

花王サステナビリティ データブック 2020



→ 花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」に沿ったESG活動につきましては、以下のページで報告しています

花王サステナビリティ データブック Kirei Lifestyle Plan Progress Report 2020 www.kao.com/jp/corporate/sustainability/pdf/

【報告内容】

- トップメッセージ
- 花王の企業理念
- ESG 部門統括メッセージ
- Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略-
ステークホルダー・エンゲージメント
- 企業理念の実践

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
- パーパスドリブンなブランド
- 暮らしを変える製品イノベーション
- 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

- 製品ライフサイクルと環境負荷
- 環境会計

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
- 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
- 責任ある化学物質管理

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説

- 外部表彰
- 独立保証報告書
- GRI Standards対照表
- ISO26000対照表
- TCFD対照表

→ 本PDFは、以下のページを報告しています。

| | | | | | |
|--------------|----|----------------|----|--------------------------|----|
| コーポレート・ガバナンス | 2 | デジタル先端技術戦略 | 39 | 社会貢献活動 | 69 |
| リスクと危機の管理 | 11 | 知的財産 | 43 | 各事業場、グループ会社の 主な社会貢献活動 | 89 |
| レスポンシブル・ケア活動 | 17 | 租税戦略 | 47 | 保安防災 | 94 |
| 品質保証 | 26 | 生物多様性 | 49 | 主なサステナビリティ指標 | 99 |
| 情報セキュリティ | 31 | 生活者とのコミュニケーション | 59 | | |



花王は、変化に素早く対応でき、効率的で、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現し、企業価値の継続的な増大を実現するために、経営体制および内部統制システムを整備・運用し、必要な施策を適時に実施するとともに説明責任を果たしていきます。

企業理念を根幹に据えたコーポレート・ガバナンス

花王は、企業理念である「花王ウェイ」を根幹に据え、特にその基本となる価値観のひとつである「絶えざる革新」を常に意識したコーポレート・ガバナンスを実践しています。実効性のあるガバナンス体制の維持のためには、機関設計や役員体制といったしくみを整えるだけでなく、それらが有効に運用されていることが重要です。そのため、事業・経営環境の変化に応じてコーポレート・ガバナンスを随時見直し、持続的な成長の実現に向けて最適な体制と運用を追求しています。

これまでも、取締役会の議論を活性化するための取締役の人数変更や、中長期的な業績の向上と企業価値向上への貢献意識を高めるための業績連動型の役員報酬の導入、任意の委員会の設置などを行ってきました。2019年度は取締役会の多様性をさらに高め、監督機能を一層強化するために、社外取締役を1名増員し、社内外の取締役人数を同数とするとともに、女性の社外取締役も選任しました。これからも、攻めと守りの両面から企業経営を推進できるコーポレート・ガバナンスを実践していきます。

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

花王は「2030年までに達成したい姿」として、グローバルで存在感のある会社「Kao」を掲げています。企業が持続的に成長するためには、業績をはじめとした財務的な戦略・取り組みだけでなく、非財務的な戦略・取り組みも強化し、これらの成果が次の投資に活用され、持続的な成長につながる必要があります。そのため、花王はESG(環境、社会、ガバナンス)への取り組みをコストではなく将来への成長投資ととらえ進めていくことを宣言しています。コーポレート・ガバナンスは、その目標達成を強力に推進する前提となるドライバーと考えています。変化に素早く対応でき、効率的で、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現し、企業価値の継続的な増大を実現するために、経営体制および内部統制システムを整備・運用し、必要な施策を適時に実施するとともに説明責任を果たしていくことが、花王のコーポレート・ガバナンスに関する取り組みの基本であり、経営上の最も重要な課題のひとつと位置づけています。そのため、ステークホルダーの声を聞く活動に積極的に取り組み、これらや社会動向などを踏まえて随時コーポレート・ガバナンスのあり方の検証を行ない、適宜必要な施策・改善を実施しています。



→コーポレート・ガバナンス報告書

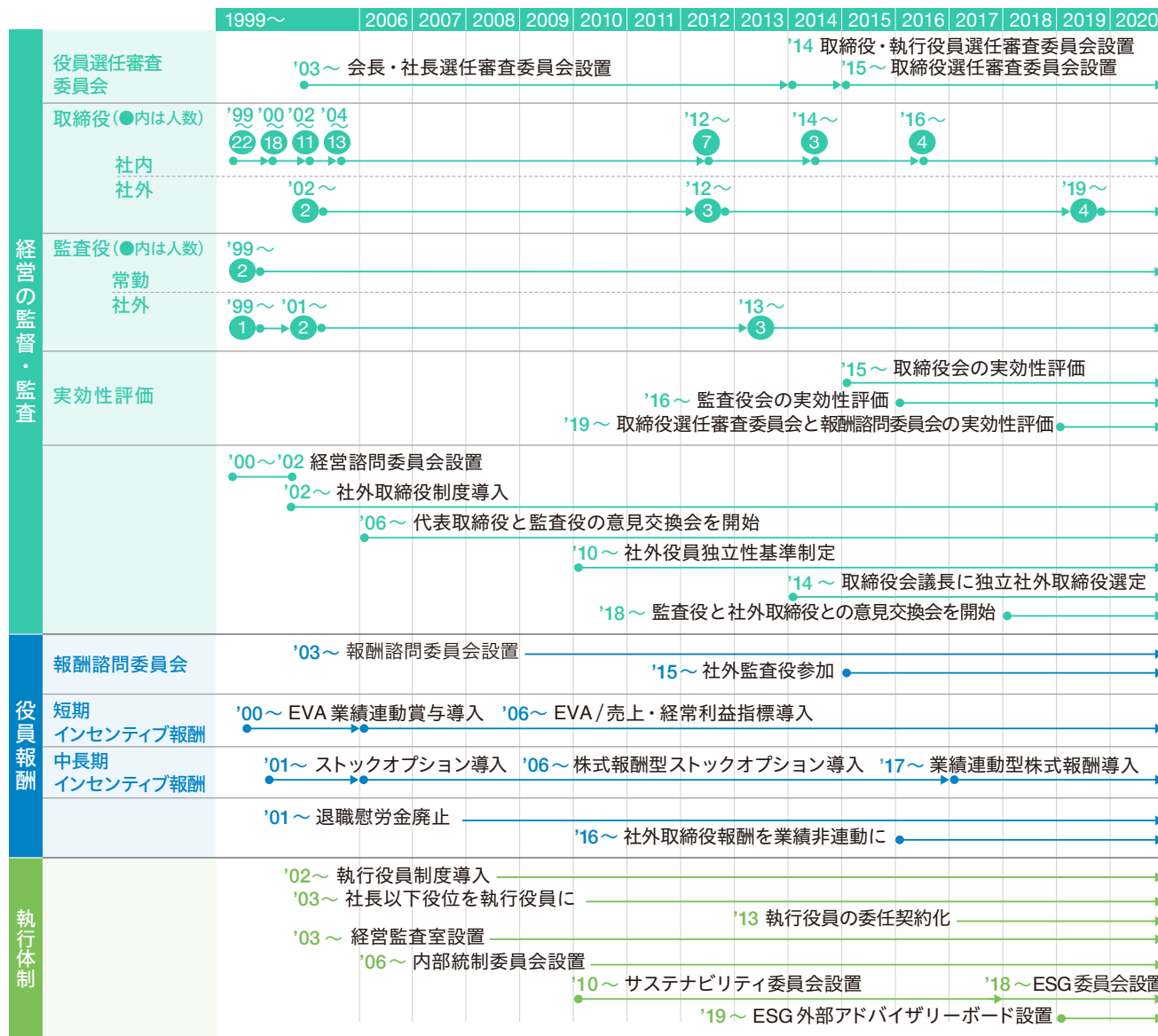
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/about/pdf/governance_001.pdf

コーポレート・ガバナンス 102-22,102-23,102-26

コーポレート・ガバナンス改革

コーポレート・ガバナンスにおいても「花王ウェイ」の基本となる価値観「絶えざる革新」を早期から実践しています。事業環境や社会的要請などの変化に対応するため、常に最適な体制を追い求めてきました。花王はこれからもガバナンスの改革に継続的に取り組みます。

コーポレート・ガバナンスの変遷



※ 年号は下2桁表記となっています。例:2003→'03

コーポレート・ガバナンス体制

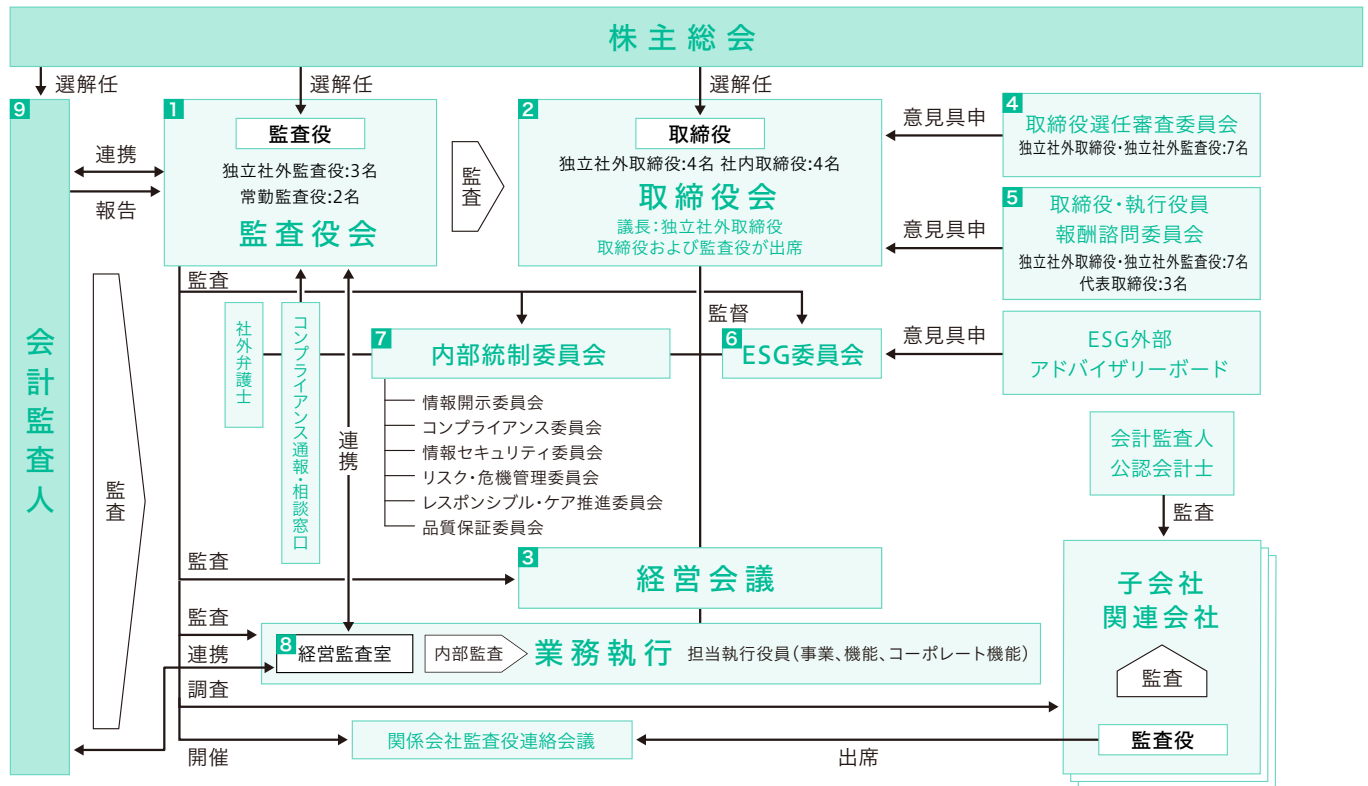
花王は、監査役会設置会社を選択しています。監査役会設置会社では、監査役は取締役会に出席義務がありますが、議決権を有しないため、過去の決定に縛られ保守的になることなく、取締役会の決定・取締役の職務執行について客観的な監査が可能であると考えています。

取締役の選任・報酬決定手続きの透明性・妥当性を補完するため、全社外役員のみを委員とする取締役選任審査委員会と、全社外役員および代表取締役を委員とする取締役・執行役員報酬諮問委員会を任意に設置しています。

取締役8名のうち4名が独立社外取締役という高い客観性を維持するとともに、監査、報酬、選任審査を担当する各機関が取締役会を支える体制により、高い実効性をもって経営を監督・監査できるしくみを構築しています。

また、各部門の最高責任者を執行役員とする執行役員制度を導入し、監督と執行の分離を進めるとともに、経営会議に執行権限を幅広く委ねることにより、意思決定および執行の迅速化を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制



1 監査役会

取締役会・経営会議等重要会議への出席、会計監査および経営監査室をはじめとする内部監査部門等との情報交換、社内各部門・関係会社へのヒアリングなどを通じて、取締役などの業務執行を監査しています。

4 取締役選任審査委員会

全社外取締役および全社外監査役のみで構成され、社長執行役員を含む取締役候補者の適正性等を審査・議論し、取締役会に意見具申しています。

7 内部統制委員会

財務報告の正確性を確保し、内部統制に関する機能を横断的に統合して花王グループ全体の内部統制の方向性に関する議論・決定を行っています。

2 取締役会

経営戦略等の経営の方向性についてリスク評価を含めて多面的に審議し、業務執行に関する意思決定をするとともに、取締役の業務執行を監督しています。

5 取締役・執行役員報酬諮問委員会

全代表取締役、全社外取締役および全社外監査役で取締役および執行役員の報酬制度や報酬水準について審査・議論し、取締役会に意見具申しています。

8 経営監査室

経営活動全般について、法令遵守、財務報告の適正性、業務の有効性・効率性の視点から内部監査を行ない、定期的に経営会議および取締役会にて報告しています。

3 経営会議

常務執行役員以上を主なメンバーとして、中長期の方向性・戦略の執行に関する意思決定を行なっています。経営会議に幅広い権限を委ねることで、意思決定および執行の迅速化を図っています。

6 ESG委員会

すべてのステークホルダーの支持と信頼を獲得し、グローバルで存在感のある会社として花王グループと社会の持続的発展に寄与することをめざし、花王のESG戦略に関する活動の方向性を議論・決定しています。

9 会計監査人

会社法に基づく会計監査人および金融商品取引法に基づく会計監査に有責任監査法人トーマツを起用しています。

取締役および取締役会

取締役会は、経営戦略等の策定や具体的執行の監督を適切に行なうために知識・経験・能力のバランスと多様性を確保しています。社外取締役については、社内取締役だけでは得られないような多様な経験や知識・見識、たとえば、グローバルな経験を含む、花王と異なる分野の製品・サービスを提供する会社の経営経験者およびコンサルタントや学識経験者等が有する経験、専門性および高い見識を有していることを重視して指名しています。また、取締役以外に会計や人事の担当執行役員を陪席させるなど、議論の実効性を高めるための工夫を行なっています。

取締役会では、会社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上を促すため、主に経営戦略等の経営の方向性についてリスク評価を含めて多面的に審議・決定しています。また、社内取締役より経営戦略の進捗状況、達成への課題とその対応等について報告を受けることで、社外取締役および社外監査役の多面的な視点からの評価を含めて経営戦略が適切に執行されているかを監督・監査しています。さらに、内部統制システムやリスク管理体制を整備することで、リスクを峻別して攻めの経営ができる環境整備を行なっています。

2019年度 取締役会の主な審議事項

| | |
|-------|--|
| 第1四半期 | <ul style="list-style-type: none"> ● 企業行動規範改定 ● 取締役会実効性評価 ● ESG戦略 ● 経営監査室監査報告 ● 監査役監査概要報告 ● 海外IRロードショー報告 |
| 第2四半期 | <ul style="list-style-type: none"> ● ESG戦略 ● 中長期戦略 ● 研究開発の現状と今後 ● コンプライアンス委員会年次報告 |
| 第3四半期 | <ul style="list-style-type: none"> ● 化粧品事業戦略 ● ESG戦略 ● デジタル先端技術戦略 ● 経営監査室監査報告 ● 人財戦略 |
| 第4四半期 | <ul style="list-style-type: none"> ● 研究開発進捗報告 ● ESG戦略 ● 内部統制委員会活動報告 ● 政策保有株式状況報告 ● 自由討論 |

中長期戦略の議題では、複数の執行役員から発表がなされ、それに基づく活発な議論が行なわれました。

上記のほか、毎月、執行役員を兼務する取締役から執行報告および担当執行役員から経営会議審議事項の報告を行なっています。

監査役および監査役会

社外監査役には、監査に必要とされる会計財務や法律に関する高い専門性と見識、それを生かすことができる豊富な経験、およびプロフェッショナルとしての高い倫理観を有している公認会計士や弁護士を指名し、社内の事情に通じた常勤監査役による社内情報収集とあいまって、客観的かつ深い議論が可能になり、実効性のある監査を実現しています。

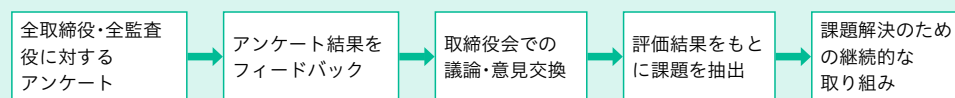
監査役は、代表取締役との定期的な意見交換会、取締役会・経営会議等の重要会議への出席、国内グループ会社の監査役との定例連絡会議のほか、内部監査部門および会計監査人との情報交換、さらに社内各部門および子会社などへのヒアリングを定期的および必要に応じて適時に行なっています。また、監査役は取締役会においては、業務や会計に関する適法性・妥当性の観点からの発言に加え、経営の戦略的な方向づけを含む経営者への助言を広く行なっています。

取締役会の実効性評価

少なくとも毎年1回、取締役会において評価を実施し、実効性を高めるための改善につなげています。取締役会の役割・責務は取締役会全体で共有する必要があるという考えの下、取締役会に参加している監査役を含めたメンバー全員が自ら意見を述べ、自由闊達な議論を行なうことによって評価を実施することが有効であると考えています。したがって、現時点では社外の第三者コンサルタントの起用はせず、取締役会参加メンバー自身による自己評価により実効性の評価を行なっています。

2019年度の評価では、2020年1月度取締役会における自己評価の意見交換に先立ち、取締役会全8名および監査役全5名に対しアンケートを実施し、結果を事前にフィードバックした上で取締役会において議論・意見交換を行ないました。

実効性評価プロセス



a 2018年度の実効性評価で指摘された課題への取り組み

2018年度の実効性評価で指摘された課題

1. 人材戦略については、グローバルに活躍できる人財をはじめ、多様な人財の発掘・育成が継続的な課題。10年後の当社グループのあるべき姿をふまえ、それを実践する人財像、その発掘や育成の方法についてはさらなる議論が必要。
2. 経営については、取締役会での議論を効果的に執行サイドにも共有し、また実際に執行をする人から直接意見を聞くなど、双方向のコミュニケーションを行なうことによって、取締役会をさらに活性化し、取締役会の議論を執行に生かしていくべき。
3. 法令遵守を実現するための内部統制については、統制体制の整備のみならず、体制がさらに有効に機能する適時・適切な運用を常に見直していくための監督を実行する。

上記の課題への取り組みに対する評価

1. 人材戦略に関する一定の議論はできており、課題の共通認識はできている。しかし、グローバル、若手人財の発掘と育成、社外からの人財の活用などの視点も含めて、将来の当社グループのあるべき姿をふまえた人財要件や育成計画についての議論をさらに深める必要がある。
2. 取締役会での議論は毎月の執行役員会で適切に報告されている一方で、毎月の取締役会で執行からの月次報告がなされるなど、双方向のコミュニケーションができています。特に、2019年度は将来を見据えた中長期戦略について複数の執行役員による発表、議論の機会があり、執行役員と直接意見交換ができたことでお互いの理解が深まった。今後も、執行サイドと直

接対話できる機会を設ける工夫をお願いしたい。

3. 法令遵守を実現するための内部統制については、体制は適切に構築されており、運用面においても悪い情報が取締役会に上がってくる件数やスピードが向上してきた。しかしながら、現場からタイムリーに経営陣に報告がなされていない事案があったことや、部門をまたがる連携に課題があったことなど、運用面ではさらなる改善が求められる。今後、起こった事象に対して、それが発生した背景や本質に関する議論も必要。

b コーポレートガバナンス・コードにおいて特に取締役会に期待されている下記1-3の視点での取り組みに対する評価

1. 企業戦略等の会社の大きな方向性に関する建設的な議論

取締役会では、花王はどのような会社でありたいかのビジョンを示した「花王ウェイ」が明確に共有された上で、社外役員からの意見も取り込みながら、経営戦略や経営計画について建設的かつ活発な議論ができています。特に2019年度はESG戦略について多くの時間を割いて議論を行ない、それが対外的な決意表明につながった。また技術イノベーションに関する多面的な議論が行なえた。2020度は次期中期経営計画の議論が取締役会の大きな役割となるが、その中で、グローバル戦略、M&A戦略、必要となる人材像についての議論を深めていく。

2. 経営陣幹部による適切なリスクテイクを支える環境整備

取締役会を構成するメンバーが、それぞれの持つ多様な見識に基づいて積極的かつ多角的に発言し、リスク面のチェックと積極的な推進を支える体制ができています。社外役員には、国内外の事業所の訪問や研究発表会の陪席により現場の情報を直接入手する機会が提供されているほか、取締役会では経営会議に陪席している取締役会議長（社外取締役）から議題の背景説明があることで議論の核心に入りやすい状況が形成されており、これらが取締役会メンバー間の議論を深め、経営陣の決定を後押しすることにもつながっている。

3. 独立した客観的な立場からの経営陣・取締役に対する実効性の高い監督

取締役会の運営は、非執行の独立社外取締役が務める取締役会議長の下、社内・社外の枠を超えて自由に意見を述べられる雰囲気と保たれている。また、執行の役割も担う社内取締役が社外役員の意見に真摯に耳を傾け、外部の視点を生かして経営しようとする姿勢を維持していることが執行を活性化している。取締役会は、専門領域、経験など多様性に富んだメンバーで構成されており、執行役員を兼務する社内取締役、豊富な知見をもつ独立社外取締役、詳細かつ具体的な社内情報を常に確保している常勤監査役、および多様な経験や高い専門性をもつ独立社外監査役の連携により、適時・確かな情報を前提として客観的な意見に基づいた実効性の高い監督が行なわれている。

c 取締役会の構成、運営状況、審議状況、会社からの支援

1. 構成: 多様な経験や見識を持つ社内外の役員によりバランスよく適切に構成されており、十分な意思疎通と活発な議論を行なえるコンパクトな規模である。2019年度は女性の取締役と監査役がそれぞれ選任されバランスも改善された。一方で、外国人、全社を横串で見る役割を担う取締役の登用・選任は今後の継続課題である。
2. 運営状況: 取締役会における充実した議論に資するため、取締役会の開催前に資料を配布し、議題の提案の背景、目的、その内容等について理解の促進が図られている。開催頻度も適切に設定されている。
3. 審議状況: 質疑や議論の時間を十分に確保するよう議事進行がなされており、自由闊達で建設的な議論・意見交換が活発に行なわれている。ただし取締役会の有用な議論を引き出すべく、よりメリハリをつけた審議時間配分やポイントをおさえた発表資料が求められる。
4. 会社からの支援: 役員向け講演会や国内外の事業場の訪問の機会、研究開発等の専門的な内容に関する情報が適宜提供されており、適切な支援が行なわれている。今後も継続的かつ定期的な支援が求められる。

d 取締役選任審査委員会および報酬諮問委員会の運営

両委員会ともに役割や権限は明確であり、適切なテーマが適切な時期に議論されている。また、議論の内容は取締役会に適切に共有されている。取締役選任審査委員会では次世代を担う人財に関し十分な議論が行なわれた。報酬諮問委員会では2020年度は次期中期経営計画を見据えた報酬体系の見直しについての議論が必要であるとの認識が共有された。

e 取締役会における今後の課題

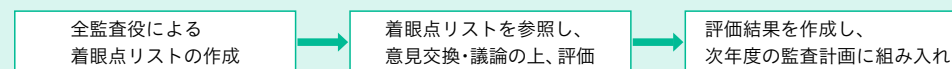
1. 取締役会では、中期経営計画や人財戦略、グローバル戦略、M&A戦略など、会社の大きな方向性に関する議論の時間を確保すべき。
2. 人財戦略については、尽きることなく、継続的に議論することが必要。将来の当社グループのあるべき姿や次期中期経営計画をふまえた人財要件や育成計画について、社外の意見も取り込みながら、さらに議論を深めることが必要。
3. 法令遵守を実現するための内部統制については、統制体制が全社的にさらに有効に機能するよう、運用が適正になされているかを常に監督しなければならない。

監査役会の実効性評価

監査役会においても、毎年1回監査の実効性についての評価を実施しています。

2019年度は、2020年2月に開催された監査役会において、「花王監査役・監査役会の実効性の自己評価」に関する着目視点リストも参照し、すべての監査役が2019年度の監査役の活動について自ら意見を述べ、それに基づき出席者間で議論し、評価を行ないました。これらの評価については、次年度の監査計画に組み入れることにより、取締役とも共有します。

実効性評価プロセス



2019年度は下記のとおり取締役会で報告を行ないました。

現況

- ・ 監査役は、取締役会に出席し、経営意思決定プロセスや内部統制環境の整備・運用状況等を監査し、必要により意見表明を行なっている。
- ・ 常勤監査役が、経営会議、内部統制委員会およびその関連の委員会などの重要会議に出席している。また、工場・研究所などへの往査、事業部門・機能部門に対するヒアリング、国内外の関係会社調査を積極的に実施しており、社外監査役に対してもこれに参加する機会が十分に提供されている。これらの監査活動を通じて得た所見・所感に基づき、監査役会として、当社および当社の重要な子会社の代表取締役との意見交換会並びに社外取締役との意見交換会を実施し、必要に応じて提言を行なった。
- ・ 監査役会では、それぞれの経験や専門性に基づいて、客観的な視点も取り入れながら忌憚ない意見交換ができており、総じて有効に機能している。
- ・ 取締役会においても、監査役会の活動を逐次発信する機会を持つことができている。

課題

事業環境の変化や事業拡大に適切かつ柔軟に対応するため、

- ・ 内部統制については、グローバルに整備・運用の両面から実効性と効率性が図れるよう積極的な提言を行なっていく。
- ・ グループガバナンスの観点から、子会社監査役がより有効に機能するための仕組みを強化していく。
- ・ 社会の監査役の活動に対する期待が高まる中、監査の進め方を継続的に検討していく。

取締役選任審査委員会、取締役・執行役員報酬諮問委員会

役員人事や役員報酬の決定における公正性・透明性を徹底するために、取締役選任審査委員会および取締役・執行役員報酬諮問委員会を任意に設置しています。

取締役選任審査委員会および取締役・執行役員報酬諮問委員会の議長は独立社外取締役が務め、両委員会においても毎年1回実効性評価を実施しています。

1. 取締役選任審査委員会

全社外取締役と全社外監査役で構成しています。本委員会は、社長執行役員を含む取締役候補者の適正性について審査を行ない、取締役に意見具申しています。さらに、取締役会の規模、構成や多様性、社長執行役員および取締役に必要な資質や能力についての議論を行ない、その審査結果についても取締役に報告しています。

2. 取締役・執行役員報酬諮問委員会

全代表取締役、全社外取締役および全社外監査役で構成しています。本委員会は、取締役および執行役員の報酬制度や報酬水準について審査・議論を行ない、取締役に意見具申しています。

取締役会、監査役会、委員会出席メンバー

◎は議長、○は出席メンバーを示しています。

| | 氏名 | 取締役会 | 監査役会 | 取締役選任審査委員会 | 取締役・執行役員報酬諮問委員会 |
|-----|--------|------|------|------------|-----------------|
| 取締役 | 澤田 道隆 | ○ | | | ○ |
| | 竹内 俊昭 | ○ | | | ○ |
| | 長谷部 佳宏 | ○ | | | ○ |
| | 松田 知春 | ○ | | | |
| | 門永 宗之助 | ◎ | | ◎ | ◎ |
| | 篠辺 修 | ○ | | ○ | ○ |
| | 向井 千秋 | ○ | | ○ | ○ |
| | 林 信秀 | ○ | | ○ | ○ |
| 監査役 | 藤居 勝也 | ○ | ◎ | | |
| | 青木 秀子 | ○ | ○ | | |
| | 天野 秀樹 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 岡 伸浩 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 仲澤 孝宏 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 計 | | 13名 | 5名 | 7名 | 10名 |

独立役員

経営判断が会社内部者の論理に偏ることがないよう、「花王株式会社社外役員の独立性に関する基準」(以下「独立基準」)を満たす適切な数の独立役員が花王の経営陣から独立した中立な立場で取締役会の審議状況等を牽制する体制としています。取締役8名中4名の社外取締役全員、監査役5名中3名の社外監査役全員が独立基準を満たしています。

現体制においては、取締役会の中立性、独立性をより高めるための方策として、独立社外取締役が取締役会議長を務めています。また、独立社外役員は、多様な視点での議論を図るために、取締役会の合間、また別の機会を設けて、独立社外役員だけの会合を自主的に開催し、花王の経営や取締役会の活動に関する課題、将来の経営陣幹部の育成等について、情報交換、認識の共有を図っています。



→社外取締役・社外監査役からのメッセージは以下をご覧ください

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/reports-fy2020j-all.pdf#page=72

→花王株式会社の社外役員の独立性に関する基準

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/about/pdf/governance_002.pdf

役員報酬制度

役員報酬は、(1)競争優位の構築と向上のため、多様で優秀な人財を獲得し、保持すること、(2)永続的な企業価値向上への重点的な取り組みを促進すること、(3)株主との利害の共有を図ることを目的としています。花王は、2017年度より社外取締役を除く取締役および執行役員を対象に、花王の中長期的な業績の向上と企業価値の向上への貢献意識を高めることを目的として、会社業績との連動性が高く、かつ透明性・客観性の高い役員報酬制度として業績連動型株式報酬制度を導入しました。

取締役および執行役員の報酬制度や報酬水準については、報酬諮問委員会において審査し、取締役会にて決定していません。業務執行から独立した立場である社外取締役の報酬は、月額固定報酬のみとしています。監査役の報酬については、月額固定報酬のみとし、報酬水準については監査役会にて決定しています。取締役および執行役員ならびに監査役の報酬水準については、毎年、外部調査機関による役員報酬調査データにて、花王と規模や業種・業態の類似する大手製造業の水準を確認した上で、決定しています。なお、取締役および監査役について、退職慰労金の制度はありません。

役員報酬制度の概要

| | 基本報酬 | 短期インセンティブ報酬 | | 長期インセンティブ報酬 | |
|-----------------------|------------------------------|---|--|--|--|
| | | 賞与 | | 業績連動型株式報酬 | |
| | | EVA連動部分 | 連結売上高・利益連動部分 | | |
| 付与方法 | 役割と役位に応じて金額を決定し、月額固定報酬として支給。 | 単年度の目標に対する達成度に応じて賞与額を決定し、支給。 | | 中期経営計画の対象となる4事業年度内に花王の株式等を交付。 ●「固定部分」: 毎年、一定数の株式等を交付 ●「業績連動部分」: 中期経営計画の目標達成度に応じて中期経営計画終了後に、株式等を交付 構成割合は業績連動部分: 固定部分=70%:30%と設定。 | |
| 期間 業績評価 | — | 1年 | | 4年 (2017~2020年度) | |
| 評価指標 | — | ● EVA® | ● 連結売上高 ● 利益 (売上総利益から販売費および一般管理費を控除した利益) | ● 実質売上高CAGR (年平均成長率) ● 営業利益率 | ● Ethisphere® Instituteの評価 (「World's Most Ethical Companies®」)* |
| 評価基準 | — | 目標達成度 | 目標達成度 前年改善度 | 目標達成度 | 選出回数 |
| の係数 決定 ／ 支給率 | — | 支給率は、各指標の達成度に応じて0~200%の範囲で決定。 | | 業績連動部分の係数は、各指標の達成度に応じて0~200%の範囲で決定。 | |
| 報酬の 構成割合 | — | 支給率が100%のときの役位別の賞与額 ● 社長執行役員: 基本報酬の50% ● 役付執行役員: 基本報酬の40% (社長執行役員を除く) ● その他の執行役員: 基本報酬の30% | | 業績連動係数が100%のときの1事業年度当たりの株式報酬額 ● 各役位の基本報酬の40%~50%程度 | |
| 支給対象 | ● 取締役 ● 執行役員 ● 監査役 | ● 取締役 (社外取締役除く) ● 執行役員 | | ● 取締役 (社外取締役除く) ● 執行役員 | |

※「World's Most Ethical Companies®」「Ethisphere」の名称およびロゴは、Ethisphere LLCの登録商標です。

コーポレート・ガバナンス 102-35,102-36,102-37

2019年度の役員報酬

| 区分 | 員数(名) | 報酬等の総額 (百万円) | 報酬等の種類別の額(百万円) | | |
|---------------------------|-------|-----------------|----------------|-------|---------------|
| | | | 基本報酬 | 賞与 | 業績連動型 株式報酬 |
| 取締役 (うち社外取締役) | 10(5) | 404(71) | 264(71) | 35(-) | 105(-) |
| 監査役 (うち社外監査役) | 6(3) | 78(30) | 78(30) | 0(-) | 0(-) |
| 合計 (うち社外取締役・ 社外監査役) | 16(8) | 482(101) | 342(101) | 35(-) | 105(-) |

※ 上記の員数には、2019年3月26日開催の第113期定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名、社外取締役1名および監査役1名が含まれています。

2019年度役員ごとの報酬

| 氏名(役員区分) | 報酬等の総額 (百万円) | 報酬等の種類別の額(百万円) | | |
|------------|-----------------|----------------|----|---------------|
| | | 基本報酬 | 賞与 | 業績連動型 株式報酬 |
| 澤田 道隆(取締役) | 133 | 82 | 16 | 35 |

※ 報酬等の総額が1億円以上の者に限定して記載しています。

リスクと危機の管理 102-15,103-1

事業活動全般にわたり生じ得るさまざまなリスクに対して、リスクの顕在化の防止と、リスクが顕在化した場合にも被害・損害を最小化するために、事業環境の変化に適切かつ迅速に対応できるリスクと危機の管理を進めています。

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

海洋プラスチックごみ等の廃棄物の問題、気候変動、水資源の枯渇、原材料調達に関する環境や人権の問題、そして、高齢化社会の進行や衛生等の社会的課題の増大は、生活者の環境や健康等に対する意識を高め、エシカル消費の潮流や、サステナビリティに対する顧客ニーズの高まりをもたらしています。

また、企業におけるコンプライアンスの推進、製品・サービスの安全・安心の確保、情報管理の徹底、人権への配慮、ダイバーシティの尊重、適時適切な情報開示などに対するステークホルダーからの期待・要請は一層の高まりを見せています。

花王が提供する価値

花王は、事業戦略に ESG 視点を融合させた「Kirei Lifestyle Plan」(KLP)の下で、原材料の調達から生産、使用、廃棄に至るあらゆる段階での技術革新によるイノベーションを推進しています。そして、花王社員全員がその目的や内容を正しく理解し、それぞれの役割と責任を果たすためのKLP推進活動を通じて、社会のサステナビリティへの貢献をめざしています。

リスクと危機の管理はこの取り組みを支える重要な役割を担っており、経営上重要なリスクに対して優先的に対応策を講じることで、生活者、顧客、取引先等のステークホルダーとの信頼関係を維持し、よりよい製品・サービスを継続的に提供することが可能となります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

花王の事業環境は、市場競争の激化や市場構造の変化、原材料市況や為替の変動など不透明な状況が続いています。生活者の環境や健康などに関する意識の変化やそれに伴う購買意識の変化、さらには高齢化社会の進行や衛生等の社会的課題も増大しています。また、事業がグローバルに拡大し、さまざまな分野で構造的変化が進む中、事業を取り巻くリスクの変化に迅速かつ適切に対応する必要があります。

花王は、持続的な利益ある成長と事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与えるリスクとして特に重要な13の主要リスク(右表参照)を、リスク・危機管理委員会、経営会議の審議の下で選定しています。

主要リスクの内容

| 主要リスク | 内容 |
|------------------------|---|
| 1. 社会的課題への対応に関するリスク | ・社会的課題に関する生活者の意識や顧客ニーズの変化に対して、適切な製品やサービスを提供できないリスク ・社会的課題への取り組みが不十分と見なされるリスク |
| 2. 流通環境の変化に関するリスク | ・流通環境の変化に対して、適切な販売活動ができないリスク ・製品を適時適切に運ばず、健全なサプライチェーンを構築できないリスク |
| 3. アジア事業に関するリスク | ・事業計画に大幅な遅れが生じるリスク |
| 4. 事業投資に関するリスク | ・設備投資、M&Aに対して、業績計画との乖離により期待されるキャッシュ・フローが生み出せないリスク |
| 5. 製品品質に関するリスク | ・重大な製品事故や、製品に対する安全性や環境問題への懸念が生じるリスク |
| 6. 大地震・自然災害・事故等に関するリスク | ・工場周辺地域に影響する大きな事故の発生リスク ・市場への製品供給に支障が生じるリスク |
| 7. 情報セキュリティに関するリスク | ・機密情報・個人情報が漏洩するリスク ・サプライチェーンなどの事業活動が一時的に中断するリスク |
| 8. レピュテーションに関するリスク | ・広告等における不適切な表現等がSNSを通じて拡散するリスク ・事業活動やブランドイメージ等への批判的な評価や誤った情報が拡散するリスク |
| 9. 原材料調達に関するリスク | ・原材料の市場価格に急激な変動が生じるリスク ・原材料の安定調達に関するリスク ・持続可能な責任ある調達への取り組みが不十分と見なされるリスク |
| 10. 為替変動に関するリスク | ・機能通貨である円に対して外貨の為替変動が想定以上となるリスク |
| 11. コンプライアンスに関するリスク | ・グループ会社、委託先等で重大なコンプライアンス違反が生じるリスク |
| 12. 人材確保に関するリスク | ・高度な専門性を持つ人材や、変化を先導するリーダーの確保・育成・配置が計画的に推進できないリスク |
| 13. 訴訟提起に関するリスク | ・訴訟動向の不確実性によるリスク |

リスクと危機の管理 102-12,102-29,102-30,102-43,103-1,404-2

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

社会的課題や経営環境の変化に対して、経営上重要な主要リスクの明確化と対応を強化することで、持続的な利益ある成長と事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献の実現を支えます。

貢献するSDGs



方針

花王は、経営目標の達成や事業活動に悪影響を与える可能性を「リスク」、この「リスク」が顕在化することを「危機」とし、「リスクおよび危機管理に関する基本方針」に示された対応の優先順位(1. 人命尊重、2. 環境保護、3. 操業維持、4. 資産保持)に基づいて、リスク・危機管理委員会が、リスクと危機の管理体制と活動方針を定めています。花王の各部門、子会社、関連会社は、この活動方針に基づいて、リスクを把握、評価し、対応策を策定、実行することでリスクを管理しています。また、危機発生時には、緊急事態のレベルに応じた対策組織を立ち上げ、迅速かつ適切に対応することで被害、損害の最小化を図ります。

教育と浸透

リスク管理体制と活動方針の周知

リスク・危機管理委員会で決められた主要リスクの管理体制と活動方針は、委員会事務局から花王の各部門、子会社、関連会社に周知しています。また、各部門、子会社に対してリスク調査を実施し、定期的に重要リスクの洗い出しと、対応策の策定と見直しを推進し、リスク管理の定着を図っています。

リスク調査

各部門、子会社に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査を実施し、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しを進めています。また、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、全社リスクとして対応の強化を図っています。調査結果は各部門、子会社にフィードバックし、組織と社員のリスク管理能力の改善・強化に努めています。

リスク情報の提供

社員に対して、リスクが顕在化した際の連絡網や対応体制を示すとともに、海外安全、感染症、情報セキュリティなどに関して、定期的または必要に応じて情報提供や注意喚起を行ない、危機意識を高めています。また、リスクの理解と危機発生時に適切かつ迅速に対応できるように、社内ポータルサイトにて「危機管理通信」を月1回掲載し、レピュテーションリスク、テロ、大地震、パンデミックなどへの対応、ソーシャルメディア使用時の注意点などの情報を提供することで、リスクカルチャーの醸成を図っています。

さらに、社外取締役を含む全取締役に対して、年1回以上

の頻度で社内もしくは外部講師によるリスク教育を実施しています。

危機対応訓練

緊急事態対応訓練、総合防災訓練、安否確認訓練、BCP訓練、メディアトレーニング、リスクコミュニケーション訓練などを、定期的実施しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

大地震、台風、洪水などの災害発生時に、被災地への支援物資の提供や、必要とされる製品供給を継続するために、サプライヤー、委託先、顧客、工業会、行政などのステークホルダーと、平時から連携を進めています。

また、コンプライアンスを推進し、製品の安全性・品質を高め、環境、人権等の社会的課題への責任を果たすためには、サプライヤー、委託先との一層の連携が必要になります。



→支援物資については「社会貢献活動／具体的な取り組み：災害支援：その他の災害支援」

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=88

→保安防災活動・BCPについては「保安防災／体制」

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=95

リスクと危機の管理 102-15,102-29,102-30,102-33,103-2

体制

リスクと危機の管理は、リスク・危機管理委員会(年4回)で、管理体制と活動方針を定めています。花王の各部門、子会社、関連会社は、この活動方針に基づいて、リスクを把握、評価し、対応策を策定、実行することでリスクを管理しています。また、委員会の下部組織として、リスク・危機管理推進会議(月1回)を設け、委員会への提案事項の議論や、委員会決定事項の推進を行なっています。

花王では、持続的な利益ある成長と、事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与える、特に重要な13の主要リスクを、リスク・危機管理委員会、経営会議の審議の下で選定しています。そして、これら主要リスクの中で、経営への影響が特に大きく、対応の強化が必要なリスクを「コーポレートリスク」と定めて、年1回、社内外のリスク分析と経営陣へのヒアリングを基に、経営会議でリスクテーマと各テーマ対応の責任者(執行役員)の見直しを行ない、リスク・危機管理委員会で進捗管理をしています。

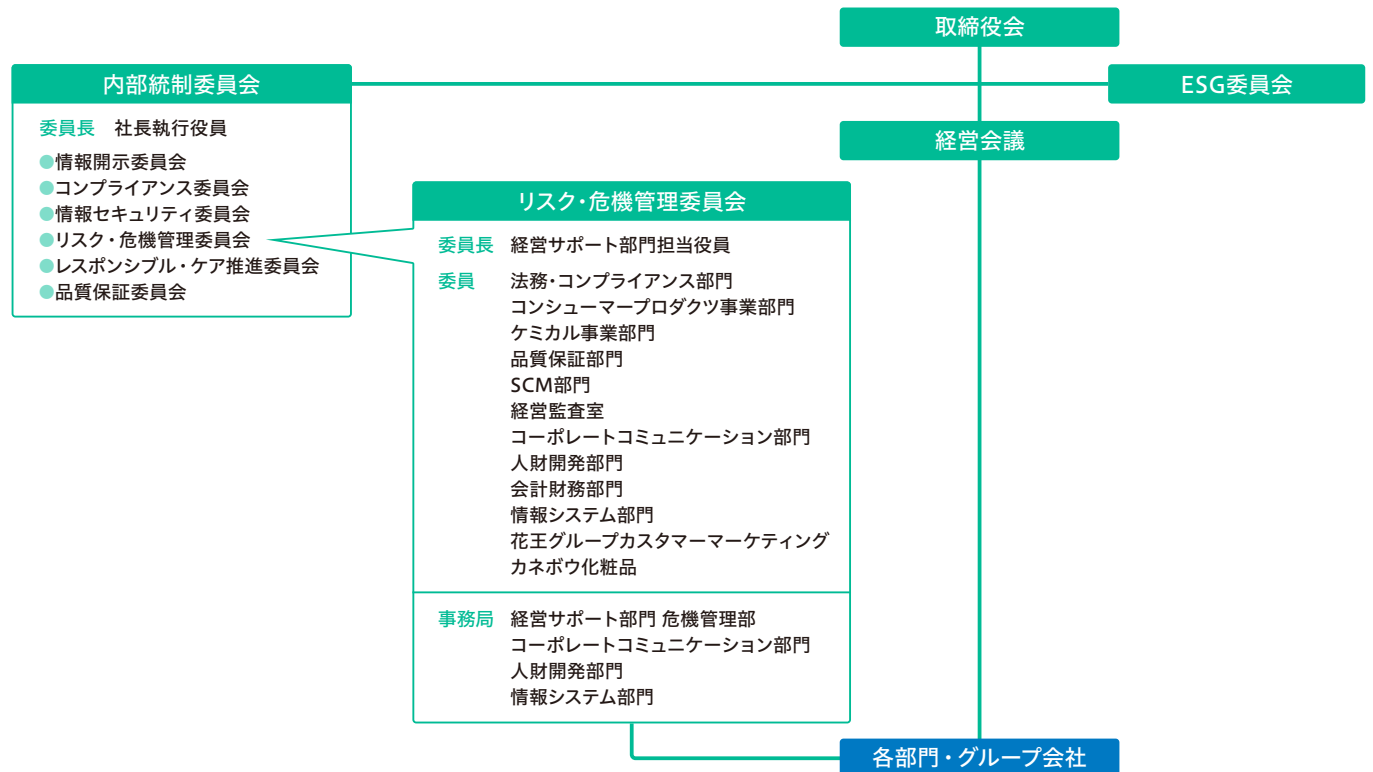
一方、危機発生時には、コーポレートリスクについてはその責任者が、その他リスクについては所管する部門または子会社、関連会社を中心となって対応組織を立ち上げます。さらに、グループ全体への影響の重大さに応じて、代表取締役社長執行役員などを本部長とする対策本部を設置し、被害、損害をできるかぎり小さくするために迅速に対応します。

事業から独立した危機管理部は、花王グループのリスクと危機の管理を推進し、改善提案を行なうとともに、新たなリスク、所管の不明確なリスクを発見し、対応方針の策

定を行ないます。危機管理部長はリスク・危機管理委員会の事務局長を担い、定期的(年1回)および適時、経営会議および取締役会に、リスクと危機の管理活動を報告しています。リスクと危機の管理プロセスの有効性については、内部統制委員会で確認しています。

リスクと危機の管理を担当する執行役員ならびに危機管理部の実績評価は、前記活動に対する目標達成度が反映されます。また、主要リスク、コーポレートリスク担当の執行役員および所管部門の実績評価にも、取り組みの目標達成度が反映されます。

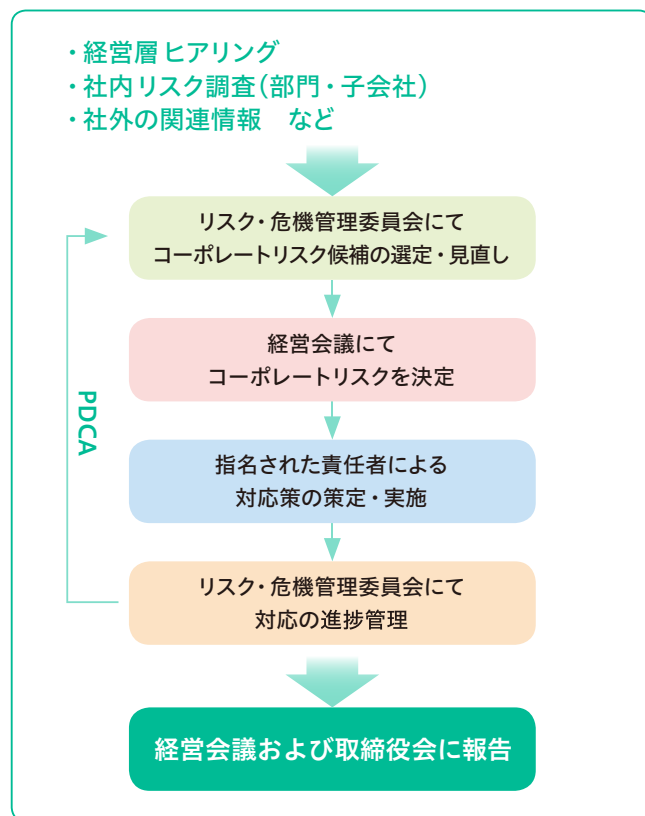
リスクと危機の管理体制



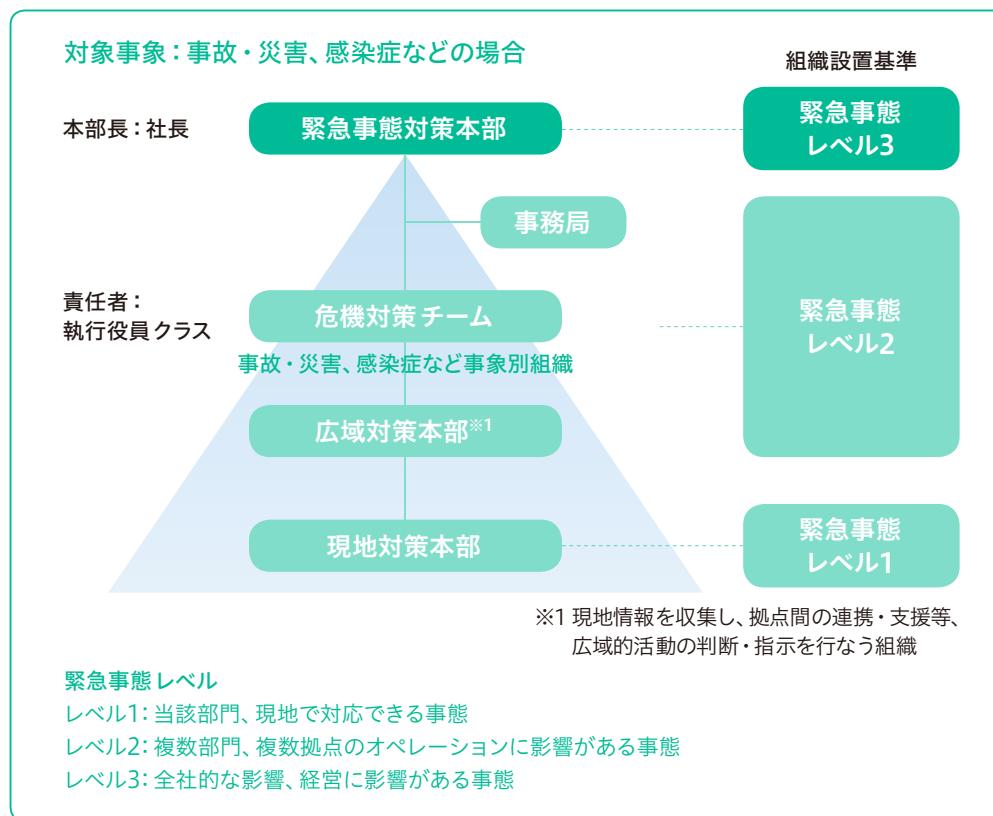
※2019年12月現在

リスクと危機の管理 102-15,102-20,102-29,102-30,102-33,103-1,103-2,103-3

コーポレートリスクの運営



危機発生時の体制(一例)*



* 危機発生時の体制

花王では、発生事象の花王に及ぼす影響の重大さから、危機対策チームの責任者が緊急事態レベルを評価し(事故・災害、感染症などの事象発生時にはレベル1~3で評価)、レベルに応じた組織を設置して発生事象に対応します。

中長期目標と実績

中長期目標

次の基本戦略を実行することで、世界レベルと評価されるリスクと危機の管理体制の構築をめざします。

- ・ 主要リスクの明確化と対応の強化
- ・ 「利益ある成長」に影響を及ぼす戦略リスクへの対応
- ・ リスク顕在化時の適切かつ迅速な対応

※ 主要リスク: 持続的な利益ある成長と、事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与えるリスクとして特に重要なリスク

2019年の主な重点取り組み

- ・ コーポレートリスク対応の実践力強化
- ・ 海外拠点の重要リスク対応の実践力強化
- ・ 現場および事業環境に潜むリスクの経営への見える化
- ・ 台風・豪雨対応の体制整備による対応力強化
- ・ リスクに対する社員の意識、感度の向上 など

2019年の実績

実績

主要リスクの選定

花王の持続的な利益ある成長と、事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与えるリスクとして、特に重要な13の主要リスクを、リスク・危機管理委員会、経営会議の審議の下で選定しました(P11参照)。

この主要リスクの内容と主な取り組みは、第114期有価証券報告書において「事業等のリスク」として開示しています。

コーポレートリスク対応の実践力強化

各テーマの進捗状況、社内外のリスク分析、経営陣へのヒアリングを基に、コーポレートリスク12テーマのうち5テーマを主管部門等の管理に移行し、新たに1テーマを加えることを経営会議で決定しました。

2020年は8テーマのコーポレートリスクを、リスク・危機管理委員会で推進します。また、移行したテーマの一部も引き続き、リスク・危機管理委員会がフォローしていきます。

2019年に推進した主なコーポレートリスクのテーマと対応は右のとおりです。

2019年度コーポレートリスクの主なテーマと取り組み

| テーマ | リスク内容 | 主な取り組み |
|------------------|--|--|
| 流通環境の変化 | 流通環境の変化に対して適切な販売活動が展開できないリスク | グローバルで展開するデジタル・プラットフォームとのコラボレーションに向けた活動を推進しました。 |
| アジア事業に関するリスク | アジア事業の計画に大幅な遅れが生じるリスク | アジア各国の法規制強化に早期に対応するための体制強化を重要テーマのひとつとして進めました。 |
| 製品の品質問題への対応 | 重大品質問題の発生で会社の信用が低下するリスク | 重大品質問題発生時の対応と発生防止のための社内啓発等の強化を進めています。 |
| 大地震・自然災害 | 大地震・自然災害により市場への製品供給に支障をきたすリスク | 気候変動に伴う大型台風、洪水などの自然災害に対して、ハード面、ソフト面の対策の強化を行ないました。また、大地震に対する緊急事態対応訓練、BCP訓練を通して、対応の強化を進めました。 |
| パンデミック | 新型インフルエンザ等のパンデミックによる事業停止のリスク | 感染拡大に対して、グローバルで迅速に対応できる体制を再構築し、人命第一に発症者対応などの詳細な行動計画の作成と準備を進めました。 |
| 個人情報保護 | サイバー攻撃を含む意図的な行為や過失等により個人情報流出するリスク | インシデント発生時の対応フローの作成や訓練を実施し、また、グローバルで情報セキュリティと個人情報保護の体制強化を進めています。 |
| レピュテーションリスク | 当社グループへの批判的な評価や評判が広まることで、ブランド価値や信用が低下するリスク | 外部情報のモニタリング体制を整えて、レピュテーションリスク発生時の緊急対応体制の強化を進めています。 |
| デジタルメディア活用に伴うリスク | デジタルメディア活用に関する重要リスク | 広告等での不適切表現や、ステルスマーケティングなどのレピュテーションリスクにつながるリスクに対して、ガイドラインの制定や社内教育等を進めています。 |
| 為替変動 | 為替の変動に関するリスク | 為替変動リスクの構造と対応を検証し、今後の対応の方向性を確認しました。 |

海外拠点の重要リスク対応の実践力強化

海外子会社のリスク管理については、各社マネジメント層が自社の重要リスクを選定し、対応策を検討・実行しています。2019年は、各社のリスク管理とコーポレートリスクおよび日本の主管部門の活動を連携させることで、海外子会社のリスク管理の強化とPDCAの定着を図りました。

現場および事業環境に潜むリスクの経営への見える化

現場に潜む隠れたリスクや新しいリスクを洗い出すために、毎年実施しているリスク調査を次のように深化させました。

- ・外部環境の変化がどのように事業活動に影響を与えるか、事例をあげ提示
- ・社内外で実際に発生したリスク事例等を参考に、より具体的なシナリオを作成し提示

リスク調査の結果を分析し、明らかになったリスクを経営陣に報告し、対策が実施できる体制を構築しました。

台風・豪雨対応の体制整備による対応力強化

近年増加している大型台風、洪水などの自然災害への対応強化を行ない、大地震同様に、安否、被害集計判断基準の明確化、規程化を進めました。また、気象状況や拠点周辺の災害状況をリアルタイムで把握するシステム、災害時に対策チームや関係者間での迅速な情報交換を図るためのポータルサイトの活用などのITシステムの導入を図りました。

リスクに対する社員の意識、感度の向上

各部門のリスク・危機管理担当者を通じ、社内外のリスク危機管理の情報や活動を共有するとともに、社内ポータルサイトを用いて、社員の危機意識向上への活動を継続しています。

具体的には顕在化したリスクへの注意喚起だけでなく、リスクに関する正しい理解と危機発生時に適切かつ迅速に対応できることを目的に、「危機管理通信」を月1回掲載し、大地震、火山災害、製品品質、社員安全、危機管理広報などの情報を提供しました。

2019年の主な訓練

- ・総合防災訓練(グローバルの主要工場で実施)
- ・大地震を想定した緊急事態対応訓練、BCP訓練(日本2回実施)
- ・大地震を想定した安否確認訓練(日本2回実施)
- ・リスクコミュニケーション訓練(海外拠点)
- ・海外拠点から日本本社への緊急時通報訓練(海外25拠点にて実施)
- ・メディアトレーニング、リスクコミュニケーション研修(日本1回)
- ・危険地域出張者訓練(日本1回)
- ・セキュリティアセスメント(海外拠点)

危機対応の実績

- ・自然災害に対して対象エリアの従業員、拠点に対しての安否と被害状況確認、自治体の要請による支援物資の提供を実施しました。(佐賀・福岡・長崎豪雨(8月)、洪水、台風15号、台風19号など)

実績に対する考察

期首に計画した活動の着実な実施は、社員のリスクに対する意識の醸成と対応力の向上につながり、実際に発生した自然災害に対しても迅速に対応することができました。また、訓練での課題や追加された想定を翌年の訓練(ストレステスト、BCPの深化)に反映することになりました。

日々の安全確保と環境保全を図るため、化学に携わる企業の自主管理活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」に取り組んでいます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

製品の安定供給や品質・安全性の確保、安全で衛生的な労働環境の提供および事業活動による環境負荷の低減は、国内外に拠点を設け、幅広い産業界に多種多様な素材・製品・システムを提供するケミカル事業を有する企業として、果たすべき重要な社会的責任です。

花王が提供する価値

化学産業界の自主的な環境・安全・健康を確保する活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」を推進することで、倫理的な観点からも社会との信頼関係の構築を通じた持続可能な社会づくりをめざしています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

RC活動の基本項目一つひとつが化学産業界にとって重要活動であるため、一つでも欠けると社会的レピュテーションが毀損されます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

企業の自主的な活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」を推進することで、地域との強い信頼関係が構築されることは、ステークホルダーの花王製品や会社への信頼につながります。

貢献するSDGs



方針

化学品の製造・販売・流通等に関わる花王は、製品のライフサイクル(製品の開発・製造から使用・消費・リサイクル・廃棄に至るまで)において、環境・健康・安全を確保し、その取り組みを継続的に改善し、生活の質の向上と持続可能な社会の実現に貢献することにより、社会からの信頼の向上に努めています。

この目的達成のため、「環境・安全の基本理念と基本方針」を定めるとともに、「花王レスポンシブル・ケア方針」を定め、事業活動を行なっています。

花王は1995年の日本レスポンシブル・ケア協議会設立当初から「RC活動」に参加しており、2008年には当時の尾崎社長が「RC世界憲章」の支持宣言書に、さらに2014年には澤田社長が改訂された「RC世界憲章」にそれぞれ署名を行ない、RC活動を花王全体で推進していくことをコミットしています。

化学産業界の「環境・健康・安全」に関する「レスポンシブル・ケア(RC)活動」の基本項目※の考え方に則った「花王レスポンシブル・ケア方針」を定め、協力会社を含めた花王全体で毎年目標を策定し、年間計画に基づいた活動を継続的に行なっています。

※「レスポンシブル・ケア(RC)活動」の基本項目:「環境保全」「保安防災」「労働安全衛生」「化学品・製品安全」「物流安全」の5つの推進項目と「社会とのコミュニケーション」



→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

レスポンシブル・ケア活動 102-20,102-43,103-2,403-5(労働安全衛生2018),404-2

教育と浸透

製品のライフサイクルにおける環境・健康・安全を確保する「RC活動」の理念やその方針は、花王全社員のみならず協力会社とも共有する必要があります。そのためRC推進委員会事務局や各推進部門のRC担当者は、社員や協力会社の社員を対象に、環境や労働安全衛生活動などのRC活動やその方針に関する教育を定期的実施しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

花王グループ各社はRC活動の基本項目の一つである「社会とのコミュニケーション」に基づき、環境・健康・安全に関わる方針や活動状況を積極的に開示し、消費者・顧客、従業員、地域社会等とコミュニケーションを積極的に行ない、すべてのステークホルダーの支持と信頼を得るよう努めます。

体制

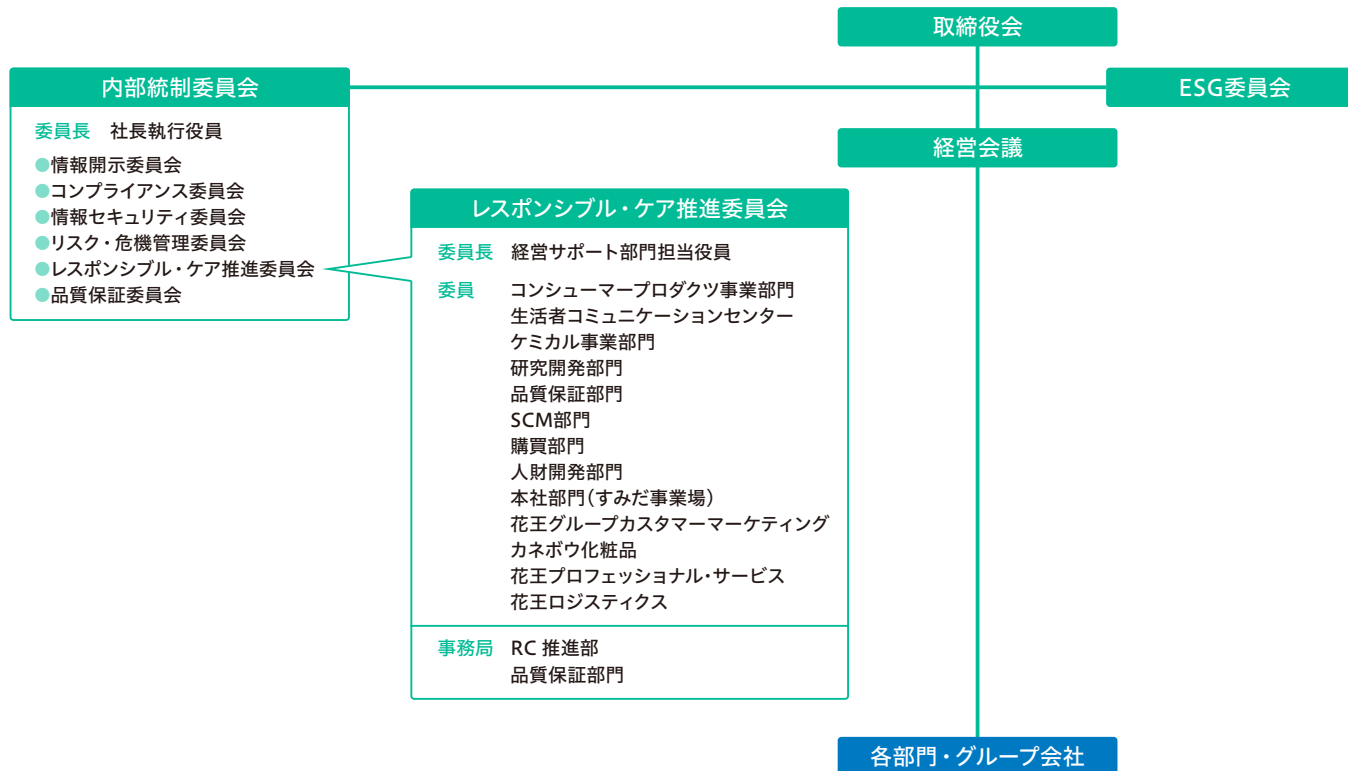
レスポンシブル・ケア推進委員会は、社長が委員長を務める内部統制委員会内の一委員会として位置づけられており、四半期に一度、内部統制委員会に報告を行なっています。内部統制委員会は取締役会へ傘下の委員会の活動報告をまとめて行ないます。レスポンシブル・ケア推進委員会の委員長は部門統括(常務執行役員)が務め、日本国内の8つの推進部門※の代表に加え、4部門の代表と品質保証部門の担

当を加えた委員14人で構成しており、毎年1回開催しています。事務局はRC推進部と品質保証部門が務めています。

花王(株)を含む花王グループ内各ケミカル会社は、各国の化学工業会に参画しRC活動を推進しています。

※8推進部門:本社部門(茅場町事業場)、本社部門(すみだ事業場)、ケミカル事業部門、花王プロフェッショナル・サービス部門、研究開発部門、SCM部門、販売部門、花王ロジスティクス部門

レスポンシブル・ケア推進体制



→コーポレート・ガバナンス
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=2

※2019年12月現在

レスポンシブル・ケア活動 103-2,103-3,403-5(労働安全衛生2018)

中長期目標と実績

花王は2030年にグローバルでトップレベルの安全確保と環境保全を満たす企業になるべく、日々のRC活動を推進しています。

この目標を達成するために、現在のRC活動のさらなるレベルアップ、および活動範囲の拡大、マネジメントシステムの向上をめざしていきます。

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

事業活動が正常に行なわれ、安定した商品供給が行なわれるとともに、不要な経費の発生が抑えられます。

社会的インパクト

事業活動地域において環境負荷の低減、衛生状況の改善、社会への還元が行なわれ、その結果、地域住民を含むステークホルダーの生活レベル(QOL)の向上に貢献できます。

2019年の実績

実績

2019年は9月20日に「花王グループRC推進委員会」、11月5・6日に「グローバルRCミーティング」、12月3日に「日本RCミーティング」をそれぞれ開催しました。

7月～8月にかけて「RC事務局監査」を日本およびグローバルの各会社、推進部門に対し実施しました。

またRC事務局監査の一環として、RC推進委員会事務局はいくつかの推進部門の自己点検に立ち会い、規程等に基づきRC自己点検が適切に実施されているか同行し確認しています。2019年は7月に実施されたSCM部門の安全防災部会監査、4月・5月・6月・8月に実施された花王ロジスティクス部門のRCパトロールに、RC推進委員会事務局が立ち会いました。



→詳細は

P20「具体的な取り組み:RC活動の標準化」

P22「具体的な取り組み:RC事務局監査実施状況」

P23「具体的な取り組み:安全意識アンケートの実施」

実績に対する考察

環境では廃棄物目標が、安全では全項目が未達となりましたが、2020年も当初目標を維持し、推進します。

具体的な取り組み

RC活動の標準化

日本国内の8推進部門およびすべての海外関係会社は、RC推進委員会で決定された花王RC目標をもとに、それぞれの業務内容や業種・業態に応じた活動計画を立案し、以下のようなサイクルでRC活動を推進しています。

毎年9月に開催する「花王グループRC推進委員会」では、活動方針の徹底やマネジメント体制の強化に関する施策を討議するほか、花王グループの中期目標と8月に行なうRC事務局監査の結果をもとに、次年の数値目標と活動目標を審議します。

10月～11月に開催する「グローバルRCミーティング」では、RC推進委員会事務局から「花王グループRC推進委員会」で決められた花王グループの中期および次年目標の説明を行ない、各社に次年の目標と計画の策定を依頼します。各社からはRC活動状況が発表され、グループ間での情報の共有を図ります。

12月に開催する「日本RCミーティング」では、「花王グループRC推進委員会」で決められた花王グループの数値目標と活動目標をもとに、各推進部門のRC推進委員が次年の計画案を発表し、審議します。この会議で承認された内容は、RC推進委員が各推進部門に持ち帰り、推進部門ごと

により細かく設けた活動ユニットへ伝えることで、現場に密着した活動の継続的な改善・レベルアップを図っています。

2019年は、9月20日に「花王グループRC推進委員会」を開催しました。事務局からは2019年のRC目標に対する花王グループ全体の上半期の実績やRC事務局監査結果を報告しました。また、推進部門から各部門の推進活動状況が発表され、最後に審議事項として、2020年の花王グループRC目標が承認されました。

11月5・6日には「グローバルRCミーティング」を本社で開催し、日本以外では15のグループ会社から18人が参加しました。会議では花王グループのRC活動方針の理解を深め、2020年の目標の確認を行なうとともに、RC活動の活性化とレベルアップを目的に各社のRC活動の状況確認とアドバイス、強み弱みの理解、ベストプラクティスの共有、グローバルRCメンバーのコミュニケーション強化を図りました。

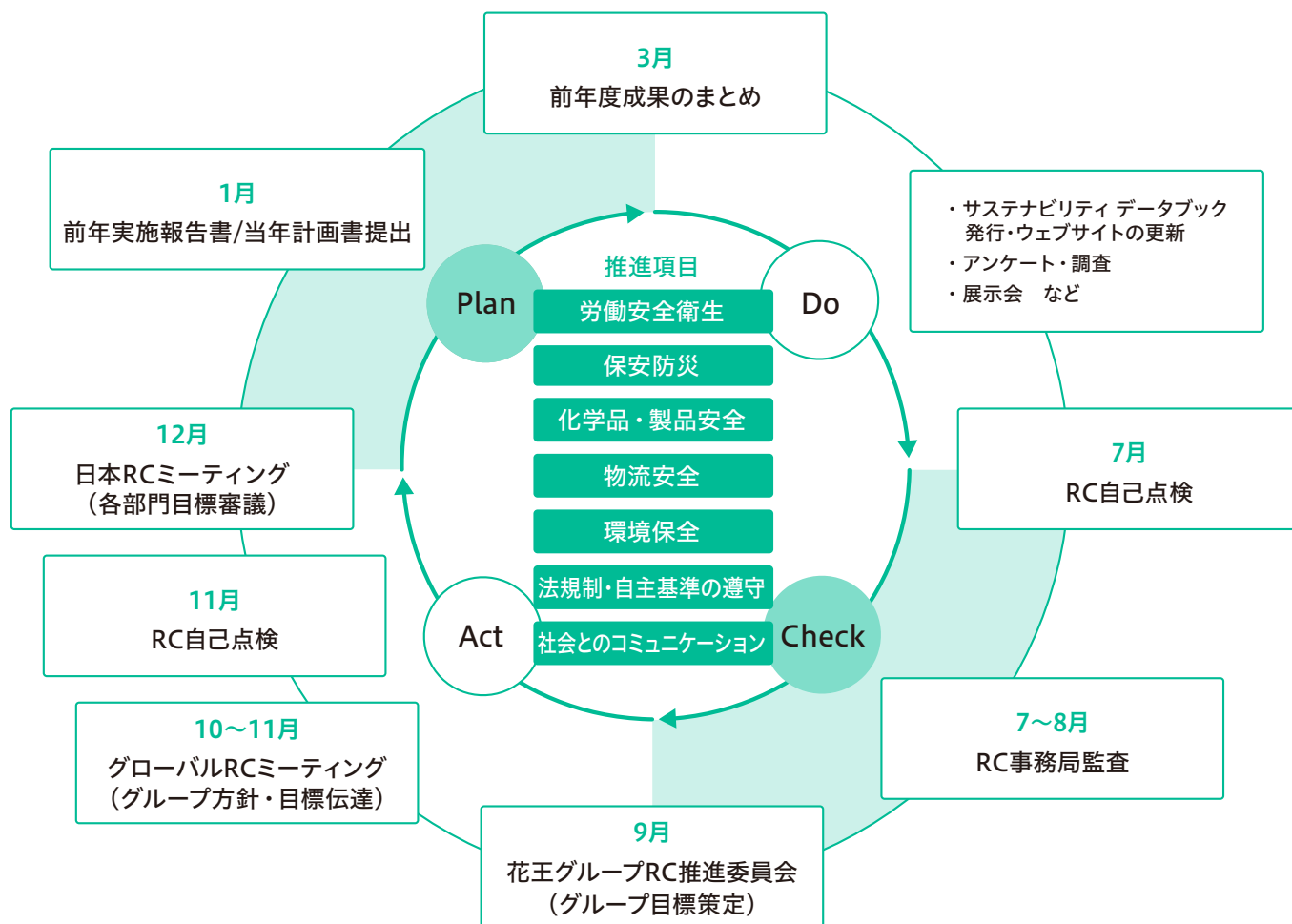
12月3日の「日本RCミーティング」では、各推進部門のRC推進委員が2020年の自部門の計画案を発表し、審議・承認されました。また事務局から2019年の環境および安全の実績報告を行ないました。



グローバルRCミーティング

レスポンスブル・ケア活動 403-1 (労働安全衛生2018)

RC活動の年間サイクル



環境・安全データベースを活用

花王は、環境負荷の低減や労働災害・事故発生数の低減を図るための環境・安全データベースである「環知安システム」※を構築して運用しています。

このシステムでは、花王全体の温室効果ガスの排出量や労働災害の発生度数率・強度率などを自動算出することができ、環境負荷低減や労働災害防止に活用しています。

グループでより効率的に環境・安全データを利用するために、新しいシステムへの移行を検討中で、現在情報システム部門とともに具体的なシステムの検討を行なっています。

※ 環知安システム

エネルギー使用量、温室効果ガス排出量、ばい煙排出量、水使用量、排水量、排水濃度測定結果、土壌・地下水測定結果、PRTR法対象化学物質の取扱量および排出量・移動量、廃棄物等の発生量・排出量・最終埋処分量、労働災害統計、交通事故統計など、多様なデータを共有している。

レスポンシブル・ケア活動 103-2,103-3,403-2(労働安全衛生2018)

RC事務局監査実施状況

花王は、RC活動の進捗状況や課題を把握するために、7月に各推進部門が活動ユニットに対してRC自己点検を、8月にRC推進委員会事務局より選出された監査チームが、日本の各推進部門および海外グループ会社に対して監査を実施しています。

また、これらの結果を9月の「花王グループRC推進委員会」および11月の「グローバルRCミーティング」で報告するとともに、翌年の数値目標や活動目標の策定に活かしています。

なお本監査は全社規程(B-02-00「レスポンシブル・ケア事務局監査規程」)に基づき実施されるもので、監査に用いるチェックシートの設問ごとに実施状況(実施の有無、実施率)を点数付けすることで評価します。

2019年は7月から8月にかけて、日本の8推進部門、海外

は安全と環境面の影響度を配慮して工場を持つグループ会社19社*に対して、チェックシートを用いてRC事務局監査を実施しました。2018年よりチェックシートの監査範囲を従来のものから拡大し、より高度な活動の推進状況を確認しています。

また2019年は廃棄物に関する法令の遵守状況および管理体制等について、別途チェックシートを作成し監査を実施しました。

日本については、各推進部門と対面で法的要求事項・基準等の遵守状況、計画の進捗状況や数値目標の達成状況などを確認しました。海外については、法令遵守体制を確認するチェックシートを送付し、その回答結果について書類監査を実施しました。あわせて今回の監査で2018年の監査時の指

摘事項についてはすべて対応済みであることも確認しました。

2019年のRC事務局監査の結果について、日本では全8推進部門で評価平均点が4.5点以上を獲得しRC推進体制が整ってきたことが確認できましたが、継続観察が必要な項目としてマネジメントシステムおよび労働安全に関する指摘が多く見られたため、さらなるレベルアップを依頼しました。海外では多くの会社で2018年より評価点数の改善が見られました(下表参照)。

※上海花王、花王(合肥)、上海花王化学、花王(上海)化工、花王葫芦島鑄造材料、花王(台湾)、花王(ベトナム)、ピリピナス花王、花王インダストリアル(タイランド)、ファティケミカル(マレーシア)、花王(インドネシア)、花王インドネシア化学、花王USA、花王スペシャルティーズアメリカズ、キミ花王、花王マニュファクチャリングジャーマニー、ドイツ花王化学、モルトンブラウン、花王コーポレーション(スペイン)

RC事務局監査実績(2019年)

| | SCM部門 | 研究開発部門 | 事業部門 | コーポレート部門 | 日本グループ会社*1 | 海外グループ会社*2 |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 設問数 | 185 | 163 | 250 | 327 | 533 | 5,002 |
| 継続観察が必要な項目 | 2 | 3 | 1 | 2 | 6 | — |
| 評価平均点(5点満点)*3 | 4.92 (4.92) | 4.95 (4.92) | 4.88 (4.88) | 4.94 (4.90) | 4.90 (4.90) | 4.52 (4.48) |

※1 国内グループ会社

花王プロフェッショナル・サービス(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)、花王ロジスティクス(株)

※2 海外グループ会社

19社(アジア12、欧米7)

※3 ()内は2018年の結果

レスポンシブル・ケア活動 403-1(労働安全衛生2018),403-2(労働安全衛生2018),403-4(労働安全衛生2018)

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。初年度となる2018年は日本のSCM部門で実施しました。2018年から2019年にかけては各職場で本アンケート結果に対するアクションプランを立案・実行し、安全意識のさらなる向上をめざしました。

2019年は本アンケートを日本国内では研究開発部門で実施するとともに、海外グループ会社にも拡大実施し、中国の全5工場、花王インドネシア化学、花王(台湾)で実施しました。

今後も国内他部門や海外従業員に対しても順次本アンケート調査を実施していきます。

国際マネジメントシステム認証状況

花王は、RCマネジメントシステムを全拠点を対象に導入していますが、環境の国際規格であるISO14001、労働安全衛生の規格であるOHSAS18001の認証や各国の認証も受けています。

環境に関する認証取得状況(ISO14001等)

外部認証を受けている工場の割合は95%です(総生産量重量基準)。

活動の標準化・高度化をめざし、個別工場で取得していた認証の統合を実施し、日本とアジアの15サイトで完了しています。今後、統合する工場を増やすなど、認証取得拠点の拡大を実施していきます。

労働安全衛生に関する認証取得状況(OHSAS18001等)

労働安全衛生のマネジメント規格は、日本と比較して労働災害が多く、労働管理の強化が必要な海外の工場を取得を推進しており、その割合は35%です(総生産量重量基準)。

個別工場で認証を取得していましたが、活動の標準化・高度化をめざし、アジアの5工場での統合化が2018年に完了しました。今後、ISO45001への移行や統合する工場を増やすなど、認証取得拠点の拡大を実施していきます。

品質に関する認証取得状況(ISO9001等)

外部認証を受けている工場の割合は95%です(総生産量重量基準)。今後、認証取得工場を拡大していきます。

外部認証取得一覧



→ ISO等認証取得一覧

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/environment-activity-data/certification/



SCM部門が「レスポンシブル・ケア(RC)」の大賞を受賞

花王SCM部門が「プロセス安全評価による防災活動」において、一般社団法人日本化学工業協会「第13回RC賞」の最高位である「RC大賞」を2年連続で受賞しました。

社内外の火災・爆発事故情報を収集・解析・体系化し、全社一丸となって実施する花王独自の防災強化活動が火災・爆発事故を大きく減らしていることや、独自の安全防災技術を広く公表していこうとする姿勢が高く評価されました。



表彰式

RC活動に関する教育

RC推進委員会事務局や各推進部門のRC担当者は、社員や協力会社の社員を対象に、環境や労働安全衛生活動などのRC活動に関する教育を定期的を実施しています。

2019年にRC推進委員会事務局が社員を対象に実施したRCの集合教育は52回、のべ770人(日本28回、606人/アジア・米州・欧州24回、164人)が参加しました。

2015年は、日本花王グループ社員を対象にRCの基礎知識について教育を実施しており、2015年以降の新入社員や中途入社社員に対しては同様の内容をeラーニングにて教育しています。

地域とのコミュニケーションを深める 広報誌を発行(和歌山事業場)

和歌山事業場では、地域の皆さま向けの広報誌として「かけはし」を発行しています。

地域の皆さまには、これまで工場見学や環境・安全防災報告書等を通じて情報を発信してきましたが、和歌山工場は「近くて遠い存在」と認識されている方が多いように見受けられました。一方で、社会的に多発する事故や災害の報道により、安全・防災、環境に強い関心を持つ方は増加傾向にあります。

そこで、和歌山工場では“取り組み”や“思い”を発信し、さらに地域との交流を深める目的で2018年から広報誌「かけはし」を発行し、近隣の約1,000世帯と協力会社35社に定期的にお届けしています。



自治会長さま宅へお届け



「かけはし」第1号

レスポンシブル・ケア活動

レスポンシブル・ケア活動 関連データ リンク集

レスポンシブル・ケア活動の体制、主な活動内容、2019年の実績は、以下もあわせてご覧ください。

労働安全衛生



→正道を歩む>社員の健康増進と安全
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=175

保安防災



→保安防災
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=94

化学品・製品安全



→Our Approach to KLP > 化学物質をより安全に使用するための取り組み (SAICM 推進活動)
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/saicm/

→Topics You Care About > 品質保証
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/safety-quality/

→正道を歩む > 責任ある化学物質管理
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=192

環境保全



→Our Approach to KLP > 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

→Our Approach to KLP > 花王 環境宣言
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

→Our Approach to KLP > 環境活動データ集
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/environment-activity-data/

→生物多様性
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=49

→Topics you care about > 責任ある原材料調達
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/procurement/

→よりすこやかな地球のために
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/planet/

法規制・自主基準の遵守



→正道を歩む > 実効性のあるコーポレートガバナンス
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=134

社会とのコミュニケーション



→Corporate Citizenship Activities (社会貢献)
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/

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

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

花王では、社会情勢や自然環境が大きく変わる中、ESGを経営の根幹に据え、「ESG視点のよきモノづくり (ESGよきモノづくり)」を通じて、環境、健康、高齢化、衛生などの社会的課題の解決に取り組んでいます。

花王が提供する価値

商品のライフサイクルのすべてのプロセスにおいて消費者視点での検討を行ない、高い安全性と品質の確保を図ります。商品を安全に正しくお使いいただくための情報を提供するとともに、高齢者まで含めたすべての消費者がストレスなく暮らせるようにユニバーサルデザインを推進します。原材料・生産工程・製品の徹底した管理により、常に安全で高品質な商品を提供します。消費者相談に寄せられる貴重なお客さまの「声」を全社で共有し、商品改良や表示改善などに活用します。

これらの品質保証活動を見える化し、全ステークホルダーとの品質保証に関するコミュニケーションを推進し、信頼と協働により社会的課題の解決に向けた変化を生み出すことをめざします。

方針

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

品質保証活動の基本方針

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

教育と浸透

企業理念の全社浸透のため、花王の品質保証活動の拠りどころである「花王ウェイ」「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」に沿った研修等を行なっています。品質マインドの向上と医薬品医療機器等法やGQP (Good Quality Practice) / GVP (Good Vigilance Practice) 省令等の法規制に関する教育をさらに強化しています。GMP (Good Manufacturing Practice) 基準や各種 ISO などの教育、生産部門での消費者からの指摘件数を指標とする花王独自のQCサークル活動も継続しています。品質保証活動方針の浸透・徹底を図るため、日々の品質保証活動や品質向上検討会を通じて、品質教育や啓発

も行なっています。海外赴任予定者や海外グループ現地社員への教育も強化し、グループ全体でのレベルアップに取り組んでいます。優れた品質保証活動は表彰するなど、モチベーションの向上も図っています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

お客さまの声を“よきモノづくり”へ活用

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

委託先との協働

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

業界としての取り組みに参加

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

商品ライフサイクル全般にわたる 安全性の確保

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

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

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

日本だけでなく各国・地域で寄せられるお客さまの声に関して、アジア・欧米などの花王グループ担当者とも定期的に情報を交換し、グローバルな視点で常に安全性を高めていく活動を行なっています。

さらに、花王では家庭品、化粧品、食品のそれぞれについて、お客さまの「安全・安心」を最優先に、徹底して高いレベルの安全性確保をめざした安全基準を定めています。

化粧品については2014年4月に、花王として新しい安全基準を定めました。それ以前から運用していた花王の基準をもとに、より広範囲なデータベース、より幅広い使用テスト、より詳細な安全性点検となるように発展させています。



→家庭品の花王安全基準

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/safety-quality/kao-quality/houseware-quality/

→化粧品の花王安全基準

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/safety-quality/kao-quality/cosmetics-quality/

→食品の花王安全基準

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/safety-quality/kao-quality/food-quality/

動物実験に対する方針

動物実験の廃止に向けた動きは世界的なものであり、花王はこの考え方に賛同しています。

花王は、化粧品(医薬部外品を含む)の商品開発に際し、外部委託を含めて動物を用いた試験は行なっておりません。また、今後も行なう予定はありません。^{※1}

化粧品以外の分野についても、動物実験は行なわない方針です。ただし、適切な代替法がない場合、法規制上求められた場合等、動物実験が避けられないこともあります。^{※2}

商品の安全性確保は何よりも重要であり、花王の安全基準を定めて遵守しています。すなわち、安全性情報を広く収集し、今までの知見を含めた情報データベースを活用するとともに動物実験代替法を積極的に取り入れています。また十分な安全性を確認した後、人が実際にその製品を使

う場面でも製品に問題がないことを確認するために実使用評価も行なっており、これらにより製品の安全性を確認しています。

動物実験代替法の技術開発に関しては、花王では1980年代後半から取り組んでいます。動物実験代替法はグローバルに広く使える公的な試験法であるべきと考え、国際的な試験法ガイドライン化に向けた取り組みを研究機関と連携して積極的に行なっています。また欧州化粧品工業会(Cosmetics Europe)が推進する動物実験代替法のプロジェクトにも参加しています。今後も、国内外の業界団体、他社等とも共同し、動物実験代替法の技術開発に積極的に取り組んでいきます。

※1 万一、社会に対して安全性の説明責任が生じた場合や、一部の国において行政から求められた場合を除きます。

※2 動物実験を行なう場合には、動物愛護での3Rs (Replacement, Reduction, Refinement) の基本理念の下、その実施は最小限にとどめます。



→詳しくは「動物実験に対する方針」

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics-you-care-about/animal-testing-policy/

体制

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

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

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

このように花王は、日々“よきモノづくり”に努めていますが、予期せぬ重大な安全性や品質に関するトラブルが発生する可能性はゼロではありません。そのため、「花王グループ緊急重大問題対応体制」を定めており、国内外の花王グループ各社もこの体制を強化しています。

一方、内部統制システムを含むコーポレート・ガバナンス体制を整備しており、社長を委員長とする内部統制委員会の下部組織として品質保証委員会を設置し、年4回開催しています。品質保証委員会では、全社品質保証活動の有効性と信頼性を確認しています。品質保証委員会で決まった方針に従い、各事業分野で年1回、品質保証会議を開催し、品質保証活動方針や品質課題、品質保証活動の進捗などを確認しています。

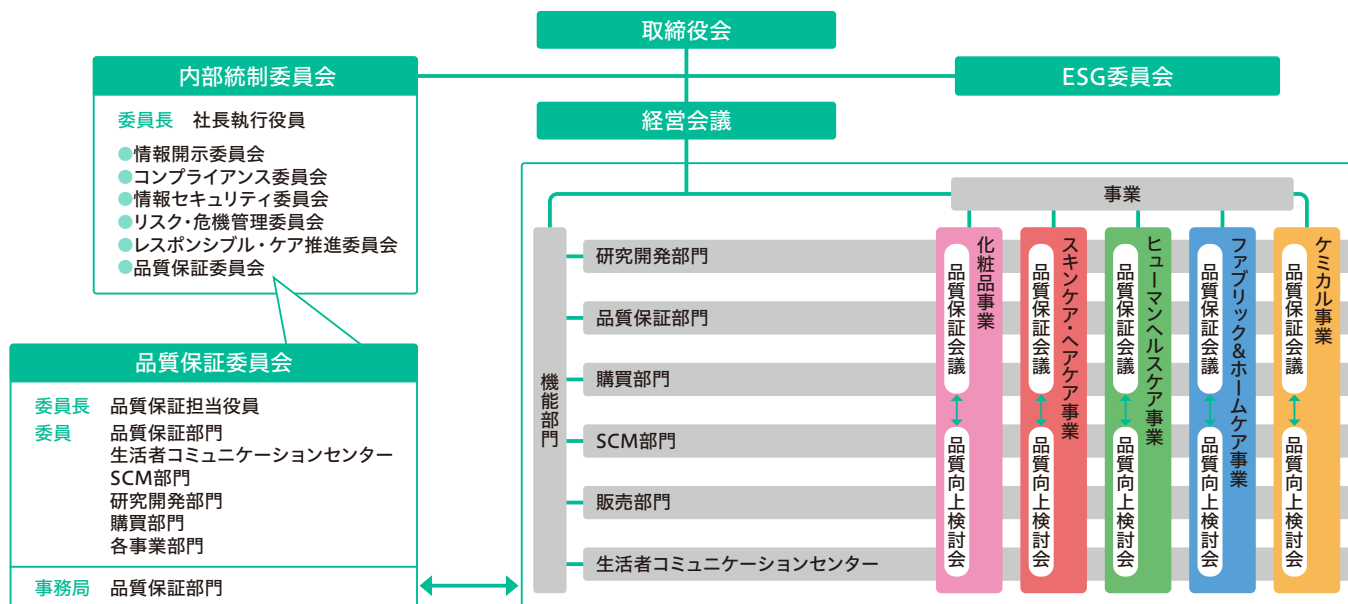
さらに、毎月の品質向上検討会では、事業部門の責任者

のもとに関連部門(事業・生産・研究開発・消費者対応・品質保証など)が一堂に会してお客さまの声を検討し、商品や情報・サービスの改善に活かします。今後、この活動のグローバル展開をさらに拡大していきます。

これらの全社活動を花王品質保証部門が統括・推進して

います。常務執行役員が部門統括責任者となり、経営会議などで定期的な活動報告を行ない、重要課題については適時報告を行なっています。また、経営の重要課題全般に対する審議に参画しています。

品質保証体制



※2019年12月現在

中長期目標と実績

中長期目標

1. 徹底した消費者・顧客起点と、総合力と、花王の資産の最大活用により、世界最高レベルの品質を追求します。
2. 「正道を歩む」を貫く品質保証活動により、消費者・顧客・社会への責任を果たし信頼性を高めていきます。
3. グローバル化、情報化への戦略的対応モデルやeコマース、新領域・新事業の品質保証体制を構築します。

事業インパクト

- ・ 各国・地域の法規制の変化や安全性・環境問題に対する要求を先回りした、代替技術の開発による競争力確保や、グローバル・ボーダレス化に伴うサプライチェーンの多様化に対する戦略的品質保証体制の構築による海外事業の拡大
- ・ 消費者、顧客、行政、NGO／NPOなどすべてのステークホルダーとの緊密なコミュニケーションを通じた信頼性構築によるロイヤルユーザーの増加

社会的インパクト

- ・ 社会情勢や自然環境が大きく変わる中、ESGよきモノづくりを推進し、社会のサステナビリティに貢献
- ・ 高齢化や訪日・在日外国人の増加による製品事故リスクの高まりに対し、ユニバーサルデザインを推進し、多言語情報提供などで製品事故リスクを低減し、安全・安心な消費生活に貢献

2019年の実績

商品開発支援システムのグローバル展開

花王の化粧品などの製品を、迅速に広く世界中のお客さまにお届けできるように、各国・地域の法規制の確認など、商品開発を支援する情報システムの開発に取り組みました。

2017年にアジア、2018年に米州、欧州へ導入し、グローバルでの運用を開始しました。

2019年にはシステム維持改良のための委員会を立ち上げ、運用開始後の安定した活用へのフォローと各国・地域の法規制状況・社会環境の変化に対応するための改善検討を実施しました。

品質保証活動のグローバルでの連携強化

グローバル・ボーダレス化に伴う国際的な商品の流通に対応し、国を超えて花王グループに集まる消費者の声を「花王エコシステム」に一元的に集約し、解析機能を強化した新たな仕組みを導入しました。ここに集まる消費者の声をもとに、より迅速な改善活動ができるように国内外の花王グループ会社の連携を強化しています。紙おむつ「メリーズ」などのサニタリー製品に続き、2019年は化粧品においても日本と中国で品質向上検討会の統合に着手しました。

全社品質保証活動の推進

品質保証活動教育

国内：のべ32部署、1,957人 海外：のべ6拠点、184人



国内品質保証活動教育(研究所)



海外品質保証活動教育(タイ工場)

- ・ GMP(Good Manufacturing Practice) 基準や各種 ISO などの教育:468回
- ・ 品質向上検討会:202回実施(国内:111回 海外:91回)
- ・ QCサークル活動:改善テーマ314件(国内:104件 海外:210件)

直近4年間のリコール状況※

| 年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 |
|----|-------|-------|-------|-------|
| 件数 | 0 | 0 | 0 | 0 |

※ 社告を伴う消費者・流通からの商品回収

具体的な取り組み

消費者・顧客起点の 全社品質保証活動

「輸送用MSDS」自動作成による迅速な情報提供

インバウンド、アウトバウンド等で、消費者・顧客が海外へ家庭品や化粧品を送る機会が増え、航空輸送に関する問い合わせが増加しています。花王では、窓口での対応、ウェブサイトへの情報掲載、「輸送用MSDS※」の提供などを実施しています。

2019年は、人工知能(AI)を応用した「輸送用MSDS自動作成ソフトウェア」を開発・導入し、正確で迅速な情報提供を開始しました。

※ 輸送用MSDS

輸送用 Material Safety Data Sheet、製品を輸送する際に必要な情報を提供するための文書。



→ お問い合わせ

www.kao.com/jp/soudan/

品質保証教育プログラムの強化

2019年は、全社品質保証活動の深化のために、品質保証教育プログラムの大幅な見直しを行ない、受講対象をモノづくりに関わるすべての組織に拡大して、品質マインドの向上と品質保証業務に関する知識習得を目的とした品質保証活動教育を行なっています。

監査・自己点検による 品質保証活動の確認

花王では、日本のほかアジアや欧米のグループ会社もISO9001やGMPの認証を維持するとともに、外部監査・内部監査、委託製造先や原材料メーカーに対する自主監査、品質会議を行なっています。また、品質保証監査・自己点検の体系強化として、品質保証部門だけでなく、他部門も含めたメンバーで構成する品質監査推進会議を開催し、監査テーマを設定しながら監査活動を推進しています。

2019年は国内の医薬部外品等に関わる品質信頼性保証の内部監査を行ない、内部統制委員会で報告しました。また日本・アジア・欧米のグループ会社に対する前年の外部監査の実施状況を品質保証委員会で報告しました。



→ ISO等認証取得一覧

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/environment-activity-data/certification/

情報セキュリティポリシーのもと、機密情報(トレードシークレット(TS))・個人情報およびハードウェア・ソフトウェア・各種データファイル等の情報資産の保護を目的とした情報セキュリティの強化を図っています。社内ルールの制定や内部管理の徹底と遵守に向け、PDCAサイクルによる保護推進活動を実施しています。

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

各企業はITを活用して事業や業務を効率的に進めるとともに、データ活用によりビジネスの革新・改革を進めています。これにより、業種を超えた新たな成長分野の創出や多様な人材の確保が進んでいます。一方近年、サイバー攻撃により事業活動の一時的な中断や情報漏洩による業績の悪化のリスクが高まっており、サイバーセキュリティ対策が社会的課題となっています。

花王が提供する価値

花王は、自社が経験したサイバー攻撃について情報共有ネットワークを通じて業界企業に共有することにより、業界全体のセキュリティ対策の向上に貢献したいと考えています。そのため、独立行政法人情報処理推進機構(IPA)の「サイバー情報共有イニシアティブ(J-CSIP)」、警察庁の「サイバーインテリジェンス情報共有ネットワーク」、JPCERT/CCの「早期警戒情報」に参加しています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

サイバー攻撃による生産活動・販売活動・マーケティング活動・研究開発活動の長期間の停止や、情報漏洩による企業信頼の失墜は大きなリスクの一つです。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

サイバーセキュリティ対策やTS・個人情報といったデータ管理を強固にすることで、新たなデータ活用の実現やネットワークを介した多様な働き方を可能とします。

貢献するSDGs



方針

花王は、「情報セキュリティポリシー」「機密情報取扱いガイドライン」「個人情報取扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン(管理者編)(ユーザー編)」を制定して、サイバーセキュリティ対策やTS・個人情報の管理を徹底しています。これらは、法令や各省庁・委員会のガイドラインに準拠するだけでなく、花王としての管理体制・管理方法を明確にしています。

個人情報の取り扱いについては、「花王グループ会社の個人情報保護指針」にて公表しており、お問い合わせ・苦情の受付についても「花王グループ会社の保有する個人情報に関するお問い合わせ・苦情受付窓口」で窓口を公表しています。



→花王グループ会社の個人情報保護指針
www.kao.com/jp/corporate/privacy/

→花王グループ会社の保有する個人情報に関するお問い合わせ・苦情受付窓口
www.kao.com/jp/corporate/privacy/privacy-contact/

教育と浸透

社内教育はTSや個人情報の基礎知識の周知徹底を目的に、新入社員の配属時期や異動による転入者が発生したタイミングで開催され、各部門での実施を基本としています。そのため、TS推進委員や個人情報管理責任者に対してTSや個人情報の保護に関わる情報セキュリティについての講演や最新動向の周知を行なっています。また、各部門での教育のための啓発資料をTS推進委員や個人情報管理責任者に提供しています。全社員向けには社内ポータルサイトによる注意喚起や啓発も行なっています。

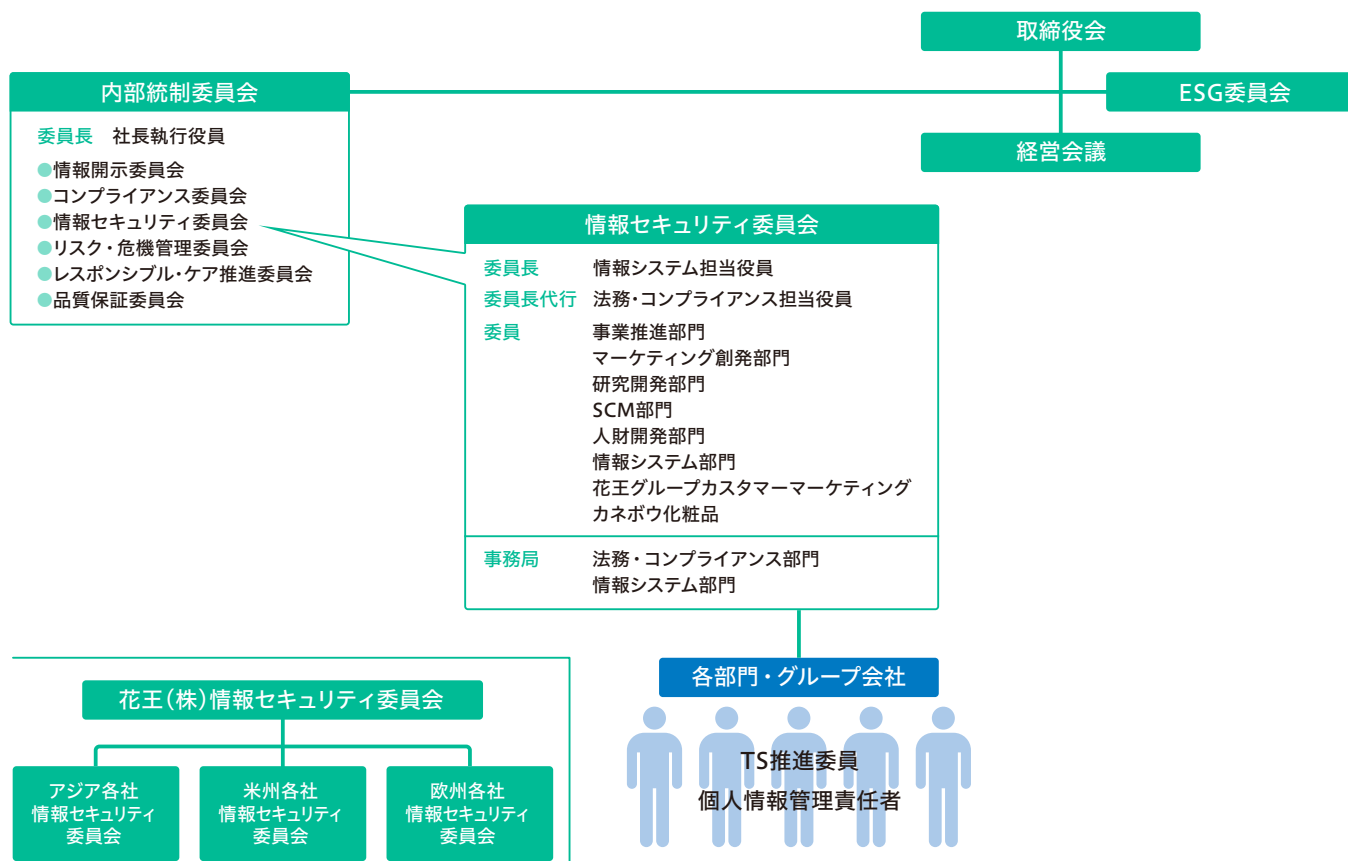
さらに、社内教育の浸透度を測るために、自己点検によるチェックを行なっています。自己点検によるチェックで課題を抽出し、改善目標を設定、改善活動を推進しています。

体制

花王では、情報セキュリティ委員会委員長と委員長代行に執行役員を配置し、人財開発、情報システム、マーケティング、研究開発、知的財産、生産技術、法務・コンプライアンス等の多様な部門から委員と事務局を選出し、多様な観点で方針の決定やルールを整備、管理体制の整備、啓発活動の実施を推進しています。

情報セキュリティ委員会は、四半期に一度、内部統制委員会に活動報告しており、内部統制委員会が取締役会へ傘下の委員会の活動報告をまとめて行ないます。報告は、本年度の活動目標とその進捗および実績評価で、第4四半期には翌年の活動目標もあわせて報告されます。グローバルでの推進体制は、日本の情報セキュリティ委員会の傘下に各国の情報セキュリティ委員会を配置する形で体制整備を推進しました。

情報セキュリティの管理体制



※2019年12月現在

中長期目標と実績

中長期目標

- ・サイバーセキュリティ対策を含めたTS・個人情報およびハードウェア・ソフトウェア・各種データファイル等の情報資産の保護
- ・情報漏洩事故等、緊急事態発生時の事実確認、対応決定、再発防止策策定と実行

中長期目標を達成することにより期待できること

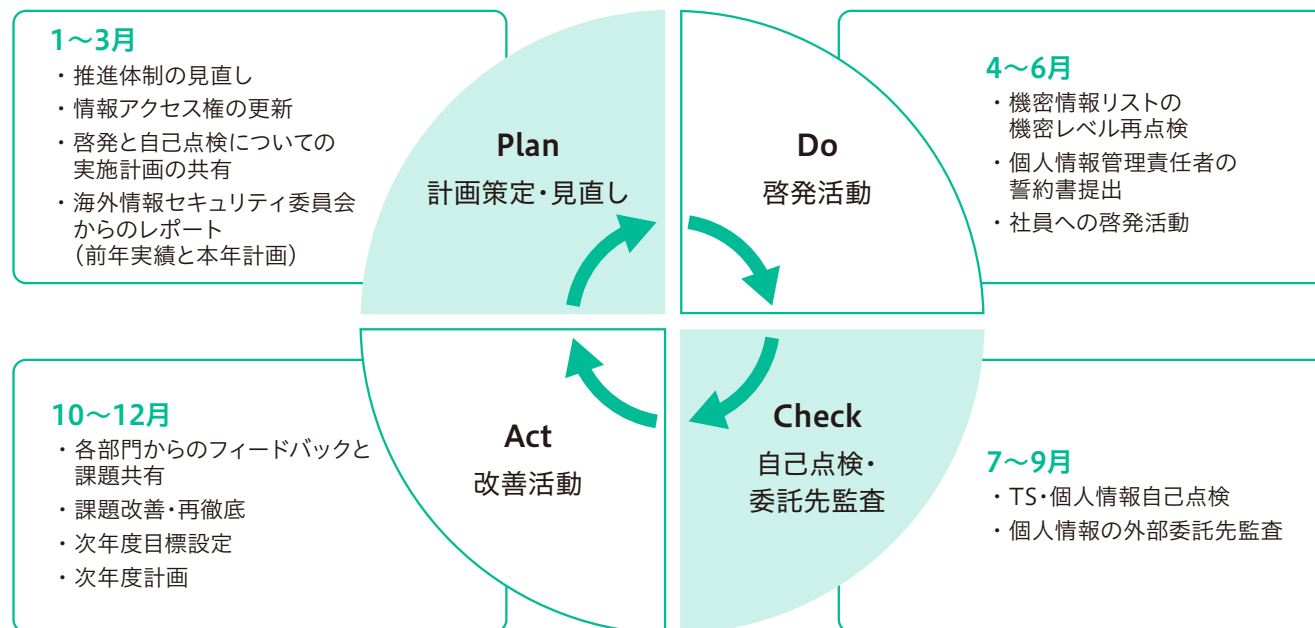
事業インパクト

サイバーセキュリティ対策により、TS・個人情報の漏洩・流出を防ぐことができれば、漏洩・流出が発生した場合の対応コストを低減できます。また、TS・個人情報の漏洩時対応が確立されていれば、被害を最小限に抑えることができます。

社会的インパクト

サプライチェーン全体に対してサイバーセキュリティ対策を実施することで、業界全体・日本企業全体のサイバーセキュリティの向上の一端を担うこととなります。

情報セキュリティ活動のPDCA



2019年の実績

実績

TS・個人情報保護推進活動をPDCAサイクルで実施しました。

第1四半期:計画策定・見直し

- ・TS・個人情報保護推進体制見直し
- ・実施計画策定
- ・啓発資料改定(ITセキュリティガイドライン(ユーザー編)対応)

第2四半期:啓発活動

- ・日本の120部門・部署・関係会社でTSの啓発活動を実施
- ・日本の93部門・部署・関係会社で個人情報の啓発活動を実施
- ・グローバルでの推進体制の経営会議で承認
- ・中国サイバーセキュリティ法対応状況確認
- ・経済産業省の「サイバーセキュリティ経営ガイドラインV2.0」対応継続

第3四半期:自己点検・委託先監査

- ・日本の130部門・部署・関係会社でTSの自己点検を実施
- ・日本の101部門・部署・関係会社で個人情報の自己点検を実施
- ・195社に対して個人情報委託先書面監査を実施

第4四半期:改善活動

- ・2019年11月14日に全体会議(遠隔地はウェブ会議で中継)の「第26回TS・個人情報保護推進会議」を開催し、情報セキュリティに関わる最近のインシデントをもとに従業者の意識と行動の向上を促すとともに、昨年提示した改善目標についてのリマインド、ならびに2019年のTSと個人情報に関する事故報告および自己点検のフィードバックと改善目標の設定を行ないました。
- ・米国カリフォルニア州消費者保護法への対応状況確認
- ・GDPR対応の運用状況確認

日本花王グループにおいて、TS・個人情報保護を含めた情報セキュリティに関して重大な事故の発生はありませんでした。また、個人情報の保護について、これまでに、法律に基づいて罰金を科せられたことや指導・勧告を受けたことはありません。

2019年に「個人情報に関するお問い合わせ・苦情受付窓口」に寄せられた内容は、会員登録情報の変更方法に関するものが3件でした。

実績に対する考察

TS・個人情報の保護推進活動は、毎年、継続的に行なう必要があります。TS・個人情報の保護を十分に理解している人でも、数年経つと知識が曖昧になり、事故を起こすリスクが高まります。新入社員やキャリア採用の方を含めた全従業員が花王のTS・個人情報の保護ルールを理解し、実践することが大切です。また、このTS・個人情報保護推進活動をグローバルに拡大するための体制整備を進めています。

具体的な取り組み

第1四半期:計画策定・見直し

TS・個人情報保護推進体制見直し

組織変更や人事異動による役割変更に伴って、TS推進委員56人、個人情報管理責任者50人、情報セキュリティ委員会2人、同委員会事務局1人の体制の見直しを実施しました。組織変更や人事異動があっても、TS・個人情報保護推進活動が途切れることのないように、次の担当に確実に引き継ぎをしています。

第2四半期:啓発活動

社内規程の再整備

サイバー攻撃への対応強化のため、2019年6月に社内規程「ITセキュリティガイドライン」を「ITセキュリティガイドライン(管理者編)」に改定し、新たに「ITセキュリティガイドライン(ユーザー編)」を制定しました。管理者編は、ITシステム管理の視点で改定しており、ユーザー利用視点は方針に留めています。一方、ユーザー編は、ユーザー利用視点のオペレーションレベルと「情報機器利用の手引き」を統合してルール化し、啓発資料も改訂し、サイバー攻撃へのユーザーの意識向上を図っています。

Kao TS・個人情報・ITセキュリティ啓発資料 INTERNAL USE ONLY
Information Security Committee

| | |
|---|--|
| 機密情報取扱いガイドライン 1.機密情報とは 2.機密情報の管理体制 3.機密情報の管理 (TS表示) 4.情報開示 社内 5.情報開示 社外 6.機密情報の管理 法的保護 7.機密情報の管理 (保管・廃棄) 8.他社情報の収集 | 16.データや資料の授受 社内 17.データや資料の授受 社外 18.モニタリング 一般的な注意 19.情報機器等の取扱い注意事項 18.業務上の情報の扱い注意 20.ソーシャルメディアの利用にあたって 21.スマートフォンでモバイル電話帳の利用 |
| ITセキュリティガイドライン(ユーザー編) 9.ID・パスワードの管理 10.個人所有機器の業務利用禁止 11.情報機器持ち出し時の注意 12.情報機器の紛失・盗難時 13.副席時・帰社時の注意事項 14.人事異動・退職時の対応 15.不審なメールは問かない | 個人情報取扱いガイドライン 22.個人情報 23.個人情報の管理体制 24.個人情報 取得・利用は同意が必要 25.個人情報 社内保管 26.個人情報委託先 (確定・契約・覚書・監査) 27.個人情報 開示・訂正・消去等 【補足】個人情報の取扱いに関する留意点 |

Kao 9.ID・パスワードの管理 INTERNAL USE ONLY
Information Security Committee

本人以外のID、パスワードを使用することは厳禁です。

パスワードポリシー
 ・英大文字、英小文字、数字、特殊記号のうち3種類を使用し、8文字以上
 ・社員番号や氏名を含まない
 ・60日で更新、3回は使い回し不可

あなたのIDが使われて、トラブルが発生した場合、責任はあなた自身にも及びます

他者にパスワードを知られたと感じた場合は速やかにパスワードを変更します。

緊急入院等で業務上代理行為が必要な場合でも他者のID・パスワードの使用は禁止です。そのような場合はTS委員 (情報セキュリティ推進者) に相談してください。

パスワード 3種類・8文字以上

| | | | |
|------------------------------------|--|--------------------|--|
| ABCDEFGHIJ KLMNOPQR STUVWXYZ | abcdefghijklmnop ghijklmnopq rstuvwxyz | 1234 567 890 | !@#\$%&*? &-!@#\$%&*? ~!@#\$%&*? ~!@#\$%&*? ~!@#\$%&*? |
|------------------------------------|--|--------------------|--|

禁止事項: 社員番号、氏名

ガイドライン一覧と一例

ビジネスメール詐欺や標的型攻撃メールに関する注意喚起

2019年3月以降に花王に対するビジネスメール詐欺や標的型メールによる攻撃が複数回確認されました。被害防止のため、技術的対策として、受信メールのフィルタリング強化とウェブサイトの無害化を実施しています。また、ビジネスメール詐欺や標的型攻撃メールでは、花王内部に実在する者を差出人として記したメールが大半を占めるため、花王外から発信されたメールの標題の先頭に「External」を表示することにして、悪意ある外部の者によるなりすましを防ぐための対策を行ないました。

一方、人的対策として、ビジネスメール詐欺については、日本語および英語のイントラネットの掲示板にて、花王の国内外の従業員への注意喚起を行なっています。また、標的型攻撃メールについても、攻撃対象と思われる社員に対して注意喚起を行なっています。



注意喚起メール



各社社長にも注意喚起メールを送信し、英語ポータルサイトでも啓発

経済産業省の「サイバーセキュリティ経営ガイドラインV2.0」対応

2017年11月に改訂された「サイバーセキュリティ経営ガイドラインV2.0」では、経営者が認識すべき3原則と経営者が最高情報セキュリティ責任者(CISO)等に指示すべき10の重要事項が定義されています。後者はアメリカ国立標準技術研究所(NIST)のセキュリティフレームワークに関連が示されています。花王は、NISTのセキュリティフレームワークで自社グループの現状を把握・課題を抽出し、抽出された課題のうち2018年に対応できなかったものについては継続して改善を図っています。

第3四半期：自己点検・委託先監査

TS・個人情報保護の自己点検

TS自己点検では、啓発活動の実施、部門マニュアルの整備、TS表示の実施、機密情報の管理について徹底を図るため、毎年状況を確認しています。2019年は7月22日から8月23日に実施しました。

個人情報自己点検も同様に、啓発活動の実施、個人情報の保有、個人情報に関する業務の委託の有無、個人情報の管理について、TS自己点検と同時期に実施しました。2019年11月14日の全体会議「TS・個人情報保護推進会議」で自己点検のフィードバックを行ない、改善目標を設定しています。

TSの改善目標は、「機密情報を紙で持ち出さない」と設定しました。情報の持ち出しにはID・パスワードでロックされている会社貸与PCやPINコードでロックされている会社貸与スマートフォンからのクラウド利用を促し、PCやスマートフォンの盗難・紛失事故があっても直ちに情報漏洩につながらない方策を進めています。

個人情報の改善目標は、「個人情報データは個人情報専用サーバに保管」と設定しました。個人情報専用サーバで保管すると、データが暗号化されるとともにファイル単位でアクセス制御が行なえるため、ファイルが漏洩してもアクセス権のある者しか開くことができないので情報が守られます。

| kao TS自主バトロール | | | | INTERNAL USE ONLY Information Security Committee | | | |
|---|-----|-----|-----|--|-----|-----|----|
| 設問 | 選択数 | % | N | 設問 | 選択数 | % | N |
| Q7. TS表示の実施 1). TS表示を実施していますか？（マル秘の場合、責任部署と関係を含む） ①実施している ②実施していない ③密蔵として秘密情報を作成する機会が無い | 129 | 98% | 126 | Q9. 秘密情報の開示 1). 自部門で作成したマル秘情報を開示する場合、開示の経路について秘密情報管理責任者（部門長）の承認を得ていますか？ ①承認を得ている ②承認を得ていない ③該当する開示無し | 129 | 70% | 90 |
| Q8. TS表示について 1). 部門マニュアル（秘密情報リスト）の秘密情報のグレードと整合性が取れていますか？ ①整合性が取れている（秘密情報リストを参考にしている） ②整合性が取れていない（秘密情報リストを参考にしていない） | 128 | 95% | 122 | 2). 他部門で作成したマル秘情報を受け取り、さらに他部門に開示する場合、マル秘情報の責任部門の承認を得ていますか？ ①承認を得ている ②承認を得ていない ③該当する開示無し | 129 | 60% | 77 |
| 2). 海外に秘密情報を送るときに実施でTS表示を行っていますか？（マル秘の場合、責任部署と関係を含む） ①実施でTS表示を行っている ②実施でTS表示を行っていない ③海外に秘密情報を送っていない | 128 | 63% | 81 | 3). 社外にマル秘情報を開示する場合、秘密保持契約の契約や控除を締結していますか？ ①締結している ②締結していない ③社外にマル秘情報を開示していない | 129 | 29% | 38 |
| 3). 取引先から受取った秘密情報へのTS表示は適切に表示されていますか？ ①TS表示を行っている ②TS表示を行っていない ③取引先から秘密情報を受取っていない | 128 | 59% | 76 | 4). 社外に情報開示される場合は、開示先を明示していますか？ ①明示している ②明示していない ③社外に情報を開示していない | 129 | 64% | 83 |
| | | 3% | 4 | | | 32% | 40 |
| | | 38% | 48 | | | | |

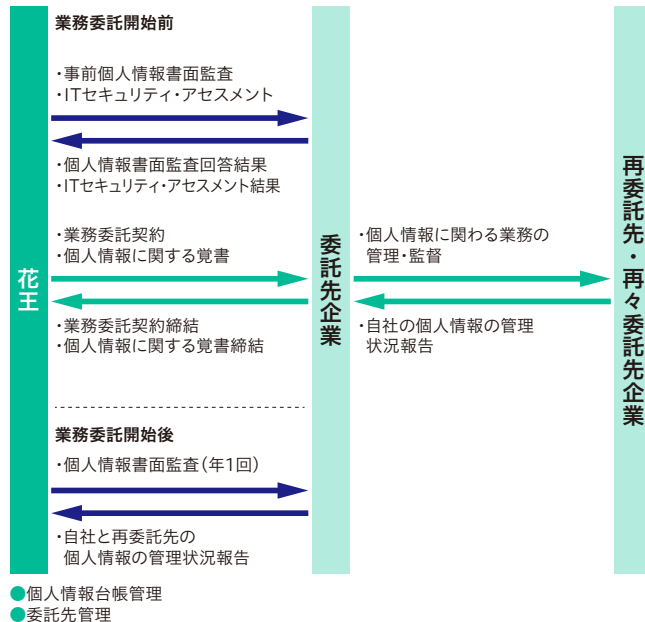
TS自己点検チェックリスト

個人情報委託先監査

花王は個人情報に関する業務を委託する場合、委託先が個人情報を安全に扱えるか事前の監査を行なっています。ウェブキャンペーンのようなシステムを委託先が提供する場合は、ITセキュリティ・アセスメントも行なっています。この委託先の個人情報事前監査とITセキュリティ・アセスメントに合格しないと、委託契約の締結は行ないません。

また、花王は毎年継続的に個人情報委託先監査を行なうことで個人情報の委託先の管理・監督をしています。2019年は195社に対して個人情報委託先監査を実施し、個人情報の管理状況、委託先の個人情報保護の体制を確認しました。個人情報を委託先に保管している場合は、件数を確認し、個人情報取扱い台帳システムに登録しているデータ件数と整合性をチェックしています。

個人情報に関する業務の委託と委託先監査



第4四半期：改善活動

「第26回TS・個人情報保護推進会議」を開催

2019年11月14日に「第26回TS・個人情報保護推進会議」を開催しました。社内講師による講演テーマは、「サイバーセキュリティセミナー～標的型メール攻撃を防ぐ主役は“みなさん”です！～」で、機密情報や個人情報の漏洩などの原因の一つになっている標的型攻撃メールに加えてビジネスメール詐欺およびランサムウェアなど、花王の個々の従業員を狙う悪意ある者の手口を紹介し、それらへの対応のための適切な行動の徹底の浸透を図りました。続いて、2019年のTS・個人情報に関する事故の総括、TS・個人情報自己点検のフィードバックを行ない、改善目標を設定しました。



TS・個人情報保護推進会議
本社会場に110人、各事業場へは中継で169人が参加

GDPR 施行後の運用状況確認

EU の一般データ保護規則 (GDPR: General Data Protection Regulation) が2018年5月25日に施行されました。GDPR は個人データの処理と移転に関する法律で、厳しい規制と罰則が特徴となっています。規則施行後の運用状況を、EU内の花王グループ会社に確認を行ないました。

組織とルールの整備や必要な契約締結など、個人情報取り扱いにおける安全管理措置については、規則にて求められる内容に対応しています。また、GDPRにて新たに定められ個人情報に関する本人からの要求への対応と監督機関への事故報告については、適切に実施できています。

課題としては、EU内の各社が作成した数百件の個人情報の処理活動記録(Record of Processing Activity)の継続的な定期確認の実施とそのプロセス改善と認識しており、そのために管理ツールの導入を検討しています。

海外各社へ情報セキュリティ委員会を展開

サイバー攻撃対応や情報資産保護の花王グループ海外各社における強化のために、情報セキュリティ委員会を海外に展開します。これによって、TSや個人情報の保護推進など情報セキュリティの活動を海外各社の従業員レベルまで広げ、情報セキュリティに関する重大な事象について花王(株)へのレポーティングラインを確立しました。

花王における必要な規程改定は2019年5月に承認され、花王グループ海外各社にて、2020年からの活動開始を目標に規程の制定と体制の整備を進めています。

公開ウェブサイトのセキュリティの確認

インターネット上に公開されているウェブサイトでは適切なセキュリティの措置ができていないと、そのウェブサイトが悪意ある者によって乗っ取られ、サイバー攻撃の踏み台などに悪用されることがあります。

国内の花王グループ会社では、新規に作成するウェブサイトについて、脆弱性などのセキュリティの問題がないことの確認を行なっています。また、国内の花王グループ会社がインターネット上にすでに公開しているウェブサイトが被害に遭わないように、現状を把握してそれぞれのセキュリティの状況の確認を行ない、問題が見つかった場合には必要な対応を実施しています。

ステークホルダーとの協働

化学製品製造業者等により構成される業界団体である一般社団法人日本化学工業協会の「情報セキュリティ対応部会」に参加することで、日本の化学業界での情報セキュリティの向上に貢献しています。

また、独立行政法人情報処理推進機構(IPA)が主催する「サイバー情報共有イニシアティブ(J-CSIP)」と、警察庁が主催する「サイバーインテリジェンス情報共有ネットワーク」の2つのサイバー攻撃に対する情報共有ネットワークに加えて、2017年からJPCERT/CCが提供する「早期警戒情報」にも参加しました。これらの情報共有ネットワークからソフトウェアの脆弱性情報やサイバー攻撃の情報を入手するだけでなく、花王が受けたサイバー攻撃の情報を開示・共有することで、日本のサイバーセキュリティ対策に貢献しています。

経済産業省が開催した「産業サイバーセキュリティ対策説明会」にも参加し、急増が予想されるサイバー攻撃に備えて、日本政府の方針に従って業界をあげて対策に取り組めます。

花王は、戦略的デジタルトランスフォーメーション(DX)を推進し、先端技術を活用して、ビジネスの変革と業務の効率化を図っています。

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

ここ数十年の社会の変化はいまだかつてないレベルの規模で進み、現在も加速し続けています。

社会の変化に大きな影響を与えている要因の一つとしてデジタルテクノロジーの存在が挙げられます。デジタルテクノロジーは「いつでも、どこでも、誰とでも時空の制約を超えてコミュニケーションできる」という破壊的イノベーションをもたらしますが、これを企業価値向上の武器として使いこなすことができるか否かが企業の存続をも左右します。このデジタル変革の波は「デジタルトランスフォーメーション(DX)」という言葉で表現されています。企業はDXによって、新たな価値を生み出していくことが求められています。

花王が提供する価値

DXを進めることは、生産性を高め、業務効率を改善するだけでなく、顧客からの評価向上、新規顧客の獲得にもつながると考えています。

貢献するSDGs



方針

戦略的DXを推進し、先端技術を活用したビジネスの変革と業務の効率化を実現させ、ITツールと花王が持つビッグデータを学習させた人工知能(AI)を活用して、会社の生産性(=付加価値/コスト)を不連続に向上させます。

教育と浸透

社員がDXの効果を実感できるソリューションをクイックに投入するとともに、その内容を広く社員に周知することで、DXの自分ごと化を全社員に促しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

取引先とは、単なる顧客とベンダーという関係にとどまることなく、重要なステークホルダーとしてDXを通じて、ともに社会的価値を創造できる関係をめざしています。

取引先、研究機関、その他団体とのオープンイノベーションを推進しています。

デジタル先端技術戦略 102-20,103-2

体制

専務執行役員が統括する先端技術戦略室(SIT)がデジタル先端技術戦略の立案・実行を推進します。

統括直下に戦略企画グループを配置し、実務を担当する以下の4グループの活動をコーディネートする体制としています。

能率化活用グループ

デジタル技術を活用して、業務プロセスを抜本的に効率化するための戦略・戦術を提案・実装します。既存データをユーザビリティを高めた形で統合し、先端技術により高付加価値情報に転換を進めます。

情報戦略グループ

デジタル技術の活用はもちろん、リアルな体験を含めた統合的な視点から戦略・戦術を立案し、社内外のステークホルダー(社員、顧客、株主、社会)とのコミュニケーションを刷新します。戦略・戦術にマッチした情報コンテンツを開発するための社外コンテンツパートナーを開拓し、ネットワークを構築します。

事業・販売グループ

デジタル技術を活用した新しい事業や事業モデルを提案するとともに、事業モデルに適したスピーディな商品開発プロセスを実現します。

IT設計管理グループ

DXのための情報システム基盤の再構築とIT先端技術の導入・実装を行ないます。これによって3グループの活動を支えます。

主な会議体は、統括をはじめ先端技術戦略室が全員参加する月次全体ミーティングと、各グループのリーダーを務める部長が主催するグループミーティング(週1~月1程度)です。

デジタルトランスフォーメーションのターゲット領域



中長期目標と実績

2020年中期目標

IT先端技術を、企業価値向上の必要不可欠な武器として駆使できるAI-readyな企業となる。

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

時間創出効果と金額効果を合わせた固定費抑制効果として25億円以上の効果を生み出す。

社会的インパクト

ステークホルダーに対して魅力的な顧客体験を提供する。

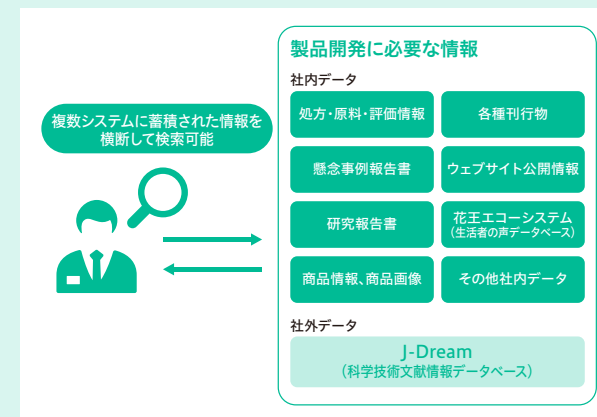
2019年の実績

実績

デジタル先端技術の活用によりさまざまな業務の能率化を進め、2019年度は固定費抑制効果として約15億円を達成しました。抑制効果であるため損益上の直接的なインパクトとしては表現できませんが、時間創出効果としては20万時間以上に相当し、その分より創造的な業務に振り向けることができました。

2019年の主な成果としては、研究員向けの「統合検索システム」の構築が挙げられます。製品開発を行なう際、これまでは複数システムで管理されているデータを収集するのに時間を要していましたが、本システムでは情報を横断的に検索できるため、情報収集にかかる時間を大幅に短縮できます。創造的な研究を行なうための時間をより多く確保し、競争力ある研究開発につながることを期待しています。

統合検索システムのイメージ



一方、新たな価値を生み出す活動としては、機械学習・深層学習に強みを持つ(株)Preferred Networksと皮脂RNAモニタリング技術の実用化に向けたプロジェクトを開始しました。

実績に対する考察

先端技術戦略室発足後2年が経過し、具体的な成果が求められる中、いくつかの成功事例を生み出すことができました。2020年は、より社員がデジタル先端技術を自分ごととして活用でき、企業文化醸成や企業価値向上との連動性を強化する必要があります。

具体的な取り組み

能率化活用分野

研究分野において、AIを活用することで効率化して検索する「統合検索システム」を2019年初頭より稼働させました。これにより、報告書や特許、処方、試験結果だけでなく、薬事を含めた商品情報、消費者相談情報といった非構造データまで取り込むことで、開発する際に必要な情報を網羅的に一括取得できるようになり、ルーティン業務を大幅に削減し開発スピードが飛躍的に向上しました。

人材関連では、勤怠管理データを学習したAIにより、休職のリスクが高い社員を事前に察知し、プロアクティブにケアができるシステムを構築中です。

情報活用分野

情報発信のしくみにおいては、これまでは各事業部門が独自の情報発信やアプリ提供をしていたため、他事業部門への展開や連携が不十分な点がありました。今後はこのように個別に実施されていたCRM(Customer Relationship Management)システムを一つに集約し、ステークホルダーごとに情報の受発信をカスタマイズして、真に必要な情報だけをお届けしたいと考えています。

事業・販売分野

ネット販売やソーシャルネットワークを活用した調査・商品開発・販売などを、AIを活用することで一新していきます。商品の情報伝達のみならず、商品が生み出されるまでの研究内容や、技術開発の詳細などを必要とされる方に的確に届けるデジタル広報も強化していきます。また、商品の効果的な情報伝達的手段として、新しいバーチャル伝達手法を開発し、これまでにない魅力的な商品価値体験を開発します。

AI技術を応用した美容カウンセリングサービスの構築

花王(株)は(株) Preferred Networksとともに、皮脂RNA(リボ核酸)モニタリング技術※の実用化に向けた協働プロジェクト“Kao×PFN 皮脂RNAプロジェクト”を推進しています。

第一弾として、皮脂RNAから得られたデータを機械学習・深層学習して、高度な予測アルゴリズムを開発します。これにより、既存の肌測定・解析技術では把握できなかった肌内部の状態を知ることや、将来の肌ダメージのリスク評価が可能になります。さらに遺伝情報をもとに個人に合った美容アドバイスやスキンケアを提供し、肌状態の改善・予防を図ることができます。

本プロジェクトの推進により、将来的には、パーキンソン病などの難治性疾患の早期診断技術の実現にもつながります。

※ 皮脂RNA(リボ核酸)モニタリング技術

花王が開発した、日々変動する体内状態を反映するRNAを皮脂から単離し、分析する技術。あぶらとりフィルムで皮脂を採取するという非侵襲性の(体に負担の少ない)試験で約13,000種類のRNA発現量を得ることができる。

DX浸透のために

「SIT通信」をイントラネットに定期的(概ね隔月)に掲載しています。また、統括役員が執行役員会で各部門担当役員に活動を紹介するとともに、DX浸透への協力を呼びかけています。また、年一回の情報システム部門業務報告会にて、先端技術戦略室の年間活動成果を発表しています。先端技術戦略室のメンバーの多くは各部門の業務を兼任しているため、各部門とのブリッジの強化にもつながっています。

ITベンダーとの協業

DXソリューションを計画・実装するにあたり、計画段階から社外ITベンダーとの協業体制をとっています。特に、豊富なIT技術を保有する総合ITベンダーの社員には先端技術戦略室に常駐していただき、専門的なアドバイスを受けられるような体制をとっています。

花王では、「知的財産(知財)を通じた事業と社会への貢献」を実現すべく、知的財産部と各研究所との協働により研究開発成果の保護と権利活用に取り組んでいます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

“よきモノづくり”を通じて作りだされた技術を、産業の発展と社会への貢献のために活用するためには、知的財産の確保と適切な行使が必要です。アジア地域を中心とした模倣品の増加や、特許権を不当に行使してライセンス料や高額な和解金を得ようとする、いわゆる特許トロールなどが社会問題になっています。

花王が提供する価値

花王は、製品開発研究および基盤技術研究へのこだわりを通じ、本質の追究によって産業と公益に資する価値を生み出し、知的財産として資産化しています。また、花王(株)および国内外グループ会社での一体となった知財活動により、グローバルな貢献を果たします。また、技術契約により、知財戦略に基づくオープンイノベーションの加速を担保します。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

産業と公益性につながる技術開発が知的財産として確保できない場合、継続的な製品開発に困難が生じ、めざす会社を実現するためのリスクとなります。また、品質が劣る模倣品の発生は、消費者の製品価値への期待を損なうというリスクとなり、知的財産の確保と適切な権利の行使が必要です。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

製品開発および基盤技術において取得した知的財産権を自社製品に活かすだけでなく、オープンイノベーションとして開放することで、広く産業や社会に貢献する機会を得ます。

貢献するSDGs



方針

花王では、研究開発の成果やブランド等の象徴として考え出したネーミングを、特許権、意匠権、商標権などの「産業財産権」として確保し、事業活動を推進しています。

アジア・米州・欧州でも積極的な権利取得を進め、国内外共に他社による権利の侵害があった場合は、法令に則り厳正に対処しています。近年は、アジア地域を中心とした模倣品対策にも注力しています。

一方で、研究開発の初期段階から他社の産業財産権を侵害しないように開発を進める、新製品の発売前に改めて他社特許等を確認し必要に応じて対応するなど、他社の権利を尊重し、侵害しないしくみをグローバルで強化しています。

また、オープンイノベーションの推進により、知的財産の活用を弾力的に行ないます。

教育と浸透

研究員向けに、経験年数・役割などに応じたきめ細かい知財教育プログラムを用意し、継続的に改善を加えています。2019年にはのべ約650人の研究員が知財教育プログラムに参加しました。

また、教育効率の向上のためにeラーニングを活用しており、アジア・米州・欧州の研究員には知財教育のツールとしてオンライン学習を取り入れています。

その結果、研究員がより主体的に技術の知財化や知財ポートフォリオの構築を意識するようになっていきます。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

知財行政の最新動向を把握するため、日本国特許庁、欧州特許庁、および新興国の管理職と直接対話の機会を持っています。2019年は日本国特許庁との意見交換を行ないました。

また、グローバルな知財実務の理解を深めるため、主要国・地域(欧州・米州・中国・韓国・台湾)および複数の新興国の特許代理人と直接対話の機会を持っています。

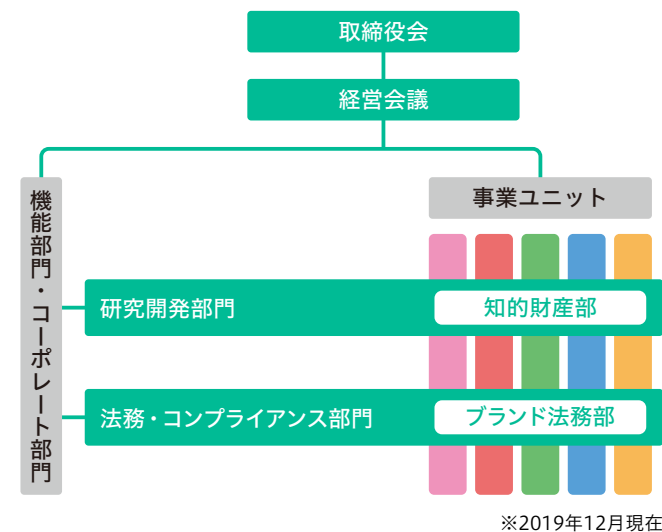
体制

研究開発部門の知的財産部と法務・コンプライアンス部門のブランド法務部とが両輪となって、事業分野の知的財産権を横断的に管理しています。

技術開発力の観点から企業価値の指標となる特許権および技術に基づく意匠権については、知的財産部が中心となり、幅広い分野で戦略的出願を進めています。責任者は研究統括(専務取締役)です。

デザインに基づく意匠権および商標権については、ブランド法務部が事業部門と密接に協力し、費用対効果を勘案しながら出願や管理を担当しています。責任者は法務・コンプライアンス部門統括(執行役員)です。重要案件については、知的財産部とブランド法務部が経営会議に提案・審議し、必要に応じて取締役会にて審議します。特許報奨にかかる有用な特許は、年1回、経営会議にて報告・審議を行ないます。

産業財産権管理体制



中長期目標と実績

中長期目標

- ・量と質との両面で最適化された自社特許ポートフォリオを構築し続け、多様な商品価値を生みうる本質研究成果を、グローバルに、カテゴリーを超えて戦略的に活用できる体制を構築します。
- ・第三者との知財トラブルの発生防止を、効果的・効率的に担保します。



2019年の実績

実績

積極的な発明発掘により、2019年の新規特許出願は前年度同様の高水準を保っています。実施許諾による特許ライセンス収入は、前年度同様の高水準となりました。

実績に対する考察

譲渡により取得した知的財産についてもポートフォリオの構築を進め、グローバルな活用を進めています。

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

多くの製品を展開する花王では、本質研究成果を多分野の製品開発に広く応用できるため、適切な知財保護により研究開発の効率化を促進し、ひいては製品の収益拡大につなげることが可能となります。

社会的インパクト

生み出した発明を公開することで技術の発展に貢献するのみならず、公益的な技術は開放(下記参照)して公共に資しています。

開放した技術の例:シャンプーボトルのきざみ

花王は、1991年より、ギザギザ状の「きざみ」をシャンプーボトルの側面につけています。これは、目の不自由な人だけでなく、健常者の方が目をつぶって髪を洗う時も、触っただけでリンスと区別できるようにしたものです。

花王は、シャンプー容器のきざみが、業界で統一されていないと消費者が混乱してしまうと考え、実用新案の申請を取り下げ、業界統一のものとなるよう日本化粧品工業連合会を通じて業界各社に働きかけました。その結果、業界各社の賛同を得て、現在ではほとんどのシャンプーに「きざみ」がつくようになり、日本主導の国際規格になりました(ISO 11156: 2011)。



1991年開発当初のきざみ



現在のきざみ

具体的な取り組み

他企業との知的財産問題への対応

特許などの知的財産権を重要な経営資源と位置づけ、効果的かつ戦略的な活用に努めています。他企業との知財問題については、可能な範囲で話し合いによる解決に努め、必要により特許ライセンス契約による解決を行なっています。

職務発明の報奨

花王(株)では、自社研究員に対して、事業に貢献した重要な発明の創出をたたえ、さらなる発明活動へのモチベーションとする観点から職務発明の報奨制度を重視しています。自社で実施して優れた成果を上げた特許等について与えられる社内実施報奨と、第三者にライセンス供与することで大きな収入が得られた特許等について与えられるライセンス収入報奨があります。

報奨授与の式典では毎年、対象発明者に対して社長自ら感謝と激励の言葉をかけています。2019年は、制度開始以来20年連続で社内実施およびライセンス収入についての報奨実施を行ないました。

なお、職務発明制度は国別に対応しており、アジア・米州・欧州におけるグループ会社での報奨制度の整備も継続して進めました。

産業財産権管理の推進

グローバルでの研究開発の成果を適切な産業財産権として確保することは、“よきモノづくり”をグローバルに実現し、現地の生活者・顧客のニーズに応えるための重要なステップと考えています。そのため、各国の研究員の知財教育をはじめとする知財活動の支援に注力するとともに、花王(株)および国内外グループ会社の知財担当者間の交流と相互啓発の場を積極的に設け、また共同で仕事を進めるしくみを取り入れています。

グループ会社の増加および各国での発明活動の活発化に伴い、より緊密に各国と連携しつつ知財活動を進めています。2019年も、海外のグループ会社から新たな特許出願が多数ありました。

新興国での模倣品問題への対応

新興国での事業展開においては、現地で受け入れられる製品ほど、模倣品が急速に広まるリスクがあり、模倣品の実態を把握し適切な対策をとることが重要な課題となります。模倣品の中には安全性が懸念される製品もあり、そのような場合、模倣対象となった花王製品のブランド価値を保護するだけでなく、現地の生活者の健康や安全を守るうえでも、対策が急がれます。

特に、日本と比べて知財関連訴訟の件数が多く、訴訟社会ともいわれる中国においては、模倣品問題の解決のために訴訟によって毅然とした態度をとることも必要です。

また、模倣品の国内輸入を防止するため、税関の真偽識別研修に講師として参加し、模倣品を識別するポイントを税関職員に伝えるなど、輸入される模倣品の摘発(いわゆる水際対策)にも積極的に取り組んでいます。

商標、意匠の管理

花王(株)では、商標権と意匠権については、法務・コンプライアンス部門に属するブランド法務部(意匠権の一部は知的財産部)が担当しています。新規のネーミングやデザインについて、他社の権利を侵害しないよう事前調査を十分に行なうとともに、当社のブランド価値を守るため、より広い権利の確保に努めています。

特に商標業務の機能は事業部門との連携が重要です。花王(株)本社と欧米3カ所に拠点を置き、円滑なコミュニケーションを図っています。また、タイムリーにネーミングを決定するため、ネーミング創作の開始から商標出願、決定に至るまでのスケジュール管理も行なっています。

近年増加する模倣品に対しては、ECサイトなど市場の監視を強化するとともに、行政当局やECサイト運営者、業界各社との連携を図り、早期に排除する体制を整えています。

花王は、税の透明性を確保し、各国・地域の税務に関する法令・規則などの遵守を徹底しています。また、適切な税務処理に関する各種教育を行ない、一人ひとりが税務コンプライアンス意識を高めています。

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、OECDによるBase Erosion Profit Shifting (BEPS)プロジェクト等の国際的な取り組みが、税の透明性確保や国際的な租税回避を防止するために重要であると理解しています。たとえば、グループ会社間の国際取引は、機能、資産およびリスクの分析に基づき、その貢献に応じた適切な利益配分を独立企業間価格に基づいて設定するとともに、その独立企業間価格の算定においては、OECD移転価格ガイドラインの遵守に努めています。

花王が提供する価値

花王は、企業理念である「花王ウェイ」の基本となる価値観である「正道を歩む」に基づき、法と倫理に則って行動し、誠実で健全な事業活動により、生活を豊かにする社会的価値の創造に貢献し、適切な納税を行ないます。

新興国・発展途上国における事業活動から生じた所得について、現地の課税権を侵害せず、各国・地域の関連法令および規定に則った健全な税務管理を行ない、適切に納税することが各国・地域の経済および社会発展に重要な役割を果たすことになり、すべてのステークホルダーの支持と信頼に応えることにつながると理解しています。

また、事業目的・実態の伴わないタックスプランニングやタックスヘイブンの利用が、各国・地域における適正な税金

の納付を阻害する要因であると理解しています。花王は事業目的に沿って海外進出先やグローバルな事業体制を決定することとし、タックスヘイブンを利用する恣意的な租税回避および濫用的なタックスプランニングの防止に努めています。加えて、国際的な租税回避のための税務ストラクチャーの利用は行ないません。

貢献するSDGs



方針

税務コーポレート・ガバナンスの向上をめざし、税務の行動規範、判断基準となる「税務方針」を制定しています。



www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao.com/jp/ja/corporate/about/pdf/governance_004.pdf

教育と浸透

花王は、税務コンプライアンス体制が適切に機能するためには、経営層および社員の税務コンプライアンス意識の浸透・定着を進めることが重要であると考えています。

適切な税務処理に関する啓発、教育、各種情報共有や相談を行ない、法令遵守を徹底するとともに、税務リスクの

低減に努めています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

花王は、税務当局に対して適時かつ適切な税務情報提供を行ない、誠実に対応することで信頼関係の構築に努めています。税務リスクの低減のために、外部の税務アドバイザーに適時相談し税務処理の適切性について検討しています。

また、業界団体を通じて経済界と協調し、日本企業の国際競争力の強化に貢献する税制改正要望にも取り組んでいます。

体制

会計財務部門統括を責任者とし、管理部税務会計グループおよび各国・地域の税務担当者が実務を行ないます。四半期ごとに各国・地域の税務担当者や情報を共有し、現状および将来の税務リスクの把握を行ない問題解決に努めています。定期的に各国・地域の税務問題を収集し現状を把握することで、緊急の税務問題について適時情報が届く体制になっています。加えて、解決方法を外部専門家も交えて連携しながら対応する体制が構築されています。

また、これらの税務問題や税務戦略のうち、重要なものについては、定期的に行なわれている経営会議や取締役会で報告されています。

具体的な取り組み

経理・財務のグローバルな連携

定期的に、グローバルの経理・財務リーダーを集め会議を開催しています。その中で、各海外子会社の税務担当者とコミュニケーションをとりながら、全社方針の共有や徹底、新たな税務論点の議論を行なっています。

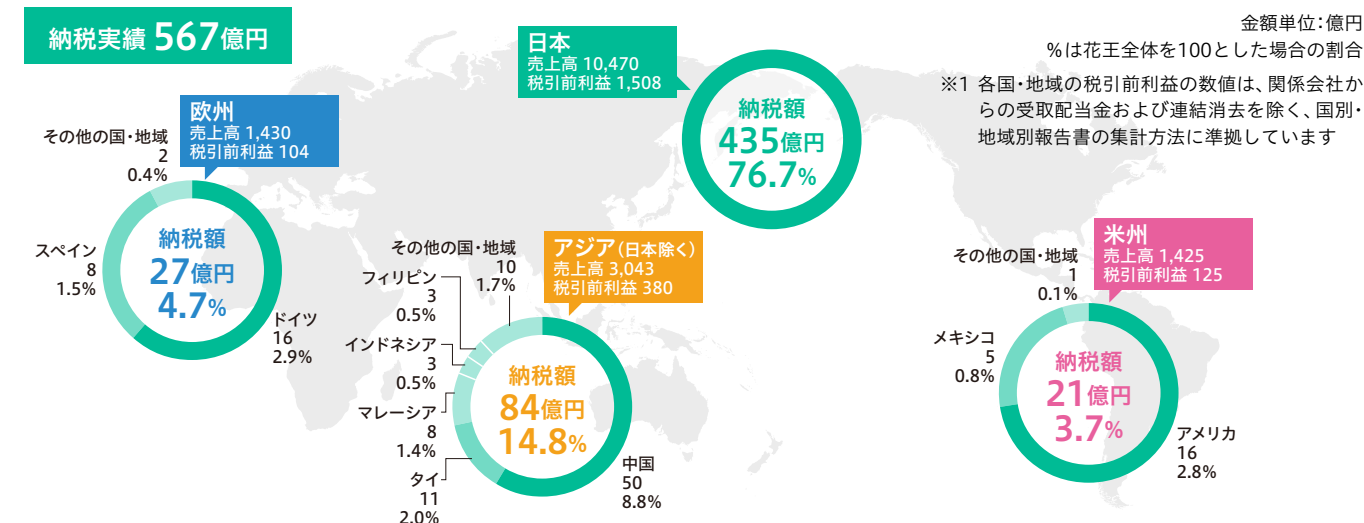
一般社団法人 日本化学工業協会との協働

日化協を通じ、税務実務効率化や企業競争力強化に資する税制改正要望に積極的に取り組んでいます。

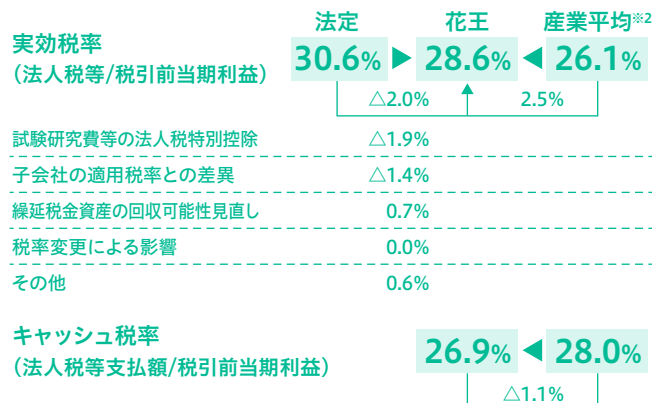
事業実績と納税実績

2019年度 花王の事業実績と納税実績※1 (単位：億円)

| | 売上高 | 税引前利益 | 納税額 |
|---------------|---------|-------|-----|
| 日本 | 10,470 | 1,508 | 435 |
| 中国 | 1,074 | 161 | 50 |
| インドネシア | 520 | 30 | 3 |
| タイ | 426 | 48 | 11 |
| マレーシア | 364 | 42 | 8 |
| フィリピン | 299 | 21 | 3 |
| その他の国および地域内消去 | 360 | 78 | 10 |
| アジア 計 | 3,043 | 380 | 84 |
| ドイツ | 696 | 46 | 16 |
| スペイン | 390 | 39 | 8 |
| その他の国および地域内消去 | 344 | 19 | 2 |
| 欧州 計 | 1,430 | 104 | 27 |
| アメリカ | 1,211 | 113 | 16 |
| メキシコ | 121 | 12 | 5 |
| その他の国および地域内消去 | 93 | 1 | 1 |
| 米州 計 | 1,425 | 125 | 21 |
| 地域間消去 | (1,346) | (13) | |
| 合計 | 15,022 | 2,106 | 567 |



2019年度 実効税率差異の分析



※2 日用品業界

2019年度の花王の実効税率は28.6%でした。法定実効税率との差-2.0%は、日本における試験研究費の法人税特別控除の影響および海外子会社との適用税率の差異に起因するものです。また、RobecoSAM社が発行する産業平均実効税率に対しては2.5%のプラスとなっており、適切な納税を実現していると考えられます。

同様に、納税額を税引前当期利益で除したキャッシュ税率についても、支払いタイミング等の影響があるものの、産業平均に対して-1.1%と適切な水準の納税を実現しています。

花王の事業は、製品のライフサイクル全般にわたって、地球上のさまざまな生態系、生物の多様性をもたらす豊かな恵みによって支えられています。

世界共通の喫緊の課題のひとつである生物多様性の劣化を防ぐために花王が貢献できる活動として、持続可能な原材料調達取り組みや、限られた原材料を有効に活用するための新しい技術開発等を今後も精力的に推進していきます。また、事業活動による生物多様性への影響を低減するとともに、事業拠点のある地域の生物多様性の向上につながる社会活動も推進していきます。

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

2019年5月、IPBES※は100万種を超える生物たちが絶滅の危機に瀕していることなどを警告する報告書を発表しました。また、2010年に名古屋市で開催されたCOP10(生物多様性条約第10回締約国会議)で採択された、生物多様性の「戦略計画2011-2020」の個別目標である「愛知目標」で掲げられた目標の多くは達成されない可能性が指摘されており、強い危機感を持って生物多様性の保全に真摯に取り組む必要性を私たちは改めて認識しています。

アブラヤシの実から採取されるパーム油は、世界中の多くの食料品や日用品に使用される植物油脂であり、花王もまたその恩恵を受けている企業の一つです。しかし、アブラヤシ生産地における森林破壊とそれに伴う生物多様性の消失、現地で暮らす住民や農園労働者の人権侵害等、さまざまな深刻な問題が発生しています。

パーム油の問題も含め、地球上の至る所で発生している生物多様性劣化の問題の多くは私たちの消費活動、経済活動と密接に関係していますが、このことがあまり認知されていないこともまた大きな問題です。私たち一人ひとりが

生物多様性の問題を認識し、これを解決する方法を考えていかなければなりません。「愛知目標」の最重要目標ともいえる「生物多様性の主流化」を推進することが極めて重要であると認識しています。

※ IPBES
生物多様性および生態系サービスに関する政府間科学政策プラットフォーム。

花王が提供する価値

IPBESは生物多様性の目標を達成するためには“経済・社会・政治・科学技術における横断的な社会変容(transformative change)”が必要だとしています。花王はESG経営において掲げた各方針、目標、そして社会課題解決型のイノベーション技術を、生物多様性の劣化防止・回復、持続可能な未来社会の実現につなげるために、さまざまな活動を推進していきます。

花王は生物多様性保全に対し、以下の観点から貢献していきます。

生物多様性の恵みが持続する社会形成

花王は、主要原材料であるパーム油や紙・パルプに関して、原産地の森林破壊ゼロの確認やトレーサビリティの確保等

に関する2020年目標を掲げており、その達成に向けて、森林破壊リスクのマッピングやハイリスクと判断された工場の調査などの具体的な活動を推進しています。森林破壊や人権侵害等のない持続可能な原材料の生産、調達体制を確立し、すべてのステークホルダーに対して生物多様性の恵みが永続的に得られる社会の形成に貢献していきたいと考えています。

生物多様性への影響が少ない原材料の開発・活用

花王は、生物多様性への影響が少ない原材料の開発・活用を推進しています。

パーム油は花王の製品の多くに使用されていますが、グローバル規模での人口増加によって今後需要がますます高まることが予測されており、森林破壊や原材料不足が懸念されています。そこで花王はパーム油の代替として、天然系でかつ非可食系の油脂源を利用する技術開発を継続しています。これまで活用が難しかった油脂原料を界面活性剤として活用できる「バイオIOS」や、高収率で獲得できる微細藻類を活用した油脂生産技術開発などを行なっています。

生物多様性の主流化

認証材の積極的な活用、他社との協働として「持続可能なパーム油のための日本ネットワーク (JaSPON)」での持続可能なパーム油の調達・消費の促進、そのほか、拠点の緑地保全活動や社外の生物多様性保全活動への社員参画促進など、多様な活動を推進して生物多様性の主流化に寄与しています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

今後のグローバル規模での人口増加や経済の発展は、私たちが必要とする主要な原材料であるパーム油や紙・パルプの需要のさらなる増加をもたらすことが考えられます。一方で、生物多様性や人権侵害等の諸問題に配慮した持続可能な原材料の調達には付加的なコストが発生します。しかし、その調達において持続可能性への配慮がなされなければ、将来の長きにわたっての調達ができなくなり、事業存続が困難になる可能性が考えられます。また、森林破壊や人権侵害などの現地の深刻な問題に対処した持続可能な原材料調達が行なわれない場合、企業のレピュテーションが著しく低下し、社会からの信頼が得られず、事業存続が困難になるリスクが想定されます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

花王は2011年に「生物多様性保全の基本方針」を定め、持続可能な原材料調達や生物多様性保全に貢献する新しい技術開発等に取り組んできました。

2014年に改訂した「原材料調達ガイドライン」では、パーム油や紙・パルプの原産地における森林破壊ゼロの確認を進めること等を目標に定め、将来にわたる持続的な原材料調達を実現するための具体的な活動を推進することにより、事業継続の可能性を高めています。

花王が新たに開発した界面活性剤「バイオIOS」は、グローバル規模での人口増加に伴い懸念される原材料不足等の諸問題を解消する、まったく新しい技術として用途の拡大が期待できます。

貢献するSDGs



方針

2010年、花王では生物多様性との関わりが深いと考えられる社内11部門(当時)を対象に「事業活動の生物多様性に関わるリスク分析」を実施し、そこで抽出したリスクや課題を踏まえて、2011年に「生物多様性保全の基本方針」を策定しました。①事業との関わり方の把握、②影響の低減、③独自の技術開発、④国際的な取り決めの遵守、⑤地域生態系に配慮した事業活動、⑥社員の意識向上、⑦社外関係者との連携の計7つの方針を掲げており、毎年レビューを行っています。



- 生物多様性保全の基本方針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/biodiversity-basic-policy.pdf
- 生物多様性保全の行動指針
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/biodiversity-action-policy.pdf
- 生物多様性保全の活動事例
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/eco_activities_03_04_02_001.pdf

教育と浸透

教育

「生物多様性保全の基本方針」策定後に日本花王グループの全社員を対象に実施したeラーニングおよび新人を対象に毎年行なっている環境教育等により、生物多様性についての社員への基本的な周知はできていると考えています。海外の社員に対しては、毎年開催しているグローバルRCミーティング等を通じて情報共有や啓発等を都度行なっています。

啓発

花王では、各拠点において生物多様性に配慮した緑地保全活動を推進しており、社員が参加可能なイベントも用意しています。また、外部の生物多様性保全プログラムへの社員のボランティア参加を奨励しています。社員には、これらの活動への積極的な参画を通じて、生物多様性への理解を深めてほしいと考えています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

持続可能な原材料調達の推進



→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
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=72

各国・地域に応じた生態系・生物多様性の保全活動

花王は世界中に事業拠点を有しています。生物多様性保全についての基本的な方針は本社で定めていますが、生物多様性の状況や考え方は国や地域で異なるのが現状です。生物多様性保全活動を効果的に推進するためには、それぞれの国、地域において、行政、NGO／NPO、有識者など、関係するさまざまなステークホルダーと積極的に意見交換する機会を設けることが有効であると考えており、各国・地域の担当者に推奨しています。

体制

RC推進部が推進しているレスポンシブル・ケア(RC)活動の一つである「環境保全」において、生物多様性保全を活動項目の一つに定めています。生物多様性に関する方針、目標、計画を定め、活動の進捗とあわせてRC推進体制で管理しています。活動の進捗については、年2回開催のRC推進委員会および年1回開催のグローバルRCミーティング(いずれも担当役員が参加)において、情報共有を適宜行なっています。

中長期目標と実績

2020年中期目標

花王は、2009年に発表した「環境宣言」の2020年中期目標のひとつとして、「原材料の調達などの面で、生物多様性保全に努めます」という生物多様性に関する目標を初めて掲げました。

その後、「原材料調達ガイドライン」を策定し、主要原材料であるパーム油や紙・パルプについての2020年目標として、森林破壊ゼロやトレーサビリティの確保等に関する詳細な活動目標を掲げて、その達成に向けた活動を推進しています。

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

持続可能な原材料の調達には少なからず付加的なコストが発生しますが、これは私たちの事業を持続可能なものにするために必要不可欠な投資であり、社会的責任であると捉えています。結果、花王のレピュテーションは大きく向上しており、その財務的な効果を測ることは困難ですが、財務面に直接的・間接的なメリットが生じていると想定しています。

社会的インパクト

持続可能な原材料調達に関する2020年目標の達成に向けてのさまざまなプロセスにより、原材料調達地における森林環境の維持・回復や地域社会の人権の尊重などにつながり、将来の持続可能社会の実現に向けて前進できると期待しています。

2020年目標

生物多様性に関する年次目標は、1年間の活動単位でPDCA管理しているRC目標の中で毎年定め、進捗管理しています。2020年目標は以下の通りです。

1. 持続可能な原材料調達の推進

パーム油、紙・パルプを対象に、2020年までに100%持続可能な調達を行ないます。

2. 地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動の推進

2018～2019年にかけて実施したグループ全生産拠点の生物多様性評価の結果を受けて、各拠点で実施可能な生物多様性保全活動を計画し、推進します。

3. コピー用紙削減

全社員が共通で取り組むことのできる活動として、コピー用紙の削減活動を日本花王グループから開始しています。2020年目標は、10%削減(一人当たりの印刷枚数:2017年比)です。

4. グリーン購入の推進

環境負荷ができるだけ小さいものを優先して購入する「グリーン購入」を推進しています。グリーン購入法を受けて、以前から活動を推進している日本における2020年目標は、グリーン購入率100%です。

2019年の実績

実績

1. 持続可能な原材料調達の推進

2020年目標の達成に向けて、原産地の森林破壊ゼロの確認やトレーサビリティの確認などを推進しました。

2. 地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動の推進

新たに花王に併合した拠点を含むすべての生産拠点における生物多様性評価を完了しました。

3. コピー用紙削減

一人当たりの印刷枚数は2017年比で15.7%削減となり、2020年目標をすでに達成しています。

4. グリーン購入の推進

日本におけるグリーン購入率は90.2%でした。

実績に対する考察

グローバル会議や現地訪問等での各国・地域担当者との意見交換を通じて、社内における生物多様性に対する意識の高まりを実感しています。

具体的な取り組み

事業と生物多様性との関わりの把握

2013年に評価を完了したエコロジカル・フットプリントでは、花王の事業活動が及ぼす環境負荷は、二酸化炭素吸収地、油糧植物生育のための耕作地や牧草地、パルプや紙の生育のための森林、界面活性剤が影響を与える漁場などが大半を占めていることを確認しました。

 →企業活動のエコロジカル・フットプリント
www.jstage.jst.go.jp/article/ilcaj/2011/0/2011_0_164/_pdf

さまざまな環境影響を統合して数値化できるLIME2(第2版日本版被害算定型影響評価手法)を活用して、花王の製品がさまざまな環境側面に及ぼす影響を包括的に評価しています。花王では、主要な35製品分類について環境影響評価を実施し、環境側面のバランスについて把握し、製品開発に役立てています。

 →コンパクト粉末衣料用洗剤のLIME2による環境影響の変遷
www.jstage.jst.go.jp/article/lca/11/3/11_300/_pdf/char/ja


事業が生物多様性に与える影響の低減

花王の事業活動が生物多様性に与えるさまざまな影響を低減するために、以下の活動を継続的に行なっています。

- ・原材料使用量の削減および持続的に調達可能な環境負荷の少ない原材料への切り替え

 →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
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=72

- ・事業活動に伴うCO₂排出量の削減

 →よりすこやかな地球のために>脱炭素
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=83

- ・水資源の使用量削減および影響の低減

 →よりすこやかな地球のために>水保全
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=117

生物多様性の恵みを大切に活用するための技術開発

花王は長年にわたり、アブラヤシの実などから採取できる炭素数が12~14の油脂原料を用いて工業用高級アルコールを生産し、さまざまな家庭用製品の原料として使ってきました。しかし、長年の界面科学研究の結果、これまでは活用が難しかった炭素数16~18の油脂原料が、「バイオIOS」という新しい界面活性剤として有効に活用できるようになりました。「バイオIOS」は、アブラヤシの実からパーム油を採取する際の搾りカスを原料としており、衣料用濃縮液体洗剤「アタックZERO(ゼロ)」ですでに実用化されています。

さらに、原材料が食品用途と競合せず、環境負荷が少ない藻類をパーム油の代替とする研究も進めています。

これまで用途が限られていた原料を洗剤の新たな主原料にできたこと、食品用途と競合しない油を活用する可能性を広げたことは、「生物の多様性の持続可能な利用」への貢献につながるものと考えています。

 →思いやりのある選択を社会のために>暮らしを変える製品イノベーション
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=68

国際的な取り決めの遵守

花王は、生物多様性条約、生物多様性条約締約国会議等で決定された生物多様性に関する国際的な取り決めおよび関連する各国・地域の国内法を遵守しつつ、事業活動を進めています。

また、花王は、2014年、「原材料調達ガイドライン」の中で掲げた調達目標において日本でいち早く「森林破壊ゼロ」の支持を表明し、また、同年9月にニューヨークで開催された国連気候変動サミットで発表された「森林に関するニューヨーク宣言」にも署名しました。

2020年は「愛知目標」の達成目標年です。その達成に向けて、花王として貢献できる活動を積極的に進めています。たとえば、目標の1番目に掲げられた「生物多様性の主流化」については、以下のような活動を行なっています。

商品

花王はFSC認証材の導入を積極的に進めています。2016年に日本で初めてFSC認証を受けた段ボールを導入、2017年は衣料用粉末洗剤の容器にFSC認証紙を導入しました。2018年は、「FSC認証材の調達宣言」を日本企業6社・団体と共同で発表しました。

他社との協働

花王は国内における持続可能なパーム油の普及に向けた活動も推進しています。2019年に発足した「持続可能なパーム油のための日本ネットワーク (JaSPON)」のメンバーと

して、持続可能なパーム油の調達・消費の促進を他社と協働で進めています。

生物多様性保全活動

社内では、工場を有するグループ全拠点において、生物多様性に配慮した緑地保全活動を、社外では、地域の緑地保全を推進する団体や生物多様性の教育に携わる学校の先生を支援する活動などを行なっています。



「愛知目標」への花王の活動貢献内容については、下記で報告しています。

→生物多様性保全の活動事例

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/eco_activities_03_04_02_001.pdf

地域の生態系に配慮した事業活動

グローバル共通の生物多様性評価基準に基づく活動推進

花王では、事業を展開しているグローバル各拠点において、地域の生物多様性に配慮した活動がどの程度行なわれているか評価するための生物多様性評価基準を2017年に導入し、2018年から2019年にかけて、新たに花王に併合した拠点を含むすべての生産拠点における評価を実施しました。各拠点では今後3年間の活動計画・目標も立案し、活動を推進しています。今後、本評価基準に基づき、各拠点の活動進捗を確認し、グローバルで活動を推進していきたいと考えています。

本評価を導入した主な目的は、現状を把握した上で、明確な目的意識を持って各拠点あるいは近隣の緑地等における生物多様性保全に積極的に取り組んでもらうことにより、各拠点が恩恵を受けている地域生態系の生物多様性保全に貢献することです。さらに、本活動を通じて、社員の生物多様性への意識が高まり、地域住民など関係する多くの皆さまにも私たちの思いが伝わり、活動の輪が大きく広がっていく「生物多様性の主流化」につなげていければと考えています。

生物多様性 304-1,304-2,304-3

KSA 生物多様性アセスメントを実施

花王スペシャルティーズアメリカズ(KSA)は、アメリカ合衆国南東部のノースカロライナ州ハイポイント市にある、花王では最大の森林面積を有する会社です。場内には針葉樹と広葉樹の多様な樹木で構成される混交林が広がり、ノースカロライナ州が絶滅のおそれのある種に指定したモリツグミ等の希少な野鳥をはじめとするさまざまな生物が生息しています。混交林の中にある貯水池の周囲には非舗装の自然遊歩道を整備しており、水辺でガンの親子が暮らしている様子などを見ることができます。

2019年、KSAでは、生物多様性に関するアセスメントとして、自社敷地を含む地域特性(地質/地形/水文循環/生態系等)、敷地内の植生(樹種/草本)、侵入外来種、生物の生息地の現状および今後の可能性、生物モニタリング等についての検証を実施し、詳細なレポートにまとめました。また、敷地内緑地を生態学的に区分けしたマップなどを作成しました。

本アセスメントの結果を受けて、KSAでは今後の生物多様性保全活動について検討を進めています。また、社員が参画する生物多様性保全の取り組みとして、落ち葉や枯れ枝等の堆肥化についての講習会、ハイポイント市の専門家の指導による森林に生息する生き物の勉強会を兼ねた自然ウォーク、林縁における苗木の植樹活動を新たに実施しました。

KSAの敷地内に広がる混交林



貯水池



自然遊歩道



堆肥化についての講習会

KSAの敷地内で見られるさまざまな生き物



ガンの親子



ウッドチャック

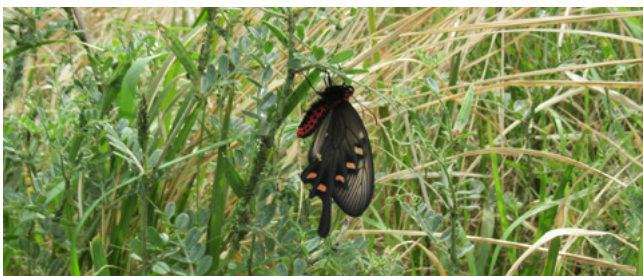
生物多様性 304-1,304-2,304-3

川崎工場 生物多様性調査とウマノズクサ保全活動

川崎工場は2018年、一般社団法人 いきもの共生事業推進協議会 (ABINC) の「いきもの共生事業所® 認証」を取得しました。認証取得後も、主要緑地である西緑地を中心に生物多様性保全活動を推進しています。

2018年から2019年にかけて、春夏秋冬のそれぞれの季節において生物が比較的多く観測される時期を選び、環境調査等を専門とする会社に委託して生物多様性調査を4回実施しました。その結果、73科237種の植物、7目15科21種の鳥類、10目59科100種の昆虫類が確認されました。鳥類については4種について、場内で繁殖活動を行なっていることが確認されました。

前回の調査で生息が確認された、ジャコウアゲハの幼虫の食草であるウマノズクサは、西緑地以外の点在する場内緑地において計121株が確認されました。また、場内の複数の草地でジャコウアゲハの幼虫が確認されたことから、本工場が川崎市臨海部におけるジャコウアゲハの繁殖拠点のひとつになっていることを改めて認識しました。今後、保全活動とあわせて、ウマノズクサやジャコウアゲハの個体数の推移のモニタリングも進める予定です。



蛹から羽化したジャコウアゲハ

川崎工場・鹿島工場

JBIB「いきものDays」への参加と社員啓発活動

「いきものDays」は、愛知目標の重要な項目である「生物多様性の主流化」をめざして、JBIB参加企業の自社緑地あるいは関連する緑地において、生物モニタリングや植林活動を3～6月の期間に一斉に実施するJBIB主催のイベントです。2019年、花王からは川崎工場、鹿島工場が参加しました。



→JBIB「いきものDays」

jbib.org/news/1970/

※生物多様性アクション大賞2019つたえよう部門入賞

川崎工場

川崎工場は、6月に新入社員を対象に生物モニタリングを開催し、計25人が参加しました。外部講師による生物多様性の講義後、身近な緑地に棲む生き物の観察やウマノズクサの保全活動を体験しました。また、8月に開催した毎年恒例の納涼祭の日に、従業員の親子を対象に生き物観察会を開催し、ゴマダラカミキリ等の生き物を見つけた子どもたちは大喜びしていました。当日は親子での野鳥の巣箱作りや緑地で採取した葉を用いた版画作りも行ない、イベントは大盛況でした。

川崎工場の生物多様性事務局では、上記の生物多様性に関連した活動やイベントの企画、開催を担当するとともに、写真を豊富に添えた活動報告を社員に対して定期的に発信しており、生物多様性の啓発に努めています。



従業員の親子が参加した生き物観察会

鹿島工場

鹿島工場は、5月に主に新入社員を対象に生物モニタリングを開催し、計51人が参加しました。イベント当日、新入社員は入社・在籍記念として、工場設立以来約40年にわたって続けられている、社員の森への“自分の木”の植樹も行ないました。

生物多様性 304-1,304-2,304-3

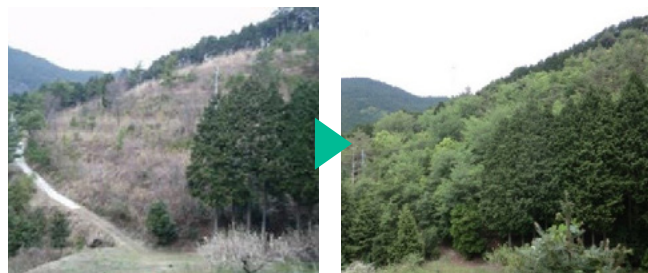
和歌山工場 「企業の森」における遺伝子の多様性を守る活動

「企業の森」は、CSR、社会・環境貢献活動、地域との交流活動の一環として、企業などが森林環境保全に取り組む事業の総称です。

和歌山県では全国に先駆けて2002年から活動を開始し、現在82団体が県内の94カ所で活動を行なっています。

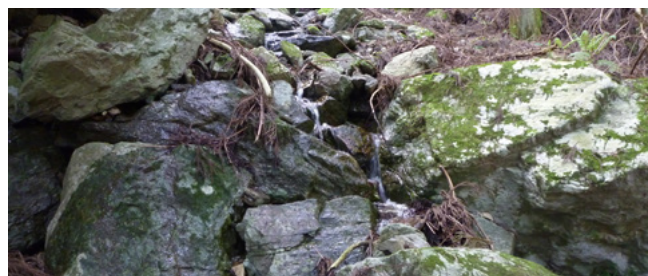
花王の森 紀美野

和歌山工場は2007年、工業用水として利用している紀ノ川の水源地である紀美野町のみさと天文台近くの山林0.7haを、「花王の森 紀美野」として借り受け、クヌギやコナラなど9種700本を植樹しました。以降、約10年間にわたり、社員と家族による下草刈りなどの保全活動を毎年継続してきた結果、樹木が大きく育ち森が再生したことを確認できました。



活動前

現在



水源地の清流



社員と家族による下草刈り

花王の森 おいし

2017年には、ススキの群生で有名な生石高原（県立自然公園）の近くに、新たな活動地「花王の森 おいし」0.8haを借り受けました。

従来は森林組合にお願いする“地拵え（じごしらえ：造林や天然更新のため、伐採跡地を整備すること）”の段階から自分たちで実施することを申し出て、のべ106人の社員が、放棄されウツギやカズラ等がはびこる密林に分け入り、ノコギリを使って駆除作業を実施しました。

さらに、地域の遺伝子の多様性を守る目的から、この地に自生する苗木を使った森の再生計画を企画、検討しました。和歌山県企業の森事業で初の取り組みです。地権者のご協力により、ウリハダカエデ、カヤ、ハナイカダなどの苗木を採取させていただき、鉢植えにし、猛暑や台風の影響に負けることなく、複数の社員宅で大事に育てました。2018年11月には、社員と家族が集い、地拵えを終えたエリ

アに、社員宅で育てた苗木にモミジ、コナラ、ヤマザクラなどを加えた8種67本の苗木を植えました。社員の子もたちが描いた、活動地付近に生息する生き物のイラスト入り看板もお目見えしました。

苗木は防獣柵に守られ現在も順調に育っています。当活動地は、苗木の植樹を行なった「自生種」、「針葉樹」、「針広混交林」の3つの保全ゾーンに分けて、それぞれのゾーンの特性に合った保全を行なっています。適宜植樹もしながら、社員と家族みんなでこの森を大切に育てていきます。



社員宅での苗木への水やり



家族で植樹



子どもたちによるイラスト入り看板

花王(台湾) 工場立地エリアにおける植樹および保全活動

2019年4月、工場の立地する新竹県の政府所有の裸地に確保した花王(台湾)の植樹エリアにおいて、誕生祭も兼ねて、花王社員とその家族103名を含む計130名により、草木の苗計700本の植樹活動が行なわれました。当日は、昨年植樹した樹木の保護、害虫防除、土壌や水の保全なども同時に実施しました。当日参加した社員は、一緒に参加したNGOの専門家に植樹した樹木などについて学ぶことで、生物多様性に関する知識を大いに高めることができました。

花王(台湾)は、予定していた3カ年の植樹計画を前倒しで達成しました。この森林の育成が花王のESG活動とSDGsに貢献できることを期待しています。



花王社員とその家族が植樹

東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト

東日本大震災で被災した地域の生物を調査・モニタリングする「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト」(主催:認定NPO法人アースウォッチ・ジャパン)に、2019年は花王社員10名が参加しました。この調査で得られたデータは、被災地域の生態系や希少種の保全、環境に配慮した復興計画のために役立てられています。



→花王社員が「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト」に参加

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/topics/society-20190820-001/

他団体との連携

生物多様性保全の取り組みについて真剣に考え、具体的な活動を実践する企業の集まりである一般社団法人企業と生物多様性イニシアティブ(Japan Business Initiative for Biodiversity:JBIB)に、花王は2008年の発足当初から参加し、参加企業とともにこれまで歩んできました。テーマごとに複数のワーキンググループに分かれ、業種を超えたさまざまな企業の方たちと、企業としてどのような形で生物多様性保全へ貢献ができるのかについて毎月議論を行っており、またJBIB「いきものDays」の開催等、多様な活動を展開しています。

ほかにも、花王は、公共財団法人都市緑化機構(花王・みんなの森づくり活動)、公共財団法人オイスカ(タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト)、認定NPO法人アースウォッチ・ジャパン(花王・教員フェローシップ、東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト)など、さまざまなステークホルダーとの協働により、生物多様性保全につながる活動を推進しています。



→花王・教員フェローシップ、タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト、花王・みんなの森づくり活動について詳しくは「社会貢献活動/具体的な取り組み:よりすこやかな地球のために」

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=83

生活者とのきめ細かなコミュニケーションを通じて、お客さまからの声を“よきモノづくり”やサービスの向上に活かすとともに、幅広い世代の方々に必要とされる生活情報を提供しています。高齢化、高度情報化、グローバル化が進む中、生活者にどう対応していくかは、相談対応においても大きな課題です。花王は、365日24時間生活者のよきパートナーとなることをめざし、生活者をとりまく環境変化、コミュニケーション手段のデジタル化加速への対応などを見据えて、今後も新たな取り組みを推進していきます。

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

社会の変化は、消費者の相談にも色濃く反映されます。たとえば、電話相談は高齢の消費者からが多く、年々その割合が増加しています。一方で、若い方々を中心としたデジタルネイティブの世代は、ソーシャルネットワークワーキングサービス(SNS)を使ったコミュニケーションが一般化しており、SNS上でさまざまな情報をやり取りしています。デジタルネイティブの世代は、困りごとがあった際もデジタル上で自己解決を図る傾向が強く、企業のお問い合わせ窓口相談しない傾向があります。

このような社会において、デジタル化に対応できていない消費者は、企業からの情報が得られず、消費者間でも情報格差が広がり、消費者が主体的に判断することがますます難しくなっています。インターネット上にある膨大な情報の中には誤った情報も多く存在し、消費者が誤った情報に基づいて解決を図ろうとすることが懸念されます。企業からの電話やメールでの回答が、お問い合わせ内容とは別の意図しない情報と結合・加工されてSNS上で拡散され、正しく伝わらない懸念もあります。

また昨今、インバウンド消費の拡大に伴い、生活習慣や価値観の異なる消費者が製品を誤って理解し、製品の性能が十分に発揮できないことや身体、物品へのトラブルになることが懸念されます。

花王が提供する価値

花王では公正でわかりやすい商品情報だけでなく、住まいや衣類など、消費者の暮らしに関する情報の提供に努めており、このことが消費者の社会・環境に配慮した倫理的で安全な消費行動の実現につながると考えています。

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では消費者起点の行動原則のもと、一人ひとりの生活者の声を真摯に受け止め、相談者の気持ちを理解し、解決を図るだけでなく、その背景の理解に努めることで花王の“よきモノづくり”を支えています。

ユニバーサルデザインの考え方にに基づき、聴覚障がいのある方に配慮した手話専用の相談窓口の設置や、視覚障がいのある方などのための、花王ウェブサイト「製品カタログ」の図や表への音声読み上げソフトに対応できる説明文の追加、訪日観光客や日本在住の外国人の方々へ向けた英中韓の言語に対応した電話相談窓口の設置などさまざまな取

組みを行なっています。

自己解決を図る方にも、正確な情報に基づく困りごとの解決ができるように、Q&Aサービス(Yahoo!知恵袋)を活用した公式サポートを実施し、消費者との能動的なコミュニケーションを推進しています。

さらに、増え続ける訪日・在日外国人の方に商品を正しく理解していただくために、商品情報の多言語表示を進めています。店頭に設置する商品情報に二次元コードを付け、その場で花王ウェブサイトの中国語や英語の商品情報サイトへアクセスできるようにしています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

1. 消費者の安全・安心意識の高まりによる成分、安全性情報などの開示要求に対する情報不足の不満
2. 懸念物質(環境面、安全面)への対応の遅れや、不十分だった場合のレピュテーションリスク
3. 生物多様性への配慮不足による製品への不満
4. 不良、欠陥による拡大被害
5. 越境ECによる自国外への製品の流出
6. 取得した個人情報の漏えいと個人情報保護に関する規制強化

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

1. 成分、安全性などの正しい製品情報の提供
2. 安全・安心に関わる信頼性情報の開示
3. 開発品、販売品への改善要求の機会
4. グローバルでの情報共有による新製品開発、改良への提言機会

貢献するSDGs



教育と浸透

相談対応品質の継続的向上を図るため、相談対応力評価を定期的に行なっています。外部講師による対応品質向上研修や外部研修受講などの機会を積極的に設けています。

また、社員が生活者視点をより深く理解し、業務に活かすための研修(カスタマーリアルボイス研修)は、社内関係部門ごとに実施しています。

方針

私たちは、消費者起点の行動原則のもと、消費者の「声」を真摯に受け止め、製品やサービスに関するご意見やご要望をうかがいます。一人ひとりの相談者の問題を解決するだけでなく、コミュニケーションにより、その背景にある意識や習慣など、消費者の想いを感じとることを大切にしています。その上で企業として解決できることはないかを考え、積極的に社内に提言し、消費者のお役に立つ製品、サービス、情報の提供に努めています。

消費者志向宣言

2017年1月、「消費者志向宣言」を公表しました。花王の企業理念である「花王ウェイ」のもと、経営トップのコミットメントを全社員に浸透させ、コーポレート・ガバナンスを確保し、消費者の満足を実現します。また、社会のサステナビリティに役立つ商品とブランドを提供する“よきモノづくり”を全員参加で行なうことで、消費者の声を真摯に受け止め、製品やサービスの改善に活かし、消費者の立場にたった情報提供や、消費者と積極的に交流することを宣言しました。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

消費者団体、消費生活センターなどの情報交換

地域の消費者行政を担う消費生活センターなどの公的機関や消費者団体と定期的に情報交換することにより、最近の消費者の傾向や注目する相談などから消費者をよりよく知ること、花王の考えを理解していただくことに努めています。

消費者向けイベントでの交流活動

市民講座や消費者展などのイベントで、洗たく、手洗いのしかたについてや、掃除、オーラルケア、入浴、ユニバーサルデザインなど、幅広い生活情報を提供しています。対象者に合わせた生活情報をきめ細かく届けるとともに、相談窓口とは違った角度から、生活者のさまざまな困りごとを直接理解する機会と位置づけしています。

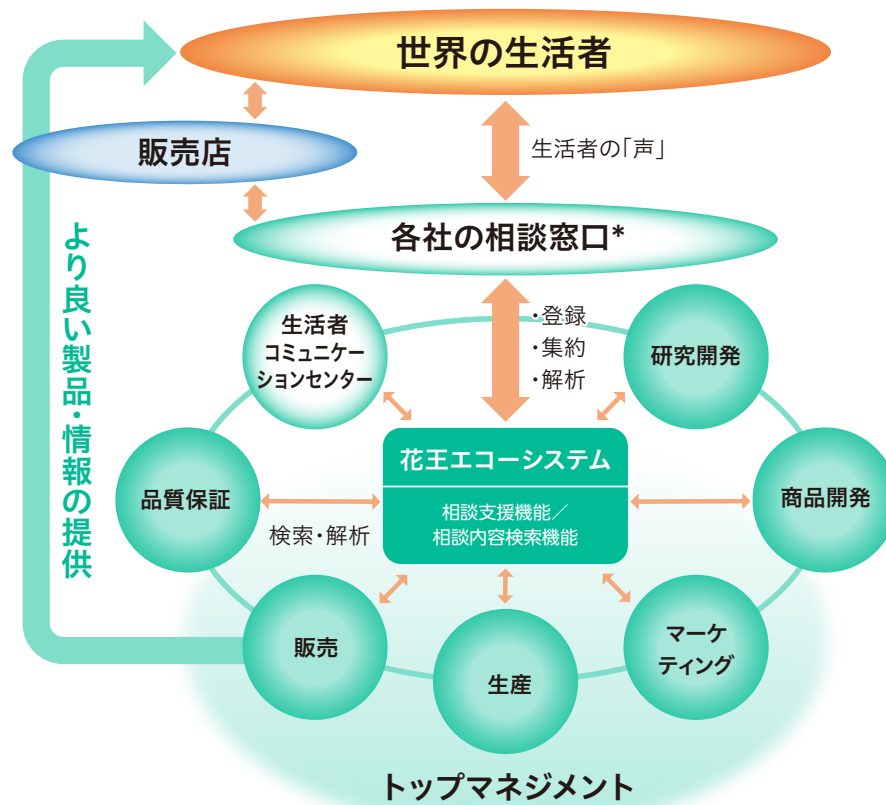
相談者を対象とした対応評価

花王の相談対応に満足いただけたかどうか、改善点がないかを把握するために、相談者を対象に、花王の対応に関する評価を定期的に調査しています。調査結果は、相談対応のさらなる改善・改良に活かし、相談者の満足度向上に努めています。

体制

生活者コミュニケーションセンターは、「花王エコシステム」を活用して、相談に必要な商品情報、FAQなどの支援情報を共有し、「正確・迅速・親切」をモットーに、生活者の気持ちに寄り添う相談対応を行なっています。相談窓口にいただいた声は、「花王エコシステム」に集約しており、ここに蓄積された300万件以上の生活者の声を社内全体で共有し、“よきモノづくり”につなげています。各部門がそれぞれに解析して、グローバルな品質向上活動推進、サステナブルな製品の開発、生活者に向けた情報開発などを行なっています。

生活者の声を製品に活かすしくみ



*日本は生活者コミュニケーションセンターが担当

中長期目標と実績

中長期目標

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

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

消費者とのコミュニケーションに関する主な活動

1. 電話やeメールなどによる消費者相談
2. ウェブサイトを活用した情報の発信
3. Q&A サービス (Yahoo! 知恵袋) に投稿された質問へのアクティブサポート
4. 消費者団体、消費生活センターなどとの情報交換
5. 消費者向けイベントでの交流活動

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

- ・多様なコミュニケーション手段の提供による対人対応の効率化

- ・公開情報の充実が生活者の自己解決率の向上につながり、生活者の満足度とブランドロイヤリティ向上
- ・AIを活用したバーチャル対応による消費者対応業務の効率化
- ・消費者相談窓口の多言語対応による外国人のブランドロイヤリティの向上
- ・風評の拡散抑制による花王のブランドロイヤリティの向上

社会的インパクト

- ・情報の充実と多言語化、およびその入手手段の多様化によるダイバーシティ視点での生活者の生活向上への貢献

2019年の相談実績

1. 電話やeメールなどによる消費者相談(日本・海外※)

2019年、日本において電話やeメールなどで寄せられた相談件数は、花王(株)およびニベア花王(株)、(株)カネボウ化粧品との合計で約21万4千件(前年比99%)でした。超高齢社会を反映し、60代以上が相談者の4割を超えており、特に高齢の男性の方からの製品の相違点や使い方への相談が増えています。2017年にはグローバルの声を共有できる新たなシステムを開発し、アジア各社にも導入しました。2019年は海外合計で3万7千件(同比97%)の相談がありました。

アジア各社においても「花王ウェイ」に基づいた適切かつ迅速な消費者対応が行なわれるよう、各社の活動状況を把握し、日々のeメールや電話による情報交換や定期的に開催するウェブ会議などを通じて、共通の価値基準と行動基準に基

づく相談対応の実現を図っています。アジア各社の消費者相談対応者が一堂に会する会議では、1年間の活動成果を各国・地域が報告し、相互に学ぶ機会とすることで、グローバル全体の消費者相談対応の品質向上につなげています。

※ アジア、オーストラリアのマスプロダクトを扱うグループ会社およびカネボウ化粧品海外グループ会社の相談件数

2. ウェブサイトを活用した情報の発信(日本)

製品の表示情報を製品カタログサイトで公開しています。アイテム全品(通常品のみ)について、製品画像、製品特長に加え、基本的な表示情報(成分、液性、使い方、注意表示等)を公開しています。

3. Q&A サービスに投稿された質問へのアクティブサポート(日本)

「Yahoo! 知恵袋」上で、「花王公式サポート:kao_official」として、生活者が投稿した悩みに回答する活動を2015年より開始し、2019年は約1,500件に新規回答しました。ソーシャルメディアの特徴として、回答内容が継続公開され、同じ疑問を持つ方に閲覧されるため、正しい情報発信に役立っています。2019年には、これまでの累計約8,400件の回答の閲覧数は約430万件となりました。また、回答するだけでなく花王ブランドへの質問もパトロールし、話題の商品の使い方や口コミ情報のキャッチにも注力しています。

具体的な取り組み

ご愛用者とのコミュニティサイト「Kao PLAZA」

花王は、2013年からご愛用者とのコミュニティサイト「Kao PLAZA」を運営し、事業活動に活かしています。

CRM(Customer Relationship Management)活動の強化

「Kao PLAZA」設立の経緯

生活者のニーズが見えにくくなっている今日、日頃から花王製品をご愛用いただいているお客さまとの継続的な対話が重要と考え、2013年からコミュニティサイト「Kao PLAZA」における活動を本格的にスタートしました。一般的なCRMは、お客さまのロイヤリティを向上することを目的としたマーケティング手法とされていますが、それだけではなく、主にご愛用者の貴重な声に傾聴することを通じて、生活者の隠れた心理や小さな生活の変化を見逃さないように努め、花王ウェイに掲げる「消費者・顧客を最もよく知る企業に」の深化をめざしています。

→ Kao PLAZA
member.kao.com/jp/kaoplaza/

幅広い世代の会員さまから見える多様な価値観

各ブランドのキャンペーンへの参加を機に「Kao PLAZA」にご登録いただいています。会員数は約150万人(2020年現在)。花王製品ユーザーの幅広い年齢層を反映し、10~80代の女性、男性に幅広くご登録いただいているため、さまざまなお客さまの生活場面や価値観を俯瞰することができます。



「Kao PLAZA」

生活者視点での双方向コミュニケーション

コト軸情報の発信による新たな発見

ブランドが個別のマーケティング活動を展開する一方、「Kao PLAZA」では、たとえば、小さなお子さまのいらっしゃる家族、一人暮らしを始めた方等、生活者のライフスタイルやライフイベント目線に変換し、ブランドを横断した情報発信を行なっています。「ふだん何気なく使っていたこの商品も花王さんだったのですね!」「この商品はこんな使い方もできるんですね!」といったお声をたびたびいただきますが、生活情報を交えながら多くの花王製品に触れていただくことで、マスメディアだけでは伝えきれない新しい“気づき”が生まれる場となっています。

生活の知恵を交換するオウンドコミュニティ

会員さまとのコミュニケーションにおいて最も大切にしていることは、「会話のキャッチボール」です。さまざまなコンテンツを発信すると同時に、会員さまのホットな反応を即座に受信するしくみを設置しています。なかでも、会員さま専用のコミュニティコーナー「みんなのホーホー」では、

生活者とのコミュニケーション 102-43,417-1

暮らし関連のテーマについて日々活発な会話が交わされています(月平均約2.5万投稿)。会員さまにとっては、生活の知恵やアイデアを得られる場となっていますが、花王にとっては、忌憚のない多くの生の声から、花王製品の使用実態や生活変化の予兆等を能動的に収集できるデータ資産となっており、分析と社内活用を進めています。



コミュニティコーナー「みんなのホーホー」

花王ファンとのブランド価値共創・価値伝達

ブランドの価値を共に創るエンジン

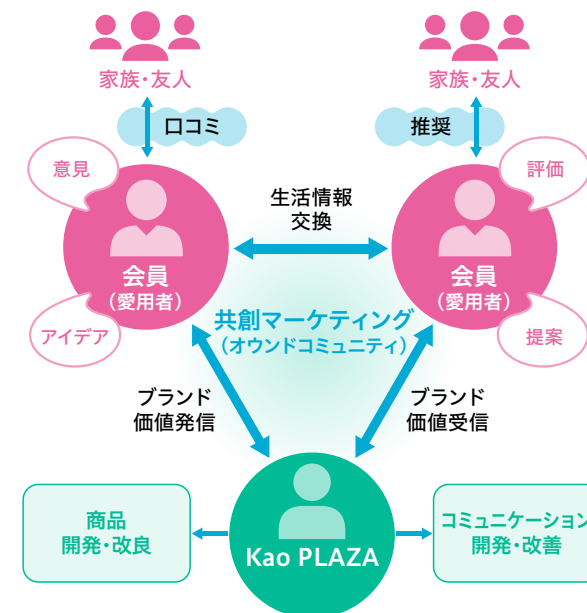
商品のご愛用者は、企業理念やブランドの本質的ベネフィットを深く理解いただいているため、商品の単純な機能評価(好き、嫌い)を超え、生活価値、社会的価値に至るまで深く言及いただけると言われています。またご愛用者ゆえに、時には企業の立場に立って厳しい指摘をいただくこともあります。この有益性に着目し、「Kao PLAZA」では、新製品の使用評価等、調査手法の一環としてMROC (Market Research Online Community) を実践し、戦略仮説のFIT & GAP確認や、クリエイティブのヒント発掘、改善点の早期抽出等を行ない、ご愛用者の皆さまと一緒にブランドの真価を探り、研鑽していく「共創マーケティング」を推進しています。

生活者が共感し伝搬される価値文脈

ロイヤリティを定量的に計測するグローバル指標:NPS (Net Promoter Score) を「Kao PLAZA」の開設と同時に導入し、会員さまを対象に経年で観測しています。花王および各ブランドのNPSスコアの高い方(推奨者)は、愛用製品を人へ奨めるコトバを的確に教示される傾向があります。それらは生活者自らが実感した価値文脈であり、伝えられた人が再び共感する伝搬力を持っています。SNS上の口コミが売上に大きな影響を与えている実情を背景に、ブランド価値が拡散していくメカニズム解明のカギとして、どのような人が、どのようなブランド体験を、どのようなコトバで伝達するのかといった解析を深め、ブランドの価値を

しっかりと届けるためのよりよいコミュニケーション開発に活かしています。

共創マーケティング

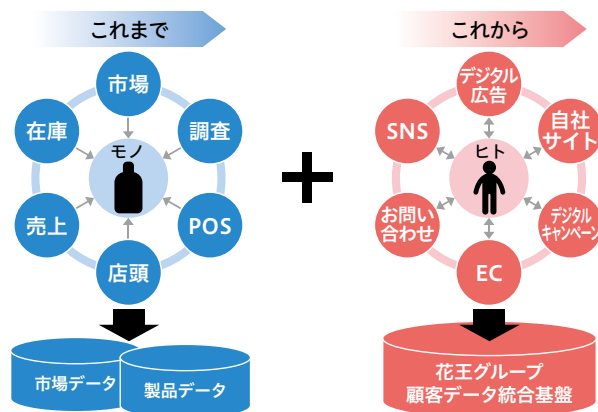


デジタル時代における今後の方向性

「ヒト」と「デジタル」を融合した新たなプラットフォーム

デジタル技術が生活の中へ浸透し、市場の多様性がますます進行する中、お客さまの行動や心理変容の機微を迅速かつ正しく理解するためには、「デジタルトランスフォーメーション」が有力な戦略になると考えられます。2018年4月に設立された先端技術戦略室では、新たなCRM基盤を2020年1月に立ち上げ、花王内に複数存在する顧客データの統合を推進しています。2020年以降は、「Kao PLAZA」で蓄積された知見の活用領域を広めるとともに、CRMならではの対話を引き続き大切にしながら、花王の総合力を発揮したOne to Oneマーケティングの精度向上に取り組みます。

お客さまとの接点・ブランド体験を総合的に理解する



AIチャットボットによるサポート

企業が消費者とチャットで対話することで、お問い合わせに対応するケースが増えてきています。さらに、AIで自動回答することにより、24時間稼働のお問い合わせ窓口となり、消費者との新しい接点の創出が期待できます。

花王においても、いくつかのブランドでAIチャットボットを採用しており、2019年は「リリーフ」において、リリーフふれあいダイヤルに加え、ウェブサイトにてAIチャットボットによるサポートを開始しました。



24時間即時対応が可能なAIチャットボット「リリーフ お悩みサポート」



→リリーフ お悩みサポート
prd.whatya.solairo-api.com/ko-ja/v1/app/chat-yoshiko.htm

消費者志向の取り組みとその評価

ISO 10002/JIS Q 10002自己適合宣言

花王は国内コンシューマープロダクツ事業部門*において、消費者対応に関わる取り組みがISO 10002:2014 (JIS Q 10002:2015)「品質マネジメント-顧客満足-組織における苦情対応のための指針」に適合することを2019年5月宣言しました。消費者の「声」を真摯に受け止め、社内に提言し、消費者のお役に立つ製品、サービス、情報の提供に努めます。

※ 花王株式会社、ニベア花王、株式会社カネボウ化粧品

令和元年消費者志向経営優良事例表彰で「消費者庁長官表彰」を受賞

消費者志向経営の実施に取り組むことを自ら宣言し、消費者志向自主宣言に基づいて花王が行なっている継続的な取り組みが評価され、前年度の「内閣府特命担当大臣表彰」に続き、「消費者庁長官表彰」を受賞しました。

今回の受賞は、ESGへの率先した取り組みや持続可能な社会への対応が評価されたものです。具体的には、ESG経営に大きく舵を切ったことや、プラスチックの使用量削減やリサイクルに向けた活動を強化した点などが挙げられています。

生活者をより深く理解するための社内教育

2019年も引き続き外部講師による応対品質向上研修を受講し、応対品質を評価しました。外部基準評価は、昨年のCランク(努力点も課題点もあり、対応としては物足りなさがある)からBランク(教育成果が表れた概ねよい電話応対である)にアップしました。

社員が生活者視点をより深く理解し、業務に活かすための研修(カスタマーリアルボイス研修)は、社内の関係部門ごとに実施し、2019年は、法務部門、研究部門、生産部門に対して実施しました。

また、2019年は生活者コミュニケーションセンターの前身である「家事科学研究所」の設立から85周年を迎えたため、記念展示を行ないました。参加者にとって、“よきモノづくり”につながる消費者起点の理解、消費者視点の実感と発見のきっかけとなるよう、相談窓口に寄せられる消費者の生の声とその想いを体感・共有できる「場」としました。

消費者団体、消費生活センターなどとの情報交換

消費者庁が発足した2009年秋以降、関東、関西の各消費生活センターを中心に消費者行政を担う公的機関を訪問し、情報交換を行なっています。2019年は支社エリア相談室が参加することで、北海道、宮城、愛知、広島、福岡へと訪問先を全国へと拡大することができ、都、県消費生活センターや省庁、消費者団体等含め、計102カ所を訪問しました。

消費者向けイベントでの交流活動

2019年は行政からの要請に応じて、「こども霞が関見学デー」や「すみだ消費生活展」などに引き続き参加し、洗たく、手洗い、掃除、オーラルケア、ユニバーサルデザインなど幅広い生活情報を提供しました。

育児と仕事の工夫をまとめたパターン・ランゲージを使って働く女性を応援

20~30代の働く女性のインタビューを基に、彼女たちが自分らしく働くことを応援するためのパターン・ランゲージ『日々の世界のつくりかた』を、慶應義塾大学井庭研究室との共同研究により作成しました。育児と仕事を両立するための秘訣を34の短い言葉にまとめたもので、このパターン・ランゲージを使ったワークショップを2017年から社内外で実施しています。

龍ヶ崎ハローワークでの求職者向けセミナーなどに協力する中で、ワークショップに参加したキャリアコンサルタント有資格者の方などから、自らワークショップを実施したいという声をいただき、東京都、香川県、滋賀県、山口県など全国各地での開催が実現しています。2019年に実施したワークショップは外部協力を含め計23回455名になり、この3年間の参加者は1,000名を超えました。

明日から前向きに働くヒントを見つける機会を提供するとともに、働く人たちの声に耳を傾け、よりよい明日の「働くくらし」を、生活者とともに考えていきます。

パターン・ランゲージを使ったワークショップの実施実績

| | 社内(回/人) | 社外(回/人) | 外部(回/人) | 計 |
|-------|---------|---------|---------|----------|
| 2017年 | 11/120 | 9/250 | 0 | 20/370 |
| 2018年 | 0 | 9/213 | 6/51 | 15/264 |
| 2019年 | 0 | 2/59 | 21/396 | 23/455 |
| 計 | 11/120 | 20/522 | 27/447 | 58/1,089 |



→パターン・ランゲージ『日々の世界のつくりかた』

※PDFをダウンロードできます

www.kao.co.jp/lifei/

地域住民の声をすくい上げ、自治体のまちづくりに活かす

官民連携で自治体の課題解決をめざす事業構想大学院大学主催の「シティプロモーション研究会」に参加し、花王が生活者研究の一環として行なっている「これからの暮らしを考える」ワークショップを実施しました。これらの活動内容は2019年2月「シティプロモーション研究会シンポジウム」にて全国の自治体担当者らと共有しました。

そのほか、ジェンダーギャップの解消をめざしさまざまな取り組みを推進する兵庫県豊岡市において実施したワークショップの結果は、2019年1月に策定された「豊岡市ワークイノベーション戦略」につながりました。ワークショップを通じて、さまざまな地域の生活者がどんな暮らしを望んでいるかを知ることができ、住民とともにまちづくりをめざす自治体と情報共有できる機会になりました。

まちづくりに関わるワークショップの実施実績

| | 奈良県生駒市 | 長崎県大村市 | 兵庫県豊岡市 |
|---------------|-------------------|----------------|-----------------------------------|
| 自治体の課題 | まちづくりに関わる住民を増やしたい | 若年世代の移住者を増やしたい | いきいき働く女性を増やし、まち全体のジェンダーギャップを解消したい |
| ワークショップ参加者・人数 | 子育て中の女性20名 | 福岡県／首都圏在住者32名 | 地元企業で働く女性12名 |
| 実施時期 | 2018年10月 | 2018年9月／12月 | 2018年9月 |



→豊岡市ワークイノベーション戦略(5ページに記載)
www.city.toyooka.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/007/068/kakutei.pdf

シニア男性が自分らしく生きるための家事講座の提案

2018年11月から2019年7月にかけて、千葉県浦安市にある市民活動センターにて「未来介護プロジェクト」と協働でシニア男性を対象に家事講座を実施しました。代表者の小黒信也氏より、家事ができない高齢男性は、妻が亡くなると、生活自立できず困り果ててしまうケースが多いことから、自立のための家事講座が必要との提案がありました。

花王ができる支援として、シニア男性向けの「家事講座」を企画し、実施しました。対象は、「食」を支え「つながり」をつくる目的で活動している浦安市の「じいじいクッキング」

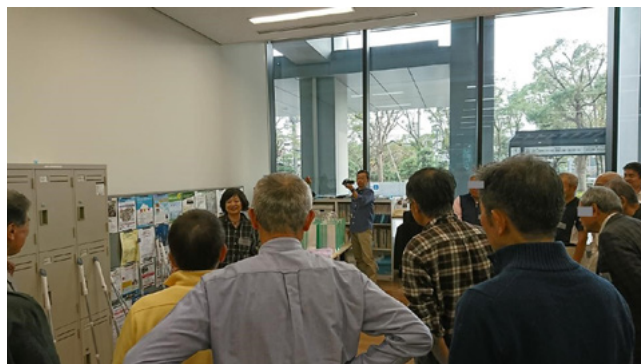
の参加者です。

講座内容は、基本の掃除・洗濯のほか、手洗いを含む衛生の3講座です。座学だけでなく実習を交えることで家庭での実践をめざしました。

講座後、参加者からは、「家事で身体を動かすって気持ちいい」「一人になっても身ざれいでいることは大切だ」「自己流の手洗いは不十分なことがわかった」と好評で、生活自立することの大切さを実感していただきました。講座修了後には、修了式を予定しており、その際は、いざというときに役立つ家事マニュアルファイルを進呈する予定です。

講座内容

| 実施月 | 2018年11月 | | 2019年5月 | | 2019年7月 | |
|------|------------------|-----------------|------------------------------|----------------|---------|--|
| 実施項目 | 掃除編 | | 洗濯編 | | 衛生編 | |
| 参加人数 | 12名 | | 9名 | | 10名 | |
| 講座内容 | 座学 | 掃除の基本 | 取扱い表示 | 家の中の菌汚染 | | |
| | | 秋花粉 | 基本の洗濯機の使い方 | 食中毒予防の基本 | | |
| 実習 | クイックルワイパーシートのおくみ | 汚れをミクロで見る | しわを防ぐ干し方、しみ抜き応急処置、室内干しのニオイ対策 | キッチン衛生と手洗いの重要性 | | |
| | | クイックルワイパーで会場を掃除 | | 手洗い講座前後を比較 | | |



熱心に聴講するシニア男性



ご自身の衣類で脱水後のしわ伸ばし実習

「コミュニケーションがカギ」 人生100年時代の親と子のために

2018年よりNPO 地域ケア政策ネットワークと協働で、高齢の親と子の新たな関係性を構築するためのコミュニケーションツールづくりに取り組んでいます。完成した冊子は、全国1,758の自治体(都道府県市町村の地域福祉課)に配布し、介護予防講座や認知症サポーター養成講座などで活用されました。

冊子は2種類あり、高齢者を理解するための内容や支援制度などを紹介したハンドブック的な「人生100年時代の親と子」と、親子がスムーズに会話を進めるための具体的な話し方や接し方を記載した実践的な「会話で見つける元気スイッチBOOK」です。

2019年には、これらの冊子を使い、講演会やワークショップを7つの自治体と協働で実施しました。ワークショップでは、親世代と子世代の交流が生まれ、本当の親子ではなかなか話せない本音が語られました。参加者からは、「(親と子の)本当の思いを知ることができた」「これからの親子関係を見直したい」とワークショップをきっかけに気持ちが前向きに変化していったことが確認できました。



高齢の親と子の新たな関係性を構築するためのコミュニケーションツール

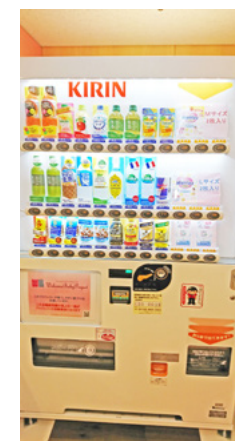
講演・ワークショップを実施した自治体(2019年)

| 実施月 | 実施場所(高齢化率) | 参加人数 |
|----------|-------------------------|------|
| 2019年2月 | 秋田県湯沢町(36%) | 157名 |
| 2019年3月 | 栃木県芳賀町(29%) | 37名 |
| 2019年5月 | 北海道京極町(36%) | 105名 |
| 2019年5月 | 徳島県北島町(24%) | 43名 |
| 2019年7月 | 新潟県津南町(39%) | 30名 |
| 2019年11月 | 大阪府池田市(26%) 豊中市(25%) | 51名 |

「ウェルカムベビープロジェクトおむつ自販機」拡大による子育て支援

子育てで孤立することなく、子どもの誕生が歓迎される社会をつくるために活動している認定NPO法人こまちぶらす主催のワークショップにおいて、「外出時に紙おむつが必要となった時に、少量購入できたら便利」という育児中の方の声がありました。その声を受け、こまちぶらす、東京キリンビバレッジサービス株式会社、花王で連携し、2017年に横浜市戸塚区にある店舗内のおむつ替えスペースに、キリンの自動販売機を活用し飲み物とともに子ども用紙おむつ「メリーズ」を販売するおむつ自販機が設置されました。

当自販機設置はメディア、SNSに取り上げられ、この動きに賛同する企業団体から、おむつ自販機の設置に関するお問い合わせが多く寄せられました。横浜市戸塚区に設置されたおむつ自販機は、2019年には、銀座博品館や大阪国際空港等、全国で25台設置されています。



大阪国際空港に設置されたおむつ自販機

花王は、豊かな生活文化の実現とよりよい持続可能な社会に向けて社会貢献活動を推進しています。

事業で直接アプローチできない課題については、地域社会やNGO／NPOと連携しながら、長期視点で取り組んでいます。また、社会との接点をつくり、社員の学びの場をつくるため社員参加型の活動や、モノづくりの基盤を支える文化の発展のためのメセナ支援、(財)花王芸術・科学財団による活動も行なっています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

清潔・衛生や健康は、人の暮らしの基盤ですが、経済格差、ジェンダーなどさまざまな格差がもたらす不平等から、現代の進歩に見合ったサービスが享受できていない人たちが数多く存在します。また、先進国、新興国、開発途上国、それぞれの社会で抱える課題は違って、毎日が充実し、心身が満たされこころ豊かに暮らせる社会がより一層求められています。さらには、気候変動やごみ問題など、私たちの暮らしを支える環境に対する問題も、国際社会全体で取り組むべき喫緊の課題となっています。

これら社会的課題の解決に向けて、企業はその事業活動を通じて貢献するとともに、企業の強みを活かした技術支援、啓発活動や寄付などを通じた包括的な視点での取り組みを行なうことがますます重要になってきています。

花王が提供する価値

花王は事業活動を通じて社会のサステナビリティに貢献するとともに、事業(製品)では直接アプローチできない場合も、生活者の誰もがこころ豊かで快適な生活を実現でき

るよう、広く社会に貢献していきます。

自社の持つリソースや強みを活かした、清潔・美・健康の事業領域において、また、地球環境に関わる課題において、世界中の誰もがこころ豊かで快適な生活が実現できるよう、啓発活動や技術支援、寄付などの、さまざまな支援を行なっていきます。

また、多様なコミュニティが抱える社会的課題の解決や地域活性化への貢献、メセナなど、豊かな生活文化の発展に関わる支援を行なっていきます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

ステークホルダーに対する適切な配慮の欠如やエンゲージメントの不在は、顧客や社員をはじめとするすべてのステークホルダーからの信頼を失うだけでなく、花王の将来的なブランド価値の毀損も招くおそれがあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

花王は、消費財メーカーとして常に生活者に寄り添う事業活動を行なってきました。それは個々の生活者が、利便性や満足度の向上だけでなく、よりよい社会に向けて正しい選択をし、とりまく社会も同様であってほしい、という

思いに応える活動でもあります。

花王は、衛生や水、健康、生活の質の向上、ごみ問題など、暮らしに身近な社会課題に取り組み、常に生活者や社会の立場からそれらの活動の意義を考えています。その結果世界中の人々のこころ豊かで持続可能な生活(Kirei Lifestyle)の実現に向けて、毎日の生活になくてはならない存在になりたいと考えています。

貢献するSDGs



方針

花王は、清潔・美・健康の事業領域や、地球環境、多様なコミュニティに関わる社会課題に対し、自社の持つリソースや強みを活かした取り組みを通じて、世界中の生活者の誰もがこころ豊かで持続可能な生活(Kirei Lifestyle)を実現できる社会をめざして、社会貢献活動を行ないます。

社会貢献活動方針

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

教育と浸透

花王は、世界中の人々がKirei Lifestyleを実現するためには、生活者の共感を得て、行動変容を促すことが大切だと考えています。

その実現をめざして、モノづくりや啓発活動などを行なう花王社員は、広く社会や多様な生活者を知り、視野や創造力を広げ、また自ら実践することが大切だと考えています。花王はさまざまな場面で、社会貢献活動の情報共有やボランティア活動などへの参加の機会を提供しています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

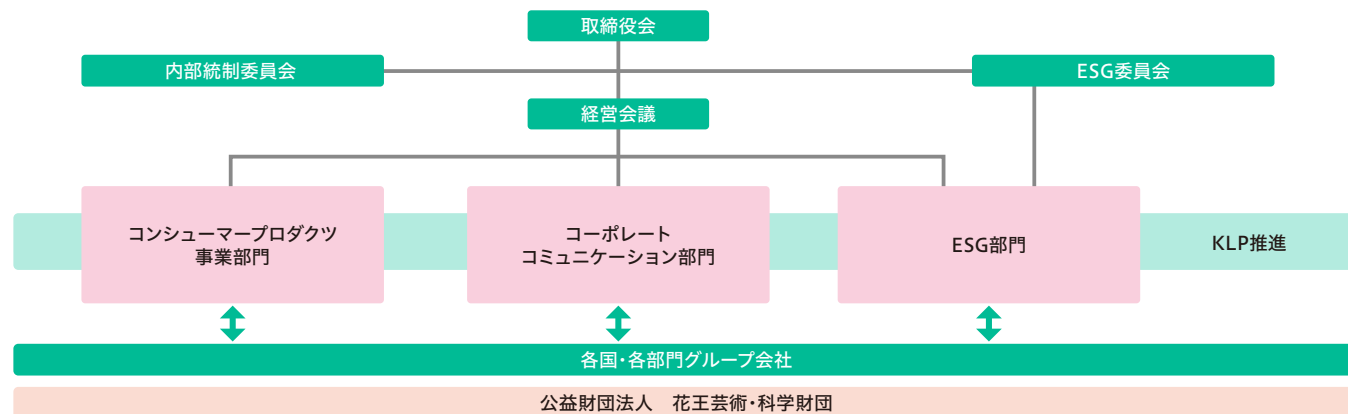
複雑化する社会からの要請をより深く理解し、世界中の人々がKirei Lifestyleを実現するには、さまざまなステークホルダーとの対話と協働が不可欠であり、連携により社会課題に対してより大きなインパクトがもたらせると考えています。花王の社会貢献活動は、NGO／NPO、国連機関、イニシアティブなど、多くのステークホルダーと協働で実施しています。

また、生活者にできるだけ広く効果的にKirei Lifestyleを普及させるために、行政・自治体、学校などと連携した取り組みも行なっています。

体制

花王のESGビジョンであるKirei Lifestyleの実現のため、ESG部門が中心となり、コーポレートコミュニケーション部門、コンシューマープロダクツ事業部門、その他の関連部門や日本・グローバルの各社と連携して、取り組みを進めています。活動概要や活動費などは、年に1回、コーポレートコミュニケーション部門統括が取締役会で報告しています。

社会貢献活動推進体制



※2019年12月現在

中長期目標と実績

中長期目標

社会貢献活動では、清潔・美・健康の事業領域と環境に関わる分野を中心に、事業では直接アプローチできない場合でも、生活者の誰もがこころ豊かで快適な生活を実現できるよう、広く社会に貢献していきます。

また、社員が社会貢献活動に参加し、社会との接点をつくり視野を広げることで、“よきモノづくり”に活かすことをめざします。

清潔・衛生習慣の定着

①ベトナム学校衛生プロジェクト:

2016-2020年の5年間で60校35,000人への支援を目標

②ベトナムにおける病院内の感染管理・衛生環境の向上:

ハノイ医科大学病院での感染管理・衛生環境の向上をめざした取り組みを実施。2018年からの5年間で他病院へも展開

③衛生奨学金制度:

大学院修士課程で食品衛生・衛生管理を学ぶベトナムからの留学生1名に奨学金支援。2018年からの6年間で3名を支援

④インドネシア月経衛生啓発:

2018年から2020年までの3年間で12,000人への啓発と2,500人の行動変容

QOLの向上

ピンクリボンキャンペーンを通じたがん予防啓発

・中高生に向けたがん教育プロジェクトの支援

・商品や社内プログラムを通じたがん教育プロジェクトへの寄付の実施

生活者のサステナブルなライフスタイル推進に向けた環境コミュニケーションの実施

科学技術を担う人財の育成

高校生科学技術チャレンジ(JSEC):毎年3校最大9名の高校生を支援

コミュニティへの参画と課題解決に向けた支援

①若手社会起業家育成支援:毎年3団体を支援

②共生社会に向けた理解促進:ボッチャ競技の普及拡大の推進

社会的活動への社員参加の推進

①グループ社員による社会的支援を目的としたクラブ組織「ハートポケット倶楽部」の運営

②イントラネット等による社員参加型活動の情報発信強化

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

エシカルな消費行動が拡大する中、目標とする活動の確実な推進と社外への継続的なコミュニケーションにより、顧客からの信頼を獲得することで、結果として長期的なロイヤル顧客の獲得につながることを期待しています。

社会的インパクト

衛生・清潔の正しい生活習慣の定着により、支援するコミュニティの衛生状況の改善や中長期的な生活の質の向上を期待しています。また、将来の科学技術を担う人財やコミュニティを活性化させる若手社会起業家の育成の支援、生活者への環境コミュニケーションの実施は、誰もがこころ豊かで快適なサステナブルなライフスタイルを実現できる社会に向けた原動力になっていくと考えています。

また、社会的活動への社員参加を促すことで、社員の創造性を活性化し、より革新的で価値の高い“よきモノづくり”へ活かされることを期待しています。

2019年の実績

1. 清潔・衛生習慣の定着

①ベトナム学校衛生プロジェクト

- ・アンザン省の22校の衛生設備の改善
- ・ディエンビエン省の1校の衛生設備を新設
- ・ディエンビエン省の4校と1コミュニティの水供給設備2基設置
- ・コミュニティリーダーによる啓発セッションを38村で実施
- ・ディエンビエン省の22校に370個のセラミックフィルター付浄水器を支援

②ベトナムにおける病院内の感染管理・衛生環境の向上

- ・ハノイ医科大学からの視察を受け入れ日本の感染管理の取り組みを紹介
- ・ハノイ医科大学病院でのスタッフの手指衛生の実態モニタリングと研修を実施

③衛生奨学金制度

- ・2018年10月より留学生を日本の大学院修士課程で受け入れ

④インドネシア月経衛生啓発

- ・中学生向けの月経衛生教育冊子を発行
- ・タンゲラン県40校の校長および学校保健の教員80名、県行政職員計17名に、学校での月経衛生教育の必要性や冊子活用の研修を実施(3回)
- ・メンターによる研修を2回実施(7、8年生を教える教員と保健教員、学校カウンセラー計200名対象)
- ・5月28日の世界月経衛生の日の啓発促進イベントに参加
- ・小学生向けの月経衛生教育冊子をイスラム校向けに改訂

⑤手洗い啓発

●日本

- ・手洗い講座:全国33校、約2,244人の児童・生徒を対象に啓発実施(出張授業全体では54校、3,702人が受講)
- ・社員のべ189人が講師として参加(出張授業全体では338人)
- ・教材提供156件(全体で465件)

●台湾、インドネシア

- ・111千人の児童に手洗い啓発実施

⑥初経教育

●日本

- ・約745千人の女子小学生に初経セット配布

- インドネシア、ベトナム、タイ、マレーシア、台湾、香港、中国
- ・約388千人の女子小中学生に初経セット配布

2. QOLの向上

ピンクリボンキャンペーン(グローバル)

- ・中高生に向けたがん教育プロジェクトの支援
- ・10月~11月に、計9カ国・地域で化粧品カウンセリングコーナーの美容部員や社員が啓発活動を実施
- ・特設ウェブサイト開設による情報提供
- ・製品購入数に応じた寄付
- ・啓発イベントへの協賛:ピンクリボンウオーク(東京)
- ・社員のピンクリボンバッジ着用、イントラネットでの社員啓発
- ・社員参加型の寄付プログラム:フォト募金

3. 生活者のサステナブルなライフスタイル推進に向けた環境コミュニケーションの実施

- ・第10回花王国際子ども環境絵画コンテストの実施(16,552点)、入賞作品の展示活動(50カ所超)、ワークショップの新規開発
- ・体験型環境教育プログラムの実施と拡大をめざした活動(講演やESDネットワークへの参画など)
- ・未来洗浄研究会でのセミナー開催(12月)

4. 科学技術を担う人財の育成

高校生科学技術チャレンジ(JSEC)への協賛

- ・JSEC2018受賞校を招きスタディツアーを開催(3月)
- ・JSEC2019に特別協賛し、花王賞と花王特別奨励賞を3校8人の高校生に贈呈(12月)

5. コミュニティへの参画と課題解決に向けた支援

①若手社会起業家育成支援(日本)

- ・3団体への支援を決定。事業成長のための機会を提供
- ・支援する社会起業家と花王社員との意見交換会を実施(11月)

②共生社会に向けた理解促進(日本)

- ・ポッチャ競技の普及拡大の推進:社内でのポッチャ体験会の実施(2回、のべ82人の社員が参加)
- ・ポッチャ競技の理解に向けた展示を茅場町、すみだの2事業場で実施

6. 社会的活動への社員参加の推進

①花王ハートポケット倶楽部(日本)

- ・会員数3,463名(2019年12月20日現在)
- ・寄付件数47件 / 寄付金額7,248,400円
※緊急災害支援として実施した令和元年東日本台風被害に対する寄付50万円を含む
- ・活動レポート4,000部発行(社内向け活動報告書、年1回発行)

②イントラネットなどで活動や社員参加型イベントの情報提供

- ・2019年度90件
- ・社員参加型のイベント企画:東日本大震災の被災地ボランティア、花王社員の寄付組織「花王ハートポケット倶楽部」を通じたボランティア活動、事業場地域での地域貢献活動など

7. 社会貢献活動費実績

花王の社会貢献活動を把握するため、国内外の関係会社、事業場、関連部門に、活動調査を実施。2019年の社会貢献活動費は、花王全体で、10億5,600万円(寄付金2億5,500万円、活動費8億100万円)となりました。



→サステナビリティサイト> Corporate Citizenship Activities
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/

具体的な取り組み

快適な暮らしを自分らしく送るために

ピンクリボンキャンペーンを通じてがん教育を支援 QOLの向上

2007年から、毎年10月、11月の2カ月間、「花王グループピンクリボンキャンペーン」を実施しています。期間中は「あなたと、あなたの大切な人のために」をスローガンに、乳がんの早期発見の啓発のため、さまざまな取り組みを展開しています。

主な取り組みの一つとして、2019年は認定NPO法人乳房健康研究会主催の「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」を2018年に引き続き支援。中学校・高校でのがん教育を実施するもので、日本人の2人に1人ががんにかかる中、生徒たちの健康意識の向上や、その保護者世代への影響も期待されています。

2019年はこのほかに、化粧品ブランド「KANEBO」にて寄付付き商品を発売。2013年から継続している取り組みで、キャンペーン期間中、対象商品1個購入につき100円をブランドから上記がん教育プロジェクトへ寄付しました。また、生理用品ブランド「ロリエ」からはピンクリボンをあしらった限定パッケージの商品の発売や、クリック募金などを通じた寄付を実施。こちらもがん教育プロジェクトへ寄付しました。

ほかにも、一部化粧品店頭での啓発活動や、ピンクリボンのウォーキングイベントへの協賛など、少しでも多くの方にメッセージを届けるために積極的に活動しています。



ピンクリボンアドバイザーによる講話



ロリエ ピンクリボン限定デザインのミニパック



→快適な暮らしを自分らしく送るために> QOLの向上:ピンクリボン活動を通じて女性の活躍を支援
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-cao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf#page=45

花王・ベトナム衛生プログラム QOLの向上 清潔で美しくすこやかな習慣

花王は、ベトナムにおける清潔・衛生習慣の定着に貢献するため、「ベトナム衛生プログラム」を実施しています。このプログラムは、「衛生管理リーダー育成プログラム」「衛生奨学金制度」「楽しい手洗い教室」「学校衛生プロジェクト」の4つの取り組みで構成されています。

衛生管理リーダー育成プログラム

病院内の感染管理・衛生環境の向上に向けた取り組みです。2019年は、ベトナムでのパートナーであるハノイ医科大学から関係者を日本に招き、日本の感染管理について紹介しました。その後、ハノイ医科大学病院では、スタッフの手指衛生の実態を確認するモニタリングや、スタッフへの研修実施を通じて、医療スタッフの手指衛生の徹底が図られており、病院内の感染管理で成果をあげています。

2020年には、これらの成果を発表して他の病院とも共有し、さらなる感染管理の取り組みを進めていく予定です。

衛生奨学金制度

ベトナムの保健衛生分野で活躍する食品衛生管理の専門家を育てることで、人々の健康な暮らしを実現していくことをめざしています。神奈川県立保健福祉大学と協力し、大学内に「花王衛生奨学金」を設け、留学生に奨学金を提供しています。

初年度の留学生は、2018年10月に来日して神奈川県立保健福祉大学大学院修士課程で学んでおり、2019年10月には、病院や企業の食堂で調理現場の見学を行なうなど、順調に学びを深め、2020年3月に卒業を迎えました。

楽しい手洗い教室

2019年9月27日に、ハノイ市タインスアン区のニャンチン小学校で手洗いの大切さを伝える啓発イベントを実施しました。小学校1年生と2年生が参加し、手洗いの大切さや正しい手洗いについての話を聞いたあと、手洗いのダンスを踊り、意識を高めました。2020年からはハノイ医科大学との協働で、小学校での啓発活動をより広く展開し、将来を担う子どもたちのさらなる衛生意識の向上をめざします。

ユニセフ「学校衛生プロジェクト」を支援

経済格差の大きいベトナムでは、特に山間部や農村部、少数民族が多い地域の衛生環境が整っておらず、慢性の下痢疾患などで子どもたちの健康な発育が阻害されています。

花王は、2016年から、国連児童基金(ユニセフ)による学校衛生プロジェクトの活動を支援しています。

ベトナム南部・メコン川流域のアンザン省での成果を受け、2018年から少数民族が多い北部山岳地域、ディエンビエン省に支援を拡大しました。

2019年は、アンザン省で22校の衛生設備の改善、ディエンビエン省で1校に衛生設備を新設、4校と1コミュニティへ2基の水供給設備の設置を行なったほか、コミュニティリーダーによる啓発セッションを38村で実施しました。

また、遠隔地や緊急時にも安全な飲み水が手に入れられるよう、セラミックフィルター付き浄水器の設置支援を行っています。この支援は、日本の小学4年生に向けたプログラム「いっしょにエコ日記」と連動しており、日本の子どもたちの節水努力に応じてベトナムの小学校の教室に浄水器を届ける取り組みも組み込まれています。2019年までに370個の浄水器が届けられました。この取り組みは、地域行政の働きかけにより、好事例として支援対象校以外が独自に浄水器を購入して活用するといった形でも広がりを見せています。

2020年も、両省において、学校やコミュニティ主導の衛生環境改善や衛生習慣の促進を進めていきます。



浄水器の水を飲むディエンビエンの子どもたち

©UNICEF Viet Nam

月経教育・月経衛生環境向上への貢献

QOLの向上 清潔で美しくすこやかな習慣

日本の女子小中学生に向けた初経教育

花王は、1978年の生理用品の発売以来、40年以上にわたって、初経を迎える女の子たちとその家族や小学校に向けた初経教育の支援活動を行なっています。

日本では、月経やからだの変化についてまとめた啓発用小冊子と生理用品のサンプルをポーチに入れた初経教育セットを小学校に無償で提供しており、2017年からは公益財団法人日本学校保健会と連携し全国2万校への配布をめざして活動を拡大しました。

2019年は、11,766校へ配布しました。また、2018年に改訂した啓発用小冊子「からだのノート おとなになるということ」の音訳CDを日本の視覚支援学校67校と点字図書館92館に配布しました。

インドネシアの中学生に向けた月経衛生教育

2018年よりインドネシアにおいて、国連児童基金(ユニセフ)による「月経衛生管理プロジェクト」の支援を行なっています。

インドネシアでは、月経の正しい知識が十分に普及しておらず、4人に1人が初経までに月経の知識がなく、さまざまな迷信や偏見も依然として存在しています。また、学校における教育や衛生環境が十分に整っていないため、6人に1人が月経時に少なくとも1日は学校を休むという現実があり、女子生徒の出席率低下の一因になっています。

2年目となる2019年には、中学生向けの教育冊子を新た

に制作するため、バンテン州タンゲラン県をはじめとした複数地域の一般校とイスラム校で調査やテスト使用が行なわれました。月経にまつわる内容は地域や宗教、世代、教育水準によって感じ方や考え方の違いが大きいため、教材には一層の配慮が必要で、細かな修正を繰り返しながら作業を進めました。11月28日には、「先生の日」(11月25日)に紐付けて、完成した教育冊子のお披露目とタンゲラン県の知事、教育機関への贈呈式が実施され、12月初旬からは、学校長や保健教員を対象に、冊子を活用した研修を開始しました。

このほか、5月28日の世界月経衛生の日にあわせて南ジャカルタ市で実施された啓発促進のためのイベントには、花王インドネシアの社員も出席するなど、社内でも課題への認識を一層深めながら活動に取り組んでいます。

2020年までに公立中学校40校にて男子生徒を含む12,000人以上の生徒へ授業を行ない、2,500人以上の行動変容をめざしています。



初経教育を行なう保健教員に向けたセミナー

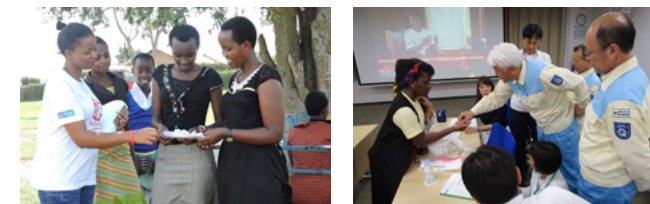
ウガンダ月経衛生環境向上プロジェクト

花王は、2019年2月より、国連人口基金(UNFPA)とパートナーシップを組み、ウガンダで低価格な国産生理用ナプキンの製造・販売をめざす若手社会起業家が立ち上げた企業「エコスマート」を支援しています。

アフリカには、貧困により生理用ナプキンを購入できず、使い古した布の切れ端や植物の葉などを代用している女性が多くいます。その結果、深刻な感染症にかかるケースが見られます。また、生理用ナプキンを使用できないために生じる衣類の汚れを気にして学校を休み、授業についていけなくなって退学することも少なくありません。

花王は、支援によりウガンダの女性が継続的に生理用ナプキンを使用できるようになり、月経期間をより衛生的で快適に過ごせるようになることを期待しています。月経期間中も休まず学校に通い、男女ともに等しく学べる環境は、社会全体のさらなる発展に寄与すると考えています。

2019年は8月にTICAD7に参加するために来日したCEOを、生理用品を製造する栃木工場に招くなど、モノづくりについての情報交換を行ないました。



(左)ウガンダの女性への生理用ナプキンの普及活動
(右)生理用品を製造する栃木工場での情報交換

社会貢献活動 417-1

情報のバリアフリー ユニバーサルプロダクトデザイン

花王は、日常生活に欠かせない製品を提供する企業として、社会に暮らすすべての人々が、分け隔てなく快適で豊かな日常生活を営んでいくことができるようにバリアフリーを推進し、その理解をめざす活動を行なっています。

特に情報化が進む中で取り残されがちな、視覚障がい者や高齢者に向けた情報のバリアフリーに取り組み、製品の点字シールの無償提供や生活情報を音声化して提供する取り組みを行なっています。

また、さまざまな障がいのある方々の生活の不便さを伝え、理解を図る内容のバリアフリービデオを学校等へ寄贈し、総合学習の教材として活用されています。

福祉施設への寄贈では、社会福祉協議会と連携し、選定した団体や社会福祉施設と民間が運営する滞在型施設に花王製品を寄贈し、お役立ていただいています。

2019年は、初経を迎える女の子たちとその家族や小学校に向けた初経教育の支援活動の一環として、情報が不足しがちな視覚に不自由のある子どもたちやそのご家族、教育関係者の方々に向けて、啓発用小冊子「からだのノート おとなになるということ」の音訊CDを作成し、日本全国の視覚支援学校67校と点字図書館92館、その他6件に配布しました。

また、点字シール(家庭品用/化粧品用)の無償提供121件、バリアフリービデオの寄贈3件、福祉施設への製品寄贈を2回実施しました。さらに、日本点字図書館が発行する点字・録音による生活情報誌「ホームライフ」12月号に対し、

生活情報の提供とともに、社員ボランティア2名が音声情報の収録に協力しました。

2020年以降も活動を継続していく予定です。



点字シール(家庭品用)



「からだのノート おとなになるということ」音訊CD

思いやりのある選択を社会のために

出張授業、教材提供による次世代育成

清潔で美しくすやかな習慣

サステナブルなライフスタイルの推進

子どもたちが将来にわたって快適な暮らしを自分らしく送り、サステナブルな社会をともに実現できるように、「自分のことを自分でできるようになる」「広く社会のことに関心を持ち、自分たちにできることにチャレンジする」の2つの視点でプログラムを用意し、さまざまな次世代育成活動に取り組んでいます。具体的には、社員が講師となって学校を訪問し、「手洗い講座」「おそうじ講座」を行なっています。

また、子どもたちの理解を深めるために、「清潔」「健康」「環境」分野での教材を提供し、先生方に活用いただく活動も行なっています。

2019年度は、出張授業2講座を計54校で実施。3,702人の児童が受講し、338人の社員が講師およびサポート担当として参加しました。

また、2020年度から順次変更される「学習指導要領」に対応し、既存のコンテンツにアクティブラーニングの要素を加えるなどの改訂を行ないつつ、ESG視点を加味した新たな「ごみゼロチャレンジプログラム」を開発し検証授業を行ないました。

一方、2018年に引き続き、ろう学校でも「手洗い講座」を実施し、2校で児童69人が受講、社員15人が参加しました。2019年度は新たに特別支援学校(知的障がいの児童対象)でも特例子会社ピオニー(株)の社員とともに「手洗い講座」を

実施し、2校で児童生徒26人が受講、社員17人が参加しました。

また幼稚園や保育園でも、継続的に「手洗い講座」を行なっており、2019年度は東阪名を中心に164園、12,368人の園児たちが「あわあわてあらいのうた」とともに正しい手の洗い方を楽しく学びました。



「手洗い講座」で社員の講師から楽しく手洗いの方法を学ぶ子どもたち

2019年実績

出張授業

| 種類 | 対象 | 実績 |
|--------|--------|-----------------------|
| 手洗い講座 | 小学校低学年 | 33校/2,244人(参加社員189人) |
| おそうじ講座 | 小学校低学年 | 21校/1,458人(参加社員149人) |
| 計 | | 54校/3,702人(参加社員数338人) |

※ 環境講座は、プログラム改訂のため2019年度非実施

教材提供

| 種類 | 対象 | 実績 |
|--------------------|-----------|------|
| 手洗い講座「手洗いの時間」 | 小学校低学年 | 156校 |
| おそうじ講座「お家のおしごと」 | 小学校低学年 | 23校 |
| いっしょにエコ日記 | 小学校4年生 | 204校 |
| 環境のことを考えた快適な暮らし | 中学校技術・家庭科 | 39校 |
| よりよい衣生活と環境の創造をめざして | 高等学校家庭科 | 43校 |
| 計 | | 465校 |

社会貢献活動 413-1

工場・ミュージアム見学を通じた 学校教育支援

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

生活に身近な商品を生産、提供する企業として、モノづくりの工夫や品質、安全・安心のための努力、環境への配慮を学んでもらうため、ミュージアムや工場見学を通じた学校教育の支援を行なっています。

特に、小学校の社会科単元(3年:働く人と私たちの暮らし、5年:私たちの生活と工業生産)に連動したプログラムを開発し、事前・事後の学習も含めた教材の提供、工場見学を含む、学習型の社会科見学プログラムを実施しています。プログラムを通して、子どもたちが社会との結びつきに気づき、自ら考える力を育むことをめざしています。

2019年は、国内9工場で6.1万人の工場見学を受け入れた中、286校1.9万人の小学生が社会科見学プログラムを受講しました。

工場の特徴に合わせてプログラムの内容は異なりますが、環境やモノづくりの工夫について学習するとともに、内容に合わせて、泡立ち実験、汚れ落ちメカニズム実験やスキンケアクリームづくり体験などを行なっています。和歌山では、社員に小学生がインタビューする時間も設定しています。参加した小学生からは「機械を間近で見られて驚いた」「多くの努力と工夫で地球にやさしい工場になるんだと感じた」「理科をもっと勉強して研究する人になりたい」「また来たい」などの感想がありました。



親子見学会での実験の様子

花王国際こども環境絵画コンテスト

サステナブルなライフスタイルの推進

花王では、世界の子どもたちに、身近な生活のエコと地球の環境・未来について真剣に考え、絵画として表現してもらい、それを多くの人たちに伝えることで、暮らしの中で環境を考えて行動する“いっしょにeco”が、世界中の人たちに広がることを願い、2010年から「花王国際こども環境絵画コンテスト」を行なっています。

第10回コンテストの実施

2019年は、世界中の子どもたちから、16,552点(日本446点、アジア・太平洋15,005点、米州114点、欧州428点、中東548点、アフリカ11点)の応募があり、これまでで最多の応募数となりました。花王のデザイナーによる予備審査を経て、社内外審査員による最終審査が行なわれ、“いっしょにeco”地球大賞1点、“いっしょにeco”花王賞8点、優秀

賞<審査員推薦作品>7点、優秀賞16点が決まりました。入賞作品32点は、12月に開催された「エコプロ2019」の花王ブースにて展示され、多くの来場者が鑑賞しました。最終日には上位入賞者9名を招待して表彰式を行ない、その後のトークセッションでは、各国の受賞者から、自分の暮らす地域の環境や、絵に込めた思いが語られました。



表彰式での記念写真

NPO・行政・ビジネスパートナーと協働した絵画展示活動

世界の子どもたちの絵とそこに込められた思いやメッセージを多くの人に伝えるために、これまでの入賞作品の展示活動を積極的に進めています。

社内では、茅場町、すみだ、大阪事業場にて、入賞作品の期間展示を実施しました。品川・有田両研修所では、常設展示を開始しました。また中国、インドネシア、タイ、ベトナムのオフィスでも展示を行ない、多くの社員が鑑賞しました。さらに、日本の全10工場、花王(インドネシア)のカラワン工場、上海花王の工場では、来場者・見学者に見ていただけ

社会貢献活動 413-1

るように、常設展示を行ない、約5万人が鑑賞しました。

社外では、NPO 法人ビーグッドカフェを事務局として、日本全国の行政が運営する環境関連施設やNGO / NPO、教育施設などに絵画を無料で貸し出す活動が3年目を迎え、2019年の貸出先は、のべ18施設・団体に拡大し、来場者数の合計は、4万人を超えました。

さらに、花王グループカスタマーマーケティング(株)では、ビジネスパートナーや行政と共同で開催する環境イベントのうち、14カ所で絵画展示を行ないました。花王(中国)投資、花王(台湾)でも、各地域での環境啓発キャンペーン活動に、絵画展示を盛り込んでいます。



花王(台湾)の環境啓発イベント(4月・台北Eslite Underground Book Street)

絵画を活用したワークショップの開発

世界の子どもの絵とそこに込められた思いを、さらに深く伝えて、より効果的な環境啓発に活かすために、絵画を利用したワークショップコンテンツを開発しています。毎日新聞社主催「学びのフェス」や自治体の環境講座などで、

絵画カードを制作して、環境意識啓発につなげたり、絵を描いてみたりするワークショップに取り組み、改良を重ねています。

ダイレクトコミュニケーションによる環境教育・啓発活動

サステナブルなライフスタイルの推進

次代を担う生活者の環境意識を高めることは、地球環境のためにも、社会のためにも、また花王にとっても、非常に重要です。そのため、年代や地域に合わせた効果的なアプローチを考えながら体験型啓発活動を進めています。

多者協働による体験型環境教育プログラムのさらなる展開

花王と味の素(株)、(株)イースクエアが設立した「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」は、川崎市と共同で、川崎市の小学5年生とその保護者22組を対象に、3日間の体験型環境教育プログラム「食とくらしがつくる地球の未来 みんなでいっしょに考えよう～夏休みチャレンジ～」を開催しました。2016年から開始して2019年は4年目になりました。川崎市の環境施設や花王と味の素の工場での、見学・体験やワークショップ、約4週間の環境日記等を通じて、くらしと環境課題とのつながりを考え、ライフスタイルを見直していく内容で、子どもとともに保護者の意識変化もねらいとしています。2019年は、大学生の参画を強化して、参加小学生、保護者に加えて、大学生の意識向上も図りました。

また、2018年のプログラム参加者の有志4名が、2019年2月、川崎市教職員主催の「子どもエネルギー・環境ワークショップin川崎」(2018年度地球温暖化防止活動環境大臣賞受賞)に特別参加して、本プログラムでの成果を発表し、先生方からは高い評価をいただきました。

2019年は、プログラムの効果測定にも取り組み、プログラムの拡散を図るため、企業のCSR/CSV担当者向けセミナーや、CC川崎エコ会議、ESD推進ネットワーク全国フォーラム等で、積極的に成果の発信も行ないました。



参加者の記念写真(プログラム2日目・花王川崎工場)

エコプロ2019での啓発活動

花王は、12月5日～7日の3日間、東京ビッグサイトで開催された「エコプロ2019」に出展しました。2019年は、生活者に、花王のkirei Lifestyle Planを知っていただくために、「アタックZEROの開発」と「プラスチック削減の取り組み」の2つの事例に焦点を絞り、これらの活動が、地球のどのような環境課題につながっているのか、花王がどの

社会貢献活動 203-1,413-1

ように解決しようとしているのかを具体的に、小学生にも理解できるストーリーにして伝えました。来場者は、テーマパークのアトラクションのようなブースを楽しく回りながら、現在の環境課題を学び、花王の取り組みを知り、さらに自分にできることを考えて自分ごと化するとともに、花王のESG戦略であるKirei Lifestyle Planへの理解を深めました。花王ブースへの来場者は1,500人を超え、来場アンケートでは、90%以上が「楽しかった」「花王のKirei Lifestyle Planを理解できた」と回答しました。



多くの来場者でにぎわう花王ブース

花王エコラボミュージアムでのコミュニケーション活動

花王エコラボミュージアムでは、体験型コンテンツを活用しながら、生活者をはじめとするあらゆるステークホルダーとの直接対話を年間を通じて行なっています。

2019年には、文部科学省・環境省が、持続可能な開発のための教育(ESD)推進のために構築を進めている「ESD推進ネットワーク」の「地域ESD活動推進拠点」として登録されました。

当活動は、令和元年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰を「対策活動実践・普及部門」で受賞しており、和歌山県が主催する「第18回わかやま環境賞」においても「わかやま環境大賞」に選定されています。

2019年の年間来場者数は約11,200人でした。

流通や行政との共同イベントを通じた環境コミュニケーション

花王グループカスタマーマーケティング(株)は、花王製品の環境価値を消費者に伝え、“いっしょにeco”を推進していくために、「節水・節電・ごみ削減」をテーマに、流通や行政とともに、さまざまな環境イベントを実施しています。「花王国際こども環境絵画コンテスト」の入賞作品の展示や、多彩で楽しい体験型イベントで、消費者の関心を高めています。2019年は、日本全国約70カ所の会場でイベントを開催し、来場者は4万人を超えました。また、流通との共同で、SNSを通じた「きれいをつくるecoスタイル」の情報発信も積極的に行ないました。

未来洗浄研究会

サステナブルなライフスタイルの推進

2018年に、花王とフューチャーアース、東京大学 国際高等研究所サステナビリティ学連携研究機構(現:東京大学未来ビジョン研究センター)が設立した「未来洗浄研究会」は、「世界中の人々がサステナブルに清潔に快適に暮らせる社会」をめざし、事業領域や学問領域の枠を越え、産学公民

等のさまざまな知恵を集めて、未来の洗浄について議論や提案をしています。

2019年12月には、未来洗浄研究会セミナー「サステナブルな洗濯を考える(1)～ライフサイクルアセスメント(LCA)の視点から～」を開催しました。参加者は、企業、大学・研究関係者、環境団体や主婦など、約40名でした。洗濯に関するLCAについての講演と、所属が偏らないよう配慮したグループでのディスカッションにより、LCAの考え方を取り込みながら、洗濯の環境課題を自分ごととして捉える議論が進み、参加者からも好評を得ました。



グループディスカッションの様子

中国節水キャンペーン

サステナブルなライフスタイルの推進

花王(中国)投資は、中国環境保護部宣伝教育センターと共催で2012年から「中国清潔・節水全国運動」を実施しています。

社会貢献活動 203-1

この活動は、中国国内において「1世帯1年間1万リットルの節水(中国語表記:一家一年一万升)」をスローガンに節水を呼びかけるものです。中国では水資源の不足が大きな社会問題となっており、節水の大切さを喚起したい中国政府と、節水型衣料用洗剤を販売するなど、中国においても消費者と一っしょにできるエコ活動を推進している花王の思いが一致し、8年連続の共催となりました。

毎年3月からはじまるキャンペーンでは、各都市で節水や水資源の大切さを紹介しています。2015年からは活動を拡大し、中国国内の大学での啓発も推進しています。2019年は北京、広州、西安、安徽省、浙江省、山東省など24の省・市の98の大学で啓発活動を実施しました。

また、2015年から中国国内の大学生向けに環境保護コンテストを実施しています。2019年は、節水・環境保護をテーマにしたコンテストに全国から145件の提案をいただき、この中から花王は65件を選択して実施につなげました。大学生が自ら積極的に提案、実行しており、コンテストを通して環境意識の向上が見られました。10月には、江西省南昌市の大学で閉幕式を行ない、入選者を表彰しました。

花王社会起業塾

花王は、持続可能なよりよい社会を次世代に引き継ぎたいと考え、2010年より、社会課題をビジネスの手法で解決しようとする若手社会起業家の育成を支援する「花王社会起業塾」を実施しています。

「これからの新しい生活文化をつくる」をテーマに、生活者に寄り添い、よりよい暮らしに向けた基盤づくりに取り組む社会起業家を支援しており、約8カ月にわたり、専門家からのアドバイスを受ける機会や合同研修、人的交流・ネットワークの場を提供し、事業の軸をつくり、成長を加速させる支援を行なっています。なお、運営は社会起業塾イニシアティブ(認定特定非営利活動法人ETIC、<エティック>と複数企業※が連携して社会起業家を育成・支援するプラットフォーム)が行なっています。(これまでに29組を支援)

2019年度は以下の3名を支援しました。

- ・荒井佑介さん(特定非営利活動法人サンカクシャ 代表理事)
「孤立する子ども・若者と社会資源のマッチングシステム」
- ・荏原優子さん
「地方での機会創出する場としての多世代交流複合拠点づくり」
- ・角田真住さん(Alopecia Style Project Japan 共同代表)
「違いを受け止めあえる関係を、髪を失った女性が自ら作り上げる」

よりよい社会をつくる担い手を育てることに加え、近年は社会起業家たちと社員の交流活動に注力しています。社会課題解決に向けた熱い思いや事業戦略の立て方など、さまざまな気づきや学びを得る場を開いてきました。

2019年度は、8月28日に初めてNECとの2社合同開催で「社会起業塾キックオフ研修講演会」を茅場町本社で開催し、109名が参加しました。11月8日には、「2018年度成果報告と2019年度塾生の活動紹介&アイデア交換会」を実施し、遠隔地視聴2名含む45名が参加し、社員と社会起業家が交流を図りました。

これからも社会や社員にインパクトを与える活動を進めていきます。



社員と若手社会起業家とのアイデア交換会

※2019年度のオフィシャルパートナーはNEC、花王。オフィシャルプログラムパートナーは電通

社会貢献活動

高校生科学技術チャレンジ(JSEC)

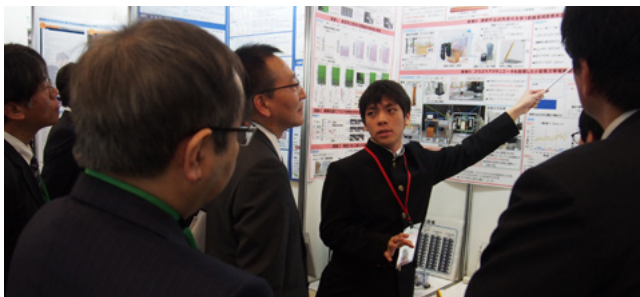
花王は、“よきモノづくり”の基盤は科学技術から生まれる革新的なイノベーションであると考え、よりよい未来に貢献するために、若い研究者の育成を応援しています。その一環として、全国の高校生・高等専門学校生を対象として開催される科学技術に関する自由研究コンテスト「高校生科学技術チャレンジ(JSEC)」(主催:朝日新聞社、テレビ朝日)に特別協賛しています。毎年優れた作品に、花王賞および花王特別奨励賞を贈呈しており、賞の選定にあたっては、花王の研究員が論文の審査から、最終審査会では実際に高校生のプレゼンテーションを聞いて審査を行ないます。

「JSEC2019」の最終審査会は、2019年12月14日、15日に日本科学未来館で行なわれ、花王賞として、福島県立福島高等学校、花王特別奨励賞として熊本県立宇土高等学校、鳥取県立鳥取西高等学校が受賞しました。JSECの上位入賞者は、2020年に米国で行なわれる国際学生科学技術フェア(ISEF)への出場資格が与えられ、花王賞の福島県立福島高等学校の石川悠さん、横山佳観さんが出場する予定です。その他、受賞校を花王に招き、施設見学や研究員との交流を図るスタディツアーを開催して、高校生のキャリア教育支援にもつなげています。

- ・花王賞:
「プラズマによる気流制御技術を用いた小型風力発電風車の製作」
福島県立福島高等学校(石川悠さん、横山佳観さん)
- ・花王特別奨励賞:
「屈折率の研究3 Zゾーンの全容解明と屈折率アプリによる糖度の可視化」
熊本県立宇土高等学校(窪田瑛仁さん、吉野泰生さん、四海成々実さん)
「スナヤツメ(Lethnateron.sp)のアンモシーテス幼生に見られるLip Sway行動」
鳥取県立鳥取西高等学校(松本生成さん、久野伊織さん、田中宏紀さん)



花王賞の表彰状授与



高校生の研究発表を審査する花王の研究員たち

一般社団法人日本ボッチャ協会に協賛

2019年6月、新たな取り組みとして、(一社)日本ボッチャ協会のゴールドパートナー契約を締結しました。ボッチャは、重度脳性麻痺者、もしくは同程度の四肢重度機能障がい者のために考案されたスポーツで、性別や年齢、障がいの有無にかかわらず、誰もが楽しむことができます。共生社会の理解浸透に向け、障がい者スポーツを通じ、社内外に向けた競技の啓発活動を行ない、競技の普及と振興に努めていきます。

2019年は、社内向けの啓発活動として、日本ボッチャ協会スタッフによる講習会を社内で2回開催し、のべ82名の社員が参加しました。今後、受講した社員がサポーターとなり、競技の普及に協力していきます。



社内で行なわれたボッチャの講習会

よりすこやかな地球のために

タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト 脱炭素

タイ北部における急激な森林減少・破壊と、それが引き起こす水害・煙害等の環境問題の改善をめざし、花王は公益財団法人オイスカ、オイスカタイランドとの協働で、2012年から5年間、タイ北部チェンライ県チェンコン郡で、環境保全プロジェクトを実施しています。2012年からの5年間で、目標としていた35haに42,500本の植林を完了しました。

活動を通じて、地域の人々の環境保全に対する意識が高まり、森を適切に管理し、生活の基盤づくりに活かそうという機運が生まれたことから、2019年4月より、第2期の支援を開始しました。

第1期に植林した地域で作物の栽培を行ない、地域の人々に栽培に関する知識や技術の取得の機会を提供して、収穫した作物の販売による収入向上を支援します。また、新たな地域での植林も実施します。こうした活動を通して、地域の人々の生活の中で、形成された森林が持続的に維持、活用されることをめざします。

第2期では、3年で9haの植林を行ないます。また、第1期で形成した森林のうち約1.6haの土地で、アグロフォレストリーとして、タケノコ、しょうが、バナナなどの作物を栽培します。



第1期で植林した木々が成長した森林

花王・教員フェローシップ

花王は、2004年から認定特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパンとともに、「花王・教員フェローシップ」を実施しています。これは小学校・中学校の教員を対象にしたプログラムで、夏休み期間に1～2週間程度、生物多様性保全に向けた海外の野外調査研究にボランティアとして参加する機会を提供するものです。参加した教員の方々に、自らの体験や感動を学校や地域での環境教育の現場で活かしてもらうことを目的としています。また、参加者同士のネットワークづくりや科学的な調査技法の習得、異文化交流、多様性の理解など、プログラムを通じて得た経験を、児童や生徒、教員同士、地域社会に広く伝えてもらうことを期待しています。

これまでに85プロジェクトに168名が参加しました。2019年の実施をもって当プログラムを終了し、後日、プログラムの成果を取りまとめ、広く発信していく予定です。

花王・みんなの森づくり活動 脱炭素

緑豊かな環境づくりと、その環境を次世代に引き継ぐことを目的に、公益財団法人都市緑化機構と連携し、環境を守り育てる人づくりのための助成プログラムを実施しています。全国から森づくりや環境教育などに取り組むNGO／NPO・市民団体を公募し、毎年20件程度を選定、3年間の継続助成を行なっています。また、環境保全活動を通じて、現代の地域社会が抱えるさまざまな課題解決への貢献や、地域のよりよいコミュニティ形成にも寄与しています。

2019年は、2018年に応募した団体から、17団体を選定して助成を行ない、6月6日には花王本社にて、助成目録贈呈式を実施しました。

2000年から2019年までに支援した団体数は累計で479件となり、これは都道府県が把握する森づくり団体数約3,000の15%弱に相当します。



支援団体の活動の様子

社会貢献活動

社員の社会参画による創造性の活性

花王ファミリーコンサート

花王では、事業場周辺地域の皆さまに質の高い音楽に触れる機会の提供と音楽や芸術を楽しむ心を育てていただきたいとの思いから、2002年より、「花王ファミリーコンサート」を開催しています。

このコンサートは、地域貢献と文化支援、社会支援を融合した花王ならではのプログラムで、企画から当日の会場整理、会場アナウンス、切符切り等の運営をすべて社員が行なっています。

2019年は、4月21日に栃木県益子町、5月19日に和歌山県和歌山市、9月16日に山形県酒田市、11月17日に愛媛県西条市にて開催しました。

チケット収入は全額、開催地域の音楽教育へ寄付しています。

2002年からの累計で44公演を開催し、のべ来場者数は、41,327人となっています。



栃木県益子町での花王ファミリーコンサート

社員食堂を活用した環境意識啓発

2019年は、社員の環境やサステナビリティに対する意識を高めるための気づきやきっかけを与える場として、社員食堂の有効活用を進めました。

茅場町では4月から、食堂喫茶コーナーで提供するコーヒーを、フェアトレード認証コーヒーとレインフォレストアライアンス認証コーヒーに切り替えました。また10月からは、プラスチック製ストローとカップ蓋も廃止。さらに、マイボトル・マイカップを持参すると価格を下げる取り組みも始め、マイボトル・マイカップ推進を進めています。

すみだでは、飲料プラ容器の削減に加えて、ガムシロップやミルク、小袋調味料等を、ポットでの提供に変更しました。和歌山でも、プラスチック容器の削減や、認証食材の導入を積極的に進めています。

社員が毎日のように利用する社員食堂でこういった取り組みを進めることにより、社員一人ひとりが会社の姿勢を理解し、身近なところから環境意識を高めて、家庭での行動変容にもつなげることを狙いとし、さらには、環境意識の向上が、業務にも活かされることを期待しています。

花王ハートポケット倶楽部

2004年に開始した花王社員による社会的支援を目的としたクラブ組織です。趣旨に賛同する社員が会員となり、毎月の給与から1口50円から100口の範囲で任意の金額を積み立て、NGO／NPO・市民団体への寄付、社員が参加するボランティア活動の実施に関わる支援、広域災害発生時の緊急支援などに役立てています。寄付先や基金の使途の決定は、会員の代表である15名の運営委員で構成される運営委員会で決定する仕組みになっています。よりよい社会づくりをめざし、社会課題解決に取り組む活動へ支援を行なうとともに、社員に対しては社会参加の機会を提供し、社会的感度を高めることに寄与しています。

2019年は、運営委員とともに寄付先団体を訪問し、意見交換の場を設ける等、社員を巻き込んだ活動を実施し、社内向け広報誌(イントラネット版)「ハートポケット倶楽部新聞」(年5回発行)で紹介しました。また、栃木事業場にて認定特定非営利活動法人ウォーターエイドジャパンの高橋郁氏による講演会を開催する等、社員への情報発信や参加活動を強化したことにより、運営委員の立候補者数や会員からの寄付申請が倍増しました。その他、事業場地域の市民活動を応援する「地域助成」を栃木県、和歌山県、茨城県で実施し、計15団体へ助成しました。例年実施している「絵本を届ける運動」「クリスマスカードプロジェクト」「ホワイトリボンラン」では、計513名の社員がボランティア活動に参加しました。

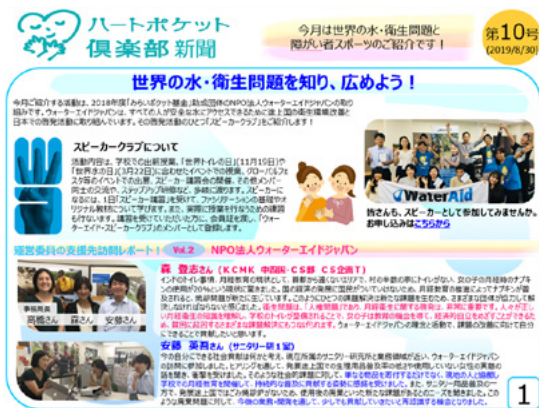
社会貢献活動

今後も引き続き、会員増大と社員の社会参加のためのきっかけづくりを行なっていきます。

- ・会員数3,463名(2019年12月20日現在)
- ・寄付件数47件 / 寄付金額7,248,400円
※ 緊急災害支援として実施した令和元年東日本台風被害に対する寄付50万円を含む
- ・活動レポート4,000部(社内向け活動報告書、年1回発行)



寄付先団体による講演会にはたくさんの社員が来場



花王ハートポケット倶楽部新聞に運営委員のレポートを掲載

メセナ支援

芸術文化活動支援

優れた芸術文化の発展・継承と人々の豊かな生活文化の実現に寄与することを目的に芸術文化活動を支援しています。

交響楽団への賛助や音楽・舞台芸術公演、美術展への協賛を行なうなど、あらゆる世代の人々に芸術に親しんでいただき、次世代に優れた芸術文化活動が継承されるよう、積極的に支援を行なっています。

2019年は、NHK交響楽団、東京交響楽団、東京フィルハーモニー交響楽団、日本フィルハーモニー交響楽団への賛助を行ない、NHK交響楽団 ベートーヴェン「第九」公演と新国立劇場 2018/2019シーズン特別支援企業グループ協賛を行ないました。また、美術分野においては、読売新聞社主催の「日本・オーストリア外交樹立150周年記念 ウィーン・モダン クリムト、シーレ 世紀末への道」(東京と大阪で開催)への協賛を行ないました。

若手芸術家育成支援

豊かな生活文化の実現に貢献するために、次世代を担う芸術家育成の活動を支援しています。

2003年からは、東京音楽コンクール(共催:東京文化会館・読売新聞社・東京都)を主催し、日本の音楽界の次世代を担う人材の発掘・育成の活動を支援しています。本各部門優

勝者がオーケストラと共演する優勝者コンサートを開催するほか、入賞者には、単独公演の開催を含め、公演機会の提供など、東京文化会館が5年間バックアップを行なっています。

また、2013年からは、熊川哲也氏を総監督とするジュニア・カンパニーK-BALLET YOUTHの公演に特別協賛しています。K-BALLET YOUTHでは、次世代の才能あるダンサーの発掘とプロフェッショナル・カンパニーと遜色のない環境での実践の場を提供し、次世代の芸術家育成に取り組む活動をしています。

2019年は、「第17回東京音楽コンクール」を開催し、ピアノ・金管・声楽の3部門において、402人の応募者の中から14人の入賞者が決定しました。

K-BALLET YOUTHでは、8月に第4回記念公演「くろみ割り人形」が開催され、特別協賛を行ないました。2018年9月のオーディションで選ばれた80人のダンサーが、約1年間のリハーサルを経て、公演に出演しました。



第17回東京音楽コンクール ピアノ部門表彰式

写真:堀田力丸/写真提供:東京文化会館

社会貢献活動

公益財団法人 花王芸術・科学財団

花王芸術・科学財団は、豊かな生活を営んでいく上で必要不可欠な芸術文化と科学技術の振興および発展向上とともに、文理融合領域の研究発展にも寄与することをめざす、芸術と科学の支援を併せ持つユニークな財団です。

1990年に、花王株式会社の創立100周年を記念した拠出を受け、花王芸術文化財団として設立され、美術・音楽分野への助成事業を行なってきました。1997年からは、名称を花王芸術・科学財団に改称して、科学技術分野の研究や文理融合分野の研究支援を新たに加え、「助成事業」「顕彰事業」「関連事業(文理融合の研究支援)」の3つの事業を柱に活動しています。

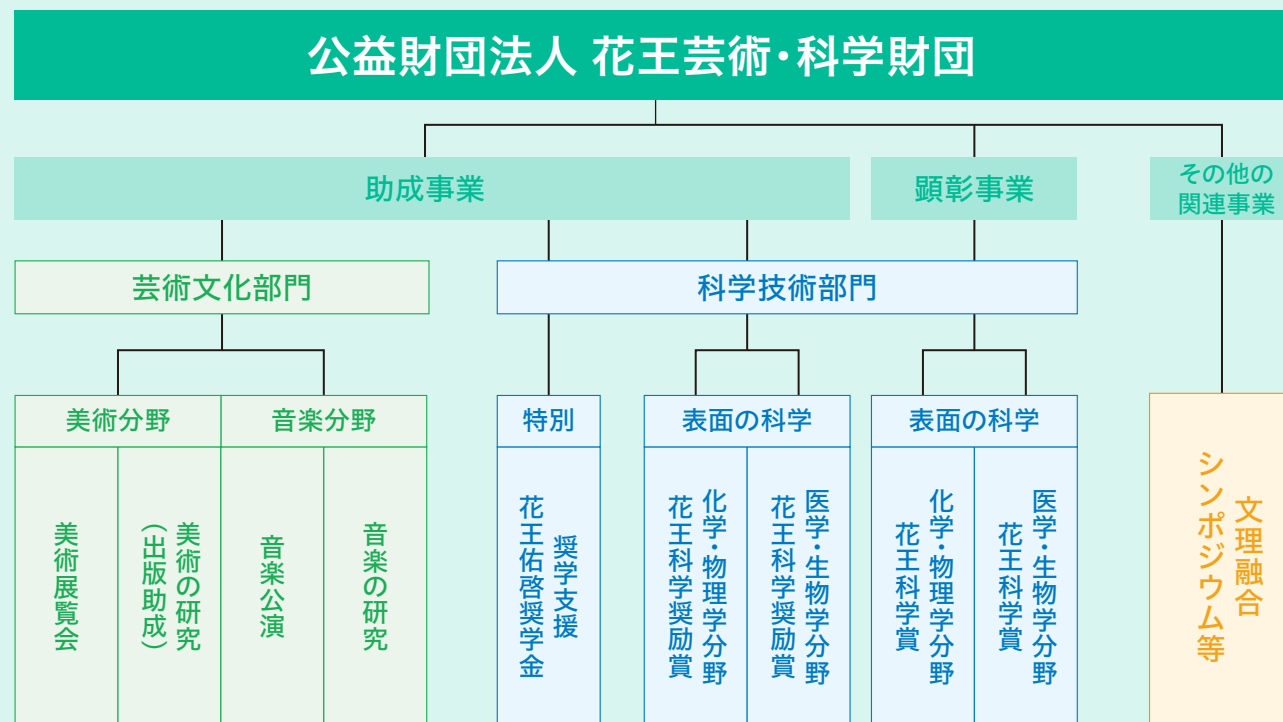
助成事業では、美術展覧会や音楽公演等の活動助成、美術や音楽の学術的な研究への助成を、科学技術部門では大学院修士課程の学生に対する奨学金支援や、化学・物理学、医学・生物学の分野で独創的、先導的な研究を行なう若い研究者に対し「花王科学奨励賞」という名の助成を行なっています。

顕彰事業では、化学・物理学、医学・生物学の基礎・基盤研究において独自の成果をあげた研究者に「花王科学賞」を贈り、称えています。

また、関連事業として、芸術文化と科学技術の融合をめざす研究を支援する文理融合シンポジウムを開催しています。

2019年は、助成事業として103件、顕彰事業として2名の研究者を顕彰し、総額7,920万円の拠出を行ないました。

事業組織図



※2019年12月現在



花王科学賞の表彰状授与



花王科学賞受賞者による記念講演

社会貢献活動

災害支援

東日本大震災への取り組み

既存の社会貢献のプログラムや花王のリソースを活かしながら、NGO / NPO、企業、多様な組織と連携し、東北の生活者に寄り添い、現地のニーズや課題に沿った活動を実施しています。

現在は「心のケア」と「自立的復興」の2つの柱に取り組んでいます。「心のケア」では、スマイルとうほくプロジェクトに2012年から協賛し、仮設住宅や災害公営住宅訪問を通じた交流や新しい暮らしを応援する取り組みを実施しています。「自立的復興」では、東北の復興に向け、中心となって活躍している復興リーダーの支援や社員ボランティアの活動を通じて、産業の復興やコミュニティづくりを支える活動を行なっています。

花王社員による2019年の活動は以下の通りです。

- ・「東北と『食』でつながろう！」をテーマに、3月11日～13日、全国事業場11カ所の食堂で、東北の食材を使用した郷土料理を提供。同時期に、復興支援活動のパネルを展示（全国事業場11カ所およびKCMK東北支社）
- ・宮城県南三陸町ボランティア&スタディツアーを11月30日～12月1日に実施、社員18名が参加
- ・スマイルとうほくプロジェクト（主催：岩手日報、河北新報、福島民報）に継続して協賛

- ・復興支援、震災の記憶を未来に残していくことを目的とした自転車イベント「TOUR de TOHOKU 2019」に協賛し、花王社員がボランティア・ライダーとして参加したほか、特製フォトブースを設営したり、メッセージ入り商品をプレゼントし地域を応援。社員のべ22名が参加
- ・岩手県釜石市が中心となり世界へ復興支援への感謝を伝える活動「Thank You From KAMAISHI」を支援。三陸鉄道鶉住居駅開業やラグビーワールドカップ2019釜石鶉住居復興スタジアム開催などのイベントをさまざまな形でサポート。イベント支援、スタジアム清掃などで社員のべ49名が参加
- ・被災地各地でのフラワーアートの制作や農業体験などのプロジェクトを通じて東北のいまの思いに寄り添う活動をサポートし、花植え、種まき、収穫祭などに社員のべ47名が参加



台風で被害を受けた菊畑の復旧作業（南三陸町でのボランティア）

みちのく復興事業パートナーズ

「自立的復興」の大きな活動の一つとして、2012年6月より、「みちのく復興事業パートナーズ」に参画しています。被災地で事業に取り組み東北を支えていく次世代の復興リーダーを支援する企業コンソーシアムとして、認定特定非営利活動法人ETIC.(エティック)によって設立されたもので、現在、企業4社*が参画しています。将来東北の中心となることが期待される事業団体を育成支援する研修をはじめ、自立的復興に向けた共創を行なっています。

2019年は3月5日に7回目となるシンポジウムを開催し、「東北から、パラダイムシフト」をテーマとして東北の現状や未来について広く情報発信を行ない、152人が来場しました。また、東北の事業団体へ向けた共創の場づくりの一環として、2020年1月17日～18日、宮城県仙台市において「みちのく共創キャンプ2020」を実施し、69人が参加しました。これからも継続して活動していきます。

* 参画企業は株式会社ジェー・シー・ビー、株式会社電通、株式会社ベネッセコーポレーション、花王株式会社（2019年5月現在）



第7回みちのく復興事業シンポジウム

社会貢献活動

東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト

東日本大震災で津波の被害を受けた地域の生態系の変化を調べるため、東北大学の教授を中心として、市民や学生、複数の企業から集まったボランティアたちがチームとなってモニタリング調査を行なっています。被災前のデータと比較することで、津波がどれだけの影響を及ぼしたか、またその後の生態系がどのように回復しているかを記録しています。この調査で得られたデータは、被災地域の生態系や希少種の保全、環境に配慮した復興計画のために役立てられます。2013年から社員がボランティアとして参加しており、2019年は10人の花王社員が参加。これまでに累計68人が参加しました。

参加者からは「津波前からの過去データと比較して環境変化や問題点がわかり、継続した干潟調査の必要性を知ることができた」「震災の経験と復興の進捗を見ておられる方の視点を共有できたことも自分自身の財産となった」などの感想が寄せられました。

今後、2020年まで、社員を派遣する予定です。

(主催:認定特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパン)



採取した生物の同定調査

その他の災害支援

大規模災害発生時の被災地支援として、義援金と支援金の拠出を行なうとともに、行政や業界団体と連携して、被災者への物資支援を速やかに行ないます。

また、近年の災害多発に伴い、最も必要なタイミングで被災者支援活動に活用できるよう、社会福祉法人中央共同募金会「災害ボランティア・NPO活動サポート募金」への支援金の拠出を決定しました。

2019年の実績

義援金・支援金

・令和元年東日本台風

日本赤十字社を通じて花王より義援金として2,000万円と、花王社員の寄付組織「花王ハートポケット倶楽部」より、ボランティア活動資金として社会福祉法人 中央共同募金会に50万円の寄付を行ないました。

物資支援

・令和元年房総半島台風

花王より千葉県富津市へ約10万円相当の物資支援を行ないました。

・令和元年東日本台風

花王より福島県、長野県、岩手県、宮城県、栃木県、千葉県へ約900万円相当の物資支援を行ないました。

・タイ ウボンラチャタニ県洪水

花王タイより、約10万円相当の物資支援を行ないました。

・インドネシア パプア州センタニ洪水

花王インドネシアより、約6万円相当の物資支援を行ないました。

・インドネシア マルク州アンボン地震

花王インドネシアより、約4万円相当の物資支援を行ないました。

・アフリカ南部干ばつ

花王南アフリカより、農民救済のため約2万円相当の物資支援を行ないました。

基盤整備活動支援金

・災害ボランティア・NPO活動サポート募金への寄付

花王より社会福祉法人 中央共同募金会「災害ボランティア・NPO活動サポート募金」へ500万円の寄付を行ないました。

各事業場、グループ会社の主な社会貢献活動

| 事業場・会社 | 活動内容・実績(主催/後援/協賛/支援/参加など) |
|---|--|
| 茅場町事業場 | ●障がい者支援団体への製品寄贈 ●地域イベント・地域祭礼 ●JAZZ フェスティバル ●中央区エコまつり ●夏休みラジオ体操 ●地域歳末たすけあい募金 ●近隣清掃 ●たばこポイ捨て撲滅キャンペーン |
| 大阪事業場 | ●地域祭礼、地域団体支援 ●大阪マラソン ●大阪城清掃 ●献血 |
| 酒田工場 | ●やまがた健康フェア ●新生児紙おむつ寄贈 ●酒田創意くふう展、さかた産業フェア ●地域イベント・地域祭礼 ●スポーツ大会、運動会 ●花火大会 ●地域管弦楽団支援 ●庄内よいふるキャラバン ●花王夏祭り ●花王ファミリーコンサート ●地域団体支援 ●工場見学 |
| 栃木工場 栃木研究所 | ●親子健康セミナー ●新生児紙おむつ寄贈 ●地域イベント ●保育園・小学校イベントへ駐車場を開放 ●献血 ●工場見学 |
| 鹿島工場 | ●手洗い講座 ●かみす市民フォーラム ●かみす健康マイレージ事業 ●かみすフェスタ ●かみすみなと祭り ●地域イベント・地域祭礼 ●スポーツ大会 ●音楽祭 ●かみす七夕まつり ●スポーツ少年団支援 ●神栖市「環境美化の日」「クリーンかみすの日」「海岸清掃」 ●近隣清掃 ●工場見学 |
| すみだ事業場 東京工場 東京研究所 | ●社会を明るくする運動 ●わんぱく相撲大会 ●交通安全運動 ●地域イベント・地域祭礼 ●町会定期総会、地域消火訓練 ●近隣清掃 |
| 川崎工場 | ●夏祭り・秋祭り ●企業親善スポーツ大会 ●ウォーキング大会 ●地域イベント・地域祭礼 ●町内運動会 ●清掃活動 ●工場見学 ●献血 |
| 小田原事業場 小田原工場(花王コスメプロダクツ小田原(株)) 小田原研究所 | ●地域ウォークイベント、コンサート ●酒匂川花火大会 ●ソフトボール教室、特別支援学校ソフトボール教室 ●近隣清掃、クリーンさかわ ●工場見学 |
| 富士工場(花王製紙富士(株)) | ●中学生職業体験実習 ●市内消火技術競技大会 ●ふじかわ夏祭り花火大会 ●地域スポーツ少年団協賛 ●赤い羽根共同募金 ●地域祭礼 |
| 豊橋工場 | ●地域イベントでの体験実験 ●中学校への出張授業 ●豊橋・明海産業基地530運動 ●工場見学 |
| 和歌山工場 和歌山研究所 | ●福祉工場運営支援 ●花王ファミリーコンサート ●世界遺産熊野古道道普請支援 ●和歌山城・和歌山港湾清掃 ●水軒川沿い清掃 ●花王「企業の森」の除草 ●消防出初式 ●地藏尊および無縁仏供養 ●地域イベント・地域祭礼 ●近隣清掃 ●工場見学 ●献血 |
| 花王エコラボミュージアム(和歌山) | ●薬学実務研修の見学と講義 ●工場見学を通じた環境教育 ●親子見学 |
| 愛媛工場(花王サニタリープロダクツ愛媛(株)) | ●花火大会 ●西条祭り支援 ●地域イベント・地域祭礼 ●赤い羽根共同募金 ●工場見学 ●献血 |



エコまつり(東京・茅場町)



さかた産業フェア(山形・酒田)



クリーンさかわ(神奈川・小田原)



530運動(愛知・豊橋)

各事業場、グループ会社の主な社会貢献活動

| 事業場・会社 | 活動内容・実績(主催/後援/協賛/支援/参加など) |
|-----------------------------|--|
| 有田研修所 | ●地域健康祭りへの製品寄贈 ●地域学童クラブへ段ボール寄贈 ●地域イベント ●地域運動会 ●自治会 ●近隣清掃 |
| 品川研修所 | ●花王国際子ども環境絵画コンテスト受賞作品展示 ●健康啓発イベント |
| 花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK) | ●女性活躍支援メイク講座 ●シニアメイク講座 ●特別支援学校身だしなみ講座 ●就活生美容講座 ●育児支援講座 ●出張授業 ●観光施設トイレ衛生活動 ●健康増進ウォークイベント ●もったいないフェア ●地球環境イベント・環境フェア ●産業環境フェスティバル ●献血 |
| 花王ロジスティクス(株) | ●近隣交通安全誘導と見守り活動 ●特別支援学級生徒の職場体験受入 ●交通安全啓発・安全キャンペーン参加 ●安全教室参加 ●児童の絵画ラッピングトラック ●献血 |
| 花王プロフェッショナル・サービス(株)(KPS) | ●幼稚園・保育園の責任者への衛生啓発 ●幼稚園園児手洗い講習会 ●看護学生・看護師に向けた感染管理 ●認定看護師対象の講義演習 ●排泄ケア演習支援 ●介護施設向け衛生教育 ●災害支援 ●災害備蓄用おむつ寄贈 |
| (株)カネボウ化粧品 | ●視覚特別支援学校での身だしなみ講座開催 ●福祉施設の成人式に製品寄贈 ●メディカルソワエステティック ^{※1} 技術支援 ●Walk in her Shoes ^{※2} イベントへの製品寄贈 ●学生スポーツ大会への製品寄贈 ●ピンクリボン活動での売上の一部寄付 ●美容学校生のミュージアム見学 ●歌舞伎への舞台白粉提供 ●陸上教室、マラソン大会ゲストランナー参加 |

※1 メディカルソワエステティック

形成外科の医師の指導のもと、医療の場において患者に行なう美容施術。(株)カネボウ化粧品が提唱。あざ・熱傷・外傷などの手術後の肌や外見上の悩みに対して、当社美容スタッフが、医師の診察や治療の後、スキンケアやメイクアップの美容施術とホームケアアドバイスを実施し、患者に充実感や満足感をもって日常生活を送っていただくサポートを行なう。

※2 Walk in her Shoes

公益財団法人ケア・インターナショナル ジャパンが実施する「歩く国際協力」キャンペーン。安全な水を手に入れることが難しく、水汲みに多大な時間を費やす女性の気持ちを想像しながら、普段の生活の中で好きな時に好きな場所で歩くキャンペーンで、参加費は途上国や紛争・災害地域において困難な状況にある女性の自立を支援する活動に充てられる。



交通安全交差点誘導
(花王ロジスティクス(株)仙台LC)



交通安全ラッピングトラック
(花王ロジスティクス(株)川崎LC)

各事業場、グループ会社の主な社会貢献活動

| 事業場・会社 | 活動内容・実績(主催/後援/協賛/支援/参加など) |
|----------------------------------|---|
| 花王(中国)投資 花王(上海)産品サービス 花王合肥 | ●初級教育 ●Enactus®支援 ●大学生日本語スピーチ大会 ●キャリア教育(大学生との交流) ●母子衛生健康講座 ●福祉団体への寄付 ●ピンクリボン活動 ●節水キャンペーン ●花王国際こども環境絵画コンテスト ●納涼祭 ●近隣清掃 ●工場見学 |
| 上海花王化学 葫蘆島錦星鑄造材料 花王(上海)化工 | ●地域小学校での理科教育支援 ●ALS患者支援 ●近隣清掃 ●献血 |
| カネボウ化粧品(中国) 花王(香港) | ●女性労働者への美容講座 ●貧困者支援 ●障がい者への商品寄贈 ●障がいのある子どもを支援する団体への寄付 ●精神疾患患者支援団体への寄付 |
| 花王(台湾) カネボウ化粧品(台湾) | ●子どもへの衛生教育 ●大学生支援 ●高齢者支援 ●ピンクリボン活動 ●海岸清掃 ●植樹活動 ●環境イベント ●工場見学 ●ピンクリボン活動 ●海岸清掃 ●熱傷患者支援団体への支援 |
| 花王(ベトナム) ピリピナス花王 | ●衛生プログラム(学校衛生プロジェクト) ●衛生管理リーダー育成プログラム ●衛生奨学金制度 ●中学校での月経・健康教育 ●孤児院の訪問と寄付 ●工場近隣の成績優秀者に高校への奨学金 ●理工系大学の学生への奨学金 ●工場近隣の公立小学校・高校の修繕への寄付 ●地域住民の無料医療健診・歯科検診受診の支援 ●地域伝統文化支援 ●マングローブ植林 |
| 花王インダストリアル(タイランド) 花王(シンガポール) | ●初級教育 ●視覚障がいのある子どもへの衛生教育 ●タイ北部の貧困女子児童への寄付 ●福祉団体への製品寄贈 ●バンコク環境部や衛生部の公共エリア清掃支援 ●森林保護団体メンバーへの環境教育 ●福祉団体への製品寄贈(遠隔地) ●国境警備警察学校を通じた製品寄贈 ●災害支援 ●近隣清掃 ●小学校でのおそうじ講座 ●手洗い講座 ●高齢者家庭のお掃除支援 |

※ Enactus

学生が企画し実施する社会貢献事業を支援し、すぐれた次世代のリーダーを養成することをめざす国際的NPO



ALS患者支援(花王(上海)化工)



海岸清掃(花王(台湾))



医療歯科検診支援(ピリピナス花王)



初級教育(花王インダストリアル(タイランド))

各事業場、グループ会社の主な社会貢献活動

| 事業場・会社 | 活動内容・実績(主催/後援/協賛/支援/参加など) |
|--|---|
| 花王(インドネシア) | ●月経衛生啓発 ●犠牲祭等での福祉支援 ●アースデー支援 ●マングローブ植林 ●花王国際こども環境絵画コンテスト ●地域清掃 ●災害支援 ●工場見学 ●献血 |
| 花王インドネシア化学 | ●マングローブ植林 ●河川浄化活動支援 ●住民への羊寄贈 ●献血活動 ●工場見学 |
| 花王(マレーシア) | ●初経教育 ●近代的な保護者をめざす啓発活動 |
| カネボウ化粧品(マレーシア) | ●ピンクリボン活動 |
| ファティケミカル(マレーシア) 花王プラスチック(マレーシア) 花王オレオケミカル(マレーシア) 花王ソープ(マレーシア) | ●福祉団体への寄付 ●レスポンシブル・ケアイベントへの製品寄贈 ●献血キャンペーン活動への寄付 ●さくらチャリティーイベントへの寄付 ●高齢者施設への寄付 ●障がい児施設への訪問と寄付 ●孤児院でのイスラム教祭事の支援 ●エイブルアート購入支援 ●英語交流講座 ●日本文化祭り支援 ●小学校での環境講座 ●消防救助活動への寄付 ●ゴルフ大会への寄付 ●中学校での緑化活動支援 ●業界団体への支援 ●工場見学を通じた環境啓発 ●工場見学 |
| 花王(カナダ) | ●ユナイテッド・ウェイ支援(チャリティーイベント、フードバンクなど) ●恵まれない家庭支援 ●職業訓練校の卒業式でのヘアメイクサービスなどの支援 |
| 花王USA | ●ユナイテッド・ウェイ支援 ●芸術支援 ●恵まれない子どもたちへのクリスマスギフト支援 ●早産防止のウォークイベントへの寄付 ●国際人道団体への製品寄付 ●がん患者への美容支援団体への寄付 ●女の子のエンパワメントイベントの支援 ●ホームレス支援 ●衣類寄付による女性エンパワメント支援 ●公園清掃活動と寄付 |
| 花王スペシャルティーズアメリカズ | ●ユナイテッド・ウェイ委員会への支援 ●フードドライブへの食糧寄付 ●中古衣料リサイクル支援 ●慈善活動団体を通じた支援 ●ALS患者の支援ウォークイベント ●ホームレス支援 ●教員エクスターンシップ ●日本語スピーチコンテスト ●高校訪問意見交換会 ●化粧品学会パネラー ●生物多様性プロジェクト ●環境啓発(コンポスト)講座 ●ハイウェイクリーンアップ ●高校生と保護者を招いた会社訪問交流 ●近隣清掃 ●献血活動支援 |
| 花王コリンズ(アメリカ) | ●ピンクリボン活動 ●ホームレスへのミールサービス ●病気で入院する子どもと家族の宿泊施設でのミールサービス ●チャリティーイベント寄付と社員参加 ●恵まれない環境の学校へのキャリア開発支援・衣類他の寄付 ●チャリティーラン協賛と社員参加 ●恵まれない家庭への寄付 ●薬物中毒リハビリ施設への寄付 ●環境と健康の啓発イベント開催 ●動物園の昆虫観察プログラム参加 |



マングローブ植林(花王(インドネシア)、花王インドネシア化学)



初経教育(花王(インドネシア))



公園清掃(花王USA)



キャリア教育支援(花王コリンズ)

各事業場、グループ会社の主な社会貢献活動

| 事業場・会社 | 活動内容・実績(主催/後援/協賛/支援/参加など) |
|---|--|
| 花王(オーストラリア) | ●福祉団体への製品寄贈 ●メンタルヘルス支援団体への寄付 ●男性の健康に関するイベント ●農村支援団体への寄付 ●森林火災被災地への寄付 |
| キミ花王(メキシコ) | ●児童福祉施設支援 ●恵まれない家庭への医療費支援 ●家族のためのスポーツ大会 ●技術系学生への奨学金 ●学生の工場見学 |
| カネゴウコスメティックスロシア LLC | ●モスクワ日本人学校開催のイベント支援 |
| 花王(オーストリア) | ●病気の子どもたちへの製品寄贈 ●美容専門学校でのトレーニング支援 |
| 花王(ドイツ) | ●困難な社会環境の子ども支援 ●花王国際こども環境絵画コンテスト ●難民施設支援 |
| 花王マニュファクチャリングジャーマニー | ●若手職人に向けた工場見学 ●性的暴力被害者のための施設への寄付 ●工場敷地貸出 |
| ドイツ花王化学 | ●近隣学校支援 ●自治体支援 ●私設消防隊支援 ●地域団体・NGO/NPOへの支援 ●福祉団体、障がい者・視覚障がい者支援団体への支援 ●地域のスポーツ団体支援 ●河川清掃 ●工場見学 |
| 花王(イギリス) モルトンブラウン | ●がん患者への支援 |
| Kao (UK) salon | ●美容師教育訓練支援 ●白血病患者支援の美容師バイクライドイベント |
| 花王コーポレーション(スペイン) | ●化学専攻の高校生への奨学金 ●地域コンサート支援 ●赤十字などによる食品寄付の支援 ●植樹キャンペーン支援 ●森林再生支援 ●地域スポーツクラブ支援 ●市の本出版支援 ●工場見学 |
| 花王(オランダ) Kao Belgium N.V. ゲール・イケバナ社 | ●子どもウィッグ支援団体とのチャリティーイベント開催 |
| Kao Denmark A/S | ●中古ハサミを買い取りウガンダの訓練中の美容師へ寄贈 ●ホームレス支援(ヘアカットなど) |
| Kao Switzerland AG | ●学生や若手人材の教育支援 |
| 花王南アフリカ | ●地域団体支援 ●サイ密猟防止団体支援 ●乳がん早期発見啓発団体支援 ●干ばつ災害支援 |



河川清掃(ドイツ花王化学)



奨学金支援(花王コーポレーション(スペイン))



食品寄付の支援(花王コーポレーション(スペイン))

事故を防止し、緊急事態への対応やセキュリティ強化に関する事項を定め、社員の安全の確保と安定な操業を維持することを目的として保安防災活動を行なっています。こうした活動により事故ゼロをめざします。

社会的課題と花王が提供する価値

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。

花王が提供する価値

大規模化学プラントを有する企業として、事業場の地域住民や従業員へ安全な操業で事故のない安心して暮らせる地域社会を提供します。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

工場周辺地域に影響する大きな事故の発生や、自然災害による安定操業の停止、それらによる社会からの信頼損失をリスクととらえています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

地域や従業員の安全の確保に向け、徹底して保安防災の取り組みを行なうことは、社会からの信頼の獲得とブランドイメージの向上につながります。

貢献するSDGs



方針

花王は「保安防災」の活動方針を、花王レスポンシブル・ケア(RC)方針に「火災、爆発および化学物質漏えいを防止し、安全で安定な操業を維持するとともに、自然災害やセキュリティ強化に配慮して、設備対応と定期的訓練を行ない、緊急時に備える」と明確に定めています。この方針に沿って事故の防止に努めています。



→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

業務に関する事故の発生や拡大を防ぐため、過去事例・最新技術や知識など保安防災に関する教育や対応訓練の計画を立て、技術の伝承や保安力の強化を行なうとともに、自然災害や火災などを想定した訓練を計画・実施することで、社員の防災意識向上に努めています。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

事業場でともに働く協力会社と協働で安全や防災に関する行事を行なうことで、さらなる防災意識の向上を図り、より安全で安心な企業となるよう努めています。

体制

日常の保安防災活動は、RC推進体制に基づいて行なっています。事故・災害が発生した場合には、グローバルな緊急事態連絡網を通じて発生を把握するしくみを構築しています。さらに、事故・災害が事業活動に重大な支障を及ぼす予想される時には、社長を本部長とする緊急事態対策組織を即時に立ち上げ、人命を第一とした初動対応をはじめ、事業継続計画(BCP)[※]に沿った対応などをグループ一丸となって行ないます。

※ 事業継続計画(BCP)

さまざまな事象とその要因により事業活動の中断や停止が引き起こされる場合を想定し、その状況に応じてどの業務・機能をどのような方法で維持・継続させるかを事前に決めておき、会社としての重要業務を継続させるための計画。



→レスポンスブル・ケア活動/体制

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sus-db-2020-all.pdf#page=18

中長期目標と実績

中長期目標

場内火災、爆発事故、漏えい事故、物流漏えいゼロを目標に活動しています。

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

すべての事業場が安全に操業することで、事業活動が正

常に行なわれ、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

すべての事業場が安全に操業することで、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。

2019年の実績

2019年、花王は「安全で安定な操業の維持」のため、保安上の事故撲滅に向けて変更管理[※]の徹底、化学設備のセーフティアセスメント、定期点検、パトロール強化を実施しました。また、防災活動として防災訓練の充実とセキュリティ強化を目標に掲げ、各部門においてさらに詳細な実行内容と計画を策定して活動しました。2019年は小規模な漏えい(場

内)と小火災の発生がありましたが、爆発事故・物流漏えいはありませんでした。2020年も引き続き場内火災、爆発事故、漏えい事故、物流漏えい事故ゼロを目標に活動します。

※ 変更管理:変更に伴うリスクを事前に想定して対策を講じ、障害や不具合、事故などを防止するマネジメント活動のこと。

目標と実績

| 項目 | 対象 | 指標 | 2018年 | 2019年 | | 2020年 |
|----|--------|------------------------|-------|-------|----|-------|
| | | | 実績 | 目標 | 実績 | 目標 |
| 事故 | 花王グループ | 火災・爆発・漏えいなど(件) | 6 | ゼロ | 5 | ゼロ |
| | | 物流漏えい [※] (件) | 0 | ゼロ | 0 | ゼロ |

※ 物流漏えい
製品等の輸送中における漏えい事故

2019年の事故の概要

| 事故種類 | 漏えい(場内):4件、小火災:1件 | |
|-------|----------------------------------|---|
| 事故概要 | 漏えい | ・製品(潤滑油)のタンク移送時において、ガスケット劣化により、フィルター上部のフランジ部より漏えい ・老朽化したクランプ(締め具)が破損し、フィルター上部のシール部より製品(食器用洗剤)が漏えい ・台風の暴風で飛ばされた綿鋼板製ステップが400V変圧器を破損、絶縁オイルが漏えい ・作業手順を守らず、ストレーナー上蓋のボルトを緩めたため、中間品が漏えい |
| | 火災 | ・制御盤で、電源を切らずに工事し、短絡発生、過電流で配線が発火 |
| 今後の対策 | 部品交換周期の見直し、部品の強化、工事作業の再教育を行ないます。 | |

具体的な取り組み

大規模災害に備えた緊急事態対応訓練

花王では、各事業場単位での消防訓練・避難訓練以外に、大規模災害に備えてグループ全体で訓練を実施しています。

安否確認訓練

2019年、日本花王グループは自然災害発生に備えウェブ安否確認システムを導入し、全社員を対象にした入力訓練を3月と9月の2回実施しました。実際の地震を想定し、1日目(24時間)を本人の入力訓練、次の日から確認担当者による入力のない社員の追跡確認の訓練を実施しました。今後も実際の災害発生時を想定した訓練を継続していきます。

2019年の安否確認システムの自然災害での使用は、以下の通りです。実際に安否確認システムを使用して、安否確認を行っており、重篤な人的被害はありませんでした。

2019年の安否確認システムの使用状況

| 年月 | 災害名 | 結果 |
|----------|------------|------------------|
| 2019年1月 | 熊本地震 | 発生当日に100%安否を確認 |
| 2019年2月 | 北海道胆振中東部地震 | 発生当日に100%安否を確認 |
| 2019年6月 | 山形県沖地震 | 発生当日に100%安否を確認 |
| 2019年10月 | 台風19号 | 発生後2日間で100%安否を確認 |

地震を想定した全社通報連絡訓練

花王は、首都圏での地震により本社が被災することを想定し、東日本・西日本それぞれに対策組織を整えています。2019年は、5月には日本海側の地震を想定した北陸・近畿・中国・九州エリアで現地と東日本の対策組織の訓練、9月には首都直下地震を想定した関東エリアで現地と西日本の対策組織の訓練を実施しました。

訓練想定は平日・昼間での在场時間とし、主要対策組織内部のIP無線による状況確認を行ない、被災拠点は人的被害および物的被害状況を、衛星携帯電話や社内災害用電子掲示板およびウェブサイトを使用した会議システム、新規導入した情報管理ポータルシステムを用いて対策組織の緊急事態対策本部まで迅速に伝達し、対策組織は情報に基づき必要な対応訓練を行ないました。

さらに、首都圏が被災想定9月の訓練では、社長を本部長とする緊急事態対策本部が、安全に活動できる拠点への移動訓練を行なったほか、生産に対するBCP対応チームも参加し全体の流れを訓練しました。

これまでの訓練で得た反省点をもとに、訓練内容の見直

しを随時行なっています。

工場見学者を想定した避難訓練

日本で工場見学を実施している9工場では、見学時の地震発生を想定して防災ずきんを準備したほか、見学者を安全な場所へ迅速に誘導できるよう、社員を見学者に見たて、避難訓練を実施しています。今後も、見学時のさまざまなシーンを想定した訓練を年間の訓練計画に組み込んでいきます。



社員を見学者に見たて避難訓練を実施

防災の監査

2019年は、初めて監査を行なう花王(台湾)と花王(インドネシア)のカラワン工場、4回目となる花王インドネシア化学の工場で防災監査を実施しました。

監査内容は、防災業務の実施状況、実際の訓練視察での現地対策本部の設営・消火・救助隊等の活動状況と、協力会社従業員を含む従業員の避難状況およびメディアトレーニングの確認などです。花王インドネシア化学では、前回監査より安全防災レベルが向上したことを確認しました。

監査では、各工場側での指摘事項も提出されました。今後、対策案を作り対応していきます。

また、他の工場から監査員で監査を行なう取り組みも継続し、監査を通じ、各工場における安全防災レベルの向上を図っています。



花王(台湾)での避難訓練



花王(インドネシア)での救助と応急処置訓練



花王インドネシア化学での消火訓練

保安・防災の強化

SCM部門では、化学設備のリスクマネジメントの強化として潜在危険の対応、地震対策を引き続き推進しています。

2019年は化学設備のセーフティアセスメントにより潜在危険として抽出された粉じん爆発対策として、国内工場のコーン放電対応を行なったほか、自然発火対策として、海外工場への対応や低引火点物質火災防止対応も行ないました。海外の重合・発熱反応設備の熱的リスク評価手法の周知、設備再評価等を継続的に行ない、操業での安全に努めました。

地震対策では、建屋・設備の補強として、酒田工場の危険物などの屋外貯蔵槽の安全性評価、川崎工場の設備架台診断を行ない、自然災害での被害の最小化に努めています。

高圧ガス保安検査・監査・査察

和歌山工場では、高圧ガス保安法の認定保安検査実施者※の認定を受けており、2019年は、9月に保安管理部門の保安監査、11月に保安管理の長である社長のもと保安査察を実施し、保安活動について問題がないことを確認しました。2020年は経済産業省による認定保安検査実施者の5年更新審査の年に当たります。高圧ガス保安管理をより一層徹底していきます。

他事業場の高圧ガス設備は、外部の検査機関による保安検査を実施しています。保安監査・保安査察は自社で実施し、安全操業に努めています。



和歌山工場の高圧ガス保安検査

※ 認定保安検査実施者

高圧ガス保安法に基づき、特定施設が技術上の基準に適合しているか否かについて、運転を停止することなく自ら保安検査を行なうことができる者または運転を停止して自ら保安検査を行なうことができる者として、経済産業大臣が認定した者

保安防災教育プログラム

花王は、保安防災教育のためのさまざまなプログラムを構築しています。たとえば「モノづくり技術・技能伝承センター」では、生産現場を担う若い技術者が、さまざまなトラブルや危険な状況の疑似体験を通して必要な知識・技能を学び、技術の伝承に努めています。

また、国内外の次世代リーダーの育成に向け、和歌山工場内で8カ月にわたり、生産技術や“よきモノづくり”の精神を学ぶ「グローバルテクノスクール」を開校し、保安防災を含めたさまざまな研修を実施しています。

さらに、毎年、防災メッセージを提示し、地震防災マニュアルを発行することで、社員の防災意識の向上を図るとともに、過去の事故発生日を「安全の日」と定め過去の教訓を風化させないように努めています。

災害時の連携を考える全国フォーラム

特定非営利活動法人全国災害ボランティア支援団体ネットワーク(JVOAD)主催の「第4回災害時の連携を考える全国フォーラム」の分科会にパネラーとして登壇しました。このフォーラムは全国から災害発生時の被災者支援を行なう団体や機関が一堂に会し、専門的な知識やノウハウを共有し、連携・協働が具体的に進められることをめざしたものです。

分科会では、花王が行なっている被災地支援や地域連携やJVOADとの協働について紹介するとともに、分科会参加

者と情報共有を行ないました。



登壇した花王社員



パネルディスカッション

花王は、2013年に策定したサステナビリティステートメントに基づき9つの重点取り組みテーマで、2020年までの目標を設定し活動の進捗を報告しています。

なお、2019年にKirei Lifestyle Plan を策定し、新たに19の重点取り組みテーマを定め推進しています。

エコロジー

| マテリアリティ | めざす姿 | 項目 | 実績 | | | | 目標 | 実績 | 目標 | SDGs※7 |
|---|----------------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|--------|-------------|
| | | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | | |
| 環境 | 事業活動による環境負荷を最小化し、地球1個分の暮らしの実現に貢献 | | | | | | | | | |
| | CO ₂ 排出量の削減率※1 | | | | | | | | | |
| | | (スコープ1・2) | ▲29% | ▲30% | ▲30% | ▲33% | ▲34% | ▲37% | ▲35% | |
| | | (全ライフサイクルベース) | ▲17% | ▲14% | ▲14% | ▲17% | — | ▲18% | — | 7 12 13 17 |
| | | (日本、全ライフサイクルベース) | ▲17% | ▲16% | ▲15% | ▲18% | — | ▲20% | ▲35% | |
| | 水使用量の削減率※1 | | | | | | | | | |
| | | (花王グループ工場、オフィス全拠点) | ▲43% | ▲42% | ▲43% | ▲42% | ▲40% | ▲42% | ▲40% | |
| | | (全ライフサイクルベース) | ▲21% | ▲17% | ▲19% | ▲21% | — | ▲23% | — | 6 12 15 17 |
| | | (日本における消費者向け製品、製品使用時) | ▲24% | ▲22% | ▲24% | ▲24% | — | ▲29% | ▲30% | |
| | 廃棄物等発生量の削減率※1 | | | | | | | | | |
| | | (花王グループ工場、オフィス全拠点) | ▲27% | ▲25% | ▲25% | ▲26% | ▲33% | ▲27% | ▲33% | 12 14 15 17 |
| | | “いっしょにeco” マーク表示製品売上比率※2 | 28% | 29% | 29% | 29% | — | 27% | — | 6 9 12 13 |
| | | 持続可能なパーム油の調達活動※3 | PKO※3ミルまで追跡完了※4 | PKO※3ミルまで追跡完了 | PO※3ミルまで追跡97%完了 | PO※3ミルまで追跡98%完了 | PO※3ミルまで追跡 | PO※3ミルまで追跡完了 | 農園まで追跡 | 8 10 12 |
| | 持続可能な紙・パルプの調達比率※5 | 96% | 99% | 100% | 100% | — | 100% | 100% | 15 17 | |
| 社会への環境コミュニケーションにより環境活動を推進 | | | | | | | | | | |
| | 環境コミュニケーション累積人数※6 | 46万人 | 69万人 | 91万人 | 123万人 | 140万人 | 142万人 | 100万人 | 12 | |
| SAICM 推進活動を通して化学物質の適正な管理を推進し、持続可能な社会に貢献 | | | | | | | | | | |
| | 花王優先評価物質の安全性要約書の公開件数 | 7件 (累計7件) | 3件 (累計10件) | 3件 (累計13件) | 3件 (累計16件) | 3件 | 3件 (累計19件) | 累計20件 | 3 6 12 | |
| | ケミカル製品のGPS安全性要約書の公開件数 | 12件 (累計89件) | 18件 (累計107件) | 18件 (累計125件) | 16件 (累計141件) | 18件 | 18件 (累計159件) | 累計150件 | 14 17 | |

※1 原単位(売上高)、2005年基準

※2 日本における消費者向け製品、“いっしょにeco” マーク表示基準を満たした製品の売上比率
“いっしょにeco” マーク:

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/eco-friendly-products-policy.pdf

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

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

※5 花王製品で使用する再生紙または持続可能性に配慮した紙・パルプ、包装材料

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

※7 SDGsの17目標中、花王グループの取り組みが寄与する目標の番号

Kirei Lifestyle Plan の重点取り組みテーマに対応するSDGsの見直しに伴い、本表において相当するテーマのSDGsも修正した

主なサステナビリティ指標 103-2,103-3

コミュニティ

| マテリアリティ | めざす姿 | 項目 | 実績 | | | | 目標 | 実績 | 目標 | SDGs |
|------------------|------------------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|
| | | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | | |
| 健康 | 肥満・生活習慣病を予防・改善し、健康的な社会の実現に貢献 | 健康啓発人数※8 | 261万人 | 232万人 | 288万人 | 10万人 | 7万人 | 9万人 | — | 3 |
| | | 衛生 | 感染症などを予防し、衛生的な社会の実現に貢献 | 清潔・衛生習慣に関する啓発人数※9 | 769万人 | 767万人 | 842万人 | 736万人 | 889万人 | 654万人 |
| 高齢化 | 高齢者の生活を支援し、心身共に健やかに年を重ねられる社会の実現に貢献 | ユニバーサルデザイン視点での改良品の累積数※10 | 2,876 | 3,585 | 4,666 | 5,658 | — | 6,574 | — | 10 12 17 |
| | | ユニバーサルデザイン視点での改良実施率※10 | 91% | 71% | 63% | 56% | — | 44% | — | |
| コミュニティとのパートナーシップ | 社会的活動を通じて地域の人々のより良い暮らしに貢献 | 社員に対するボランティア活動や情報の提供件数 | 71件 | 67件 | 50件 | 33件 | 80件 | 90件 | 80件 | 17 |
| | | 社外向け情報発信を通じた啓発件数 | 99件 | 59件 | 60件 | 50件 | 80件 | 92件 | 80件 | |

※8 ウォーキング・内臓脂肪測定・歯磨き啓発イベント参加者数、QUPiO利用者数。2018年4月にQUPiO事業を売却したため2018年はQUPiO利用者数は対象外
QUPiO:100万人分に及ぶ経年の健診データの集積と、東京大学との共同研究で得られた知見をもとに、健康増進・生活習慣病予防をサポートするためのプログラム

※9 日本およびアジアにおける、おむつ、手洗い、洗髪、清掃、洗濯、初経に関する啓発(啓発サンプリングや教育セットの配布含む)の対象者数。啓発活動の追加により2015年にさかのぼって再集計した

※10 ユニバーサルデザイン視点での改良品とは、接しやすさ(Accessibility)、安全(Safety)、使いやすさ(Usability)などの視点から改良した製品を表す。改良実施率は、新製品・改良品アイテム全数(品)に占めるユニバーサルデザイン視点での改良品数(品)比率。2015年は日本国内、2016年は日本および米州、2017年からは日本、米州、欧州(サロン、モルトンブラウン社を除く)が集計範囲

コーポレート・カルチャー

| マテリアリティ | めざす姿 | 項目 | 実績 | | | | 目標 | 実績 | 目標 | SDGs |
|--------------------|-----------------------------|--|-------|----------|---------|---------|------|---------|---------|--------|
| | | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | | |
| 健全な事業活動 | 花王グループ全体への「正道を歩む」精神の浸透・定着 | BCGテスト実施率 | 96.4% | 97.5% | 97.1% | —※11 | 100% | 100%※12 | 100% | 8 16 |
| | | 重大なコンプライアンス違反件数※13 | 0件 | 0件 | 0件 | 0件 | 0件 | 0件 | 0件 | |
| ダイバーシティ&インクルージョン推進 | 社員の多様性尊重による、社員が生み出す価値の最大化 | 女性管理職比率 | 27.5% | 25.4%※14 | 25.1% | 27.3% | — | 29.4% | 30%※15 | 5 8 10 |
| | | 女性管理職比率(日本) | 10.4% | 13.1%※14 | 14.6% | 18.4% | — | 21.2% | 20%※15 | |
| | | ダイバーシティ・マネジメント力の強化:マネジャー研修の累積受講率(花王(株)ならびに一部の関係会社) | — | 8.2% | 55.7% | 94.0% | 200% | 189% | 200%※16 | |
| 社員の健康づくりと安全な職場づくり | 社員全員の健康意識(ヘルスリテラシー)、安全意識の向上 | 健康増進プログラム参加のべ人数 | — | 31,885人 | 36,259人 | 40,768人 | — | 36,889人 | 35,900人 | 3 8 |
| | | 休業度数率※17 | 0.61 | 0.67 | 0.55 | 0.77 | 0.16 | 0.78 | 0.10以下 | |

※11 BCG活動の見直しのため、2018年は未実施

※12 2019年から日本国内・海外にて隔年で実施。2019年は日本国内でのみ実施

※13 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

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

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

※16 2016年からのマネジャー研修の累積受講率

※17 100万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)