダクト デザイン:中長期目標と実績 P53 ●ユニバーサル プロダクト デザイン:2020年の実績 P54 ●ユニバーサル プロダクト デザイン:2020年に発売した製品 におけるユニバーサルデザイン配慮 P55 ●ユニバーサル プロダクト デザイン:高齢者の誤飲防止のため の取り組み P56 ●より安全でより健康な製品:安全・安心な成分の使用と情報開示 P59 ●製品ライフサイクルと環境負荷:“いっしょにeco” マーク表 示製品の拡大 P141 ●徹底した透明性:2020年の実績 P160 ●徹底した透明性:ウェブサイト「製品カタログ」や各種製品サ イトにおける配慮 P161 ●徹底した透明性:香りに関する方針ならびに香料成分名の開示 /社会的に関心が高い成分の方針開示/サプライチェーンに おける透明性/化学物質の有用性と安全性に関する情報開示 P162 ★生活者とのコミュニケーション:体制 ★ ★生活者とのコミュニケーション:中長期目標と実績 ★ ★生活者とのコミュニケーション:2020年の実績 ★ ★生活者とのコミュニケーション:ご愛用者とのコミュニティーサ イト「Kao PLAZA」 ★ ★社会貢献活動:情報のバリアフリー ★ 	
	417-2	製品およびサービスの情報とラベリングに関する違反事例	—	
	417-3	マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例	—	
顧客プライバシー				
GRI 418: 顧客プライバシー 2016	418-1	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具体化し た不服申立	—	
社会経済面のコンプライアンス				
GRI 419: 社会経済面のコンプライアンス 2016	419-1	社会経済分野の法規制違反	●実効性のあるコーポレートガバナンス:コンプライアンス違 反時の対応および2020年の法令違反 P154	

Kirei Lifestyle Plan

自分らしく暮らすために
快適な暮らしを
送るために

思いやりのある選択を
社会のために

よりすこやかな
地球のために

正道を歩む

ISO26000対照表

「サステナビリティ データブック2021での該当箇所」をクリックすると、該当ページを表示します。

中核主題と課題	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)
6.2 組織統治	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- ★コーポレート・ガバナンス P11 ★
6.3 人権	●人権の尊重 P164 ●花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)(レポート外) -
6.3.3 デューデリジェンス	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- P11 ●責任ある原材料調達 P79 ●実効性のあるコーポレートガバナンス P144 ●人権の尊重 P164 ●社員の健康増進と安全 P199
6.3.4 人権に関する危機的状況	●人権の尊重 P164 ●受容性と多様性のある職場 P186
6.3.5 加担の回避	●責任ある原材料調達 P79 ●人権の尊重 P164 ●社員の健康増進と安全 P199
6.3.6 苦情解決	●実効性のあるコーポレートガバナンス P144 ★生活者とのコミュニケーション ★
6.3.7 差別及び社会的弱者	●社員の健康増進と安全 P199 ★社会貢献活動 ★
6.3.8 市民的及び政治的権利	●実効性のあるコーポレートガバナンス P144 ●人財開発 P174
6.3.9 経済的・社会的及び文化的権利	●実効性のあるコーポレートガバナンス P144 ●社員の健康増進と安全 P199 ★社会貢献活動 ★
6.3.10 労働における基本的原則及び権利	●実効性のあるコーポレートガバナンス P144 ●人財開発 P174
6.4 労働慣行	
6.4.3 雇用及び雇用関係	●実効性のあるコーポレートガバナンス P144 ●人財開発 P174 ●受容性と多様性のある職場 P186 ●社員の健康増進と安全 P199

中核主題と課題	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)
6.4.4 労働条件及び社会的保護	●人財開発 P174
6.4.5 社会対話	●人財開発 P174
6.4.6 労働における安全衛生	●社員の健康増進と安全 P199 ★レスポンシブル・ケア活動 ★ ★保安防災 ★
6.4.7 職場における人材育成及び訓練	●人財開発 P174
6.5 環境	
6.5.3 汚染の予防	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- P11 ●よりすこやかな地球のために P87 ●責任ある化学物質管理 P219
6.5.4 持続可能な資源の利用	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- P11 ●責任ある原材料調達 P79 ●よりすこやかな地球のために P87
6.5.5 気候変動緩和及び適応	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- P11 ●よりすこやかな地球のために P87
6.5.6 環境保護・生物多様性・及び自然生息地の回復	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- P11 ●責任ある原材料調達 P79 ●よりすこやかな地球のために P87 ★生物多様性 ★
6.6 公正な事業慣行	
6.6.3 汚職防止	●実効性のあるコーポレートガバナンス P144 ★コーポレート・ガバナンス ★
6.6.4 責任ある政治的関与	●実効性のあるコーポレートガバナンス P144

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2021での該当箇所(★は別冊)	
6.6.5 公正な競争	●実効性のあるコーポレートガバナンス ★コーポレート・ガバナンス	P144 ★
6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- ●責任ある原材料調達 ●実効性のあるコーポレートガバナンス ★コーポレート・ガバナンス ★生活者とのコミュニケーション	P11 P79 P144 ★ ★
6.6.7 財産権の尊重	●実効性のあるコーポレートガバナンス ★知的財産	P144 ★
6.7 消費者課題		
6.7.3 公正なマーケティング・事実即した偏りのない情報・及び公正な契約慣行	●責任ある原材料調達 ★生活者とのコミュニケーション	P79 ★
6.7.4 消費者の安全衛生の保護	★品質保証 ★生活者とのコミュニケーション	★ ★
6.7.5 持続可能な消費	●よりすこやかな地球のために ●ごみゼロ ★生活者とのコミュニケーション	P87 P105 ★
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 ★生活者とのコミュニケーション	★ ★
6.7.7 消費者データ保護及びプライバシー	●実効性のあるコーポレートガバナンス ★情報セキュリティ	P144 ★
6.7.8 必要不可欠なサービスへのアクセス	★生活者とのコミュニケーション	★
6.7.9 教育及び意識向上	●よりすこやかな地球のために ●ユニバーサル プロダクト デザイン ★品質保証 ★生活者とのコミュニケーション ★社会貢献活動	P87 P51 ★ ★ ★

中核主題と課題	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
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	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- ●快適な暮らしを自分らしく送るために ●思いやりのある選択を社会のために ●よりすこやかな地球のために ★生物多様性	P11 P42 P60 P87 ★
6.8.4 教育及び文化	●快適な暮らしを自分らしく送るために ●清潔で美しくすこやかな習慣 ●サステナブルなライフスタイルの推進 ★生物多様性 ★社会貢献活動	P42 P48 P61 ★ ★
6.8.5 雇用創出及び技能開発	★社会貢献活動	★
6.8.6 技術の開発及び技術へのアクセス	●快適な暮らしを自分らしく送るために ●思いやりのある選択を社会のために ●よりすこやかな地球のために	P42 P60 P87
6.8.7 富及び所得の創出	●快適な暮らしを自分らしく送るために ●思いやりのある選択を社会のために ●正道を歩む	P42 P60 P143
6.8.8 健康	●社員の健康増進と安全 ★社会貢献活動	P199 ★
6.8.9 社会的投資	●快適な暮らしを自分らしく送るために ●思いやりのある選択を社会のために ●よりすこやかな地球のために ●正道を歩む	P42 P60 P87 P143

TCFD 対照表

本報告書は、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)による提言で推奨されている開示項目を参照しています。

「サステナビリティ データブック2021での該当箇所」をクリックすると、該当ページを表示します。

ガバナンス

提言：気候関連のリスクおよび機会に係る組織のガバナンスを開示する。		
推奨される開示内容	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
a) 気候関連のリスクおよび機会についての取締役会による監視体制	●脱炭素:体制 ●水保全:体制 ★リスクと危機の管理:体制	P91 P124 ★
b) 気候関連のリスクおよび機会を評価・管理する上での経営者の役割	●脱炭素:体制 ●水保全:体制 ★リスクと危機の管理:体制	P91 P124 ★

戦略

提言：気候関連のリスクおよび機会がもたらす組織のビジネス・戦略・財務計画への実際の、もしくは潜在的な影響を、そのような情報が重要な場合は開示する。		
推奨される開示内容	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
a) 組織が識別した、短期・中期・長期の気候関連のリスクおよび機会	●脱炭素:「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●水保全:「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会 ★リスクと危機の管理:2020年の実績	P89 P123 ★
b) 気候関連のリスクおよび機会が組織のビジネス・戦略・財務計画に及ぼす影響	●脱炭素:「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●脱炭素:中長期目標と実績 ●水保全:「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●水保全:中長期目標と実績 ★リスクと危機の管理:2020年の実績	P89 P92 P123 P125 ★
c) 2°C以下シナリオを含む、さまざまな気候関連シナリオに基づく検討を踏まえて、組織の戦略のレジリエンス	●脱炭素:「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●脱炭素:シナリオ分析 ●水保全:「2030年までに達成したい姿」の実現に関わるリスクと機会	P89 P103 P123

リスク管理

提言：気候関連リスクについて、組織がどのように識別・評価・管理しているかについて開示する。		
推奨される開示内容	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
a) 組織が気候関連リスクを識別・評価するプロセス	●脱炭素:体制 ●脱炭素:シナリオ分析 ●水保全:体制 ★リスクと危機の管理:方針 ★リスクと危機の管理:体制 ★リスクと危機の管理:2020年の実績	P91 P103 P124 ★ ★ ★
b) 組織が気候関連リスクを管理するプロセス	●脱炭素:体制 ●水保全:体制 ★リスクと危機の管理:方針 ★リスクと危機の管理:体制 ★リスクと危機の管理:2020年の実績	P91 P124 ★ ★ ★
c) 組織が気候関連リスクを識別・評価・管理するプロセスが組織の総合的リスク管理にどのように統合されているか	●脱炭素:体制 ●水保全:体制 ★リスクと危機の管理:方針 ★リスクと危機の管理:体制	P91 P124 ★ ★

指標と目標

提言：気候関連のリスクおよび機会を評価・管理する際に使用する指標と目標を、そのような情報が重要な場合は開示する。		
推奨される開示内容	サステナビリティ データブック2021での該当箇所(★は別冊)	
a) 組織が、自らの戦略とリスク管理プロセスに即して、気候関連のリスクおよび機会を評価する際に用いる指標	●Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略-:中長期目標-よりすこやかな地球のために ●脱炭素:中長期目標と実績 ●水保全:中長期目標と実績	P28 P92 P125
b) スコープ1、スコープ2および当てはまる場合はスコープ3の温室効果ガス(GHG)排出量と、その関連リスク	●Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略-:中長期目標-よりすこやかな地球のために ●脱炭素:2020年の実績-スコープ1,2,3 CO ₂ 排出量の推移	P28 P94
c) 組織が気候関連リスクおよび機会を管理するために用いる目標、および目標に対する実績	●Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略-:中長期目標-よりすこやかな地球のために ●脱炭素:中長期目標と実績 ●水保全:中長期目標と実績	P28 P92 P125

KaO

自然と調和する こ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
ESG部門

2021年5月発行